

## ・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	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・メディアでの報道も景気が良くなるようなムード作りに役立っていることから、今後は現在よりも良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・放射能の問題はあるものの、自粛ムードが徐々になくなってきている。これまで我慢してきた反動もあって、客の行動も普通の生活に戻ってきていることから、今後についてはやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・一時激減していた海外からの観光客が少しずつ戻ってきており、夏から秋にかけて更に来道者が増えれば、道内消費が増えることになり、景気が緩やかに回復する。
		スーパー（店長）	・3月以降、売上が改善傾向にある。そのため2～3か月後についても、来客数、売上とも順調に伸びることが見込まれる。ただし、売上が1～2割増加するなど、急増することは期待できず、2～3%の緩やかな増加が続くことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・商品の販売動向は順調である。前年を超える状況が続いており、この傾向は8月以降も続く。
		衣料品専門店（店員）	・秋は農産物の収穫があるため、客の消費動向について、身の回り品の客単価の上昇が期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車投入の効果やエコカー減税終了を見越した駆け込み需要が見込まれる。また、自動車の生産が回復していることで、受注残の売上がかさ上げされることになる。
		自動車備品販売店（店長）	・継続的に行ってきたCS活動により、確実に固定客が増えつつあることから、今後についてはやや良くなる。
		高級レストラン（経営者）	・悪いながらも夏休みなどに向けて観光客が少しずつ増えてきていることから、今後についてはやや良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・8月の平均気温が20度と涼しい釧路の夏を求めて、道外からの来客数が増加することが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災後の低迷が7月初旬まで続いたが、それ以降は徐々に客足が戻りつつある。これらの需要は9月以降の利用分が大半のため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・10月以降の旅行について、個人、法人からの問い合わせが増えており、先が見えるようになってきている。
		タクシー運転手	・自粛ムードも少し収まり、観光客の入込も少しずつではあるが増えてきているため、この先の景気はやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・スマートフォン型端末の購入や利用促進を押し進める動きが街中のあちこちでみられるため、今後の需要増加が期待できる。
		観光名所（従業員）	・アジア圏からの観光客が少しずつだが回復しており、この傾向は今後も継続する。
		観光名所（職員）	・福島第一原子力発電所の状況にもよるが、東南アジアからの利用者増加が期待できる。また、国内からの利用者についても、夏休みや節電などといったプラス要因があり、北海道を訪れる観光客が増加することが期待できる。
		パチンコ店（役員）	・東日本大震災の影響による風評が薄らいでいることで、観光客数も前年並みに近づいていることから、今後についてはやや良くなる。
		美容室（経営者）	・客の様子から、そろそろ以前の生活パターンに戻って過ごそうという空気が感じられることから、今後についてはやや良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・7月に入り若干ではあるが、利用客数の減少幅が縮小しており、8～9月の輸送量に期待が持てる。
		住宅販売会社（従業員）	・首都圏と東北地方からの問い合わせが増えており、そのなかで来訪する客については、成約率が非常に高くなっている。また、在庫が減ってきていることから、モデルルームに来訪する客が急いで購入を決めるケースも多い。在庫不足の急激な解消は難しいため、こうした傾向が今後しばらく続く。

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
	変わらない	商店街（代表者）	・観光客の動向について、先行きが未知数の状態であり、現状から大きく変化することはない。
		商店街（代表者）	・国内全体的には、東日本大震災後のブライダル需要が増加しているということで、関連商品の売上増加が見込まれているが、北海道に関しては、そこまでの影響が見込めない。客の購買動向も、単価の高い商品よりも、単価の低い商品が中心となる傾向が見込まれるため、売上が今よりも増加するとは思えない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・最近の傾向としては、売上の推移が10日単位で良かったり、落ち込んだり、持ち直したりと変わるため、なかなか良くなっているという実感が無い。こういう状況が今後もしばらく続く。
		百貨店（売場主任）	・8月以降の3か月長期予報が出たが、8月は平年並み、9月は残暑が厳しくなるという予報であることから、秋物の動きが懸念される。前年と同じような猛暑になれば、秋物のジャケット、コート関連が動かなくなり、非常に厳しい状況になるが、例年どおりの秋となれば、秋物に動きが出てくる可能性が高い。
		百貨店（売場主任）	・3月以降、買上客数が前年比94～95%で推移しており、上向いてこないため、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・乗客数の下げ止まりがみられ、ほぼ前年並みを維持している。一方、ここ数か月、客単価の上昇が続いている。全体的な基調は変わらないで推移するとみられるが、買上率については改善が困難なほど落ち込んでいる。
		百貨店（役員）	・地上デジタル放送特需の終息により、売上がどうなるかが不透明である。
		スーパー（企画担当）	・夏場の気温の高さにより、多少消費に弾みがついているが、一時的な影響とみられる。一方、食品の放射能汚染問題で売上にブレーキがかかることが懸念される。
		スーパー（企画担当）	・東日本大震災からの復興に向けての先行きがなかなか見えず、不安材料が払しょくされないなか、夏場の行楽、レジャー商材をはじめとして、盛夏時期に大きく動く商品の売上動向が芳しくないことから、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（役員）	・7月の来客数、客単価は何とか前年並みを維持できたが、今年は気温が非常に高かった前年と異なり、8月にすぐ秋が来るとの予報があるため、天候面で来客数の減少に対する不安が大きい。また、福島第一原子力発電所の事故により食品の放射能汚染問題の影響が大きく、今後も東北地域の米への影響が懸念されるなど、不安材料が多く残されている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は回復傾向にあるが、内容的には、たばこと夏物商材の売上による増加であり、油断のできない状況が続いている。一方で、当地においては、高速道路の無料化社会実験終了がプラス要因となることが見込まれるため、夏以降に向けての売上が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・売上が増加しているが、夏季の一時的な増加に過ぎず、秋以降の行楽需要については、減少している外国人客の回復見込みも低いことから、変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響により、自社の東北店舗は震災需要で軒並み上向きにある一方で、北海道に関しては厳しい状況が続いており、回復の兆しが見えない。今後についても、復興に携わる人や被災地住民の衣料品需要が見込める東北地方と異なり、北海道は現状維持が精一杯の状況が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・食品の放射能汚染問題など、福島第一原子力発電所の事故の影響がいつ終息するか見当も付かないことから、今後も変わらないまま推移する。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今後2～3か月の間に集客の見込める大型イベント、学会、大会の開催がないことから、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は8月が前年比92.0%、9月が前年比89.8%となっており、海外旅行は8月が前年比78.0%、9月が前年比112.9%となっていることから、全体的にみると変わらないまま推移する。
	タクシー運転手	・3月の東日本大震災以降減っていた観光客も、7月の観光シーズンを迎えてからは少しずつ増えてきている。海外からの観光客も前年より大きく減っているが、少しずつ増えてきており、こうした傾向は今後も続く。	

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で消費が不安定な状況になっていることから、今後の景気は悪くなる。客の反応からもそうした傾向がうかがえる。
		商店街（代表者）	・例年、地元客については買い控え及び出控えする時期となるため、売上の増加は見込めない。また、道内外からの観光客や外国人観光客についても、秋に関しては商店街に足を運ばない傾向があるため、来街者の増加も期待できない。
		スーパー（店長）	・競合店を意識して、超目玉商品戦略を取っているが、全体的に客単価が下がり、売上、販売量とも減少している。この傾向はまだ続く。
		スーパー（店長）	・客は必需品だけを買う傾向が強い。子供向けの商品は好調だが、婦人物やナショナルブランドの婦人肌着の売上が苦戦するなど、憧れ商品や高額商品は買い控え状況にあることから、今後はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月後は前年のたばこ増税時の仮需要の反動が生じる。また、高速道路の無料化社会実験の反動や観光需要の減少なども見込まれるため、今後の売上は厳しくなる。
		家電量販店（店員）	・8月以降、駆け込み需要の反動が出てくることが見込まれる。
		家電量販店（地区統括部長）	・テレビ放送の完全デジタル移行により、年末までは駆け込み需要の反動で大幅な売上減少が懸念される。
		乗用車販売店（従業員）	・今後の増税に関するニュースが消費マインドを低下させており、今後についてはやや悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・秋以降の予約状況についてみると、本州方面からの客を中心に例年と比較して弱含みで推移している。さらに、政府の政策による沖縄の中国人向けマルチビザ制度の発足や航空政策が北海道観光に大きく不利に働いている。
		タクシー運転手	・8～9月の予約状況が前年との比較で落ち込んでいるため、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	○	○
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故を含めて、復旧や復興に向けての抜本的解決はまだ見えないものの、世の中が安定してきたことにより、今後はやや良くなる。
		建設業（経営者）	・官、民、土木、建築ともに発注が散発的になされている。この状況は秋ごろまで続くともみられ、秋ごろに手持ち工事もピークとなる。量、価格ともに相変わらず厳しい状況ではあるが、稼働は上がることになる。
		通信業（営業担当）	・景況感が東日本大震災の影響から回復している兆しを感じられるため、しばらくは復調傾向となり、北海道もその恩恵を受けることになる。
		金融業（企画担当）	・東日本大震災の影響が薄れ、景気を持ち直し基調が続く。観光関連は緩やかに回復する。復興需要も一部であるが建設業などで顕在化する。冬を前に先延ばししていた設備投資を実施する企業も出てくる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・農作物の豊作が期待できるため、今後についてはやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・鉄骨加工量が少なく、受注単価も安いいため、商品の販売量が減少していたが、本州物件が道内にも流れていることから、やや活況になりつつある。また、その他の金属加工業の仕事が回復基調にあり、今後への期待が持てる。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・新規案件も若干みられるが、原料不足という事情もあるため、今後2～3か月で良くなる気配は感じられない。
		輸送業（営業担当）	・天候が回復基調にあることから、秋まき小麦の収穫が始まり、平年作に戻れる見込みであるほか、前年に半減した、じゃがいも、ビート、豆類の生育も順調であり、今後の収穫量の増加が期待できる。
		輸送業（支店長）	・震災復興事業に期待しているが、がれき処理、福島第一原子力発電所の事故処理、予算成立、執行等が進まず、当分現在の状況が続く。公共事業も具体的な案件が見えず、民間の案件も数が少ない。
司法書士		・8月以降は、建設関係の動きが回復傾向に入るものとみられるが、依然として先行きが不透明な状況であることから、土地取引も同様の動きになるとみられる。	
コピーサービス業（従業員）		・非常に緩やかに景気が動いていると実感しているため、2～3か月で大きな変化は期待できない。	

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	出版・印刷・同関連産業（従業員） その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・良くなる条件が見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。 ・今後、道内の建設投資が悪化することが見込まれる。
	悪くなる	建設業（従業員）	・季節的な影響もあるが、これから着工予定の建築工事の見積の引き合い件数が少なくなっている。
		司法書士	・東日本大震災の影響で、建築資材の納期の遅延がみられており、住宅の着工を見送る傾向がみられるため、今後については悪くなる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・8月以降、受注量が確実に減りそうな状況であるため、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	求人情報誌製作会社（編集者）	・東日本大震災で一時停滞した自動車等の製造業が復活しており、地方の活性化にも影響し始めていることから、今後についてはやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・アルバイトの求人増に続き、正社員の求人も7月に入って増加してきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ほとんどの業種が回復基調にあり、今後に向けて更なる底上げが見込まれることから、本格的な明るさが期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業業績の回復が見えず、経営者及び消費者のマインドがかなり落ち込んでいる。さらに、福島第一原子力発電所の問題や使用電力の問題などの不安も解消されていないため、今後も経営者サイドの採用意欲は高まらない。
		人材派遣会社（社員）	・半期決算に合わせる形での求人求職の動きが出てくるとみられるが、景気を左右するものではない。単純な入替えに過ぎず、増員等の新たな雇用機会ではないため、今後も基調は変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・農繁期を迎え、関連の業種で募集広告の出稿増加が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・今年のさんま漁が期待できるとの明るいニュースもあるが、東日本大震災の影響で観光業の苦戦が続いていることから、雇用の先行きは不透明である。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響等で先行きが不透明であり、雇用環境の停滞した状態が継続する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・夏休み以降は求人数の減少と相まって学生のモチベーション維持が難しくなる時期を迎える。今後も企業側の積極的、継続的な採用を期待したいが、未内定者を対象とする選考基準は更に厳選採用になるであろうという見方をする企業が大半を占めている。企業の採用担当者の意識、情報からは景況感の判断が付かない部分もあるが、現在の状態が続くと内定率に大きな影響を与えることが危惧される。
やや悪くなる	○	○	
悪くなる	—	—	

## 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	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・夏休みはボランティアの数も東日本大震災直後と同じくらい多くなると予想され、それらの人が繁華街に出て来ることを見込んでいる。また、当店の周辺でも被災者が多く働いているが、それらの人からは、震災義援金が手元に届けばもっと買物をしたいという声が多く聞かれる。
		衣料品専門店（店長）	・秋からは今以上に忙しくなる見込みだとの話を、食品や建築、サービス業などさまざまな業種の客から聞いている。東日本大震災の復興需要はしばらく続くようである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・従来の生活に徐々に戻りつつあり、イベント等の効果も現れてきていることから、飲食店だけでなく、物販店を含めた商店街全体への波及に期待する。
商店街（代表者）		・買物をしようという機運が高まりつつあり、夏まつりや秋の紅葉に向けて、観光客が訪れることを期待している。	
百貨店（企画担当）		・東日本大震災以降、当社カードの売上高よりも現金売上高が多くなっている。この傾向は年末商戦まで続くと考えている。	

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	
		百貨店（経営者）	・東北が復興関連で動き始めれば、経済循環の原則により少しずつ良くなると期待している。	
		スーパー（経営者）	・少なくとも8月の数字は上向くと見ているが、9月以降は先行き不透明である。	
		スーパー（営業担当）	・東日本大震災からの復興とともに、経済が活発になると予想される。	
		コンビニ（経営者）	・今年は節電という新たな要素が加わったことで、朝に飲料を購入しに来店する客が増加している。現在、来客数、客単価、買上点数、売上共に前年を上回る状況となっており、この先も暑い夏が続き、現在の状況が続くことを期待しつつ、景気はやや良くなるのではないかと見ている。	
		衣料品専門店（店長）	・夏物セールで欲しい商品が買えなかった客も、秋物の入荷を心待ちにしている様子がうかがえるため、秋物の売上も期待できる。	
		乗用車販売店（経営者）	・り災工場の復興により、新車の供給も良くなることが期待できる。	
		高級レストラン（経営者）	・政府の地震対策の予算もあり、しばらくは景気の良い状態が続く。客の様子からもそう感じられる。	
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災後はかなり落ち込んだので、しばらくは上向きの傾向が続く。	
		観光型ホテル（経営者）	・競合地区ではいまだ一般客を受け入れていないところもあるため、この先の予約状況は料金に関係なく前年比15～20%増となっている。	
		観光型旅館（経営者）	・復興支援として東北へ旅行したり特産品を購入したりという流れもあり、現状よりはやや良くなると見ている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・需要の増加や先行予約の動きなど、現在の良い状況はしばらく続く見通しである。	
		旅行代理店（店長）	・2週間ほど前から求人広告数が急増しており、各企業の業績が向上していくことが見込まれる。	
		旅行代理店（従業員）	・復興需要により良くなることが考えられる。ただし、福島第一原子力発電所事故の収束状況により、景気は良くも悪くも変わる可能性がある。	
		タクシー運転手	・当社の近隣も東日本大震災の被災地域であるが、商売や人の動きが活発になってきている。この先、どんどん良くなっていくのではないかと。	
		観光名所（職員）	・来客数が戻ってきている。お土産も購入する品目が大分増えてきているので、少しずつ回復していくと見ている。	
		遊園地（経営者）	・高速道路の無料化社会実験の影響や節電、円高などの不安要因はあるが、東日本大震災の復興が進めばある程度の回復は見込める。	
		美容室（経営者）	・客の購買意欲は感じられるものの、倒産など雇用に関しての見通しが暗いため、先については判断が難しい。	
		住宅販売会社（経営者）	・民間、公共共にかなりの仕事量があり、とても忙しく、不動産もかなり動き始めているので良くなる。	
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・東日本大震災以降、住宅改修の必要性に迫られた人が来るようになっており、このような状況はしばらく続く。	
		変わらない	商店街（代表者）	・消費マインドが低下しており、上向き見通しがたたない。
			商店街（代表者）	・夏祭りや秋の観光シーズンを前に、放射性物質に汚染された地域というイメージが東北全体に広がることを懸念している。
			一般小売店〔書籍〕（経営者）	・夏のボーナスの支給状況が芳しくないようなので、消費動向についても引き続き厳しい状況が続くと見ている。
			一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は必要なものしか購入しない状況が続いている。また、当店は比較的年配客が多いため、暑さで外に出てこられない人が多くなると見ている。将来に対する不安感も大きくなっており、今月と同じような悪い状態が続くと予想している。
百貨店（売場主任）	・放射性物質の汚染による県内農畜産業への打撃により、さまざまな影響が出てくるのが予想される反面、季節の変化に伴う震災需要に動きが出るが見込まれる。			
百貨店（営業担当）	・震災特需はしばらく続くと予想されるが、震災時にメーカーが生産を控えたこともあり、今後の商品量を確保できるかどうかで業績に大きな影響が出る可能性がある。また、食料品についても放射性物質の影響がどれだけ広がるかで、売上に大きな影響を及ぼす懸念がある。			
百貨店（買付担当）	・東日本大震災の復興には時間がかかるため、生活必需品を中心に特需が期待できる。			

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
		百貨店（販促担当）	・現状の動きから、仕掛けを打ち出しても売上が大きく伸びることはないとしている。また、気温や社会情勢の変化により、消費が浮き沈みをして、安定しない状況がこの先も続くのではないかと推測している。
		百貨店（経営者）	・秋から冬に向けて、節電関連のヒット商品に期待する。一方、福島第一原子力発電所の事故で、これから収穫時期を迎える農産物や加工品への影響など、新たな問題が出てくることが予想される。
		スーパー（店長）	・客の来店回数が減少しているのか、平日の来客数の減少が目立っている。1点単価も低迷しており、この傾向は今後も続くことが予想される。また、食の安全という点でも不安要素が多く、気候の関係による食材の価格高騰も気がかりである。客の節約志向がますます高まることも懸念される。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響はほとんどなくなっており、通常の生活に戻っていく。
		スーパー（店長）	・東北の商品を購入しよう、被災地を応援しようという機運はあるが、実際の購入段階になると、消費者は敬遠する傾向がある。特に、牛肉など放射性物質に汚染された商品は当分、その影響は避けられない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の復興の見通しが不透明である。
		コンビニ（経営者）	・現在の夏らしい気温や天気はこのまま続くようなので、景気も良い状態で推移していく。
		コンビニ（経営者）	・復興事業や暑さによる景気の上向きは、一部企業や業種に限られており、就職率の増加も期待できないことから、個人所得は頭打ちになることが予想される。
		コンビニ（経営者）	・商品供給はほぼ回復しており、2、3か月後も現状と同じく好調が持続しそうである。
		コンビニ（エリア担当）	・震災復興対策の長期化が見込まれるなかで、東北以外から多数の人が流入しているため、好調な動きは続くと思われ。
		コンビニ（エリア担当）	・電力不足が製造業に影響を与え、全体的にひずみが出てくることを懸念している。また、円高やガソリン価格の高騰といった要因もあり、消費者の財布のひもは固くなると考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・足元では地元企業の倒産が増えており、市場が拡大しているわけではなく、震災復興の見通しは不透明なままで、好調さが持続するかは予断を許さない。
		コンビニ（店長）	・建設業関係の客の購買意欲が依然として高い。また、近くの繁華街にもぎわいが戻ってきているようで、飲食店で働いている客の買物もやや上向きになっている。この状況はしばらく続くとしている。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の復興が本格化すれば、いろいろなニーズが出てくる可能性が高くなり、地域経済が良い方向に向かっていくのではないかと期待している。
		衣料品専門店（店長）	・スーパークールビズ需要で売上の伸びが期待できる反面、放射線の影響で小さな子どもがいる家庭を中心に引越しが目立っており、マイナス要因となる。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災による特需が一部見られるものの、景気が回復しているわけではないため変わらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・東日本についてはまだまだ先が不透明であることから、景気が更に良くなるとはいえない。
		家電量販店（店長）	・政治的な不安要素や福島第一原子力発電所の事故に起因する問題など、解決していない問題が多く、景気に対する好材料が全く見られない。
		家電量販店（店長）	・東日本大震災の復興需要が落ち着くため、伸びは止まり、現在の状態で横ばいとなる。
		乗用車販売店（経営者）	・秋以降にエコカーの新型車投入の予定があり、前年比では30%増を見込んでいるものの、エコカー購入補助金終了後の反動減が見られた前年ではなく、2年前との比較では約10%割れと予想され、本格的な回復には至らないと見ている。
		乗用車販売店（経営者）	・10月以降、新車生産は完全回復すると言われているが、それまでは納期に時間が掛かる状況は続き、新車の購入意欲に水を差す懸念がある。また、残暑が厳しければ節約ムードが長引く恐れもある。

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
		乗用車販売店（経営者）	・中古車は軽自動車を中心に価格が高止まりの状態となっており、新車は納期に3か月は掛かる状況となっている。しばらくはこの状態が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・10月には新車の発売も予定されているが、当面は例年厳しい8～9月の落ち込みをいかに少なくするかの対応をしていきたい。
		乗用車販売店（経営者）	・震災特需もほぼ終了し、乗客数も前年並みに戻っているなかで、県内の総保有台数が減っていることから、サービス入庫の保有ビジネスに危機感がある。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響がほとんどなくなり、販売量が安定してきている。
		住関連専門店（経営者）	・政治や円高、福島第一原子力発電所の問題があり、景気回復にはまだまだ期待が持てない。
		住関連専門店（経営者）	・現状を見ても、2、3か月後に景気が回復するといえるような状況にない。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災の復興需要があり、仏具の小物や位牌の注文が少しずつ入っている。今後2、3か月は続く見込みである。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・東日本大震災の影響で限られていたたばこの入荷数が震災前に戻りつつあるので、たばこの売上に期待しているが、大きな変化はないと見ている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・政治的にも経済的にも良い方向になる材料に乏しく、逆に不安を煽るような要件が出てきているため、現状の良い状態が続くと考えざるを得ない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原子力発電所事故の影響で当地から避難する動きが止まらず、回復の見通しが立たない。また、心理的な影響で消費マインドが一層冷え込むことが懸念される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・政府による東日本大震災への対策が遅れており、さまざまな悪影響が出てくるのではないかと懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・食品の放射性物質汚染問題などもあり、消費者は食べるものについてナイーブになっている。そういったこともあるため、堅調な回復は見込めず、現状を維持するのので精一杯ではないかと見ている。
		一般レストラン（経営者）	・現在の良い状態はしばらく続く見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・復興需要も落ち着きを見せており、今後の見通しは不透明である。
		観光型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所事故の風評被害により、県外客が観光目的で訪れる状態に戻るにはまだ時間がかかる。
		観光型旅館（スタッフ）	・賃金や新規雇用など雇用環境の改善は期待できず、状況は変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先本番を迎える節電対応は待ったなしであり、さらに節電、節約が進む見通しである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・売上の柱となる婚礼シーズンを迎えるが、毎月開催しているブライダルフェアの集客は低迷しており、予約状況は厳しい。集中する週末でも一般宴会を取り込み、しのいでいくしかない。
		タクシー運転手	・景気が浮揚する具体的な要因が見えない。
		通信会社（営業担当）	・状況が好転するような材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所事故の収束も見えないなか、放射性物質に汚染された牛の報道で消費が更に停滞するのではないかと危惧している。
		通信会社（営業担当）	・現状維持が予想される。
		通信会社（営業担当）	・娯楽への支出は若干増えるが、全体的には節約ムードが続くと予想される。
		設計事務所（経営者）	・依然として先の見えない状況である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の話を聞いても、9月ごろまでは倒産件数が増加しそうな状況であるため、やや悪くなると予想している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・8月からはたばこの仕入量の規制がなくなるため、客がコンビニに流れることが予想される。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・ボーナス商戦や節電商戦も一巡し、数字は伸び悩むのではないかと見ている。政府がしっかりとしたリーダーシップを見せてくれなければ、消費は再び尻すぼみとなる懸念がある。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・東日本大震災の直接被害はなかったものの、大会の中止や自粛等の影響は大きく、借入金の増大が問題となる。

