

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	観光型ホテル（経営者） 住宅販売会社（経営者）	・東北新幹線の新青森駅の開業に伴い、今後、函館への入込が増えることになる。 ・金利低下と土地価格の低下を受けて、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・依然とデフレが続いており、良くなる要素が見つからない。コンビニでも今まで498円で売っていた360gのコーヒーが、いつの間にか398円になっていた。
		商店街（代表者）	・底を打った状態にある商店街では、消費を刺激するような要因が発生しない限り、状況に変化は生じない。
		商店街（代表者）	・バーゲンの売上はある程度見込めるが、例年そうであるように、長続きは見込めず、価格がどんどん崩れていく傾向にあるため、今後についても変わらない。
		商店街（代表者）	・12月はボーナスの効果で来客数も増えるが、1～2月は今月のように元に戻る。
		商店街（代表者）	・前年と同様に年始における来街者は減少する。家族などで神社参拝した後、商店街に立ち寄りず、自宅にまっすぐ帰宅してしまう客が多い。また、1月下旬のイベントについても、前々年から、近隣町村の客が中心部を訪れることが減少している傾向にあり、現在の悪い状態は来年1～2月においても継続する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月の売上は徐々に前年を上回ったが、特殊要因として、得意先の新規オープンが相当数あり、新規オープンする店に商品が入るだけでなく、お祝いの商品もかなり動いたことで売上を押し上げたものである。こうした特殊要因を除いた既存の取引先の売上は概ね5～10%下回っているのが現状であり、こうした基調はまだ当分続く。
		百貨店（販売促進担当）	・ボーナスが前年を下回る見込みのため、消費者の購買意欲の更なる低下が見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・景況が好転するような要素は特に見当たらない。しかし、特別悪化するような事象もないため、このまま変化のあまりない状況が続く。
		スーパー（店長）	・前々月からの動きはほぼ横ばいで、大きな変化のない状態が続いている。商品単価については若干上向き傾向にあるが、来客数も、販売量も大きな流れで横ばいという沈滞ムードにあり、足踏みが続いていることから、今後も変わらない。
		スーパー（企画担当）	・政治に期待ほどの成果がなく、むしろひ弱な感じさえあることから、将来に対する不安は払しょくされず、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・野菜の価格高騰による青果の販売好調や、ポジョレーヌーヴォーも低価格ペットボトルがけん引して販売量が好調という材料もあるが、全体としては、相変わらず来客数、客単価がさえない動きとなっており、先行きの不透明感は払しょくされていない。
		スーパー（役員）	・冬のボーナスが前年よりマイナスとなる企業が多いため、年末年始の消費が伸びるとは考えにくい。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は回復傾向にあるが、客単価の戻りが遅い。家電エコポイント制度等の影響で家電等の買回り品の動きは良くなっているようだが、その分、最寄り品が節約傾向にある。冬の賞与が好調であれば良いが、前年並みであれば、年末年始の客単価の伸び悩みは避けられない。
		コンビニ（エリア担当）	・年末商品の単価が低下していることや予約商品の数量が苦戦していることから、今後については厳しいまま変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・客との会話から、今後についてはなかなか良くならないのではないかとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・周辺の状況等に景況が好転する要素が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・低価格帯の商品が不調である。エコカー補助金の終了で客が休息期に入っており、今後も厳しいまま変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金で需要を先食いした影響がしばらく続くため、今後も厳しいまま変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末のクリスマスやお正月を控え、今年は家で過ごす傾向が強いと予想されているため、ケーキやおせち料理などの販売は期待できるが、レストラン利用が減少する恐れがある。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行は円高効果で好調だが、朝鮮半島の情勢が不安材料となっている。国内旅行は道内航空便の減便や機材縮小の影響で伸び悩みが続いている。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は12月が前年比104%、1月が前年比124%とやや良いが、海外旅行は12月が前年比75%、1月が前年比93%と前年を下回っていることから、今後も全体的な状況はあまり変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・客の低価格志向が変わっていないことから、景気を上方修正するにはまだ早い状況にある。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況があまり変わっていないため、今後も変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・電話注文や来客数の増える要素が思い当たらないことから、今後も変わらないまま推移する。
		観光名所（役員）	・今後の観光入込のプラス材料として、新幹線の新青森駅延伸があるものの、海外客については円高のほか、尖閣問題、北朝鮮問題とマイナス材料が多く、先行きに不透明感が増してきている。
		その他レジャー施設（職員）	・平日の利用料金を大幅に安くすることで、利用客の増加が見込めるが、全体的な売上は変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・周辺に良くなる様子が一向にみられないことから、今後も変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・3か月予報が出たが、12月も暖冬ということで、コート等の防寒物の動きが厳しくなる。また、ボーナスも含めて、賃金が低くなっていることから、高額品の動きが悪く、巣ごもり消費の傾向も踏まえると、今後の衣料品の動きは非常に厳しくなる。
		百貨店（役員）	・エコカー補助金の終了、家電エコポイント制度の付与ポイント半減と国の施策は終わりつつあり、後は消費者の消費意欲が落ちることになる。
		スーパー（店長）	・売上が思うように上がらず焦っているのは店だけであり、客は冷静に目玉商品に集中していること、お歳暮ギフト等も早めに展開しても、客が購入するのは遅くなっていることなどから、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・家電エコポイントの付与ポイントが11月一杯で半減するため、今は家電関連が特需で売れているが、今後については動きが一気に悪くなる。また、暖冬傾向がみられ、雪も遅れていることから、衣料品の低迷も続く。
		スーパー（役員）	・年末を控えて、地場企業のボーナス等の状況を確認しても、あまり良い状況とは言えず、今後についてはシビアな販売活動を行わなければならなくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの駆け込み需要の反動の影響を除くと、客単価に大きな変化はみられない。しかし、現在の状況が今後も続くという感覚も持てない。購買に力強さが感じられないことから、客の心理が消費を控える方向に向かっている。
		コンビニ（エリア担当）	・家電エコポイント制度変更前の駆け込み需要で家電に大きく消費が流れている。これはボーナスの前倒しでの消費とみられることから、年末に向けて消費が厳しくなる。
		家電量販店（経営者）	・後はエコポイントが半減するため、今月ほどの伸びは期待できない。
		家電量販店（店員）	・12月以降、エコポイント需要で伸びた分の反動が出てくるため、今後についてはやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・今後の販売環境は厳しく、来年の2～3月にかけて売上は苦戦する。
		高級レストラン（スタッフ）	・薄型テレビの駆け込み需要の反動が、向こう3か月で外食産業にも影響してくる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・これからの北海道観光はスキー商品がメインとなるが、夏からの来客数の伸び悩みが改善するような要因が見当たらない。
		タクシー運転手	・家電エコポイント制度やエコカー補助金の成果かもしれないが、今年に入って少しずつ売上は上がってきていたが、2～3か月前から急激に売上が落ち込み始めている。こうした状況から、今後2～3か月先の景気はやや悪くなる。
		通信会社（社員）	・北海道は雪のシーズンとなり、家にこもる傾向になるため、積極的に何かをしようという動きが今までよりも減ってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		通信会社（企画担当）	・高価格の通信機器の予約が伸び悩んでいるため、今後についてはやや悪くなる。	
		観光名所（職員）	・北朝鮮問題や中国経済の今後の不透明感など、海外客については先が読めない状況にある。国内客についても、家電エコポイント制度の変更や政局の不安定さなど、利用客が増加する要素が見当たらない。	
		美容室（経営者）	・来春の就職を予定している子供のいる家庭では、もし就職できなかった場合は養うための支出が相当の負担になるのではないかという危機感を持っている。そのため、極端に支出を控えている傾向が顕著に出てきている。	
		住宅販売会社（従業員）	・客の低価格志向は依然としてかなり強く、実際に販売しているマンションの価格低下が続いている。価格要因以外の要素で客がマンションの購入に動いてくれるようにならないと先行きの見通しは厳しい。	
		悪くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・円高が収まらず、政府のごたごたが続いていることが、国民の不安感を高めている。客も消費意欲をなくしており、実際に来店した客からは、今は本当に必要な物しか買わないという会話がよく聞かれる。これらのことから、今後については悪くなる。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の付与ポイントが半減するため、今後については悪くなる。	
		家電量販店（地区統括部長）	・11月までのエコポイント特需の反動で、大幅な売上ダウンが見込まれる。	
		観光型ホテル（経営者）	・年末年始の曜日配列が悪いことや、旧正月の日程が悪いため、高単価設定のピーク期間が短く、売上確保が難しい。更に、政府の経済政策に期待感が乏しいことや政権運営が不安定なことから、先行き不透明感が強く、レジャー支出の減少が見込まれる。	
		タクシー運転手	・ハイヤー協会加盟の会社の9割が10%の減車を進めているが、利用客が減少しているため、減車してもタクシー1台当たりの売上は減っている。当社もタクシーの台数を10%減らしたものの、1台当たりの売上が伸びないため、会社全体の売上も減収となっており、今後も増収が期待できない。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・冬期に入ることから、工事等が減少することになり、今後の利用客が減少する。	
		企業動向関連	良くなる	-
		やや良くなる	-	-
		変わらない	家具製造業（経営者）	・景気回復の遅れはあるが、大手企業の業績回復に伴う法人需要が見込める。
				金属製品製造業（役員）
司法書士	・不動産取引の停滞している状態が今後も続くため、景気が上向くことは困難である。			
その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・年度内は現状維持で推移する。ただし、農業の出来高が低調な分、今後の農家の消費が鈍くなれば、更に景気が悪化する。			
やや悪くなる	食料品製造業（団体役員）			・年末商品の受注期に入ったが、状況は平素月と変わらないことから、今後についてはやや悪くなる。円高やTPPの影響で改善する状況もみられない。
建設業（従業員）	・建設業界では、採算を無視した工事の受注が会社の財務的なダメージを増大させることになるため、今後については廃業や倒産が多くなる。			
輸送業（営業担当）	・農産物において、小麦の収穫量が前年比40%減、ビート糖が前年比25%減と予想されていることから、ビート糖の輸送保管が激減する。そのため、シャーシ輸送の往復航のバランスが崩れ、収支に大きなマイナス影響が出てくる。			
通信業（営業担当）	・取引先企業の多数が下期の業績に懐疑的な予測を立てていることに加えて、当社の業績のトレンドも、取引量は横ばいであるものの、単価の下落傾向に歯止めがかからないことから、今後2～3か月先の景況感は悪化する。			
		金融業（企画担当）	・公共工事は減少傾向が続く。政策支援効果も徐々に薄れる。また、多くの業種の冬期賞与が低率にとどまるため、今後の消費の改善も期待できない。	
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・当社の主力ユーザーである建設業界の先行きが不透明で悪化傾向にあるため、今後についてはやや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・鉄骨加工の中型物件が多数出てきており、加工工場の仕事は増えているが、受注単価が低く、設備機器、工具関係全般の購入意欲は少ない。消耗品ですらその都度必要に応じて購入している状態であり、今後の見通しは暗い。
	悪くなる	食料品製造業（役員）	・繁忙期である秋の受注販売状況が思わしくなかったことから、元々受注が落ち込むこれからの時期は更に悪くなる。
		建設業（経営者）	・手持ち工事がかかり完成してくるため、今後は稼動が落ちてくる。また、厳冬期を迎えて、官民ともに受注はほとんど見込めないことから、今後については悪くなる。
		輸送業（支店長）	・前年は自民党政権の補正予算が付いた関係で、秋口から冬場にかけてかなりの仕事があったが、今年は補正予算の成立が遅れており、施行されるのは来春と言われている状況にあることから、今後2～3か月の仕事はかなり減ることになる。また、上期は国際コンテナが業績を引っ張っていたが、9月以降は円高の影響を受けて国際コンテナがかなり減少していることが懸念材料となっており、業績が相当落ち込むことになる。
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・値下げ合戦をしている状態であり、利益の出るような条件の仕事が激減していることから、今後については悪くなる。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒支援に加えて、卒業後3年以内の既卒者を対象に企業の採用意欲を喚起すべく雇用対策強化の方策が打ち出されることもあり、未内定の4年生の支援、3年生の就活力の向上に期待している。2011年の内定率の大きな回復は難しい感があるが、過去の氷河期の状況を上回る支援に期待している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・雇用について、慎重な構えを示す企業が多く、年末等の繁忙期対応も例年に比べると採用者数を控えめに考えている企業もあることから、今後も変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・総体的には、求職者が微減傾向にあり、有効求人倍率が若干上がっているものの、常用求人は増えていないことから、今後も変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食業や小売業などの個人消費関連の業種の募集は確実に回復基調にあるが、ファッション系や理美容関連等の生活関連サービス業の求人には、まだ本格的回復感がみられないことから、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・欧州の金融不安や円高に加えて、エコカー補助金、家電エコポイント制度等の緊急経済対策の息切れなど、景気の下振れ懸念が払しょくされないため、今後も雇用情勢は厳しいまま変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は上昇しているが、医療・介護の伸びによるもので、製造業は4月以降、前年比でのマイナスが続いている。他の産業においても求人の減少が目立っており、今後も厳しいまま変わらない。
やや悪くなる			
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・冬を迎える北海道の特殊事情として、年末年始以降の雇用情勢が厳しさを増すことがあるが、今年は流通業においては、スーパーもアパレル関係も好転の兆しは見えないことに加えて、家電量販店においても、家電エコポイント制度の恩恵が薄れ、求人の需要は低調に推移することになり、今後の雇用情勢に明るさが見えない。	

## 2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	百貨店（販促担当）	・各部門の売上が非常に好調である。また、徐々に回復を見せているナショナルブランドの高単価商品の動きが更に良くなれば、前々年の売上まで回復すると予想される。
	やや良くなる	衣料品専門店（店長）	・必要なものがそこそこの価格で買えるバーゲンなどでは客が動いているので、財布のひもは前年ほど固くないのではないかと見ている。
		衣料品専門店（店長）	・発熱素材など機能商品の動きが例年になく良く、12月以降、長期予報通り前年以下の気温になれば、アウターやコートなど高単価商品の動きに期待が持てる。
		乗用車販売店（従業員）	・例年、2～3月は車の販売が最も伸びる時期なので、景気が悪くても若干は良くなることが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・たはこの販売量が徐々に戻り、中元は贈らない企業や個人消費者も歳暮は贈る傾向にあるとともに、年末年始の忘新年会で飲食店も活気付くことが予想されることから、売上が良くなることを期待している。
		その他飲食〔弁当〕 (スタッフ)	・12月4日に東北新幹線が全線開通するので、幾分か集客が図れるのではと期待している。
		観光型旅館(スタッフ)	・年明け早々にインバウンド団体の予約が入っており、国内団体の不振の穴埋めになることを期待している。ただし、為替及び国際リスクがあることから、予断を許さない。
		通信会社(営業担当)	・12月4日の新幹線延伸開業が景気回復のきっかけになることを期待している。
変わらない		商店街(代表者)	・光熱費、食料品に大きな変動がなければ、少しずつ消費は上向いていくものの、収入増からくる消費増ではなく、あくまでも心理的な冷え込みが緩和されたことによる消費増なので、決して本格的回復ではない。
		商店街(代表者)	・空き店舗の一部に新規開業の予定があるという明るい材料もあるが、家電エコポイント半減の影響が出ることを考えると、厳しさは続くのではと危惧している。
		商店街(代表者)	・本格的な冬場に入り、コート等の重衣料の売上が期待できるものの、客単価が落ちる傾向にあるので予断を許さない。12月4日の新幹線延伸開業を控え、各種イベントを予定しており、外部地域からの来街者に期待している。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・良い方向に向かう要因は見当たらない。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・来客数の増減はあるが、買上点数が減少していることから、今後も必要なものしか買わない傾向は続くことが予想される。
		百貨店(売場主任)	・クリスマス、年末年始と人の出入りが多い時期なので、売上も期待したいところだが、客の財布のひもは固く必要なもの以外は購入しない傾向は変わらない。
		百貨店(広報担当)	・円高の進展や株価の低迷、政府の指針などから、景気の回復はまだ先と見ている。
		百貨店(営業担当)	・家電エコポイントの制度変更で家電については反動が予想されるが、消費者の購買意欲そのものが冷え込むわけではないので、今まで車や家電に向いていた消費者の目が身の回りの衣料品・家庭用品などに向くことが期待される。
		百貨店(経営者)	・12月は新幹線の延伸開業もあり、集客のためのイベントの打ち出し等、官民挙げて対応を考えており、しばらくは今の流れを持続できる。
		百貨店(経営者)	・家電エコポイント終了後の経済対策が明確でないことに加え、円高及び株安が続いていることから、消費者の意識は変わらない。
		百貨店(経営者)	・雇用状況が悪く、失業率が高いことによる収入の減少に加え、家電エコポイントの終了や株価の低迷により、景気回復の兆しがみえない。
		スーパー(経営者)	・鍋の主材料が牛から豚、豚から鶏へとシフトしているなど工夫している様子は見られるが、消費者が急激に節約に走ることはないとしている。
		スーパー(店長)	・オーバーストアの状況のなかで、更に競合店が出店するという情報もあり、価格競争は今後もますます激しくなることが予想される。
		スーパー(店長)	・景気回復の好材料も見つからず、食料品関係の節約傾向は続くことが予想されるため、小売業界にとっては厳しい状況が続く。
		スーパー(店長)	・売上優先の販促策強化を行っているため、前年並みの売上が見込まれる。
		スーパー(総務担当)	・野菜の高値継続により鍋物商材全体の売行きに悪影響が出ることを懸念しているものの、しばらくは現在の状況が続く。
		スーパー(営業担当)	・米価の下落等で農家所得も厳しく、消費が拡大する要因は見当たらない。
		コンビニ(経営者)	・依然として客の買い控えが続いているため、現在の状況は変わらない。
		コンビニ(エリア担当)	・売上は前年比で回復傾向にあるが、県内の経済環境は今後も厳しいものが続くことが予想されることから、一層の販売促進に努める。
		コンビニ(エリア担当)	・年末年始の売上は年々減少している状況にあり、今年についても期待できる要素はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・民主党の政策がまだ形となって見えてこないなかで、中国の強硬路線により輸出入共に不安定要素が出てきているため、当店も仕入れの面で、少なからず影響を受けている。また、建設業も依然として低迷したままであり、景気が回復する要素は一向に見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・たばこの値上げ、円高による輸出産業の低迷、猛暑による輸入農産物の高騰と、内外共に厳しい状況で景気はなかなか上昇しない。
		乗用車販売店（経営者）	・販売予定の新型車への予約注文が少なく、需要減の歯止めにはなりそうだが、販売増への期待は薄い。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金終了の影響は依然として続いており、客の購買意欲が出るよう対策は講じているものの、先行きは不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーが新型車を投入してくるため、来客数は若干の増加が見込める。しかし、全体を押し上げるほどの影響はないため、厳しい状況は続く。
		住関連専門店（経営者）	・正月、初売りということで、買い控えをしていた消費者も必要なものは購入すると予想される。ただ、現状を見る限りあまり期待はできない。
		住関連専門店（経営者）	・買い控えの傾向が強くなっているため、ボーナスが支給されても当社が扱う耐久消費財のような大きな買物をするには期待できず、売上増は見込めない。景気はなかなか持ち直さないで、現在の悪い状態は続く。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・季節商材の動きが悪くなっており、良くなる要因も見当たらない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費者の低価格慣れもあって利益に繋がる商品の動きが鈍く、低価格商品の販売量を増やして何とか現状を維持している状況で、今後、活発な物販の動きは期待できない。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・回復のきっかけになる要因が見当たらない。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・年末年始の消費に期待したいところだが、景況としては現状維持がやっとで、長引く低迷状態では一層悪くなる可能性もある。雪まつりがある2月に向けて、今から仕掛けをしていく。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・アパレル業界全体の問題として、中国への依存が高すぎて振り回されている。人件費の高騰、綿花の不作等により値上げが相次いでおり、商品供給にも時間がかかっていることから、売りたいときに品物がないという状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気回復の道筋が見えないため、消費者の買い控え傾向は続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気が回復しないため、今の状態が続くと予想される。
		高級レストラン（支配人）	・どう考えても良くなる要素が見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の低価格志向が顕著になっており、レストランに行くという空気がなくなっている。この先、来客数が劇的に増えることは考えにくい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・営業で各企業、団体を回るが、客は将来に対してかなりの不安感を持っている。景気が悪いとやはり温泉に回すお金は最後になるため、われわれがサービスを図ってもかなり厳しい状況は続くと思われる。
		観光型旅館（経営者）	・観光客数は前年並みだが、宿泊客数は集客数、収益共に前年比15～25%減で推移すると予想される。宿泊を伴う旅行マインドは低調のままであり、上向き要因も見当たらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・12月の新幹線延伸開業により、落ち込みに歯止めがかかることを期待したい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の民主党政権は足元がふらつき、すべてが後手後手になっており、先行きが不安である。先行き不透明感があるなかで消費マインドは悪く、更に二極化が進む懸念がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・恒常的に売上が期待できない部門の異動を含む人員削減、アウトソーシングの縮小等、あらゆる経費の見直しに着手していく。
		旅行代理店（店長）	・個人旅行は先行受注の動きが鈍い。年末年始の宿泊の受注が進んでいない。同時期の海外パッケージ旅行では前年比180%の受注がある。基盤となる国内旅行の回復がみられないと店舗経営は改善しない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・若い客からも仕事がないという話を聞くし、ましてや中高年は仕事が全くないという話を聞く。このような状態では景気回復に期待は持てない。
		遊園地（経営者）	・ボーナスの支給状況や冬の天候に左右されるが、明るい材料はなかなか見当たらない。
		美容室（経営者）	・現在の客単価が伸びない状況はしばらく続くことが予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅受注残はほぼ先が見えてきているが、公共事業、一般物件の受注が一年先まであり、売上数値としては帳尻が合っている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・現在の景況感や消費動向を見ても、良くなるという雰囲気は出てこない。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・景気が良くなる要素が見出せない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・農家の客も多いがこれらの客層は、政府のTPPへの対応次第で経済的に打撃を受け、消費に慎重になることが懸念され、地方の疲弊は今後も着実に進行していく。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・消費を押し上げていたエコカー購入補助金や家電エコポイントが一段落し、さらに冬のボーナスが前年割れになるため、個人の節約が一層強いものになると予想される。
