

## ・景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	○	○
		商店街（代表者）	・東日本大震災の復興が進めば少しずつ良くなる。
		商店街（代表者）	・特に物流網の回復と緊縮モードの緩和など、東日本大震災の影響が比較的薄らいできているなかで、年末商戦を迎えるため、今後の売上増加が見込める。
		百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災以降、減少していた本州からの来道者が回復基調にある。また、海外からの来道者も徐々に回復しており、来年の春節に向けて、震災以前の数値まで回復基調で推移すれば、緩やかに景気も回復することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・台風や大雨等の天候要因が少なくなる季節となるため、衣料品の動きが多少上向き傾向となる。
		家電量販店（地区統括部長）	・エコ家電を中心に歳末に向けて需要が持ち直していく。不振だったテレビの需要も幾分回復に向かう。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税の終了を控えて、新型商品が投入されることで駆け込み需要が期待できる。
		自動車備品販売店（店長）	・引き続き新車の納車が順調に行われれば、今後もタイヤ、カーナビ等の用品の需要が好調に推移する。
		タクシー運転手	・少しずつではあるが観光客が増えてきており、それに伴いタクシーの注文が増えてきているため、今後についてはやや良くなる。
	通信会社（企画担当）	・スマートフォンの認知度が上がったことで、今まで買おうとしなかった客層からの注文が増えてきており、今後の買換え需要促進が期待できる。	
	美容室（経営者）	・年末に向けて例年どおりに推移すれば、わずかかもしれないが、来客数、客単価とも上向きことになる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・防寒衣料については、やはり気温の影響が大きいとみられる。コート等も今年はファーの価格が高騰しているため、価格が前年より若干高くなる傾向にあり、客がバーゲンまで購入を待つとみられる。そのため、今月と比べて、景況感が大きく改善するとは考えられない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・東北地方の復興計画も動かず、客との会話も暗い話ばかりであり、非常にムードが悪い。こうしたムードの悪さが客単価にも表れており、今後も変わらないまま推移する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・将来的にも景気が良くなる材料があまり見当たらない。販売量、売上も増えてはおらず、何とか底割れしないという状況が続いており、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（売場主任）	・5月以降、客単価の伸びが来客数の伸びを上回ることによって、売上が上がってきたが、今月は来客数、客単価とも前年割れとなったことから、今後の動向が懸念される。
		スーパー（店長）	・冬の節電需要により、大型ストーブやエコ商品の需要がこれからある程度上がってくるとみられるが、前年のエコポイント制度の効果による需要と比べて、それほど大きな需要となる見通しは立っていない。食品については、お歳暮等の贈答需要が横ばいから低めに推移しているため、今後もこうした傾向が続くとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・当店のファン層拡大による来客数増加の流れは今後も続く。しかし、他社競争を含めてエリアごとの状況をみると、毎年、店舗数が増え続けており、今後も年内に前年並み又は前年以上の店舗数が純増する見込みであることから、ますます競争が激しくなる。
		家電量販店（経営者）	・年末需要があまり期待できない状況であるため、今後も変わらないまま推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・経済状況が良くないため、様子見の状況が続き、今後の販売量の増加は見込めない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）		・客の動向が天候に左右されるという一般的な流れに戻ってきたことから、今後も変わらないまま推移する。	

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
		高級レストラン（経営者）	・まだ東日本大震災の影響が残っているため、日本全体の景気が上がらなければ、特に規模の小さな都市の景気は冷え込んでいくことになる。
		旅行代理店（従業員）	・来客数はコンスタントに一定レベルを維持しているが、需要が特定の連休等に集中しており、座席や室数の確保が思うどおりならず、手間の割には売上が伸びない状況にある。今後もこうした傾向が続く。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況をみると、国内旅行は10月が前年比85.5%、11月が前年比97.8%となっており、海外旅行は10月が前年比117.6%、11月が前年比110.1%となっている。このため、全体的な傾向としては変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・観光客は少しずつ戻ってきているが、海外からの観光客は前年より減ったままであることから、今後も変わらないまま推移する。
		観光名所（従業員）	・国内観光客はほぼ前年並みに回復している。一方、海外観光客は、台湾からのチャーター便がほぼ再開しており、残りは韓国定期便となる。韓国定期便の再開は12月末が予定されているため、今後2～3か月は現状維持で推移する。
		美容室（経営者）	・前年並みの売上に回復はしてきたが、今後、売上が今まで以上に伸びていく雰囲気はなく、当面は現状維持が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンション市場において、需要に対して供給が不足している良好な需給関係が当分続く。しかし、これ以上市場環境が改善される要因は見当たらない。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報によれば、10～11月は気温が高く推移するとみられており、これからジャケット、コート、ニット関連の販売をするに当たって、気温の影響が大きくなることが懸念される。また、前年比90%台という売上となった9月の動きからも不安要素がある。ギフトについてはほぼ前年並みに推移する。
		スーパー（店長）	・人の動きにお金がついて回るため、安近短の行動要素が変わらない限り、今後についてはやや悪くなる。また、省エネに対する関心が高まるなか、客の節約志向がごく当たり前となってきており、そうした購買傾向は今後も続く。
		スーパー（企画担当）	・放射能汚染問題とは関連のない商品であっても売上が伸びない状況にある。牛肉、桃など、風評被害に伴う売上の低迷に加えて、米や米ぬかなどの主食品に対する今後の影響も懸念され、今後の消費行動にマイナスの影響が生じることが懸念される。
		スーパー（役員）	・東日本大震災の復興対策に伴う税制改正等による将来不安が大きく、今後の動向について不透明感がある。また、中小企業の倒産、外国人観光客の大幅減もあり、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・個人客による道産米の新米の首都圏への送付が多数発生している。今後、年末に向けて、米、もちなどの値上がりが起こり、その他の食品に回るお金が減ることが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・デフレ基調が強く、価格を下げ続けないと販売量が引き上がらない傾向にある。より安い価格の商品を求めて買い回っている客の様子がうかがえる。
		高級レストラン（スタッフ）	・新聞やテレビで増税が発表されるだけで、消費心理が下がるため、今後、飲食店に打撃が生じることになる。
高級レストラン（スタッフ）	・先行き不安ばかりで今後への不透明感が強いいため、年末に向かい、今後の景気動向が良くなるとは思えない。		
観光型ホテル（経営者）	・これからの冬季シーズンに期待される海外客需要が極端な円高の継続により集客が困難になっているため、今後についてはやや悪くなる。		
観光型ホテル（スタッフ）	・いわゆるオフシーズンを迎えるが、宿泊単価の下落傾向に歯止めがかからない。集客や高単価の消費を見込めないイベント、学会の開催もないため、今後についてはやや悪くなる。		
旅行代理店（従業員）	・11月から1月にかけての北海道観光は閑散期となるため、東日本大震災の反動増もあった夏場のような活況には至らない。また、北海道からの旅行需要はある程度持ち直すと思われるが、関東圏へのファミリー層の動きは当面鈍いとみられる。そのため、1～2月までは前年を下回って推移する。		
タクシー運転手	・法人関係の移動に伴うオーダーがある程度みられるが、今後の観光客の注文数や来客数の増える要素が思い当たらない。		

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
		観光名所（職員）	・北海道の観光シーズンも落ち着いたことから、今後は利用客が減少傾向となる。また、海外の利用客もあまり期待できない。
	悪くなる	スーパー（店長）	・地方のバイ自体が小さくなっているところで、競争環境が厳しくなっている状態にある。売上はずっと目に見えて悪い状況であり、これからも期待できない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（団体役員）	・秋の行楽需要や年末の受注動向の見込みが良いことに加えて、農水産物の生産が近年になく豊作であるため、今後についてはやや良くなる。
		家具製造業（経営者）	・円高等のマイナス要因があるものの、復興需要が期待できる。
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・復興予算が成立し、わずかながら復興需要が見えてきたことから、今後についてはやや良くなる。一部の取引先では、放射性物質除去装置の部品製造が決定しており、それに伴う設備の受注がみられた。	
変わらない		食料品製造業（役員）	・スポット的な受注増加はあるが、定番商品の受注が上向いてこないため、今後も変わらないまま推移する。
		金属製品製造業（役員）	・長期固定金利住宅ローンへの駆け込み需要により、住宅は上向きに推移するが、官庁、民間物件が冷えきっているため、今後も変わらないまま推移する。
		建設業（従業員）	・今年度着工予定の工事はすでに発注を終え、残る大型工事はすべて年度末になる見込みであるため、今後2～3か月の建築工事は一向に増えないとみられる。
		輸送業（営業担当）	・前月と変わらず、生乳の本州への輸送が順調であるため、道内乳業メーカーは原料不足となり、今後のバター、粉乳の製造が落ち込むことになる。バターは政府が緊急輸入したが、年末は品不足が予想されるため、営業倉庫の保管量が大幅に落ち込み、今後については厳しくなる。
		金融業（企画担当）	・冬期賞与の抑制が予想されるため、個人消費は今後の盛り上がり欠ける。しかし、東日本大震災の影響が薄れ、観光関連の持ち直しが期待できることや、建設関連など一部では復興需要が見込まれる。総じて景気は横ばいで推移する。
		コピーサービス業（従業員）	・東日本大震災の影響は大きく、今後も企業の慎重な経営体制が続くため、変わらないまま推移する。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・基幹産業である農業で、畑作の一部作物の不作が見込まれていることから、農家の消費マインドが先行き不安視されている。
やや悪くなる		建設業（経営者）	・今年度の発注が官民ともにほぼ終わり、工事の稼働ピークも過ぎることになる。公共工事については当初予算の大幅削減と過当競争で量的にも價格的にも非常に厳しく、民間工事についても東日本大震災の影響に加えて、世界的な金融不安、株安、円高などで投資が相変わらず低調である。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響による最悪期からの回復は感じているが、景況感が良いというほどではなく、今後、円高や海外経済の減速による影響が出てくることになる。総じて今後の景況感としてはやや悪くなる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共工事の発注が減少するため、今後についてはやや悪くなる。
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・材料費などの高騰や円高、株価暴落が悪影響を及ぼすことになる。
		輸送業（支店長）	・冬場に向かい、北海道は公共工事を始めとして不需要期となる。期待された復興関連の事業は来年春以降とみられることから、当分はがまんの状態が続く。
		司法書士	・冬間近で建物の新築は見込まず、さらに低迷することになる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・2～3か月先の受注も一向に確定しそうでないため、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）	・小売業や娯楽業等の個人消費関連が回復してきている。今後もこの勢いが続くとは言わないまでも、回復傾向が悪化に転じることは考えにくい。
	変わらない	職業安定所（職員）	・長引く公共事業の減少、漁獲量の低調、外国人観光客の入込低迷など、明るい材料が見当たらず、今後も雇用環境は変わらないまま推移する。

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
		職業安定所（職員）	・雇用環境については持ち直しつつあるものの、依然として厳しい状況であることから、今後も変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・季節要因ではあるが、冬に向かい建設関係の雇用が減少することになる。また、サービス業におけるキャンペーンなどの販売促進業務は東日本大震災の影響に伴う消費意欲の低迷により、前年比で減少することになり、その雇用需要も低減することになる。企業活動の意欲の低下、消費意欲の低迷が持続するなか、今後の雇用環境の回復は見込めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・2度の台風による長雨の影響から、8月まで良かった作況指数が下落に転じており、基幹産業である農業に多少陰りが見え始めていることから、今後の雇用環境についてはやや悪くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・農業に下支えされている雇用が冬期には落ち込むことになる。
	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	タクシー運転手	・当地で開催されたイベントにもにぎわいを見せており、景気は回復の傾向に向かっていているように見受けられる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・秋物の動きも少しずつ始めており、秋冬にかけて衣料品の動きに期待が持てる。また、飲食関係は震災の影響や風評被害が徐々に少なくなりつつある。観光客については、団体客は減少しているものの、新幹線利用の個人客が増えているので、飲食の消費に大きく期待している。
		百貨店（経営者）	・気温の低下とともに、季節商材の動きも今月よりは良くなると予想される。ただし、気候条件以外のプラス材料は依然乏しい状況にある。
		百貨店（売場担当）	・景気の冷え込みは家計に大きな影響を与えているが、施策の打ち出し方次第で良い物やトレンド商品も必要な物は売れる。ただし、売上は得意客の購買動向によっても左右される。
		百貨店（経営者）	・客の意識や行動は、不要不急のものの買い控えや自粛から、節約、節電へ、そして今は絆や家族回帰、環境や社会に配慮したエンカル消費へと大きな変化が見られる。震災による人口の流出の実態を把握し、ニーズに対応できれば、少しずつ改善が進むと見ている。
		コンビニ（経営者）	・たばこの売上は前年を下回っているものの、その他の商品は好調を維持しており、全体的にプラスとなっていることから、景気は回復基調にあるのではないかと見ている。
		衣料品専門店（経営者）	・気温が低くなってくれば、被災者の方々の秋冬物のニーズが高まり、売上が回復すると期待している。
		衣料品専門店（店長）	・これまではお悔やみ中心であった礼服の需要だが、プライダルに関しても少しずつ動きが出始めており、今後の伸びが期待される。また、客の様子からは、しっかりとスーツを着て、気を引き締めて仕事をしようという感じが見受けられ、秋物スーツの導入が非常に良くなっており、今後も売れていくのではないかと予測している。
		乗用車販売店（経営者）	・前年の反落市場との比較になるが、現状の好調が続くのに合わせ、今後の新型車並びにエコカー減税終了前の駆け込み需要の発生も予想され、市場及び当社の実績は前年比120～130%前後で推移するものと見ている。
		乗用車販売店（経営者）	・秋以降の本格的な生産回復に合わせて、3月末までのエコカー減税の駆け込み需要も見込まれる。
		高級レストラン（支配人）	・宿泊特化型ホテルよりも、宴会場、レストランを持つシティ型ホテルに復興特需の追い風が吹いており、今後も期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・一般客の予約はあまりないが、10～20名の団体予約が多少入りつつある。景気も若干は持ち直すのではないかと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・米の収穫時期も過ぎれば年末に向けてにぎやかなムードになる。買物や外食など、消費意欲は高まることが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・当県は10～12月におけるJRの重点販売地域に指定されているため、観光客のみならず、県内客にも動きが見られるのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今まで自粛気味だった婚礼について、予約状況は10、11月共に前年並に回復している。
		旅行代理店（従業員）	・客の来店状況や、3か月先の受注状況が前年を上回っている。
		通信会社（営業担当）	・年末へ向けての新規加入者獲得キャンペーン等もあり、例年並みに増加していくと見ている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・当地での米の出荷が放射能の影響を受けず単価も高かったため、市民に希望的観測が広がっており、消費活動は活発になる。
		住宅販売会社（経営者）	・年度内はかなり忙しく、公共、民間共に受注、着工は順調に推移することが予想される。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・施工現場の完了が徐々に実現するため、一定の売上回収が進んでいく。
	変わらない	商店街（代表者）	・震災特需も一段落し、前年と同じような不安定な状況になりつつあるため、予想がつかない。
		商店街（代表者）	・物品販売、飲食、サービスは年末まで堅調に推移していくと予想される。
		商店街（代表者）	・客からは買い控えの傾向がうかがえ、しばらくは現在ののような状況が続く。
		商店街（代表者）	・景気が冷え込んでおり、消費が上向くことは期待できない。当面この状況が続くと予想される。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・たばこ客も大分安定してきている。このままの状態で行くと予想される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・繁華街も静かになり、タクシーに乗ると多くの運転手が平日は震災前と同じくらい暇になったとぼやいている。年末までは現在のこのような状態が続くと予想される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災以来、特に年配者において、不安な気持ちが多く見受けられる。ある程度の現金が手元にないと心細いようである。必要なものは買ってもらえるが、好みのものがなければ我慢しているようである。また、月3回から1回に減少するなど来店回数の間隔があいている。このような状況はしばらく続くと見ている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・東日本大震災被災者の冬物需要に期待している。
		百貨店（売場主任）	・エネルギー事情に不安があるため、冬場のシーズンアイテムに対する関心度が強いと感じる。ウォームビズ商戦が活発になることが予測され、現状のまま推移していくと見ている。
		百貨店（企画担当）	・現在の状況は年末商戦まで続くものと見ている。
		百貨店（営業担当）	・震災特需が続き、冬物商戦やお歳暮商戦も堅調に推移すると見ている。ただし、食品の放射能汚染問題が広がった場合は、買い控えによる売上への影響は避けられない。
		百貨店（販促担当）	・前年の売上及び来客数を確保するという戦略を立てているので、それほど大きな売上等の変化はないだろうと予測している。
		スーパー（店長）	・同じような商品であれば単価の低い商品を購入する客が目立ち、来客数も微減で推移している現在の状況は簡単には変わりそうにない。
スーパー（店長）	・商圈内において、震災前より激しいチラシ価格、ディスカウント合戦が続いていることから、単価の減少及び売上が伸び悩む状況がしばらく続くことが予想される。		
スーパー（販促担当）	・冬期に向けて生鮮品の産地が北海道、西日本に移るため、福島第一原子力発電所事故の影響は減っていく。また、食品の放射能汚染問題の影響から米価が上がることを予想され、売上自体は伸びると思われる。冬に備えた商品の需要が高まり、今よりも悪くなることはない。		
コンビニ（エリア担当）	・復興需要が衰えていないため、今後も伸長が見込める。		
コンビニ（店長）	・依然として建設関係が活発である反面、電力関連企業を中心に景気の良くない業界も見られるなど、業界により明暗がくっきりと分かれており、景気の良し悪しはどちらともつかない状況である。こう着状態が続くものと見ている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店長）	・震災の影響が落ち着き、県外へ避難していた住民が戻ってきている。また、仮設住宅入居者を含め、秋冬物商品へのモチベーションが高まってきている。
		衣料品専門店（店長）	・本格的な冬物の時期を迎えるが、温暖化によってコートなど単価の高いものが年々売れにくくなってきている。
		衣料品専門店（店長）	・天候による売上の浮き沈みはあるものの、景気が回復しない限りは大きく改善することはない。
		衣料品専門店（総務担当）	・現状から急激に変化することは考えられない。
		家電量販店（店長）	・政府の景気対策が不透明であるため、変わらないと見ている。
		家電量販店（店長）	・円高の高止まりの様相も見られるため、今後の市場動向は不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・当県の米の価格が前年より2,000円くらい上がるようである。米の価格が上がれば、農家の消費が上がるため、景気の上昇に少なからず期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・冬期間に入り需要は減少するが、新型軽自動車の投入が予定されており期待が持てる。
		住関連専門店（経営者）	・住宅着工は多少増加しているが、家具についてはあまり予算をかけられないため、少しずつ買いそろえる傾向が強くなっている。
		住関連専門店（経営者）	・震災後、遅れていた新築物件の完成が正月までに見込まれており、これらの客が10～12月の始めくらいまでに動くのではないかと予想している。着工件数も前年より増加しているため、市況はプラスになるのではないかと見ている。
		住関連専門店（経営者）	・震災による需要も落ち着いてきている。しばらくは現在の状態で推移していくと見ている。
		その他専門店 [呉服]（経営者）	・問屋からも商品が売れないという話を聞く。先が見えない。
		その他専門店 [パソコン]（経営者）	・震災復旧の影響が薄れてくれば、市場は一層暇になってくることが予想されるため、動きが良くなるとは言い難い。
		その他専門店 [酒]（経営者）	・今後は年末年始に向けての営業を強化していかなければならないが、例年とは全く異なる年末年始なので、見通しがたかない。土地柄、厳しい冬に向けて灯油の購入などで大きな負担を強いられるので、消費者の財布のひもはますます固くなるとみている。
		その他専門店 [靴]（経営者）	・東日本大震災からの復興も含め先行きが見通せず、それが日常生活にどのような影響を及ぼすのか見当がつかない。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・年末にかけて冬物がこういった動きになるか予想できない。また、商品供給も不安がある。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・建設土木関係の需要は堅調であるが、その他の業種は先が見えず、今後の需給見通しが立たない。車両が流されているため、燃料、車両関連の需給の動きは不透明である。総じて先の判断は困難である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・風評被害により、燃料系が伸びず、油外商品の買い控えも目立っていることから、状況は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・良くも悪くもならず、変わらないと見ている。
		スナック（経営者）	・この先2、3か月は団体で動くようなイベントもなく、大きな売上増加は見込めないため、少ない客のなかから売上を上げていくしかない。
		観光型ホテル（経営者）	・地元客は減っているものの、復興支援団体の予約状況は約10%増となっている。東北への全国的な復興支援が感じられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行きの不透明感は増すばかりで、消費マインドも過度の守りに入っているようである。震災の影響も色濃く残っており、忘年会新年会の予約状況は非常に遅れている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年より早い今の時期から忘年会の予約や問い合わせが入り始めているが、週末に集中しているため、今後は平日の取り込みで力を入れていきたい。
		旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題も収束していないため、先が見えない。
		タクシー運転手	・客からは、雇用に不安を持っているとの話をよく聞かれるので、厳しい状況が続く。