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
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・ 普段の生活に戻ってきているにもかかわらず、乗客数は弱含みで推移している。これは、客が購買したくてもできないような厳しい家計状況にあることや、その状況をもたらしている諸条件が固定化されつつあることを示唆しているため、今後の見通しは暗い。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・ 寝具については、2、3か月後には震災特需が終わる見通しである。
		百貨店(売場担当)	・ 7月末の集中豪雨は来客数及び売上に大きな影響を与えており、8月以降、自粛ムードも一挙に高まるのではと危惧している。秋物が売れない状況において、来客数も少なくなるとかなりの苦戦が見込まれる。
		百貨店(経営者)	・ 福島第一原子力発電所事故による放射性物質汚染の問題が農産物、特に稲作に影響を及ぼすことが懸念される。
		スーパー(経営者)	・ 牛肉の売上が2割減となっているが、今後は牛肉だけではすまなくなると予想している。
		スーパー(経営者)	・ 大雨洪水被害による農産物等の品質悪化と高騰が予想される。また、放射性物質の汚染問題による牛肉の全頭検査が豚肉や鶏肉など別のものにも影響を及ぼし、農畜産物全般が品薄となったり高騰したりすることも予想される。いずれにせよ東北の商品については、農畜産物を中心に低迷する。一方、震災避難者の仮設住宅への入居が進み、県外から帰郷する人が増えると見込んでおり、食料品の消費は堅調と予想される。しかしながら、盆過ぎからは円高と米国経済の停滞により輸出産業を中心に厳しくなり、雇用にも影響して景気が一気に冷え込む懸念がある。
		スーパー(店長)	・ 8月上旬に競合するショッピングセンターの完全営業再開が予定されており、再開以降は東日本大震災前の競合状態に戻るため、来客数や業績に影響が出てくると予想している。
		スーパー(販促担当)	・ 放射性物質の食品への汚染問題は今後も拡大するとともに、消費者の産地選別が厳しくなると予想される。また、産地間の価格差が広がるとともに、買い控えや安心な産地品、あるいは輸入品への依存度が高まり、価格が高騰することも考えられ、消費マインドの冷え込みが懸念される。
		コンビニ(経営者)	・ 福島第一原子力発電所事故の影響で当地を離れる人の数が徐々に増えており、悪くなっていくのではないかと見ている。
		家電量販店(店長)	・ 地上デジタル放送関連商品の需要は一服し、低迷が予想される。
		その他専門店〔パソコン〕 (経営者)	・ 客の様子からは、依然として買い控えの姿勢がうかがえるため、この先も消費が上向くことは期待できない。
		その他専門店〔食品〕 (経営者)	・ 食品への放射性物質の汚染は、せつかくの回復基調に水を差し、買い控えなどで再び悪化する懸念がある。
		その他専門店〔靴〕 (経営者)	・ 盆を境に東日本大震災の復興関連の動きは落ち着くと予想される。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕 (営業担当)	・ 今年の秋冬商材は一斉に値上げとなるため、駆け込み受注の発生に期待したいが、流行の商品は動きが鈍くなると予想される。値上げ幅も今までにないほど大きくなるため、ユーザーの動向が懸念される。
		一般レストラン(経営者)	・ 東日本大震災後の影響は落ち着いてきているものの、放射性物質の汚染による農畜産物への影響が新たな問題として浮上しており、農業県としては厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・ 放射性物質の問題が落ち着きを見せないため、観光客はますます減少する。
		通信会社(営業担当)	・ 景気が上向きにならない要素がたくさんあり、この先もますます厳しくなると予想している。
		その他サービス〔自動車整備業〕 (経営者)	・ 販売単価、数量、総額共に減少しているが、原材料や光熱費が上昇傾向にあり、赤字から脱却できない状況が続く。
	悪くなる	スーパー(経営者)	・ 競合店が多いことに加え、電気料金の値上げや増税が打ち出される見通しで、客の財布のひもは一段と固くなるのが予想される。
		コンビニ(エリア担当)	・ 復興需要による来客数の増加は、商圈が大きく変わった店以外ではピークを越えつつある。たばこの販売増も一段落するため、売上は減少傾向になると予想される。また、津波被害の復旧や福島第一原子力発電所事故の収束にめどが立っておらず、東北経済全体の低迷が危惧される。



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
		都市型ホテル（経営者）	・現在は宿泊部門及びレストラン部門が売上をけん引しているが、東日本大震災の復興支援が落ち着いてくれば当然売上は下がってくる。婚礼部門についても、動きが悪くなっている。加えて、福島第一原子力発電所事故の影響で、秋以降、全国大会、東北大会共に各種大会の開催予定がほとんどない。また、震災被害を受けた地元の大型施設ははまだ修理がなされていない。こういったことから、景気は悪化すると見込んでいる。
企業 動向 関連	良くなる	建設業（従業員）	・今後、1～2か月の間に、大手企業向けの災害廃棄物処理業務が自治体から順次出件してくることが見込まれる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・沿岸被災地の飲食店も徐々に再開していくため需要が見込まれる。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・東日本大震災の復旧復興関連の予算が下りれば良くなる。
		繊維工業（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故は最悪の状態から脱した感がある。また、復興関連の動きも何となく落ち着きが出てきている。
		木材木製品製造業（経営者）	・東日本大震災の悪影響は徐々に改善されていく。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・全体的な仕事量は減っていき、印刷会社自体が淘汰されていくのではないかと見ている。そうしたなかで、当社がこれまで地元で根差して仕事をしてきたことや、新しい商品づくりをしてきたことが成果として出てくるのではないかと見ている。
		建設業（企画担当）	・がれき処理が公告されはじめ、復興への動きが見えてきている。
		輸送業（経営者）	・取引先の操業が計画よりも早まる見通しが発表されており、それに伴う物流の増加に期待している。
		通信業（営業担当）	・補正予算が決まれば東日本大震災関連の復興事業が始まるので、一時的には景気が良くなる。
		広告業協会（役員）	・百貨店、専門店、ホテル宴会部門などの売上が好調となっており、今後の広告出稿が期待できる。
		広告代理店（経営者）	・東北新幹線は10月までには完全復旧する予定であり、観光広報関係での需要が見込まれる。東日本大震災の復興が本格化し、官公庁や自治体からの広報物は増えるの見込んでいる。
		公認会計士	・東日本大震災の復興需要が出てきて、建設業を中心に業績は持ち直す予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・現在は地場の大手企業を中心に動いているが、被災地の企業でも動きが見られつつある。問い合わせ等も多くなっているため、2、3か月後には成果となって現れることが予想される。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・東日本大震災後の状況も大分落ち着いてきており、この先の見通しは明るい。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・半導体関連でも生産回復の動きがみられ、自動車の生産回復やエコ意識による家電製品の買換え需要などから、景気は徐々に回復すると予想される。
		変わらない	
食料品製造業（総務担当）	・景気向上の起爆剤となる要素が見当たらず、逆に増税の可能性などマイナス要因が目立つ。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の被災の程度が軽く、仕事が再開できているところは復興景気に乗っているものの、被災がひどいところは、厳しい状況は変わらない。		
建設業（経営者）	・納期が不確実な要素もあり、資材の高騰も懸念される。また、現在は景気が少し上向いているがその反動が出てくることを心配している。		
通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響で取引先においても収益が圧迫されているようで、この先、料金値下げ要請の更なる強まりが懸念される。		
金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因は見られない。		
金融業（広報担当）	・夏祭りなど観光客入込の時期を迎えているが、例年に比べて出足は鈍い。東日本大震災以降、積極的に活動しようという消費者のマインドは感じられず、状況は変わらない。		
司法書士	・変動要因が見当たらない。		

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	
		その他企業〔企画業〕 (経営者)	・現況では先のエネルギー関連のPRの計画が白紙の状態となっている。	
		金属工業協同組合(職員)	・生産活動は東日本大震災前の状況に戻っているが、放射性物質の問題や電力不足、円高、中国の景気抑制等といったことについては、先が全く読めない。	
	やや悪くなる	農林水産業(従業者)	・猛暑による米の品質低下や収量低下が懸念される。	
		出版・印刷・同関連産業(経理担当)	・毎年受注していた仕事が今年は中止となったり、規模が小さくなったりしている。また、東日本大震災後、持ちこたえてきた各企業もだんだん厳しくなっており、倒産が出てくることも予想され、見通しは大変厳しい。	
		一般機械器具製造業(経理担当)	・下期以降、大幅な回復が期待できるが、急速な円高により輸出環境が更に悪化し、長期化の様相を呈してくるようならば、抜本的な対策が必要になってくる。	
	悪くなる	経営コンサルタント	・消費者の企業を選別する目が厳しくなる。	
		農林水産業(従業者)	・福島第一原子力発電所事故の風評被害で、中元用の桃は大きなダメージを受けており、今後の桃の売行きについても相当な影響が出ると予想している。その影響が桃の後のりんごにも続くことが懸念される。	
	新聞販売店〔広告〕 (店主)	・町の中心部がほぼ壊滅状態となっており、店そのものが少なくなっている。また、職場を失った人も多く、特に仮設住宅に入居している人は最低限の生活をするので精一杯という状況である。行政の復興予算もかなり不足していると聞くので、状況が良くなるとは今のところ考えられない。		
	雇用 関連	良くなる	人材派遣会社(社員)	・紹介、派遣共に受注が上向いているが、震災雇用を除いてもプラスになると思われ、一時的な動きではないと見ている。年末までは、需要増加が緩やかに続くと予想している。
		やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・大口案件が期間限定ながら更新されたことで、2、3か月先の景気はやや持ち直すとみている。
人材派遣会社(社員)			・製造工場の復旧も進んでおり、現状の土木、住宅、配送、倉庫内整理、警備業以外でも、求人ニーズの増加が見込まれる。	
人材派遣会社(社員)			・建設業界を中心に営業や施工管理、設計の募集が増えてきており、この先も期待が持てる。	
アウトソーシング企業(社員)			・東日本大震災関連の仕事が確実に増えており、この傾向は今後も続くことが期待される。	
新聞社〔求人広告〕 (担当者)			・復興需要の効果は公共事業や住宅関連を中心に2、3か月先には見えはじめると見ている。	
新聞社〔求人広告〕 (担当者)			・秋口になれば政府による復興対策もある程度道筋が付き、それに伴う企業の生産活動が出始め、景気は持ち直してくると見ている。ただし、円高や放射性物質による汚染などの問題もあり、予断を許さない。	
職業安定所(職員)			・新規求職者は増加しているものの、電力不足による節電の影響などは特にないようなので、若干は上向くと予想している。	
変わらない		人材派遣会社(社員)	・明確な復興ビジョンが見えず、企業活動も先行きが見えない状況が続く。	
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・放射性物質の汚染問題が続く限り、新規採用の展望は開けそうにない。	
	職業安定所(職員)	・新規求人数は増加しているものの臨時的求人が多く、長期的な雇用の改善とはならない。		
	職業安定所(職員)	・有効求人倍率は一時期の低水準から上向きに転じており、この先も上向き傾向が続くことが予想される。		
	職業安定所(職員)	・今年度に入ってから求人数に大きな増減はなく、状況は変わらない。		
	職業安定所(職員)	・新規求人は増加基調だが、新規求職は横ばいで、来春の新卒者向けの求人も伸び悩んでいる。また、雇用調整を実施する企業も横ばいのまま推移している。このような状況は今後も変わらない。		
	職業安定所(職員)	・景況がなかなか好転せず、求人の大幅増加への要因は部分的にしか見られそうにない。		
	職業安定所(職員)	・製造業はまだまだ厳しい状況が続くことが予想される。また、観光関連業種においても東北への集客が見込めず、厳しい状況は続く。		
	職業安定所(職員)	・求人が増加している反面、求職者は新規の申込が落ち着いてきているものの、中高年者を中心に滞留傾向にある。また、2、3か月後には雇用保険の支給終了者も増加してくることを踏まえると、現状と変わらない。		

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	—	—
	悪くなる	—	—

### 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	コンビニ（経営者）	・前年比で売上が114%、客数も105～106%と好調で、3か月前と比べても売上が116%、客数115%と非常に好調である。観光客などの入込などもあるので、しばらくはこの動きが続く。	
		その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー)	・東日本大震災復興関連の企業の活動が活発になる。	
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・暑い日が続けば、飲料水や冷たい麺類を購入するための客数増が見込めるため、やや良くなる。	
		衣料品専門店（統括）	・今月初めの七夕祭りは、非常に暑いなかではあったが、多くの来街者があった。ただ、飲食店は何とか商売に結び付いたが、今一つ売上が伸びていない業種もある。当店では祭用品を扱っており、少しずつ客の動きが始まってきたので、これから夏、秋に掛けては期待できそうである。	
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先も高単価メニューの注文は多い。ただし、うなぎ等の食材価格の高騰により価格の見直しをした時には、来客数の動きが不安材料である。	
		観光型ホテル（営業担当）	・夏休みの宿泊予約もほぼ順調に推移している。テレビ番組の影響も多少あるように思う。また、高速道路料金休日上限1,000円終了の影響もそれほど感じない。	
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の精神的な影響が徐々に解消されてきているので、秋から冬に掛けてはかなり改善するのではないかと期待している。	
		旅行代理店（副支店長）	・業界として、受注案件含めて案件が増えてきているということは実感できるので、先行きはやや良くなる。	
		通信会社（販売担当）	・夏の節電ムードで関連商品の販売が好調だったように、冬の節電関連商品の販売も期待できる。また、携帯電話販売については、依然スマートフォンの販売が好調で、端末販売数が伸びているため、先行きも良くなる。	
		遊園地（職員）	・レジャー、サービス業界は徐々に回復傾向にあり、今後2～3か月先は今月よりも回復傾向に向かうと考えられるため、やや良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・自粛疲れ、夏休みの先取りなのか、人出は良いが、この動きが続くとは考えられず、今後は気候に左右されるのではないかと考えている。
			商店街（代表者）	・先の見えない日が続いている。どの会合に出ても不況との戦いの話で明るい話題が一向に見えて来ない。
一般小売店 [精肉] (経営者)	・福島第一原子力発電所の関係で放射性物質の線量測定に影響されている。当店の商いも、主力ではないが食品の放射能汚染問題でいろいろ風評が出ており、心配である。			
一般小売店 [乳業] (経営者)	・地域経済については東日本大震災後の小康状態で、今後すぐに良くなったり悪くなる要素は見当たらない。消費意欲は縮んだままである。			
百貨店（販売促進担当）	・食料品に関しては、食品の放射能汚染問題等の不安材料がある。また、ファッションに関しても消費者のニーズがつかみづらく、大幅な回復は見込めない。			
百貨店（販売促進担当）	・節電に取り組む企業の休日が平日に変更となり、平日の売上が顕著に増加している。一方で土日は前年をやや下回っているが、1週間で見ると前年を上回る結果となっている。ただし、これは一時的な事象でしかなく、今後も消費者の節約志向は変わらない。			
スーパー（経営者）	・競争状況に変化はない。			
スーパー（総務担当）	・先行きは非常に不透明である。花火大会やイベントなどもかなり自粛されているので、そういった意味では景氣的に先細りである。ただ、購買意欲はさほど変わってないような気がしている。			
スーパー（統括）	・食品、住居関連、衣料品それぞれで暑さ対策商品の動きが活発であり、そのための消費は積極的だが、放射線汚染問題の解決の道筋が見えるまでは、全体的には慎重姿勢が続く。			

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
		コンビニ（経営者）	・9月も残暑が厳しいというような長期予報が出ているが、夏はコンビニ業界では割と販売量も多い時期なので、ある程度今の状態が継続するのではないかと期待している。
		コンビニ（店長）	・季節的な上下はさすがにあるが、大きく変化しそうな材料は特別ないため、売上自体は変わっていかない。
		衣料品専門店（経営者）	・心理的不安感は購買意欲を減退させる。客に晴れのステージに乗ってもらうまではまだ相当の時間が掛かる。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産量は回復してきたが、消費者の購買意欲はそれほど上昇していないので、変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数が毎月減少している。新型車の投入もなく、来客数を増やす要素がないため、変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・福島県に近い観光地を控えての商売なので、ホテル関係や飲食店、その他の風評被害がなくなり、前年、前々年並みに客が戻ってきてくれば良くなると思うが、風評被害がいつ落ち着くのか見通しが付かない限りは、年内、年が明けてもそんなに良い状況にはならない。
		乗用車販売店（販売担当）	・展示会など、何をやっても集客ができない。特別安い物でもあった場合は、それしか見ない。このままの状態がしばらくは続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で、良くない余波が今に来ているのかと思うが、やはり周りの住民は経済に不安を覚えている。早く生産や農業や工場が正常に稼働できるようになればいい。
		一般レストラン（経営者）	・天候不順と福島第一原子力発電所の影響で節電が続いているが、客の理解も徐々に限界になっている感じで、客が増えない。
		一般レストラン（経営者）	・この2～3か月来客数はほとんど変わらず、売上もそれほど変わっていない。他業種の人に聞いてもそれほど良くもなく悪くもない状態が続いているようである。
		都市型ホテル（経営者）	・客は自動車工業関係が多いため、現在の状態が続く。
		旅行代理店（所長）	・東日本大震災の影響により上半期の旅行ニーズは冷え込んだため、下期シーズンへのずれ込みが想定されるはずだが、今のところ秋季の旅行需要に伸びが見えない。
		旅行代理店（副支店長）	・旅行者が増えつつあるが、純粋に増えてきているわけではなくこの四半期に行けなかった反動で戻っただけの結果であり、景気自体は変わらない。
		通信会社（総務担当）	・景気の先行きが不透明であり、消費の低迷が定着してしまっている。
		通信会社（局長）	・より低価格商品の選択が進行し、競争激化の方向に向かっている。2～3月先の景気はこの流れの中で大きく改善に向かうことは期待できない。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災後に比べ良くなっているが、現在の状況が頭打ちになっているようで、現状維持が精一杯である。
		ゴルフ場（業務担当）	・このところ来場者については前年比で80～85%くらいまで戻りつつある。8月で大体前年並みに戻したいということで今計画を立てているが、なかなか難しい状況である。安めのプランへはすぐ反応があるが、ある程度の利益をみた幅で価格設定するとなかなか反応がない。当県は福島に近いために放射線汚染等の関係で敬遠されているのではないかと、というような心配も出てきている。いずれにせよ3か月後、秋のシーズンに向けて引き合いも結構来ているので、何とか前年並みくらいにはもっていききたい。
		ゴルフ場（支配人）	・現在円高傾向にあり、精密機械関係の企業が多い地域だけに不安が感じられる。また、地場産業が依然低迷している状況から、際立った来場者の増加が見込めるとは考えられない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・当店のようエンターテインメント業界、ゲームセンター、レンタルDVD等は可処分所得の振り分けが当業界に向くかどうかが一番大きなポイントとなる。全体的な流れはやや厳しいと思うが、その中で比較的少ない金額で対応ができる当業界の場合、そんなに大きな落ち込みはないのではないかと考えている。
		美容室（経営者）	・今後大きな変化はなく、固定客のカットのみの状況がしばらく続く。

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
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・駅前到家電量販店並びに新しい駅ビルができたため、今後来客数は伸びると予想しているが、実際に客が使う金額、売上にはあまり響いて来ない。単価も横ばいで推移するものと思われるため、先行きは変わらない。
		設計事務所（経営者）	・回復してきているものの、東日本大震災前より景気が良くなるとは思えない。また、今後どのような影響が出てくるのかも分からない。
		設計事務所（所長）	・9月ごろまではこの悪いままの状態でも推移する。国の進む方向に期待感を覚えない現在の状態では、良くなる要素が何であるのかも分からない。全く悲観した状況である。
		設計事務所（所長）	・今後は盆のキャンペーンや決算キャンペーンなど、いろいろなイベントを行って集客を狙う予定で、今月同様に忙しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災による節電等の要因から、都会からの避暑客が若干増加傾向にあるように感じられる。中古別荘の需要が反転、上向き期待がある。
		住宅販売会社（経営者）	・現状からすると、特に上向きになるとは思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災から4か月たち、将来に対する不安を持っている客がいる一方、積極的に投資をしようとする客、つまり住宅や車等の商品を購入する客、この二極化が進んでいる。良い物、値打ちのある物であれば当然購買意欲をかき立てることができて、物を売ることができるとい状況にある。
	やや悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・今までずっと伸びていたテレビの地上デジタル放送対応が一段落してしまったので、これからそれぞれ減っていく。また、月が変わって季節商材も少しずつ落ちてくる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・地上デジタル放送移行絡みの動きもなくなり、エコ、省エネについても落ち着きが出てきて、消費者の購買意欲が見えてこない。秋、冬に向かうなかでエコポイントのような政策でもない限り、消費者の財布のひもは固く、メーカーや販売店の仕掛けで売上を伸ばすことは厳しい。
		百貨店（営業担当）	・円高が進んでおり、製造業中心に輸出はやや厳しくなるということで、先行きが今一つ不透明である。
		スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題による販売不振が起きている。これから秋までは焼肉シーズンが続くが、買い控えが起きているので、関係の商品は当然売れなくなる。大きなマーケットなので心配している。
		家電量販店（経営者）	・7月までのアナログ停波による買換え需要の反動減が危惧される。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送への対応は一旦終わったが、複数所有していたテレビの買換えが終了していない客はまだまだ多い。この需要が若干の救いだが、単価と数量の低下は確実といえるため、今後の販売の柱を欠くことになり、厳しくなる。
		乗用車販売店（管理担当）	・円高が続き、製造業を中心に損失が増大、電力節減や消費マインドの低下により、先行きはやや悪くなる。
	住関連専門店（仕入担当）	・東日本大震災後、住関連品中心に売上を伸ばしていたが、日を追うごとにその伸び率は鈍化している。ペット用品やレジャー関連は低調傾向であり、住関連品の伸びが止まると全体数値は厳しくなる。	
	高級レストラン（店長）	・今後、企業の運営の仕方や消費者のライフスタイル、価値観など、今まで以上に大きく変化して節約志向が強まり、外食産業はより厳しい状況になる。	
	都市型ホテル（支配人）	・今年の夏の海水浴客は大幅減ということで、福島第一原子力発電所の問題が収束し、皆が安心しない限り、当県に観光及び行楽客が来ることはないと思っている。	
	タクシー（経営者）	・全体の動きが悪いので今後も悪い。	
	通信会社（経営者）	・地上デジタル放送対応の駆け込み需要も過ぎ、一気にクールダウンしそうである。これといった戦略商品がないのも事実である。	
	通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対応に伴う反動や円高による影響で、先が見えない不安から消費も鈍くなることが予想されるため、何かきっかけがない限り、しばらくの間は停滞ムードが続く。	

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
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・節電による夏季期間から当店のメイン客層であるファミリー客の生活習慣が変化している様子も見られ、今後も土日に集客し続けられるか不安がある。また、これまでの好調要因であった景品ゲーム用の人気キャラクター景品への注目度も落ち着いてきており、今後は苦戦が予想される。
		設計事務所 (所長)	・どうも思ったより状況は悪化しているようである。同業者の話でも、補助金がらみか耐震しか仕事はないとのことである。なでしこ効果はまだまだ先のようなものである。
		住宅販売会社 (経営者)	・福島第一原子力発電所の事故が収束し、後遺症的な放射線汚染が縮小しなければ好転しない。食品から始まり、放射線への不安は業種を問わず、少なからず影響が出始めている。
	悪くなる	商店街 (代表者)	・今の状況を見ていると決して良くなるという感じは受けない。テレビではスポーツ関係を結構やっているが、大型店に流れてしまうのか、インターネット販売が普及しているせいなのか、これからますます悪くなるという感じを受けている。
		一般小売店 [衣料] (経営者)	・いろいろな状況から、良くなるような気配は見えない。残念だがしばらくの間、良くはならない。
		コンビニ (店長)	・全体としての景気はそれほど変わらないと思うが、7月下旬に当店の近くに同じチェーンの店がオープンしたので、景気の動向にかかわらず大きなダメージになる。現在苦戦中である。
		衣料品専門店 (経営者)	・風評被害で商店街へ出て来る客も大変少なくなっている。これが収まるまでは仕方がない。
		衣料品専門店 (販売担当)	・自然現象ばかりに責任を押し付けると逃げている部分もあるのかもしれないが、残念ながら細かい仕掛けをしても客の反応が鈍い。身の回りの生活必需品だけは必要だが、当店のような服飾関係はどうしても後回しというライフスタイルになっているようである。東日本大震災後、特にそういう傾向が顕著になってきているので、今後はやはりこのまま悪くなる。
		スナック (経営者)	・どこから見ても景気が良くなる要素は全然見当たらない。何か良いものがあつたら教えて欲しいくらいである。なかなか個人の消費は回らない。
		通信会社 (経営者)	・被災地である当エリアの現況は数か月で立て直せるような甘いものではない。同業の倒産も非常に増えている。まだまだ底は見えない。
企業 動向 関連	良くなる	一般機械器具製造業 (経営者)	・東日本大震災の影響による上期の遅れを取り戻そうとする自動車業界の動きが本格化し、各社とも、いかに増産に対応していくかが課題となってくる。
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・主力取引メーカーからの生産の3か月見通しでは、前年比120%近くまで量が増えてくるということである。ただし、生産をしたくとも電力が少ないために間引き運転をしているという状況なので、電力が心配である。非常に困っているし、3か月後には15%節電は是非解除してもらいたい。
		その他製造業 [環境機器] (経営者)	・大手プラント工業会と国に当社の装置が認められたので、今後に期待している。
	やや良くなる	金属製品製造業 (経営者)	・得意先から2~3件試作の話が来ており、試作に成功した場合には仕事となるので、将来に希望を持って仕事をしている。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・上期9月までは、受注増が予定されている。
		金融業 (経営企画担当)	・東南アジア系インバウンドの回復に期待が持てる。
		新聞販売店 [広告] (総務担当)	・東日本大震災で中止になったイベントが復活したり、例年どおりのイベントが計画されたりし始めている。中元は企業需要が減っている反面、個人は堅調だと聞いている。
		社会保険労務士	・今後は少しずつではあるがサービス業が回復し続けると見込んでいる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・体験工房についてはある程度の売上見込みが立ちそうだが、取引先製品の受注に関しては全く予想すら立たない。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・8~9月は前月同様に電力事情に不安があるものの、現状と変化はない。
一般機械器具製造業 (経理担当)		・ここまで震災需要が少し上乗せになっていたため、これ以上需要は増えない。	
電気機械器具製造業 (経営者)		・国内需要の製品が結構あるので、復興需要が秋口から出てきて、10~11月ごろから徐々に受注が伸びてくるのかと、漠然と期待している。	