		スーパー（経営者）	・12月4日の新幹線の延伸開業により、年末年始は帰省客などの増加が見込まれるが、それ以降は今の景気情勢が好転する見通しはない。
		コンビニ（経営者）	・販促キャンペーンにより売上、来客数は増加しているものの、客単価は前年比98%、買上点数は同100%と変わらずで、キャンペーンなしでは今月のプラスはなかった。主力の弁当類の販売動向は300円未満が同120%、300円以上は同87%となっていることもあり、今後、キャンペーンの終了に伴い、状況が悪化することが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスケーキや正月ギフト、年賀状の売行きを見ても、前年より悪くなるのが予想される。また、大学生や高校生の就職率を見ても、景気が良くなる兆候はうかがえず、給料やボーナスも上がる見通しはないことから、消費の低迷はしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・今後の売上の増加は、来客数がどの程度回復するかによる。来客数が減少している事実と、実質的な客単価増の印象がないため、今後2～3か月で景気が回復するかどうかは不透明である。
		衣料品専門店（経営者）	・これから冬物のバーゲンになるが、来客数の回復は期待できず、客単価もますます下がると予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・11月の来客数及び販売量が過去最低となっており、この先は変わらないどころかむしろ悪くなる。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントの半減を前にした駆け込み需要の反動から、今後は販売数量が減少する。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントによる需要の先食い、3か月後は悪くなるのが予想される。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・政府の施策が不確かで、国民が安心できないことから、消費意欲はますます減退する。
		高級レストラン（経営者）	・予約状況は非常に悪い。披露宴といったものは変わらないが、民間企業の忘年会や接待が非常に少なくなっている。
		一般レストラン（経営者）	・朝の市場の動きが悪い。業者の話も聞いても、前年より売上の落ち込みが激しいとのことである。良くなる要素がない。
		一般レストラン（経営者）	・明るい材料が見当たらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・尖閣列島の問題や北朝鮮の韓国の島への砲撃など暗い話題が多く、消費は更に低迷し、貯金しなければという心理が働くのではないかと見ている。
		観光型ホテル（経営者）	・閑散期のため目玉商品に乏しく、絶対客数も少ないことから、過当競争に拍車がかかり低価格がメインとなる。
		都市型ホテル（経営者）	・供給過多になっているのが現状で、他店との過当競争、客単価が低い現在の状況は変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後3か月先までの予約状況を見ても、前年を上回る状況には至らず、苦しい状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・政局不安定により、地場企業からの好況感はなく感じられず、新幹線の延伸開業に期待しているものの、景気回復には至らない。
		観光名所（職員）	・前年同時期と比べ、予約人数が少なくなっている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・物を買う意欲が見られない傾向は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・所得が増えないため、客単価の低下に加え、買物量は減少しており、売上が伸びない。
		コンビニ（経営者）	・たばこの値上がりにより激減した来客数に、回復の兆しが見えない。
		乗用車販売店（経営者）	・タイヤ交換、ウィンターチェック等での来客数は前年並みと見ているが、代替購入の意欲をもって来店する客は激減している状況から、冬のボーナス商戦、クリスマス商戦、初売りセール等においてもかつてのようになぎわいは見られないと予想している。当面は現状レベルで推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金が終了し、販売での売上は期待できないので、サービスやメンテナンスにより粗利益を稼いでいくしかない。
		タクシー運転手	・利用客が低迷しているため、運転手を採用しても数か月でやめてしまう。このような状況では今後も良くならない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・緊急経済対策は手詰まり、戸別所得補償制度や子ども手当は失速が感じられ、明るい材料が皆無であるため、今後一層厳しくなる。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末が繁忙期になり、例年並みにはいかないのではという不安もあるが、売上等は現在より上がってくるだろう。
		広告業協会（役員）	・テレビ、新聞、折込の各広告が回復傾向にあり、広告界は多少明るさが見えてきている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・仕事量の増加で人員が不足気味となっており、残業や休日出勤をする社員が目立つようになってきていることや、派遣会社の商談来客や個人面接に来る人の姿が見られること、売上は増えつつあるという納品業者の話からも、徐々に景気が回復しつつある。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・ボーナス支給も減らさざるを得ない状況となっており、先行きについても明るさが全く見えない。
		食料品製造業（総務担当）	・一部値上がりしている原料もあり、受注が悪いなかでのコストアップが懸念される。
		繊維工業（経営者）	・エコカー購入補助金が終了し、家電エコポイントも終わろうとしており、恩恵を受けて活気付いている業界がなくなるため、景気回復をけん引していく業界が見当たらない。
		木材木製品製造業（経営者）	・東北、北海道において需要が減少する時期に入るため、住宅部材の収益改善は期待できない。
		建設業（経営者）	・季節的な要因に加え、景気も悪く、業界全体が停滞している状況は続く。ハウスメーカーに負けないよう、セールスに一層力を入れていきたい。
		建設業（従業員）	・民間の設備投資意欲が向上かない状況は続く。
		輸送業（経営者）	・大幅な収入増になれば多少の経費増も期待できるが、今後もこの状況は変わらない。
		金融業（営業担当）	・特に大きく変化する要因は見られない。
広告代理店（経営者）		・流通関係などでは天候により大きく左右すると思われるが、今のところ良くなる要素は全く聞こえてこない。	
経営コンサルタント		・国際的に日本の存在感が見直されるようなトピックでもない限り、閉塞感が続く。	
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）		・得意先の与信管理に一層の注意が必要で積極的な出荷ができないこともあり、好転する気配がない。	
その他企業〔企画業〕（経営者）		・円高の影響もしくはその懸念から、各種需要にはなかなか結び付かない。	
金属工業協同組合（職員）	・依然として超短納期や他社との価格競争があり、さらに原材料の価格がじりじりと上がっていることから、今後良くなる材料はない。		
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・単価ダウンによる売上の減少が予想される。	
	食料品製造業（総務担当）	・今後、良くなる要素が見当たらない。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・12月以降、家電エコポイントが半減するので、全般的に消費は落ち込み、景気が悪くなることが予想される。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・景気の刺激策が見えない状況で製造業は一様に受注が減っており、回復する要因が見当たらない。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・受注価格が徐々に下がっていることに加え、円高の影響もあり、今後数か月は業績の回復が見込めない。	
	通信業（営業担当）	・取引先からは、今後も厳しい値下げ要請並びに契約条件の追加を言われることが予想される。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		広告代理店（経営者）	・新幹線の延伸開業に関する広告宣伝は終了し、次は来年4～7月の青森デスティネーションキャンペーンでどれだけ仕事ができるかが、レギュラーの広告物は減少しているのが大幅に良くなることない。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・エコカー購入補助金で車を買換えた人が、その出費分を補うために他の品物を買って控えているとか、職を探しているがなかなか見つからない人が多いという話を集金スタッフがよく聞いてくる。この話は氷山の一角で他にも個々の都合で財布のひもを締めている人が多く、当分景気は上向かない。	
		司法書士	・新築住宅の着工件数も減少し、不動産市場も低迷を続けており、改善の兆しがみられない。	
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・現在の状況を見る限り、良くなる要素が見当たらない。	
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・TPP参加の可能性が高まったことで、米価が先取りで値下がりし、販売完了後の精算金の減少が予想される。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、エコカー購入補助金終了により国内販売の減少が当面続くと予想される。	
		建設業（企画担当）	・各社手持ち工事の減少に伴い、更なるコスト競争が予想され、状況はますます悪化する。	
		コピーサービス業（経営者）	・東北地方は官公庁の需要が商売の中心であるため、2～3か月後は年度末需要があるものの、政局の状況などを見る限りは期待は持てない。	
	雇用 関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	-	-
変わらない		人材派遣会社（社員）	・取引先企業において増員する要因に欠けており、あっても派遣社員を利用しようという気配がない。利用に対し慎重な姿勢の企業が増える。	
		人材派遣会社（社員）	・現在の状況は3月ごろまで続くことが予想される。	
		人材派遣会社（社員）	・円高による製造業への影響が懸念される。	
		人材派遣会社（社員）	・県内においては、まだ製造業の求人が活発化していないため、現在の状況は変わらない。	
		アウトソーシング企業（社員）	・近隣県の自治体を回ったが、来年度に向けて値段を下げてほしいという声は特に聞かれなかったため、現在の状況が続くと予想される。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年早々に本格稼働する自動車工場に期待しているものの、すぐに良い影響が出てくるわけではないため、現在の状況が続く。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今月から、大手自動車メーカーが欧州へも輸出する新型コンパクトカーの生産を開始し、県内関連産業の振興に弾みがつくことが期待されている。また、12月4日の新幹線の延伸開業の効果が県内に出てくるのは、暖かくなった春の観光シーズン以降になると予想される。	
		職業安定所（職員）	・新規求職者が2か月連続で増加していることから、状況は変わらないと予想される。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比で3か月連続の増加となり、月間有効求人数も3か月連続の増加となっている。さらに、有効求人倍率もわずかに上昇が続いているものの、今後の動向については予断を許さない。	
		職業安定所（職員）	・休業等の雇用調整を新規に実施する企業は減少するが、以前から実施している企業は今後も継続すると予想される。	
		職業安定所（職員）	・雇用調整を実施する日数は減少傾向であるが、実施企業数は依然として減少していないことから、この先も変わらない。	
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の利用は減少しているが、円高やデフレ等の影響により、大幅な求人の増加は期待できないため、この状況は続く。	
		職業安定所（職員）	・年末年始に多少状況は回復するが、景気上昇の要因がないため、その後また低迷すると予想される。	
		やや悪くなる	職業安定所（職員）	・冬を迎え、求人が減少してくる時期になるなかで、求人が増加するような要因が見当たらない。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣契約の中途解除も頻発しており、厳しい状況は続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・売上が伸びず、利益率も前年同期に比べて1%強下回っており、厳しい状況が続くことが懸念される。

### 3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般レストラン（経営者）	・年末年始にかけて各種会合が増えることと、おせちの出荷増が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2月の始めから販売する新学期用品の注文数が昨年とほぼ同じくらいあるので、期待している。
		スーパー（店長）	・ここ2か月の数字的な状況を見ると、多少、近隣の景気が良くなっているため、年末年始の商戦は期待ができる。
		コンビニ（経営者）	・10月のたばこ値上げで売上が一挙に落ち込んだ余波がまだ残っており、11月も良くないが、2～3か月後にはいくらか良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の投入があり、来客数の増加が見込めるため、良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・宿泊、忘新年会の予約はおおむね好調である。
	変わらない	商店街（代表者）	・客が本当に気に入った物が必要な物以外、財布のひもは固い。
		商店街（代表者）	・路面店、特にかばんや袋物の小売店では、大型店に流れる人の対応に苦慮している。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・年が明けても、冷え込んでいる景気が上がる気配は感じられず、なお一層引き締めが行われる。
		百貨店（営業担当）	・イベントを含めて、非常に多くの来客数であるが、まだまだ安定した売上ができる状態ではないので、毎月きちんとした企画を全店で打ち出して売上安定につなげる。
		百貨店（販売促進担当）	・ポイントアップや特別優待会等の仕掛けに対する顧客の反応は、以前より良くなってきている。しかし購買は依然として慎重であり、本当に必要なものしか購入しない傾向は今後も継続する。
		百貨店（販売促進担当）	・前年を上回る冬季賞与支給の報道があったので、短期的には所得の一部が消費に回り好転する部分もあるだろうが、長続きはせず、消費者の堅実路線はそのまま続く。
		スーパー（統括）	・報道によると、ボーナスの支給は前年を上回る見通しとのことなので、ギフト需要が前年よりは期待できる。衣料品の売上高が戻り始めているので、暖冬にならないければ、ある程度先行きは期待できる。
		コンビニ（経営者）	・今月が良過ぎたので、これ以上は良くならない。
		コンビニ（経営者）	・今月は年賀状販売等、非常にプラスに振れた商材が多かったが、2～3か月後の販売はやや落ちる。その中でいろいろと新しい工夫をして客の獲得につとめ、なんとか現状を維持したい。
		コンビニ（店長）	・先月のたばこ値上げで変化した分が思ったよりも早く金額ベースで戻ってきたので、この分ではいけば今までと変わらない状況になる。
		衣料品専門店（統括）	・先日、20%サービスのプレミアム付き商品券を販売したが、その商品券が商店街の店で使われるか、商店街の中の大型店にいつしてしまうのではないかと懸念している。
		乗用車販売店（経営者）	・販売量の増加が見込めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・かなり以前には、客と接していて、この客は車を買ってくれるという雰囲気や景気の良さが伝わってきたものだが、今は客に接していて、景気が良くなる感じが全くない。客が来ても、高価な車には全く目をくれず、中古車の安いものを見ており、新聞、ラジオ等でも景気の悪い話が出ないので、これから2～3か月先も極端に変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数も少なく、新型車発売の予定もあるが、魅力のある新型車が出るわけでもないため、変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・年末までは今の傾向が継続すると思われるが、繊維、ゴム関連の原材料の値上げ申請が多く、その幅も10%を超えるため、いまだデフレ傾向にある中、その対応と価格戦略で年明けの動向は不透明な点が多い。
		一般レストラン（経営者）	・ここ何か月も売上は横ばい状態で変わらない。来客数も多少の増減があるが、ほとんど変わらないので、この先良くも悪くもならず、変わらない状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・宴会の小型化は相変わらずで、他店でも同様の話をしている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（経営者）	・町全体の活気が無く、自動車産業の衰退と共に町も衰退している。
		都市型ホテル（支配人）	・現時点で予約は前年並みに入っている。個人やビジネスマンの動きはまだ読み切れないが、前年と同じくらいの数字は保ちそうである。
		旅行代理店（従業員）	・小人数のグループ客は多少動いてはいるが、企業の慰安旅行は全く無い。
		旅行代理店（副支店長）	・国内旅行はほぼ例年通りだが、海外旅行や業務渡航は中国や南北朝鮮半島の状況によっては減少すると思われ、全体的には変わらないが、やや低迷する。
		タクシー（経営者）	・この先も現在の状況では、悪いままで変わらない。
		通信会社（販売担当）	・先行きが不透明なため、消費に対してまだまだ慎重に構えている客が多く、状況は変化しない。
		通信会社（営業担当）	・農業が主産業の当地では、景気や気候の不安定さに大きな打撃を受けており、そこそこの収入では景気を押し上げるような状況にはならない。
		通信会社（総務担当）	・客の節約志向は増すばかりであり、個人消費は年齢層を問わず低下し続けている。
		遊園地（職員）	・一般家庭の所得減少によるレジャー支出抑制の影響は依然大きいものと予想され、今後についても楽観視はできない。
		ゴルフ練習場（経営者）	・家電エコポイントなどで一時は効果があったが、終わってみると、この先どのくらい落ち込みがあるのか分からない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・年末年始はファミリー向け映画新作公開など、プラスになる要因が多くあるが、ノロウイルスやインフルエンザの流行など子供、家族連れ客の外出を抑えそうな不安要因もある。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・年末が近づくにしたがって、客の財布のひもが緩くなり、消費に対する抵抗感が少なくなっている。節約への飽きもあるのか、収入がある程度安定してきたのかは不明だが、当社のようなゲームセンターは、それほど高額ではないので、客の意識が浪費ではなく、消費という感覚に変わりつつある。
		その他サービス[清掃](所長)	・新年会等が開催され、一時的に財布のひもが緩んで上向くが、その後は元の厳しい状況に戻り改善は見込めない。
		その他サービス[立体駐車場](従業員)	・大手家電量販店もテナントに入っているの、家電エコポイント関連の来客数が一時的に伸びているが、終わるとまた通常時に戻る。月極めの契約関係も横ばいである。来客数は若干増えているが、単価と売上が横ばいであるため、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・周囲の様子から見ても仕事が増える状況ではない。
		設計事務所（所長）	・来年に向けて受注につなげるためのイベント等を十分に考え、良い方向になるように努力したい。
		設計事務所（所長）	・景気対策の補正予算が何とか決定したものの、この地方でその効果が出てくるのは先の見通しで、まだしばらくは今と変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の停滞感が根強く、消費意欲の回復は当面望めない。
		住宅販売会社（従業員）	・会社全体としてはやや良くなってきているようだが、当地区ではまだまだ実感できない。
		やや悪くなる	商店街（代表者）
一般小売店[家電](経営者)	・エコポイント需要の反動が出てくるので良くない。		
一般小売店[家電](経営者)	・エコポイントの駆け込み需要で仕事自体はまだありそうだが、売上が減少することは目に見えている。家電販売店の売上構成比第1位のテレビが売れなくなる厳しい時代を迎えることに不安を感じる。建築業界も仕事が出てこず、先の明るい話は聞こえてこない。		
一般小売店[乳業](経営者)	・回復の要素は相変わらず無い。地方の開そく感は深刻であり、底なしの悪化である。		
百貨店（総務担当）	・ボーナスや年末調整控除の減少によって手取り額が減少している。家庭で節約をしていけば、やはり衣類や食品等は必要最小限に抑えられ、衣類、食品の販売減になるので、これからますます悪くなる。		
百貨店（営業担当）	・今月は家電エコポイントによって販売量が上がっているが、円高などの要因もあり、将来的には個人消費は十分とは言えない。		
スーパー（経営者）	・デフレ傾向は依然として変わらない。		
スーパー（総務担当）	・ボーナスシーズンだが支給減の会社が多いと思われ、政治への不安から更に貯蓄に走り、必要な物だけを買う傾向が一層強まる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営企画担当）	・競争は激しくなる一方で、価格競争に巻き込まれており苦戦が続く。
		コンビニ（店長）	・たばこの売上は金額ベースではほぼ回復しているが、実数では7割程度で、これ以上は無理である。現在近隣で老人ホームの建設工事が行われ、この関係者の来店で一部カバーされて売上の的には少々良くなっているが、基本的には今後商況は悪化していく。
		衣料品専門店（店長）	・冬物セールから、春物定価販売への移行時期であるが、春のフォーマルスーツや入学、卒業のスーツ需要以外は、例年あまり期待できない。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント制度の適用範囲の縮小による需要減のため悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・家電での消費が大きくなる状況で、消費が向いてきていない。
		自動車備品販売店（経営者）	・周辺の工場などの活力がなく、勤めに行っている人もだんだん減ってきている。購買意欲がなかなか上昇していかないので、自力で考えていかないと将来良くならない。
		スナック（経営者）	・これ以上落ちないだろうところから更に悪くなっていき、手の施しようが無い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現状ではひとまずだが、まだまだ景気が良くなると思えない。
		旅行代理店（経営者）	・今、製造業に元気が無いので、なかなかサービス業のほうにも仕事が来ない。
		通信会社（経営者）	・現状で年末、年度末の見積、売上が無ければ、数か月後に冷え込むのは当然である。
		通信会社（経営者）	・家電販売は、家電エコポイントの関係で現時点では好調だが、品薄のため受注ができない状況である。家電エコポイント終了後の売上減は避けられない。
		ゴルフ場（業務担当）	・客は単価、金額について敏感に反応しているので、これからのオフシーズンの取り込みは価格競争が激化して、底値感から脱しきれない状況が続く。特にシニア層の顧客の取り込みが多くなっているため、なお一層価格に敏感になり、目標数値、利益確保が難しい状況になる。
		美容室（経営者）	・当県には美容院の数が非常に多く、競合店との格差が出ているので、これから先、売上全体はあまり伸びない。
		その他サービス [フィットネスクラブ] （マネージャー）	・エコカー減税や家電エコポイント制度などの先行投資の影響で、今後はお金の回りが悪くなる。
		設計事務所（所長）	・建築関係では、赤字でも仕事をとらねばならない状況にあり、仕事を取っても取らなくても地獄という状況なので、淘汰が進む。
		住宅販売会社（経営者）	・将来に希望が持てない時なので、長いローンを組んで購入しようという気にならない。将来に希望が持てる政策を期待したい。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・客が天候不順や景気の低迷に非常に敏感になっている。
		衣料品専門店（販売担当）	・店の立地が中心市街地であることも手伝い、相当難しい状況である。ここ1～2か月客足はすっかり止まっている。このままでは、本当に営業が続けられるかどうかという厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	・エコポイント申請条件や内容変更に伴い、12月からはテレビを中心に冷蔵庫やエアコン等のエコポイント対象商品群は急激に販売量が鈍化する。また、1～3月にかけても同様に前年同期比を下回る。
		家電量販店（営業担当）	・エコポイント終了により消費は止まる。テレビ、エアコン、冷蔵庫も商品の先食いをしているだけなので、今後が大変困難である。
		乗用車販売店（管理担当）	・補助金により消費が回復したように見えるが、80円台の円高が続くなか、製造業を中心に為替差損が大きく影響し、大幅な損失を抱えている。このような状況下では、今後失業者が増えて雇用も低迷し、消費は大きく冷え込む。
		スナック（経営者）	・良くなる要素が少しも見当たらない状態が続いており、本当に先行きどうなるのか心配ばかりである。
		観光型ホテル（経営者）	・レジャー産業は、生活費の中で真っ先に削られる費用であるため、良くなるとは到底思えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業の大きな新年会が非常に少なくなっており、少人数グループや課ごとの会になってきている。宿泊に関して、年末年始はかなり宿泊が減るのではないかと危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・客の話では、昨年はボーナスが少しは出たが、本年はカットされたとのことである。当店も4年前からボーナスは出していない。そういった中で成人式の予約も減っており、美容室に来る頻度は更に落ちると予想される。
企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・廃家電工場向けフロン回収装置プラントへの受注、納品、及び販売、そして行政向けの処理装置の納品、設置が4月ごろまでの契約予定になっている。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・建設機械向けやトラック向けの部品加工に関して、客先でこなしきれない仕事の応援案件が増えてきており、いくつかの案件は確実に当社にて立ち上がる見込みである。他の仕事も大きく下振れする感じはない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品に関して、エコカー補助金終了の影響はまだまだ見受けられず、ハイブリッド車の増加により微増の方向にある。また、建設機械部品は、4～5%くらい受注量が増加している。
	変わらない	食料品製造業（製造担当）	・安い物を割り切って購入する消費者もいるが、良い物をそこそこの価格でと選んで購入してくれる消費者もたくさんいる。ただ安くしても粗利が取れず、結局自分の首を絞めることになるので、数量が減っても価格は下げないほうが得策と考えている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・リゾートホテル体験工房との共同企画が動き出し、予想より多くの制作体験をもらっているが、しばらくは様子見である。