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
		通信会社（営業担当）	・3か月のうちに新商品の販売が予定されているが、当地域ではあまり販売が見込めないため、現状維持が予想される。
		遊園地（経営者）	・堅調な推移を期待したいが、円高や増税の動き、震災復興の遅れなどがあり、年末に向けて不安定になると見ている。
		競艇場（職員）	・変化の要因もないがマイナス要因もないため、大きな変化はない。
		美容室（経営者）	・基盤となる産業自体が回復しておらず、消費の下支えといった部分の安定が見込めない。また、年末に向け、倒産する会社が増加する懸念がある。
	やや悪くなる	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・復興需要に引っ張られて、経済や企業収益も回復するようなことが言われてきたが、消費のところには全く光が当たっていない。冬のボーナス商戦も含めて、非常に厳しい状況が続くと考えている。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・良くなる要素が見つからない。
		百貨店（買付担当）	・今までは復興需要が特に大きかったが、復興が進むにつれ被災地にある商業施設も軒並み営業を再開しているため、景気はやや悪くなる。
		百貨店（経営者）	・震災に加え、円高による輸出不振の影響から、消費低迷が懸念される。
		スーパー（経営者）	・震災以降、売上は過去最高で推移していたが、9月に入り減少傾向となっている。ボーナスや失業保険が切れる問題もあり、年末にかけて業績は下がっていくのではないかと予想している。
		スーパー（経営者）	・来客数回復の要因が見当たらない。客数減少は消費悪化の兆候をうかがわせる。
		スーパー（経営者）	・今後予想される増税に対する消費者の不安などから、景気は悪くなる。
		スーパー（店長）	・当社営業エリア内に競合店の新規出店が予定されており、競合店との価格競争は更に激化することが予想される。価格政策の強化による利益の低下も懸念される。
		スーパー（営業担当）	・震災復興の財源として増税の動きが出始めており、消費にマイナスの影響を与える。
		コンビニ（経営者）	・円高傾向は変わらず、景気もそれほど良くならない。税金等の納付に加え、今後想定される増税による心理的な消費抑制の動きが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・増税が議論されるなか、客との会話でも景気の悪い話はほとんど聞かれず、消費行動は冷え込んでいくことが予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・震災復興作業に従事する人の来店が減少傾向にあり、売上高及び来客数も前年比をやや下回る傾向が続く見通しである。
		コンビニ（エリア担当）	・売上の面で、たばこの値上げ効果が薄れていく。また、季節指数による販売数量の低下が予測される。
		家電量販店（店長）	・テレビを中心に先食いをした感があることに加え、この先目立った商品の販売予定もなく、景気が上向き要素が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・景気の一服感からか必要不可欠な買換え需要しか無く、顧客の買い回り動向とも相まって、減収傾向が強くなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量が伸びない状況は続くとしている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・食品の安全性は国により確保されつつあるが、まだ十分ではない。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・米などの価格高騰は、短期的に農家等が潤っても全体的な景況には逆風となる。年末商戦に向けて厳しさは増すと見ている。
		一般レストラン（経営者）	・復興増税の話が出てきており、不安材料となっている。
		一般レストラン（経営者）	・周りからも復興特需が終わったのではないかという話がよく聞こえてくる。この先、景気は悪くなっていくのではないか。
		観光型ホテル（スタッフ）	・風評被害のためか団体客は減少している。売上増加のためあらゆる手段を講じているが、現在のような状況はしばらく続く。

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	
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災以降、特需が続く売上をけん引していた宿泊に陰りが見えはじめている。一般宴会についても大きなイベントの予定はない。今年の春先に予定していた婚礼が秋に延期になっているので、この辺で持ち直してくれればとの期待はあるが、この先2、3か月は全体的に低下していくものと見ている。	
		通信会社（営業担当）	・円高を解消しない限り、国内の中小企業、大企業の設備投資が増えず、内需拡大が見えない。	
		観光名所（職員）	・予約状況が前年比約3割減となっている。	
	悪くなる	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費マインドも冷え込み、一層厳しくなることが予想される。	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・風評被害により、地域経済がまひしたような状態になりつつあるため、悪い状態が続く。	
		コンビニ（経営者）	・雇用の問題も解決されず失業者が増えているため客足は減り、この先景気はますます悪化すると見ている。	
		コンビニ（エリア担当）	・震災の復興需要は永続的なものとはなりえないため、10月以降の景気動向には不安がある。特に、通常であれば客単価の向上が見込める12月の売上が心配である。	
		観光型旅館（経営者）	・紅葉シーズンによる一時的な集客は見込めるが、紅葉の具合をネットやテレビで確認しての直前予約の傾向が強くなり、その前後は集客の落ち込みが激しくなることが予想される。仙台圏や近隣の中規模都市でも、復興の宿泊需要は減少傾向にあり、期待薄になりつつある。10月以降の予約もほとんど入っておらず、前年より更に落ち込むと見ている。	
		観光型旅館（スタッフ）	・経済的復興支援が本格化し、被災地3県へのツアーの設定や、東京都が行っている被災地応援ツアーへの助成金支給のような助成策が行われるようになると、被災地に立地していない当館は非常に厳しい状況になる。また、震災による減収のため、従業員の減給が継続して行われており、元に戻る見込みが無い。	
	企業動向関連	良くなる	—	—
やや良くなる		木材木製品製造業（経営者）	・震災の復興支援等により、住宅建設が進むと見ている。	
		建設業（企画担当）	・震災復旧が一段落し、今後は復興関連の工事出件が期待できる。	
		輸送業（経営者）	・東日本大震災の復旧は見通しに近い状況で進んでおり、生産活動も活発になってきているため、今後の物量増加も大いに期待が持てる。	
		広告業協会（役員）	・復旧関係の広告原案は少なくなったが、通信関係では新機種発売、車両関係では在庫不足が徐々に緩和されたことで、広告出稿につながってきており、今後も期待が持てる。	
		経営コンサルタント	・震災から半年が経過し、沿岸部の被災農家で資金需要が出始めているなど、前に進もうとするマインドが高まっている。	
		公認会計士	・震災の復興需要はこれから徐々に浸透してくることが予想され、建設関係を中心に現在よりも状況は改善すると見ている。	
		コピーサービス業（経営者）	・コピーサービス関連については、小口ではあるものの件数が出てきており、明るさが見える。	
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・秋冬向けの商品の売上が前年比1割増となっており、今後も期待が持てる。	
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・復興需要でビジネスホテルの満室が続くなか、東北新幹線の完全復旧で一般旅行者向けのツアーも再開し、温泉旅館向けの出荷が徐々に回復してきている。観光産業の復興が見え始めてきたため、期待が持てる。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・県南部及び沿岸部では、住宅の復興について、かさ上げ等での対応が可能だという指針も出たため、住宅の受注が動き出すと見ている。	
		変わらない	食料品製造業（経営者）	・良くなる要素も悪くなる要素もないため、3か月後も変わらない。
			繊維工業（経営者）	・良くなりそうな動きもあるが、円高や福島第一原子力発電所の問題により先行きが不透明である。
			一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品についてはメーカーの増産計画もあり、かなりの増加が予想されるが、現状の為替水準が続くようであればかなり厳しい。
建設業（経営者）	・年内一杯は受注量減少の傾向は変わらない。			



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（従業員）	・がれき処理案件の発注が若干落ち着く可能性もあるが、補修、改築等を中心とした案件の出件が続く見込みである。
		通信業（営業担当）	・上期決算企業が多いため上昇傾向となっているが、下期に入ると鈍化する可能性がある。
		金融業（営業担当）	・大きく変化する要因は特に見当たらない。
		金融業（広報担当）	・欧州の債務問題に影響を受けた株安や円高等の問題、さらには台風がもたらした農作物の被害があり、総じて良くなるとはいえない。
		広告代理店（経営者）	・震災により取引先が減っているため、前年の販売量には戻らず、現状維持が精一杯と見ている。
		司法書士	・被災地の復興が本格化しなければ、景気が上向くような要因は出てこない。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・月の受注生産数が増えないため、工場に活気が感じられない。この先2、3か月の景気は横ばいと見ている。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・現在の米の品薄感もいずれは解消され、価格は更に低下することが予想される。
		食料品製造業（経営者）	・観光客がかなり少なくなっており、その売上の減少分を他でカバーするのは厳しいため、やや悪くなる。
		食料品製造業（総務担当）	・お歳暮ギフトの市場が縮小しており、年末の大きな受注ピークは期待できない。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・例年はあるはずの仕事が7、8割に減少しており、福島第一原子力発電所事故関連の特需はその減少分を補うまでには至らない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・本格的な復興の動きが鈍化しているなか、ものづくり関連企業の景気は悪くなっていくと予想される。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・円高水準が継続し、企業の業績悪化対策も継続されるため、景気はやや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・大口顧客からの値下げ要請に落ち着く様子が見られず、しばらくはこの状態が続くことが予想されるため、当社内で費用削減を迫られる可能性が出てきている。
悪くなる	金属工業協同組合（職員）	・受注量の減少、さらにはコストダウンの要請が厳しくなっており、この先良くなる材料が見当たらない。	
	農林水産業（従業者）	・風評被害により、桃と同様、贈答用りんごの個人からの注文も激減することが予想される。	
雇用 関連	良くなる	—	—
		やや良くなる	人材派遣会社（社員）
		人材派遣会社（社員）	・コールセンターなどは自社雇用の派遣社員の買い込みを模索しており、時給相場も久しぶりに上昇に転じる見込みである。具体的に復興が進んでいる民間企業の動きが、全体の雰囲気をも良くしていく。
		人材派遣会社（社員）	・電力系の企業で一部経費削減の声が上がっているものの、他の業種では人材の採用に予算をかけるという企業が比較的多くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・公共的なプロジェクトが政府の復興予算がらみで動き出している。それには必ず雇用予算が付き、2～5割を占めることもあって、雇用対策の促進の原動力になっている。しかし、短期的には復興による景気の促進にはなるが、長期的には見えず、不安感がぬぐい去れない。
		職業安定所（職員）	・年末に向けて消費の拡大が期待でき、業況的にはやや良くなるのではないかと見ている。
		変わらない	人材派遣会社（社員）
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の被災3県には、人、物、金が集まっており、復興需要が見られるが、それ以外の東北各県では好況の兆しは見受けられない。
		職業安定所（職員）	・県の調査では、震災の直接被害から復旧済みと回答した企業は7割に達した反面、売上が減少したと回答した企業も5割以上に上っており、採用は期待できない。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響は計り知れず、新規求人数は前年同月比で5か月連続での増加となっている。月間有効求人数も5か月連続で増加している。有効求人倍率はわずかずつ上向きで推移している。今後の動向については予断を許さない状況であり、注視していきたい。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加基調が続いているものの力強さはない。また、中小企業の企業整理が発生している。雇用調整を実施する企業は横ばいで推移している。

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
		職業安定所（職員）	・新規求人が増加幅が拡大する要因に乏しい。また、急速な円高や株安の影響が懸念され続けている。
		職業安定所（職員）	・震災復興関連の求人は今後も相当数見込まれるものの、円高がこのまま続けば製造業への影響は避けられない。また、求職者は減少傾向にあるものの、失業期間が長期にわたる人も多く、滞留傾向にあり、円高の状況など状況を注視する必要がある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・震災特需による人の動きにやや落ち着きが見られる。
	アウトソーシング企業（社員）	・想定よりも受注が増えていない。特に建設コンサルタント関係の仕事が少なく、見通しは暗い。	
	職業安定所（職員）	・円高が長期的に続くようであれば、求人数に影響が出てくる。	
	悪くなる	職業安定所（職員）	・新規学卒予定者を対象とする求人数は前年割の厳しい状況が続く。
		—	—