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	
		電気機械器具製造業（経営者）	・量産の製造はますます難しくなっていく。より一層、小口や他の分野の製造を拾っていく必要がある。努力次第で現状維持、また前年水準を確保したい。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今のところ多少引き合いはあるが、価格面が非常に厳しく、なかなか受注に結び付けられない状況である。また、ここにかけての円高傾向も、先行きの仕事量に関してかなりの不安材料となっている。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先や競合相手も大分仕事が増えてきている状況なので、このまま2～3か月は変わらない。	
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・秋口の需要に期待するが、原材料価格の高騰から値ごろ感のある新商品の開発が難しい。これ以上悪くなることはないと思うが、大きな改善は見込めない。	
		不動産業（営業担当）	・ホテルの稼働状況から判断すると、県央、県北では現在の東日本大震災関連の特殊需要が落ち着いてくる一方で、県南は通常の宿泊が増えてきて稼働が伸びる可能性がある。総体的には変わらない。	
		不動産業（管理担当）	・テナントも縮小等の話は今のところないが、現状維持がやっとの状況で、あつても入居よりも退去や縮小の話が多いのではないかと想定される。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状のまま推移する。ただし、価格は更に厳しくなる。	
やや悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・原油、穀物共に高値推移のところに、販売数量はやや落ち込み気味なので、悪くなる傾向になる。原価を下げるとますます悪くなる。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・売上が少ないなか、資材の値上げがあるということなので、厳しい状況となる。	
		輸送業（営業担当）	・今後も原子力発電所の問題による節電、エコ等が続き、特に家電関係、また、円高による自動車関連の輸出量も厳しくなりそうである。しばらく物量の確保に苦労しそうであり、各コスト面も厳しくなりそうである。	
悪くなる		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っているが、東日本大震災による工期の延長で工事が遅れ、入金も遅れており、このままでは資金繰りが心配である。	
雇用 関連	良くなる	—	—	
		やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・現在話をしている仕事が順調に決まり、スタートすれば、今より必ず良くなる。
			人材派遣会社（管理担当）	・自動車関連の派遣依頼が継続的に増える予定なので、やや良くなる。
			職業安定所（職員）	・求人数、求職者数、就職者数等から考えると、若干ではあるが上方に向く。
			職業安定所（職員）	・求職者は少しは増えているが落ち着いてきている。求人も少しずつではあるが増えてきている状況で、企業も東日本大震災の前ほど混乱していないため、やや良くなる。
			職業安定所（職員）	・新規申込の求人の動きが徐々に活発化しているように感じられ、円高等の新たな不安材料が大きく影響しなければ、企業側の採用意欲は高まってくる。
			職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比37.3%増と14か月連続で増加している。製造工場等に対する東日本大震災の影響はあったものの、施設の修復整備が徐々に整い、生産の遅れを取り戻すためや震災に係る助成金利用のための求人が出されていることによる増加である。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・地上デジタル放送対応の関係でテレビ、アンテナといった商品等の駆け込みが見られ、それに伴う工事もかなり活発さを見せている。自動車、携帯の電気電子部品関係については、前月あたりから少しずつ稼働が伸びてきているが、8月一杯ある夏休みが影響するものと思われる。食品加工の分野、飲食等については今月のような活発さが見られるものと予想している。	
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災からの復興、復旧の遅れ、福島第一原子力発電所の工程の不安定さのため、経済活動に悪影響を与えている。	
		求人情報誌製作会社（経営者）	・周辺企業を見ると、自動車関連は東日本大震災後、大分回復基調に戻っているが、全体的には景気は低調である。特に、震災後の観光自粛が現在も続いていることから、温泉地、リゾート地の宿泊施設は極端に悪くなっている。	

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
		職業安定所（職員）	・求人数はやや増加傾向にあるが、高卒求人なども伸びておらず、雇用形態も非正規雇用の求人がやや多い。また、東日本大震災直後は、風評被害などもあり、特にホテル、ゴルフ場等のサービス業の景気が非常に厳しかったが、これもやや脱却しつつはある。ただし、根本的に良くなる要素がないので、先行きは見えずらく、あまり好転するようには思えない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・円高により海外展開を早める製造業が目立ち、求職者の採用条件に海外駐在を求める傾向が強くなり、ミスマッチが増加している。
	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 動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・この2、3か月は東日本大震災の影響で最悪の状態だったが、徐々に消費者も消費行動に出てくるため、やや良くなる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・東日本大震災も大分落ち着いてきたし、いろいろな意味で客が消費に多少目を向ける時期になっていく。
		百貨店（売場主任）	・気温の不順が想定されるため、前年の猛暑での秋物不調から、今年は動きが早めになる。
		百貨店（総務担当）	・梅雨明けが例年より早かったこともあり、衣料品の売上が前年を上回っている。全体的な売上も3か月連続で前年を上回っており、その傾向が続く。
		百貨店（販売管理担当）	・来客数は微減だが、夏休みの旅行需要やお盆用のブラックフォーマルの売上が堅調に推移していることから、今後の需要回復の動きが見込める。
		百貨店（店長）	・東日本大震災後、都内百貨店に流失していた客が地元の百貨店での買物へと変化している様子が見られる。4～7月までの状況は前年売上を上回っており、先行きもやや良くなる。
		スーパー（店長）	・現状は客の買物の様子を見ても買い控え等は見られず、外的要因、特に円高等で急激に日本経済が悪化しない限り、更に良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・千葉県では東日本大震災における液状化の問題が非常に多く取り沙汰されたが、その関係で工事がどんどん多くなってきており、これからは工事関係の来客が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・今年の秋冬はデザイン面で魅力のある商品が多く、消費者も夏のクールビズ商材に引き続き、服装に対する関心が高まっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・まだ前年並みにはならないが、徐々に売上が伸びてきているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新規の来客が増えてきているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月も含めて現在は市場も低迷しているが、今後生産も徐々に追い付いてきているので、需要も徐々にだが見えてくる。
		乗用車販売店（販売担当）	・新車の需要はまだ良くないが、いろいろな話の中で中古車や部品が売れているとか、整備に関してもプラスが多少増えているということであり、東日本大震災の影響後、多少良くなってきている。特に3、4月は震災の影響で車が作れなかったため、今はオーダー数が結構増えてきて、商談も徐々に出てきているという話を聞いている。8～10月あたりに新車の拡販ができ、また部品も売れると期待している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・10月には大手自動車メーカーの生産が東日本大震災前に戻るのだから良くなると言いたいところだが、節電による経済の不透明さや円高も続く。楽観視はできないが、企業や消費者の動向がやや上向いてきたと期待したい。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・震災対応の商品等が売れると思うため、やや良くなる。		
高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移から、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
		高級レストラン（支配人）	・企業によって業績の良し悪しが完全に分かれているところが今後の気掛かりな点であり、夏の節電の影響が秋以降にどのような出るかも不透明であるが、全体の景気としては回復傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災後の小さな企業努力が少しずつ実を結び、数字的には横ばいだが伸びを期待できるという声が多い。
		一般レストラン（店長）	・猛暑も節電も終わり通常に戻ってきて、今よりもやや良くなると期待している。
		都市型ホテル（経営者）	・1日も早く安全宣言が出されないことがない限り、サービス業、ホテル業界は全く先行き不透明である。福島第一原子力発電所の事故の影響次第で、どうなるか全く先が読めないというのが偽らざるところであるが、現状よりは良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量も徐々に回復基調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・秋から冬に掛けての宴会の集客数は前年並みまで来たが、客単価は下がる。レストランの集客はこれからだが、婦人対象にお得感のあるイベントを打って集客に努め、夜の法人利用減少を少しでもカバーして、前年の95%を集客したい。宿泊は周辺のイベント会場での催し物にも左右されるが、9月以降の予約状況は前年並みの入れ込み状況となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・放射線の件がまだどうなるか分からず不透明であるが、東日本大震災の復興に伴う特需等が出てくるため、全体的には上向きになる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災後より客の動きが活発になってきた印象があるため、やや良くなる。
		都市型ホテル（統括）	・東日本大震災の復興が進み、旅行を中心に動きが出てきている。
		旅行代理店（経営者）	・夏場に海水浴場等が放射線汚染の可能性があるなどのこともあって客の間では少し敬遠しがちだったが、夏に遊びに行かなかったので秋口にはどこか行こうかというような家族客等が増えている感じなので、やや良くなることを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響が薄らいで業務需要が回復しつつあり、先行していた観光需要も更に戻りつつある。
		旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎え、国内団体旅行の受注件数が増えている。航空機の予約席も、便によっては団体席が満席の便も発生している。
		旅行代理店（支店長）	・春先に延期した客が今問い合わせ中なので、必ず戻ってくる。また、皆お金を使おう、旅行に行こうという気持ちが更に継続して大きくなり、旅行の需要につながっていく。
		通信会社（経営者）	・夏を越え、一応電力不安がなくなり、気持ちが持ち直す。
		通信会社（経営者）	・大手競合他社等との競争は依然厳しさが続くが、東日本大震災の影響を脱却し、多チャンネル需要が回復する。
		観光名所（職員）	・これから本格的な夏休みに入るため、旅客が増えることを期待している。
		ゴルフ練習場（従業員）	・客から受ける印象から、景気はやや良くなっていると感じる。付帯するレストランも売上は前月、前々月を超えてきているので、順調に推移している。今後、景気はやや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・今後の予約状況は現状あるいはそれ以前より、ある程度の集客を見込んでいる。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	・節電を各家庭、企業が努力したため、計画停電が実施されずにきており、経済活動が今後も阻害されることなくいくと思うため、やや良くなる。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・円高と東日本大震災の影響の低減により、外国人客が回復している。この様な回復基調は今後もしばらく続くと見込まれ、やや良くなる。
		設計事務所（経営者）	・行政の指名は、この2、3年間は耐震診断がメインだった。現在は耐震診断はかなり終わってきて、学校の改修等、増築もしくは新規の計画が多くなってきている。耐震診断ではない物件が順次増えてきたということで、先が少し明るくなってきている。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災によるものが多く、この業務が終わった時、通常業務がどれくらい動くかが心配であるが、今のところ少し忙しくなっているため、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・建築のコンサルタント物件が多少出てきているうえ、実作業につながると思うので、多少良くなる。

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
変わらない		住宅販売会社（従業員）	・例年8月の販売量は稼働日数の関係もあり落ち込むが、9、10月は緩やかに良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が増えている。客の気持ちが落ち着いてきている。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災直後の何事に対しても自粛するムードはかなり薄れてきており、電力不足も今のところ深刻さはなく、通常の状態に戻りつつある。
		商店街（代表者）	・衣料品や食料品関係はまあまあというところだが、その他の業種は相対的に見て、東日本大震災後はなかなか厳しい状況が続いている。価格競争のはざまに入ってしまったため、今後どうなっていくか、厳しい状況である。
		商店街（代表者）	・気温の低下による節電自粛は今よりは緩和されるだろうが、この先、景気の劇的なカンフル剤が投入されるとは考えにくい。
		商店街（代表者）	・現在の様子から、とにかく早くいろいろなものを解決しなければ安心して生活できないということが大きい。
		商店街（代表者）	・売上と人出は戻ってきているが、飲食や夜の店がかなり苦戦を強いられている。客の引けが早く、東日本大震災前のような夜飲み歩く状況までには至っていないようである。この状況が続けば、昼間は良いが夜の店や飲食店は閉店もあり得る。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月も商店街として売出しをしたりしているが、盛り上がりには少し欠けているような感じがする。その原因が何であるかは分からないが、この状況が続く。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・今後の外資などの物件、案件等に関しては、出ていることは出ているが、まだ決定には至っていないものもある。未確定な要素が多分にあり、今後のことは計り知れないため、良くもなく悪くもなく、変動はない。
		百貨店（広報担当）	・足元の状況は少しずつ良くなっているものの、福島第一原子力発電所の問題が今後どのように消費行動に影響してくるのか不透明である。また、業績悪化による雇用や賃金状況の悪化が懸念材料である。
		百貨店（営業担当）	・今年は梅雨明けも早く猛暑日が続いたことと、節電によるクールビズ効果もあり、日傘、帽子、ハンカチ等の婦人用品とワイシャツ、肌着等の紳士洋品が好調に推移しているが、これは天気によるものである。今後の天気次第で売れ筋商品の動向が変わってくるので、景気が良いか悪いかの判断がしづらい。
		百貨店（営業担当）	・この節電の状態では厳しさが残る。当店も8月は何十年以来の4日間の休日を設けて節電に備えるが、休日の売上を確保するのは難しい。また、休日を設けない店も残暑等が続くと洋服は厳しい環境にある。
		百貨店（営業担当）	・全体的な回復傾向は続くが、福島第一原子力発電所の事故の影響による食料品の売上減に対する懸念がある。商品分類別では、猛暑対策としてクールビズ対応及び冷感寝具等のヒットがあり、相殺されている。食料品の安全志向による購買の慎重姿勢は変わらないと思うので、秋口に向けた新しい提案、取組みがこの回復基調を維持する秘けつであるといえる。顧客単価は堅調に上がっており、来客数増が2、3か月後のポイントとなる。
		百貨店（営業担当）	・現在好調である節電関連商品も一巡しつつあり、急な景気刺激策がない。政治不信も続いており、今後好転する要素はない。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災による消費マインドの低迷はまだ払しょくされていない。また、今後の政策見通しも不確定ななかで生活不安の増大が懸念され、内需は明るい展望を描きにくく、先行きはまだ不透明である。
	百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災後、約半年が経過し、各部門でほぼ持ち直してきているが、全体を押し上げるほどの力強さは感じられない。	
	スーパー（経営者）	・今月は少し良く、2、3か月先も同じような状態が続き、変わらない。これから先のことは分からないが、7月から多少上向き、良くなるという感じがしている。	
	スーパー（店長）	・業界全体の売上は頭打ちの状況であり、単発的な消費なので、到底景気を底上げできるほどの力は無く、依然として楽観視することはできない。	

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
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の復興については非常に長い期間が掛かると見込まれ、またそれが具体的にいつまでというものが見えないなかで、客自らが積極的な購買に走るということは見受けられない。そのため、天候、気温と件に関した物のみが売れ、それ以外の物は比較的購買力が下がっていく。
		スーパー（仕入担当）	・前年は9月以降も猛暑が続いていたので、気温との相関により売上が変化していく。ただし、一部商品については放射線の影響が懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・食品の放射能汚染問題はますます広がる可能性がある。青果物、水産物等、北関東、東北地方の食品全体へと広がっていくことが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・天候の影響で売上は回復したが、自然頼りで不安な要素も多々あり、今の売上を維持するのは難しい。
		コンビニ（店長）	・たばこの購買はここ2、3か月好調ではあるが、これは不安感の表れのようにも見える。また、店頭での道路等を掃除していると吸殻がやはり以前より増えているように感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・現状の気候、気温のままだと、今のまま停滞する見込みである。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物が今回早めに動いているので、バーゲン等も早めに入っており、8、9月は夏物の動きが前年より落ちる。しかし、全体としては上向きに変わっているため、前年並みである。
		衣料品専門店（経営者）	・9、10月は行楽の季節になるが、福島第一原子力発電所の事故による放射線汚染で消費者の行動範囲が狭くなる。購買意欲は出てきてはいるが、価格にはかなりシビアで、そう簡単に景気は上がらない。
		衣料品専門店（店長）	・暑い天気が続いたために省エネ関連の衣類のみ好調であり、今後もその傾向が続く。一方で節電のために商品生産に遅れが出たり、放射線不安から海水浴が敬遠され水着が前年比半減程度、祭りも自粛で浴衣の動きが悪い状況は今後も変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売は東日本大震災後、あまり芳しくない。今年一杯は駄目である。
		乗用車販売店（総務担当）	・景気は上向き感があり、今後は新型車の導入が見込めないなかで、EV車への期待が大きい。しかし電力消費抑制の影響で、顧客が興味を抱いていないようである。
		乗用車販売店（営業担当）	・自粛から節電モードへと、節約することによって以前のように景気が停滞していく。
		乗用車販売店（店長）	・受注からの登録にまだ時間が掛かっている。6月から工場の立て直しもあるが、当月マッチ率は非常に厳しい状態が続いており、売上台数は目標未達、前年割れとなりそうである。
		住関連専門店（統括）	・今のところ景気が良くなる要素がなく、また売上に結び付くものがないため、現状を維持するのがやっとであり、これから良くなることはなかなか見込めない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・節電避暑地とバーゲンセールとの相乗効果により、来館者数は増加している。先行きの景況感は円高等、不透明要素はあるものの、底堅く推移する。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・しばらくは低調が続く。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらず、また、被災者支援の増税等が検討されているため、まだ消費は良くなるとは思わない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災後、少しずつ景気が戻ってきて現在に至っているが、2、3か月後は恐らくあまり今と変わらない。少しずつ戻ってはいるが、ショックが大き過ぎて経済はなかなか元に戻らない。
		一般レストラン（経営者）	・前月は売上が前年比100%と立ち直りを見せたが、今月は96.5%とまた落ちてしまっている。2～3か月続けて100%を超えないと、良くなるとは言えない。
		スナック（経営者）	・8、9月は暑いせいもあり、他のレジャーに客を取られ、少し寂しくても例年のごとく客足は遠くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外の客がなかなか戻ってこない。福島第一原子力発電所の事故、食品の放射能汚染問題等の問題もあり、先行きは不透明である。

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
		タクシー（団体役員）	・第2次補正予算も通り、東日本大震災復興特需に期待はするものの、福島第一原子力発電所の事故の収束見通しが立たず、更に電力不足による企業や一般家庭の節約や自粛は続くため、個人消費の回復は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化の特需が終わり、厳しい状態に戻る。
		通信会社（支店長）	・各社スマートフォンへの機種変更も好調に推移しており、当面この状況は継続する。
		通信会社（営業担当）	・客は将来に備え、消費を抑えて貯蓄をしているようである。
		通信会社（営業推進担当）	・年末までの下半期は家電エコポイント制度復活の可能性も低く、テレビ、白物家電を中心とした商品の買い気配が全くない。
		通信会社（管理担当）	・比較的落ち着いた状況で、年内は現在の状況が続く。
		遊園地（職員）	・景気回復を期待できる材料が見当たらないため、変わらない。
		パチンコ店（経営者）	・輪番店休で月に3回休まなければいけないことになっている。確かに客は流れてくるが、普段は月1回の休みなので、営業的には休みが多くなって売上減少になる。日々の数字は少し良くなるが、トータル的には今現在と変わらない。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・現在は、復興のための投資などの分野で非常に活況を呈している業界と、逆に東日本大震災の影響等で注文がない等の業界の2つに分かれている。その影響がどうなっていくかによって、また、当社との関係がどういう具合になっていくのかによって、大きく結果が出てくる。そういった意味では、良い部分もあるけれど悪い部分もあり、変わらない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・この先も恐らく低水準で移行し、大きく好転することはないと確信している。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場等の来場数には変化が見られないが、土地の流通が良くなっている傾向があるため、上向き可能性はある。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響は底を打った感じがするが、回復までには至っていない。
		住宅販売会社（従業員）	・前月はボーナス支給月ということで一時的に販売量の増加があったが、今後2、3か月先の景気が変わりそうな要素が全然見付からないため、景気は変わらない。暑い時期が過ぎて客の動きが出てくることを期待したいが、販売量の増加につながるかは疑問である。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・東日本大震災以降、需要が低迷しており、どこの客先でも先が見えないというような話をしている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の購買意欲が減退しているのが大きな理由である。買うまでに非常に悩んで競合店をかなり回り、なおかつそれでも我慢してしまうというようなことがある。我慢する傾向が非常に強くなってきたと思うことが多くなってきたため、今後商売が拡大基調にいくのは大変難しい。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・東日本大震災の影響や、高速道路料金休日上限が無くなり、帰省等がしにくい状態が続くと思うため、帰省土産の需要が落ち込む。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年が一番茶、荒茶を調査した結果、全工場にて規制値を大きく下回り、安全であることが証明された。これは産地からの情報であるが、当小売店としては前年比2けた減となっているため、やや悪くなる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エアコンの売れる夏が終わると、秋に主力となる売れる商品がないため、9月からは厳しくなる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・地上デジタル放送化の済んでない客の対応もあるが、今までのようなことはないと思うため、やや悪くなる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・個人消費はあまり伸びない。品質より価格重視の傾向が顕著に見られる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・暑さや湿度が増すなか、ますます節電対策を実施する企業が増え、給茶機が停止することによるお茶や粉末等の注文が止まってきており、今後売上が急速に悪化する。
		百貨店（総務担当）	・まだ一進一退が続く。現状良い部分はあるが、中元は悪かったなどのマイナスもある。また、食品の放射能汚染問題等で、売上が左右する懸念もある。6、7月より良くなるとは考えにくく、注視していく必要がある。

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
		百貨店（広報担当）	・7月当初までは被災地復興に向けた様々な応援施策を行うなど景気回復策が積極的に行われていた。ところが、最近では福島第一原子力発電所の事故に関する放射線問題が先行し、食品の放射能汚染問題など景気に悪影響を及ぼしている。特に当社はターミナル百貨店として食品の売上のウエイトが高く、その影響を考慮せざるを得ない。
		スーパー（店長）	・競合店で酒の販売ができなくなったのが6月中旬で、約3か月間と聞いている。そうすると9月あたりに酒の販売が再開されると思うので、その部分の特需が9月の段階では無くなり、10月については若干落ちる。
		スーパー（店長）	・節電問題や被災地への援助金等、増税に関する不透明感が将来あると考えられ、無駄遣いや余分な出費を控える。
		コンビニ（経営者）	・当店は1年を通すと7月の売上が一番高い。8月はやや落ちるが大体横並び、9～11月と冬に向かって売上と客数が若干減っていく。それに加えて、原子力発電所の問題等で電気料金の値上げや子ども手当の関係、法人税あるいは所得税等、増税関係の話がどんどん入ってくると、少し景気は下向きになっていく。
		コンビニ（経営者）	・政治的不安定や円高、いろいろな不安要素が多いので、2、3か月先が良いか悪いかは到底分からない。多分悪くなると思うが、はっきりしたことは今からでは分からない。
		コンビニ（経営者）	・円高、原材料の高騰、電気不足、このあたりが大変大きな要因である。
		コンビニ（経営者）	・天候不順と景気の先行きに対する不透明感が大きく消費者心理を冷え込ませている。
		コンビニ（商品開発担当）	・たばこ特需については値上げが一巡し、また品薄も解消され、町のたばこ屋や自動販売機にも商品がある程度供給されることが想定されるため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・安い物は出るが良い物、値の高い物が動かない。8月に向けてどちらにしろ売上は落ちるのだが、9月に入ってから当業界の本番も、大変不安な状態にある。
		衣料品専門店（経営者）	・この夏の予定が少なく、目的による購買が無い。天候も読み難く、晩夏物の展開が不安である。
		家電量販店（営業統括）	・政府主導のイベント（エコポイント制度、地上デジタル放送化、節電）消費が終了し、今後顧客の消費を喚起する事象が急減するため、顧客の購買欲がどのような方向に動くのか予測が難しい状況である。秋以降に、引き続き節電や、復活すると噂されているエコポイント制度の内容次第で、大きく消費は変化する。また、増税が何時、どんな方法で実行されるかでも、消費動向は大きく変わるが、しばらくは下降傾向である。
		家電量販店（統括）	・業界の需要を喚起する要素が見えない現状において、先が見えない。
		住関連専門店（店長）	・放射性物質含有の材料、肥料などの影響が出る。
		タクシー運転手	・とにかく先の不安が大きく、無駄遣いできない状態が今後もまだ続く。
		通信会社（企画担当）	・先が読めないで悪いほうを想定し、やや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対策が一段落して加入数は落ち着き、やや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送完全移行完了に伴い、その対策としての役割を終えて需要が少なくなるため、やや悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・塾に行かせる範囲が変わってきている。近くの塾にくら替えをする等、東日本大震災以降、地震が起きたりして交通機関のまひ等が考えられるため、遠くから来ている子どもたちの人数が大幅に減っている。したがって、景気はやや悪くなる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・季節的に衣服を買うために来るが、出費を控える気持ちは変わらないため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災があつてから予算をそちらにとられ、地方に回ってこない状況である。なかなか新築の仕事がなく耐震や改修となるが、仕事にありついたらにしても受注金額が非常に少ない。これからますます業者間の競争の激烈さは増し、景気が良くなるはずがない。