		金属製品製造業（経営者）	・納期が1週間くらいの短い仕事が急にきて忙しくなり、また暇になってしまうということの繰り返しで、将来の景気は全然分からない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今までと変わったことは何もない。受注も多くなったわけではないし、売上はむしろ減り気味である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量の減った代替品として別の仕事が来たが、やはり工数がかかり落ちる状態である。上り調子ではいかず、このまま低空飛行で年度末までいく。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・ここ2～3か月は販売量、受注量共に増えてきているが、今後2～3か月先は変わらない、もしくは減る。
		通信業（経営者）	・ここ数年、売上が下がり続けており、これ以上景気が悪化すると会社が持たない。
		金融業（経営企画担当）	・製造業においては、円高の影響や中国動向を注視している。先行き不透明感があり、積極的な設備投資等にはなかなか踏み切れない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・景気のパロメータとも言われるチラシ動向から見て、良くなっている業種が見付からない。全体的に落ち込んでおり、縮小傾向はまだ続く。
		社会保険労務士	・すでに悪い状態がしばらく続いているが、廃業まで行くところは以前より少なくなっている。今の状態がもうしばらく続く。
	司法書士	・先の見通しのある仕事が入っているわけではないので、良かったり悪かったりを繰り返しているが、今までよりは良くなる。	
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・経営者マインドが改善されず、投資抑制は当面続く。		
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず価格競争が激しい。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後は大物の仕事がほとんど無いので、少し先行きが心配である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・生産計画情報も少なく、先が読めないのが辛い。予想がつかない。	
	建設業（経営者）	・家電エコポイント制度が変更になるため、悪くなる。	
	輸送業（営業担当）	・家電エコポイント対象商品などが物流増加につながっていたが、今後は家電エコポイントの減少などにより、大分落ちる。いまだにデフレ経済に変わりなく、運賃の未納や同業者との値下げ競争にもつながっていくので、先行きは大変不安定である。	
	金融業（役員）	・当地では、自動車部品を中心とした中小の製造業が数多くあり、円高が戻りつつあることは好材料であるが、エコカー補助金や減税効果も一服感が出ており、再び、売上の減少が見込まれている。	
不動産業（経営者）	・農業、工業などの基幹産業の見通しが非常に悪ければ、表面的な景気がある程度良くなったとしても、良くなるとは考えられない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（営業担当）	・11月は10月よりもホテルの稼働は若干増えたが、2～3か月先となると、企業は景気が悪くなるイメージがあるので、経費がなかなか出ず、仕事も少なくなり、出張も控える傾向になる。不動産については、相変わらず賃料を安くという動きが見受けられるので、あまり良い状態ではなく、やや悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	・サービス業全体に言えるのだが、需要が減っているのに供給が過剰なまま、無料サービスや安売りが企業体力を減退させている。先は良くなるという感覚にすっかり慣れてしまった。
		経営コンサルタント	・飲食や食品加工など、食関連に動きがあるが、家計の消費枠の範囲内である。農商工連携の取組みも刺激があまり無く、勢いが落ちている。
	悪くなる	化学工業（経営者）	・少ない仕事の取り合いになってきており、単価の低下で利益がますます圧縮され悪い方向になるため、ボーナスを出すのが大変である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きの受注見通しが非常に悪い。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今後3か月の生産計画では12月は増えるものの、2、3月の伸び率は、これまでの10%台から2～3%に下がっている。それも国内不振で輸出頼みとなっており、不透明感が強くなっている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・どこの店でも在庫調整はすでに終わっているが、店頭で売れていないため、仕入意欲は全くといっていいほど無い。シンプルな定番品のみ動いているが、価格競争が激しいため、経営に行き詰まる会社も出てきており、売上低下と信用不安で今後ますます厳しくなる。
建設業（総務担当）		・9月決算で黒字を計上出来たのでひと安心であるものの、今期の受注金額は前年103%であるが、長期工事が多いので資金繰りに苦労するのが心配である。	
不動産業（経営者）	・取引先では、経費削減の動きが相変わらず強く、金額を下げないと毎年受注している仕事が取れないと話している。		
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・食品製造はスナック菓子から総菜まで含めて、増えてきている。商品の補充、こん包などの軽作業で、物流は動きが出てきそうである。住宅関連は低迷が続いている。
	変わらない	職業安定所（職員）	・製造業において照明器具の製造が他の地域から集約されたことや、洗濯機、電子レンジ、IH炊飯器の増産による求人が目立ったが、雇用形態は派遣や請負が大半であった。家電エコポイント制度が3月で終了することや円高を考えると、先行き不透明感が強い。
		職業安定所（職員）	・円高による先行き不安感等で、企業側の従業員採用意欲は低い。パート求人が一部増加傾向にあるものの、全体的には大きな変化が見られない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の活用人数、活用日数は減少傾向にあるものの、新たに今後の活用相談が出て来ている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人はわずかに回復傾向にあるものの、契約、アルバイト等の増加が目立ち、正社員採用は若干落ち込み始めている。企業は、労働者派遣法改正を意識して、派遣から正社員以外にシフトする傾向が顕著となっている。円高懸念が消えず、製造業の海外移転に拍車がかかり、国内求人への大きな不安材料となっている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・例年好調である福祉系の求人が予想外に増えない。この景気状況で職員が退職しない事とパート職員の増加などが理由として考えられるが、現在内定の取れていない学生が後4か月でどれほどの求人情報を提示できるかは全く読めない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・製造業の一部に受注が減少しているという話を聞いており、求人よりも求職者が若干、増加気味になって来ている。また、学卒の求人開拓も難しくなっている。
		職業安定所（職員）	・例年年末にサービス業、特に旅館やホテル関係の利用客が増加する傾向にあるものの、今年は何の企業に聞いても予約が一杯になっていない。製造業は受注減が生じているため、今後はやや悪くなる。
		悪くなる	

#### 4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計	良くなる		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
動向 関連	やや良くなる	商店街（代表者）	・当地域は来年映画口ケが予定されている。前回ドラマの口ケがあった際は全国から来街者が増加して、周辺の店は少なからず恩恵があったため、先行きはやや良くなる。		
		一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・暖かいため、今一昨年が明けるとか年を越すという感覚がなく、例年より手帳や年賀状などの出足が遅い。ただ、こういった物は間違いなく使う物なので、若干良くなる。		
		百貨店（販売管理担当）	・気温の低下に伴い、コートやジャケットなどの単価の高い重衣料の動きが活発化してきたことから、全体的に購買意欲の向上の兆しが見られるため、先行きはやや良くなる。		
		乗用車販売店（経営者）	・自動車業界は補助金終了の反動で市場が冷めてしまっているようだが、補助金の恩恵をあまり受けられなかった客が少しずつ動き出している。		
		乗用車販売店（渉外担当）	・補助金終了後、販売量が前年比30～35%落ちているが、今が底打ちとみている。今後は特別仕様車や新型車の投入により、やや持ち直すと考えている。楽観視はできないので、状況に応じて随時対策も打っていく。		
		その他小売〔ゲーム〕 （開発戦略担当）	・2月末には本命の新しいゲーム機が発売となる。今月の新デバイス発売による市場の動きから見るに、こちらも十分期待できる。		
		高級レストラン（副店長）	・来月以降の宴会予約内容から判断すると、やや良くなる。		
		旅行代理店（営業担当）	・前年同時期より顧客の動きが良い。		
		タクシー運転手	・これからもタクシー適正化・活性化法に基づく適正車両数を実現させる減車、休車の推進が進むようなので、実働日車営収増と見て、景気はやや良くなる。		
		パチンコ店（経営者）	・今が底辺の時期だと思うので、この先は必ず数字が上がってくる。しばらく台の入替えの自粛期間があったので、この期間に遊ぶのを控えていた人たちが来店するようになり、新しい台も出るので数字は上がってくる。		
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・新型インフルエンザが今年は流行らないようなので、集客が見込める。		
		変わらない		商店街（代表者）	・就職難などであおられて、世間のマインドがかなり冷えている。実際は若干回復しつつあると思うが、マインドが上向かない限り、「やや」でも良くなるとは言えない。
				商店街（代表者）	・家電エコポイントが終了し、その分消費に回ってくるのではないかとも思うが、全体的にはさほど変わらない。
一般小売店〔印章〕 （経営者）	・買物自体が大型店中心の形態になってきたような感じで、商店街での買物は非常に減少しており、このままいくと商店街自体の存続の問題にもかかわってくる。				
一般小売店〔生花〕 （経営者）	・以前は年末になってくると人出が多くなっていたが、最近では年末になってクリスマスイルミネーションをやっても客の反応がないので、先行きの景気はあまり良くならない。				
一般小売店〔家具〕 （経営者）	・先行きは今の状況と変わらない。家電エコポイント等がなくなると悪くなるのではないかと懸念している。				
一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・当店だけでなく、周辺業者を見ても良くなる傾向は無い。				
一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・今後もずっと停滞が続きそうである。				
百貨店（総務担当）	・改善につながる要素が見当たらないので、依然として厳しい状況が続く。				
百貨店（総務担当）	・2、3か月のスパンでは変わらない。ただし、株価等にも左右されるので、その動向次第で、株価が低迷すれば悪化することもある。				
百貨店（企画担当）	・来客数、販売額などが好調である一方、先行き不透明感の払しょくにつながる施策や、その他外的要因に打ち勝つほどの力強さは感じられない。				
百貨店（広報担当）	・施策に対する客の反応に変化が見られるのは確かである。前年12月から売上が回復基調に転じており、その前年実績をクリアするべく防寒用品のベストセラーの品ぞろえ強化、在庫の確保、販売体制の強化などを行っている。取引先が生産量を抑えてきているため、売れ筋商品の確保ががきとなる。				
百貨店（営業企画担当）	・天候が順調であればこの流れは継続していくが、本格的な回復の力強さは感じられない。				
百貨店（店長）	・株価は多少上向いたものの、外交問題等、政治不安が解消しないこと、中国の日本企業に対する紡績の政策絡みで商品供給が不安定なことから、先行きは非常に不透明である。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・野菜の単価が高く少し押し上げている部分もあるが、基本的に良くない状況がずっと続いている。競合店が出てきて売上に影響している部分もあるので、この先もなかなか良いほうへはいかない。
		スーパー（店長）	・年末を控えて出費がかさむ時期になるため、まだまだ節約志向が強くなる恐れがある。
		スーパー（店長）	・来店した客の様子や現状の目標数値を鑑みて、3か月後も現状と変わらない。特に安くても必要な物以外は買わないということで、チラシの特売品や安い商品は売れるが、それ以上の物にはほとんど手を出してもらえない。
		スーパー（営業担当）	・まだまだ将来に対する不安感が払しょくしきれていない。この点がやはり一番大きな問題である。
		スーパー（仕入担当）	・消費の自己防衛意識は高いままで、消費の喚起は期待できない。ノロウイルス、インフルエンザという単語を目にする機会が多くなってきており、発生による大きな影響が懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・競合店の出店が続き価格競争は激化しているが、客が低価格に慣れてしまい、販売側が売れると思う価格でも必要がなければ手を出さなくなっている。結果的に単価ダウンのスパイラルに巻き込まれてしまい、売上が伸び悩む状況になっている。
		コンビニ（経営者）	・たばこの売上が個数ベースで前年に戻ってくれば、もっと良くなる。周辺の客に支持され、来客数の多い状態が続いているので、安心してしている。
		コンビニ（経営者）	・来客数が前年比100%を超えている。たばこが大分戻ってきており、本数はまだ間に合わないが、値上げ幅が非常に大きいので、売上にプラスになると期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・円高や内需回復の遅れのため、変わらない。
		コンビニ（店長）	・デパートやスーパー等の他店を見ても、この時間なら混んでいるだろうと予測されるところが比較的空いていたりする。客はなかなか財布のひもが固く、考えて行動している。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費を上向かせるような好材料、消費者の財布のひもが緩むような施策がない。
		コンビニ（商品開発担当）	・景気回復の見通しが一向に立たないため、変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費が改善する要因が見当たらない。今のところ値引き販売しかないが、それでも集客や売上の向上は見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品は気温に大きく左右されるが、客の一部にはただ安いだけの商品に飽きが出て、国産の良い物を購入していく傾向になっている。1品単価を上げる努力をして、前年比をクリアしていく。
		衣料品専門店（店長）	・ボーナス支給後で需要は若干上がるかと思うが、その後の落ち込みを踏まえると、ほぼ変わらない。
		家電量販店（店員）	・全体的に見てどう動くかは予想が難しいが、右肩上がりには到底見込めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・補助金が終了して以来、法人関係の販売はまだ伸びているものの、個人の販売台数が低迷している。新型車の導入で多少伸びると思うが、前月同様に来場者も少なく、見通しは少し暗い。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・家電エコポイント制度の見直しによる駆け込み需要の反動があると予想されるが、新春バーゲンなどでの個人消費に期待している。
		高級レストラン（支配人）	・最近では会合の件数や来客数は前年よりやや増加しているものの、売上はほぼ横ばいという傾向にある。原因は会合の小規模化と単価の下落であり、しばらくはこの傾向が続く。
		一般レストラン（経営者）	・今年になってからも売上、客数は前年比95～98%で推移しており、100%を超える月がない。しばらくこのまま悪い状況が続くのではないかと思うので、厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・外食デフレが止まらない状態である。
		一般レストラン（店長）	・ボーナスも貯蓄やローンで消えてしまい、飲食にまで回ってこないという話なので、2～3か月先も大変厳しい状況は続いたままである。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量推移も大きな変化はなく、前年と変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年同時期と比べ、結婚披露宴の販売、予約件数が非常に悪い。今年度内、3月までの件数も前年を下回るような非常に厳しい状況である。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル(スタッフ)	・2～3か月先の宴会取込人数は前年同時期並みである。レストランの予約取込人数は前年同時期を10%前後オーバーしているが、店によりバラつきがあり、今月に入ってからの予約も伸びていない。また、予約が無い当日の来店客は大幅に減っている。宿泊は競合ホテルがネットで安い料金を出すと予約が下がる傾向にあり、体力の消耗戦が続いていく。
		旅行代理店(経営者)	・ホテルや旅館業等の組合に属さず、独自の送迎バスを運行したりしているホテルが多くなってきている。客が安く泊まればそれで良いという傾向に向いてしまっているため、先の見込みは良い方に向いているとは思えない。
		旅行代理店(従業員)	・業務性の海外渡航が中心であり、企業業績及び景況感の回復が弱いから、同じような状況が続く。
		旅行代理店(支店長)	・一番の懸念材料は韓国と北朝鮮の問題である。当店には影響が出ていないが、2回目の攻撃に基づいて客から問い合わせや、他の支店では実際に中止といった話も入っている。韓国は身近な海外ということで非常に人気があるため、その分の需要が無くなるかどうかというのは懸念材料として非常に大きい。「変わらない」としたのは、国内がそれに変わって出てくると考えているからで、全体的には同じである。
		タクシー運転手	・雇用に対する不安感が払しょくできていないため、節約傾向は続く。
		タクシー運転手	・今までの回復が天候ではなく本格的な回復によるものか、あるいはタクシー適正化・活性化法により減車の効果が表れたものかまだよく分からないが、見通しとしてはまだ暗いものがある。
		通信会社(経営者)	・中小企業は、円高で今までの景気上昇も吹っ飛んだ感じがある。また、家電エコポイント需要も無くなるので厳しい。
		通信会社(営業担当)	・あと数か月は集合住宅のデジタル対策需要が続く見込みであり、契約数も堅調に推移する。
		通信会社(営業担当)	・顧客が消費に消極的であり、地上デジタル放送対策も助成金等を当てにしている客が多い。
		通信会社(営業担当)	・地上デジタル放送化の影響は加入増にも寄与するが、それ以上に解約増加につながる。
		通信会社(支店長)	・今後、ユーザーが厳しい目線でインシャルコスト、ランニングコストを見てくるので、それに対応するために各社のしのぎ合いが継続される。
		通信会社(局長)	・政治的不安感の高まりもあるので、様子見の状況は変わらない。
		通信会社(営業担当)	・地上アナログ放送終了が迫ってきており、デジタル多チャンネル契約については順調に推移すると思われるが、他社への切替えや解約に関しても増えていく。
		通信会社(管理担当)	・来年7月の地上デジタル放送化までは、しばらく今の状態が続く。
		その他レジャー施設 [ホール](支配人)	・デパートでは衣料品が好調で前年を上回っているようだが、公演の前売りへの反応は悪く、買い控えが顕著となっている。まだしばらくはこの状況は変わらず続く。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・8月以降回復基調にあったが、9月をピークに下がり続けている。とはいえ、今期の状況を鑑みても現在は底値の状態であり、これ以上下がることは考えにくい。現在までの推移を考えると、次の回復基調までは2～3か月を要する。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・ホテルの宿泊単価を向上させるためには、マーケティング施策を継続的に実施するしかなく、景気回復による効果を期待できる状況ではない。
		その他サービス[立体 駐車場](経営者)	・来客数、周りの様子共に、ここ数か月悪いままで良くなる兆しが無い。
		設計事務所(経営者)	・過去1年間を見ても大きな伸びや沈みがなく、先が見えない状態が続いている。建設業は悪いと言われている中で、当事務所では何とか入札で大きな仕事が取れたが、それ以外には目立って新しい仕事生まれる様子もない。
		住宅販売会社(従業員)	・仕入れができていないこともあり、在庫数に限りもあるので、今後3か月先も今月とあまり変わらない。
		住宅販売会社(従業員)	・住宅ローン金利、ローン減税等の税制に変化はなく、景気の変化は期待できない。
		住宅販売会社(従業員)	・来年度の住宅取得に関する特典にインパクトのある目新しいものが出ない限り、厳しい状況は変わらない。
		住宅販売会社(従業員)	・住宅購入に対する新たな制度がないので、景気動向次第である。
	やや悪くなる	一般小売店[和菓子] (経営者)	・エコカー減税や家電エコポイント等で大きな買物をしているため、今後の消費は多少冷え込む。年末年始の贈答に関しても、単価、販売点数等が下回ると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・家電エコポイント製品が集中的に売れているようだが、業界では何の恩恵もなく、むしろ負の傾向が強い。
		一般小売店〔靴・履物〕 (店長)	・給料が上がらず、増税などで可処分所得が増えるような状況にはないので、先行きは本当に悪くなるのではないかと心配している。
		百貨店(広報担当)	・株価の1万円超えなど、一時的に景気上昇の気配があるように見えるが、企業景気の回復は人件費縮小が前提で、賃金は低下したまま、就職難もそのまま、加えて朝鮮半島の緊迫化、日本政権の不安定など、好材料は全く無い。客の節約志向はまだ続く。
		百貨店(営業担当)	・良くなることはない。せいぜい現状維持が精一杯である。実質的に秋物が飛んでしまい、秋冬物で考えると単価、数量共に、前年を大きく下回することは必至である。その後、アパレルメーカーの力が落ちることと、小売業者も中国事情により、利益を減らして価格維持していかなければ販売に結び付かない。よって、先行きは悪くなる。
		スーパー(店長)	・毎年所得減の中、年末年始と出費が多く、家電エコポイントの駆け込みで前倒しでの買物も多く見られ、この先家計は節約モードになる。
		スーパー(総務担当)	・円高も含めて、投資もなかなかうまく進んでいない状況の中で、小売業の買物に使う1人1人の所得が増えていないため、先行きは暗い。買物しづらい状況だということが、客の買い方、客数から見て取れる。
		スーパー(ネット宅配担当)	・年末商戦はある程度高い水準で推移すると予想しているが、年明けからは低単価商品が多く出回る様子であり、客単価の低下による売上減が懸念される。
		コンビニ(経営者)	・新規商品の寿命が短く、客の志向がつかみにくい。また価格にも敏感で、販促値下げを打ち続けなければならず、先が大変不安である。
		衣料品専門店(営業担当)	・この先冬物、重衣料など単価の取れる物がセールになるが、冬の定価品の動きを見ていると勢いはなさそうである。より良い商品もメーカーが持たない、作らない時代なので、半額でも売れる良い品探しが難しくなりそうである。
		家電量販店(経営者)	・エコポイントの条件変更が12月1日と1月1日に予定されているため、対象品目の伸張率が少しずつ低くなる。
		家電量販店(営業統括)	・エコポイント関連3商品については確実に落ち込む。また、その分を稼ぎ出せる大型商品が見当たらないことから、全体的に大きく落ち込む可能性も十分ある。
		乗用車販売店(総務担当)	・整備車の入庫がぼちぼちあるが、新車登録のじり貧に伴い、整備入庫も減ってくる。新型車投入も活性化につながらない。EV車の投入に多くの人が興味を持ち、実用化が進めばよいが、そのためには政府にも購入促進をバックアップして欲しい。
		一般レストラン(経営者)	・12月の予約状況等を見ると、3か月後も回復する兆しが無い。同業者も消費者も安さばかり追い求めており、良くなる兆しは感じられず、本当に厳しい。
		一般レストラン(スタッフ)	・良いということはない。当店はまだ持ちこたえているが、他はどこも人が入っていない。どんどん悪くなる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・見込み客の来館が減少しており、来年度の受注率は前年比で2割落ち込んでいる。
		タクシー(団体役員)	・個人消費の節約傾向が今後も続く限り、タクシー利用客が増える要素はなく、先行きは現状よりもやや悪くなる。
		通信会社(経営者)	・インターネット獲得のための集合住宅双方向化工事が遅れており、営業マンへの物件供給がままならない状況が続いているため、やや悪くなる。
		遊園地(職員)	・景気回復が期待できるような状況が見られない。
		その他サービス〔保険代理店〕(経営者)	・自分自身の身の回りの景気は、ある程度個店の努力によって持ちこたえられると思うが、全体の先行き不安がより一層高まり、景気の冷え込みが加速する。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・2学期からの入塾者数はほぼ前年並みであるが、家庭の事情で辞める生徒が前年よりも多くなっている。
		設計事務所(所長)	・官民共に新築物件が激減している。ほとんどが増改築や耐震補強の工事、診断等であるため、これから景気が上向きになるとは思えない。業者が年々増える一方で、少ない仕事の取り合いで低価格競争にますます拍車がかかっている。
		住宅販売会社(従業員)	・展示場への来場者数が減っている。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・エコポイントが終わると売上が減る。来年が心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・エコポイントで先取りした需要の反動が出る。ただし、アンテナ工事などの需要はもう少し続く。
		衣料品専門店(経営者)	・セールの前倒しでセールが長期化し、年明け以降の商材、売上が不安である。
		衣料品専門店(店長)	・現状、需要の先食いをしているのに景気全体が前年割れの状況であるので、工場の減産等が始まる来年は、給与収入の大幅減は明らかである。よって、悪くなる。
		家電量販店(統括)	・特需の反動が来るので、年明け以降は厳しい。
		家電量販店(副店長)	・エコポイント制度変更、終了に伴う消費者の購入意欲の低下が考えられる。
		乗用車販売店(店長)	・補助金終了以降、大量のバックオーダーがカバーする形で総受注はある程度確保できていたものの、今後は売上が非常に厳しくなっていく。住宅ローンの引き上げや政局の不安定と、良くなる要素があまり見えてこない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕(経営者)	・大手の競合店2店の出店が決まった。狭い地域で客を取り合うことになるので、悪くなる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・毎年、今が一番売れる時期なのにこれだけ売れないのでは、年明けはもっとひどいことになる。
		旅行代理店(従業員)	・期待される冬場の北海道スキーツアーは、以前のような人気がなくなってきており、団体1件当たりの人数も少なくなっている。国内団体旅行は前年比60%を割っている。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業(経営者)	・この先は繁忙期に入るため、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・法人関係は横ばいかやや減っている程度だが、店頭に来る客の注文が増えている。
		一般機械器具製造業(経営者)	・来月から新しい受注分が動き出すが、現在対応している分の収益が今よりも甘くなると新しい分が入っても売上が変わらないので、その点が心配である。
		その他サービス業〔警備〕(経営者)	・公共工事の他にマンションの警備等も増えているので、やや良くなる。
	変わらない	食料品製造業(経営者)	・取引先の様子から、とりあえずしばらくは変わらない。
		繊維工業(従業員)	・繊維業界では数か月先の納期となるが、底のまま年を越してもなお、受注すら来ない状況が続く。
		化学工業(従業員)	・少し販売量が増えているが、継続するとは思えない。また、客先も良くなる気配はないと言っている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・3か月先に、特に良くなるという要因は見当たらないので、基本的には変わらない。