### 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）	・当店の強みでもあるたばこやコーヒーが、秋は更に伸びるので、良い数字が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・年末のボーナス商戦やエコポイント交換の影響による動きは期待できる。
	やや良くなる	百貨店（店長）	・購買意欲は少しずつ回復しているようなので、気温が下がるなど環境が整えば売上増につながる。
		コンビニ（店長）	・当店が立地する街の周りにバイパス道路が完成し、そこに同業店が出店したために現在最悪の状態にあるが、同業店に移動してしまった客が今後いくらか戻ってくることを期待している。
		衣料品専門店（販売担当）	・クレジットカードの利用率が低くなり、現金でまとめ買いをする客がちらほら出てきたのは、今後目の前で使えるお金を仕分けする人が増えていくということかもしれない。そう考えると、身の回りの品を少しずつ買い求める傾向にあるという期待から幾分良くなっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税が3月に終了するので、駆け込み需要が始まる。
		乗用車販売店（従業員）	・9、10月と販売の需要期になるので、東日本大震災後からは全体的に販売量が増加している。当地域は、まずは福島第一原子力発電所の事故の収束、そして風評被害と円高等によって左右される。
		一般レストラン（経営者）	・秋の行楽シーズンと、年末に向かって消費が増加する。
		旅行代理店（経営者）	・製造業の会社はかなり元気になり、人の動きが活発になっているため、景気は良くなる。
		通信会社（経営者）	・まだ行政関連が中心なので一般の発注に期待している。新規開店やリニューアルを仕掛けるユーザーも出てきているので、今後の発注を促す。
		テーマパーク（職員）	・訪日については回復傾向がみえないものの、東日本大震災の影響は少しずつ薄れてきている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・平日の客の増加、週末の減少という状況に対して、各店舗の人員体制及び構成が追いついていないので、これがしっかり対応できれば、ある程度数字は上がってくる。
	美容室（経営者）	・これから秋口になり、各地のイベント、祭りや旅行等で、外出する機会が増えるため、客が美容院へ行く機会が多くなり、来客数が増加する。	
	住宅販売会社（従業員）	・福島第一原子力発電所の影響区域外、避暑などの理由で、当地に別荘を求める動きが継続している。	
	住宅販売会社（従業員）	・客の動きは積極的で、値ごろ感のある案件については動きも早い。企業の設備機器に対する投資の動きも出てきている。円高の動きが今後の鍵を握る。流通テナントは堅調で、良い物件があれば、新築、居抜き共に動きがある。	
	変わらない	一般小売店 [精肉] （経営者）	・いろいろな行事が行われる気候の良い時期だが、まだ東日本大震災の影響が残っているため、必需品にしか手を出さない。これでは景気がよくなる見込みはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・地上デジタル放送への対応が終了し、販売を太陽光、オール電化にシフトしているが、なかなか早急に成約に結びつかず苦戦する状況は今後も続く。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・相変わらず物への購入意欲がみえない。省エネ、エコに注目はいってもわざわざそのために買換えをする客は少ない。必要があれば購入するというスタンスに売上増の仕掛けは難しく、先行きの不安が消えない。
		百貨店(総務担当)	・当店を取り巻く観光地、旅館、ホテルの客数減と、これから秋の行楽シーズンとなるが、放射線関係の風評被害で紅葉見学の客数が減少する感じがかなりある。また、今月も増税などの話が出ており、消費に結びつくような明るい材料もないため、消費は低迷する。
		百貨店(営業担当)	・消費マインドは盛り上がりせず、必要な物の購入のみにとどまる。
		百貨店(営業担当)	・株価も下がり調子で、現状では消費マインドは決して良くなく、マイナスの傾向に推移しているような感じである。
		百貨店(営業担当)	・世の中は株安、円高と言うことで、非常に先行き不安の状況にあるが、きちんとしたそれぞれの商品の提案、トレンドの把握、推進をすることによって、数字につながる。
		百貨店(販売促進担当)	・各種販売促進に対する顧客の反応が鈍くなっている。こうした背景から、客への訴求内容は即効性のある割引やバーゲンの提案に偏りつつある。今後もこのような状況は継続する。
		百貨店(販売促進担当)	・現状を好転させる材料が見当たらず、売上に大きく寄与する商品群も無い。反面、極端に消費者心理を下げる状況にもなっていないため、当面は現状のままである。
		スーパー(総務担当)	・10月に入っても状況が変わらず、食品についてはそこそこだが、衣料品は若干天候が不安定なこともあり、商品動向も不安定なので、先行きは非常に不透明感が強い。
		スーパー(総務担当)	・製造業を中心に回復している企業もあるようだが、所得が増えない限り小売業の回復はみえない。
		スーパー(統括)	・台風の豪雨、強風による影響で、多くの農産物の産地に大きな被害が出ており、農産物の値上げが予測されるため、消費意欲の減退が懸念される。
		コンビニ(経営者)	・近隣の会社等は残業が増えるなど活気が出てきている様子だが、景気が良くなる要素としては物足りない。
		コンビニ(店長)	・これから年末になるが、東日本大震災の影響が残っているため、イベント等で購買意欲が盛り上がるようなことは若干減っていき、大きく落ちることもないが大きく上がることもない。
		衣料品専門店(経営者)	・ここ6か月の来客数の推移を考え、また昨今の経済財政状況を勘案すると、小売業の歳末景気の急激な好転は期待できない。
		乗用車販売店(営業担当)	・上期決算の客の動きがとても悪く、購買意欲もあまりないように見受けられるため変わらない。
		乗用車販売店(販売担当)	・福島第一原子力発電所の事故と東日本大震災のせいにするわけではないが、観光地でもあるため、風評被害の払しょくまで時間が掛かる。観光地に客が来るようになれば2、3か月後には良くなると思うが、風評被害がどのくらい続くのか分からないので、今のところ良くなる傾向にない。
		乗用車販売店(営業担当)	・販売量、粗利共に計画通りにならない現状が続くなか、既存の客を大切にしながら訪問活動範囲を広げ、利益確保に結びつけたい。
		自動車備品販売店(経営者)	・身の回りに活気づく根拠があまり見当たらない。皆前向きではなくなっている。身の回りの業種が何をとってもプラスに向いていない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(従業員)	・レジャーや観光の支出は増加しない。
		一般レストラン(経営者)	・現在はやや悪い状況ではあるが、今後もこの悪い状況が続く、変わらない。
		観光型ホテル(営業担当)	・夏以降から9月は特に旅客の動きが鈍かったが、紅葉、忘年会シーズンを控え、多少期待している。
		旅行代理店(副支店長)	・サービス業の景気回復はまだみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（副支店長）	・団体、個人にかかわらず、需要が増えてきていることは確かだが、料金の見直しや方面の変更等により売上は前年と比べて落ちてきている。急な駆け込み依頼が多いが、景気が良くなっているためではなく、春から夏に実施しなかった分が移動しているだけで、今後良くなる要素はない。
		通信会社（販売担当）	・11、12月に冬～春モデルの発売が控えているため期待感はあるが、円高による先行き不透明な状況により総じて変わらない。
		通信会社（局長）	・行楽シーズンの到来、新BSのスタートなど話題はあるが、景気改善につながる要素とはならない。
		遊園地（職員）	・東日本大震災から半年が経過したレジャーサービス業界は徐々に回復傾向にあるが、持ち直しのテンポが緩やかになってきていることから、今後の景気はあまり変わらない。
		ゴルフ場（副支配人）	・ここ数か月先の予約状況をみると、ほぼ前年と変わらないので、先々も変わらない。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は来客数が前年を若干上回ったものの、単価が伸び悩んだため売上が減少している。2、3か月先のコンペについても、予約の段階で大分引き合いが来ているので、なんとか前年くらいにはなるかと思っているが、売上がどうなるか今のところ疑問である。どうしても低価格の時間帯に客が集中するため、売上が伴えば良いが、なかなか難しい現状である。平日はシニア層の取り込みにより、なんとか潤っている。
		設計事務所（所長）	・景気が良くなる条件が見当たらない。せめて今より悪くならないように願うのみで、変わらない。
		設計事務所（所長）	・現況は多分底だと思いが、好転する要素もない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・前年は県レベルでの観光誘客があったが、今年はないので厳しい。
		商店街（代表者）	・日々食べて消化する物ではなく、我慢すればそのまま使える商品が多い商売のため、今の状況からするとますます悪くなる。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（経営者）	・個人所得の減少により景気の回復は見込めない。
		スーパー（店長）	・特に生鮮食品では放射能による食への不安感や、青果物の価格など不安要素が数多い。逆にプラスになる与件が見出せない。3か月後には年末になるが、大丈夫だろうか不安である。
		スーパー（経営企画担当）	・景気低迷のなか、競争は激化する一方で、競合他社の値下げに合わせて価格の引き下げをしなければならない状況である。
		コンビニ（経営者）	・近くの工場が人員削減で3分の1ほどの人が減少してしまうため影響がある。
		コンビニ（経営者）	・昨年の9月はたばこ増税による値上げで買いためが多かったことで少しは売上が上がっていたが、今年はそういったことがなく、天候も不安定で台風がたくさん来るので、これから悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・円高や株の低迷、野菜の値上がりなどの不安要素が多く、消費は冷え込む。
		衣料品専門店（統括）	・客の購買意欲がなかなか上がらない。客の気持ちにまだまだ東日本大震災の後遺症がある。
		乗用車販売店（管理担当）	・消費需要が低迷しており、製造業を中心に受注が少なく、稼働日の減少、自宅待機となっているため、中小企業を中心に収入が減少している。
		住関連専門店（仕入担当）	・住関連品の特需が更に減速することが予測される。節電の傾向も夏ほどではなく、厳しい年末商戦を前提に臨む必要を感じている。
		高級レストラン（店長）	・郊外の大規模ショッピングセンターの開店や大手企業の県外への工場移転など、当店のような零細企業にとっては最悪の状態である。
		都市型ホテル（支配人）	・団体等の予約は前年に比べ半減している。
		旅行代理店（所長）	・一番の稼ぎ時である秋のピークシーズンでの動きが相当鈍く、各社ともに蓄えができない。福島第一原子力発電所の収束もみえず、観光関連に対する補償問題も解決しない。相当厳しい冬を覚悟しなければならない。

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
		旅行代理店（従業員）	・早急な円高に対する対策を取らないと、損失ばかりが膨れ上がる。
		ゴルフ場（支配人）	・秋のゴルフシーズンではあるが、業種によって来場回数が減少してきており、特にコンペの来場については様々な状態になっている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・駅ビル並びに駅周辺の大型店舗、家電量販店共に、今年の動きよりも悪くなっている。いろんなイベントを立てているが、集客力は依然伸び悩んでいるので、悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・依頼が少ない状況は今後も変わらず、従業員の人数分の仕事を受注することが難しくなっている。
		設計事務所（所長）	・今月が悲惨な状況で、このままでいくと2、3か月でとても良くなるとは思えない。社員数も下期は減少し、危機的状況になる。
		住宅販売会社（経営者）	・景気が良くなる要因もなく、増税が議論され始め、ますます生活が厳しくなることが予想される。お金の流通が鈍い中、購買行動には動きがない。
悪くなる		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故によって、かなりの経済的被害が発生しており、しばらくの間は客が来るような状況ではない。
		家電量販店（店長）	・省エネ関連商品について、政府の施策が実施されなければ更に悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・生食牛肉の販売中止や、野菜等の仕入価格高騰による影響が不安材料としてあり、期待できない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力取引先の自動車メーカーの見通しでは、前年比120%近くの受注が出来そうだが、人員と電力不足が非常に顕著になってきている。
		やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）
		金融業（役員）	・当地は自動車関連部品の製造業が多い地域だが、各社ともフル生産状態となり、人手不足から賃金の上昇がみられる。また、北関東自動車道を利用した観光客が増加しており、インフラ設備に伴う経済効果が表れつつある。
		広告代理店（営業担当）	・年末商戦への広告宣伝は、昨年のような抑制傾向はあまり見られない。引き合いの数は20%くらい多くなっている。
	変わらない	化学工業（経営者）	・ようやく注文が入ってきて仕事が出来るようになってきたが、利益を稼ぎ出すまでには至っていない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年末商品の受注は見込めるものの、店頭販売品の受注は依然低迷の予想である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が増えた部分もあるし、減ったところもあるので、全体としては変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・しばらく今年一杯くらいは安定した受注を見込める。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の様子を聞いても、良くなる要素がほとんどない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・9月までは取引先の受注量等、順調に推移してきたが、2年半ぶりの株価の下落等いろいろあり、今後は不透明な状況である
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）		・12月に向かってジュエリーの売れる時期となる。また、中古ジュエリーが売れることにより、新しいジュエリーの購買につながることを期待する。	
輸送業（営業担当）		・例年だと年末に向かい冬物商材、家電、雑貨類の動きが良く、物量も確保できるが、円高、株安により景気的には厳しくなり、日配品の荷動きは安定しているが、ほかは落ち込むのではないかと予測している。今後、全般的に例年よりは少し物量が落ち着きそうである。	
新聞販売店〔広告〕（総務担当）		・小規模の運送業者が、物流は大変厳しく耐え続けるしかなく、先を見ても好転する要素はないと話している。観光業者は秋の行楽シーズンに向け力を入れているが、例年のこの時期には11月ごろまでの商品が決まっているところが、70%程度と低迷している。東日本大震災後の心理的自粛感を引きずっているかもしれないとの話である。	
社会保険労務士	・すべての分野で景気が回復してきているわけではなく、秋以降も今のような調子が続いていく。		
やや悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・新穀が出始めるころには穀物の価格が上がり、販売原価の見直しができずに利益を削られて、相当に苦しい経営を迫られる。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の仕事は東日本大震災の遅れをばん回すため年内まで確実に忙しい。油圧建機関連では主要市場である中国で一部機種に陰りが出てきたとの情報があり、今後の調整が避けられない。
		不動産業（管理担当）	・空室テナントの入居下見も減っており、売上が増加するような話はほとんどない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・直近の急激な円高により、先行きの不透明感から情報化投資を抑えている企業が多く、今後一時的に悪くなるのではないかと危惧している。
	悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響から2か月受注が増えたが、この増産により、来月から逆に在庫調整になり受注が激減しそうである。
		建設業（総務担当）	・当期受注額は前年比5%増であったが、東日本大震災の影響で工期延長があり、入金額も当初より遅れているので今後資金繰りが大変である。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・エコカーでの自動車関連等の部品、それに伴う電子関連、携帯などの電機電子関連の動きがあり、募集等も増えてきている。ここにきて飲食業、ホテル業、介護関係の求人も活発さがうかがえる。季節の変わり目で秋冬物の衣料関係が良くなってくる。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車関連企業の生産計画が東日本大震災前の状況になったため、引き続き自動車関連の派遣需要が望める。
		職業安定所（職員）	・事業所からの情報や求人数の増加等からやや良くなるのではないかと予想している。
		職業安定所（職員）	・管内で新たな雇用創出の動きがみられ、それに合わせて就職数も増加している。
		職業安定所（職員）	・仕事は出るが、大きい売上になるような仕事がほとんどない。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・円高で、製造業は不振、雇用は伸びず不安がある。残業手当がなく、手取りは減少している。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・円高の先行き不透明感が続き、求人募集の増加は来月以降もあまり望めない。
		職業安定所（職員）	・輸出企業において、円高等により苦しくなっているが、その先の動向が全く読めないため、先行き上がるのか下がるのか、分からない状態である。
		職業安定所（職員）	・仕事探しの目安となる求人倍率の数値は、徐々に上向き傾向にあるものの、今後人員整理等が増えれば求職者の増大につながる恐れもあり、不安要素はまだ多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	・海外展開が一般化している大手製造業において、新規採用がピンポイント以外、ほとんど無い。円高から海外シフトをさらに進め、下請中小企業も生き残りをかけて、大手企業に連動する形で、国内空洞化が顕著になってきている。国内をマーケットにする業種、特に医療関係の求人が目立つが、専門性がネックとなり、充足できない状況は今後も続く。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・例年この時期は企業が高校の求人活動にシフトし、専門学校では活発な活動はできないが、それでも非常に厳しい状況である。また、高校にも求人がない状況もあり、例年以上に就職難の年といえる。
		職業安定所（職員）	・復興作業により、徐々に景気も回復し求人も伸びてきているが、円高の影響で製造業を中心に悪くなる可能性がある。
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	百貨店（販売促進担当）	・台風以降、気候が秋めいたらすぐに大きく売上が回復し始めている。やはり現在はきずなで代表されるように歳時記や家族のつながりといったものが非常に重要になってきているので、それに対する消費も確実に回復していく。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・ホリデーシーズンに大型タイトルが多数予定され、新ハードの発売も予定されている。それらの期待を反映して大型イベントの入場者が過去最大となるなどしているため、良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・秋の繁忙期及び円高の影響で海外が伸びる。