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	一般小売店〔家電〕 (経営者)	・地上デジタル放送化の特需で商品等は出たが、周りがあまりにも値崩れしていたため、売上がなかなかできなかった。これから先はその特需等が全く無くなる。エアコンの需要はまだ少ないし、東日本大震災の影響もあり、いろいろな意味で電気工事等も遅れている状況がまだ続いている。これから良くなるのは少し難しい。
		一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	・競合店が多くオーバーストアのため、悪くなる。
		家電量販店(経営者)	・前年のエコポイント制度の効果や猛暑によるテレビやエアコンの高い実績、今月のアナログ放送終了でのテレビ需要の前倒しで、今後しばらくは主力の白物家電やテレビ等が非常に厳しくなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕 (経営者)	・今月また競合店がオープンしたため、先行きは非常に厳しい。
		タクシー運転手	・女子サッカーの奮闘で日本中明るい雰囲気になったのもつかの間、食品の放射能汚染問題、アメリカの財政赤字問題で円高が続くV字回復を期待する日本企業の業績見通しに暗雲が広がり始めている。大手電力会社は停止中の原子力発電所の運転再開時期の見通しが立たない等、業界でも少なからず影響を受けている。
		ゴルフ場(従業員)	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故など、今ほとんどの業種は頑張るしかない。日本はとにかく大変な状況で、簡単に景気は良くなる見込みはない。
		美容室(経営者)	・東日本大震災後、何となく街の中の元気がなくなっている。
		住宅販売会社(経営者)	・東日本大震災の復興と福島第一原子力発電所の事故の解決にめどが立たない限り、景気は回復しない。政府の対応が遅すぎるため、それによって景気は左右される。
企業 動向 関連	良くなる	金融業(支店長)	・為替相場のドルは78円後半から80円台前半で推移している。相場に知識ある個人客は、外貨建資産保有に積極的になる。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・毎年恒例の業務が始まり事業の好転が見込めるため、やや良くなる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・現在、東日本大震災前の状態にはまだ戻りきっていない。今の状態よりは戻る方向になっていくと思うため、今よりは良くなるが、良くなると言っても元の状態に戻るという感じである。
		建設業(営業担当)	・東日本大震災からようやく余震も少なくなり、設備投資に対して自粛する傾向が無くなってきている。また、節電対策としても遮熱フィルム張りや断熱効果のある塗装などを企業は考え始め、合わせて空調設備に関する設備投資も引き合いが来ている。
		建設業(経理担当)	・東日本大震災で計画を棚上げしていた所が、ここにきて動き始めたようである。この先、幾らか案件が望めるようになってきている。
		輸送業(所長)	・取引先の情報では、部品調達が9月ぐらいから回復するらしく、それに合わせて新商品を投入するとのことである。現在セーブしていた物がある程度活発に荷動きする。
		金融業(支店長)	・東日本大震災関連の受注が増加する。ただし、やや不安材料が残っていることもあるので、若干良くなる程度である。
		不動産業(総務担当)	・オフィスへの新規入居希望テナントが具体的に現れてきているため、今後、収益の改善が図れる見通しである。東日本大震災後の傾向として、高層階を希望するテナントが減っているようである。
		広告代理店(営業担当)	・何かと先が読みにくかった節電の夏を超えることと、控え気味であった得意先の今期売上目標達成のためにも新商品の投入、つまり広告宣伝費も必要に応じて使うと予測できるため、やや良くなる。
		その他サービス業〔警備〕(経営者)	・盆が明ければ道路工事がもっと増えていく。
		その他サービス業〔映像制作〕(経営者)	・秋口から新企画が始まる予定になっているので、やや上昇の期待が持てる。
変わらない		食料品製造業(経営者)	・何となくまだ皆おびえているため、景気が良くなるということに信頼が持てない。
		繊維工業(従業員)	・主な輸入先である中国が依然として好況であり、富裕層の原料買い占めが続く。

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
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・主な得意先が電力関係であることもあるが、やはり福島第一原子力発電所の問題が落ち着くまでは現状のままか少し下向きと現場では感じている。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・若干の利益を出しても原材料の値上がり分に相殺されてしまう状態は今後も続く。
		化学工業（従業員）	・商品の動きも下げ止まりで平行線である。仕入先、販売先からは、景気が良くなることも悪くなることも、景気の動向が全く聞こえてこない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興が遅々として進まず、全体の景気の足を引っ張っている。このままではすぐには復興需要は起こらないため、2、3か月では景気が良くなるとは思えない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	一部の顧客で東日本大震災特需の話も聞くが、円高や原油高、マイナス面の影響が懸念材料としては大きい。
		金属製品製造業（経営者）	・当社の主力である試作関連の仕事は相変わらず少ないままだが、生産設備の消耗部品が久々に始めている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・電気を使うことが悪のような風評が空調業界に立ち込めている。開発した本当に環境に優しい高級品は全く売れなくなり、安い商品しか市場に受け入れてもらえなくなっている。日本の空調業界のレベル低下が心配である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・依然として業界の活性化を手を替え品を替え、いろいろと進めているが、相変わらず東日本大震災の影響が多分であり、良い展望ではない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の落ち込みをここ3か月、10月くらいまでに取り戻すということにトラック業界ではなっている。しかし、ここに来てまた円高になっている。前月よりは材料が出て忙しくなっているものの、このままずっと秋口までいってくれば嬉しいが、夏休みが終わらないと本当のところは分からない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・得意先からの仕事量が多少増えてきているからといって、状況が急転して良くなるということは考えにくいので、今のままの状況で推移していく。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・猛暑による特需は期待しているが、東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響か、いまだ消費者の購買意欲は回復していないようで、美容室も厳しい状況が続いている様子である。
		輸送業（経営者）	・今のところ元凶が改善される材料は見当たらず、これからも現状のまま推移する。
		通信業（広報担当）	・海外景気の減速が懸念され、今以上に良くなることは想定し難い。
		金融業（従業員）	・一部の企業で原材料の調達などに東日本大震災の影響が残るものの、全体の業況はおおむね震災前の水準に戻りつつある。建設業では、材料不足の影響から売上高が減少を示しており、一部の企業においては今後の材料価格の上昇に不安感が出ている。
		金融業（役員）	・日本は、電力問題に代表されるような国家レベルでの変革の時期を迎えている。それらの方向性が見出せない段階では、前向きな投資計画は控えられ、復興の足取りは遅いため、景気は良くはならない。
		金融業（支店長）	・今後の計画停電のような節電等が、客の製造に相当大きくかかわってくる。福島第一原子力発電所の事故関係での消費低迷など、客の考えがやはり内向きになっているため、消費が全然上がってこない。税金が今後上がることへの心配で皆、財布のひもが固くなる。これら全部が想定されるため、まだ景気が上がるということは考えづらい。
		不動産業（従業員）	・企業、個人共に土地購入希望者の数が減少している。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・福島第一原子力発電所の事故、放射線の影響が懸念される。
		経営コンサルタント	・中小企業でも夏季賞与の支給が行われている。その際、各社で社長が今後の展望を語っているが、回復にまだまだ時間が掛かると見ている企業が圧倒的に多い。特に商業、サービス業系の企業では、電力不足問題もあり、想定以上に回復ペースが遅いとしている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今もなお東日本大震災の影響を引きずっているとは思えないが、受注が伸びていかない。回復の兆しが見えないため、2、3か月後もこのまま変わらない。

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
	やや悪くなる	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・新規テーマ生成まで現状維持である。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・もろもろの資材関連の値上がり打診が来ている状況なので、年末の繁忙に向けて厳しい状況が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・政府の不安定さで手を打てないというより、大手は皆海外生産へ変化して国内に残る仕事が少ない。今までノックダウンしていた部品も急な円高で海外現地生産に替わりつつある。このままでは製造業の中小企業には厳しすぎる環境が長引き、景気が上向くとは思えない。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の生産計画が先送りになりそうなので、8、9月の仕事は少なくなりそうである。原子力発電所関連の仕事が先が見えなくなったので、特にそのあたりを心配している。
		精密機械器具製造業（経営者）	・円高や東日本大震災の風評被害が進んでいるため、楽観視はできない。
		不動産業（経営者）	・新築がこのような状況なので、先が思いやられる。
		広告代理店（従業員）	・前年同期にあった安定した売上が無くなり、新規売上も見込めないため、大幅な売上減になる。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・同業他社との価格競争が顕著になってきており、低迷状態がしばらく続きそうである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・アメリカのデフォルト問題が心配だが、回避できたとしても円高はしばらく続くと思われるため、その影響が出てくる。
			悪くなる
輸送業（総務担当）	・東北方面への輸送も若干出始めているが、運賃が地方の帰荷扱いで低く設定されている。東北方面からの車両が全く首都圏に来ていないため、自社便で東北への赤字輸送が当面続くものと考えている。		
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・盆明けは例年少し求人数が増えるため、かなり期待している。いろいろな計画、予定も把握してターゲットを絞って獲得に向かっていっているので、相当数の獲得ができる。
		人材派遣会社（営業担当）	・秋以降は自動車業界を中心に増産体制が見込まれている。そのため、人材需要も増産に合わせて増える。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災後にこの春のイベントやキャンペーンなどを見送っていた企業や専門店等が、秋冬には春の分を取り戻すべく販促強化を考えているようである。このような動きが多くなれば、付随してマンパワーが必要になる。
		職業安定所（所長）	・放射線汚染問題がマイナスの方向に作用する懸念は強く、予断を許さないとところであるが、全体的に新規求人数が増加傾向にあり、特に製造業や建設業の増加が目立っている。一方で新規求職者数は減少しつつあることから、景気はやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は景気の先行き不透明感で採用活動が慎重であることから、高卒予定者対象求人数が前年同月比で若干減少しているが、企業の休業に関する計画届の提出件数は減少していく傾向にある。中小零細企業の受注回復まではすぐに効果は出ていないが、ゆっくりと回復に向かっている。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加に転じたのが大きな理由である。ここ最近の急激な円高基調は気になるが、一度増加に転じれば上向き基調がしばらくは続く。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響を受けて、悪くなっている企業と良くなっている企業とに二分化しているような状況が見られるが、以前に比べて良くなっているという声が少しずつ上がってきている気がするため、今後は少し良くなる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・都心部ではビル建築用クレーンが増え、人の歩みも早く活気を持つようになってきている。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人増の勢いから、もうしばらくこの傾向は変わらない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・今月から一般企業から若干ではあるが求人票が届くようになってきているため、やや良くなる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・何人かの経営者と話をしたが、特に景気が良くなるという期待ができる状況が何にもないとのことである。電力不足等を考えると、日本以外の所で製造業を立ち上げたい、その検討を始めたという人が多い。	
		人材派遣会社（社員）	・引き続き製造業を中心に求人、雇用は増えているものの、円高等の懸念材料もあり、輸出関連企業の国内生産減による雇用縮小を不安視している。



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
		人材派遣会社（支店長）	・派遣はロットでの依頼数が見込めるものが今のところなく、他社契約のリプレイスなどリテール需要しかないため、大きく業績を向上させるには案件が少ない。
		人材派遣会社（営業担当）	・若干ではあるが、求人は増えてきている。しかし、少ない枠を多くで競っている状況で、雇用回復に向かっているとは言いがたい。しばらくは、大きく増えもせず減りもしないという状況が続きそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気に大きな動きが生じる様子は見受けられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・9月以降の予測はまだ難しい。新卒採用の枠組みがより年間採用へとシフトしていくなかで、新卒、中途、派遣、グローバル採用と雇用の組み合わせが複雑になっていく。そのため、人材採用費の使い方が読めない状況である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・底からは回復したと思うが、このレベルからの上昇は期待できないため、変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きが特に変わっていない。
		職業安定所（職員）	・個人消費の低迷、原材料価格の高騰により新規雇用を様子見する中小企業が多い。
		職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていないため、変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・本来であればメーカーは国内だけではなく、輸出は堅調であると考えていたようである。いつまでも続くとは考えていないようだが、ここにきて円高が進んでいるため、どうしても目先の影響で将来の積極的な行動になかなか結び付いていない。そのため、国内、海外への対応は比較的消極的になっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・現在の状況が更に好転するかは見えないが、悪くなる見込みはあまり感じない。円高が進んでいることによるメーカーへの影響が気掛かりである。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・活動当初の採用計画に増減がある企業は少なく、求人獲得数予想に大きな変化はない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・地上デジタル放送に伴う人材や、東日本大震災対応の求人増があったが、いずれもほぼ終息し、一時的に増えた求人が落ち着き始めているため、やや悪くなる。
	悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・世の中が上を向いて動き出し仕事に戻ってきてても、当社は経営悪化のため大量退職が出た分、人手不足で全く何も回らない状態になっている。単価の安い、薄利多売戦術に転換することにより、結局は会社の業績は好転しない。こういう会社が多いため、景気は上を向かない。

## 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	商店街（代表者）	・客の様子を見ると、単価は依然として低いものの、購買意欲は若干見られるようになってきているため、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・製造業の生産回復によって製造業の収益が回復すれば、伊勢のような観光地の景気は更に良くなる。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・しばらく暑さが続くが、外食よりも家庭での食事が好まれる流れが続いていることに加えて、エアコンの節電のためか家庭で火を使わない傾向があるため、惣菜の販売は今後も比較的堅調である。
		百貨店（売場主任）	・自動車関連企業による木金への休日変更により、木曜日から日曜日まで忙しく、来客数も多い。この傾向はしばらく続く。
		百貨店（経理担当）	・東日本大震災の影響が薄れてくるため、今後は回復していく。
		百貨店（店長）	・衣料品や洋品雑貨など、季節に応じた商品が動き出している。今後秋商品が出そろえば、持ち直す。
		百貨店（販売担当）	・秋には節電や企業の休日変更が落ち着き、現在は夫婦、親子で休日が合わないため一緒に出掛けられない共働き世帯による土日の来店が増える。
		百貨店（販売担当）	・閉そくの状況から脱却したいという心理的な変化と、この秋冬でトレンドが大きく変化することが重なり、ファッションへの投資が増える可能性は高くなっている。

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
		スーパー（店長）	・9月までは企業の休日変更に応じたライフスタイルが定着し、全体の売上は増える。
		コンビニ（店長）	・主力商品の出荷規制が解除になり、今後は売上が増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・季節要因による影響は大きいものの、東日本大震災後は来店する客層が変化しており、今後は少しずつではあるが良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災からの復興需要に加えて、秋には新型車の発表や東京モーターショーの開催もあるため、少しは良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・現在、新車の受注は非常に難しい環境にあるが、秋から年末に掛けては新型車両の追加販売が予定されており、市場は活性化される。また、新車は計画通り増産され、納期待ちも解消される。
		乗用車販売店（経理担当）	・来客数が増えつつあり、受注台数も増加している。納期が来年になる車種もあるが、メーカーでは増産体制に入っているため、先行きは明るくなりつつある。
		乗用車販売店（総務担当）	・製造業では東日本大震災の影響があったが、現在はフル操業しており、事業マインドも大きく改善している。それに伴い、乗用車販売も回復する。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅や分譲マンションは横ばいで推移するが、民間設備投資はこれから工事物件が多く出てくる。商業施設もある程度の見通しが出てきている。
		都市型ホテル（経理担当）	・夏以降は節約ムードが緩和され、消費も上向く。
		旅行代理店（従業員）	・周年行事を見送らず実施するという企業、団体のほうが、割合としては高くなっている。周年行事として旅行先でのパーティー開催を提案すると、受けてくれる企業団体が以前よりも多くなっている。景気は上向いており、今後も良くなる。
		タクシー運転手	・今月はここ1、2年とは違った動きで、先行きは明るくなっている。繁華街の人も増えており、今後はやや良くなる。
		タクシー運転手	・自動車関連企業の休日変更の影響で、名古屋市の中心街や名古屋駅周辺では、木、金曜日の昼間に以前は見かけなかった三重県や三河地域の車を多く見かける。また、タクシー利用者も増加しており、所属している営業所の200名の平均営業収入は、前年同月比で10%弱増加している。夜の繁華街でも、多忙とまではいかないものの、活気が始まっている。今後の景気は、緩やかながら上向く。
		テーマパーク（職員）	・業種によっては受注状況が大きく改善している企業もあり、今後はテーマパークの来場者数にも波及してくる。
変わらない	商店街（代表者）	・ここ1、2か月間は領収証を求める客が極端に減少しており、仕事関係で使用する客が減少している証拠である。そのため売上は伸びておらず、今後も現状が続く。	
	商店街（代表者）	・自動車関連企業の休日変更に伴い、週末が木曜日からの4日間に広がった売店と、高速道路のパーキングエリアのように週末がなくなってしまった売店もあり、全体としては今後も変わらない。	
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・減速基調が続く。	
	百貨店（企画担当）	・東日本大震災以降、牛肉を始めとする食の安全性に対する更なる関心の高まりや、節電に伴う休日変更など、今後の購買行動に影響を与えそうな変化は見られるものの、それがどう出るかは現時点ではわからない。	
	百貨店（経理担当）	・震災による影響も一巡し、売上ももどりつつあるように感じる。	
	百貨店（営業企画・販売促進）	・食に対する不安など、消費に対するマイナス材料が払しょくされない限り、景気は良くならない。	
	百貨店（販売担当）	・今から秋物を探している客が多く、問い合わせも増えているため、この秋冬物の販売時期には厳しさが緩和されるかもしれない。	
	百貨店（経営企画担当）	・節電意識の高まりと早い梅雨明けにより、現在は衣料を中心に消費は若干拡大しているが、今後は海外経済の鈍化や急激な円高、雇用環境の低迷などが消費マインドにブレーキを掛ける。	

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）	・高速道路の無料化社会実験の終了以降、乗客数は減少している。また、天候不良や台風の影響から青果の価格も高騰しており、当面回復の見込みが立たない。
		スーパー（経営者）	・売上の改善が見られる取引先もあるため、これ以上悪くはない。
		スーパー（店長）	・福島第一原子力発電所事故の影響が、今後も出てくる。牛肉を始めとして様々な影響があり、非常に不安である。この問題が解決しない限り、景気は回復しない。
		コンビニ（店長）	・今後はたばこの売上、仕入れ共に回復するため、全体の売上も現状並みで推移する。
		コンビニ（店長）	・客の買物動向を見ていると、無駄な商品は買わないという節約意識がずっと続いている。この動きは当分変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・秋口には新型車が発表されるが、それまではしばらく現状並みが続く。
		乗用車販売店（従業員）	・製造業で木、金曜日が休みという客が増えており、従来の土日フェアだけでは来客数が減るため、平日の対応にも力を入れる。客が車の維持費を抑える傾向が続いており、定期点検を省略したり車検も低価格店に流れたりするなど、工場の稼働率は悪くなっている。今後も収益は横ばいである。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・東日本大震災の影響は、今後もまだ残る。
		高級レストラン（スタッフ）	・東日本大震災後の自粛ムードは一段落するが、電力不足や食材の安全性の問題、国際経済や金融不安などの懸念材料も多い。
		スナック（経営者）	・客との会話のなかで、当面景気が良くなる材料はないという話をよく耳にする。
		スナック（経営者）	・客の話は、円高や節電など暗い話題ばかりで、明るい話題はない。景気が良くなる材料がなさすぎる。このまま企業が海外へ移転していく方向になるかと思うと、本当に不安である。
		観光型ホテル（経営者）	・秋の行楽シーズンを迎えるが、現状では前年同月の半分ほどの予約しか入っていない。企業業績の先行きが不透明ななか、レジャー関連への支出は後回しになる。また、様々な原子力発電所の問題が長引くと、レジャー関連への支出は更に先送りされ、なかなか改善しない。
		観光型ホテル（販売担当）	・今の受注状況から判断すると、今後も前年同月並みの売上を確保できる。ただし、円高の影響でビジネス宿泊客数が読めないことが、気掛かりである。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数は、現状並みで推移している。
		通信会社（企画担当）	・アナログ放送の終了を今期の新規契約の山と考えていたが、予想したほどの伸びはない。有料テレビやインターネットの娯楽に時間とお金を掛ける状況にはないと思われ、今後も現状並みで推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・高級ないし低価格の住宅メーカーではなく、工務店への注文を検討する客が増えてきている。その結果、価格、販売数共に横ばいになっている。今後もこの状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・アナログ放送の終了に伴うテレビの買換え需要が一巡し、テレビ販売の落ち込みは大きくなる。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・アナログ放送の終了に伴うテレビの買換えは、順調に進んだ。今後しばらくは、テレビの売上がなくなる。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・放射能汚染など食品の安全性の問題が長引き、食の安全に対する意識が高まるほか、買い控えも続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛ムードは薄れてきたが、牛肉の放射能汚染問題が新たに出てきた。今後は、他の食品に関しても、消費者はきちんとしたデータを求めつつ慎重に選択するようになる。
		スーパー（店長）	・節電の影響で自動車関連企業の休日が木、金曜日になり、週末の乗客数が減少している。木、金曜日の乗客数は増加しているが、週末の減少をカバーしきれない。また、放射能汚染問題の影響で牛肉の売上は20%減少している。この問題は、まだ広がりそうである。
		スーパー（店員）	・自動車関連企業の休日変更によって、販売量や客の流れがどう変わるか読めない。また、お盆休みの長期化による売上への影響も心配される。円高による外国製品の仕入価格の低下も、一部商品に限られる。

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
		スーパー（営業担当）	・節電問題は消費行動にも影響を及ぼしており、無駄な出費は極力抑えられている。
		コンビニ（エリア担当）	・今月上売が好調だったのは、たばこ特需と自動車業界の休日変更によるものであり、今後これ以上良くはならない。
		家電量販店（店員）	・今月はテレビが爆発的に売れたが、販売台数は右肩下がりに減少しており、今後は厳しくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・車の需要はもともと強くなく、ガソリン価格の高騰などの要素もある。先行きは楽観視できない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・急激な円高がどのように影響するか、短期間ではわからないが、国内需要は減少する。
		旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所事故の問題により、地元ブランド牛などにも放射能汚染が発覚し、地元の観光地に影響が出始めている。海外からの旅行者にも影響が出ると思われ、今後は厳しくなる。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の影響に加えて、円高により輸出関連企業に影響が出てくると、先行きは厳しくなる。
		旅行代理店（従業員）	・自動車関連企業の休日変更に伴い、夏休み中はともかく、9月に入ると親子で休みがずれる人が多くなる。そうなる、レジャー関連は厳しい状況になる。
		タクシー運転手	・円高の影響で、地元の自動車関連製造業の景気がまた悪くなるのではないかと懸念される。また、円高にもかかわらず、ガソリン価格が高騰している。中東情勢もまだ不安定であり、明るい材料はあまりなく、先行きが懸念される。
		通信会社（営業担当）	・アナログ放送の終了により、今後は光ファイバーによる映像サービスの販売増もなくなり、少し低迷する。
		ゴルフ場（企画担当）	・2、3か月先の予約数を見ると、今年の1、2月と同様に、予算目標や前年実績を下回りそうである。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で客単価を下げる動きがあるため、今後は厳しくなる。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、仕事はあるが給料は増えない、受注単価が良くないという話ばかりを聞くため、今後も景気は良くなるらない。
		設計事務所（経営者）	・現時点では設計等の計画件数が少なく、今後も良くはならない。ただし、建材の流通の停滞により保留になっていた案件が、再開される可能性はある。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・電力不足もあり、先行きを非常に不安がる客が多い。そのため、今後の景気も厳しい。
悪くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・牛肉の放射能汚染問題の見通しが立たない。日本産牛肉の安全性が保証されるまでには時間が掛かり、先行きは不安である。	
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	・来店客の様子を見る限りでは、余裕のなさがうかがえる。気持ち良く買物する客は見当たらない。販売が上向き気配は全くない。	
	一般レストラン（経営者）	・様々な業種の客が来店するが、どの業種の客も、良くなっている様子は見られない。まだまだ厳しくなる気がする。	
	住宅販売会社（従業員）	・着工物件数は今は多いが、その後の受注残はないと聞いている。企業は工事がなくても給料は支払うため、今後の収益は非常に厳しくなる。	
企業動向関連	良くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・猛暑により、冷蔵製造の食品関連企業からの受注量が、9月まで増加傾向にある。自動車関連企業からの受注量も、増産により10月ごろまでは増加傾向にある。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・自動車関連企業では木、金曜日を休日になっているが、9月以降、木曜日は稼働するとの報道もあり、今後の増産は確実である。それに伴い、秋以降の売上は確実に伸びる。
		建設業（経営者）	・東海地域では原子力発電所停止の影響は予想したより小さく、今後は順調に景気回復する。
やや良くなる		食料品製造業（経営企画担当）	・今後は自動車関連の業績が上向くことで、良い方向に動く。ただし、増税の有無など先行きの不透明感は依然として続き、食品に対する消費意欲も大きくは改善しない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・自動車関連の受注量も増加しているため、今後も景気は少しずつ良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自動車車載、情報通信、自動工作機械など、全分野にわたって回復基調にあり、今後も良くなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・急激な円高は気になるものの、これまでに悪い材料は出尽くしており、底を打っている。
		輸送業（エリア担当）	・自動車産業が生産を回復し始めており、荷物の動きも良くなってきているため、今後はやや良くなる。