		金属製品製造業(経営者)	・小ロットの機械加工部品でも、加工難易度が高く、低価格でなければ受注できなくなり、海外へのシフトが一層進んでいる。
		金属製品製造業(経営者)	・2、3か月の短期的には、現状がそのまま続く。中長期的に見れば、この円高等が改善しない限り日本での生産は減っていくので、現地生産が増え、製造業に限っては景気が悪くなっていく。ただし、この2、3か月は得意先の大会社も急には変えられないので、変わらない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・ビルの改装に伴う空調設備の入替えが入っており、結構忙しくなる。
		その他製造業〔靴〕(経営者)	・当社の得意先では、悪ければ悪いなりに何か仕事を見付けてきているという状況が定着してきている。当社の取引先では当分そのような状況の中にあるが、社会的な問題については難しい。
		建設業(経理担当)	・大手ゼネコンが、地元の中小企業では考えられないような価格で地域の大型物件を次々と受注している。大手が低価格受注をしている限り、中小企業にはその次に回ってくるような仕事が来るとも思えない。
		金融業(役員)	・円高の不服感はあるが、それ以外に景気が上昇する大きな要因は見当たらない。エコカー補助金等の政策がいったん終了したことなどを考えると、この先上昇していくともなかなか考えにくいので、変わらない。
		不動産業(従業員)	・契約成立は住宅地であり、工業用地、商業用地の引き合いは非常に少なく、また成約率も低い。
		不動産業(総務担当)	・新規に入居したいというテナントからの問い合わせは多少増えてきたが、空室を大幅に埋められるまでには至らない。まだ我慢の時期が続く。
		広告代理店(従業員)	・仕事の件数はさほど減ってはいないが、入札、見積合わせ等が多く、利益率があまり良くなってこない。
		広告代理店(営業担当)	・社会情勢の不安から、あまり冒険もできない状況だと思うため、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者)	・同業他社とのデフレスパイラル現象がしばらく続きそうである。
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・家電エコポイントが来月から半減するこの時期に、インターネット、テレビのセット導入が進んで来ないため、これ以上の増加は見込めず、先行きの伸びが見込めない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・どこの顧客も年末から年始に掛けて新規企画の予定が全くないため、厳しい状況が続く。
		金属製品製造業(経営者)	・新しい得意先の開拓で取引ができそうになっている。これをしっかりした仕事にして、長い取引ができるようにし、先の仕事を確保していきたいが、このままの悪い状態が続くそうである。
		輸送業(経営者)	・何とか良くなってもらいたいという気持ちで毎日過ごしているが、今の調子では全く先が見えない。我々零細企業はいつ倒産しても不思議ではない。
		輸送業(所長)	・直接的ではないが、家電エコポイント終了などによる影響が、徐々に始まっている感がある。来年になれば更にその影響が大きくなる。
		輸送業(総務担当)	・このままでは、年末から年度末に掛けて、安定した出荷量が期待できない。過去の年末から年度末とは全く違う荷動きで、不安である。
		金融業(支店長)	・日銀が金融緩和(ゼロ金利政策)を維持しているにもかかわらず、企業の資金需要は一向に盛り上がらない。当面厳しい状況は続く。
		金融業(支店長)	・客に来年度の受注予測を聞くと、今年度よりも大幅に減少するという予測が多い。また、円高の影響を受けている客も多い。金融円滑化に関しては、条件変更先の客の倒産又は自己破産が相次いでおり、今後も厳しい。
		不動産業(経営者)	・客が減って全く見通しが立たない。
		広告代理店(経営者)	・一時期、下り坂が緩まったかという観があったが、直近ではまた別の下り坂に入った感じがあるため、やや悪くなる。
		広告代理店(従業員)	・受注量が減っているため、やや悪くなる。
		経営コンサルタント	・経済対策の空白のみならず、不安感の増加がある。アメリカの回復の遅れもあり、やや悪くなる。
		その他サービス業〔映像制作〕(経営者)	・年度末に向かうが、顧客の今の様子などから、発注を控える傾向が感じられる。
その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・韓国、北朝鮮の世界情勢に懸念があるため、やや悪くなる。		
悪くなる		出版・印刷・同関連産業(所長)	・景気もそうだが、業界の状況も照らし合わせて考えると、ペーパーレス時代の波が大きく打寄せてきていると感じる。印刷自体は無くならないと考えるが、体力の無い企業はどんどん淘汰されると思うため、悪い状況は更に続く。
		建設業(経営者)	・建設関係は、来年は今まで以上に冷え込むのではないかと心配している。下請企業でも若手の人材が入らず、高齢化して廃業に至っているところも出ている。特に躯体(くたい)関係の業者に多く聞く。
		輸送業(経営者)	・年末年始の特需には期待ができない。年末年始の休日の増等を考えると稼働日数が減少し、また、今年の取扱量の動向を考慮すると、悪化の傾向が予想される。
		金融業(渉外・預金担当)	・やはり良い材料が見当たらない。物は売れているし、価値のあるものはそれなりの値段でも売れている。しかしそれだけでは、周りに波及するほどの効果はない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・円高の影響が大きい。
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・年明け3か月後に支店、営業所を作るというので募集を掛けるというオファーが何件も来ている。在来企業も新しく工場を建てるとか営業所展開をすとか、様々な前向きな計画が出ているため、それを考えると相当な伸びが期待できる。
	やや良くなる	人材派遣会社(支店長)	・エコ関連業務や地上デジタル放送関連業務で繁忙が見込まれるため、求人の増加が予測される。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・製造関連企業の業績に注目すると、自動車の国内販売が減少し、海外市場と不安要素があるため、景気下振れを懸念している。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・3、4月に向けては求人需要の回復が進むと思うが、まだ時間が掛かりそうである。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・求人の動きは特に変わっておらず、今後も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末に向けて非正規社員の採用ニーズが高まって募集が増え、特に派遣社員の募集広告が増えている。逆に、忘年会に向けた飲食業のアルバイト、パート採用があまり増えていない。季節ニーズが見込める業界の動きが年末は薄かったため、年明け以降に急激に動きが変わるとは思えない。	
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数の低調な動きに変動はなく、雇用形態がパート、アルバイト中心であることや、求人業種で堅調なのは医療事務関連、看護、介護、保育などであることも変わっていない。年末年始の短期求人の案件も少なく、厳しい状況が続く気配である。	
		職業安定所（所長）	・平成23年3月卒業予定者の就職内定状況が、前年度同様に厳しい。企業の採用マインドは低く、今後の景気回復への不安の表れである。	
		職業安定所（職員）	・受注量の増加から休業規模を縮小する事業所、休業を実施しない事業所が見られるようになってきているものの、大きな変化はない。	
		職業安定所（職員）	・求人数は以前と変わらず少ない状況にあり、特に製造関係や事務職の求人が少ないため、今後も就職者が増えるとは予想できない。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・明るくなる端緒も見えない。	
		民間職業紹介機関（職員）	・大きく変化する可能性がある要素は見当たりにくい。C I値を見る限りでは、失速が少し懸念される。ただし、2、3か月という期間では変わらない。	
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・新規募集等、人員採用の動きに活気は戻らず、採用予定数も伸びはない。		
	やや悪くなる		人材派遣会社（営業担当）	・現在は年末調整に絡む短期的な業務での採用があるが、年内で終了する。また、例年2月ごろは求人数が減る傾向にあり、採用者数は減っていく。
			人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増減は変更ないと思うが、新規採用における請求単価の低下が拡大するため、全体的な売上は減少の方向である。
人材派遣会社（支店長）			・法規制や景気悪化懸念を背景に、派遣ニーズは一時的な上下があるにせよ、横ばいである。	
職業安定所（職員）			・家電エコポイント終了後の消費意欲の低迷、円高や生産調整等の不安要素があるため、やや悪くなる。	
	悪くなる			

### 5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計動向 関連	良くなる やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・お歳暮の早期出荷状況は前年を上回っており、最終の着地点に不安があるが、手ごたえは前年を上回る。	
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・この地域の観光客は大きく増え続けており、この流れは今後も続く。	
		百貨店（営業企画・販売促進）	・まだ気温が下がりきっていないにもかかわらず、来客数は前年を上回っている。今後シーズンが深まるにつれて、より良くなると見込まれる。	
		スーパー（店員）	・野菜、果物など全般的に、天候不順の影響からか価格はやや高めである。これから年末に向けて、果物の主力はみかんとなるが、現時点では前年よりも価格がやや高い。前年から外食よりも家で少しづつをという傾向があるため、小売店ではやや良くなる。	
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の回復と店内企画に対する客の反応から、最悪期からは脱している。今後はやや良くなる。	
		乗用車販売店（経営者）	・年末から年始めにかけて人気車種のフルモデルチェンジがあり、今後はやや良くなる。	
	変わらない		商店街（代表者）	・客は必要最小限の物しか購入しないため、販売量、売上の増加にはなかなか結び付いていない。この傾向は今後も続く。
			商店街（代表者）	・今月はやや良くなってきているが、このまま右肩上がりに良くなるかは疑問である。客単価は上昇していないが、購買数は増えてきているため、販売量の微増は見込める。
			一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客との会話の中にも、閉塞感を感じ取れる。食品関係では、低価格品へのシフトや余分な物の買い控えの傾向は、今後は一層強まる。
			百貨店（売場主任）	・客の価格に対するシビアな姿勢は、今後もまだ続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・パーゲンでの売上は好調であるが、定価品が動くのは難しい。今はクリアランス待ちの客が多いが、クリアランスが始まって前年並みが精一杯であり、まだまだ厳しい。
		百貨店（経理担当）	・外商部門は健闘しているが、店頭売上はまだ不調である。この傾向は今後も続く。
		百貨店（店長）	・現状は気候に影響されているため、今後も改善はあまり見込めない。
		百貨店（販売担当）	・1月は初商による売上が見込まれるものの、最近の客の財布のひもは固く、2月以降の売上はかなり厳しくなる。セールスの延長やイベント等の企画も行われるが、楽観視できない。
		百貨店（販売担当）	・消費者は長引く不況にも慣れており、よほど大きな情勢の変化がない限り、今後も消費者マインドは変化しそうにない。
		百貨店（販売担当）	・先行きは非常に不透明である。生活必需品やプレゼント、特別品は継続的に購買されるが、ファッションに関しては定番商品や長く使える丈夫な商品への志向性が強まる可能性がある。トレンドの変化や新商品に対する反応は、ますますシビアになっていく。
		スーパー（経営者）	・年末に向けて活気が良くなると予想される反面、大手同士の激しい競争の中で、中小小売店の売上は現状とあまり変わらない。
		スーパー（経営者）	・家計所得が増えないため、支出も増えない。節約志向は、まだ続く。
		スーパー（店長）	・単価下落の傾向が改善する兆しは、今のところあまりない。ただし、大きく悪化する兆しもない。
		スーパー（店長）	・何かの記念日にはビールを飲むが普段は第3のビールというように、日頃は低価格品で満足する状態が定着しつつある。そのため、今後も単価は回復しない。
		スーパー（販売促進担当）	・お歳暮シーズンが始まったが、固定客でも商品単価の低下や購入件数の減少傾向がみられる。百貨店から他へと切替えた客も見受けられる。今後も厳しい状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・お歳暮、クリスマスケーキなどの予約商材は、前年と比べて非常に悪く、客は買い控えている。ただし、今が底であり、厳しい状態がしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税の影響は徐々に弱まり、売上は引き続き少しずつ良くなる。
		コンビニ（店長）	・街の人通りや単価の動きは、今後も以前とほぼ変わりなく推移する。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数は回復傾向にあるが、今後改善する兆しはない。
		衣料品専門店（経営者）	・先行き不安のため客の財布のひもが固い状態は、今後も続く。
		乗用車販売店（従業員）	・今後も、悪い状態で変わらない。ただし、家電のエコポイント制度も終了すると、景気はもっと悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・今年は例年のようなボーナス需要が全く見られないため、最近発売された新型車両に期待を寄せている。しかし、店頭への来客数はあまり良くない。後は年度末に向けて、他社でも新型車を発表してくる。それによって客が少しでも車に関心を持ち、市場に活気が生まれることを見込んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	・販売台数の回復に向けて、次々とてこ入れを始めている。しかし、エコカー補助金によって今後の販売台数を先食いした感があり、大幅な回復や目標達成は見込めそうにない。今後もアフターサービス商品に重点を置き、取り組んでいく。
		住関連専門店（営業担当）	・各企業の設備投資に加えて住宅関係もほとんど横ばいであるなか、リフォーム工事だけがプラスになっている。ただし、新築住宅は、低価格でも付加価値は上昇してきており、建築業界もデフレが非常に厳しくなっている。この状況は今後も続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・最近、家族客に支えられている。法人やサラリーマンの動きは相変わらず低調である。今後もこの状況は続く。
		観光型ホテル（販売担当）	・忘新年会など、最低限の予約は確保している。しかし、今後新たな動きが出てこない限り、心配も出てくる。年明け以降の個人の宿泊状況は、前年同期比で良くない状況にある。
		都市型ホテル（従業員）	・予約状況は、今後も変わらない。
		都市型ホテル（支配人）	・企業の決算状況が改善しているため、出張は増加する可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・北朝鮮や尖閣諸島の問題の影響で、中国、韓国の旅行は減少する。中国からの旅行者も減少する。ただしその一方で、円高も手伝って、他のアジア地域への旅行は、以前の旅行者数へと回復する。
		タクシー運転手	・悪いなりに横ばいの状態が長く続いている。今後も同じ状態が続く。
		タクシー運転手	・夜の街では、タクシーを利用しないことに慣れてしまっている。この傾向は今後も続く。
		通信会社（サービス担当）	・映像サービスの提供エリアの拡大で、申込件数は引き続き増加する。
		テーマパーク（経営企画担当）	・今年の冬は寒くなるとの長期予報のため、前年並みかやや悪くなる可能性がある。
		ゴルフ場（企画担当）	・11月まで暖かい日が続いていたが、それでも良い結果は出ていない。これから一層寒くなるが、予約数を見る限りでは、雪でも積もらない限り、極端に悪くはならない。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・消費者マインドが好転する要素は見当たらない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・家電エコポイント制度の特需により、対象商品の売行きは良い。しかし、終了後の落ち込みが懸念される。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客はお歳暮を早期割引で安く買っているため、景気は良くない。また、これはエコポイント制度と同様に将来需要の先食いであるため、今後はやや悪くなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・国外では近隣諸国との関係が難しくなっており、国内でも冬のボーナスの増加は見込めないため、年末商戦の見通しは暗い。前年実績にどれだけ近付けるかが問題である。全体的に客単価が低いため、景気回復はまだ先である。
		百貨店（営業企画担当）	・前年12月以降は景気の回復基調が顕著であったが、今年はその逆であり、来客数や単価の動きは鈍化する。
		百貨店（経営企画担当）	・年末年始までの消費は良いかもしれないが、先行き不透明感から、2、3か月後にはこの反動が表れる。
		スーパー（販売担当）	・消費者は年末年始にお金を使うため、その後は引き締める。
		家電量販店（店員）	・家電エコポイント制度の終了後に反動が出て、売上の減少は避けられない。
		乗用車販売店（従業員）	・例年ならば、1、2月は増販期である。しかし今の状況を見ると、今後は新車効果さえも期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・世界情勢の不安定化もあり、買い控えは今後も続く。外食もぜひとくということ、どんどん減っていく。
		都市型ホテル（経営者）	・円高、株安に伴う国内製造業の空洞化が、ビジネスの宿泊客数の減少につながっている。回復傾向は見られない。
		旅行代理店（従業員）	・ボーナスは家計の赤字の補てんに使われるため、旅行やレジャーにはなかなか向かわない。
		旅行代理店（従業員）	・尖閣諸島や北朝鮮の問題により、冬場のドル箱であるアジア旅行があまり期待できない。前年は新型インフルエンザの流行が一段落し、特に韓国ソウルへの激安ツアーで飛行機、ホテルは連日満席、満室であったが、今後は不安が大きい。
		通信会社（企画担当）	・更なる競争激化、家電エコポイント制度の縮小などから、今後は一段と厳しくなる。
		テーマパーク（職員）	・これまで消費は家電、自動車等の高額商品に向かったため、レジャーなどはしばらく控えられる。
		パチンコ店（経営者）	・商圏内の客層が高齢化してきているため、今後は徐々に影響が出てくる。
		理美容室（経営者）	・客の話では、仕事は始めているが、給料に反映されていない。そのため、今後も良くならない。
		設計事務所（経営者）	・住宅案件は、ここしばらく全くない。計画案件もない。その他の仕事で頑張らないと、事務所の存続も危ぶまれる。
		住宅販売会社（企画担当）	・住宅購入を相談する客の話では、賞与が減るとか出ないかもしれないなどといった先行き不安のため、大きな買物の決断はなかなかできない様子である。当分このような状況が続く。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・客からの問い合わせ件数が減っている。
		悪くなる	
スーパー（経営者）	・客や地元企業の経営者との会話では、全く先が見えないとの話ばかりが聞かれ、今後に対して非常な危機感がある。特に地元のオートバイ関係の製造業は大変になる。		
スーパー（店長）	・3か月後には、1キロ以内に競合店が新たにオープンする。オープン前になると、近隣客では買い控えが発生する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・たばこの売上が激減しているが、今後も増税前にまでは戻らない。
		コンビニ（店長）	・酒のつまみも、100円以下の商品しか売れなくなっている。今後も厳しい状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・明るい話題がない。近隣には職人が多いが、仕事待ちで休みという日が時々あると聞いている。今後も厳しい状態が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界では、商品購入に目立った動きはなく、今後の流れは悪くなる。今のところ、良くなる要素は見受けられない。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・相変わらず景気は悪く、低価格志向は一段と強まっている。今後も販売量、売上共に落ち込む見込みである。
		スナック（経営者）	・2、3か月先は例年落ち着いた時期であるものの、客からは賃金カットやリストラの話がまだ聞かれるため、飲食店などでは一層厳しい状態となる。
		旅行代理店（経営者）	・エコポイント制度は、旅行業界にとってはあまり恩恵がなかった。消費者はエコポイント目当てで家電や自動車にお金を消費したため、旅行支出は当分控える傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・家電エコポイント制度の終了に伴い、今後の景気は悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・先行き不安や所得の減少などにより、客は買い控えている。この状況は今後も続く。
		企業動向関連	良くなる
一般機械器具製造業（営業担当）	・北米の客の多くは1月から会計年度が変わるため、今年引き合いがあっても予算の都合で延期されていた案件が、発注される可能性が高い。		
やや良くなる	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）		・取引先企業では設備投資が増えてきており、今後は良くなる。
	輸送業（エリア担当）		・現在、荷物量は発着共に異常なほど伸びている。前年に同業他社が大失敗をしたため、百貨店関係の荷物が相当流れている。この傾向は今後も続く。ただし、荷物が大きくなり、単価の下落も続いているため、利益と輸送コストのバランスは悪くなっている。そのため、扱い個数は伸びても利益はあまり伸びない。
変わらない	金融業（従業員）		・周囲の自動車関連企業では、以前と比べて仕事量が少しずつ増えてきており、景気は多少上向いてきている。この傾向は今後も続く。
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）		・新規需要がなく既存の需要のみであるため、あまり良くない状況が今後も続く。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）		・取引先企業では、好調な店とそうでない店との差が拡大してきており、広告出稿量全体では減少している。この傾向は今後も続く。
	窯業・土石製品製造業（社員）		・大幅な受注増につながりそうな商品がない。効率は良くないが、多品種をこなしていくという状況が続くそうである。仕事量が多く、在庫を作る余裕もない。
	電気機械器具製造業（営業担当）		・やや円安傾向にあるが、期初と比べれば好転しているとは言えない。そのため、今後も現状並みで推移する。
	輸送業（経営者）		・製造業では、既に生産量の調整を行っている様子である。流通業では、これ以上の価格低下はないものの、消費の急増もない。
	輸送業（エリア担当）	・例年ならば荷物量が増える時期にトラックの通行量や荷物量が増えていないため、先行きは横ばいまたは悪化する可能性もある。	
	輸送業（エリア担当）	・荷動きは、一部を除いて非常に悪い状況にある。ただし、道路の公共工事に伴い、トラック、トレーラーで運搬するセメント類の輸送が少し回復している。	
やや悪くなる	金融業（企画担当）	・企業利益が回復していないため、従業員の給料、ボーナス等も増えず、個人消費も増えない。当面は現在のような景気が続く。	
	広告代理店（制作担当）	・来年になっても、数量や価格は抑えられる。今後も我慢が続く。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・流通、サービス業の折込広告量は前年を上回っているが、不動産広告の落ち込みが著しい。この傾向は今後も続く。	
	食料品製造業（企画担当）	・販売先である中間流通業者では、低単価商品が売れているとのことである。中期的には原料である砂糖、小麦粉などの値上げがあるが、販売価格への転嫁が難しい状況にあるため、業績は厳しくなる。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・家電エコポイント制度の縮小や円高の影響などによって、受注量、販売量は減少する見込みである。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（従業員）	・業界は過当競争気味であり、価格の安定は今後も見えてこない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の売上に減少傾向が見られるため、今後全体の受注量は減少する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社は海外向けの製品が多いが、現在生産している製品が最終である。円高のなか、今後の仕事を確保ができるか不安である。ロット毎の価格競争で、他社の見積額を提示されたりと、単価については非常に厳しい状況が続いているため、今後は若干落ち込む。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自動車、電機向けは、政策効果が減少する。その一方で、情報関連向け、中国など海外向け、工作機械などは良くなる。全体的には、若干落ち込む見通しである。
		金融業（法人営業担当）	・エコカー補助金の終了と家電エコポイント制度の縮小により、個人消費は盛り上がり欠ける。企業でも、売上の減少から、コスト削減に注力するようになる。年越しの資金繰りの悪化から、零細企業の倒産増加が懸念される。
		会計事務所（職員）	・地元の繊維関係業者の話では、これまで中国に縫製を依頼して日本に輸入してきたが、最近は中国でも工賃単価が安くロット数が少ない仕事は引き受けてもらえないとのことである。中国でも、製造業は繊維関係から自動車関連へとシフトしている。日本の中小企業は、今後一段と厳しくなる。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・エコカー補助金の終了と家電のエコポイント制度の縮小に伴い、今後は反動減が出てくる。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少している。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・円高によって、輸出が難しくなる。それに伴い、売上は減少していく。
		輸送業（従業員）	・内需が停滞しているため、物流も低迷している。物流業界では、業者間の競争が激化しており、運賃は下落傾向にある。大手は新しいサービスを低料金で提供するが、中小の業者では運賃を下げて荷主を確保するのがやっとの状態である。また、燃料価格が依然として高止まっており、業界ではどこも厳しい経営を強いられている。
不動産業（経営者）		・年末にかけて資金需要が増えるが、客との成約は難しいため、経営は悪化しそうである。	
経営コンサルタント		・ファミリー層は所得が不安定なため、住宅を購入する動きがない。住宅を買うとすればリタイア層しかいないため、都心のマンションしか売れず、需要に広がりが出てこない。住宅販売が減ると雇用も増えず、消費も上向いてこない。地元の居酒屋や商店街の売上も減少しており、地方経済は悪い方向に向かっている。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営企画）	・今年度の研究開発需要は緩やかながらも増加傾向が続くため、技術者派遣需要も増加傾向が続く。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用が徐々に増加してきており、今後はやや良くなる。