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
	やや良くなる	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・気温等、天候が落ち着きイベントも多い季節になるので、客数が増え、売上が増えると期待している。
一般小売店〔家電〕(経理担当)		・例年は静かな時期なので点検活動などの訪問をしているが、冬物の商品や提案商品が動くことを期待している。	
コンビニ(経営者)		・荷動きや来客数を見ても以前よりはかなり良くなってきており、これからも良くなる。	
衣料品専門店(経営者)		・少しずつ秋の気配が感じられるようになり、日に日に下見の客が増えてきているので、期待したい。	
衣料品専門店(経営者)		・9月は来客数、売上共にいまだかつてない悪い数字を記録し、これよりは悪くなりようがないと思うため、やや良くなる。	
衣料品専門店(経営者)		・春から旅行等を控えていた客が、秋になって急に旅行の話など多くなり、その目的買いが多くなっている。春に控えた分、秋物の需要が増えると期待している。	
衣料品専門店(店長)		・メンズ衣料としては9月がクールビズ、ウォームビズの端境期であり、客数、売上共に一番底になるため、今後の売上は上がる。	
乗用車販売店(経営者)		・円高が続くが国内販売は伸びてきている。	
乗用車販売店(経営者)		・東日本大震災後、納期が掛かると案内をしたところ、駆け込みの需要が増えてきている。エコカー減税終了が近いことも影響している。	
乗用車販売店(販売担当)		・先日の台風の影響で流通面が少し滞り、登録台数は伸びないものの、新型車の導入もあって少しずつではあるが受注が伸びている。また、整備は以前と同様に順調である。	
乗用車販売店(販売担当)		・バックオーダーに対してやっとメーカーの生産が追いつき、販売量が多少増えてきている。東日本大震災の瓦れき処理によって東北地区の産廃、土木業者は多少仕事が増えて活気が出てくる。それに対して車の供給、修理、整備もできるということで、期待値を込めてやや良くなる。ただし、決して将来的に明るいという意味での判断ではない。	
乗用車販売店(渉外担当)		・消費者の動向は変わらずあまり良くないが、新車生産がほぼ東日本大震災前に戻りつつあり、受注残の登録は加速し、良くなっていく。今後、来年3月のエコカー減税終了や新型車の投入で、楽観視はしていないが受注も良くなっていく。	
住関連専門店(店長)		・東日本大震災の影響が残り、節電ムードが変わらず続く。	
一般レストラン(経営者)		・先々増税の話等もあるが、東日本大震災の復興もやはり少しでも消費を増やさなければいけないという意識があり、今よりも多少は良くなっていく。不景気とは言ってもどこかには預貯金があるので、少しでも客が増えてお金を使ってもらえるよう維持努力する。あとは円高の問題が解決すれば良くなる。	
一般レストラン(経営者)		・今まで客足がかなり少なくなっていたが、2、3か月先は暮れが近づいてきているので、今よりは少し良くなる。	
一般レストラン(経営者)		・客のニーズは価格、品質共にバブル性が薄れ、コストパフォーマンスに移行しているため、やや良くなる。	
一般レストラン(店長)		・ボーナス、年末商戦、飲み会なども多少あるので、今よりは若干良くなる。	
旅行代理店(従業員)		・3連休あたりから間際の団体旅行の予約が増えてきている。取扱件数が増えてきているため、残業も少しずつ増えてきており、やや良くなっていく。	
旅行代理店(従業員)		・円高が定着すれば海外渡航、特に観光の追い風となる。	
旅行代理店(支店長)		・11月は今年の場合、最盛期を迎えそうであり、12月も忘年会を中心とした引き合いが増えているため、今より良くなると確信している。また、12月は海外や年末年始の旅行等で個人も動き、その販売が10月から始まるため、かなりの期待が持てる。	
通信会社(支店長)	・今後、冬商戦モデルの新商品が各キャリアから出そろい、スマートフォンの競争も今より更に激化する。		
観光名所(職員)	・当地ではこれから秋に向けてトップシーズンとなるので、今よりはかなり良くなる。		
パチンコ店(経営者)	・9月末までは節電のための輪番店休で月に3回、全店が休みである。10月からはそれがなくなるが、イベントその他がいろいろと規制になっているため、以前よりは厳しい。しかし、年末に向けて客も戻ってくると思うため、期待を込めてやや良くなる。		

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
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・東日本大震災の心的影響からの脱却を図るため、ファミリー層を中心に身近なレジャーであるボウリングに足が向いている。今後もこの傾向がしばらく続く。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災後、半年たって落ち着いてきて、客の動きが良くなっている。
	変わらない	商店街（代表者）	・客の傾向を見ていると、非常に細かくなってきたということが全体的に言える。確かに利幅の強い店が残っている状況なので、一般的な食料品店は非常に苦境に達している。目の前にスーパーがあるので、その関連からも、一般の店はよほど努力しないと戻ってこない。
		商店街（代表者）	・今年の冬はかなり寒くなると言われているが、ある程度季節が変わらないと売物がなくて大変である。天候のことはよく分からないし心配しても仕方がないが、なるべく季節感のはっきり出たほうが良いのではっきりして欲しい。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・夏場よりも売上が落ちる。LED照明などエコ家電商材を販売したいと思うが、単価の高い物はあまり売れない。
		一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・秋祭りがあるので一時的には販売量も増加するが、以後低迷が続く。
		一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・小さい商店街の小売店では、天候にかなり左右されてしまう。9月は比較的荒れた天候が多かった割には売上が同じくらいでいったため、天候さえ良ければ維持できる。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・利便性や時間の短縮等を考えると、どうしても大型ショッピングセンター等に客足が向き、車で行ってしまふ。商店街は徐々に置いてけぼりを食らうような感じがしている。
		一般小売店〔家具〕 （経営者）	・悪いということが変わらない。世界的な経済状況を見ても、日本の今の災害復興等から考えても、少しも良くなるような感じがしない。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・客の購入意欲、話を聞いての反応が悪いので、変わらない。
		百貨店（売場主任）	・円高、株安の影響でしばらく消費の拡大につながらない。
		百貨店（総務担当）	・前年の売上を前後する状況が続いている。9月の初めは残暑が厳しく秋物の衣料品の動きが鈍かったが、涼しくなると共に動いてきたので、前年並みになりそうである。当分は前年の売上を前後する状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・秋の日差しが感じられるようになり、秋冬の衣料品の動きに期待はしているものの、景気低迷の理由のなかにある東日本大震災の影響あるいは円高、欧米の問題などを考えると、回復の要素は見当たらない。
		百貨店（総務担当）	・今の東日本大震災の影響や経済の先行き不透明感を考えると、インフラの回復はまだまだ期待できない。小売業としては、そのインフラがなかなか整わない限り客の購買意欲が高まっていけないため、当分この状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・婦人服、婦人服飾雑貨、紳士服等のファッション関連及び布団、寝具は、景気より天候、気温に敏感に反応している。ただし、時計、宝飾、美術等の高級雑貨は景気動向に影響されている。
		百貨店（営業担当）	・株価低迷、円高が続き、企業業績は厳しく、大幅な所得増が望めないため、自由に使える金額が増えない。
		百貨店（営業担当）	・9月前半は一時的に暑くなり、秋物の動きが悪く台風も影響した。従来はこの変動が10月以降の伸び代として期待できたが、一方で所得税増税の論議も進んでおり、将来に向けての一般消費者のマインドは決して良い方向には向かわない。全般的に来客数減少のなかで、今までは単価アップにより前年を維持していたが、今後の期待は薄く、年末までは厳しい状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・気候にも左右されるが、顧客のたんす在庫にない、今年ならではのニット、アウター等の秋冬商材を軸に、どれだけ早期に訴求できるかがポイントになる。8月からダウンベストなど、昨年より早い反応も見られたので、顧客の取り込みの早期化を仕掛けたい。
		百貨店（販売管理担当）	・冬の電力事情の影響でウォームビズという新しい需要が期待できるが、円高や株価低迷の解決が不透明なことにより、消費意欲の刺激は限定的である。
		百貨店（営業企画担当）	・天候に左右される部分もあるが、増税の話等もあり、今後も苦戦が予想される。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・今月が良くないので2、3か月先も変わらないというより悪くならないように必死で頑張るしかない。8、9月が非常に良くないので、これより悪くならないとは思いますが、あまり見通しは良くないので、できるだけ落とさないようにしたい。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料が今のところ見つからない。逆に悪くなる可能性は円高の継続だが、現状も円高が続いているので、これ以上大きな変化はない。
		スーパー（店長）	・青果物や新米の産地は関東周辺に偏っており、風評被害もまだまだあるなか、今後の放射能問題も予断を許さない状況であるため、引き続き厳しい状態に変わりはない。
		スーパー（店長）	・今が底といったところで、今より景気が回復するというより、このままの状態が続く。特に食に携わる者としては、放射能の問題等でいろいろと風評被害もあるので、このあたりを鑑みるとやはりそう大して変わらない。
		スーパー（仕入担当）	・気温の低下によりホット商材の動きは良くなるが、単価の低い商品の購買が伸び、全体の単価ダウンにつながってしまっている。
		スーパー（仕入担当）	・秋の農作物の収穫時期直前である8月下旬は雨の日が多かった。台風の影響も出て相場が安定せず、不安定な消費が続く。
		コンビニ（経営者）	・最近、時間帯によって客数と売上に差がついている点が、前年から顕著に変わっている。朝から夕方5時ころまで店は比較的落ち着いているが、5時を過ぎてから多くの客が来店し、夜遅くまでその状態が続く。女性客でも家計のため、フルタイムあるいは遅い時間に働いたりといった感じで、働き方が夜型にシフトしているようである。全体的に売れる時間帯がずれているが、景気自体は変わらないで推移している。
		コンビニ（経営者）	・堅実な買物とより良い物を求める客の姿勢が強くなっており、お得でおいしいプライベートブランド商品の売上が伸びている。商品構成、売り場作りさえしっかりすれば、需要は見込める。
		コンビニ（店長）	・東日本大震災以降、営業側も消費者側からも、自然災害等を含めて、安全や店内での危機管理意識がこれからますます繊細になる。それに影響された部分で、客の動向は若干控え気味になる。
		コンビニ（商品開発担当）	・現在検討されている増税の影響が不透明である。
		衣料品専門店（店長）	・冬にも電力不足が懸念されていることから、本格的な回復にはまだまだ時間が掛かる。ゆっくりとした回復ができれば良いという感じである。
		衣料品専門店（営業担当）	・当業界は前年をクリアするのはとても難しく、どの分野でも物販は厳しい時代である。資金繰りができるかできないかで今、個人衣料品店は窮地に立たされている。
		家電量販店（店員）	・この状態を維持していれば変わることはない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っていたが、あまり良くなかった販売も7月から前年同様に順調になってきている。ただし、本格的になるのは来年以降である。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・節約や節電の気持ちはまだあまり変わっていないと思うため、今後もそれほど売上が伸びるということはない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・天候不順や台風上陸の影響で秋物衣料が本格的な動きになっていない。円高株安で客のマインドが冷え込み、購買意欲が減退している。先行き不透明感が払しょくされておらず、厳しい状況が続く。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の状況をみると変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・9月に入り11月～年末の問い合わせや予約が増え始めたものの、例年に比べて動きがやや鈍く、法人、個人共に予算や規模も抑え気味のようなのである。円高、株安が確実に影響している。
		一般レストラン（経営者）	・まだまだ東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故の影響は続いており、円高、世界経済の悪化に加えて増税の話と、これでは消費マインドは上がるわけがない。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量も大きな変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・新たに忘年会、新年会を計画している会社もあれば、中止になるものもあり、入り混じっている。特に夜の少人数の接待利用での来客は件数、人数共に減少する一方で、平日夜のレストラン集客が戻らないと景気は良くなったとは感じられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・見込み客の来場が戻らないと安心はできない。
		旅行代理店（経営者）	・円高も影響しているせいか、海外を扱っている所は幾らか良くなってきているが、当店は国内専門で海外を扱っておらず、同じように国内を扱っている所はなかなか上手いかないということである。円高が落ち着くことを希望している。
		タクシー（団体役員）	・東日本大震災後に見られた自粛ムードからは多少改善されているものの、契約企業や一般利用客は交通費等の経費の節約や削減をしているため、タクシー業界としては今後も厳しい営業環境である。
		通信会社（経営者）	・テレビコンテンツへの販売方法転換には3か月程度掛かり、また顧客のコンテンツへの回帰にも時間が必要なため、2～3か月では変わらない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対応が一段落してしまい、加入数を確保するためには、低価格のキャンペーンなどの手を打たざるを得ない。
		通信会社（局長）	・東日本大震災の復旧が遅々としていることもあるが、当社としては通信業界との競合のなか、新技術開発が必要と判断しているものの、画期的なサービスがまだ市場に提供できていないこともあって、現況から大きく良くなることは今のところ考えにくい。
		通信会社（企画担当）	・画期的な戦略が出るまでは変わらない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送への完全移行が完了し、市場の低迷がしばらく続く。
		ゴルフ場（支配人）	・秋口のフリー客の予約は少しずつ回復の兆しがあるが、当ゴルフ場では数年来料金を落とさず営業しているため、コンペ等が減少傾向にある。
		競馬場（職員）	・東日本大震災時の売上減少の状況は抜け出したと言えるが、前年と同様の売上水準であり、良くなる兆しは見えない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・しばらくは好材料となる変化は考えられず、客数が伸びてくる気配も見られない。ただ底を打った感はある、現状の推移が継続する。
		その他サービス [立体 駐車場] (経営者)	・近くの大型店の混み具合を見ても、来客数が増えるような様子はない。
		設計事務所（所長）	・今の状況をかんがみると、どこから上向いていくのか皆目見当がつかず、何か大きな変化がない限りは現状維持である。
		設計事務所（所長）	・耐震関連の業務は今後も2年くらいは出ると思うが、今年上半期の9月時点で今年度分の受注をしている。これ以上の仕事は人材を増やさないと消化不可能であり、耐震業務は遅滞で動いている。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、年末、年度末に向かって来場者数、販売量共に増加が見込めることと、住宅ローン控除の年内利用を考えている客の駆け込み需要が見込める。金利も更に下がり基調であり、物件価格も下落傾向にあるため、購入に踏み切る客が今月並みに推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の連休の集客については前年並みだが、前年が厳しい状況だったので厳しさは変わらない。よって今後の受注も好転する傾向はあまり感じられない。建物の受注金額も徐々に下がっており、こちらも厳しさには変わりはない。
		住宅販売会社（従業員）	・新規の見込み客が増えてこそ、受注に結びつく件数も増えない。
		その他住宅 [住宅資 材] (営業)	・経済全体が沈滞ムードである。客先に様子を聞いても、先行きが良いような話がない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・世界的な景気後退のなか、内需とりわけ地元商店街のカンフル剤的な対処は望めそうにない。