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
		輸送業（エリア担当）	・自動車、電機関連が生産能力を回復し、在庫不足になっている海外拠点への輸出が今後は伸びる。
		金融業（従業員）	・東日本大震災以降、木金土日の週休4日が定着していたが、最近では週6日稼働という工場も、当地域には出始めている。今後こうした動きは一層顕著になる。
		金融業（法人営業担当）	・円高等の不安要素はあるものの、当面は自動車生産の急回復が大きい。生産の回復に伴い、個人消費も回復する。
		不動産業（開発担当）	・売れる物件と売れない物件の二極化が進んでいる。明確な魅力がある物件や買得感のある物件は、売行き好調である。この傾向は今後も続く。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（社員）	・自動車の生産が回復しているため、今後良くなることはあっても、今以上に悪くなることはない。
		鉄鋼業（経営者）	・自動車業界などでは生産は上向いているが、取引先である生産設備企業や機械関連企業からの受注にはまだ表れていない。東日本大震災後に工場の海外移転が進むとの報道もあり、中小企業の設備投資はまだ回復していない。今後もこの状況が続く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米、アジアの自動車業界から、大型の引き合いが入っている。受注案件数も、前月比で1割ほど増えている。しかし、円高のため2割ほど値引きをしないと受注できず、利益を圧迫している。この状況は今後も続く。
		輸送業（経営者）	・不安定な荷動きや、軽油価格の上昇により、コストの増大は今後も継続する。
		輸送業（従業員）	・荷動きは予想以上に活発になっているが、今後は原油高や円高の影響が懸念される。
		輸送業（エリア担当）	・大手自動車メーカー関連の輸送量は、正常に近いところにまで回復している。しかし、燃料価格の高騰が続いて高止まりしているため、良くなることは難しい。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響で、節電に伴う影響が続く。しばらくは今の状態が続く。
		広告代理店（経営者）	・県内の広告主のほとんどが、先行き不安のためか、思い切った予算編成を行わない。頼みの綱であった自治体などの行政機関の予算も激減している。また、東京や名古屋の大手広告会社に仕事が流れている。
		広告代理店（制作担当）	・データの推移を見ると、秋口に入れば広告業界は多少良くなっていく。ただし、東日本大震災の影響も残る。
		会計事務所（職員）	・東日本大震災からの復興関連業者、省エネ関連業者は良くなるが、一般の中小業者、個人業者は厳しい状態が続く。特にサービス業では、節約モードが続き厳しくなる。
やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・景気が良くなるような動きはなく、同業者ではかなり倒産しているという話も聞く。今後の景気は今よりも悪くなる。	
	化学工業（企画担当）	・9、10月の売上予測は、予算目標を下回る。生産財企業では、景気が回復するまでに時間が掛かる。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行指標となる住宅着工件数は、平成22年12月～平成23年2月と比べて平成23年3～5月は4.7%減となっている。	
	金属製品製造業（従業員）	・低価格受注物件の製造が今後本格化するため、忙しくなるが利益は増えない。今後の物件も、大型であればあるほど、低い価格が提示される。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・今は3か月以上前の受注残を生産しているため、順調に推移している。しかし、最近の円高や、相次ぐ鉄鋼単価の改定に伴う販売価格への転嫁を考慮すると、今後の受注量は減少する。	
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先で重大な品質問題が発生しており、その収束までにはしばらく時間が掛かる。	
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が減少しているため、先行きの景気は悪くなる。	
雇用関連	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造業では、東日本大震災後の減産分を補いつつ、世界的な需要拡大に対応するため、9月以降は操業日を拡大させて、生産を強化する。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・取引先の生産回復を受けて、研究開発プロジェクトの再開も見込まれる。そのため、技術者派遣の需要も増加する。
		人材派遣会社（社員）	・2か月先の求人数はあまり変わらないが、3か月先からは平日の求人数も多少増加する。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・製造系の求人活性化で明らかに雇用については上向き。

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〕(営業担当)	・新聞の求人広告量はここ数か月間で上向きになっており、今後もやや良くなる。
		職業安定所(職員)	・求職者数は減少傾向、求人数は増加傾向が続く。ただし、求人の内容を見ると、一般求人は増加傾向にあるものの、パート求人は減少傾向にあり、全体的に改善するとは言い切れない。
		職業安定所(職員)	・求人数は相当な増加傾向にある。ただし、正社員の求人は多くないため、今後良くなっても若干である。
		職業安定所(職員)	・求人数は、勢いは弱いものの、増加傾向が続いている。求職者数は、減少傾向が続いている。これらの傾向は今後も続く。
		職業安定所(職員)	・現在は求人は手控えられているが、人手不足感是非常に強くなっているため、2、3か月先には求人は回復している。
		職業安定所(職員)	・業種間にばらつきが見られるものの、全体としては回復の方向に向かっており、後はやや良くなる。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・すそ野が広い自動車業界が、後は木曜日も稼働することから、全体的な求人数も増えていく。
		民間職業紹介機関(支社長)	・生産の回復に伴い、雇用の増加が見込まれる。
変わらない		人材派遣会社(経営者)	・求人はほとんどなく、あったとしてもピンポイントの求人であるため、供給ができない状態にある。今後もこの状態が続く。
		職業安定所(所長)	・自動車は増産しているが、自動車部品を製造している中小零細企業を中心に、回復の遅れが見られる。また、期間工等の契約期間を短期にするなど、先行きに慎重な企業もある。
		職業安定所(次長)	・休業に伴う企業からの雇用調整助成金の申請件数は、依然として高水準にある。新規求人数を見ると企業活動は上向き気配があるが、勢いは感じられない。解雇等は落ち着いているが、求職者数は引き続き多く、滞留している。ハローワークの窓口では、小さなことでトラブルになるケースが増えるなど、来所者には余裕がなくなっている。
やや悪くなる		人材派遣会社(支店長)	・航空機製造関連や自動車製造関連の大手企業では、派遣社員を直接雇用化すると決定したため、中堅企業へも波及している。先日も派遣社員を多数活用しているメーカーが直接雇用化を決定しており、人材派遣会社の売上悪化は今後も続く。
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	一般小売店〔精肉〕(店長)	・食品の放射能汚染問題などがあるが、この問題が解決すると再び購買意欲が上がると予測する。
		百貨店(営業担当)	・3か月後には石油ストーブやファンヒーターが必要な時期に入り、エコ対策の一つとして、質の良い暖かいインナー、上質なアウターが打ち出されてくる。
		百貨店(売場担当)	・生活必需品以外の領域、婦人のファッション部門、ミセスゾーンが動き出したことにより購買意欲が高まりつつある。インテリアは冬に向けて暖かいものに新商品の芽が出ている。
		乗用車販売店(経営者)	・新型車の投入に伴いメーカーの宣伝が復活し、需要促進がこれから進むと考えられる。
		乗用車販売店(経理担当)	・中古車市場に陰りが見えているので、当社専売車の高級車種の柔軟な供給体制が整い、新車販売のかさ上げが出来るように期待している。
		観光型旅館(スタッフ)	・7～9月の第2四半期は、前年を上回る予約保有となっている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・レストランの先行きは読みにくいものの、一般宴会の予約は前年以上にある。
旅行代理店(従業員)	・個人の動きはまだまだ悪いが、秋口の団体は少しではあるが動いている。照会相談件数、受注件数、春から秋へ移行して復活件数も増加しており、景気は良くなる方向にある。		

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
		通信会社（職員）	・地元企業の3月期決算内容が良好である先が多くみられたことから、雇用も低調ながら安定することが期待できる。また、好調な家電製品が追い風となり、全体として景気はやや良くなる。
		通信会社（社員）	・今後、各種情報通信機器への関心が一層高まり消費に結びつく可能性がある。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災後は、販売数、来客数ともに低迷していたが、7月に入り、ボーナス時期も重なり新商品の販売が好調なため、少し期待が持てそうな雰囲気になってきた。
		その他レジャー施設（職員）	・とりあえずボーナスもほぼでそろい、当面の安心感からか少しずつ入会者数が回復している。
	変わらない	商店街（代表者）	・百貨店では高額品が少し動くようになってきたようだが、一般の小売店では、お値打ち商品やバーゲン品しか売れない。特に衣料品は苦戦しており、涼しくなってもしばらくこの傾向は続きそうである。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・東日本大震災の影響がいろいろなところである。客先でも予算を組んでおらず、必要以上のものは買わない雰囲気になっている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・買い控えは弱まっても、節電をはじめ消費者には厳しい状態が続き、現状と変わらない傾向が続くであろう。
		百貨店（売場主任）	・節電、クールビズ関連商品は、最終処分期まで好調に推移すると思われる。円高傾向は見られるものの、復興事業による特需など、企業にとってプラス要素が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・来客数、購買量については復調はしてきたものの、頭打ち、戻り止まり感がうかがわれる。2～3か月後も酷暑の影響が続き、特にファッションについては秋物の買い控えが予想される。また、必要な物しか買わない傾向が依然残っているため、苦戦が強いられる。
		スーパー（店長）	・特に良くなる要素も、悪くなる要素もみられない。近年、全国的に気象状況が不安定になっており、気象状況によって大きく販売するものが変わってくる。また、今後東北の復興に関連した増税など政府の対応次第で、状況が大きく変わってくる。
		スーパー（店長）	・夏の賞与が落ち込んでいたり、世の中で様々な問題が起きており、景気が良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の直接の影響は少なくなっているが、原子力発電所の運転停止や節電継続などのため、消費は全般的に盛り上らないだろう。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災による被害の影響は薄れてきたが、好材料は無いように感じる。競争店ではディスカウント店が好調と聞いている。
		コンビニ（経営者）	・たばこの売上が上がっているが、ついで買いをする客が少なく、まだまだ目的買いの客が多い。無駄なものを買わない節約志向は根強く残っている。
		コンビニ（店舗管理）	・購入意欲の低迷ムードから抜け出せない。
		衣料品専門店（経営者）	・異常気象も含めて、先行きの見通しは楽観できない。
		衣料品専門店（経営者）	・取引先を訪問したが、原子力発電所が点検期間中で、機械、器具、人などの動きが活発な時期であるという。来年3月稼働予定だが、稼働後は商活動は通常では悪くなるという話を聞いた。来年3月以降停止期間が長くなると、不活発な時間が長くなり、先行き大変心配をしているようだ。
		乗用車販売店（経営者）	・購入資金の確保や支払い方法に至るまでの動機づけにきめ細かく対応しながら、売上の拡大を図っているが、相変わらず慎重な購買意欲は緩みそうにない。
		自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル放送関連の需要はまだ続くと考えられるが、今後は単価低下も予想されプラス要因が見当たらない状況である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・近く良くなるという客の声は全くと言っていいほど聞かれない。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・必要なもの以外は買わないという生活環境が急速に変化するとは思われない中で、単品での値下げ、価格競争だけが起きている状況はしばらく変わらない。

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
		一般レストラン（スタッフ）	・節電対策で製造業など大手が長期夏休みを採用すること、米国の財政問題から円高に振れていることなどから、休みを利用して海外旅行に行く、帰省する人も福島第一原子力発電所問題などがあり長期で戻ってくると聞く。
		観光型旅館（経営者）	・団体客の予約発生が少なく、夏休みや連休など個人旅行のシーズン以外の予約の入りが悪い。
		旅行代理店（従業員）	・円高は海外旅行需要に追い風になるかもしれないが、原油価格高騰や福島第一原子力発電所問題、天候不順といった景気へのマイナス要因が是正されなければ、上昇気流も力強さを感じるものとはならないだろう。
		タクシー運転手	・良くなる条件はないが、自粛ムードが薄くなるなどマイナスの要因が徐々に解消されているため、少しずつではあるが回復傾向に向かっている。
		タクシー運転手	・売上は前年並みを何とか確保しており、しばらくは続くと思われている。
		テーマパーク（職員）	・個人旅行については、回復または前年を上回る動きになってくるであろう。ただ、海外からの観光客は福島第一原子力発電所問題に見通しがつかず、燃油サーチャージ問題もかなり響いており、影響は今後も続く。一般団体については現状よりやや回復感があるが、前年レベルまでには至らないと予想する。全体としては現状と変わらない水準となる。
		競輪場（職員）	・2、3か月前と比べ、平均売上額、平均入場者数がほぼ横ばいであり、今後急激に伸びる要素も見当たらない。
		美容室（経営者）	・しばらくは、来客数が増え景気が良くなる要素が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントの終了も当初の12月末から7月末に繰り上げられており、その影響が必至である。さらに資材の単価も上昇気味であり収益圧迫が予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・しばらくは、客の様子は変わらないと感じている。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・例年では8月中旬以降は秋物の展開となるが、今年はいろいろな要素が加わり、できるだけジャストタイムでの提供に徹し、シーズンの先取りなど前倒しはできるだけやらない方向で予定している。客に対する秋物のPRは例年より遅れるため、夏物の最終品と秋物の初回品が同時に動いていた例年と比較すると、やや悪くなると予想している。
		スーパー（店長）	・今後、食品の放射能汚染問題の影響が東北地方だけではなく当地においても影響が表れ、買い控えが危惧される。
		コンビニ（経営者）	・県内コンビニの再編成により、加盟しているフランチャイザーの店舗が急増し、近隣に同サービスと同商品の店舗が出現することで、来客数、売上が目減りする。
		衣料品専門店（経営者）	・小麦粉をはじめ生活必需品の高騰が気がかりである。一時的であれ、ファッションに金が向けられなくなる恐れもある。
		衣料品専門店（総括）	・景気が良くなる要素は無いが、来客数の急減をはじめとして悪くなる要素はたくさんある。
		家電量販店（経営者）	・テレビの販売が前年比では半分以下と極端に落ち込み、全体の売上に大きく影響があると思われる。しかし省エネに対する関心がさらに高まり太陽光発電、省エネエアコン、冷蔵庫やLED電球、LED照明器具の販売が大きく伸び、ある程度はテレビの販売減をカバーできる。
		住関連専門店（店長）	・前年から続いた地上放送のデジタル化の特需もなくなり、これ以上に上がっていく見込みがない。節電・節約商品は好調であるが、全部をカバーするには至っていない。
		高級レストラン（スタッフ）	・食品の放射能汚染問題の解決が見えてこない、稼ぎ頭であるステーキ部門が立ち直れない。納入価格も高騰しており、簡単には解決しないと思われる。
		スナック（経営者）	・会社経営者のなかで、先々に対して、世界的な経済に連動して、大変厳しい状況に置かれ、不透明感が強まっているとする客が多い。
		通信会社（役員）	・7月まで地上デジタル放送移行の話題がマスコミに多く取り上げられ、その分関心も集まり契約数増加に貢献していたが、今後は関心も薄まり契約獲得に影響がでないか懸念している。
		住宅販売会社（経営者）	・見込み客の数からみるとやや悪くなる見通しである。



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
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントが終了したことで駆け込み需要も終了し、客の動きが全く見えない。しばらくは動きがなさそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災による材料入荷の遅れもほぼ解消しているが、施工体制が厳しい状況にある。工期が長くなって売上計上が遅れる可能性が出ている。また住宅エコポイントの終了により、今後リフォームの受注が減少することを危惧している。
	悪くなる	コンビニ（店長）	・競合店が改装のため閉鎖していた影響で良すぎた6、7月と比較すると、今後売上は低下する。しかし、例年と比較しても大きく低下するとは考えにくく、例年通りに戻ると考えてよい。
	家電量販店（店長）	・テレビなどの販売が一段落する。	
	通信会社（営業担当）	・メインとなる商材が、スマートフォンに偏ることで、旧来型の携帯電話などスマートフォン以外の端末の需要が減少する。さらに、スマートフォンを欲しいと思っている人は既に購入していると予測するため、全体的に販売数が落ち込むと思われる。	
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・同一商品の得意先への納入価格の動向を調査し、得意先別に低価格帯の納入先へは、その販売価格での納入を取りやめる方向に動いており、全体として収益性の改善に向けて取り組んでいる。この施策により販売量の大幅なダウンが予想されたが、幾分かの落ち込みだけであり、今後の景気が良くなっていく前兆と期待する。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現状と比べてやや良くなる方向にある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車生産の回復が見受けられるため受注量が戻っている。ただし、円高基調の為替の影響が懸念される。
		通信業（営業担当）	・ビジネス電話の需要が徐々に増えている。各企業では増築などの設備投資も活性化してきた。
		税理士（所長）	・現在、不安定要因が非常に多くあり、中小企業の経営者は委縮しているが、それなりに努力を重ねておりこれに期待したい。米国の問題が解決すれば、円高も先が見えてこよう。予算関係もこれからの執行が期待され、秋口からは良くなるかとみている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・持ち直しつつあるものの、今後為替による影響が心配され、先行き不透明である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響が一部出ているため今後も見通しがつかない。また、住宅市場も低迷が続くようで、なかなかよくなる気配がみられない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・不安要因は円高である。工作機械は7割が輸出であり1ドル80円では経営的に非常に厳しい状況である。何とか政府に介入など手を打って欲しい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現在、けん引役のスマートフォン関連の部品需要が一服した後は、長期的には景気は落ち込むが、ここ2～3か月といった短期間では変化は見られないであろう。
精密機械器具製造業（経営者）		・現時点での3か月後までの生産計画は、今月よりは増産となる予定である。一方で、ここへきての一層の円高の影響が心配される。	
輸送業（配車担当）		・電力制限などに伴う工場の動きが変化したことにより、今後、通常の流れで物量が動くとは思われない。また、燃料コストも今後下がる見込みもない状況の中で、良くなるとは予測しにくい。	
金融業（融資担当）		・為替相場では円高の進行もあり、現状の景気動向が継続する。	
不動産業（経営者）		・同業者によれば、法人からの不動産取引に動きが出るが、個人からはまだまだ動きが出てこないとする話が聞かれた。	
司法書士		・相談の内容で廃業に関するものはあっても、会社設立、事業拡大のものがない。	
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・欧米経済の先行きの不安感に加え、円高が輸出に影響するのではと心配している。頼りは中国など新興国の経済のみである。	
悪くなる	建設業（経営者）	・当社の受注高は前年の半分であるが、もっと少ない業者もたくさんいる。積雪寒冷地域の北陸地方にあって、もっとも施工しやすいこの時期に工事の発注が激減している状況であり、経営破たんする業者が今後増加すると思われる。	

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
		建設業（総務担当）	・補助金事業の医療福祉関係や保育園などの建設工事の発注が一部にみられるが、全般的には設備計画はあるものの、投資時期の様子見で発注量が増加せず、厳しい価格競争は依然として続くと見込まれる。
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（役員）	・景気回復での生産増大にならない限り、人材の増強はなかなか見込めない。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災前とほぼ同じ水準に戻ったとは言え、本格的な上昇には程遠い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員の求人数が伸びてこない。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響も鎮静化に向かい、休業等実施計画届の提出件数の減少が今後見込まれる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加幅が小さくなり、一方、新規求職者数は減少しているため現状維持が続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・前々年の冬から春に人員削減や派遣終了した大手工作機械メーカーから、求人依頼があったが、一般企業の求人はまだ低調である。
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	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街の中央にある公設市場が今月上旬に新規オープンし、来客数が増加しているため、先行きはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・今後は国内の観光客が戻ってくるため、徐々に良くなっていく。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・高額な衣料品を買う気まざさなどが徐々になくなり、従来の形に戻りつつある。大きな期待はできないが、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客の購買意欲が少し上向いてきたため、先行きは良くなる。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・来客数には波があり、例年に比べると苦戦しているが、中元などの需要が売上を底上げしている。また、店内の全商品を対象としたセール企画もまとめ買いのきっかけになり、客単価の上昇につながっていることから、先行きの見通しもやや明るい。
		百貨店（売場主任）	・クールビズのほか、秋冬のウォームビズ、省エネ関連商材の消費が活発化する。
		百貨店（企画担当）	・競合店の出店による影響は想定範囲内であり、今後は以前から当地区で買物をしてきた客が徐々に戻ってくる。
		百貨店（外商担当）	・東日本大震災による影響は残っているが、かなり薄らいできた感があるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（販促担当）	・近隣エリアの開店効果が一段落するほか、節電による消費の自粛ムードも、今後は反動の動きが出てくる。現在も状況や時節に合った消費は堅調であるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（マネージャー）	・食品の放射能汚染問題などで食品に対する目は厳しくなるが、それ以外の商材については、環境や社会貢献を意識したエシカル消費の伸びる動きがあるほか、今冬の節電に備えるウォーム商材などに期待できる。また、関西地区では店頭外国人旅行客が戻りつつあるため、売上の伸びにつながる。
		百貨店（婦人服）	・震災復興が軌道に乗る秋口には消費マインドが更に良くなり、活気を取り戻す。
		スーパー（社員）	・平常時は客の動きに大きな変化はないが、イベントや売出しに対する反応は良い状況が続いている。今後、夏に向けて様々なイベントや催事を行うため、消費は更に活発となる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物商材の販売は最低の状態であり、これ以上悪化することはないため、今後は上向き傾向となる。
住関連専門店（店員）	・節電対策が急に進んだため、節電関連商品が不足しているが、もう少しで解消する。在庫がそろえば、売り逃していた売上も戻ってくる。		

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
変わらない		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・台風の発生が少なく、夏本番の暑さが続けば、飲料水や冷却材が引き続き好調に推移する。また、今年は節電で首や体の一部を冷やす商品の動きが良いため、先行きはやや良くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・消費マインドが低下しつつあるほか、外国人観光客の本格回復もまだ先であるが、東日本大震災による悪影響は落ち着きつつある。
		観光型ホテル（経営者）	・8月の予約は今月よりも減っているが、9、10月は婚礼の予約件数が増えている。最近熱中症予防で飲料がよく売れているほか、先の予約も好調となるなど、活気が出てきているため、先行きはやや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージの上昇は気になるが、円高を追い風に海外旅行が好調であり、国内旅行の不調分をカバーすることができる。
		旅行代理店（店長）	・東日本大震災の復興が加速するため、先行きはやや良くなる。
		テーマパーク（職員）	・原子力発電所の事故で、海のレジャーを避ける傾向が強まるため、その代わりにプールやテーマパークの来客数が増える。
		パチンコ店（店員）	・東日本大震災による自粛ムードが解消され、来客数が伸びてきているため、先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・自然災害が増えているなど、明るい材料が全くなく、ほとんどの客からは今を大事にするという雰囲気を感じる。今をいかに無事に過ごすかを考えているため、消費を増やす動きにはつながらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・東日本大震災や節電の影響で消費者マインドが冷えているため、今後も厳しい状況となる。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・たばこの健康被害に対する認知度が高まっているほか、価格の上昇もあるため、売上が以前の水準に戻ることはない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・先行き不安は続いており、購買意欲も低下したままであるため、売上の増加は困難である。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・原子力発電所の問題や風評被害などが落ち着かない限り、景気の回復は進まない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・無駄な買物はしなくなり、必要な買物もよく検討した上で、一番良い方法で買うという客が増えているため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（売場主任）	・原子力発電所問題の方向性が出ない限り、消費者による買い控えの動きは続く。
		百貨店（売場主任）	・今年の残暑は厳しくなるため、ファッション関連は秋物商材を中心に苦戦が予想される。ただし、客の関心が低価格品から価値の高い商品へと変わっており、それに合った商品が提案できればチャンスはある。
		百貨店（売場主任）	・来客数の減少がみられる一方、1品単価は上昇しているなど、良い物を選ぶとする傾向と、買物そのものを控える傾向という2つの流れがみられる。売上への影響については、プラスとマイナスで打ち消し合う形になるため、今後も横ばいで推移する。
		百貨店（企画担当）	・台風による水害のほか、節電、食品の放射性汚染問題など、消費を鈍らせる要素が多過ぎるため、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・優良客には、ブランド品の時計や宝飾品に好みの物があれば、購入する動きがみられるため、今後も堅調な推移となる。
		百貨店（営業担当）	・業界では地域間競争が更に激しくなるため、店頭売上は苦戦を強いられる。その一方、富裕客の買上は、宝飾品や美術品などの高額品を中心に、今後も好調に推移する。
		百貨店（店長）	・当地域では人口の減少や高齢化が進んでいるほか、商業施設の新規オープンもないなど、先行きの見通しはまだ厳しい。
百貨店（売場担当）	・量販品の売上げが見込めないため、今後もほぼ前年並みの実績で推移する。現在売れている量販品も、クールビズ関連の機能性商品であり、本来のファッショントレンド商品の動きは今一つである。		
スーパー（経営者）	・節電が結果として節約につながり、たまったお金は家電や自動車の購入に回るため、全体としては大きく変わらない。		
スーパー（経営者）	・現在の不調が今後も続く感があるほか、パンをはじめとした食品の値上がりによる影響も出てくる。		