		人材派遣会社（支店長）	・大手自動車メーカーなどでは、直接雇用への切替が400名規模で発生する。人材派遣業ではその分の売上は減少するが、この先3か月間は回復基調が継続する。
		職業安定所（所長）	・求人の増加傾向は、今後も続くと思込まれる。
	変わらない	アウトソーシング企業（エリア担当）	・来年3月までは、現在の悪い状態が続きそうである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞求人広告の動きを見ると、円高が当地域の主力産業である製造業に影響を与えており、底ばい状態は今後数か月間は続きそうである。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加傾向は、今後も変わらない。ただし、家電エコポイント制度の縮小による製造業への影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・現状では、新規求人数の上昇率よりも、新規求職者数の上昇率のほうが高い。そのため、先行きは横ばいであると見込まれる。
		職業安定所（職員）	・周辺企業の話では、景気は上向いていない。求人数が増えても求職者数も増えていくため、今後も変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は、6か月連続で前年同月を上回っている。しかし、派遣社員や臨時社員は増加しているが、正社員求人の割合は伸びていないため、厳しい状況にある。この傾向は今後も続く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・将来に向けた求人数が、徐々に増えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・追加求人については底を打っているが、大手企業を始めとする年間採用計画については、まだ本格的な上向き傾向は感じられない。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・天気の長期予報によれば冬場の気候は前年より寒くなりそうなので、クリスマス、年末年始は良くなる。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・客単価が少しずつ上昇する傾向にある。
		百貨店（営業担当）	・ファッション関連がやや盛り上がっているというのが実感である。そろそろ財布のひもを固くしているのに限界がみられ、それが購買行動に反映している。ボーナス商戦、年末年始商戦に明るい兆しがみられる。
		スーパー（店長）	・生活必需品を中心に買い回り頻度は上昇し、景気はいまだ底には至っていない。家族帯同での買物動向やエリア特性のハレの日などの儀式関係商品への消費は変化していない。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・基幹産業である機械系、繊維系の大手メーカーの仕事量の増加につれて、これらの会社に勤めている客の財布のひもが少しではあるが緩んでいるように感じる。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の新品も出そろい、客の選択幅も広がるのではないかと予想される。
	変わらない	商店街（代表者）	・ファッションに対する購買意欲に大きな変化がみられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・急激な上昇は望めないが悪化する様子は以前に比べ薄らいでいる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・大きなきっかけがない限り、大半の人の購買に関する動向は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・高い年齢層の消費が堅実になっている。また、しばらくの間は歳時記での消費が期待できる。
		百貨店（営業担当）	・セール時期に入るが、曜日回りの関係もあり前年に比べると来客数の伸び悩みが見込まれる。また、客の買物の仕方を見ると、たくさんのショップは見て回るが結果的にはたくさん購入しない傾向は変わらない。
		百貨店（売場担当）	・消費者の消費意欲がわいていない。
		スーパー（店長）	・家電エコポイントの駆け込み需要の影響を大きく受け、制度変更後は来客数減少が予想される。また、これまで同様自社カードのサービスデーに客の買物が集中する傾向に変化はない。
		スーパー（店長）	・冬のボーナスも増える見込みがなく客単価も下がっているため、景気回復の見通しがない。
		スーパー（総務担当）	・低成長経済の中で、必要なものしか購入しない傾向は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・近くのドラッグストアでは同じ商品をさらに低価格で販売している。価格に敏感になっている客は、ドラッグストアに出向いて購入していると聞いている。これでは売上が増加する要因がない。
		コンビニ（経営者）	・年末プロモーションに対する客の出足は鈍く、良くなる要素は見当たらない。しかしながら、これ以上落ち込むことはないのではと漠然とではあるが感じている。
		コンビニ（店舗管理）	・たばこの売上が前年実績を下回っている。デフレ傾向に変化が無く、価格訴求力の強い業態に冷凍食品を除く食品や食品雑貨などの売上が流れていると感じている。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなっていくとも悪くなっていくとも全く予想ができない状況にある。
	衣料品専門店（経営者）	・商店街の店主と話しているが、良い方向に向かっているととても思えない。	
	乗用車販売店（経営者）	・車選びは実用性が最優先となっている現状では、新型車が出てその効果が今までより薄い。特に高額車は対象外で引き合いは「燃費」と「小型」で決まっている。	
	自動車備品販売店（従業員）	・新車の不振、家電エコポイント制度など高額商品については景気に大きな影響があり、終了後は景気悪化の加速が予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・法人企業の忘年会の予約はほとんどなく、あるのは官庁系のみである。毎月安定しているのは個人の慶弔関係で両家顔合せの会食・結納後会食・法事後会食などである。
		観光型旅館（経営者）	・募集团体の集客率が悪く、予約客数が伸びていない。また、個人の間際予約が進んでおり、先々の入込客数が読めない。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約は11月が95%と前年を下回っている。12月から3月の予約状況は前年を上回っているが、団体予約の数字が確定していないため、先行きまだ不透明といえる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夜のレストラン利用人数の減少が続いており、回復の兆しが見られない。
		タクシー運転手	・個人の懐具合が暖かくなると節約志向も解消されない。タクシー利用も減少し、繁華街への人の入り込みも期待できず、ここしばらくは低迷した状態が続く。
		通信会社（職員）	・年末の消費拡大に期待したいが、今のところ上向きに転じる様子が見られない。様子見の状態が続いている。
		通信会社（社員）	・補正予算が成立しても、政局や朝鮮半島の不安定要素が多く、世間一般が腰を落着けて景気回復への方向に向かえないのではという意見が多く聞かれている。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの動きは変わらず活発であるが、従来より発売している機種は、動きが悪く、新規・機種変更共に契約数が伸び悩んでいる。
		通信会社（役員）	・好調なデジタル契約への切替え勧誘と合わせ実施しているインターネット契約、電話契約の新規受注も堅調に推移しており、当面はこの傾向を維持できる。
		美容室（経営者）	・給与、ボーナスが良くなったなど明るい話題が客から聞こえてこない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が減少するなか、管理客の掘り起こしで需要喚起を図っているものの、横ばいがいいところである。一方、増改築は住宅版エコポイントの影響も薄れつつあり、全体では横ばいがむしろ減少する恐れがある。
		住宅販売会社（従業員）	・フラット35や銀行などの金融機関の金利が下がっても、客の様子に変化を感じない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費をけん引していたエコポイント制度も一段落した。継続事業はあるものの、魅力に乏しく、しばらくは購買意欲をそそるような制度もない。一段と消費は落ち込みそうだ。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・2～3月にかけては、大きな仕事はなく見通しが暗い。小さな仕事でも競合が激化しており厳しい状況が続く。補正予算に関連する取引先ならば予算があるものの、競合が激しく利益の取れない商売が続く。
		コンビニ（店長）	・12月、1～3月は通常売上が伸び悩む時期であるが、今期もこういった時期に向かって売上が上がる環境にない。4～5月になればもう少し明るい話ができる。
		家電量販店（経営者）	・1～2月からは家電エコポイントの付与も不透明であり、予定通り継続しても対象が極端に減るため、反動は自動車以上に大変になる。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイント縮小による駆け込み需要の反動は、今後3か月は予想されるが、それほど落ち込む予想はしていない。
		乗用車販売店（経営者）	・販売台数が期待できない期間が1～2か月続く。
		住関連専門店（店長）	・現在の来客数増加の要因が住宅ローン減税だとしたら、この後はその反動があると考えられる。
		一般レストラン（スタッフ）	・競合店、大型スーパーの出店が予定されており、また、年末年始は円高による海外組と近場で過ごす人達に分かれる。若年層はネットショッピングで済ませ巣ごもり傾向にあり、エコポイントで消費をけん引していた家族層も節約傾向に戻ると考えられる。
		スナック（経営者）	・冬期間は天候や外的要因に左右されるが、この要因を除いてもやや悪くなる気配を感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・各部門の予約状況は弱く、客単価も低下傾向にある。
		旅行代理店（従業員）	・今冬の大雪見通しと朝鮮半島情勢悪化を受けて、旅行は手控え気味と覚悟している。
		旅行代理店（従業員）	・円高基調の継続に加えて、来春の複数の案件が統一地方選の様子見のためペンディングとなっているものもでてきている。場合によってはそのまま無期延期になる可能性も示唆され、なかなか本契約までたどり着かない。
		タクシー運転手	・忘年会のはしりがないことから、年末年始の飲み会の機会を減らしているように感じられ、タクシー利用は増えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度やフラット35の金利優遇制度は残っているものの、家電エコポイントやエコカー補助金による需要増の反動で消費者マインド全体が落ちている。	
		スーパー（店長）	・今後の景気判断については、好転する要因がほとんど考えられない。収入が容易に増えることもなく、売上や利益率の確保も容易ではない。また、他社との競合状況も今後、ますます厳しくなり、価格競争についてもさらに拍車がかかり、これらが大きな要因と考えられる。	
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントの縮小に伴う駆け込み需要による売上のため、先売りした傾向が強い。	
		乗用車販売店（経理担当）	・このままでは、家電エコポイント政策の終了と共に一層の景気の停滞感を感じるようになるのではと懸念している。	
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる材料が一つもない。世界情勢や国内情勢に良くなる材料がなく、悪くなるのが当たり前のように感じている。	
		テーマパーク（職員）	・従来は団体客の消費単価はやや低下傾向にあったものの、個人客の消費単価は比較的安定していた。しかし、ここへきて個人客の消費単価の下落が著しく、今後2～3か月は個人客が中心となるので、悪くなる方向にある。	
		競輪場（職員）	・客の年齢層が高いため、気温が著しく低下すると足を運んでももらえない。また降雪の影響により公共交通機関が停止する可能性があるため来客数減少につながる。	
		住宅販売会社（従業員）	・個人収入の増加が望めず、住宅購入がより厳しくなる。	
企業動向関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	-	-	
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・値上げができる状況下にあるのか、原材料が大きく値下がりするのかを考えると、いずれもそうした環境にはなく変化は期待できない。自社の努力でどこまで改善を進めていくかに尽きる。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅市場は半年、1年で良くならないとみている。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・直近の受注の引き合い、エコカー購入補助金の打ち切り、家電エコポイント制度変更などから景気が上向きになりにくい状況である。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・年明けに向け生産量そのものは15～20%増加するが、これは特に海外向け商品の季節動向による。来年度に向けては、円高の動向が懸念される。	
		通信業（営業担当）	・取引先は、使えるものはとことん使うスタンスで、なかなか設備更改のテーブルについてくれない。しばらくは中小企業の設備投資意欲に明るさが見えない状況である。	
		金融業（融資担当）	・為替相場と株式相場が落ち着いた動きになっているので、取引先の状況も落ち着いた状態にある。当面はこの傾向が続く。	
		不動産業（経営者）	・同業他社の経営者、個人経営者からは、取引の活発な話が依然として聞こえてこない。	
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今月はたまたま家電量販店がチラシサイズを拡大させて折込みしているが、この反動は来年1月から顕在化する。	
		司法書士	・相変わらず会社の解散、事業所の閉鎖が多い。	
		税理士（所長）	・中小企業を取り巻く環境で円高が続いたことが、企業経営に大きく影響している。国内の生産設備への投資、国内からの部品・資材の調達に大企業がシフトするような明確な方向性の為替相場ではない。円安への流れが確実になれば、ある程度国内への需要が正確に計画的に上がってくる見通しが立てられるが、現在はそういった環境になく、中小企業にとっては先行きの不透明な状態が続く。	
		やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・国内消費動向が不透明であることや輸出関連での円高の影響が懸念され、先行きが心配である。
			繊維工業（経営者）	・1月以降は、原材料の値上がりが見込まれ、コスト高となるが、販売価格に転嫁できず苦戦しそうである。
			金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合を考えるとやや現状より悪くなる。
一般機械器具製造業（総務担当）	・円高の影響で大手企業の海外移転が進行しており、国内の設備投資抑制に動くと予想している。			
輸送業（配車担当）	・エコカー補助金の終了、家電エコポイントの縮小などで客の購買意欲が減退し、物流の大幅な減少が予想される。これに伴い、年明けに向かって乗用車の需要、家電の需要が急速に減退することが考えられる。			
悪くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・例年1～3月は落ち込む時期であり、4月以降は立ち上がりが期待できるところであるが、今回は、従来以上の落ち込みが予想され、4月以降の立ち上がりも鈍いような話を取引先から聞いている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・当社の来年への繰越し工事量は、前年の3分の1の予想であり、来年の経営が一段と厳しくなることは目に見えている。同業他社も同様であり、来年3月の建設産業での倒産多発が現実味を帯びてきた。
		建設業（総務担当）	・工事発注量が依然として低水準であり、今後もし烈な受注価格競争が続くと予想され、先行きの受注環境はますます厳しい。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・一時的な休暇者などの補充要因程度しか派遣の申し出がない。企業が多忙とならなければ派遣業界にも影響する。
		人材派遣会社（社員）	・まだ企業内失業者を抱えている会社もあり、新規求人を控えている会社が多い。そのため、派遣要員についても同様な状況である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数が大きく変わる要因がない。
		職業安定所（職員）	・小売業や運輸業などは、前年同月実績と比較すると新規求人申込の増加が予想されるが、全体としては大きく変化しない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向で推移しているが、求人開拓推進員の事業所訪問の聞き取りでは、ほとんどが退職者補充の求人であり、増員を考えている事業所はほとんどない状態である。
民間職業紹介機関（経営者）	・多少忙しくても各企業は雇用に慎重であり、景気回復により、即雇用増となっていない。		
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	

#### 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	商店街（代表者）	・年末までは毎週決まった日に小規模の買得イベントを実施し、客にこの日に来れば得たという感覚を定着させる。年始には大型スーパーがオープンするため、オープンイベントに便乗して商店街への客足を増やす。商店街を通してスーパーに行く客が増えれば、先行きは良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・今月は悪過ぎたが、エコポイント制度関連の買物が少しは落ち着いたため、そちらに回っていた客の予算が多少戻ってくる。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・まとめ買いのたばこがストック切れになり、若干売上が回復してくる。ただし、値上げによって禁煙を始めた人の数が分からないため、先行きは不透明である。
		百貨店（売場主任）	・今年のクリスマス商戦や初売り、クリアランスセールについては、厳冬やギフト需要に支えられて、買い控えムードが徐々に和らぐ。
		百貨店（売場主任）	・店舗のリニューアルが完了してくるため、売上が伸びる。
		スーパー（社員）	・今月に入ってからは、気温の低下に伴って衣料品が全体的によく売れている。前年の年末は来客数の減少と商品単価の低下に苦戦したが、今年はその反動もあってやや良くなる。
		コンビニ（店長）	・コンビニエンスストアの売上に占めるたばこのウェイトは大きいため、今回の値上げによる影響が出ている。ただし、売価自体が上がっているため、販売個数は減少をカバーできている。さらに、予想よりも早く回復が進んでいるため、先行きはやや良くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・客との会話では仕事に関する話題も出てくるが、景気が良いという人もいるため、先行きはやや良くなる。
		住関連専門店（店員）	・学習機の売れる時期となったが、当店の今年の売上目標は全店でも上位のグループに入っているなど、先行きはやや良くなる。
		旅行代理店（店長）	・これからスキーシーズンに突入するほか、学生の卒業旅行シーズンを迎えるなど業界の最繁忙期となる。現段階では先行受注が増えているため、先行きはやや良くなる。
		通信会社（経営者）	・新商品の発売で、年末から新年は市場が若干盛り上がる。ただし、スマートフォンなどは詳細な説明を必要とするため、販売効率の悪化やコストの増加が懸念される。
		通信会社（社員）	・来年7月のアナログ放送終了までは好調が続く。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・12～1月にはコンサートが7日間開催されるほか、アイドルグループの握手会や就職関連、子ども向けイベントなども開催されるため、集客増につながる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・多店舗展開することで近隣での知名度が高まるため、先行きはやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・客足の引きが早いと、今後も厳しい状況となる。
		商店街（代表者）	・プレミアム付き商品券がどの程度の期間で回収できるかに左右されるが、年末は売上が伸びる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年の1、2月は寒波の到来で防寒類の売れる気配があるものの、納期遅れの商品がこの時期に出てくるため、値崩れが発生する。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・写真を専門的に撮りたい人や、記念に残しておきたい人、子どもの成長を残しておきたい人など、需要が多様化している。全体としては、必要以上に需要が伸びることはない。
		百貨店（売場主任）	・取引先は百貨店以上に厳しい状況で、商品の生産や人件費を抑制する動きが目立っている。今後、百貨店で改善を図るためには大型の改装が必要となるが、直近では改装計画がない状況である。
		百貨店（企画担当）	・気温の変化による売上の増減はあるものの、客1人当たりの購入額は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・通常の商品には動きがないものの、特別企画の目新しい商品には注文が入っているため、今後も現在のような動きが続く。
		百貨店（マネージャー）	・世界的に株価の回復などが進むなか、日本では輸出企業的好調は続いているものの、個人消費は政治不信も高まっているため回復には至らない。
		百貨店（店長）	・11月に入って寒くなり、月中旬までは好調に推移していたが、お歳暮も含めて月末近くになり伸び悩んでいるため、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店（売場担当）	・株価が持ち直してきたにもかかわらず、客の様子見が続いており、高額品の購入にはなかなか結びつかない。必要な物を最小限しか購入しない傾向は今後も続くほか、アパレル関連では中国からの納期遅れも発生し始めており、先行きの見通しは厳しい。中国では賃上げで生産コストが上昇し始めているため、今後は低価格品を作りにくくなっていく。
		百貨店（婦人服）	・百貨店は決算期を迎えて様々な対策を行う予定であるが、力強いヒット商品や話題の商品がないため、前年割れ傾向からの脱却は困難な状況である。
		スーパー（経営者）	・客の買物姿勢が慎重であり、どちらかといえば少し悪くなりつつあるため、今のような状態がしばらく続く。
		スーパー（経営者）	・冬の賞与が増えないと予想されているが、果物やそう菜では低額品だけでなく少し高額な商品の動きが良い。これらの商品を中心に、最近では生鮮品の売行きが順調となっている。今後ほかの商品が落ち込んで、まとめ買いの減少による来店頻度の増加もあり、食料品関係は堅調な動きが続く。
		スーパー（経営者）	・今後良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（店長）	・これまでの傾向から、年末年始も繁盛日の分散が進むほか、クリスマスや正月用品関連の出費はあっても、全体の消費額は普段どおりに抑えられる。
		スーパー（店長）	・エコポイント関連の特需が終わるのに加え、生活必需品中心のスーパーでは、全体の景気がかなり良くならなければ変化は起こらない。
		スーパー（店長）	・エコポイントの半減で家電の売上が減少するほか、先行きの不透明感が強まっているため、これから良くなることはない。
		スーパー（企画担当）	・来客数、売上は現状と大きく変わらない状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・今年の冬は寒くなるとの予想や、株価の1万円台回復といったプラス要因と、冬のボーナスの微減や、エコポイント制度の縮小といったマイナス要因が交錯している。基本的には現状維持となるが、いずれにしても年末商戦をどう乗り切れるかが分かれ目となる。
		スーパー（企画）	・これ以上悪くなる要因はないが、明るい兆しもないため、これから良くなる可能性は小さい。恐らく年末年始は現在の状況が続く。
	スーパー（販売担当）	・競合相手との価格競争で1品単価が低下傾向にあるため、来店客の購入点数は前年並みであるが、買上金額が前年の水準に達していない。今後も価格競争はしばらく続く。	
	コンビニ（経営者）	・値引きセールを実施した時だけ来客数は一時的に増加するが、客単価が下がるため売上増にはつなげられていない。近隣ビルの入居率も相変わらず下がったままであり、売上の回復する要素が見当たらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（広告担当）	・現政権による施策などで長期的には消費者の収入は減少が予想されるものの、2～3月先であれば現状とほぼ変わらない。
		衣料品専門店（販売担当）	・来客数が芳しくないほか、円高で輸入ブランドの売行きが伸びるため、今後も国産品は厳しい状況となる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・冬物衣料の販売が本格化しないまま、バーゲンを始めなければならぬ状況となる。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる材料が全くない。以前は年末年始に向けてにぎわっていたが、今年は元気の出るような材料がない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了で新車が売れなくなっており、今後も厳しい状況が続く。中古車が売れる期待もあったが、新車が売れないため在庫が不足している。仕入価格の上昇で客への提示価格も上がっているため、客が買えない状況となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・他系列のメーカーがリコールを発表しており、売上は伸びているものの、この波が終われば再び悪化する。
		乗用車販売店（販売担当）	・来年も現在と大きくは変わらないものの、徐々に良くなる感はある。
		住関連専門店（店長）	・客の間に経済的な安心感はまだない。欲しい物が予算を超えた場合は、安い商品に変更するのではなく、購入をやめてしまう。決して無理をしない慎重な姿勢は今後も続く。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・来月以降も現在と同じような状況となる。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・客の間で低価格志向が強まっているため、先行きの見通しは厳しい。今動いているのは広告の品が中心であり、特別な値引き商品しか売れない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・当たり前のようにボーナスが減額されるため、消費者も初売りやバーゲンには反応するものの、宝飾品にまではお金が回らない。
		一般レストラン（経営者）	・来客数が安定的に推移する傾向は当面続く。
		一般レストラン（店員）	・年末に向けて忙しくはなるが、例年と同じような水準である。
		スナック（経営者）	・前年に比べるとかなり落ち込んでいるが、12月は多少予約が入っているため良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・政治が不安定で客の動きにも影響が出ている。政治が安定して新たな経済政策が積極的に実施されない限り、現状は良くならない。
		観光型旅館（経営者）	・冬の利用状況は例年あまり芳しくない上に、年明けからの予約がほとんど入っていない。
		観光型旅館（団体役員）	・今後の予約状況も非常に動きが遅いため、これ以上良くなる見通しは立ちにくい。
		都市型ホテル（マネージャー）	・株価には上昇気配もみられるが、そのほかには景気の良くなるような要因が見当たらない。先の予約状況もすべての部門で芳しくなく、おせち料理の売行きも不透明である。
		都市型ホテル（営業担当）	・客室稼働率は回復しつつあるが、消費者の低価格志向が強まっているため、収益の伸びない傾向が続く。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行は高速道路料金の無料化で鉄道の利用が減少、宿泊だけの客もインターネットに流れているなど、前年の売上を超えることは難しい。海外旅行の予約も円高の後押しで増えているが、相変わらず安近短の傾向が強い。