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
		商店街（代表者）	・客の購買意欲が非常に減退しているため、これから景気が良くなるという可能性は全く無く、少し悪くなると感じている。食材等についてはそう我慢をしているわけではないが、特に着物の世界においてはそういう考え方が非常に強くなってきたと感じている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・良い話が聞けないので、どうなっていくか不安である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月は大変良かったがこの状態がずっと続くとは思わないため、やや悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・電力使用制限令が解除されても、今まで給茶機を止めて営業できたのだからと復活してこない。これまでどおりコストダウン重視を継続している会社が多い。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・放射性物質の暫定規制値が報道されるたび、売上が左右されている。全量検査による安全性が早く発表されない限り、低迷は続く。
		百貨店（総務担当）	・株価が不透明であり、かなり厳しい状況が続く。場合によっては年末の商戦でも影響が出る。
		百貨店（広報担当）	・株価の動向と百貨店顧客の買上行動はリンクすると言われていたが、最近は株価が低迷し、加えてヨーロッパの信用不安、直線的に高騰を続けていた金価格の下方へのぶれなど、各種経済指標が買上に水を差す方向に動いている。直近の売上や来客数も前年を上回ることなく、この傾向を裏付けている。
		百貨店（広報担当）	・一般消費者における高額品の実需が戻っていないことや、円高の継続や株価低迷によって年末商戦にどのように影響が出るか不透明なため、やや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・先行きの不透明感が増している状況で、なかなか回復は見込めない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災以降の節電に伴う事業時間縮小等により、所得が少なくなっているようなので、最低限の物しか買わないということと、今後、増税、たばこの値上げ等が決まれば買い控えが続く。
		コンビニ（経営者）	・最寄り駅のエキナカに来月、新規店が多く開店する。それによって大幅な客数減が予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・円高を始めとする景気悪化懸念により、やや悪くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・円高や株安といった景気、電力、増税等の外的要因が全く改善する気配もなく、消費マインドがより悪化することが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・当地はベッドタウンであり、製造業も地元産業で結構ある。円高でそういう所の景気が良くなると、当店にはなかなか足を運んでもらえない。
		家電量販店（営業統括）	・冬のボーナス商戦時期がどのような展開になるか、非常に不透明である。住宅エコポイントの影響で住宅着工件数が9月をピークに下落していく状況になる場合、春に向かって更に厳しい状況となる。テレビ、冷蔵庫、エアコンの3機種が振るわないと、市場全体のボリュームが上がらない。
		家電量販店（統括）	・12月以降は回復の兆しだが、11月は底である。
		乗用車販売店（店長）	・東日本大震災での工場の壊滅的な被害を劇的に脱したところであったが、度重なる円高、ギリシャの債務危機を背景にEU市場が動揺し株価も下落、良い方向に経済が進んでいくとは思えない。
		住関連専門店（統括）	・現在の景気の低迷、増税問題といった観点から、まだまだ買い控えは続く。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・将来不安が先行している感があり、財布のひもが固い。
		通信会社（経営者）	・アナログ放送が停止して、ケーブルテレビに加入する人が減っている。客足が回復するまで、今年いっぱいくらい掛かる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化や新築マンション建築減少などマーケットが縮小傾向にある。
		通信会社（管理担当）	・デジタル放送視聴者数は多チャンネル契約に対して様子見の傾向が見られる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化以降、テレビ多チャンネルサービスは減少傾向である。テレビ離れもあり、今後も減少傾向は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業推進担当）	・量販店の売上に連動しているため、家電製品の販売量の減少に伴い、当面は厳しい状況が続く見込みである。
		遊園地（職員）	・増税の話題等、まだまだ景気回復となるような期待が持てないため、やや悪くなる。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・東日本大震災後の復興も遅いうえ、円高も加わって先行きは不透明である。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・円高の継続による、国内景気へのマイナスの影響を懸念している。
		美容室（経営者）	・300メートルくらいの商店街だが、いろいろな店が辞めていき、生鮮3品が無くなったため、特に周りの商店は大変悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災の影響で遠くから来る生徒が少なくなっており、そのため生徒数に減少が見られ、景気のリハビリは見込めない。
		その他サービス 〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・増税の話が出ると徐々に財布のひもが固くなる。増税が決まればなおさらである。
		設計事務所（経営者）	・建築設計としていろいろなアイデアを出したり新しい客を獲得しようとするが、全く先が見えず、手探りのような状態である。当社は公共の建物を多く設計しているが、入札で何とか仕事を確保してはいるものの、その先が全く見えず、計画も立たない。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・ブランド名茶から国の暫定規制値を上回る放射性物質が相次いで検出された問題など、消費者のお茶離れが進む一方である。9月も残暑が続いて台風などで売上が前年比3割減の状況であり、今後も悪くなる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・世の中の流れが悪すぎる。将来への不安で消費する気分にはなれない。生活必需品の消耗品しか動かない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・世界的な情勢もそうだが、街の大きなデパートが閉店してしまった。こんな情勢では決して良くなることはなく、どれだけ悪くなるか心配している。
		百貨店（店長）	・円高、株安、欧州の信用不安などもあり、消費者心理が冷え込んでくる懸念がある。5、6月と比べると明らかに厳しい状態になってきているため、悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・全く数字が読めず、仕入が難しく、苦慮している。晩夏、初秋物の在庫が消化できず、問題である。天候と社会的な景気の不安感で苦戦しており、東日本大震災以降の後遺症は現在も続き、客は無駄な買物は避けている。商店街内でも安物の店以外は不安感が大きい。
		家電量販店（経営者）	・前年12月にエコポイント制度の条件変更があり、その影響でテレビを中心に需要がおう盛になり10、11月と売上の異常値を示したため、前年比では今より悪くなる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今が一番良い時期なので、今後に関してはあまり期待できない。
ゴルフ場（従業員）	・まだ景気そのものが良くなるとは思えない。失業、賃金カットなど、まだまだ底辺とは思えない。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・受注量が少し上向ってきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新規受注は見込み薄だが、例年の慣例事業が継続されるといふ前提でかなりの受注が見込まれる。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・これから年末に掛けて受注が増える予定である。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋口に掛けてようやく新規事業が動き出すので、その結果を期待している。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・今がピークのように思うので、このまましばらく続けてくれればよい。
		繊維工業（従業員）	・今後も金融機関の貸し渋りは厳しさを増し、中小、零細企業では、ますます経営が厳しくなる。
		化学工業（従業員）	・今月は関西方面で建築関連の製品の動きが良い。また輸出も少し良いが、このままの状況が継続するかどうかは見極めがつかない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・基本的には不安材料のほうが多いので景気が良くなるとは思えないが、新しい首相のもとで経済が動き出すことに期待感が持てれば若干良くなる可能性はある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・市内の自動車部品金型工場が閉鎖される。社長の話ではメーカーの海外移転が進むなか、受注価格競争がより激しく、この先国内では採算のめどが立たないということである。
		金属製品製造業（経営者）	・仕事量が徐々に多くなっているものの、先が全く不透明なので、あまり変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・作業内容や製作過程の機械設備等が変わらないため、少しずつ他の仕事を探すことを考えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・冬にまた電力が不足すると言われると気持ちが暗くなり、商品が売れなくなる。電気を使いたくだけ使えないと景気は良くならない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今月は大体8月と同じくらいで変わらない。もう少し生産量を増やし働きたいものの、これが現実である。年内もこのままだって欲しいが、どうなるか分からない。先が全然見えないため、皆が不安になって辞めたりしている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・当社と得意先との関係はそれほど大きく変わることはない。ただし、全体的には1日も早く東日本の復興が進んでいくという良いムードが盛り上がっていくことが景気を支えることにもなると思う。これはどちらが先かではなく、お互いの関係の中で進めていくものである。
		輸送業（所長）	・顧客には9月に入って良くなると言われていたが、元々、その先に関してはどのように変わるか予測がつかないとの見通しであった。まだ先が見える状態ではない。
		通信業（広報担当）	・今月はやや持ち直したが、依然として中小企業の経営環境は厳しく、今後もこの流れが続くとは考えにくい。
		金融業（支店長）	・年末にかけて景気がやや良くなっていく部分もあるが、円高等、また台風等の気候の影響でマイナス面もあり、総体的には特に変化はない。
		金融業（従業員）	・東日本大震災による影響が依然残るものの、概ね落ち着きを取り戻しつつあるが、今後の懸念材料として円高や風評被害を主とする福島第一原子力発電所の事故による影響があげられており、先行きを不安視する声も聞く。
		不動産業（総務担当）	・新規入居予定のテナントはいるが、フリーレント期間が長く賃料の発生が遅れるため、今後2、3か月先の景気は良くならない。
		広告代理店（経営者）	・この分だと数か月後の前年同月にあった継続的な受注も、落ちて無くなるのは最低限で済みそうであるため、変わらない。
		広告代理店（従業員）	・毎年秋は売上が見込める時期だが、取引先が発注を取り止める等で売上高が前年度を下回る見込みであり、現状と変わらない。
		経営コンサルタント	・自動車関係の特需があるか、建設関係はどうかと見ているが、さほど立ち上がりの兆しが無い。
		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	・円高などが消費マインドに与える影響がある。
		経営コンサルタント	・世界経済の動向など先の読みにくいことは多い。国の方向付けが明確にならないうちは、国内の経済、産業などの今後の想定が難しい。東日本大震災の影響で方向付けがさらに先へ伸びたため、新たな動きが景気に影響を及ぼすには、もう少し時間が掛かりそうである。
		税理士	・増税に関する議論が活発に行われており、とても消費への意欲は出てこない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・頑張ろうという意識は顧客先でも感じられ、受注量の確保はしばらくできそうだが、同業他社との価格競争が厳しさを増してくる。また、顧客工場の海外移転など活発化する動きもあり、先行きの不安感は根強い。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マンションにおける新たな設備投資は後ろ向きであり、受注が伸びない。今後2、3か月後もこのまま変わらない。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・東日本大震災以来、8月ごろ少し仕事が動き出したかと思っただけの間、9月の声を聞いたらぱったりと止まってしまい、電話も見積もない状態になっている。10月からが心配である。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・クライアントに値上がり分を転嫁できる状況ではないので、ますます厳しくなる。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	・ショックが少なくなるように今、他の物を受注しているが、毎月5万個作っている物がアメリカへ行ってしまうということで、11月一杯でなくなる。自動車の部品まで現地生産することなので仕方ないと思うが、結構な額になるため、なくなるのは打撃である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・問題は円高である。これがどんどん長期化すると大手企業は海外への生産を移行し、中小企業の国内生産は注文が減るので悪くなる。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・第2四半期の数字が悪く、また良くなる要因が見当たらないため、やや悪くなる。
		建設業（営業担当）	・東日本大震災の影響が消えないうちに台風の影響が出て、各所で被害の対応に追われている。被害においては有償、無償があるが、ほとんどの物件は無償対応になることが多い。計画も持ち越す場合があるので、今後の動向を見ていきたい。
		建設業（経理担当）	・年末に向かって仕事が見えない。来年に向けての仕事量確保が心配である。たたき合いの受注ではなく適正価格での仕事はしばらく望めそうにない。
		輸送業（経営者）	・4月の新年度から半年が過ぎたが、すべての月で前年同月の売上を下回っている。今後2、3か月で現況が好転する材料は現在のところ見当たらない。
		輸送業（経営者）	・経済活動が停滞しているなかで失業率がいまだ非常に高い水準にあるため、なかなか活発な動きができないのが現状である。あわせて東北地方への復興支援もまだ軌道に乗っていないため、まだまだ経済は活性化しない。
		金融業（支店長）	・超低金利状態が続いているにもかかわらず、企業の設備投資ニーズが弱いのは、先行きへの不安が強いからである。
		金融業（役員）	・欧州や米国の事情に起因する円高に対し、有効な対応策がない。中小企業の中で海外進出等を考えている企業にはチャンスかもしれないが、大半の企業にとってはマイナス要因となっている。
		金融業（支店長）	・将来的な仕事が入っておらず、人手も増やせず、設備投資もできないのが製造業の現状である。復興の増税の不安もかなりあり、消費が落ち込み、製造業と小売業にも影響が少なからず出る。また、このまま円高が進むことになれば、やはり国内の仕事が減少し、ますます製造業の業況が悪化し、不景気感が増す。
		悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）
輸送業（総務担当）	・円高で輸出が全くないので今後も配達増加は無く、国内の出荷も前年の50%以下である。年末までは仕事量が少ない見込みである。		
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車部品、精密機械、半導体等に求人動きが出ている。
		人材派遣会社（支店長）	・台風災害対応を始め、年末調整、入力、営業などの派遣ニーズが増え始めてきており、景気はやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人の動きが出てきている。
		職業安定所（職員）	・求人開拓で企業を訪問する担当の話では、事業主の求人意欲は増加傾向にあるということである。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・雇用対策強化の一環と思うが、今月からハローワーク、学生ジョブその他業者から説明会の案内が数多く届くようになってきている。	
変わらない	人材派遣会社（社員）	・燃料費等が大分下がってきているが、特に大きく転機を迎えるような、景気に好影響を与えるようなものが見当たらないというのが、大部分の客の話である。すぐに良くなるという見通しは立てられないそうである。	
	人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて短期的な採用が増えてきているが、どの程度増えるかは疑問である。また、東日本大震災から半年がたち、リスク分散を計画している企業が実際に動き始めるケースが増えてきている。今後、近いうちに首都圏から地方に雇用が分散されていくことが予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・採用を増やす企業が出始めているが、年末に向けて更なる採用意欲の高まりを見せるかは、まだ少し様子見の状態である。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・正直に言って、現在の状況から先の予測を立てるのが非常に難しい。過去の経験値が当てはまらない場合が多い。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・例年なら年末需要が高まる時期だが、今年ばかりは先が読みづらい。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・年内は年末に掛けて求人が落ちていくが、期間限定やボーナス時期を狙う正社員募集の予定が幾つかあると聞いている。それを確実に取っていけば、下がるのを防いで今と同じレベルにできる。
		職業安定所 (所長)	・新規求職者数は減少基調にあるが、それ以上の割合で紹介件数が減っている。求人は増えているものの求職者のニーズに合致した良質なものは減っている印象があり、また、円高等の要因も楽観視できない。
		職業安定所 (職員)	・円高による景気回復の先行きが不透明ということで、変わらない。
		職業安定所 (職員)	・円高が改善されれば今後景気が上向く可能性はあるが、現在の円高が続いた場合、現状維持が考えられる。
		職業安定所 (職員)	・周囲に変化が出ていない。
		職業安定所 (職員)	・IT、福祉関係等の人材不足の企業からの求人数は増加しているが、円高等の経済動向を様子見し、新規、中途採用共に慎重な中小企業も多い。
		民間職業紹介機関 (職員)	・円高、株安、世界不況等の世界情勢から、非常に先が読みづらい。現時点では良い面、悪い面合わせて、変わらない。
		民間職業紹介機関 (職員)	・円高については70円台が通常化してきたことで対応力が上がってきていると思うが、アメリカだけでなくヨーロッパの影響がどれくらい出てくるのかが不透明である。
やや悪くなる		人材派遣会社 (社員)	・生産回復に伴い増員を行っていた製造業の求人陰りに見られる。また、市況の変化、円高による輸出関連企業の業績への影響を懸念している。
		学校 [専修学校] (就職担当)	・企業側の採用意欲に変化はない。採用募集をしているが人員確保に切迫している企業は少なく、例年より高い採用基準をクリアすれば採用するというスタンスの企業が多い。よって、求人公開数が雇用環境の実情を表しているとは言い難い。
悪くなる		人材派遣会社 (支店長)	・自由化業務抵触日到来に伴う派遣契約終了が今後かなりの数出てくる予定があり、これに替わる受注見込みがない。
		求人情報誌製作会社 (広報担当)	・盛り上がっているのは中途採用の市場のみで、当社のような新卒採用の求人情報を提供している業界では相変わらず低調である。

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

(-：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・客の購買意欲が少し向上してきており、今後は販売量も増加する。
		一般小売店 [自然食品] (経営者)	・食品の放射能汚染問題の影響は一段落した感があり、年末に向けて購買意欲は高まる。
		一般小売店 [惣菜] (店長)	・百貨店全体の売上は伸び悩んでいるが、食品部門に関しては夏以降堅調に推移している。前年と比べてもマイナス要因は少なく、家庭での食事の機会が増えるなどプラス要因もあるため、今後はやや良くなる。
		百貨店 (売場主任)	・車を運転できない年配客による、駅前百貨店への来客数が増加している。また、現状では木、金曜日が休日の企業があるため、木、金、土、日曜日は昼間も忙しいが、来月には土日休日に戻り、秋物も増えてきたため売上は増加する。
		百貨店 (販売担当)	・セール待ちの買い控えが予想される時期に入るが、今年は冬素材やクリスマスギフトの需要が見込める。先行セールをスタートさせるブランドもあると予想され、ショップブランドの好調さが売上を押し上げる。
		百貨店 (店長)	・節電意識の高まりを受けて、衣料品や防寒品など機能性商品への新たな需要の増加が予想される。
		スーパー (店長)	・店のポイントカードへの入会が、順調に増加している。そのため、今後は来客数も増加する。