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
		スーパー（店長）	・今後も節約傾向が続けば、景気回復は難しいが、暑さが9月まで続くため、今よりも悪くなることはない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の復興や、放射線関連の問題、電力不足などの不安要因が増えつつある一方、前年度のエコポイント制度のような景気対策の予定はないなど、消費を後押しする要素が見当たらない。ただし、消費者の間では節電やエコに関する意識が非常に高まっており、関連商材への需要増加につながる。
		スーパー（店長）	・今年は暑さがピークとなる時期が早まるため、今後更に良くなることはない。
		スーパー（企画担当）	・夏物商材のクリアランスの動きも例年並みとなるため、3か月で大きく景気に変化することはない。
		スーパー（経理担当）	・円高はやや気になるが、消費全般は堅調に推移しているため、所得が前年を上回る状況となれば、引き続き底堅い動きとなる。
		スーパー（広報担当）	・電力不足や食品の放射能汚染問題など、解決までに時間の掛かる問題が多く、先行きは不透明である。
		スーパー（販売担当）	・客はクーポンやポイントサービスといった販売促進ツールに反応して、店をうまく利用している。同じ商品であれば、少しでも安く購入しようとする傾向が顕著であり、景気が良くなる感はない。
		コンビニ（経営者）	・今後、めん類などの季節商材の売上は落ち込むが、今年は残暑が厳しくなるため、飲料水の売上は維持できる。
		コンビニ（店長）	・今後3か月で、東日本大震災の復興や政治の動きは出てくるが、客の動きや買物の様子が極端に変わることはない。
		コンビニ（店員）	・売上は今後も気候に左右されるが、暑い時期が続くため現状維持となる。
		コンビニ（店員）	・商品の供給はほぼ回復したが、今後更に景気の良くなる要素が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・財布のひもが固く、来客数も少ないため、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店（経営者）	・現時点では需要が回復する要素が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・トラックの修理や販売が低迷し、売上が伸びないほか、東日本大震災などの影響で新車の売行きも良くないため、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店（営業担当）	・生産の回復に比べて、需要の回復ペースは遅れている。先行きの不透明感が強まっており、予想以上に買い控え感が強いと、今後も厳しい状況となる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・東日本大震災の影響も残っているため、上向くまでにはまだまだ時間が掛かる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・販売量は前年と同じ水準で推移しており、今後も大きな変化はない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高の進行で、消費が海外旅行の方へ流れていくため、今後も厳しい状況となる。
		高級レストラン（支配人）	・近隣から訪れた観光客の姿も多くみられるが、消費にはつながっていないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・残暑が厳しくなければ昼間の来客数も戻ってくるが、現時点では不透明である。週末の来客数が安定しても、売上の大きな変化にはつながらない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災による影響が特に大きかったウェディングは集客が戻りつつある一方、一般客については、原子力発電所の問題が落ち着く見通しが立たなければ、売上の回復は難しい。
		一般レストラン（店員）	・現在の様子からは、良い材料も悪い材料も見当たらない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今夏は前年よりも回復している感はあるが、あくまでも天候要因によるもので、根本的な景気回復はまだであるため、今後も大きな変化はない。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・今後も来客数に大きな変化はない。最近はこの状況に慣れてきており、景気が良いとか悪いといった感覚もなくなりつつある。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・回復の動きに乗り切れていない感があり、受注量も減少しているため、見通しは厳しい。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災や原子力発電所の事故、政治の混迷による影響が続いている。経済とは関係が薄い感もあるが、消費全体にブレーキを掛けているため、今後も厳しい状況となる。

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
		観光型旅館（団体役員）	・客単価の低下や消費額の減少に加えて、予約の動きが非常に遅くなっている。
		都市型ホテル（支配人）	・夏期休暇の旅行は、国内、海外共にあまり期待できないほか、高速道路料金の引下げも終了するため、景気の回復は進まない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・アジアからの観光客による予約は増えているが、受注単価を大幅に下げているため、売上の増加にはつながらない。悪化する要素はないが、節電が終了した後の消費動向も予測が立たないなど、良くなる要素もない。
		都市型ホテル（客室担当）	・海外の客からの問い合わせも増えているため、今後も好調な状態が続く。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門では、夏休みのレジャー客による利用はほぼ前年並みとなるが、9月以降は宿泊、宴会部門共に、法人客の利用が減少する。原子力発電所の問題、円高、地方選挙などのマイナス材料が多い一方、プラスとなる要素は見当たらない。
		旅行代理店（広報担当）	・9月には3連休が2回、10月には1回あるが、旅行の申込はまだまだ芳しくない。原子力発電所の問題が落ち着かなければ、旅行で盛り上がる気分にはならないという客が多い。
		タクシー運転手	・今年は9月まで残暑が続くため、今の状態は維持できる。
		タクシー運転手	・暑さの影響や、様々な会議の開催が東京から移ってきているなど、一時的な要因で良くなっている。今は週後半の乗客が多い一方、前半は非常に少ない状態であり、しばらくはこの動きが続く。
		タクシー会社（経営者）	・東日本大震災の影響も少しずつ和らいでいるが、関西でも節電が行われたことで、様々な分野で節約の動きが広がっている。今後は、タクシーなどの交通費を節約する傾向が更に強まる。
		観光名所（経理担当）	・現在放送中のテレビ番組の影響もあり、前月に続いて売上、来客数共に大幅な増加となっている。大型の台風の接近でかなりの悪影響を予想していたが、台風後は団体ツアー客、個人客共に、大幅に伸びている。夏休みに入ってから、来客数、販売額共に大きな伸びは続いているが、これらはあくまで一過性の動きにとどまる。
		観光名所（経理担当）	・今夏の動向が下半期の販売促進活動を左右するが、上半期の伸び悩みで販売促進費が抑え気味になるため、来場者の増加にはつながらない。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・最近2か月の傾向が続くと予想されるが、集客が比較的好調に推移しても、消費はそこまで伸びない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・8～10月にはプロ野球の公式戦が10試合行われるほか、人気歌手のコンサートもあるため、来場客は例年のように好調な動きとなる。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージは服を脱ぐ必要があるため、毎年夏には来客数が増えるが、今年は来客が全くみられないため、先行きの見通しは厳しい。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・競合店との価格競争の影響が小さい、書籍などを扱う大型店舗の出店を計画しているなど、今後も堅調な動きが続く。
		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、生命保険の加入を検討する客は増えない。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の復興事業や、景気の先行きなど、すべてが不透明であり、消費者の警戒感が非常に高いため、今後も厳しい状況となる。
		住宅販売会社（従業員）	・デベロッパーは高値で土地を取得しているが、購入客の予算は限られているため、住宅価格への転嫁は難しい。今後は利益の確保が困難となってくる。
		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）	・政治や経済について特別な対策も見当たらないため、今後も大きな変化はない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・全国的な節電により、経済活動の縮小や停滞を招く恐れがあるほか、消費意欲の低下にもつながる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商業施設の開業効果が一段落し、オーバーストアの傾向が徐々に出てきているため、今後は更に厳しい状況となる。
		商店街（代表者）	・各店舗は努力しているが、大変厳しい状況が続いているため、今後も営業時間などの短縮傾向が続く。

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
		一般小売店〔珈琲〕 (経営者)	・原子力発電所の事故による影響が食品にも広がりつつあるため、外食産業への打撃は避けられない。
		百貨店(サービス担当)	・秋以降に収穫される食料品の放射能汚染が懸念されるため、今後の売上悪化につながる。
		スーパー(経営者)	・食品の放射能汚染問題にどのように対応し、消費者に安心感を与えるかが明確でなく、今後は農産物や水産物への拡大も懸念される。また、米国の熱波でとうもろこしの価格が再び高騰し、仕入価格にも反映されつつあるが、店頭での売行きが思わしくないため、販売価格は上げられない。結果として、今後は利益の悪化につながっていく。
		スーパー(店長)	・食品の放射能汚染問題などで、牛肉の売上は前年比で2割ほどダウンしている。食品に対する消費者の不安が高まっており、先行きの不透明感が強い。
		スーパー(店長)	・今後も天候の変化に大きく左右されるが、例年にない台風の接近や、気温や日照時間の変化も激しいなど、予測が難しい。一方、今後も省エネ関連商品への需要は高まるが、低価格品が多いため、今後は売上が減少傾向となる。
		スーパー(企画)	・依然として政治が不安定であるほか、増税や電力不足による電気料金の値上げの話も出始めている。また、食品の放射能汚染問題もあるため、消費が喚起されるどころか、再び節約志向が強くなる。
		スーパー(管理担当)	・節電を背景に様々な商品が売れているが、起爆剤となるには至っていない。一方、放射性物質による風評被害で、食品の買い控えが更に広がる懸念もあるため、先行きはやや悪くなる。
		コンビニ(経営者)	・今後、節電のために照明を減らさざるを得ないが、雰囲気的に良くないほか、生鮮品の見た目も悪くなるため、売上に影響が出る。また、店内温度も高めに設定しているため、店内の滞留時間の更なる短縮につながるなど、売上の減少要因となる。
		コンビニ(広告担当)	・東日本大震災の復興対応の遅れや、節電対応、原子力発電所の問題などが、企業や消費者に大きな影響を与えるため、結局消費は縮んでいく。
		家電量販店(経営者)	・地上デジタル放送への移行完了で、テレビの販売が一気に減るため、売上の減少につながる。
		乗用車販売店(経営者)	・今月の売上をみても大きく好転する要素はなく、8月以降も特別な材料はないため、見通しは暗い。
		乗用車販売店(経営者)	・良くなるきっかけがなく、暗いニュースばかりであるため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店(営業担当)	・以前に比べて単価が下がってきているため、今後はやや悪くなる。
		住関連専門店(店長)	・節電や省エネを意識した生活をとおして、今までの無駄に気が付き始めた消費者は多く、買換えはもったいないという声も多く聞かれる。決して悪い習慣ではないが、売上などには悪影響が出る。
		一般レストラン(経営者)	・食品の放射能汚染問題は、国の買取りなどである程度は落ち着くが、国内外の景気が不安定であるため、外食の利用は減少傾向となる。
		一般レストラン(スタッフ)	・前月にテレビ番組で紹介された効果は低下していくため、先行きはやや悪くなる。
		観光型ホテル(経営者)	・夏休みの予約はますます間際化しており、8月が終わってみなければ結果は分からないが、出足は少し悪い。最近の円高で、客が海外旅行にシフトしていることも影響している。
		観光型旅館(経営者)	・為替相場の動向次第では企業経営の悪化につながるため、家計にも徐々に影響が出てくる。
		通信会社(社員)	・地上デジタル放送への完全移行が終了し、需要の高まる要因が見当たらない。さらに、景気が回復する要素もほとんどないため、新規契約は増えない。
		競艇場(職員)	・1人当たりの所得は減少傾向となるほか、節電や災害などの影響で景気の回復も遅れるため、先行きの見通しは厳しい。
		その他サービス〔コインランドリー〕(経営者)	・前年の売上から予想すると、今後はやや悪化傾向で推移するほか、消費者の節電・節約傾向による悪影響も出る。
		住宅販売会社(総務担当)	・住宅エコポイントの終了で、市場の冷え込みにつながる。

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	
	悪くなる	その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・住宅エコポイントも今月末までの工事着工分で終わるため、新たな対策がなければ需要喚起は困難となる。	
		一般小売店〔貴金属製品〕 (従業員)	・経済的要因、心理的要因共に、景気の良くなる要素が見当たらない。	
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・ただでさえ経済状況が悪いなか、食品の放射能汚染問題による影響は、BSE(牛海綿状脳症)の感染拡大よりも深刻である。今後、放射性物質に対する不安で消費者の牛肉離れが加速するが、販売店にはどうすることもできない。	
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・ここ数年は、秋に入っても暑さの続く傾向がみられる。気候がはっきりしなければ買い控えにつながるため、ただでさえ夏物商材が苦戦するなか、数か月後の景気が良くなることはない。さらに、最近の円高関係の報道をみても、景気が安定して回復するまでにはまだまだ時間が掛かる。	
		一般小売店〔花〕(店 長)	・ガソリンなどの物価の高騰や、増税、政治不信など、景気にマイナスの要素しか見当たらない。	
		衣料品専門店(経営 者)	・マスクミが、東日本大震災の復興に伴う増税などのマイナスだけを取り上げ、復興特需などのプラス材料を伝えていないため、今後も心理面の悪化が進む。	
		衣料品専門店(販売担 当)	・電気代やガス代の値上げのほか、消費税率を引き上げる話も出てくるため、見通しは厳しい。	
		家電量販店(店長)	・地上デジタル放送への移行が完了したことで、メーカーは8月のテレビの需要が前年の40%にまで落ち込むと予想している。さらに、エアコンなども猛暑となった前年ほどは動かないため、先行きの見通しは厳しい。	
		タクシー運転手	・先行きに良くなる要素が見当たらない。	
通信会社(企画担当)	・節電による悪影響が出てくるため、今後は悪くなる。			
企業 動向 関連	良くなる	その他非製造業〔商 社〕(営業担当)	・受注量が増えているため、先行きの見通しは明るい。	
		やや良くなる	食料品製造業(営業担 当)	・気象予報では10月まで残暑が続く見通しであり、飲料水や冷たい食品はしばらく売れ続ける。8月は35度を超す猛暑日が続くため、熱中症対策で水分や塩分補給も活発になる。
		木材木製品製造業(経 営者)	・新規事業による大きな成果が見込めるため、売上、利益共に伸びる。	
		出版・印刷・同関連産 業(情報企画担当)	・国内の事業は景気に左右されにくい医療業界のウエイトが高いため、受注状況は安定している。今後は、電子書籍のほか、タブレット端末を利用した大学や医療関係のコンテンツ事業が伸びるため、先行きはやや良くなる。	
		化学工業(経営者)	・東日本大震災で止まっていた注文が徐々に動き始めている。	
		プラスチック製品製造 業(経営者)	・消費電力量がピークを過ぎて落ち着くころには、抑えられていた購買意欲も伸びてくる。	
		金属製品製造業(経営 者)	・8月以降は、東日本大震災の発生前の水準か、それ以上にまで回復する。	
		金属製品製造業(管理 担当)	・太陽光発電関連が順調であり、LED照明関連の受注も入るなど、先行きの見通しはやや明るい。	
		電気機械器具製造業 (経営者)	・東日本大震災の復興需要は様々な分野に波及するため、今後は受注が増える。	
		電気機械器具製造業 (経営者)	・中期的な見通しは暗いが、今後2～3か月は好調に推移する。	
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・部品の仕入れなどの面で東日本大震災の影響はまだ残っているが、2、3か月後には影響がなくなるため、少しは受注も増える。	
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・今後も省エネ・節電志向が続くため、店舗や住宅向けのLED照明の需要が更に拡大する。ただし、技術の進歩や新規参入の増加により、価格競争は激しさを増す。	
		輸送業(営業担当)	・円高が進んでいるため、価格を値引きしても利益が出ている。今後もこの状況がしばらくは続く。	
		経営コンサルタント	・東日本大震災の特需のような受注が入ったという顧客企業が増えているため、先行きはやや良くなる。	
	変わらない		食料品製造業(経理担 当)	・景気の低迷で消費者の購買意欲も低下しているため、今後も厳しい状況となる。
			繊維工業(総務担当)	・取引先や同業他社の様子から判断しても、今後状況が好転するような要素が全く見当たらない。
			繊維工業(団体職員)	・東日本大震災の影響も続いているため、景気そのものの回復には時間を要する。
		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、今後も現在の状況が続く。	

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
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは受注の増加に関する話がない一方、生産の一部を海外に移すという声は聞かれるため、受注は減少傾向が続く。
		化学工業（企画担当）	・食品の放射能汚染問題などで、乳関係の消費が伸びないため、今後も厳しい状況となる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電所に関する設備投資は少なくなるが、保守などに必要な注文は出てくるため、全体的に大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・また材料が手に入りにくくなるという話が出ており、先行きは不透明である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・テレビの買換えも落ち着くなど、市場の荷動きが活発になる要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・新規の引き合いはあるが、まずは試作品が認められなければならないため、年内は受注の見込みが立たない。
		建設業（経営者）	・まだまだ本格復興の動きは先であるため、建設資材や人手不足の心配はないが、受注競争は今後も激しくなる。
		建設業（経営者）	・受注単価、利益率の低調な状態が続くなど、全体的に顧客の収入が減っていることは明白である。経済対策が実施される予定もないため、良くて現状維持である。
		輸送業（営業所長）	・四半期決算月となるため、多少は荷動きが増えるが、継続的な動きにはならない。
		輸送業（営業担当）	・中元の荷物が前年よりも3割増えているが、百貨店からの配送依頼が他社から移ってきた影響であり、景気そのものに変化はないため、今後も現在のような状況が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読の中止についても、他紙に変更するわけではなく、経済的な理由で購読を中止する人が多い。新規読者も伸び悩んでいるため、現状維持が精一杯である。
		広告代理店（営業担当）	・売上の前年比は110%前後であるが、それ以上伸びる要因が見当たらない。
		広告代理店（営業担当）	・これ以上良くなる要素は見当たらないため、現状維持となる。
		経営コンサルタント	・顧客企業の生産や販売状況は横ばいであり、短期間で上向くことはない。
		司法書士	・相変わらず解散などの登記が目立ち、新たに起業する人は少ない。今後増加する要素もないため、現状を維持できればよい。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・特に、景気の良くなる気配がみられない。		
やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・食品の放射能汚染問題で、流通経路の複雑さが改めて分かった。今後は水産物や農産物への影響が懸念されるが、当社の商品にも問い合わせが増えているなど、食品業界に明るい話はない。
		繊維工業（総務担当）	・イベントは安価で薄利なセット販売が中心となっているほか、生産量を落とすににくい状況であるため、在庫の増加も進んでいるなど、先行きの見通しは厳しい。
		化学工業（管理担当）	・1ドル78～79円の円高が続き、輸出に悪影響が出るほか、東日本大震災の復興需要も遅れるため、先行きはやや悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状況が非常に悪くなってきているため、先行きの見通しは厳しい。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・今後は電力不足の影響が出てくる。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・原材料価格が上がってきているが、販売価格には転嫁できないなど、先行きの見通しは厳しい。
		コピーサービス業（店長）	・今夏はもちろん、その後も節電要請は消えないことが予想される。エコブームによる特需も考えられるが、関西経済の先行き不透明感が更に増している。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後は円高が続けば国内の製品では対応できなくなり、輸入品に頼るしかなくなる。
悪くなる	不動産業（営業担当）	・当地域に入ってくる会社や事務所がなく、賃貸事務所、住居共に需要が減っているため、今後も厳しい状況となる。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・例年であれば夏は動きが鈍るが、今年は全体的に忙しくなっている。金融関係以外は好調な動きがみられるため、先行きもやや良くなる。



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		
		人材派遣会社（経営者）	・製造業派遣では、サプライチェーンの復旧に伴って自動車産業からの求人が増えており、秋以降はその動きが更に本格化する。		
		人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災の影響も徐々に薄れ始めており、これから本格的な復興需要が出てくる。		
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年、8月後半から9月にかけて求人数が増えるほか、今年は東日本大震災後の復興需要もあるため、景気回復につながる。		
		職業安定所（職員）	・求人数が増えてきているため、先行きはやや良くなる。		
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関係の日雇求人数の先行指標である、鉄筋工の求人がやや動き始めている。		
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人動向は堅調に推移しており、今後下振れすることは考えにくい。		
		変わらない		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年が悪かったため、それを下回ることはないが、水準はほぼ前年並みとなる。
				新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新卒や転職、パート、アルバイトに関する求人広告は、低迷した状況が続いている。それらの求人広告を扱う企業やメディアも業況が縮小しているため、今後も厳しい状況となる。
				新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・景気対策、雇用対策共に新たな施策が打ち出されていないなど、当面は厳しい状況となる。
				職業安定所（職員）	・企業からは自粛ムードが一段落したといった声や、サプライチェーンの復旧で生産が持ち直したといった声が聞かれる一方、今夏の節電や円高による雇用への影響も懸念されるなど、今後の見通しは非常に分かりにくい。
職業安定所（職員）	・電力会社からの節電要請に対し、各社は対策を行っているが、事業活動や雇用に与える影響はほとんどみられないため、今後も現在の状況が続く。				
職業安定所（職員）	・電力不足や円高による先行き不透明感で、学卒求人の出足も悪い。増産体制の事業所もみられるが、全体的には現在の状況が続く。				
職業安定所（職員）	・新規求人数の減少幅が徐々に縮小しており、隣接する安定所では、求人数は増加に転じていることから、今後も求人数の増加が続く。				
民間職業紹介機関（大学担当）	・就職活動をとおして、学生は徐々に成長しているが、企業の採用姿勢は今後も慎重な状況が続く。				
民間職業紹介機関（支社長）	・求人は増加し続けているが、前年に比べると少し鈍化した感があるなど、全体的には今の状況が続く。				
やや悪くなる				人材派遣会社（役員）	・異常な円高で厳しい状況にあるなか、労働行政の停滞が続けば産業の空洞化は避けられない。世界経済の不安定さなどもあり、先行きには明るさがみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の復興の動きが遅れており、景気が上向く気配も全くない。		
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 やや良くなる	—	—
		コンビニ（エリア担当）	・昨年と同様に高い気温となり、盛夏商材が好調に推移しており、消費に対する意欲は衰えていない。タバコについても通常の供給体制に戻り消費が上向いている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・東日本大震災で影響のあったタバコ等の安定供給が図られ、品切れがなくなり、売上が回復する。
		乗用車販売店（業務担当）	・東日本大震災でストップしていた生産も回復しつつあるとともに、新商品の発表も控えているため状況が好転していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災後購入を控えていた客の来店が徐々に増え、販売台数も増えている。ただ昨年に比べるとまだ少ないので、まずは昨年ペースに乗るまでが勝負である。
		乗用車販売店（店長）	・自動車業界は景気の底にあり、これより悪くなることはない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・来客数も購買意欲も向上しており、徐々に上向きになっていく。

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
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・秋の大型キャンペーンを予定しているため、例年以上の集客が見込める。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響でいろいろな物の需要が増えてきている。現在品薄な物も徐々に追いついてきているので、少しずつ景気も良い方向に動いている。
		通信会社（営業担当）	・震災の復興景気が地域にも好影響を及ぼし始める。
		通信会社（広報担当）	・今後もスマートフォンを中心に人気が集まる。需給ギャップをうまく調整することで、業績自体は堅調に推移する。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話業界ではスマートフォンが主流になりつつあり、夏商戦、冬商戦とスマートフォン需要での販売が好調になってくる。
		テーマパーク（業務担当）	・秋季イベント期間中に大型企画を予定しており、それによる集客に期待が持てる。
		競艇場（職員）	・9月初旬に開催するファン謝恩競争で売上が見込める。
	変わらない	商店街（代表者）	・特に変化する状況にはなく、現状維持か今以上に悪くなる。
		商店街（代表者）	・明るい見通しが何も見当たらず、良くなる兆候もみえないのでそのまま推移する。
		商店街（代表者）	・7月19日に高速道路料金無料化社会実験が終了したことで、車で来る客がかなり減少している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・茶に関する放射能汚染の問題はやや下火になりほっとしているが、まだまだ何が起こるか大変不安である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立の印鑑や日ごろ使われる名刺などの需要も少なく、あまり前向きな動きはない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・7～8月は花火大会、盆踊りなど行事が多く、人の動きが活発になるので、取引先の飲食店が上向きになる。地域のイベントも例年通り行われるとともに、タバコも8月から注文分が100%配送されるようになり、平常時に戻ってきているので、9月以降も同様に悪くはならない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・天候も不順なので、何か起爆剤でもない限りはこの状況は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・猛暑だった前年に比べ、今のところ朝夕と過ごしやすく、秋物へ変える時期の判断が難しいため、メーカー製品の作り込みや配送の時期決定が心配である。
		百貨店（販売促進担当）	・セール後半、盆、秋物商戦を迎えるが、商材及び適品確保には疑問符が付く。また例年盆商戦では帰省客や旅行者で盛り上がりを見せるが、高速道路料金の休日特別割引の終了もあり、どのくらいのマイナス影響が発生してくるのか、心配材料も多い。
		百貨店（売場担当）	・各商品群ともに売上は前年同期より改善しており、秋以降の傾向も同様に推移する。
		百貨店（電算担当）	・東日本大震災は心理的に大きな影響を及ぼしているが、売上は前年比3%増となり、昨年水準にまで回復している。ほとんどの商品は売上がわずかではあるが、前年を上回っているものの、宝飾品は前年比24%減と低調であることから、客は不要不急の物は買わず堅実になっている。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる好材料は見当たらない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響や円高が続き、いろいろなところで不安要素が残っているため現状維持で推移する。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる具体的な要素が見当たらないが、来客数は安定しているため、マイナス要因もない。
		スーパー（経理担当）	・競合店間での来客数の変動はあるものの、消費動向は落ち着いている。
		スーパー（販売担当）	・店舗ビル内ならびに商圏内において、景気に大きな影響を及ぼす事象が発生する兆しはないので、しばらくは今の状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店であるコンビニエンスストアが6月末に閉店した影響で、売上、来客数ともに増加しており、この動きは今後も進んでいく。ただし単価は上昇していないので、いかにして買物をしてもらうかが重点となる。
		コンビニ（エリア担当）	・秋に向かっていろいろなキャンペーンや、新店舗の開店など良い材料はかなりのあるが、暑さ続きの影響で売上は厳しく、昨年並みで推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる見通しが見えない。