		タクシー運転手	・これから忘年会や鍋物のシーズンで飲酒の機会も増えるが、客はタクシーになかなか乗らず、電車のある時間に帰宅する傾向は変わらない。
		タクシー会社（経営者）	・例年は忘年会や新年会シーズンで利用が増えるものの、今年は宴会が少なくなっている。飲食店が暇であればタクシーも暇になるため、今後も悪い状態が続く。
		通信会社（経営者）	・特に変化の兆しを感じられないため、今後も現在の状況が続く。
		観光名所（経理担当）	・今年は前年のような3連休がなかったものの、休日の天候にも恵まれるなど条件が良かったため、来客数が伸び、予想以上の売上となっている。政治情勢などの悪化にもかかわらず、ここ2か月は良い流れに乗っているため、今後もこの傾向が続く。
		観光名所（経理担当）	・これから閑散期に入るため、様々な対策を行っても大きな集客にはつながらぬ。
		パチンコ店（店員）	・失業率の悪化も報じられており、先行きが良くなることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス[マッサージ](スタッフ)	・オイルマッサージで服を脱ぐため、例年寒い時期になると来客数は減るが、今年は夏から既に少ない状態が続いている。今月に入ってからは来客がほとんどないため、今後寒くなると更に来客数が落ち込む。
		その他サービス[生命保険](営業担当)	・依然として景気の先行きが不透明なため、新たに生命保険の加入を検討する客は増えない。
		その他サービス[ビデオ・CDレンタル](エリア担当)	・DVDレンタルの郵便返却サービスなどによる売上アップを図るため、全体的な状況は変わらない。
		住宅販売会社(経営者)	・何をすべきか分からないほど厳しい状況にあるため、見通しは非常に厳しい。
		住宅販売会社(経営者)	・自動車や家電は補助制度によって売上が左右されているが、住宅には動きがほとんどないため、先行きも大きな変化はない。
		住宅販売会社(従業員)	・国内経済の回復する気配がないなかで、個人消費の上向く兆しもみられない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者[不動産仲介](経営者)	・今後は横ばいか、少し悪くなる。円高の継続や完全失業率の上昇など、明るい話題がない。
		その他住宅[展示場](従業員)	・新築住宅市場は依然厳しい状況となっている。住宅取得に対する政府の思い切った減税策などが打ち出されない限り、新築需要の喚起は難しい。
	やや悪くなる	一般小売店[精肉](管理担当)	・12月から約3か月は、この年末の動きにかなり左右される。年末に消費が集中することになれば、1月は日並びが悪いため、2月までは確実に低調な動きとなる。
		一般小売店[食料品](管理担当)	・今月の大口注文は一時的なものであり、来月以降は再び厳しくなる。
		一般小売店[衣服](経営者)	・今後も客の間では不況ムードが続くため、見通しは厳しい。
		一般小売店[花](店長)	・消費者の間に花を買う余裕はないため、まだまだ花業界の先行きは暗い。
		百貨店(売場主任)	・中国のカントリーリスクを避けて、衣料品生産の国内回帰が少し進んでいる。ただし、コスト上昇分は製品価格に反映されるため、低価格に慣れた消費者に受け入れてもらうにはかなり苦労する。
		百貨店(企画担当)	・近隣での競合他社による増床、新規オープンを控え、客の奪い合いが一層激化する。
		百貨店(営業担当)	・美術品や宝飾品の引き合いが減っているため、見通しは厳しい。高額品を購入するのは一部の限られた客であるが、人数が更に少なくなっている。
		百貨店(サービス担当)	・気温の低下が進んでいるものの、婦人服のほか、福袋やおせち、クリスマスケーキなどの季節商材も、前年売上の確保は難しい。
		スーパー(店長)	・来月はボーナス月となるが、消費者の節約志向が更に強まっているため、消費の伸びには期待できない。今月の駆け込み需要の反動で家電の売行きが低迷するほか、衣料品も依然として来客数や販売点数が伸びていない。今冬の冷え込みがよほど大きくない限り、衣料品の売上が増加することはない。
		スーパー(店長)	・省エネ家電は完全に需要を先取りしており、12月以降は反動減となる。食料品も相場高の野菜を除くと、肉や魚では単価の低下が続く。衣料品は肌着や靴下といった軽衣料の需要は横ばいであるが、コートやジャケットの重衣料は苦戦が予想される。消費についてはまだまだ厳しい状況から脱していない。
		スーパー(広報担当)	・現在はエコポイント制度関連の特需や気温の影響で上向いているものの、消費全体が拡大しているわけではないため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー(管理担当)	・エコポイント制度の縮小で駆け込み需要もなくなるが、それに代わる好材料が見当たらない。
		衣料品専門店(経営者)	・バーゲンでは前年のような売れ筋商品が見当たらない。今後は寒波の到来が予想されているが、売上が大きく伸びることはない。
		家電量販店(店員)	・エコポイント制度関連の駆け込み需要で来客数が増えているものの、今後はエコポイントの半減で来客数が減少する。
		乗用車販売店(経営者)	・年が変われば多少は上向く気配がある。
		乗用車販売店(経営者)	・新車の販売が依然として悪く、先行きの見通しは暗い。車検も低料金で整備する客が大半で、売上が伸びない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（支配人）	・今月の販売量は前年を下回るなど、徐々に下降線をたどっているため、先行きはやや悪くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・飲食業界を取り巻く環境は、市場の縮小や競争の激化、顧客による要求の多様化、法律の改正、就業労働人口の減少など、厳しくなる一方である。さらに、従業員の確保も困難になるなど、負担は増える一方となる。
		観光型ホテル（経営者）	・クリスマスや正月のほか、忘年会といった行事が増え、本来なら予約件数が増えるはずであるが、今一つの動きとなっている。客の様子をみても景気が良くなっている感はなく、設備投資に伴う出費で資金繰りも厳しくなっている。
		観光型ホテル（経営者）	・12、1月の予約状況はかなり悪い。これまで恒例で忘年会を行っていた企業のキャンセルも幾つか出ている。景気が良くないためか、企業文化が変化したためかは分からないが、先行きはかなり厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は忘年会などの受注が好調であるが、新年会以降の予約が前年を下回っているため、見通しは厳しい。宿泊の予約についても、直近予約が増えていることもあり、クリスマスや正月を除けば減少傾向となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊には特に良い要素もなく、今後も低価格競争が続く。宴会では新年会などで定例会合の中止が数件発生しているほか、2～3年前は多かった就職関連の企業説明会の予約が全くない。
		旅行代理店（広報担当）	・北朝鮮による砲撃により、韓国方面の旅行を見合わせるといった連絡が増えている。この状況で先行きが良くなるとは考えにくく、今後は全体的な旅行マインドにも影響が出てくる。
		テーマパーク（職員）	・社会情勢が混迷し、安心して暮らせない雰囲気になっている。このような情勢では消費に積極的になれず、将来に備える気持ちが強くなりやすい。また、12月以降のエコポイント制度の縮小といった消費の阻害要因も多い。
		その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ]（企画担当）	・天候がいつも良いとは限らないほか、アジア情勢の悪化が海外からの観光客の動きに悪影響を与える。
		住宅販売会社（経営者）	・世界情勢、社会情勢が不安定なため、消費者の不安が高まっていく。
		住宅販売会社（総務担当）	・個人消費の落ち込みが大きいと、住宅・不動産はますます厳しい状態となる。
		その他住宅 [ 情報誌 ]（編集者）	・世の中の不安定な状況が、個人消費にマイナスの影響を及ぼし始める。
		悪くなる	一般小売店 [ 珈琲 ]（経営者）
コンビニ（経営者）	・9月に近隣で競合店がオープンしたが、12月にも出店の話があるため、売上が更に減少する。		
家電量販店（経営者）	・エコポイント制度の縮小に伴う対象商品の売上減により、売上全体も大きくダウンする。		
家電量販店（店長）	・エコポイント制度の縮小が盛んに報じられたことで、需要が先食いされた感は否めない。また、テレビはエコポイント特需でメーカーからの供給が滞っているほか、エアコンもレアアース問題による資材不足で商品がない状況となっている。テレビは商品によって新規生産が中止となるほか、エアコンも最短で2月以降の供給となるため、見通しは厳しい。		
一般レストラン（経営者）	・年末年始を過ぎると全体的にイベントも減るため、ますます財布のひもは固くなる。		
一般レストラン（経営者）	・たばこのまとめ買いや家電の買換えで出費が増え、消費者には外食に行く余裕がなくなっているため、先行きの見通しは厳しい。		
競輪場（職員）	・業界全体に売上の回復につながるような明るい兆しが全くない。		
企業動向関連	良くなる	輸送業（営業担当）	・企業間の荷物のほか、個人間や通販関係の荷物も大幅に増えているため、先行きの見通しは明るい。円高による悪影響を大きく上回り、今月は好調となっている。
		その他非製造業 [ 商社 ]（営業担当）	・受注量が増加傾向となりつつあるため、先行きは良くなる。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新たな事業が年明けから始まるため、売上、利益共に格段に良くなるなど、今までとは違う展開となる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・9月決算の企業では動きが出始めているため、先行きはやや良くなる。ただし、受発注をインターネットで行うケースが増えているため、営業の体制も見直さねばならない。また、出版業界の先行きは電子書籍の推移によって大きく左右される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・百貨店の売上が増えているほか、大手企業のボーナスもアップするため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・今の状態をみると、先行きは少し良くなる。ただし、年末年始の動きによって大きく変わってくる。
		広告代理店（営業担当）	・年末に向けてセールやイベントの販促を予定している。今年は気温も低くなるため、年末品の購入時期になれば売上が伸びる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・景気そのものは最悪期を脱しているため、今後はやや良くなる。
	変わらない	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・スポットCMの受注状況が年末に向けて大きく改善するなど、少し明るい兆しが出始めている。
		食料品製造業（従業員）	・市場の荷動きは年末にかけて少しは良くなるものの、動きは低価格品に集中する。年明けは例年どおり少し悪くなるが、量販店の売上が若干増えているほか、外食が減って内食化傾向が進んでいるため、調味料の利用も少しは増える。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がないため、今後も状況は大きく変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・最近では月末が近づくと出荷量の減少する傾向があるなど、先行きが良くなる感はない。
		化学工業（企画担当）	・大豆や菜種、パームといった油の原料価格が高騰している。やし油は暴騰状態であるほか、砂糖も値上がりしている。受注の増えている製品の原料価格が予想しにくいいため、全体としては変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・全体的には底を打った感もあるが、右肩上がりとなる要素は見当たらない。しばらくは一進一退の推移となる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の政治の不安定な状態では好転する材料が見当たらない。
		金属製品製造業（管理担当）	・受注見込みの情報が相変わらず少ないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原発関連の設備投資は活発に動いているため、今後も当社への引き合いは多い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は少し増えているものの、大きな変化はない。全体的には低迷が続いているため、今後も厳しい状況となる。
		建設業（経営者）	・取引先は景気回復の兆しが出てきてから設備投資を検討し始める。計画が決定しても、施工が始まるのは半年から1年後となるため、厳しい状況は変わらない。
		金融業（支店長）	・取引先の婦人服の卸売業者は春物商品の取扱を始めているが、気候の予想も難しいため先行きは不透明である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数には大きな増減がないものの、経済的な理由で購読をやめる読者が目立つ。折込収入も落ち込んだままで上向く兆しがないため、今後も厳しい状況となる。経費を削っているが、やはり苦しい。
		広告代理店（営業担当）	・業種によっては広告発注が増えつつある顧客企業もあるが、あくまで最近2か月程度の動きであり、ほかに上向く材料が見当たらない。
		経営コンサルタント	・小売業の顧客では、12月の繁忙期も売上が前年を下回る予測を立てている企業が多い。12月の仕入分の支払時期となる1～2月にかけて、今年は行き詰まる企業が増える。
		司法書士	・不動産登記の依頼が少なく、商業登記も解散や会社をスリム化する動きが目立つため、今後もあまり良くない状態が続く。
コピーサービス業（従業員）	・来年度の子ども手当での支給額が明らかではないため、教育関連企業の動きがやや鈍くなっている。印刷物の依頼内容をみると、今後も大きな変化はない。		
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・景気の上昇する材料が見当たらないため、今後も動きは良くならない。		
やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・消費者が先行き不安で消極的になっている。ネガティブな材料ばかりが目立つなど、消費の増える兆しはない。	
	繊維工業（団体職員）	・原材料の綿糸価格が上昇しているため、需要にも悪影響が出る。	
	繊維工業（総務担当）	・販売量と受注量の合計を製造量が上回っているなど、コストのまかなえる販売量が維持しにくくなっている。	
	繊維工業（総務担当）	・売上、利益が前年比で減少しており、先行きの見通しは厳しい。消費者が所得の減少に伴って購入量を抑えているほか、製造原料の価格上昇による収益の圧迫が主な要因となっている。	
	化学工業（経営者）	・問い合わせから受注に至る期間が延びているほか、注文のロットを少しでも抑える動きがあるため、先行きの見通しは厳しい。円高の影響で輸出関連の得意先は販売に力を入れておらず、売上に影響が出ている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（管理担当）	・省エネ家電のエコポイントの縮小で販売が落ちるため、受注量が減る。米国経済の先行きも不透明で、円安傾向が定着するかは定かでないため、輸出の回復も見通しは厳しい。
		金属製品製造業（営業担当）	・円高の影響で取引先が海外調達を増やすため、注文がなくなるといった話が数件出ている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・デフレの動きが止まる様子もないため、先行きはやや悪くなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・省エネ家電のエコポイントも来月には半減するため、購入の増えていたランプや理美容健康器具が影響を受ける。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・12月からエコポイントが半減するほか、1月以降は更にエコポイントの対象商品が絞られるため、需要が減少する。
	悪くなる	不動産業（営業担当）	・企業の撤退に伴い、年末から年明けにかけての解約が増えている。その一方で入ってくる企業は少ないため、今後も事務所や住宅の賃料の下落が続く。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今後良くなる要素が何も見当たらない。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・非常に不安定な状況が続いているため、見通しは厳しい。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求職者数は一般、パート共に減少し、前年比で8.3%減となっている。有効求職者数も5.4%減と7か月連続で減少しているため、先行きはやや良くなる。一方、有効求人数は4月を除けば9か月連続で増えているほか、新規求人も製造業で着実な増加が続いており、特に介護・福祉業で大きく増加している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・全体的に求人ニーズは回復傾向にあるが、エコポイントの半減などで一部の製造業では減産に伴う求人の減少が進む。
		人材派遣会社（支店長）	・企業の採用担当者からは事業拡大といった増員に関する話は聞かれないため、求人数は横ばいで推移する。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・効果的な雇用対策が全く行われていない。56%という新卒学生の就職率をみても、今後景気が上向くことはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西地区の景気が良くなる気配は全くない。広告の出稿も今後2～3か月は前年比90%台のまま推移する。
		職業安定所（職員）	・来所者数は前年よりも若干減少しているが、職業訓練の相談や受講申込の増加が続いているなど、今後も見通しは厳しい。特に、中高年層は正社員としての就職が難しいため焦っており、相談が増えている。
		職業安定所（職員）	・事業所からは先行きが不安といった声が多いものの、求人意欲に大きな変化はみられないため、当分は大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用活動の対象が2012年3月卒業予定者にシフトしつつある。採用枠はあっても採用基準と学生がマッチしていない感があるため、今後も厳しい状況となる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的に大きな変化は起こらない。
		民間職業紹介機関（支社長）	・今期の採用計画はほぼ出そろっているほか、求人で求められる条件と求職者の経験とのギャップは依然として大きいため、今後大きな変化はない。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・経済情勢の著しい変化に伴って、求人市場も大きく変化しており、年度末に向けてはその傾向が更に強まる。
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了や、エコポイント制度の縮小によって買い控えが進むほか、輸出相手国の低迷によって輸出も減少するため、雇用情勢は改善しない。
学校〔大学〕（就職担当）		・エコポイント制度の縮小などで一時的な好調も終わり、今後はその反動が出てくる可能性が大きい。企業業績の改善は一部の大企業に限られ、中小、中堅企業は今後も苦しい状況となる。	
	悪くなる	-	-

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	競艇場（職員）	・2か月後には当地で全国G1レースが開催されるため売上の増加が見込める。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・アパレル商品では当たり外れがあり、客の嗜好と合わない商品を仕入れた場合売上も低下するため、テナントの中には前年同月比100%を下回っているところもあるが、全体的にはやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ(営業担当)	・たばこ増税による来客数の減少があったものの、徐々に回復が見込める。
		乗用車販売店(副店長)	・自動車業界全体では、各メーカーより量販車種の新型車が発売になり、市場はやや回復傾向に向かう。
		一般レストラン(経営者)	・昨年と違い旅行と合わせた忘年会の予約が入っている。単価が低いことから売上の増加は疑問であるが、活況を帯びている。
		テーマパーク(広報担当)	・年間パスポートの値下げ、新規テナントのオープンなど新しい打ちしを行うので、それに伴い来客数が伸びる。
		その他サービス[介護サービス](管理担当)	・介護業界では利用者も増え、ニーズも多い。
	変わらない	商店街(理事)	・消費者は景気の停滞感が継続することに慣れ、これからも変わらない、変えようがないという感覚が根付いており、結果として不景気のまま推移している。
		商店街(代表者)	・今月も閉店した老舗店舗が1店舗あり、次に閉店するであろう店舗が控えている。ますます中心地にある商店街が疲弊している。しかしそのような中でも有志で空き店舗を埋める活動もある。
		商店街(代表者)	・家電エコポイント制度変更などにより需要の先食いが増えたことで、3か月先には現状以上の動きにはならない。
		商店街(代表者)	・年末にかけて年間最大の商戦期ではあるが、為替相場、株価、アイルランド・スペイン等海外の経済動向からすると、良くなる要素がない。
		一般小売店[酒店](経営者)	・忘年会シーズンを迎えているが現状は厳しい。その一方で12月は予約も入っており少しは期待が持てる。
		一般小売店[酒店](経営者)	・価格競争がかなり進んできている上に、ドラッグストアや24時間営業の激安スーパーなどの進出が予定されているので、デフレに拍車がかかる。
		一般小売店[印章](営業担当)	・状況が厳しいことから小規模の企業からの注文が少なく先行きもみえない。
		百貨店(営業担当)	・厳しい冬が予想され、トレンドのファーやファー付きコート等は例年より単価の上昇に期待ができる。
		百貨店(販売促進担当)	・今後歳暮、クリスマス、初売りと大型商戦がスタートしてくるが、郊外大型ショッピングセンターの近隣に、大型生活雑貨専門店がオープンするなど、ますます競合関係が厳しくなってきた。また公務員の冬季賞与も減額となり、景気が大きく上向くことはない。
		百貨店(購買担当)	・2~3か月後はセール等の時期となるが、客は必要なもののみ購入するという傾向が継続し、安価なものを大量に購入することは少なくなっており、依然厳しい状況である。
		百貨店(電算担当)	・売上は前年比で10%増加しており、寒くなって衣料品が動き出している。また大きな催事があり、来客数も10%増加したことにより売上を押し上げている。ただし多額の経費を費やしたので利益は増えておらず、依然厳しい状況には変わらない。
		百貨店(販売担当)	・円高や株安などの不安定要因や不安感が消費マインドを抑制している。現状では顧客の買い方に大きな変化は見込めないため、依然として買い控え傾向は継続していく。
		百貨店(営業企画担当)	・大きな動機付けがない限り、現状の商況に変化は望めない。
		スーパー(店長)	・ここ数ヶ月来客数は前年比95%で推移しており、今後もこの傾向が変わらないことから、状況は変わらない。
		スーパー(店長)	・商圏内の環境変化がなく、消費を促す外部要因もない。
		スーパー(経理担当)	・販売促進等々の効果がみられない。
		スーパー(開発担当)	・デフレ環境で販売量も伸びないなか、ディスカウンターが出現してとても厳しい状況にある。
		スーパー(管理担当)	・11月に入って来客数が前年を若干割込む状況になり、前年を上回っていた夏場以前の状態に戻っている。この状況はディスカウント店の影響もあるため、今後も続く気配がある。
		コンビニ(エリア担当)	・現状が今後も継続する。
		コンビニ(エリア担当)	・今後の売行きは天候次第であるが、景気は徐々に回復してきており、この傾向は今後も変わらないので期待が持てる。
		コンビニ(エリア担当)	・現状のままでは変わることはなく、消費者が商品購入を望むような政策が必要である。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	・売上を伸ばすためセールを開催するとある程度の来客数はあるが、それが終われば厳しい状況である。家電エコポイント制度終了の反動等もあり、全体の消費は落ち込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・衣料品においては、販売不振から冬物処分が先行すると販売額の低下、利益の圧縮と企業業績は悪化する。
		衣料品専門店（店長）	・客の財布のひもは固く、必要なものしか購入しない傾向が徹底している。
		衣料品専門店（販売担当）	・来客数は増加しているが、客単価が低下している。
		乗用車販売店（サービス担当）	・フルモデルチェンジがあったものの、販売台数の増加を期待できるものではない。景気が回復してこない限り、売上は良くはならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金による需要の先食いの影響は大きく、今の厳しい状況はまだ続く。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・季節要因を除けば好転する要素が見当たらず、現在の状況が続く。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・先行きへの不安感から、消費者のライフスタイルが緊縮型になっているため、高額品は動きが悪く、しばらくはこの状態が続く。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・大幅な売上増加を見込める要素が見当たらない。
		都市型ホテル（支配人）	・冬期である第4四半期の動向をみても思わしくなく、インパウンドでも政情を様子見している感がある。旧正月等の節目にどれくらい仮予約が入るか、現状では読みづらい状況でもある。
		タクシー運転手	・繁忙期となるが、期待はするものの不安が強い。
		通信会社（社員）	・新規サービス利用の問い合わせに変動がない。ただし県内の自治体でCATV、ブロードバンドへの事業のサービス開始が近づいているところがあり、先々には利用者が増える可能性はある。
		通信会社（営業担当）	・客の動きに良くなる気配がない。
		通信会社（営業担当）	・新規契約数が伸び悩むなかで、解約が高水準で推移している。デジタルテレビを購入した機会に、ケーブルからアンテナ視聴に切替える顧客が増加しており、来年7月までこの傾向は変わらない。
		通信会社（総務担当）	・販売数が低迷しており、先行きが見通せない。
		通信会社（広報担当）	・同業他社も含めてかなりプロモーション等を強化している。販売施策もボーナス商戦等に向けて活発化することから、動向次第では勝ち組、負け組が更に顕著になる。
		テーマパーク（業務担当）	・冬季イベントが年内に終了するため、今月比では来園者数減少となるが、前年同月比では増加を見込んでいる。
		テーマパーク（管理担当）	・来館者数、物販の売上高もマイナス傾向のため、今後に期待ができない。
		美容室（経営者）	・来年は家電エコポイント制度等も終わり、少しは消費が生活重視に回る。
		設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度等は期間の延長があったが、設計業界にとって見通しに期待を持てる雰囲気がない。
		設計事務所（経営者）	・2,000万円を超える工事金額のリフォームを手掛けたが、住宅版エコポイントは数万ポイント（5～6万円相当）しか出なかった。これでは効果にほとんど期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の様子等にあまり変化の兆候が見受けられない。
		住宅販売会社（販売担当）	・来客数が少なく、今後2、3か月販売量が増えそうにない。
		住宅販売会社（経理担当）	・追加の景気対策がない限り、現状維持で推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・デフレの進展が予想以上に深刻に押し寄せている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・商工会議所、経営者協会などの会合では、景気の悪い話ばかりで、本当に元気の出る話題がない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・商店街を利用する高齢者が減少し、若年層は車で郊外で買物をするという傾向に一段と拍車がかかっている。