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
		スーパー（総務担当）	・前週と比べてこの一週間は、牛肉の売上が5%ほど増加している。また、新米の売上也非常に増加しており、今後は回復してくる。
		乗用車販売店（経営者）	・年末までは、今の良い状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・今後は車両生産が大幅に増える計画があるため、ようやく在庫を持つことができ、展示車も確保できる。
		乗用車販売店（経理担当）	・年内に新型車両が投入される。買得感がある価格帯で発売されれば、買い控えていた客の財布のひもも緩む可能性がある。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末の販売商戦は10月から始まるが、エコカー減税が半年後に終了するため、駆け込み需要が見込まれる。
		観光型ホテル（販売担当）	・秋口から忘年会時期までの予約状況は、今のところ前年並みとなっている。
		旅行代理店（従業員）	・調子が良い企業と悪い企業の間でばらつきが出ているが、円高の影響で団体旅行の件数は増えている。早くも忘新年会の申込も動き始めており、良い動きが続きそうである。
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響はかなり落ち着いてきており、消費活動も戻ってきている。ただし、今後の復興増税や物価上昇を考えると、当面消費は伸び悩む。
		商店街（代表者）	・連休中と平日の売上の差が、かなりある。この状況は当面続き、今後も変わらない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・取引先の飲食店の来客数が増加する要素はない。新規店への来客数は以前と同様に増加しても、既存店の来客数が増加する材料はない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・地元では、台風、豪雨の影響が非常に大きく出ている。地場産業の不振ともあいまって、今後も良くはならない。
		百貨店（売場主任）	・ポイントの優待期間を利用して少しでも安く購入するという姿勢は、依然として続いている。また、新企画でもない限り、財布のひもは緩んでくれない。買い控えの傾向は今後も続く。
		百貨店（企画担当）	・前年同月比100%強を上回る日が出てくるようにはなっていないが、連続して超えることは少なく、景気が回復している実感はない。さらに、食品の放射能汚染の影響で、農産物、畜産物、海産物など全般的に東北地方産を買い控える傾向が見られ、商品の品不足とそれに伴う割高感が出てきている。今後もこの傾向は続く。
		百貨店（経営企画担当）	・今夏はクールビズ商材を含めて季節衣料が消費をけん引したが、冬に節電意識が更に高まることは期待できず、消費はあまり刺激されない。それに加えて、雇用、所得、海外景気などで消費者心理が好転する材料も見られない。
		スーパー（経営者）	・台風の被害が、身近で発生している。また、飲食店の数が増えているため、来客数が増加する見込みはない。
		スーパー（店長）	・米や小麦について、今後値上げすることが発表された。基幹商品の値上がりは、先行き不安につながる。ただし、大きな値上げではないため、店側である程度は吸収し、大きく値上げをしなければ、影響はあまり出ない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災後の風評被害等は、食品関係にも大きく影響を及ぼしている。新米、牛肉等の敬遠は今後も続く。
		スーパー（販売促進担当）	・来月には駅前で大規模店の改装オープンが控えており、売上は厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の前年同月比の傾向に大きな変化は見られないため、今後も横ばいが続く。
		コンビニ（エリア担当）	・客の様子からは、今後景気が良くなると感じさせる意欲が感じられない。
		コンビニ（エリア担当）	・良くなる要因、悪くなる要因共に見当たらず、現状が続く。ただし、悪かった時と比べると、衝動買いの販売数が増加していることは、明るい材料である。
		コンビニ（商品開発担当）	・自動車関連の増産計画は明るい話題であるが、全体としては悪化傾向にあり、相殺される。また、たばこの値上げから1年が経過したことから、前年同月比も変わらない状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・今後、客が商品や価格に妥協するハードルはますます高くなり、来店しても何も買わずに帰ることは増えてくる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・消費者心理は冷え込んでおり、動きが悪い状態は続く。客は安いものは海外製品ですますため、高付加価値商品が動かない状態もまだ続く。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経理担当）	・売上の前年同月比はプラス3.0%、来客数はマイナス3.6%である。今年の前半は売上がマイナス、来客数はプラスであったため、状況は正反対であるが、売上、来客数共に改善する状況にはなく、景気が持ち直す兆しはまだ見えていない。
		家電量販店（店員）	・現状では、販売台数は減少しているが、単価は上がってきている。全体としては変化がなく、今後もこの傾向が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数は増えているものの、車選びに対してこれまで以上に慎重な姿勢がうかがえる。特に今後の維持費を心配している人が多いため、十分に説明して検討、納得して貰い、成約までの時間が掛かるようになっている。また、コンパクトカー中心の販売であるため、収益的にも利幅が薄い状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・先行き不安があるため、客は楽観的ではない。この先の手応えがつかめない。
		乗用車販売店（従業員）	・相変わらず納期までに時間が掛かる車種が多く、なかなか登録には結びつかない。新型車が発表されても納期が長いいため、今後も販売が増加する要素はない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車供給は順調に回復しつつあるため、現在の好調は今期いっぱい続く。
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅は持ち直しているものの、公共工事及び一般民間工事が減少している。この状態は今後も続く。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・震災に続き台風災害と、マイナス面ばかりでプラス面がない。
		スナック（経営者）	・不安材料ばかりで、消費者は財布のひもを緩められない。客に余裕がないため、厳しい状態が続く。
		都市型ホテル（支配人）	・円高の影響が今後、出張宿泊や会議利用にどのように出てくるか、不透明である。
		都市型ホテル（営業担当）	・今後円高の影響が薄らいだとしても、企業業績が改善するのはかなり先である。3か月先の営業成績も、増えていない。
		旅行代理店（経営者）	・今は海外旅行の動きが良いものの、これは当地域の製造業の空洞化を促進している表れであるため、今後どうなるかはわからない。
		タクシー運転手	・自動車業界では増産の動きがある。その一方で、最近コンサートやプロ野球等のイベント観客者によるタクシー利用の減少が目立っている。増税の動きを懸念している可能性もあり、先行きは不透明である。
		タクシー運転手	・今後、繁華街の客が急増するとは考えにくい。財布のひもが固すぎる。
		ゴルフ場（企画担当）	・11月の来場者の予約数は、前年同月比100%を超えており、良い方向である。ただし、最近では客単価が低下する傾向にあり、売上の予算目標を上回ることが難しい。今後も前年並みの売上は確保できるが、良くなることはない。
		住宅販売会社（従業員）	・長期的に見ると回復傾向にあるが、短期的には横ばいが続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・食品の放射能汚染の問題がお歳暮にどのような影響を与えるか、先行きは不透明である。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・円高にもかかわらず、10月からは小麦粉やチーズの輸入品も値上がりする。他業者からも値上がりの話を聞いているため、見通しが立てられない。個人消費は伸びず、景気は悪化する。
		スーパー（経営者）	・ボーナスの減少と先行き不安から、消費者の節約志向は一段と進む。各企業の売上も減少して、景気は良くならない。
		コンビニ（店長）	・商品供給は復活してきているが、消費者の購買意欲はまだ回復していない。客足は伸びず、今後に向けて明るい材料はない。
		コンビニ（店長）	・新商品に対する反応は、あまり良くない。財布のひもも相変わらず固い。
		家電量販店（店員）	・福島第一原子力発電所問題や地震、増税問題が盛んに報道され、消費者心理は圧迫される。また、円高の影響も、年末にかけて顕著になってくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・食材の安全性を確認する問い合わせが、相変わらず多く寄せられている。安全性に不安がある限り、来客数は回復しない。

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
		観光型ホテル（経営者）	・東北地方の復興が進めば、11、12月には流れが出てくる。しかし、直接被災していない当地域では、宿泊客が増加することは想定しにくく、レジャーは後回しになることも考慮すると、やや悪くなる。
		旅行代理店（経営者）	・急速な円高は旅行業界にとってはプラス要因であるが、周囲にはマイナス要因となる企業が多いため、景気は悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・震災復興のために増税が行なわれると、どの家庭でもレジャー費は減少する。そのため、旅行業界への支出も減少する。
		設計事務所（経営者）	・仕事の案件数が非常に少ない状況が続いている。個人住宅は特に厳しい。今後もこの状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・金利水準の低迷が続いているなか、受注量は増えないと思われる。消費税率が10%に上がるようなら、住宅建築への決断を後押しし、受注量は一時的に増えると思われる。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・最近の増税報道により、客はお金を使わなくなっている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・地上デジタル放送への移行に伴う特需が終わり、客との会話でも、経済的な面で良い話は全く出てこない。先行き不安の話題ばかりであり、今後の見通しは暗い。
		百貨店（販売担当）	・東日本大震災後に落ち込んだ影響は、今度の賞与から反映されるという会社が多い。自動車関連企業が多い地域なので、影響は大きいと思われる。
		家電量販店（店員）	・前年は家電エコポイントの期限前で過去になかったほどの販売数量と売上があったため、今後は反動により更に悪くなる。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、仕事は忙しいのに給料は増えておらず、小遣いも貰えないとの話題が聞かれる。今後、景気は徐々に悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・全般的に買い控えが続いている。所得水準の低下により、今後は一段と悪くなる。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・飲食店関係でも来客数は徐々に増えている様子であり、消費意欲は改善傾向にある。ただし、急激に回復しているというよりは、徐々に上向きになっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・例年1年間で最も受注量が多い時期に入るが、今年は9月と比べて受注量、販売量は3～8%増加する見込みである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・東北地方の復興に伴い、窯業界でも少しずつ回復する可能性がある。
		輸送業（経営者）	・取引先の生産計画を開く限りでは、少なくとも年内は輸送依頼の増加傾向が続く。
		輸送業（エリア担当）	・大手自動車メーカーの増産が続くため、今後はやや良くなる。
		金融業（従業員）	・生産体制が改善してきているため、今後はやや良くなる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・個人客相手に仕事をしている顧問先企業の売上が伸びてきていることに加えて、黒字申告できる企業も増えてきており、今後は良くなる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（社員）	・7月ごろまでは東日本大震災の影響はないように思われたが、素材産業に近い影響は、今になって影響が出始めている。ただし、自動車の生産量が回復してきているので、今後も現状維持はできそうである。
		鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災直後の最悪期は脱したが、先行き不透明は続いており、取引先の購買意欲も低下している。少ない内需を多くの企業で取り合い値下げ競争になっているため、互いの体力を消耗している。この状態は、今後も続く。
		金属製品製造業（従業員）	・業界では、廃業や整理が続いている。今後も厳しい状況は続く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円高が続く限り、受注が回復しても利益面では圧迫される。価格競争に敗れて、受注できない可能性も高い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の生産計画を見ると、今後も大きな落ち込みはない。
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）		・取引先の品質問題が未解決であるため、その対応にしばらく時間が掛かる。	
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーは、下期に生産量を積み上げてくる。ただし、円高により、販売量が増えるかどうかかわからない。		
建設業（経営者）	・景気はかなり回復してきているが、今後は円高の影響が懸念される。		

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	
		輸送業（従業員）	・円高で石油製品の価格がやや低下したことが、物流業界にとっては有り難い。その一方で、輸出企業の先行きが心配される。	
		輸送業（エリア担当）	・円高の影響は地域で差があり、平均的には大きな影響は見られない。東日本大震災からの復興に伴い、輸出が若干戻りつつある感もある。今後も今の状態が続く。	
		輸送業（エリア担当）	・現在は底の状態にあり、今後はこれ以上悪くならない。取引先からは、円高の影響で先行き不透明であるとの話ばかりを聞く。	
		輸送業（エリア担当）	・前年の軽油単価は95.7円であったのに対して、今月は102.7円であり、前月と比べれば少し値下がりしているものの、まだ7円も高い。今後も厳しい状態が続く。	
		広告代理店（制作担当）	・相変わらず、他社との厳しい価格競争が続くそうである。大型の企画物も、今後具体化することはかなり難しい。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告量は前年同月を上回っている。ただし、新聞の新規購読者の獲得は今後も困難である。	
		会計事務所（職員）	・円高がいつまで続くのか、不安を抱えている事業者が多い。円安は見込めないと、あきらめている事業者もある。また、海外移転するか日本に留まるか、悩んでいる事業者も多い。この状態は、今後も続く。	
		やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・自動車関連向けの包装資材等は、増加傾向にある。しかし、段ボールの材料の仕入価格が、2、3か月先に10%ほど値上がりするため、利益率は悪化する。客に対して材料価格の上昇分をすべて価格転嫁することは難しい。
			電気機械器具製造業（営業担当）	・このままの円高水準だと悪影響が大きくなる可能性が高い。
			電気機械器具製造業（経営者）	・海外向けの工作機械やモーターの部品を生産しているが、円高が今後も続くようなら、仕事を確保できなくなる。今後の売上は減少する。
建設業（営業担当）	・仕事の減少に加えて、競争入札案件が増えて単価が低下することも見込まれ、今後は厳しくなる。			
金融業（法人営業担当）	・足元の生産動向は順調であるものの、円高の長期化や欧州の信用不安等が、地域経済の先行きに影響を及ぼすことが懸念される。			
不動産業（経営者）	・余剰資金による投資が少なく、今後も厳しい状態が続く。			
不動産業（管理担当）	・現在のところ、悪い状態での横ばいが続いている。欧州の信用不安がこれ以上続くと景気は更に悪くなり、家賃の値下げ交渉が増えるのではないかと心配している。			
公認会計士	・円高の影響による製造業の空洞化と、中小企業に与える影響が懸念される。			
経営コンサルタント	・円高や世界経済の先行き不透明のため、各企業では新規投資に踏み切れない状況にある。東北地方での復興事業の関係もあり、新規投資をする状況にはないため、商業施設関係でも様子見状態にある。ただし、駅前など一部地域では、先取りした動きも見られる。			
その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・円高の影響は大きく、今後も改善の方向性が見えていない。			
	悪くなる	○	○	
雇用 関連	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・有料職業紹介市場では、高年収の求人案件が少しずつ増加傾向にあり、今後はやや良くなる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災からの復興需要によって、国内生産は一時的に増加する。	
		人材派遣会社（支店長）	・自動車メーカーでは来年3月まで生産台数を増加させるため、業績が回復し、雇用が増加する可能性も高い。	
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車メーカーの増産に伴い、地域経済に様々なプラスの影響をもたらす。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現状では新聞の求人広告の動きは弱いですが、年末にかけては少しずつ良くなっていく。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加が続いており、今後もしばらくは増加が見込まれる。ただし、特に自動車関係の事業主からは、今は良いが先行きはわからないとの話も聞かれる。そのため、できる限りパート募集に止めており、正社員採用には消極的な事業主も多い。円高等の影響もあり、それほど楽観はできない。	

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
		職業安定所（職員）	・生産受注量は、年末から年明けまでは確保されていると聞いている。ただし、来年2、3月以降になると、どうなるかわからない。
		職業安定所（職員）	・求職者数が減少している一方で、新規求人数は増えてきている。今後も雇用は良くなる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・裾野が広い自動車産業の増産に伴い、今後は様々な業界に恩恵をもたらす。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今秋は第二新卒者の契約社員を含めた採用が、主に製造業で決まっている。来年度の採用を辞退するケースも出てきており、雇用情勢はやや回復基調にある。今後もこの状態が続く。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・取引先の研究開発人員の不足感は落ち着いてきているため、今後は横ばいとなる。
		人材派遣会社（経営者）	・当地域では求人の動きはほとんどなく、今後も雇用は厳しい状況が続く。特にソフトウェア関係の動きが止まっている。
		人材派遣会社（支店長）	・自動車の生産台数など、製造業では回復傾向にある。しかし求人数に関しては、前年同月比80～90%となっており、雇用への影響はまだ先である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・自動車関連の求人が活発化したことにより、需要は一気に高まっている。ただし、年内から年明けに掛けては、横ばいの見込みである。
		職業安定所（所長）	・自動車生産等の回復から、新規求人数が増加し、新規求人倍率も上昇するなど雇用情勢には持ち直しの動きが見られる。ただし今後は、円高等の影響を少なからず受け、生産受注量の減少も懸念される。既に求人にも慎重になり始めている事業所もある。
		職業安定所（職員）	・円高、復興増税や企業の設備投資に影響する実質金利の高止まりは、マイナス要因である。その一方で、自動車業界の増産は、プラス要因である。全体的に見ると、雇用環境の厳しさは今後も続く。
	職業安定所（次長）	・求人数は増加基調にあるが、正社員求人は増えてこない。今後も、回復が続くかどうかかわからない。	
やや悪くなる	民間職業紹介機関（支社長）	・従来の企業環境を取り巻くボトルネックに加え、欧州経済不安が発生し予断を許さない。	
悪くなる	—	—	

## 6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・現在の状況が続けば、新たな有力店舗の出店が見込まれる。早くこのプラスの勢いを軌道に乗せて欲しい。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・各社の新店舗にかける投資が終わり、また、原子力発電所の問題も収まりつつあるので、自粛ムードも薄まり人出が多くなるのが予想され、景気はやや良くなるであろう。
		百貨店（営業担当）	・節電商品や暑さ対策の商品の売れ行きが前年に比べ良かったこの夏の傾向から考えると、これから冬に向けて、冬の防寒商品、節電商品などが好調に動くことが予想される。前年実績にプラスアルファとなることが見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・少なくともたばこ関連の前年比が大きくなるので、売上前年比は期待できるが、たばこ以外の分野では予測がつきにくい。
		家電量販店（経営者）	・省エネ節電商品への関心がさらに高まり、そろそろ回復するのではないかとと思われる。
		家電量販店（店長）	・携帯電話や生活家電の動向が良いので、これから期待できる部門である。
		住関連専門店（店長）	・平成23年の住宅ローン減税適用期間の終了が近くなってくるので、少しは変わってくると思われる。ただし、その後の反動もあると考えられる。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況を見ると、9月の実績見込108%、10月は125%、11月は105%と秋の行楽シーズンは前年を上回る見込みで、震災の影響による減少をカバーできる経営になってきた。
		通信会社（職員）	・政局が安定し、原油価格が落ち着き、円相場も安定化が図られることが期待できる。年末から春にかけてやや景気が持ち直すのではないかと期待もある。