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
		衣料品専門店（販売担当）	・現状から判断すると変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・ボーナス商戦中にもかかわらず、全般的に客の動きが鈍く売上も伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（副店長）	・利益確保は依然厳しいものがあり、自動車販売業界では全体的にデフレの傾向が否めない。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・地上デジタル放送への移行が一巡すると全体を支える商品が見当たらず、自動車販売の動向次第となり、大きな変化は期待しづらい。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・好転するような要素がない。
		高級レストラン（スタッフ）	・来客数は少しずつ回復している。予約に関しては昨年並みか少ない状況なので、先行きは不明である。
		一般レストラン（店長）	・節電のため企業の休みに変動があり、家族連れの来店曜日に変化がみられるため、全体的な減少につながることを懸念している。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・現在の情勢では先行きが不透明で客の動きが変わる心配がない。購買意欲も薄く、安近短傾向に動く。
		都市型ホテル（従業員）	・レストランでは盆時期の予約が少しずつ入ってきているものの、まだ空席が多い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では高速道路料金の休日特別割引終了の影響で、車で遠くまで旅行する人が当分は減少するため、先の連休の予約もまだない状態である。
		都市型ホテル（総支配人）	・関西地区からの観光客は増加しているが、関東地区からの観光客は減少している。これからの夏休みや盆の期間で一般旅行者に期待するが、高速道路料金の休日特別割引終了など、宿泊施設にとってマイナス要因もあり、先行きは不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・政府が原子力発電所の現状や将来がどのようになるのかを公表するとともに、今後の対応についても正確に周知されなければ、旅行どころではない。
		タクシー運転手	・現在は様子見の状況だが、来客数が増えないことには何も始まらない。
		通信会社（社員）	・新規のサービス利用申込に変動がない。
		通信会社（営業担当）	・7月24日以降の多チャンネル放送サービスは、解約、新規加入ともに大幅に減少し、全体としては横ばい状況が継続する。
		通信会社（総務担当）	・これまでの販売状況から、客の購買意欲の向上が見込めない。
		テーマパーク（管理担当）	・電力不足や原子力発電所問題等の報道によって外出意欲が鈍化しているとともに、高速道路無料化社会実験の終了による影響も出る。
		テーマパーク（広報担当）	・福島第一原子力発電所事故の影響や政治の不安定が続くようであれば、景気は停滞したままになるとの不安がある。
		美容室（経営者）	・忙しくなり、来客数が増える要因が特に見当たらないので、現状維持が続く。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の直接的影響はなくなってきたものの、原子力発電の問題や電力不足など、まだ先行きが読めない状況なので、客は建築のような大きな投資を控えている。
		住宅販売会社（従業員）	・販売量には動きが出てきたものの、継続的な単価の低下と売上原価の上昇が見受けられ、厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・商店街全体で観光客の売上割合が増えているため、その大幅な減少が大きく影響する。
		百貨店（売場担当）	・8月、9月は震災時の過剰在庫が取引先に一気に返品になる時期で、体力のない取引先は仕入れができず、問屋やメーカーの連鎖倒産の可能性もある。完全買取りの小売業態の店舗は当然仕入れを縮小する傾向にあり、震災のしわ寄せがこの秋のタイミングで起こる。店頭商品が変わらず、消費者に付加価値のあるものが供給できないリズムが続く。
		百貨店（販売担当）	・現在のような客の購買意欲は長く続かない。セール期とは違い、通常期になると客の買い方が慎重になり、必要な物を必要なときに買う節約志向はまだ続く。
		スーパー（業務開発担当）	・小麦粉を使った関係商品の値上げに加え、食品の放射能汚染問題で、客から冗談のように何を食べたら良いのかと聞かれる始末である。景気の良くない地方では、高齢化で細る食とのダブルパンチで良くなる要素がない。

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
		スーパー（販売担当）	・砂糖、油、小麦、パンなどがこの先どのくらい値上がりするか不明である。
		スーパー（管理担当）	・震災の自粛ムードが緩んだ感があったが、食品の放射能汚染問題での風評被害が懸念される。現在はないが、今後の広がりによっては影響の可能性がゼロではない。
		スーパー（営業システム担当）	・福島第一原子力発電所事故の影響で商品への不信感が増し、問合せの数も先月より増えている。夏休みに入り、盆を迎えるからと言って簡単に期待は持てない。
		コンビニ（地域ブロック長）	・タバコ増税特需から一巡したため、前年比では厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・取引のある帯の間屋が店をやめることとなり、他の京都の間屋でもそういう話を聞くので、呉服の業界もますます厳しくなる。間屋がなくなると、そこへ商品を納めていた織元も厳しい状態になってやめるので、ますます良い商品が手に入らなくなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・震災の影響もあり、クールビズが続く。8月から10月初頭にかけてクールビズスタイルが浸透するため、重衣料の売行き不振になる。
		家電量販店（店長）	・販売構成のなかで最も比率の高いテレビの販売が、ここ半年ほどはなくなる。そのため他分野を開発するのに時間がかかり、販売状況も低下する。
		家電量販店（店長）	・テレビ放送のアナログ停波に加え高速道路料金の休日特別割引がなくなり、消費支出がかなり抑えられる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・既存客からの売上が主となっているため、何か販売促進策を企画しないと売上が伸びない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・政治の不安定、食品の放射能汚染問題、経済の不安定などをできるだけ早い時期に安心に変えていかなければ、消費者の財布のひもは緩まない。
		観光型ホテル（支配人）	・昨年開催の瀬戸内海地域のイベントが今年はないため、8月以降の来客数は前年比でマイナスになるとともに、九州新幹線開通により、主要なマーケットである関西地区の客は九州へ流れる。
		タクシー運転手	・1日走っていても客の利用数が増えないし、客に利用されるチケットの数も減っているので状況は良くならない。
		通信会社（企画担当）	・震災後一段落して雇用の改善やサービス単価の安定化に注目が集まっているが、それによって個人消費に大きな影響が出ているわけでもなく、状況はいまだにかなり厳しいままであり、今後も好転する要素がない。
		通信会社（通信事業担当）	・客の関心はテレビ放送の完全デジタル化に関するものがほとんどで、通信サービスに関する問合せは非常に少ない状況である。
		美容室（経営者）	・これから景気が良くなる材料もないため、景気は変わらないか、もしくは悪くなる。
		美容室（経営者）	・少しずつだが東日本大震災の影響が中国地方にも及んできた模様である。客の来店周期も少しずつ伸びてきており、店頻度がやや低下してきている状況である。
		設計事務所（経営者）	・潜在客はいるが行動が伴わないため受注活動に支障を来す。
		設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイントの終了でリフォーム工事の動向が悪くなるとともに、電力不足による節電ムードで、しばらくは需要が落ち込む。
		住宅販売会社（経理担当）	・景気対策が終わるため、客は住宅購入に関して一度ゆっくり腰を据えて検討する可能性があり、長期化が予想される。ただし消費税率の上昇も気にしているため、駆け込み需要も多少は期待できる。
		住宅販売会社（販売担当）	・住宅版エコポイント制度が終了したのちは、それに代わる施策やフラット35等の融資金利の動向が客の関心事である。その見通しが立たない間は、模様ながめで買い控えの心理が働いており、その影響が顕著である。
	悪くなる	スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題の影響があり、安全性の可視化が急務である。
		スーパー（財務担当）	・自動車関連企業の休日変更により土日の売上が減少し、他の曜日でカバーできない。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送への移行に伴いテレビの需要も減少する。

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
		家電量販店（店長）	・今年のマインイベントである地上デジタル放送への移行も完了し、テレビを中心に好調商品の落込みがあるとともに、その他商品が売れる状況にもないので、今月よりも確実に悪くなる。
		家電量販店（販売担当）	・地上デジタル放送への移行が完了し、テレビの特需がなくなるため悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・昨年は9月までエコカー購入補助金効果で売上が伸びたが、今年はその反動で厳しくなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・6月にはタイヤの値上げもあり、消費マインドに陰りがみえ、今後も良くなる要素は何もない。
		住関連専門店（経営者）	・新しい販売形態を模索しているが、当然すぐに成果が出るわけではない。
企業動向 関連	良くなる	農林水産業（従業者）	・6月の半年が終わった時点で、小型定置網及び一本釣り漁を除き、全魚種で水揚数量、水揚金額ともに前年実績を上回っている。具体的には水揚数量で1,800tの増加、水揚金額も4億6,000万円増加という結果になっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災後滞っていた部品調達も安定し、秋に向けて自動車生産数が増えるため景気が良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・予定では今以上に客からの発注は来そうではあるが、東日本大震災の影響で包装材の調達が需要に追いつかず、なかなか予定どおりことが運ばないため、非常に苦労している。
		化学工業（経営者）	・主要取引先が東日本大震災後に中長期生産計画を見直し、上方修正している。
		鉄鋼業（総務担当）	・当社の客も4～6月には東日本大震災の影響はあったが、生産、販売とも少しずつ上向きになってきている。ただ円高や電力問題等もあるため先行きは不透明である。
		金属製品製造業（総務担当）	・10月より鉄原材料価格の上昇が懸念されるが、受注が増加しているため、生産量を増やすことでカバーできる見込みである。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きがやや良くなっていく。
		通信業（営業企画担当）	・中国地方のみならず客設備のアウトソーシングに関する引き合いが続いており、客が事業を続けていくための投資は引き続き出てくる。
		不動産業（総務担当）	・来客数、成約件数の増加が見込まれる。
	広告代理店（営業担当）	・9、10月にかけての先付けの広告出稿で、旅行代理店や共済団体などからカラーの大型広告の引き合いが入っている。	
	変わらない	化学工業（総務担当）	・当面、景気の回復する材料がみえない。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車関連産業の回復に向けた動きに一服感が出る。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・特段の動きはみられない。
一般機械器具製造業（経営企画担当）		・国内市場の冷え込みによる売上不振は当面続く見通しであり、回復の兆しはみられない。	
電気機械器具製造業（総務担当）		・東日本大震災の影響で足元の状況判断ができてない。	
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）		・年度末近くの内示は完全回復する予定となっているが、年内は例年を若干下回る受注内示となっている。	
建設業（総務担当）		・依然として建設業全体の厳しい状況に変化がない。	
輸送業（業務担当）		・7月は東日本大震災の影響で品不足であった地域への荷動きが多いが、今後はどうなるかわからない。	
輸送業（運送担当）		・景気が回復したとの実感が持てるほどにはすぐは良くなる見込みがない。	
金融業（自動車担当）		・低燃費エンジンの新型車が発売され、生産水準が上昇する一方で、円高によるコストダウン要請が更に厳しくなる。	
金融業（営業担当）		・周りの経営者の多くが東日本大震災の影響を少なからず受けている。以前より当地では右肩下がりの景気状況であったが、経営基盤の弱い企業は震災で存亡の危機に瀕するまで影響を受けている。勝ち組の企業はあるものの絶対数は少なく、多くの企業は足元の資金繰りに追われている状況である。地域を支える企業に明るい兆しがみえず、現段階で3か月先の景気は良くても現状と変わらない状況である。	
会計事務所（職員）	・暑さが続いているにもかかわらず、顧客企業の物販の売上高は回復する兆しがみえない。ただサービス業では客足の減速傾向はほとんどなくなっている。		
やや悪くなる	食料品製造業（業務担当）	・自社の組織編成をコンパクトに再編中だが、当然受注は減る見込みである。	

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
		窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・7月の生産水準を向上させた応援生産も一段落するとともに、新規の大口注文もなく生産量は若干減少する見込みである。
		電気機械器具製造業 (広報担当)	・受注が見込める段階にない。
		建設業(経営者)	・事業の一環である産業廃棄物の受入がこの7月に関してはどういう訳か急激に落ちており、間違いなく悪い状態である。スクラップアンドビルドによる新設需要に不安があるため、2・3か月後は厳しい状況が出てくる。
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・工事ごとの原価計算をしてみると、非常に苦しい状況になっている。
悪くなる		その他製造業[スポーツ用品] (総務担当)	・東日本大震災の影響で国内販売が更に低下する一方、節電のため生産関係にある中小企業が非常に苦しくなる。
		職業安定所(職員)	・円高の影響を受けている製造業の求人意欲の高まりはみえないが、小売業、サービス業の求人意欲の高まりは堅調な動きをみせており、引き続き高い意欲をみせる状況にある。また、観光業の自粛傾向の影響も薄れてきている。
雇用 関連	良くなる	職業安定所(職員)	・円高の影響を受けている製造業の求人意欲の高まりはみえないが、小売業、サービス業の求人意欲の高まりは堅調な動きをみせており、引き続き高い意欲をみせる状況にある。また、観光業の自粛傾向の影響も薄れてきている。
	やや良くなる	人材派遣会社(営業担当)	・自動車だけでなく他の産業でも年末や年度末に向けた繁忙対応としての派遣需要が見込まれる。
		求人情報誌製作会社 (広告担当)	・急激に雇用の回復が見込める状況には至らない。国のエネルギー政策の方向性が決まらなると会社としての方針もみえず、採用もどのように進めていくのか決められないという企業もある。
		求人情報誌製作会社 (支社長)	・雇用情勢の好転に伴い景気回復に期待できる。また消費者動向も前年以上の水準に到達してきており、その状況は継続しそうである。
		民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・現在の企業環境が向上しているため、今後も良くなる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・今回の円高状況の推移、その他政治状況等の不安要素もあるため、現状では上向きでもその後は変わらない。
		人材派遣会社(営業担当)	・7月に入ってから求人動向は停滞気味である。各企業をヒアリングしても目にみえる回復は見込まれず、2～3か月先に良い状況が訪れる見通しは立たない。
		人材派遣会社(支社長)	・短期求人は増加傾向にあるが、長期求人が大幅に増えているわけではないため、企業も採用に関して慎重な姿勢を崩していない。
		職業安定所(職員)	・求人票の様式変更により新規求人数が減少しているが、これは2～3か月すれば元に戻る見込みである。業績好調を受け化学工業を中心に製造業の求人が増加していたが、それも一息ついた感がある。また自粛ムードの影響で卸小売業では大幅に新規求人数が減少している。新規求職者数は前年同月比10%前後の減少が続いており、今後夏にかけて求職者数が急激に増加する状況にはない。求職者数も減少するが求人数も減少している状況で、一進一退の状況がしばらく継続する。
		民間職業紹介機関(職員)	・補充中心の採用の場合、原則としてないものを埋めるという発想から結果的に現状を維持する考えになっている。そこでは生産性の拡大が見込めないため付加価値は増大せず、結果として景気は変わらない。
その他雇用の動向を把握できる者[労働機関](職員)		・先行きの不透明感から来春の新規学卒求人の出足は特に厳しかった前年同様に鈍いものとなっている。	
やや悪くなる	新聞社[求人広告] (担当者)	・円高、電力不足や雇用が海外にシフトする動きなどの不安要素がある。	
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	商店街(代表者)	・地元観光イベントの目玉施設がオープンしたため、秋の観光シーズンには、集客効果が期待できる。東日本大震災の自粛ムードもなくなった。

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
	変わらない	百貨店（営業担当）	・月初のクリアランスセールは好調であったが、天候の影響により中旬以降は悪化した。衣料品については、クリアランスセールの追加買いや季節先取り商品の動きが少なかった。中元商品については、個人需要は前年並みであったが、法人需要が減少した。
		コンビニ（店長）	・タバコの生産の回復により、客数が増加し、ついで買いも増加するであろう。タスポ導入時のように、新規客来店の契機になるであろう。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が年末までに3車種発表されることや、自動車の生産が元に戻ったことなどから、景気の先行きは明るい。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月後半に新型車の発表が予定されているため、その効果に期待している。
		乗用車販売店（役員）	・景気は底堅く、販売状況は少しずつ良くなっている。中古車販売や修理にも期待したい。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの増加に伴い、より利用者のニーズにあったアプリケーションが多数登場するため、今後更に市場が活性化する。
		観光名所（職員）	・来客数が持ち直してきている。
	商店街（代表者）	・顧客動向や客単価の傾向をみると、下げ止まり感はあるが、上昇傾向には至っていない。	
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・特に大きな変化がない。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・今年は、お盆やお彼岸のお供え商品の売れ行きが良さそうである。また、最近は開店祝の注文に代わり、移転祝の注文が増えており、賃料の安い郊外や、狭い店舗に移る店が目立つ。	
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・政治経済の不安定、節電、災害への懸念など、生活に不安を抱えたままでは景気も良くならない。	
	百貨店（営業担当）	・節電の影響が出てくると思うが、どの程度かは分からない。	
	百貨店（販売促進担当）	・運転停止する原子力発電所が増え、節電の影響が広がるため、消費が盛り上がりにくい。	
	スーパー（店長）	・夏物の売上は順調であり、一部商品では値上げによる売上増も期待できる。また、品薄による値上がりも期待できる。逆に、牛肉の放射能汚染の問題により、関連商品への影響が懸念される。	
	スーパー（店長）	・特に景気が上昇する要因がない。食品の放射能汚染問題で、牛肉や穀物等に影響が出てくると、客離れに繋がる。	
	スーパー（店長）	・節約志向は徐々に緩和しているが、震災復興のための増税が消費マインドにマイナス影響を与える。	
	コンビニ（総務）	・気温や天候にも左右されるため、先行きが不透明である。	
	コンビニ（商品担当）	・食品の放射能汚染問題などの消費の下振れ要因があるため、予断を許さない状況である。	
	衣料品専門店（経営者）	・業況は月初から中旬にかけて良かったが、中旬以降ではペースが鈍ってきた。	
	衣料品専門店（経営者）	・良くなる要素がない。	
	衣料品専門店（総務担当）	・全体的な消費マインドは依然低く、販売促進効果が薄い。	
	住関連専門店（経営者）	・依然、販売量が伸びない。	
	観光型旅館（経営者）	・観光業は今後の予測が困難である。予約状況はさほど良くない。	
	旅行代理店（支店長）	・東日本大震災の影響は収まりつつあるが、円高による経済停滞が旅行需要に悪い影響を及ぼす懸念がある。	
	タクシー運転手	・四国八十八箇所の遍路客は前年より少ないであろうし、相変わらず街の通行客が少ない。	
	通信会社（支店長）	・一部の新品は売行きが好調である。当面は、販売状況全体を分析していく必要がある。	
	美容室（経営者）	・政治・経済、震災復興をみても、今後の見通しははっきりしない。増税になれば消費動向はさらに鈍るであろう。	
設計事務所（所長）	・建設関連業者の廃業や倒産が続いている。		
住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度の終了時には、さほど動きがなかった。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災による直接の影響はないが、放射能汚染の問題が悪影響を与える。	

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
		商店街（代表者）	・増税による震災復興財源確保の方向が決まれば、個人消費は大きく低迷する。
		スーパー（企画担当）	・東北産生鮮商品に対する買い控えが発生し、その他地域の商品の相場が上昇するため、さらに買い控えが進行するであろう。
		スーパー（財務担当）	・食品の放射能汚染が拡大することが懸念される。
		スーパー（統括担当）	・今後、消費は全体的に沈滞ムードが続く。
		スーパー（企画・営業担当）	・震災後の特需や節電関連等で一部商材には好影響もあったが、今秋についてはそれらにあたるものは特になく、節約意識の向上とともに消費意識は下がる。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送への移行後は、テレビの需要が少なくなるため、2～3か月先は景気が悪くなるであろう。
		家電量販店（店員）	・駆け込み需要が衰え、また在庫不足で販売できる物が限られていることから、販売量・販売額共に下落するであろう。
		家電量販店（営業担当）	・地上デジタル放送への移行後、家電製品の売上にマイナス影響が出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・良くなる要素がない。
		乗用車販売店（従業員）	・円高とガソリン価格上昇が、景気回復の足を引っ張る。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況は芳しくない。また、宴会の規模が小さくなっている。
		タクシー運転手	・日常では自転車利用が目立つ。観光等にはマイカーを利用している。週末の人出状況は、高速道路料金上限千円制度の終了が徐々に影響してくる。
		通信会社（企画）	・地上デジタル放送への移行後は、これまでの堅調さが衰えてくる。
		ゴルフ場（従業員）	・前年に比べ予約状況は悪化している。シーズンになっても、さほど良くならないと思う。
		悪くなる	衣料品専門店（経営者）
設計事務所（職員）	・公共事業は一段と減少するであろう。さらに、低価格競争が激化し、消耗戦の色合いがますます濃くなる。業界は、大きな過渡期にあるが、脱公共事業に向けた取組はすぐには実を結ばない。		
企業動向関連	良くなる	繊維工業（経営者）	・商品の一部は販売状況が好調である。今後もおう盛な受注が続くであろう。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・増産体制が整いつつあり、受注量も増加傾向にある。
	やや良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・今、法案段階である再生エネルギー法の関連で、太陽光や風力発電関連の引き合いがある。環境エネルギー関連については、多額な投資が行われつつある。
		不動産業（経営者）	・客は様子見の状況が続いていたが、秋口には少し動きが出てくると思う。
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・2～3か月先はさほど変化はないであろう。	
	鉄鋼業（総務部長）	・東日本大震災の影響は少なく、今後も、受注は高水準を保ちながら推移するであろう。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・材料が注文通り納入されつつあるが、当社への製品注文は前月とほぼ同じ水準である。売上の低迷は、東日本大震災の影響よりも、市場停滞の影響が大きい。	
	建設業（経営者）	・今後、民間工事の受注は増える見込みがなく、公共工事も期待が薄い。	
	建設業（総務担当）	・東日本大震災直後の極端な品薄状態は脱したが、建材の一部に納期遅れが発生しており、工期に影響が出てくる。	
	輸送業（経営者）	・政治不安による先行きの閉塞感否めない。	
	輸送業（営業）	・今年も天候不順が予想され、農産物への影響が危惧される。今後、野菜や果物の出荷時期になると、物流業界への影響が予想される。	
	通信業（部長）	・数か月では大きく変化は望めない。	
	広告代理店（経営者）	・自動車関連は売上増加と予測している。一方、その他流通関連は、依然として消費不振のため広告費削減が続く見込みである。	
	やや悪くなる	通信業（総務担当）	・販売額が少しずつ減少している。



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
	悪くなる	公認会計士	・企業経営者からは、最近の大型倒産の増加を懸念する声を聞く。取引先の様子が心配であり、設備投資や不動産投資は控えざるを得ない意見が多い。
		食料品製造業（商品統括）	・円高による企業業績への影響により、消費が減退している。また、高齢化の進行により食品消費は先細り気味である。
		輸送業（支店長）	・公共工事の減少により、同業他社との競争が激化している。また、燃料単価の高騰が経営を圧迫している。
		広告代理店（経営者）	・印刷用版・用紙・インキの価格が、秋頃までに順次上昇することとなったが、売価への転換は困難である。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業部長）	・人材需要が回復傾向にある。UターンやIターンの動きも出てくる可能性がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車メーカーの生産体制が回復すると、自動車ディーラーも好調に転じる。ただし、食品業界は、放射線汚染が広がると、ますます低迷する危険性がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・秋期採用に向けた説明会や追加募集の求人数が増えてきており、回復の兆しを感じられる。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・東日本大震災の影響により、雇用情勢はいまだ厳しい状態が続くであろう。生活面でも、節電等により、消費意欲が抑制されたままの状態が続くであろう。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響はさほどない。復興によるプラスの影響を期待したいが、政局の動向が不安定であり、上昇するとは思えない。
		職業安定所（職員）	・安定した職業を志向する求職者側と、求人側とのミスマッチが今後も続くであろう。
		民間職業紹介機関（所長）	・景気が上向きになる環境や条件が揃っておらず、各企業とも現状維持を保つのが精一杯である。夏のボーナスを出すかちゅうちゅうしている企業も多い。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・若者の働く意識は緩やかに低下している気がする。一方、企業は優秀な若者を採用したいというニーズが高まっており、両者の溝はますます広がるであろう。
	悪くなる	—	—

## 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	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・人の動き、物の動きが改善している。少しずつではあるが景気は回復している。
		旅行代理店（企画）	・客の動きが活発になっており、手控えていた需要が増える可能性がある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の低価格志向が進んでいる。バーゲン時期はよく売れるが、定価販売品があまり売れない。商店街ではその傾向が強まっている。ただ、3か月先は需要期に入り、人が動く時期になるため、今よりはやや良くなる。
		百貨店（営業担当）	・客の慎重な買物姿勢は継続中であるが、ギフトの店頭受注及び店外受注が好調である。特に自家需要喚起の持帰りコーナーや東北ギフトコーナー、台風、雨の影響でインターネット受注、郵便局等店外での受注の伸びが大きい。節電関連商品等で購買意欲が増している。
		スーパー（店長）	・前年は猛暑が続き、売れる物が限られていたが、今年は平年並みの天気が続く、秋冬物商品の前倒し購入の傾向がある。また節電エコ関連商品を中心に、新製品の動きが活発になる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・客の様子をみると、平年より気温が高くなれば、飲料水やアイスクリームを中心とした商品が売れ、少しずつ景気は良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・ちょうど100周年となり、販売促進の企画を行っているため、来客は多く、これから良くなる。
		衣料品専門店（総務担当）	・数店の競合他社が閉店する。このことは商店街全体にとってはマイナスであるが、当店にとっては短期的にはプラスに作用するため、良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・業界全体の販売見通しは前年を若干下回るが、当社は画期的な商品の投入を考えており、今後の販売の弾みになるため、若干良くなる。