		百貨店（売場担当）	・各仕入先では11月末の在庫が前年割れ基調で、発注しても入荷数を絞られるため、1月のクリアランス在庫が少なくなり品ぞろえに影響が出てくる。そのなかで11月後半から各百貨店が割引競争に入っており、節約志向で単価も低下傾向のなか、12月のクリスマス商戦や1月のクリアランス商戦も苦戦すると予測される。
		スーパー（店長）	・現状から考えると良くなる要素はなく、やや悪くなる。
		スーパー（店長）	・販売点数の減少傾向が継続するうえに、家電エコポイント制度変更等で商品の買い控えが広がる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・近隣の休業中の店舗のオープンもあり、客の分散が進む。客単価の下落傾向は変わらず、青果物の相場高の影響で単価が若干持ち直しても、購入点数の伸びに左右されるため、良くなる要素は少なく、マイナス要因が多い。
		スーパー（営業システム担当）	・クリスマスや年末年始を終え、集客を見込める催事が少なくなる時期であり、購買意欲も下がるほか、消費者のボーナス支給額に売上も左右される。
		コンビニ（エリア担当）	・将来の明るい材料がみえず、客の財布はますます固くなっている。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度変更に伴う駆け込み需要の反動で、2～3か月先は売上、需要ともに半減する。
		家電量販店（店長）	・今月はエコポイントの駆け込み特需により前年を上回る来客と売上になっているが、来月以降はその反動もあり非常に厳しい状況になる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・現状では暗い材料ばかりで、消費者に安心感が持てないことから消費は伸びない。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・2～3か月後は昨年より良くなるものの、観光の閑散期になるため来客数が落ち込む。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は昨年に比べ若干少なく先行きは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・円高の状況が厳しいとの報道によって、客が金を使いつらい雰囲気が生じているため、飲食にも金が使われず、更に景気に悪影響が生じる。
		一般レストラン（経営者）	・今の状態が続くのが普通とする感覚が客から伝わる。昨年も賞与への期待があり、消費傾向に薄明かりがみえたが、今年はメディアによる就職難、倒産、経済対策の稚拙さ等の情報が氾濫するとともに外交不安もある。消費者にとってもそつした情報が個人に直接影響してくるため、消費に歯止めをかける防衛行動を起こすこととなっている。
		一般レストラン（店長）	・忘年会の入りも悪く、景気の悪さを反映している。全体的な集客減は否めない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・一般的に業績が悪く、賞与についての良い話は聞かない。また学生の就職率も悪く、購買意欲は更に低下する。
		観光型ホテル（支配人）	・車や家電の購入により、それ以上の消費には可処分所得が底を尽いてくる。
		都市型ホテル（従業員）	・12月の忘年会シーズンは例年に近い予約状況だが、年明けの宴会受注は厳しくなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これまで日本の風物詩であった忘年会が忘れ去られてきている。
		タクシー運転手	・ここ数年色々工夫しているが実績には結び付かず、今後も良くなる要素がない。
		タクシー運転手	・公務員、民間企業等の冬のボーナスの話を踏まえると大変悪い状況になる。
		通信会社（企画担当）	・家電エコポイント制度変更前の薄型テレビ需要は、話題作りや電気店の活気付けになり、隣接業界でのムードも高まっている。しかし3か月後の制度終了による反動で、売上は落ち込み景気は冷え込む。
		通信会社（通信事業担当）	・新規加入キャンペーン中にもかかわらず、加入の動きは鈍く、更に解約件数が増加しつつある。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料がない。
悪くなる		商店街（代表者）	・家電エコポイント制度変更による駆け込み需要の反動で、正月明けには買い控えが生じることが懸念される。
		スーパー（財務担当）	・所得環境の改善がみえないため、消費者の低価格志向が続き、客単価の前年割れが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・1か月続く店頭での交通実験が営業を妨害しており、その悪影響が続く。
		乗用車販売店（統括）	・前年はエコカー購入補助金効果で、受注の先食い状態が続いたが、それが終了してからの受注は前年比70％程度で推移している。この状態は来年9月まで続くと予想する。
		住関連専門店（広告企画担当）	・時間つぶしの外出による来店は多いが、そこからの消費につながりにくい状況が続いている。
		美容室（経営者）	・ボーナスが出れば年末まで客の動きは良いが、その後は財布のひもを締めて動きが悪くなる。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後3か月は複数社から受注があり、順調に推移する。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・一時期中断していた商品を今後ニーズの確認をして販売することとしているが、客の反応が不透明であり、売上に変動が大きい懸念材料と考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		木材木製品製造業（経理担当）	・住宅の取得促進のための諸制度の効果もあり、回復基調となってきた。ただ社会全体は雇用不安や円高などによる景気の下振れ不安などもマイナス要素として大きい。
		化学工業（総務担当）	・製造業にとっては円高で利益が上がらないうえに、環境税等の大きな負荷が決定すると厳しい状況となる。
		鉄鋼業（総務担当）	・引き続き円高や不安定な国際情勢もあり、先行きが不透明である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・特段大きな変動は見込まれていない。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先は中国向けの受注を増やしているが、付加価値がそれほど高くない製品が売れている。当社は高付加価値の製品群の部品を納めているが、それらはまだ回復しておらず、現状の厳しい状況が続く。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内、海外ともに売上が回復傾向にあるものの、今のところ大幅な回復には至らない見通しである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が確保できる見通しになっていない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・同業大手の施策に方針の一貫性が見られず、市場の不安定要素になっており、それが下請市場に影響している。そのため新たな設備投資を控えている。
		建設業（経営者）	・公共事業、民間ともに動きはなく、今のままの状態がしばらく続く。
		建設業（総務担当）	・大型工事の受注予測が立たず、もうしばらくはこの状況が継続する。
		輸送業（統括）	・当社が扱っていた小口貨物をやめ、一般消費者への営業品目がなくなったため、当面はあまり変化がない。
		輸送業（運送担当）	・年度が変われば景気も回復の兆しをみせるかも知れないが、よほどの景気対策でもない限りしばらくはこのまま推移しそうである。
		金融業（自動車担当）	・国内販売は前年割れが懸念されるが、円高一服により輸出は高水準での維持が可能であるため、現状程度の売上高によって利益を確保する状況は続く。
		金融業（営業担当）	・景気が回復するためには、経済を底辺で支えている中小企業の経営者が、景気の先行きに対して少しでも明るい展望を持ち、設備投資等を積極的に行える環境が整う必要がある。しかしながら現況は、多くの中小企業の業況が前年割れの状況であり、経営者から受注回復の発言も聞かれない。ただし前年比で売上、利益とも微減に留まる会社が増えており、大きな変化がない。
		広告代理店（営業担当）	・特に良くなる要素もない。
		会計事務所（職員）	・本来なら年度末に向けて忙しくなるはずの建設業界が、年明け以降の受注状況が読めない状態が続いている。特に公共工事関連は競争激化による不振が目立つ。また運輸、流通業界も、年明け以降に運賃額の改定を持ちかけられている例がある。
やや悪くなる		食料品製造業（業務担当）	・消費の回復が遅れているため、売上の増加を見込めない。
		化学工業（経営者）	・国内販売量の頭打ち感に加え、引き続き世界景気の不安定さにより、一層の輸出採算悪化が懸念される。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・工事案件の生産も12月で終了予定であるため、1月以降は生産量が減少する見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・良くなる材料が見当たらず、顧客の間でも景気が悪くなるとの見方が圧倒的に多い。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・エコカー購入補助金が終了したため、自動車の販売台数が減っている。
		コピーサービス業（管理担当）	・円高の影響で景気は悪化し、企業のコスト低減が更に強化され、外部へ金を出さなくなる。
悪くなる		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・来年になって製品を値下げする話がちらほら出てきている。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・消費が低迷している。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・長期雇用の求人数は依然として横ばいで、以前の水準までの回復はないが、短期求人は若干増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・正社員の求人数は増加傾向にあるが、人材派遣に関しては専門26業務の適正化の流れがあり、人材ビジネス会社全体としては先行き不透明な状況が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・企業や業種によって派遣依頼数の浮き沈みはあるが、受注総数では今後も当月同様に推移する。気がかりなのは求職者の派遣離れ傾向が引き続き見受けられることで、受注はできてもマッチングができず、派遣につながらないケースが散見される。また企業側の生産需要予測も相変わらず先行き不透明感が漂っている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・各企業の採用が増えることに期待感はない。円高の影響もあり先行き不透明な時期なので、企業も慎重に動くため、一時的に求人数が増えてもまた下がるという不安定な状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地域の雇用情勢は落ち着きつつあるものの、まだ不安感があるため、しばらくは現状のまま推移する。
		職業安定所（職員）	・今の時期から年末にかけて、求職者数は例年大幅に減少する。その一方、新卒者就職促進の奨励金制度の創設により、若年者層向けの一般求人は増加傾向にある。ただし、現在のところ輸出が好調な製造業を中心に求人数は比較的安定しているが、円高等不安定要素も多いため、先行き不透明な部分もある。
		民間職業紹介機関（職員）	・株価の持ち直し、円安などが好材料であるが、雇用までに結びつくものではない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・昨年に比べれば求人数自体は増えているが、非正規雇用が多く、景気向上とは言えない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・求人案内に大きな変化がない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・円高、政治、製造業の海外投資加速など不安要素が大きく、採用計画など立てにくい。
		職業安定所（職員）	・電気機械器具製造業で現在進んでいる大手電機メーカーの統合等、メーカー間の取引が急速に進むなか、地元の協力工場、下請工場が先行きに大きな不安を感じており、求人意欲が低下している。
	悪くなる	-	-

#### 9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・年末の特需を期待している。
		コンビニ（店長）	・ほぼすべてのカテゴリーで前年を上回っており、たばこの売上減を補っている。たばこ飲料の組み合わせは減少しているが、値段が少々高くても良い物は客に受け入れられている。
		衣料品専門店（経営者）	・今までは車や家電等に需要が取られていたが、これから気温が低くなることもあり、衣料品にも目を向けてくれるものと期待している。
		通信会社（管理担当）	・スマートフォンのラインナップが順次、販売開始される。
		観光名所（職員）	・NHK大河ドラマの影響で、今後さらに観光客数が増えると思込まれる。
	変わらない	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・今が底だと感じるものの、今後、2～3か月のうちに景気が浮揚する要素も見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・10月と比較し、婦人衣料品に動きがあり、食料品についても購入単価が上がっている。全般に、レディス関連商品に動きが見られるものの、紳士用品及びブランド商品や高額品は低調である。お歳暮の前哨戦は前年並みを確保し、比較的好調に推移している。
		百貨店（営業担当）	・現在の経済状況では先行きがみえない。
		百貨店（販売促進担当）	・セール時期に入るので客単価が下がるとともに、購入数は増える見込みがない。
スーパー（店長）		・家電エコポイントが変更されることや、エコカー購入補助金制度が終了したことにより、その分が食料品の消費に回ってくることを期待する。	
スーパー（財務担当）		・政策、地域での経済環境など大きな変化はない。	
スーパー（企画・営業担当）		・今冬は厳しい寒さが予想されており、衣料品・住関連品は引き続き順調に推移する。食料品についても、気温が低くなることや昨今の菓ごもり傾向から、年末年始など家で過ごす機会が増えると思われ、例年以上に順調に推移する。	
コンビニ（総務）	・今後良くなる要因が見当たらず、消費喚起へはつながらない。		



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(総務担当)	・依然として節約志向が強い。客との会話でも先行きに対する不安が大きく、消費マインドの低下が窺える。
		衣料品専門店(副店長)	・春先は新商品が入荷されるため、売上が増加する時期であるが、客単価は低下すると思われ、売上金額は総じて変わらない。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー購入補助金制度に代わる別の施策がない限り、変わらない。
		乗用車販売店(役員)	・円高は少し落ち着いたが、経済対策が決定していない状況で、企業業績は不透明である。個人の購買意欲も減退していることから、今後すぐに景気が良くなる見込みはない。ただし、12月はボーナス時期でもあり、やや期待している。
		一般レストラン(経営者)	・12月にボーナスが支給されても、当地域では決して楽観視できない状況にある。12月以降も競合店の出店が予定されており、競争の度合いはさらに激しくなる。
		その他飲食[ファストフード](経営者)	・外食支出を減らす傾向は、今後も続く。
		観光型旅館(経営者)	・今の経済状態や景気状態からみて大きな動きはなく、3か月程度では変わらない。
		旅行代理店(支店長)	・円高による海外旅行の増加は見受けられるが、朝鮮半島情勢、中国との外交問題、ヨーロッパにおけるストの影響など、先行きの見通しは暗い。
		タクシー運転手	・例年、年が明けると売上が落ち込む。冬場は寒いから稼働率があがるという考えも、今はあまり通用しない。ますます夜も外出しなくなると思われる。
		タクシー運転手	・全体的に、今年は低迷している。節約志向で、使えるお金がなくなっていると感じる。
		通信会社(企画)	・特に大きな変動要因がなく、変わらない。
		通信会社(支店長)	・景気が改善されそうにない状況であることから、大幅な販売拡大も望めそうにない。
		美容室(経営者)	・新規客が少なく、ほとんどが固定客であり大きな変化はない。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・労働力人口の減少、少子高齢化による消費減少など、日本経済の将来性に明るい見通しが全くない。
		商店街(代表者)	・エコカー購入補助金制度の終了や、家電エコポイントも変更され、消費は減少傾向になる。
		商店街(代表者)	・博覧会「龍馬であい博」も1月の中旬で終わるということで、観光客の入りも減ると思われる。今まで観光業界がにぎやかで、商店街にも結構流れていたが、流れが無くなる。加えて、暖冬等になれば、年末年始の商戦は厳しい状態になると思われる。
		一般小売店[乾物](店員)	・仕入価格が上昇しているものの、売値に転化することもできない。売上が伸びず、不安である。
		一般小売店[酒](販売担当)	・年末年始は歳暮や忘・新年会など、本来かき入れ時であるが、政治経済が不安定な現状では、消費者の財布のひもは固く、停滞状況から脱出できそうにない。
		スーパー(統括担当)	・家電エコポイント制度の改定等で、ますます消費する意欲が低下し、更に悪くなる。
		スーパー(人事)	・家電エコポイント制度改定に伴う前倒し購入も終え、将来的な消費不安が解消されておらず、上向きの要素がない。
		家電量販店(店長)	・12月以降の家電エコポイント変更や、薄型テレビの在庫調整の状態を踏まえると、2、3か月後の業績は落ちると予測する。
		家電量販店(営業担当)	・家電エコポイントの改定で売行きは低下するものの、まだテレビに関しては需要が残っていると思われる。しかし、これまでのようには期待はできない。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー購入補助金制度終了後の施策もなく、先行き不透明感が残る。景気が良くなる要因が見当たらない。
		ゴルフ場(従業員)	・来客数減少に加えて、単価も落ちている。周辺は値引き合戦をしており、ますます厳しくなる。予約状況も前年より悪い。
		競艇場(職員)	・年末年始、特に正月レースでは顧客の財布のひもも緩む傾向にあるため、工事による仮設スタンド営業を加味しても、若干の売上増加を見込む。しかし、最近の傾向からも一過性に終わり、景気が上向くまではいかない。
		設計事務所(職員)	・補正予算に期待していたが、従来型の事業は少なく、受注増は見込めない。地方の建設関連業はより厳しい状況に置かれる。
	悪くなる	スーパー(店長)	・高知県では今年、NHK大河ドラマの影響による経済効果があった。来年以降を心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者） 家電量販店（店員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（営業担当） 住関連専門店（経営者）	・たちまち景気を刺激する良い材料がない。 ・家電エコポイント制度改定前の好況は、いわば例年のボーナス商戦需要を前倒しただけであり、改定以降は来客数の大幅減少が予想される。 ・新車購入補助金の終了後、予想以上の反動で新車市場は大幅に落ち込んでいる。 ・車両購入目的で来店される客が激減しており、全く予想がつかない。 ・政策効果により自動車や家電製品に消費が向いており、我々の業界は厳しい。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	- 通信業（営業担当） 不動産業（経営者）	- ・年末・年始を控え、長い節約生活の疲れもあって、各販売店、サービス業も個人消費拡大施策の成功例を活用し、生き残りを図っていることなどから、景気は昨年より良い方向に向かう。周辺でもその傾向がみえてきている。 ・夏から秋にかけて非常に厳しい状況が続いていたが、最近引き合いが増えている。同業者でも同様の傾向がみられ、以前に比べて動きが出てきている。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・消費者の低価格志向は変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後、更に売上が下がれば、やっていけなくなる。景気刺激策を求めたい。販促用から他の方向に変えていくよう努力したい。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・一部の機種で生産が持ち直しつつあるが、海外も含め全体的には依然として厳しい状況が想定される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円高による採算性の悪化と、欧米市場の消費低迷が依然として継続している。
		建設業（経営者）	・公共事業の発注予定も少なく、民間工事も少ない状態が続く。
		通信業（部長）	・年度末を控え今年度業績を見極めていなかでは、新規投資への慎重な姿勢が継続する。新規案件も細まっているなか、価格競争もさらに厳しく、利益貢献度も低下している。このような状況下では、自らの支出も抑制傾向が継続される。
		広告代理店（経営者）	・家電エコポイント減少により消費低迷が予測される。自動車関連を含めて、得意先の広告費削減が続く見込みである。また価格競争も依然として厳しい。
	広告代理店（経営者）	・年度末に向けて、短期的な仕事の増加は見込むものの、前年より良くなる要素は無い。	
	公認会計士	・景気の先行きがまだまだ読めない、とする経営者が非常に増えており、円高とデフレを非常に気にしている。	
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・社内において景気刺激策・景気回復に繋がる手立てが見つからない。
		鉄鋼業（総務部長）	・船舶関係の受注は安定的に見込める一方で、産業用機械関連の主要受注先は、円高の影響で競合先のドイツメーカーに奪われ、当社への受注は見込めない状況にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大きな案件について、見積を出しても全く数字が合わない。客からの指定を受けても採算が取れない案件も多い。
建設業（総務担当）		・当面、受注量が増える要因がなく、生き残りをかけて我慢の経営を強いられている。政府の金融支援がなければ、支えきれない企業が増えてくる。	
輸送業（経営者）		・年末を迎え、取引先の倒産等の不安を多少感じている。また、外交面も少々不安を感じている。	
悪くなる	輸送業（支店長）	・当社の扱う原料から製造される国内製品類は、安価な海外製品に押され続けている。よって取り扱い量が今後更に減少する。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	- 人材派遣会社（営業部長） 人材派遣会社（営業担当） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	- ・若年層（新卒・既卒）の就職支援サービスが活性化する。 ・期末に向けて求人数は一時上昇する傾向にあり、今より良くなる。 ・小規模事業主が中心ではあるが、求人意欲の回復傾向がみられる。 ・月間有効求人倍率が、先月より0.04ポイント上回っている。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の企業形態がサービス、小売業ばかりで製造業が少なく、第一次産業も低迷している。高卒、大卒ともに就職先がない現状であり、恒常的に悪いと言わざるを得ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数は昨年とさほど変わっていないが、希望する職種の求人は少なく、今後の見通しが立たない。昨年度は2～3月に内定した学生が多かったが、樂觀できない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・緊急雇用対策の「基金訓練」は景気・雇用状況の回復や他の基金訓練の増加で、受講生は減少傾向にある。従って、企業の新卒採用と幹部候補の中途採用ニーズが回復しない限り、当社の人材採用・育成事業は、やや悪くなると想定される。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・例年のことであるが、年末年始は求人数が減少する。
		職業安定所（職員）	・管内の有効求人倍率は今年5月より緩やかな上昇カーブを描いていたものの、10月をピークに下降傾向となっている。
	悪くなる	民間職業紹介機関（所長）	・年度末を控えて資金繰りが厳しくなっている企業もあり、今後、リストラの一環として希望退職・早期退職制度の導入を考えている企業も見受けられる。景気が上向いているとは感じられない。

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・現在の客の様子から、これから寒くなり、重衣料を中心に需要が増え、客の購買意欲が増す。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・クリスマスは大きな需要は見込めないが、正月の予約状況は良く、売上がそこそこ上がる。しかし、花屋の特性として仕入れにはかなり慎重にならなければならない。
		百貨店（営業担当）	・客は現金も確保している様子で、実用品や趣味用品への関心が回復してきている。恒例の物産展へは連日、来場者でにぎわっており、今後期待できる。寒さが増し、衣料品の動きも活発になっている。友の会の満会やクレジット催事があり、消費動向は良くなる。
		スーパー（売場担当）	・微増であるが客単価、来客数が増えており、景気は多少良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・来年にはエコカー購入補助金終了の影響は薄れ、客の来店は増える。
		乗用車販売店（管理担当）	・11、12月は落ち込むが、1、2月になれば季節的要因であるが、需要はやや回復する。エコカー減税が3月までであり、1、2月に駆け込み需要、新年度新卒者向けや買換え需要もみられるため、現状よりは良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・年初に新型車が投入されるため、その販売に全力を傾注する。客の新車購入意欲を喚起する施策を積極的に行う。エコカー購入補助金制度終了が客に与えたショックは薄れてくるため、良くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・地上放送のデジタル化が好影響を及ぼし、買換え需要が出てくる。
		住関連専門店（店長）	・消費者の話からボーナスが増加するとの話も出ており、購買意欲が伸びてくる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年末を迎えるにあたって、1年を通して売上がもっとも伸びる月である。気候的にもここ数週間で急激に冷え込んだせいもあり、客のコーヒー消費量が増えている。また年末は歳暮の時期になり、ギフト商品の売上が増えるため、景気は良くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・撤退して空いていた店舗に新たに店がオープンするため、当ショッピングセンターとしてはかなり期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・景気は悪いものの、客の様子から年末にはある程度の集客が見込める。
		音楽教室	・楽器の受注がしばらく続いているため、良くなる。
	設計事務所（所長）	・官公庁工事でもあるが、駅前再開発や市庁舎の建替等が進んでいるので良くなる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・景気が良くなるような材料が見当たらない。県内の会社が支給するボーナスは前年を下回るとの報道がされていた。佐賀市の中心街にハローワークが引越してきたが、失業者の多さを目の当りにしている。このような状況では、景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・歳末商戦を控えているが、盛り上がりには欠け、何かイベントを行ってもなかなか客が集まらない。そういう状況のなかで、この先、状況が良くなるとは考えられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・青果物は、夏場のような最悪の事態はないと思うが、やはり客の購買心をそそるプラス材料や政府の政策が全くない。今を維持するか横ばいで推移する。