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
	変わらない	通信会社（営業担当）	・新商品発売の効果はあるものの、他社の新商品による影響も大いに考えられるため、計画値以上の効果は見込めない。
		商店街（代表者）	・購買意欲をそそるような商品、トレンドが見当たらない。このまま寒い時期を迎え、さらに節電志向が強まれば、人出が増える要素はない。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・現状が維持できれば良しとすべきと考えている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・経済状況、周りの状況、顧客の動向などは今と変わらず、良くも悪くもならない。
		百貨店（売場主任）	・東日本大震災からの復興による需要拡大、経済への波及効果がまだ浸透していない。円高の影響も徐々に出てくる時期でもあるが、ヒットアイテムがない現状では大幅な伸びは期待できない。
		百貨店（営業担当）	・引き続き、節電、節約、エコが消費のキーワードである。ちょっとしたアイデア商材やちょっと暖かく過ごすファッションスタイルなどの需要が見込める。ただ、これらがけん引役になることはない。冬場なのでイエナカ消費が続くと見込まれ、冬の食材、食器などは売れるだろうが、ファッショントレンド商材は買い控えられると予想する。
		百貨店（売場担当）	・消費者の動きは節電、エコ商材が中心で、ウォームライフと呼ばれている関連商品が人気を博している。イエナカ志向も続いており、売る側としても例年より早く冬物を投入する準備を進めている。どれだけ売れるか予想がつきにくい状況になっている。
		スーパー（店長）	・冬場に向けての節電対応といった消費マインドに対応した商品が積極的に販売できると予想している。
		スーパー（総務担当）	・秋の行楽需要は期待できないが、節電・暖房用品の需要が増加する。
		スーパー（総務担当）	・円高、株価変動による企業の経営悪化に伴う給与減少、雇用減少の影響による消費減少がマイナス要因であろう。円高による輸入品の原価下落も、販売価格を下げれば売上、利益向上には貢献しない。プラス要因は震災の記憶が薄れ、嗜好品を含むぜいたく品が上向きに売れ出してきている点であろう。
		コンビニ（経営者）	・おでんやフライドフーズは前年と比較して堅調に推移しているが、客の目的買いが増えている。ついで買いが少なく、売上増加には結びつかない。
		コンビニ（店長）	・たばこだけを購入する客が多いときはほかのイベントに金を使っている場合が多い傾向があるが、9月は夏場に金を使いすぎたため財布のひもを締めたという客は少なかったように思われる。10、11月においても、このままの状況が続くのではないかと感じている。
		コンビニ（店舗管理）	・本年度の米の値上がりは、各家庭の財布を圧迫している。好転する材料が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる見通しは全くないが、新商品の魅力と購入施策を生かした顧客対応の質を向上させ、売上の確保を続けるしか景気を保持する手立てはない。
		乗用車販売店（経理担当）	・年末にかけては、高額車両の入庫状況が一段と良くなるとみており、受注残をこなすだけである程度の水準は維持できそうである。ただ最近の受注状況は厳しいところもあるので、年明けからの状況は若干不透明となっている。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・基幹産業である製造業が、円高の影響を受け、仕事は減少していないが、収益が減少している。まだ、この影響が従業員の給料にまでは及んでいないので、この3か月では変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・大きな変化は望めないが、秋の観光シーズンの受注は例年より早い。関東以北の観光客減少の影響が大きいと思われる。
		一般レストラン（店長）	・これだけ景気が悪いと見通しが立たない。頑張っているにもかかわらずどうしようもない。悪くなることはあってもよくなることはない。
		観光型旅館（経営者）	・予約数、宿泊単価共に前年並みに推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は前年と同程度であり、変化なく推移する見通しである。
	都市型ホテル（スタッフ）	・北陸に限って言えば、震災が冬季の景気にまで影響を与えたとはいえないが、改めて改善に向かう具体的な材料は見当たらない。	

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
		旅行代理店（従業員）	・政情や為替相場の安定が見えない状況下では企業の業績回復が当分望めそうにない状況であり、法人需要、特にMICE関連に活気が出ていない。9月は前年並みの案件が発生したが、10月以降の案件数が極端に少ない。
		旅行代理店（従業員）	・旅行業は、シーズンに左右される分、10月、11月は増加がみられる。団体客、ビジネス客が戻っている。ただし、個人客はまだまだ動きが鈍く手控えている模様である。単価も底値まできており、12月以降については動きが見えない。
		タクシー運転手	・夜の街も人出は少なく、明るい要件がない。また、目に見えて利用客が増える要因もなく、低迷した状態が続くと予想される。
		タクシー運転手	・日中の仕事はあるのだが、夜間の仕事が急激に減少し、タクシー需要は少なくなっている。
		通信会社（社員）	・スマートフォンの新機種登場により市場が活性化する。
		美容室（経営者）	・現在の景気が悪い状況は2～3年続くという声が、多くの客の声として耳に入ってくる。
		住宅販売会社（従業員）	・業績が向上した業種が限定されており、全ての企業で活気が出ているとは言い難い。
	住宅販売会社（従業員）	・フラット35Sの金利引下げ措置について、限定して復活を目指す方針が明らかになったが、具体的な内容が発表されていないため、客の動きに変化が生じるとは感じない。	
	やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・東日本大震災の影響や欧州の信用不安など身の回りには悪くなる要因があり、大手企業からの値上げ要請や生産高の減少などの声が聞こえてくる。今後販売量が落ちるのではないかと予想している。
		スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題の影響もあって、客の購買意欲が減退している。特に主食の米や野菜などで顕著にみられる。
		自動車備品販売店（従業員）	・前年と比較してスタッドレスタイヤの動向が悪いほか、需要予測、客の声からも買い控えの傾向がみられ、冬商戦は苦戦が予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・客の中には集金がスムーズにいかなくなったとこぼす人が増えている。
		一般レストラン（スタッフ）	・新米や野菜などの値上がりで食費の占める割合が上がる。円高の割には、ガソリンが値下がりしないなど、節約ムードは続く。
		通信会社（役員）	・年末に向けてケーブルテレビ契約獲得件数が年間で最も増加する期間であるが、当地でのアナログ放送の終了を受け今年はやや厳しいと予想している。
競輪場（職員）		・売上向上に向けての打開策が見当たらない。今後も引き続き減少していくものと思われる。	
その他レジャー施設（職員）		・月謝制システムのなかで来館頻度が落ちると、客離れの機会が増えるとともに、新規来館、見学などの人数も減少していく。	
住宅販売会社（経営者）		・見込み客の様子からするとやや悪くなる。	
住宅販売会社（従業員）		・新築住宅の契約に関して、金額、契約数とも減少し始めた。引き合いがあっても契約につながらない。リフォームは住宅エコポイントの打ち切りもあり、徐々に減少している。	
住宅販売会社（従業員）	・住宅関連税制の控除や特例の利用を考えていた客層は、動きが終わったように思われる。金利も落ち着いている状況で特に急ぐ理由がなく、これからはじっくりと考えて動く。		
悪くなる	スナック（経営者）	・客のなかで、個人商店などは売上が減少し先の見えない状況が続いているようで、苦悩の多い経営者が目立っている。	
	テーマパーク（職員）	・10～12月は国内観光シーズンであり、団体旅行のウエートが高くなるが、前年同期比でみると、団体旅行の予約数は2割以上の減少となっている。個人旅行については比較的安定的に推移するものと思われるが、ウエートの高い団体旅行が低調であり、海外からの観光客も風評被害で全く回復の兆しが見えない。全体として悪くなる方向にある。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・現状同様、このまま3か月先についても、全体として需要が上向く。
		金融業（融資担当）	・東日本大震災対策に向けての政府の対応も今後出てくるものと予想され、景気は回復に向かって徐々に動き出すものと見込んでいる。

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
		不動産業（経営者）	・フリー物件に少しずつ問い合わせが来るなど、やや良い傾向がみられる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・ホームセンターや食品スーパーなど下半期に新店の予定が重なりチラシの出稿量増加が見込まれる。
		司法書士	・環境事業や福祉事業で、事業目的の追加や新しい事業検討の動きがみられる。
		税理士（所長）	・長期的に過去を振り返ると、世界的には物価が上がり貨幣価値が落ちているが、日本ではデフレであった。このための調整が入っていると考えれば、中小企業ではそれほどの円高ではないのではないかと考えられる。大事なのは為替の安定ではないかと思っている。これができれば、日本の中小企業はまだまだ生き残っている。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・年末おせち商材の商談が始まったが、前年と販売量、販売価格については変わらず、前年並みという状況である。
		化学工業（総務担当）	・社内会議のなかでは、取引先からの発注が現状のまま推移する予定との報告があった。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・3か月、6か月先においては、当社主力の住宅市場が回復するとは見ていない。産業資材関連についても上向き予想はできない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車生産は戻っているが、円高のマイナス要因により先行き不安が大きい。
		精密機械器具製造業（経営者）	・年明け後の負荷の増加を調整するため前倒し生産を行うので、年内にかけての生産量は現状よりは増加するが、大きくは変動しないと判断している。
		輸送業（配車担当）	・円高の状況が急に好転するとは思われず、また、燃料費も今後低下するとは考えられない。また、デフレによる購買意欲も低下しており、物量の動きも今後急に好転するとは思われない。
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・円高、ユーロ安が続くようだと、差別化製品の輸出に悪影響がでる。国内市場も決して良くないので先行きが心配である。	
	繊維工業（経営者）	・円高の状況が、先行き判断の大きな要因を占めており、業界の足かせになり、繊維業界のみならず全体に悪い影響を及ぼすと予想される。	
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現状よりやや悪い。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・ドル、ユーロに対する円高が今後も継続すれば、企業も将来に希望が持たず設備投資は減少すると思われる。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・スマートフォン頼りの状況で、この分野が停滞し始めるとすると悪影響となる。また、近隣の企業においては、雇用調整助成金がそろそろ終わりを迎えるという企業もあり、先行きは悪くなる見通しである。	
悪くなる	建設業（経営者）	・公共事業の発注量が少なく経営見通しが立たない。	
	建設業（総務担当）	・建築工事の工事発注予定が、官庁、民間ともに低調な見通しで、一段とし烈な受注価格競争が続くものと予想される。	
	金融業（融資担当）	・国内株の株安による内需の回復も期待できないなか、海外の景気も失速感が強まっており、加えて円高もあって、外需にも期待できない。内需外需ともに下折れ懸念がある。	
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）	・全体的にはまだまだ良好な見込みが見られない。これから年末にかけて、短期的な需要でも期待したい。
		人材派遣会社（社員）	・産休対応やピーク時の対応案件はそこそこ見られるが、以前と同じ状況であり、技術者派遣も大きな動きがない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用計画が出てこない。
		職業安定所（職員）	・円高の影響を調査したところ、企業収益に影響はあるものの雇用調整をする予定の企業はなかった。
		職業安定所（職員）	・円高により売上高が悪化するとしている企業も多く、雇用への影響も懸念される。全体として現在の水準が維持されると考える。
		民間職業紹介機関（経営者）	・補正予算などが円滑に回りだせば、仕事数が増えてくる。
やや悪くなる	○	○	

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

## 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	商店街（代表者）	・商店街にスーパーマーケットがオープンしたことで往来客が増え、新規客の増加につながっているため、先行きの見通しは明るい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災による落ち込みから徐々に回復し、予約状況にも前年を上回る勢いがみられる。外国人の来客は減少が続いているが、インターネット経由の宿泊客の動きは好調で、宴会部門でも講演会、一般宴会共に予約が埋まっているなど、先行きの見通しは明るい。
	やや良くなる	一般小売店〔酒〕（店員）	・今月は前月よりも活気が出てきた感がある。特に、月下旬に来客が集中し、客単価も上昇しているため、今後も良い状況となる。
		百貨店（売場主任）	・ウォームビズや節電関連消費が高まることから、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・客の購買意欲は高まっている感があるため、今後はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・冬の節電に伴う新たな需要で、衣料品では特に肌着や寝具の動きが良くなるため、地上デジタル放送への完全移行による需要の落ち込みもカバーできる。
		スーパー（社員）	・東日本大震災以降、自粛ムードや節電などが消費を抑えてきたが、客を取り巻く環境は徐々に好転している。秋から年末にかけては、消費を促す行事やイベントも多く予定されているため、先行きはやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・たばこを買いに来た客による、ついで買いが増えてくるため、先行きは良い方向に向かう。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電に対する客の関心が高まっているため、年末商戦で省エネ関連の提案を積極的に行うことで、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の注文が取りやすくなったほか、客の購買意欲に少し深みも出てきている。相変わらず楽観視はできないが、先行きは少し良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・天候さえ落ち着けば、客足も持ち直すため、先行きはやや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・台風による予約のキャンセルが多かったにもかかわらず、来客数は維持できているため、先行きの見通しは明るい。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の復興や食中毒事件、食品の放射能汚染問題については、解決の方向性が明らかになりつつあるため、消費マインドも回復してくる。
		観光型ホテル（経営者）	・今後2～3か月の予約件数は今月よりも多いため、売上也良くなる。原材料の仕入価格が高騰する懸念はあるが、周囲の景気は徐々に回復に向かう。
		美容室（店員）	・年内にヘアスタイルを変える客が多く、年末に向けて計画している客もみられるため、来客数が増える。
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・冬場にかけて利用頻度が上がるため、更に知名度がアップする。	
	変わらない	商店街（代表者）	・週末の人出は増えたが、売上につながらない状態が続いているため、先行きの見通しも良くない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・企業の経費削減が進んでいるほか、店舗用の祝花も別の商品に変わり、単価が低下、販売量も減っているため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・増税などの消費環境が悪くなる話ばかりで、明るい話題が聞かれない。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・今月は特別注文が入って忙しくなっているが、来月以降は不透明である。
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・衣料品の売上が伸びる冬商戦への期待が高まるが、景気が良いとはいえない状況であり、寒くなったからといって冬物衣料が動くかは不透明である。末端の小売店の景気は非常に悪く、店舗や商店街の形態も大きく変わりつつある。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔雑貨〕 (店長)	・これまでの推移をみると、現状維持が精一杯である。今後更にたばこが値上げされれば、値上げ幅にもよるが、売上は5割かそれ以上の落ち込みにつながり、経営そのものが成り立たなくなる。
		一般小売店〔花〕(店員)	・客は必要最低限の物しか買わず、明るい兆しもないため、売上は増えない。
		一般小売店〔カメラ〕 (販売担当)	・東日本大震災の復興増税案などが出ており、若年客にまで無駄な出費を減らす意識が浸透している。この状態からは簡単に脱け出せないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・今後数か月はあまり良くなることはなく、前年の実績をクリアできればよい状態が続く。
		百貨店(売場主任)	・歳末で冬物の実需期となるが、東日本大震災の復興増税の動向次第では、客の財布のひもが更に固くなる。
		百貨店(売場主任)	・当地域は商業施設がオーバーストア状態であり、都市間の競争も始まっているが、ファッション関連は特にヒット商品が見当たらず、消費者の購買意欲も決して高くない。今後は経済環境や気候といった外部要因に頼らざるを得ないため、大きな好転は困難である。
		百貨店(営業担当)	・秋冬物が本格的に出そろうことで、催事を中心にブランド品の衣料雑貨の動きが活発になってくる。
		百貨店(サービス担当)	・来月は秋の北海道物産展が開催されるほか、お歳暮ギフトの早期受注も始まる。また、お節料理などのお歳暮商戦が始まるため、客の動きも良くなるが、目玉商材や企画が少ないため、前年の実績確保には苦勞する。
		百貨店(商品担当)	・売上の減少傾向が長く続いており、悪いままで動きがない。特価や割引、カードのポイントアップといった販売促進策への反応も鈍くなっているため、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店(婦人服)	・台風による来客数の減少は取り戻せるが、東日本大震災の復興が進まないなか、財源確保のための増税議論が消費に悪影響を及ぼす。
		スーパー(経営者)	・当店の客には職人や運転手が多く、仕事上の景気の悪さが買物の様子に表れているため、今後も厳しい状況となる。
		スーパー(店長)	・競合店の数が増え、改装も頻繁に行われているため、来客数や売上は今後も伸び悩む。
		スーパー(店長)	・牛肉の売上は前年比で80%と一時よりも回復している。鍋料理が増える時期になれば需要は更に増えるが、台風などの影響で一部の野菜の相場が上がるなど、全体的な販売点数は増えにくい。
		スーパー(管理担当)	・東日本大震災の復興増税について連日報じられているが、内容もまだ明確ではないため、消費が改善する見込みは少ない。
		スーパー(販売担当)	・競合店との価格競争もあり、単価の低下傾向が進んでいる。販売点数は前年並みであるが、単価が下がっている分、客の買上金額は前年の水準に達していないため、今後も厳しい状況となる。
		コンビニ(経営者)	・周辺のオフィスビルの入居率が依然として回復しないため、来客数は増えにくいほか、より安い商品を買う傾向が続いており、客単価も上昇しにくい状況が続く。
		コンビニ(店長)	・来年以降の増税による影響が、どのような形で出るかが懸念されるなど、先行きの見通しは厳しい。
		コンビニ(店員)	・今後も来客数、客単価共に現状維持となる。
		衣料品専門店(販売担当)	・増税の動きがどうなるか不透明なため、今後も厳しい状況が続く。
		家電量販店(店員)	・来客数が減少し、販売単価が上昇する見込みもないなど、良くなる兆しがみられない。
		乗用車販売店(経営者)	・新車の購入予約が少ないほか、車検や修理の予約も少ないため、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店(販売担当)	・新型車の発売といった新しい話題も少なく、しばらくは現状維持となる。
		乗用車販売店(営業担当)	・数か月前から大きな変化はないため、今後も現在の状況が続く。
		住関連専門店(店長)	・政治、経済が安定し、消費者の安心感が戻らなければ本当の回復は困難である。売上の先行き不透明感はまだ払しょくできない。