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
		一般レストラン（経営者）	・ボーナス月の動きは少なかったが、九州新幹線の全線開業や東日本大震災の影響で九州を観光地として選ぶ観光客が増加しており、今後も若干良くなる。
		スナック（経営者）	・新規来店客がちらほらみられ、今後少し良くなる。
		観光ホテル（総務担当）	・7～8月の客室稼働率は前年を上回る見込みである。
		都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災以降、全く需要のなかったインバウンドの宿泊が、徐々に回復傾向にある。2、3か月後には、ほぼ震災前の状況に戻る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門では春先に予定していた会合等が秋口に移行していることもあり、好調である。宿泊部門では小規模ながら団体客の動きがあり、前年を上回っている。
		ゴルフ場（従業員）	・例年と同じく8月の予約状況は良くない。客は年々減少している。9月以降は大分持ち直す見込みであり、良い状況となる。
		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）	・気候的には10月ごろまでは客の増加が期待できる時期である。
変わらない		商店街（代表者）	・客の商店街離れが続いており、呼び戻すための対策もない。9、10月はいくらか気候が良くなるため、例年通り今よりは良くなる。
		商店街（代表者）	・東日本大震災以来、消費は一部を除いて低迷している。今後、少し良くなるかもしれないが、変わらない状況が続く。
		商店街（代表者）	・節電対策により、家から出て商店街に買物をする客が増えると良くなる。ただ全体的に節電が経済にどのように影響を及ぼすか計り知れない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・購買心をそそるようなプラス材料がなく、逆にマイナス材料が多い。食品の放射能汚染問題等、当地には直接関係ないが、購買心に悪影響を及ぼす材料が多く、かなり厳しい状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・客の様子から売れそうな気配が全くない。朝晩だけでも涼しくなってくれれば、売れる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・猛暑が過ぎ、涼しくなれば徐々に売上は上がるが、待っているだけでは何も変わらないため、何らかの対策が必要となる。
		百貨店（営業担当）	・福島第一原子力発電所事故の収束のめどが立っておらず、今後ますますこの被害は拡散、拡大していく。客の購買意欲は低下し続けており、厳しい状況が続く。
		百貨店（業務担当）	・節電を始め、あたり前の日常でないことに不安を感じている客が多い。出費を控える動きが強く、短期間で景気回復には至らない。
		百貨店（売場担当）	・競合他社が閉店し、天候要因はあるが、今後の売上は若干良くなる。当地の景況感は決して悪くはない。
		百貨店（企画）	・来客数、売上共に前年並みで推移しており、今後についても売上が大きく増えるような要因は見当たらない。ただ、円高が進めば消費動向に影響が出るので注視を要する。
		百貨店（営業政策担当）	・夏場の電力供給不足の影響がある程度長期化すると、食品の放射能汚染問題のように、東北を中心に国産畜産物、農作物等への不安が消費意欲を停滞させる。
		スーパー（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題や東日本大震災の復興問題、また政治の先行きが不透明ななか、客の購買意欲が上がらない。
		スーパー（店長）	・ギフトの売行きは前年よりも早期展開で順調に推移している。特典やポイントを5倍にしたり、販売促進商品等により、来客数が増える状況である。客は今、値段にはそれほどこだわっておらず、購買意欲は変わらない。ただ、食品の放射能汚染問題が来月以降も懸念材料としてある。
		スーパー（店長）	・ボーナス時期も中元ギフトもなかなか売上が伸びず、客の節約ムードはかなり浸透している。今後も買い控えの状況が続く。
スーパー（店長）	・野菜の価格高騰は売上を増加させるが、小麦製品やその他の値上げ等は売上の低下につながる。全体的には現在とそう変わらない。		

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
		スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題がまだ収束していない。また、競合店の状況が一段と厳しくなっているなか、2、3か月後に好転するとはなかなか考えられない。ただ秋口、旬のさんまや果物等が順調に入荷してくれば、これを機に好転する。
		スーパー（経理担当）	・緩やかな回復はあるが、その幅はわずかであり、今後もあまり変わらない。
		スーパー（業務担当）	・ここ数か月、景気上昇に関する好材料がないという状況である。まずは東日本大震災復興と福島第一原子力発電所問題の解決のめどがつかなければ、消費者はゆとりある日常生活ができないという声が多く客から聞かれた。
		コンビニ（経営者）	・梅雨明けが早かったため7月の前半の売行きは良かったが、後半は非常に悪くなった。今後、良くなる材料が見当たらない。
		衣料品専門店（店員）	・客の話の聞くと徐々に通常の生活に戻ってきているが、景気はすぐには変動しない。
		衣料品専門店（取締役）	・10月は秋らしい気候になるが、ただ物の動きがどこまで正常に戻るか予測がつかない。引き続き企業努力をしながら、利益を確保していくことに努めるほかない。
		乗用車販売店（従業員）	・今年いっぱいには納期に時間を要するため、急いで購入しようという客は多くない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車の受注が頭打ちになっている。メーカーによる新車広告の手控えもあり、来客数が伸びない。新車、中古車、サービスの売上は現状維持が精一杯である。
		住関連専門店（経営者）	・消費者は景気の先行きに不安があり、節電節約傾向が強まっており、置き家具の買換え等の消費意欲が低迷している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・販売量や客の様子をみると、前年とほぼ変わらない状況である。自家消費用コーヒーの買上量や中元等のギフト、進物関係もほぼ横ばい状態であり、今後も前年と変わらないと予測する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・アナログ放送の終了によるテレビ関連商品の特需は一時的なものである。今夏は例年より暑さが続くため、燃料油や洗車等のカーケア商品の販売増加に期待される。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・震災の影響が遅れて出ている。今後、復興需要の影響も遅れて出てくる。
		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〕（総支配人）	・福島第一原子力発電所問題での電力不足や放射能による社会不安、政治の混乱が解決されない状況では、産業界が活性化されない。雇用不安も醸成され、消費者は生活防衛のための節約を優先し、生活必需品以外の消費が拡大するような傾向がみられない。
		高級レストラン（社長）	・観光客の乗客がまだ例年通りに戻っていない。
		高級レストラン（専務）	・観光客が増えており、当地の観光関連業者は良くなっている。ただ、その他の業種は九州新幹線全線開業の効果はほとんどなく、良くなっていない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は観光客が増えており、客足が流れてきているので良くなっている。今後も来客数の増加に努めなければならない。
		都市型ホテル（副支配人）	・駅ビル開業の影響が出ており、少しずつ客が増えている。
		旅行代理店（従業員）	・9月は3連休が2回あり、予約数は前年を上回る。しかし高額商品はなかなか売れず、単価は前年を下回る。
		タクシー運転手	・いろんなイベントで人出は良くなり、乗客も多い。ただ、夜の繁華街は会社関係があまり動かないので、これから先もあまり変わらない。
		通信会社（業務担当）	・8月は引き続き、夏のキャンペーンセールが実施されるが、新商品等の動きも落ち着き、販売数は横ばいになる。
		通信会社（企画担当）	・引き続き通信回線のエリア拡大による販売増が期待できるが、それ以外に景気変動する要因はみえない。
		テーマパーク（職員）	・現在の予約推移をみても急激な回復は見込めず、地道にセールスマーケティング活動を続けるしかない。好転への追い風となる材料がないため変わらない。
		ゴルフ場（支配人）	・9月は平年よりも気温が高いとの予報であり、8月の猛暑が9月まで続く予想されるため、来客数はあまり見込めない。早朝、薄暮にかなりの組数が入ること、土日の客寄せキャンペーンを張らざるを得ないこと等から客単価は年々下がり続けている。

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
やや悪くなる		美容室（店長）	・客も少しでも安い店に行こうという傾向が強い。2、3か月先もあまり変わらない。
		設計事務所（所長）	・われわれの仕事は2、3か月先に結果が出るが、今月の引き合いが悪く、2、3か月先は良くない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイント制度が7月末で終了し、公的補助による付加価値が減少する。
		商店街（代表者）	・売上が悪くなってきており、良くなる見通しが無い。
		商店街（代表者）	・東日本大震災復興による増税の可能性や子ども手当の減額等、特に低所得者、年金生活者にとっては購買意欲をなくす要因ばかりで小売業にとっては厳しい環境が続く。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・前年のように猛暑が続けば、客が外出を控えるようになり、売上は良くならない。
		百貨店（売場主任）	・節電意識の高まりでクールビズ商材を中心に紳士洋品の動きが堅調であったが、後半のクリアランスの盛り上がりがありあまり良くない。今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・当地は前年の口蹄疫問題の裏年ということで非常に期待していたが、来客数、売上共に苦戦している。また電力不足等も影響し、客の消費マインドは非常に冷え込んでくる。
		百貨店（販売促進担当）	・9月も残暑が続くと予想されるなか、秋冬商材の売行きに影響がある。
		スーパー（店長）	・福島第一原子力発電所問題が依然として解決する気配がなく、最近では牛肉関係の落ち込みも目立つ。今後も消費者の先行き不透明感は好転せず、厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・節電関連商品は夏場ほどの売行きが期待できず、食品の放射能汚染問題の影響による食の不安が更に広がることが予想され、厳しい。
		スーパー（売場担当）	・前年は猛暑だったが、今年は例年並みの気温なので季節商材の売上は前年より下がる。
		コンビニ（エリア担当）	・電気料金を中心とした公共料金の上昇が見込まれ、客の購買意欲に大きく影響する。
		コンビニ（販売促進担当）	・今月は暑く、前年よりも受注が少なくなっており、客単価は下がっている。昨今の動きは非常に流動的であり、今後、良くなる動きもない。
		家電量販店（店員）	・地上デジタル放送への完全移行へ向け、これまでは地上デジタル放送対応テレビとチューナーが販売量を非常に伸ばしていた。しかし24日過ぎると、パタリと動きが止まってしまった。今後伸びる要素もなく、前年ほどの猛暑はないだろうとエアコンの売上も止まっている。今よりは悪くなっていくのではないかと危惧している。
		家電量販店（総務担当）	・季節商材の動きが鈍く、またアナログ放送の終了によるテレビの需要が一気に減少し、全体的に低迷気味である。
		乗用車販売店（代表）	・東日本大震災や円高等により、資金力のない中小零細企業は、ますます悪くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・電力不足の問題により、当店ははじめ、小売業やサービス業、運送業を中心に景気低迷が続いている。
		住関連専門店（店長）	・夏物の動きが前倒しになった分、後半の失速が目立つ。まだ7月であるが、夏物の動きがすでに晩期に近づいた印象である。今後、秋冬物へ商品は移行していくが、東日本大震災の影響で商品の入荷が困難との予測があり、しばらくは需要と供給のバランスがとれそうにない。
		高級レストラン（経営者）	・今月は少し回復したが、来月の予約をみる限り、今後はかなり厳しい状況である。8月は盆休みも入り、飲食業が一番落ち込む2、8月であり、厳しい。また、9、10月も残暑厳しい折なので、少しずつ新しいフグ等を打ち出していかないと厳しい。
		タクシー運転手	・10月ごろは食べ物がおいしい時期になるが、今年はあらゆる面で食料の需給に異変が起こっており、物価が若干上がっている。消費者の節約志向は強まっており、乗客は減少する。
タクシー運転手	・客の財布のひもがとにかたく固く、売上がかなり悪い状況である。回復の見込みは今のところない。		
タクシー運転手	・今年は昼が暑過ぎて人の動きが悪く、夏休みの動向もあまり期待できない。9月になってもゴルフ客があまり期待できず、厳しい状況が続く。		
通信会社（総務局）	・7月24日のアナログ放送の終了後は、売上の減少が予想される。		
競輪場（職員）	・電力供給問題の影響で来場者数が減っている。		

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
		理容室（経営者）	・今月は梅雨明けが早く、暑くなるのも早かったため、客の来店が通常よりは少し多い。ただ一時的に良いだけで、2、3か月先はまだ上向きの状況ではなく、良くなる要素はない。
		音楽教室（管理担当）	・世帯主の所得が減っており、子どもにかけのお金が減っている。
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・家電関係は動いているが、その他の業界は厳しいまま推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・客の様子と全体的な状況を鑑みると、土地に対する購入意欲はあるが、なかなか成約に至らない。今のところ設備投資や土地の購入、アパート経営をしようという意欲は若干薄らいでいる状況で、将来的に土地の動きは悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・夏場は例年動きは悪いが、今年もギフトでの花の需要はほとんどない。いろいろ新たな方法を試行錯誤しながら探していかないとかなり厳しい。
		スーパー（総務担当）	・夏場の電力不足により節約ムードが進行し、消費マインドに影響している。今後も客の争奪合戦の激化が加速し、販売促進費のコストを吸収するほどの売上の増加は期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・来月から道路拡張工事がいよいよ本格稼働し、来街者が一段と減るため、売上は期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・衣料品でもクールビズ等の商品は売行きがまあまあいいが、ファッション関係は相変わらず売行きが悪い。全般的に節約ムードが定着している。
		家電量販店（店員）	・エコポイント制度やアナログ放送停波の影響で、地上デジタル放送対応のテレビの売行きが良い。地上デジタル放送完全移行した7月24日を境にテレビの売上は下がっており、8～10月の家電の先行きは悪くなる。
		企業動向関連	良くなる やや良くなる
企業動向関連	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・食品の放射能汚染問題については、今後、検査体制が逐一始まる予定なので、ある程度は良くなる。ただしこれまでの非常に厳しい状況は変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・秋からの季節商材の引き合いが多く、受注も増える見込みである。
		家具製造業（従業員）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響も収束に向かいつつあり、仙台地区からの需要がお盛んになっている。特にコンビニの出店や大型の商業施設などが出店を加速させており、今年の後半から来年にかけてはかなり上向く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・10月位迄の納期の仕事を受注でき、ようやく落ち着いてきている。
		精密機械器具製造業（従業員）	・生産計画では今後も一部部品の受注が増産となる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産計画数が増加し、東日本大震災前の水準以上の生産量となる。
		建設業（社員）	・総合評価の一般競争入札の発注が前年度、10本程度であったのが、今年度は、一般競争入札が全件総合評価になり、受注できる業者が偏るのではないかと危惧される。
		通信業（経理担当）	・東日本大震災の復興需要が本格化する。
		金融業（調査担当）	・九州地区の電力不足問題や倒産件数の増加傾向が気になるが、東北地方の食品の放射能汚染問題を考えると、九州地区の一次産品の需要が期待され、やや良くなる。
		金融業（得意先担当）	・現状は4～6月に比べて持ち直しの動きが見受けられる。今後も取引先の業況等に注視する必要がある。
		新聞社（広告）（担当者）	・本社機能の移転に伴う求人広告や高速道路料金引下げの終了に伴い、観光客の減少が予想される観光地等の広告出稿が増える見込みである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・7月後半は夏休みに入ったこともあり、旅行者を中心に多くの人出が出ているような印象を受ける。若干暑さの問題はあるが、8月は九州新幹線全線開業の効果も出始め、前年より潤ってくる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先からの業況を聞くと、向こう数か月は安定した業績を維持できそうであるとの回答が多い。
その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・設備投資における引き合い案件の件数、金額共に前年を大幅に上回る水準で出ており、電力供給力の問題、円高のリスク等懸念される事項もあるが、当面上向き基調で推移する。		

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
	変わらない	農林水産業（経営者）	・例年秋口は年末需要の生産のため、冷食加工メーカーの需要が大きく期待できる。スーパーや居酒屋も秋の行楽シーズンを控え、特に運動会等の行事が大いに期待できる。ただ牛肉食中毒事件による生食加工品の不信等から少し不安定な要素もある。
		食料品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響もあり、観光客の入込数が前年と比較して確実に増加しており、この傾向は少なくとも秋までは続くものと期待できる。ただこの傾向がいつまで続くかは明確な原因分析ができておらず、不安要素である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・自治体であれば予算実行は10月以降に集中するため、受注量としてはあまり変化がない。民間企業は引き続き、買い控えの状態が続いている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場が最盛期で今後、秋に向かってはいくらか良くなる。ただ問屋の倒産等もあり、総じてあまり変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・九州地区の建築着工統計における新設住宅着工戸数や非居住用の着工建築床面積がいずれも4、5月と前年同月比で大幅なプラスとなっている。今後の鋼材需要が増加することが期待されるが、足元では見積及び成約共に閑散としており、需要の実態が不透明である。6月以降の建築着工統計に注目したい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合い状況から、当分はこの状態が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・一般的に半導体関連は非常に不透明感が増しており、各社共に見通しが立っていないのが実態である。ますます悪くなる状況である。
		輸送業（従業員）	・大幅に回復するような要因がない。
		通信業（職員）	・年度末から来年度にかけて発注見込みの見積案件が多く、今後、景気が良くなる兆しはあるが、2、3か月先では大きな変化はない。
		金融業（営業担当）	・国内の中小企業の業況は、回復基調にあるが、米国やヨーロッパ諸国の財政問題等不安要因もあり、改善は見込めない。
		金融業（営業）	・中国向け輸出を中心に受注は増加しているが、円高の影響が懸念される。
		不動産業（従業員）	・近隣商業施設の売上が前年同様に推移している。
		広告代理店（従業員）	・売上の前年比が前年並みの状態で推移しており、勢いが感じられない。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込チラシの7月折込受注枚数は前年比98%と低迷した状態が続いている。ただ底入れ感はあるため、これ以上、下降することはない。折込チラシの柱になる業種に娯楽産業があるが、夏季に向かい電力事情が悪化すると経営に影響を及ぼし、販売促進の経費が削減される心配がある。
		経営コンサルタント	・沈滞したムードがあり、企業も新しい動きに取り組もうという積極的な動きがみえない。今後も厳しい状況が続く。
やや悪くなる		電気機械器具製造業（経営者）	・受注先の様子をみても良くなるか悪くなるか分らない。この苦難を乗り越えるため、技術力の向上やコスト削減等、出来る限りのことは十分やってきたので、この時代に合うような新商品を作ることが大切となっている。
		建設業（従業員）	・設備投資が低調であり、工事量自体が減少傾向にある。また、競争が激化し、利益確保も大変難しくなっている。
		輸送業（総務）	・燃料価格が上がり始めており、景気回復への影響が懸念される。
		輸送業（総務担当）	・節電対策が節約ムードにつながり、7月はだんだん荷動きが悪くなっている。電力問題が落ち着くまではあまり良くなるらない。
		金融業（営業職涉外係）	・米国の債務不履行問題等で円高が急速に進行しており、取引先の輸出企業を中心に業績が悪化し、景気は悪くなる。
悪くなる		金属製品製造業（企画担当）	・急速な円高、混迷する政権、一向に進展しない東日本大震災の復旧、福島第一原子力発電所の問題等先行きが不透明であり、全く希望を見出せない状況である。
		経営コンサルタント（社員）	・物が売れる速度が遅く、購入アイテムが少なくなっている。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・請負業者の低価格競争のなかで落札された実績をもとに、市町村の発注する事業の積算が、低く見積られる傾向が続いている。入札時に請負業者はさらに低く見積もらざるを得ない。この悪循環が続くと事業者の経営はより厳しくなる。

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
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・スマートフォンの普及に付随する派遣依頼も増えており、新商品定着までの売上の増加が期待される。
		人材派遣会社（社員）	・秋から年末に向けて、需要が少し見込める。
		人材派遣会社（社員）	・注文が増え続けており、もうしばらくはこの現状が続く。観光客の状況も回復してきており、それへの対応で注文がきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・秋に当地区に大型商業施設がオープンする予定である。求人市場がまた活性化されるが、周辺企業の採用はますます厳しくなりそうだ。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・製造業の回復基調は継続すると予想しており、小売やサービスにも波及し始めている。
		職業安定所（職員）	・企業間で差はあるものの、企業への訪問等の状況を見ると、業況の改善がみられる企業が多く、新規求人数は11か月連続で前年同月比が増加しており、今後やや改善する。
	変わらない	学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業からのコメントにより、売上の増加や物の動きが良いと言った業績に関する上向きの話が比較的多い。
		人材派遣会社（社員）	・住宅メーカーなどは、東日本大震災復興の関係で忙しくなるが、九州にまで波及することはないだろうとのことである。業界問わず東日本大震災の復興による恩恵を受けるところは少ない。
		職業安定所（所長）	・新規求人の状況等からは回復感がうかがえるが、依然として長期失業者及び無業者等の有効求職者は横ばい、もしくは増加している。
		職業安定所（職員）	・夏場の電力不足、円高基調、福島第一原子力発電所の影響等、不安定要素があるが、採用意欲は依然として高く、当面は現状の水準で推移する。
		職業安定所（職員）	・求人の提出数が大きく改善する要素はなく、有効求職者数が大きく減少する要素もないため、雇用環境の大幅な改善はない。公務員賃金の抑制や最低賃金の引上げ幅が小さいため、ここ2、3か月の間で景気が改善するとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・求人数の改善は続くが、在職者や無業者が滞留傾向にあり、有効求職者数の微増傾向が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・現在の市況感では、景気が良くなる要素は見当たらない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・東日本大震災によるマイナス影響が落ち着きつつある業種もあるが、依然として人材のオーダー数が少ない。
学校〔大学〕（就職支援業務）		・求人数は前年を上回っているものの、しばらく横ばいが続く。	
悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・成長企業や成長している業界がみえてこない。新エネルギー分野もまだ計画段階が多く、雇用面までには話が至っていない。	
		○	○

## 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 やや良くなる	—	—
		一般小売店〔靴・袋物〕（経営者）	・今後も海外からの観光客が増える傾向であると予想する。
		百貨店（営業企画）	・季節商材の入替えによる店頭品ぞろえの活性化と、震災後の反動による購買意欲の向上で良い方向に向かうのではないかとみている。
		スーパー（企画担当）	・来客数は前年比で8%ポイント増、売上も前年を10%ポイント増で前年を大幅に上回っている。震災の影響が顕著であった3～4か月前と比べ、来客数が大幅に増加していることから、今後の販売力は上向きになると見込む。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災による自粛ムードが弱くなり、客の動きが良くなる。また商品供給体制が安定してきているので良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・県内経済の震災の影響は薄れてきており、今後は回復に向かうと判断する。単価は安いながら、観光関連での押し上げがかなり期待できる。
		観光型ホテル（総支配人）	・団体客の減少を好調な個人旅行が補ってしており、前年比を上回ると予測している。海外からの観光客数も回復し、内外ともに旅行マインドが高まっていく傾向にある。

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
	変わらない	ゴルフ場（経営者）	・円高などによる悪要因も結構あるが、大きな流れとしては、従来落ち込んだ部分の取り戻しによる上昇傾向にあると予想する。
		スーパー（販売企画担当）	・物価上昇が続けば客単価が上がり、現状が続くのではないかと考えられる。しかし、来客数は依然マイナス続きであり、何ともいえない。
		コンビニ（エリア担当）	・売上と来客数の前年比に5%ポイントの開きが出ているが、これは好調なタバコの恩恵によるもので、来客数の割に売上は堅調に維持している。しかし、タバコ以外の商品の売上は前年を割っていることから、買い控えもまだまだ根強いものだと感じられる。
		衣料品専門店（経営者）	・売上の減少は底を打った感がある。客単価、一点単価共に前年並みであるが、街の方に人が少ないように見受けられる。これから先はどうなるか見当がつかないが、あまり変わらないものとみる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今月同様に、稼働率において、前年実績並み若しくは、前年を上回る好調な状況が見込まれる。東日本大震災以降、非常に厳しい状況が続いていたが、この夏場は例年並みに回復してきている。沖縄県全体の観光マーケットとしても回復傾向にある。
		通信会社（店長）	・スマートフォンの動きが収まってくれば、冬の発売時期までは落ち着くとみられる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・客は全国の景気などをみている様子があり、受注の決定には時間をかけて判断をしている。情報の収集など、競合他社との比較など行っていて、受注はより難しくなっているように感じられる。しかし、来場客数は前月等と比べても同様に推移しているので、先行きの景気もしばらくは変わらないと見込んでいる。
	やや悪くなる	家電量販店（総務担当）	・エコポイント制度と地上デジタル放送開始前の買換え終了の反動による売上減が予想される。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・ここ3か月の売上の推移をみると、前年比を若干下回っている。この後の2、3か月も景気が良くなる要素は無く、期待は持てない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街に観光客も一部戻ってきているが、東日本大震災後からずっと消費単価が落ちてきている感がある。地元客も同様の傾向で、今後も消費単価はそれほど上がらないと推測される。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）		・今年の沖縄は台風の当たり年で、生鮮物の値上がり、飲食の徹底した低価格志向、外食回数の減少で売上、利益率とも悪くなってきており、この調子では今後厳しくなる。	
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	輸送業（営業担当）	・地上デジタル放送開始需要による一時的な家電商品の取扱増や、住宅建設関連についても前年越えを維持していけば、ここ数か月は景気が上向くとみる。
		輸送業（代表者）	・東日本大震災の復興財源への予算の傾斜配分や、原燃料高騰など不安要素は多いが、上半期は順調とみている。
		通信業（営業担当）	・仕事が増え、契約案件を選べるような状況になれば、今後、より高い単価の契約が取れるようになると期待する。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共、民間共に大型物件工事予定が無く、個人住宅を主とした工事がある見通しである。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・リフォームの相談件数及び弊社のモデルハウスへの来場組数の減少傾向が続くとみられる。
		コピーサービス業（営業担当）	・用紙、インク等が値上がりしており、今後も価格へ反映させるのは難しい。
	悪くなる	食料品製造業（管理部門）	・競合他社との競争激化が予想される。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・ここにきて、従来からの主要派遣先からの増員の注文や新規先からの注文、また業種を問わず派遣についての問い合わせが増えてきている。
		職業安定所（職員） 学校〔専門学校〕（就職担当）	・震災復興需要の波及を見込む。 ・引き続き本土企業の沖縄進出があることを期待する。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼は堅調に続いているが、契約終了の派遣先も同数出ており、数的に大きな変化はないとみている。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—