		一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・例年、年明けはなかなか売れないため、今と変わらない状況となる。
		一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・寒い季節になり、売上は今以下にはならない。しかし消費者の購買意欲が戻らない限り、例年以上の売上は期待出来ない。
		百貨店(売場主任)	・消費者が安心して物を買えるような雰囲気がなく、すぐに良い方向に向かうような様子はない。
		百貨店(営業担当)	・先月以降、来客数が回復し、前年並みの売上にまで回復した。2、3か月は横ばいで推移する。更にプラスになるにはまだ時間がかかる。
		百貨店(営業担当)	・客の様子等から、やや良くなっているのは間違いない。何とかこれを継続していけば良いが、今より良くなるのは非常に難しい。
		百貨店(営業担当)	・民間企業のボーナス等の情報で、明るい話題がない状況である。農家からは今後の国際情勢のなかで、日本の農業はどうなるかと非常に不安があるという話を聞き、厳しい状況が続く。
		百貨店(営業担当)	・新規競合等の進出がないため、今の状況は変わらない。
		百貨店(営業企画担当)	・クリスマス、年末年始、クリアランスセールと客の購買意欲が高まる月を迎えるが、必要な物だけ厳選して買うという傾向は変わらない。一品単価は上がっても、買上点数が減り、客単価は落ちる。しかし、客は買いたいという気持ちはあるので、悪くはならない。
		百貨店(売場担当)	・8月くらいから来客数が前年実績を超えている。客単価も若干上がっている部門がある。婦人衣料品、特にヤング衣料の売上は前年比で約10%上がっており、全館をみても悪くなるという状況はみられない。天候要因に左右されやすいので良くなるとは言えない。NHK大河ドラマの影響による土産等の購入への影響は大きくない。
		百貨店(営業企画担当)	・エコカー補助金の終了や家電エコポイントの半減等の反動あり、消費の冷え込みが予想されるため、景気の回復はみられない。
		百貨店(業務担当)	・節約というより、消費者は流行やヒット商品に動かされなくなっており、消費の喚起にはしばらく時間がかかる。
		スーパー(経営者)	・政治も世界情勢も不安定であるため、先行きを判断するのは難しい。不安材料が多く、安定感がなく今後の消費動向が心配される。
		スーパー(店長)	・野菜の高値が続くため、冬の鍋商材の動きがどうなるかみえない。
		スーパー(店長)	・エコポイント見直しの反動や年末賞与の状況、円高為替の問題等、不透明な部分が多いので、今後2、3か月について、大きな変動はない。
		スーパー(総務担当)	・エコポイント見直し後の家電製品の価格競争も含めデフレ傾向は続き、売上を上げるのは商品の値下げ販売に頼るものとなる。引き続き価格へのこだわりが続く。
		スーパー(経理担当)	・社会での不安要素ばかりが先行し、好転する材料がないため、今後も変わらない。
		スーパー(業務担当)	・長期天候予測通りに厳寒であれば、季節商材による底上げが期待できる。しかしそれでも現在の収入ベースでは、雇用情勢の低迷や政情不安を払しょくし、消費意欲を上げるだけの力はない。
		コンビニ(経営者)	・客の動きから良くなるような状況が全くみられない。
		コンビニ(エリア担当)	・客の所得が増えなければ、来客数や買上点数を増やすことは難しい。来客数は全体的に減少しており、何らかの対策を打つ必要がある。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・本部の政策でおにぎりを100円、おでんを70円均一にした時には、おにぎりやおでんが売れ、ついでにもう1点を購入する客がみられる。しかし、そのセールが終わった後は元のように来客数が伸び悩む傾向にある。
		衣料品専門店(店員)	・衣料品は気候にかなり左右されるが、それ以外の要因でも客の買い控えは進んでいる。欲しくても我慢する様子をみかけることが多くなったので、先行きはあまり明るくない。
		衣料品専門店(総務担当)	・気候要因その他、期待したい要素はあるが、商店街全体の衰退の影響は避けられないので、全体が良くなったとしても商店街は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（取締役）	・2月は非常に厳しくなることが予想される。今年は2月までセール期間を長引かせる必要がありそうで、春物売るには寒すぎるという厳しい時期である。高額所得者も購買をうまく春物につなげていけば、今月と同じ位の数字になるかもしれないが、客の財布のひもはとにかく固く、厳しい状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・車の需要は低調な状況が続く。販売量、単価共に現状のまま推移する。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・デフレや不況から脱却する要因が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・冬季の賞与支給の話が客から聞こえてくるが、支給金額等が厳しい話をよく耳にする。カーケア商品の販売に期待したいが、客の傾向は毎日の生活に必要な商品を優先して消費をする傾向にあり、すぐに買換えの必要がない商品・サービスには依然、慎重な様子が見える。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・客の様子をみても、人にも街にも活気がなく、明るい話題がない。
		スナック（経営者）	・現在の悪い状況からの出口が全くみえず、店の維持も限界にきている。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・来年3月の新幹線全線開通の効果をあてにして浮ついている様子があるが、鹿児島島の客が福岡に取られるのではないかと懸念される。とにかく不景気である。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の旅行予約は前年を上回っているものの、一時期の勢いはない。人気の場所はハワイやグアム等のリゾート地である。
		タクシー運転手	・来月、再来月は需要期であり、夜間のタクシー利用は増えるかもしれないが、最近は朝昼の動きが全くなく、客は減少している。
		タクシー運転手	・例年、年末は客が動くが、会社関係の付き合いが大変少なくなったという話を聞く。また、忘年会は、例年に比べかなり少ない。
		通信会社（管理担当）	・景気が良くなる兆しがみえない。これ以上悪くなっては困る。
		通信会社（業務担当）	・来月はスマートフォンや新商品等の話題で市場の盛り上がり期待されるが、実際の客の反応は冷静で、厳しい状況が続く。
		テーマパーク（職員）	・クリスマス、年末年始、第4四半期の仕込みも準備しているが、追い風になる材料もなく、横ばいで推移する見込みである。
		ゴルフ場（従業員）	・入場者数は横ばい状態であるが、1人当たり単価が2,000円近く落ちてきている状況のなか、経費を削りながら何とか収益を黒字にしたい。プレーヤーも余計な物は買わず、プレー代の安い日に集中しており、年明けも期待できない。
		美容室（経営者）	・年末年始の景気はボーナスの支給など、お金が動く時期であるため、美容業界も今よりはやや良くなるか、変わらないくらいになる。
		美容室（店長）	・年末年始もしばらくこの状況は変わらない。成人式の着付け予約状況も前年より悪い。
		設計事務所（所長）	・今月も良くなく、ずっとこの状態が続いている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・2、3月は商店街では1年のなかで一番悪い月であり、来年も例年同様に悪くなる。知恵を絞って売上向上のために一生懸命頑張る必要がある。
		商店街（代表者）	・例年、11、12月に需要が伸び、1月に需要が減るため、総じて変わらない。今の客の消費動向をみると、今の購買意欲が冷めていくのではないかと懸念される。
		商店街（代表者）	・売上は前年に比べ、やや落ちている。業界によって差があるが、デパート催事の売上も前年の半分となっており、良くなる要因が見当たらない。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・歳暮商戦が例年に比べて不調である。
		百貨店（企画）	・エコポイント対象商品に付与されるポイントの減少に伴う家電等の販売減が生産減につながり、製造業で雇用調整され、客の収入減に繋がる可能性があり、厳しい。
		スーパー（店長）	・家電のエコポイント対象商品に付与されるポイントが12月から半減し、消費動向はかなり鈍くなると懸念される。食料品の流れは前年比111%と推移しており、この流れは変わらない。現在、歳暮関連のギフトは最大特典で販売しているが、年末は厳しくなることが懸念される。夏ギフトも早期割引特典をしていたが、やはり途中から厳しい状況になった。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・歳暮ギフト商戦がスタートしているが、買上点数は変わらず、単価が更に下がっている。いよいよクリスマス、年末年始の時期に入るが、客の購買傾向はあまり変わらない。また、家電のエコポイント対象商品のポイント半減の反動減の影響で景気は悪くなっていく。
		スーパー（店長）	・業界の価格競争がとどまるところを知らない。特売品が売上に占める割合が大きくなり続けている。
		家電量販店（店員）	・今月末でエコポイント対象の家電に付与されるポイントがほぼ半減するため、駆け込み需要が非常にあった。特に薄型テレビは前年比600%を超える勢いで、売上が非常に伸びた。ただ来月、再来月は非常に難しくなる。薄型テレビの需要が低下するため、本音では、今のうちに売っておきたい。これからどうなるか全く見えない。
		家電量販店（総務担当）	・エコカー購入補助金制度終了の反動減と同じ状況となることが予想される。
		住関連専門店（経営者）	・景気は低迷しており、地元の同業者は店じまいセールを行っている。今月中に廃業の予定であり、厳しい状況が続く。
		高級レストラン（経営者）	・来月の予約状況を見ると、忙しい日がかたまっており、それ以外の日の入りが悪い。忘年会のシーズンは今月と同水準で推移するが、クリスマスの週が終わったら、ほとんど予約が入っていない。少人数で予約が入ってきてはいるが、前年と比べて悪い。一昨年と比べると更に厳しい。前年と同じぐらいで推移すれば良いという状況である。
		高級レストラン（社長）	・NHK大河ドラマが終わったため、その反動で来客の減少が懸念される。
		観光ホテル（総務担当）	・予約状況から1、2月は今のところかなり厳しい。しかし、3月には九州新幹線の全線開業があり、気運が上がることに期待している。
		都市型ホテル（副支配人）	・例年年明けにある受験生による予約、あるいは学校関係の予約等が非常に減っている。インターネット予約が増えており、直前にならないと良くなるか悪くなるか分からない。
		タクシー運転手	・消費者の財布のひもは固く、今後良くなるような見込みが見当たらないので厳しい。
		通信会社（総務担当）	・現状のまま推移していけば、身の回りの景気は悪くなると予想される。当県の大型店の売上高は、前年比マイナスで推移している。また、有効求人倍率は低調に推移しており、雇用状況の悪化とともに、所得の伸びがみられない。今後の景気については不安を覚えるばかりである。
		ゴルフ場（支配人）	・デフレ傾向は変わらず消費マインドは停滞したままであるため、冬期シーズンに向けて来客数は減少していく。また12月から1月にかけて強い寒気団の停滞が予報されており、客足は更に鈍る。
		理容室（経営者）	・1、2月は1年間でもっとも来客数が少ない月になる。今年も例年通り悪くなる。
		美容室（経営者）	・例年11月の終わりは客が多いが、今年は客が来ない。このまま今の状況が続けば経費もかかるので店の経営が困難になる店が増える。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・冬季はインフルエンザや風邪等の病気による入院等で、介護サービス利用のキャンセルが多発し、利用客数は伸び悩むことが想定される。
		住宅販売会社（従業員）	・景気は非常に低迷しており、良い業界と悪い業界に差がある。生活に直結した景気対策がないと景気はますます悪くなる。
悪くなる		スーパー（店長）	・夏以降急速に進んだ円高が今後も続けば、輸出入産業の業績悪化につながり、個人消費は一段と冷え込みかねない。需要不足から食品などの店頭価格の下落が続く可能性もある。
		スーパー（総務担当）	・韓国情勢の今後の懸念や為替の悪化懸念から、国内需要の進展は望めず企業収益悪化が避けられない。
		衣料品専門店（店長）	・客の購買意欲が全くみられない。12月当初から商店街で売り出しが企画されているが、売上の上昇にはつながらないと予想される。
		衣料品専門店（店長）	・ここしばらくは景気が上向きになることは考えられず、給料が良くなるということも考えられない。景気が悪い状態が続く。
		家電量販店（店員）	・エコポイント対象の家電に付与されるエコポイントが半減することによる前倒し需要があり、エコポイントが終了すると売上は落ち込む。
企業	良くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今年度の補正予算が確定した時点で自治体向けの導入が多少なりとも見込めるため、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いの量が若干増えている。また、半導体では展示会用の仕事が増えている。
		精密機械器具製造業（従業員）	・来年は装置を導入して量産計画をしており、やや良くなる。
		金融業（営業）	・大手製造業の生産拠点の海外移転は4月以降に具体化する可能性が高く、下請企業は先行きに不安を持っている。しかし、3月までは受注が入っており、年末の資金手当を懸念する企業は少ない。
		不動産業	・依然として高額の物件が動いていない。購入を検討して来店する客の条件は厳しいものが多いが、問い合わせ件数は増加している。
		広告代理店（従業員）	・9～11月の売上が3か月連続で前年を上回っており、景気はやや良くなる。
変わらない		農林水産業（経営者）	・12月は年末の特需があるためにかなり期待できる。ただし1、2月は円高による輸入品が増え、不需求期であるため消費不振等も懸念され、あまり期待できない。1、2月は原料発生も多いため、在庫負担が多くなる。
		食料品製造業（経営者）	・売上増加の材料に乏しく、インフルエンザの流行などが懸念され、当分現状のまま推移する。
		家具製造業（従業員）	・オフィス家具の需要期である2、3月の予測も芳しくない。仕分けに代表される予算削減が浸透しており、官公庁の年度末需要も全く期待できない状況である。ただ民間の商業施設はやや持ち直して来ているが工事価格そのものがリーマンショック以前の2～3割の低下が当たり前の状況で、下請けの予算はなくなってしまっている。
		鉄鋼業（経営者）	・このところ、新設住宅着工戸数や着工床面積は前年同月比でプラスが続き改善の兆しがみられるが、受注量や販売価格は低迷したままであり、製造業は改善している実感がない。前年度が極端に少なかったためプラスとなっているのであるが、企業の設備投資による新規建築物件がほとんど見受けられず、景気回復にはほど遠い。
		金属製品製造業（企画担当）	・朝鮮半島の武力衝突事件等先行き不安感はあるものの、株価は1万円台を回復し、為替も83円前後で推移しており、当面、現在の小康状態が続いていく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事があっても、単価が厳しいものが多い。それでもしないことには受注する仕事がない。リーマンショック以降仕事の絶対量が回復しない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の動向は一進一退で、先行きに関しては先が読めない状況が続いている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数量や予想計画に変化はない。
		輸送業（総務）	・身の回りに景気の良い話が見当たらない。車や家電の景気対策が終了し、その反動減が考えられ、景気回復は望めない。
		輸送業（総務担当）	・預かっている荷物の荷動きに変化はない。倉庫について問い合わせがあっても、コストダウンのための集約依頼や安い業者選択のための問い合わせである。あまり契約に結びつくことはない。
		通信業（職員）	・平成22年度予算の情報通信関連官庁工事が年度末までであるため、良好な状態が継続する。
		金融業（営業担当）	・年末、年度末にかけ中小企業の資金需要はあるものの、資金使途は、先行きの不安から手元資金を確保のための借入であり、前向きな資金需要はほとんど見受けられない。
		金融業（得意先担当）	・取引先を訪問するなかで代表者との会話、ヒヤリングを通して感じるのは、当面現状の状況が続くのではないかということである。金融機関としても真の意味での資金需要が生まれ限りは現状のような金融機関同士の肩代わり等による貸金の獲得といった状況がしばらく続く。
		不動産業（従業員）	・商業施設の来場が横ばいに推移している。
		広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込枚数は前年比96%と低調であった。パチンコ娯楽の受注枚数が先月比90%と悪化したのが影響した。新聞折込の根幹をなす流通や小売関連の受注枚数も低下したまま横ばいの状態が続いている。求人関連のチラシはやや持ち直しており、前年を上回っている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・極端に悪くなる兆候はないが、良くなる材料も見当たらない。
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・今期は原料不足が見込めるため、原料価格高騰による収益の悪化や新規客の開拓ができない等の状況が考えられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新年に向けての新製品の動向がみえない状態で苦慮している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・3か月先は仕事の単価が下がるため、11月比で30～40%減る。同業他社との価格競争が激化し、12月は極端に仕事量が減り、大変厳しい状況が続く。1、2月も良くなることはない。
		建設業（従業員）	・引き合いは、今のところ増加傾向であるが、受注競争の激化に伴い、利益の確保が非常に難しくなっている。また、個人消費の低迷が見受けられ、景気はまだ悪くなる。
		建設業（社員）	・現在の手持ち工事が完了すれば、2、3か月後の発注物件が少なくなり、受注物件が減少する。補正予算を期待せずにはいられない状況である。早い時期での繰越工事の発注に期待をするしかない状況だ。
		輸送業（従業員）	・景気が良くなるような要素は今のところ全く見当たらない。
		金融業（調査担当）	・円高トレンド、公共工事の減少等、取引先が口にする景気悪化の材料が上向きとなる材料を上回っている。今後の景気はマインド先行でやや悪化する。
		金融業（営業職渉外係）	・家電エコポイントの見直しによる消費意欲減退により、景気悪化が懸念される。
		経営コンサルタント	・例年、年末年始にかけて、新しい契約はほとんど発生しない。今年も同様の傾向にある。
		その他サービス業〔物品リース〕（従業員）	・円高、株価低迷また景気対策の終了等により、経営者心理は慎重さを増してきており、リースするのは必要最低限及び絶対不可欠な設備補充等へ変化してきている。
		悪くなる	農林水産業（従業者）
その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村が緊急雇用を含んだ業務を発注するようになってきたが、受注金額の半分は、失業者の賃金等にあってはならない。これを入札で業者に競わせるため、実際の半額しか売上にならない。このため利益が出ない業務となっている。制度が廃止された場合、業務がなくなる恐れがある。		
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・例年でも下半期は来期に向けての人員配置が活発化するが、今期は先期から抑えていた分だけ今後の需要がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ここ数か月掲げているが、新駅ビルリニューアルオープンを控え、求人需要が高まっている。核テナントを中心に5,000～6,000人ともいわれる雇用が創出され、周辺企業の人材が吸収されるために、二次的に求人活動が活発になってくる。
		新聞社〔求人広告〕	・求人は上向きにはならないが、下げ傾向は緩やかになりつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年春の九州新幹線全線開業により、人も物も動くことが期待されるが、新たな雇用創出につながるかは不透明である。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・やはり九州新幹線開業の雇用への影響は大きい。また年度末でもあり、企業の動きも活発になる。ただ大卒等の新卒求人の厳しさは残っており、長い目でみると景気回復の実感はまだ遠い。
		人材派遣会社（社員）	・年度末へ向けての状況を確認するが、大きな期待が見込めない企業が多い。退職者の後任は、業務の見直しをし、短時間要員で対応するなど、雇用するにしても厳しい動きとなる。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正の動きが不透明であることや派遣業務についての適正化が進んでおり、派遣利用を考える企業が手控えをしている状況である。
		職業安定所（所長）	・先月と同様、求人の増加に比べて新規求職者が減少傾向とならず、ミスマッチが生じており、当分は足踏み状態が続く。
		職業安定所（職員）	・家電エコポイントの見直しや円高等により、個人消費や輸外型企業の活動の鈍化が懸念される。また大企業の解雇発生が懸念されており、先行きは不透明である。
職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数共に緩やかながらも改善傾向を示しているが、緊急経済対策の効果や円高の影響等について不透明感等もあり、しばらくの間は現状と大きな変化はみられない。		
職業安定所（職員）	・新規求人数をみると改善の兆しはあるものの、製造業への円高の影響等から先行きは依然不透明である。		



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・輸出型企業で円高により海外との受注競争で受注が取れないという状況があり、その下請けを含め厳しい状況が続いている。この状況は当面続く。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・平成23年3月卒業予定者に対する求人は、更に縮小していくことが予想される。反面、平成24年3月卒業予定者に対する求人は拡大していくと予想される。ただし、採用意欲の拡大が見込まれるか否かは、不明である。また、厳選採用傾向は続いていく。
	やや悪くなる		
	悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・労働者派遣法改正の行方が不透明のなかで、企業は派遣利用を手控える傾向がある。
		民間職業紹介機関（支店長）	・派遣労働者を採用する企業が減少し続けている。企業はコストメリットよりも法規制による使いにくさ、不自由さが大きいと感じている。

### 11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	百貨店（営業担当）	・今月は大変好調に推移しているものの、この流れがこのまま継続的に大きく向上していくのか今後の動向に注視しなければならぬ。今月の店頭動向をみると、少なくとも消費動向は改善に向かっているものと判断できる。
	やや良くなる	その他専門店〔書籍〕（店長）	・ここ3か月では、あまり来客数の変化はみられなかったが、前年と比べると増加傾向にある。よってここから3か月はわずかながら期待が持てる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・住宅展示場等への来場者数や、ホームページからの問い合わせ件数が増加傾向にある。例年同様に1月の来場者数等の増加が見込まれる。
	変わらない	スーパー（企画担当）	・競合の出店などで、厳しい環境に変わりは無い。来客数の回復基調が本格的なものか、今後の推移を見守りたい。
		コンビニ（経営者）	・近隣にマンションが建てられているが、入居者が少ないため売上は期待できない。
		コンビニ（経営者）	・来客数アップの材料が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げで売上は上げられても、たばこ以外の部分が落ちているため、利益の確保が前年並みになるかどうかの瀬戸際となる。今後は来客数を増やす対策、例えば新規部門の開拓などが無い限り、利益体制が厳しくなっていくと予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税の影響は、今月でほとんど無くなり、販売高は前年同様となっている。来客数の推移からも、これ以上の景気の落ち込みは無い。
		衣料品専門店（経営者）	・客とのやり取りや行動からは、前年よりは購買意欲は感じない。客単価は前年より10%ほど下がっている状態である。
		通信会社（店長）	・12月に一時的なピークは来るだろうが、それ以後は落ち着きそうな気配である。景気が持ち直すような要因は今のところ無く、現在の状態がしばらく続くのではないかとみられる。
	やや悪くなる	ゴルフ場（経営者）	・客観情勢から判断しても、さほど変わらないと推測する。特に良くなるという状況も見当たらないし、混迷の時期かという雰囲気がある。
		衣料品専門店（経営者）	・ただでさえ景気が悪化している状況であり、年末年始に向けて財布のひもがより固くなる。
			その他専門店〔楽器〕（経営者）
観光型ホテル（マーケティング担当）		・現在の予約受注状況や、最終的な稼働率の予測が前年を下回るとみられる。やはり強い円高傾向や羽田空港国際線乗り入れなど、旅行マーケットが全体的に海外へ向いていることや、年末年始の日並びの悪さなどが影響してか、かなり厳しい状況が見込まれる。	
悪くなる	旅行代理店（代表取締役）	・選挙、朝鮮半島での武力衝突、政治的な影響で旅行需要はあまり伸びそうもない。	
	商店街（代表者）	・中心商店街には観光客は少し戻りつつあるが、買い入れ単価が落ち込んでおり、全体的に大変厳しい状況である。地元客向けの商品の売上は外周部の大型店に取られ、街中の買回り品店は大変苦戦している。	
		家電量販店（総務担当）	・エコポイント制度変更による反動が予想以上に来る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・円高の割に仕入値が下がらず、生鮮物は不作で値が上がっている。客は1円でも安い低価格の店を探しているのに値上げもできない上に、最低賃金の上昇で人件費は上がる。また、若者が以前ほど酒を飲まなくなってきているので平均単価は下がる一方、家飲みが増えて平日外食に出る回数が減っているなど飲食業は対応に苦慮している。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業(経営者) 通信業(営業担当)	・引き合い件数が増えてきている。 ・12月からの受注案件が増えている。仕事の引き合いも増えており、今後2、3か月は安定受注が可能になると予想する。
	変わらない	輸送業(代表者)	・宮古地区の活気は当分持続し、久米島・八重山地区も現状より極端に大きな落ち込みは無いと見込む。
		会計事務所(所長)	・客の節約志向は相当根強い。しばらくは外食を控える傾向が持続するとみている。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業 (経営者) 輸送業(営業担当)	・公共工事の減少が見込まれる。 ・家電に限っては、エコポイント制度変更前の駆け込み需要の反動で、物量が大幅に減ると予想する。また、たばこの値上げによる影響で飲料や外食関連への物量減も若干ながら出てきている。
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所(職員)	・新規求職者の伸び率が一けた台であるのに対し、新規求人の伸び率が二けた台にて推移しており、マッチング次第では改善が見込める。
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・現在派遣依頼は堅調にあるものの、契約期間終了の派遣先もでてくるので、全体の数字はさほど変わらないとみている。
		求人情報誌製作会社 (総務担当)	・最悪の状況は脱し、4月～6月ごろより徐々に回復してきたが、今後も引き続き回復基調かという点、まだまだ先行きは不透明である。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・年末から2月に向けては求人数も減少していくので、景気が良くなるとは見込めない。
やや悪くなる	人材派遣会社(総務担当)	・ここきて、派遣先からの受注案件が長期・短期とも止まっている。年末・年始にかけて様子を見ているのか、企業の動きが鈍い。	
悪くなる	-	-	