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
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・全体的に重たい雰囲気となっている。例年は年末に向けて消費ムードが高まるが、今年は以前とは異なり、必要な物だけを買う動きが中心となる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・増税や公共料金の値上げの話ばかりであるため、消費マインドは上向かない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・貴金属の価格が上昇し、持っている物は売りやすくなるが、簡単に買える価格ではなくなっているため、今後も売上は伸びない。
		一般レストラン（スタッフ）	・前年は景気の悪化を見越して折込チラシなどで販売促進を行ったが、今年は現状維持が見込まれるため、特別な対策は行っていない。
		一般レストラン（店員）	・ランチタイムの動きが悪いなど、客足が鈍いため、先行きの見通しは厳しい。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今月は台風による影響で売上が減少したが、来月以降に大きく回復する好材料も見当たらない。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客の来ない日が1か月に2、3回あり、近隣の人通りも減っているため、見通しは厳しい。
		観光型ホテル（経営者）	・これから秋の観光シーズンとなるが、大口の団体客は他地区や他施設との競合が激しく、宿泊単価はかなり抑えられている。また、団体客のキャンセルや規模の縮小によって空室が増えるなか、それをどうカバーするかによって、売上が大きく左右される。
		観光型旅館（団体役員）	・来年3月までに2万件近いキャンセルが出ており、当分は回復の見込みが立たない。
		都市型ホテル（客室担当）	・秋の行楽シーズンに入り、国内旅行の予約も徐々に動いているため、今月と同じく最終的には良い結果となる。
		旅行代理店（広報担当）	・本来は円高で海外旅行がもっと伸びてもよいはずだが、仕事面に悪影響が出るほどの円高であるため、旅行の申込につながらない。学生が動き出す冬の旅行が好調となれば、ようやく前年並みとなるが、客からは年末年始の休みが取りにくいという声もよく聞かれる。
		タクシー運転手	・悪いながらも必要最小限はタクシーが利用されるほか、全体に少なくなっているが、今後もイベント関係で週の後半には動きがある。
		タクシー運転手	・景気の良くなる要素が見当たらない。
		タクシー会社（経営者）	・個人客の需要だけでなく、法人客によるタクシーチケットの利用も減少しているため、今後も厳しい状況となる。特に、企業による経費削減の動きが厳しくなる。
		通信会社（経営者）	・特に変化の兆しが見られない。
		通信会社（経営者）	・冬商戦との端境期であり、売上が若干落ち込む時期となるが、スマートフォンに対する一定の需要は続く。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設向けのゲーム機器では、従来の大型機のほかに小型機も多数発売されるため、業界が活性化する。
		観光名所（経理担当）	・現在放映中のテレビ番組の影響もあり、売上、来客数共に大幅な増加となっており、今後もこの傾向が続く。今月は大型台風による影響が懸念されたが、大きな被害もなく、来客数、売上共に前年比で33%増となっている。ただし、客単価が上向き気配はなかなかみられない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・来月にはプロ野球の公式戦や都市対抗野球が予定されているほか、11～12月には複数の人気グループによるコンサートも開催されるため、この時期としては例年以上の集客となる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・海外からの観光客の動きは回復しつつあるが、円高による悪影響を受けることになれば、先行きは厳しくなる。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・例年夏は来客数が増えるが、今年は全く増えていない。今月も昼間は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〔生命保険〕（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり、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。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・自然災害や世界的な株安などの影響で、特にCDやゲームなどの売上は前年割れが続く。
		住宅販売会社（経営者）	・ここしばらくは受注につながる客も出てきそうだが、その先は予測が立たない。

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		住宅販売会社（経営者）	・同業者の間では分譲住宅用地の取得価格が上がっているが、需要が高いというよりも、物件を確保するために高い価格を提示している。ただし、それが売れているかは別問題であるため、今後は完成在庫が増えてくる。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の主な住宅取得者は、高所得層か若年の低所得層が中心であり、これらの層の動きは景気にあまり左右されないため、今の状態がしばらくは続く。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅市場では長期的にみても新築需要が伸びる要素は少なく、政策的な後押しがなければ現状維持が精一杯である。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・円高や復興増税による企業業績の悪化懸念から、個人消費も鈍化する傾向が強まる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・年末商戦が始まると、近くの大規模商業施設では自動車を賞品にした抽選会が催される。小さな個人商店では対抗する力もないため、先行きは厳しくなる。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・海外の商品相場や為替の影響が問題視されているが、今後は景気全体に悪影響が広がってくる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・食品の放射能汚染問題が残るなか、最大の需要期である年末を迎えるが、客が例年どおりに牛肉を購入するとは考えられない。かなり大きな落ち込みを想定する必要があり、ギフト需要も見込めない可能性があるなど、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔花〕（店長）	・まだまだ世間は厳しく、景気の底もみえない状態であるが、先行きは更に悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・増税の報道などで、短期的に消費を抑制する機運が高まるため、節約志向が更に進む。
		百貨店（企画担当）	・クリスマス商戦では、普段は来店しないような客も増えるが、今年は新しくオープンした商業施設へ流れる可能性があるため、見通しは厳しい。
		百貨店（販促担当）	・世界的な株価の下落で高額品の動きに大きな影響が出るほか、気温の3か月予報も高めとなるなど、冬物商材にとっては良くない。東日本大震災や台風による被害、株価の下落と重苦しい空気が続いているため、これを払しょくするきっかけがなければ、先行きは更に厳しくなる。
		百貨店（マネージャー）	・省エネ関連商品への需要は増えるが、売上を大きくけん引するような商材は少ない。その一方、円高や株安の動きといったマイナスの要素が多い。
		百貨店（売場担当）	・増税の議論や、円高による企業収益の圧迫といったマイナス要因ばかりで、良くなる要素が全く見当たらない。
		スーパー（経営者）	・目立った景気対策もない一方、東日本大震災の復興増税の話題が増えているため、客の消費マインドは冷え込む。
		スーパー（店長）	・前年のエコポイント制度終了に伴う駆け込み需要は非常に大きかったが、今年はそれに代わる景気対策もないほか、円高の進行や東日本大震災の復興増税案、欧州の債務問題など、消費者心理に悪影響を与える要素が山積している。
		スーパー（企画担当）	・来客数、売上の前年比が92%程度で推移していく傾向に変化はない。
		スーパー（経理担当）	・気温の低下と共に冬物商材への切替えが進むほか、年末商戦に向けて消費が最も盛り上がる時期となるが、円高による企業業績の悪化や雇用者所得の減少、冬のボーナスの低迷、食品の放射能汚染問題、増税といったマイナス材料が目白押しであるため、見通しとしては厳しい。
		コンビニ（広告担当）	・東日本大震災の復興増税や子ども手当の見直しなどが消費マインドを低下させるため、しばらくは良くならない。
		衣料品専門店（経営者）	・低価格商品を扱っている店には、相変わらず多くの客が来ている一方、高額品を扱う店の多くは売上が低迷している。また、高級服飾雑貨を扱うメーカーの廃業や倒産が増えているため、今後は仕入れの面でも品ぞろえが難しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・円高や株安による影響が、販売面にも徐々に出てくる。
乗用車販売店（販売担当）	・今月は決算月で販売台数が伸びた部分もあるため、来月以降は厳しい状況となる。		
一般レストラン（経営者）	・増税の話も出ているため、消費者の財布のひもが一層固くなる。		
都市型ホテル（スタッフ）	・顧客からは円高を大きく懸念する声がかかるほか、冬場も電力不足となる見通しが高まっている。製造業だけでなく、流通業や外食関連などからも経費削減の声が出ているため、先行きの見通しは厳しい。		

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	
		都市型ホテル（マネージャー）	・円高や増税等、悪い条件が重なっており、法人需要の減少だけでなく、個人客の消費マインドも更に低下する。先の予約状況も芳しくないなど、今後は一層厳しい状況となる。	
		旅行代理店（従業員）	・東日本方面への旅行に関する風評被害はなくなりつつあるが、東日本大震災の復興増税により、景気の悪化と消費マインドの低下が進む。	
		観光名所（経理担当）	・来客数の維持や増加をねらった企画も、特に団体客向けでは期待した効果が上がっていない。徐々に回復に向かっていった海外の観光客の動きも、停滞、下降気味となっているため、先行きはやや悪くなる。	
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅エコポイントが7月に終わり、フラット35Sの金利引下げ幅拡大の適用期間も終了となるなど、好転する材料が見当たらない。	
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・増税で所得の減る恐れが高まり、消費マインドの低下につながるため、消費全体が減少する。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・物価の上昇が進んでいるが、購入単価は依然として低いため、先行きの見通しは厳しい。	
		衣料品専門店（経営者）	・秋が深まり、寒くなってきても、高額衣料の売上は上向かない。	
		家電量販店（店長）	・前年はエコポイント制度による特需もみられたが、今年はその反動で需要は増えにくい。	
		通信会社（社員）	・冬のボーナスにもあまり期待できないため、客の買い控えが更に進む。	
	企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が始まるため、売上、利益共に大幅な増額となる。
やや良くなる		食料品製造業（営業担当）	・大企業の夏のボーナス支給額は前年を上回ったが、冬のボーナスも増加する可能性が高い。取引先からは前年よりも売上が増えているとの声も聞かれるなど、今の状況が続けば前年よりも良くなる。	
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が増えているため、先行きはやや良くなる。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・節電期間中に減産された分が増産されるため、先行きはやや良くなる。	
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・電機などの弱電業界や、輸出関連企業からの受注は停滞しているが、医療やマンション業界のほか、介護付き老人施設などは動きが活発であり、低料金ホテルなども販売促進の動きが拡大している。時代のニーズにあった、幅広いビジネス戦略が求められているため、先行きはやや良くなる。	
		金属製品製造業（管理担当）	・LED照明関連の事業がスタートし、問い合わせも順調に増えているため、先行きはやや良くなる。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅エコポイントが復活する話もあるため、住宅市場には活気が出てくる。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・周囲では国内生産に切替える動きがみられるため、先行きはやや良くなる。	
		建設業（経営者）	・これから年末にかけて徐々に動きが出てくるほか、東日本大震災の復興関連の情報も徐々に出てきているため、先行きは少し良くなる。	
		輸送業（営業担当）	・10、11月に取引先の新店舗がオープンするため、配達量が増える。	
		金融業（営業担当）	・かなりの時間を要するが、今後は回復に向かう。	
		広告代理店（営業担当）	・今年に入って売上の前年比が100%以上を維持しているため、先行きの見通しは明るい。	
		経営コンサルタント	・東日本大震災をきっかけに海外展開を目指す大企業が増えているが、中小企業の間では、小売業に限らず、震災に勝機を見いだす機運が高まっている。わずかだが手ごたえも出ているため、先行きはやや良くなる。	
		変わらない	食料品製造業（従業員）	・台風や東日本大震災の影響で、予測の立たない状況が続いている。消費動向という以前に、客が買いに来られない状態で、まさに想定外の事態となっている。
			繊維工業（団体職員）	・年末の最需要期となるため、需要の増加が期待されるが、綿糸価格の動向や景気の低迷により、取引価格への悪影響が出てくる。
			化学工業（経営者）	・新たな注文が少なく、得意先でも前向きな話があまり聞かれないため、しばらくは低迷した状態が続く。
			化学工業（管理担当）	・まだ円高の影響はみられないほか、自動車関連の生産増が予定されているため、好調な動きが続く。

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
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・以前はやや悪くなると感じていたが、業界や取引先の話を見ると、今とあまり変わらない状態が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の財政不安による影響が世界的に広がるなか、国内では円高をうまく利用することでチャンスが生まれる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状よりも良くなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きは不透明であり、見通しが立たない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・2、3か月先の大型案件がないため、横ばいで推移する見通しである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・例年は年末に向けて良くなるが、取引先の受注状況に遅れがみられるため、動きが出るのは来年の新機種販売後となる。
		輸送業（営業所長）	・年末に向けて荷動きは多少増えるが、継続的な動きにはならない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・毎年9月は折込広告の動きは上向くが、今年は悪くもない代わりに良くもない。不動産関係や家電量販店、スーパーなどの業界は競争が激しくなっているが、折込広告の全体数は伸びていないため、今後も現状維持となる。
		広告代理店（営業担当）	・これ以上、広告出稿が増えるような良い材料は見当たらない。
		司法書士	・商業登記では会社のスリム化を目的とした動きが続いているほか、不動産登記の動きも身内との取引が多いなど、先行きの判断は難しい。
		コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷などでこれから繁忙期に入るが、客のコスト意識に変化がないため、今後も厳しい状態が続く。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・年末商戦で一時的に良くなる可能性はあるが、周囲では具体的に良くなる気配がない。		
やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・加工費用や絹糸代の上昇が進むなか、販売形態や流通方法を見直さなければ、経費が増える一方である。仮に売上が伸びても利益が出なくなり、生産量の縮小を余儀なくされるため、先行きの見通しは厳しい。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今後は円高で生産の海外シフトが進んでいく。国内でしか生産できない物がどの程度あるのか不透明なため、先行きの見通しは非常に暗い。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の受注は好調に推移するが、円高などによる輸出の低迷で、全体的にはやや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電関連の設備投資には期待できず、大型案件が少なくなるため、しばらくは良くない状況となる。
		建設業（営業担当）	・東日本大震災の復興による需要の拡大も期待されたが、具体的な動きはみられず、むしろ設備投資を控えている企業が多いため、見通しは厳しい。
		輸送業（営業担当）	・中小企業の間には減産の動きが目立つ。2か月続けて落ち込むなど、非常に不安な状況であり、明るい見通しが立たない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円高で輸入商品が増えており、価格の高い国内製品は苦戦しているため、先行きの見通しは厳しい。
悪くなる		繊維工業（総務担当）	・品質の安定した国産の繊維製品を購入してきた取引先も、円高の影響や競合他社の値下げで中国製品の取扱を始めたため、取引量は大幅に減少している。取引量を維持するためには、赤字での販売を余儀なくされるなど、先行きの見通しは非常に厳しい。
		金属製品製造業（営業担当）	・円高で輸出の契約が成立しない。部品調達の現地化に拍車がかかり、仕事量も減りつつあるため、見通しはかなり厳しい。
		不動産業（営業担当）	・当地域から事務所が撤退し、中国などの海外へ移転する動きが増えているため、先行きの見通しは非常に暗い。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・円高などの不安材料はあるが、新規求人数は増加傾向にあり、新規求職者数は減少傾向が続いているため、先行きはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年を上回るなど、東日本大震災や今夏の節電による雇用への影響はあまり大きくない。今後は円高などによる悪影響も出てくるが、全体としては回復が進む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・東日本大震災後は前年を下回っていた新規求人数が、2か月連続で増えている。電子部品関連の企業で大規模な雇用調整が行われるなど、円高による雇用減が懸念される一方、今秋には大型ビジネスホテルが開業するなど、明るい話題もある。また、最近是一般、パート求人共に増えているため、今後の本格的な求人増につながる。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設部門の日雇求人の先行指標となる、鉄筋工の求人がやや増えている。ただし、対応できる職人が徐々に減っているため、どれだけ確保できるかは不透明である。
		民間職業紹介機関（支社長）	・当社の調査から今後も求人の増加が進むと判断しており、肌感覚としても一致している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数が少しずつ増えており、今後もしばらくはこの動きが続く。
	変わらない	求人情報誌製作会社（企画担当）	・派遣会社などの人材系の業種を中心に回復しつつあったが、ここへきて円高などで先行き懸念が高まり、求人にも慎重となっているため、先行きの見通しは厳しい。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）
		職業安定所（職員）	・製造業では東日本大震災による落ち込みから回復し、生産増となっている企業もあるが、円高などの不安材料もあるため、先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・学生による志望と企業の採用ニーズにミスマッチがあるため、今後も厳しい環境が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業訪問をしていると、来年度の景気動向が不透明で、採用を控える動きがみられるため、今後も厳しい状況となる。
		やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）
	人材派遣会社（支店長）		・求職者の動きに比べ、求人の動きが鈍化している感があるため、先行きの見通しは厳しい。
	職業安定所（職員）		・首都圏が良くなっても、地方への波及は数か月遅れるため、しばらくは低迷が続く。
悪くなる	人材派遣会社（役員）	・世界的な金融不安などで景気後退のリスクが高まりつつあるほか、円高の影響で国内企業は海外への移転姿勢を更に強めているため、失業率は今後更に悪化が進む。	

## 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	スーパー（販売担当）	・年末年始にかけて閉館による売り尽くしセールが行われる。利益的には赤字を覚悟しているが、集客、売上は確実に伸びる。
		競艇場（職員）	・年末年始にかけて大きなレースがあるので収益が見込まれる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・同業者の集まりでは良い話が聞けるし、実際の客の動向をみると、財布のひもが緩んできている。
		コンビニ（エリア担当）	・今月は昨年比べて安定した売上があった。この状況が来月も続くので、景気はやや良くなる。
		家電量販店（店長）	・2～3か月後になればボーナスが出る時期になり市場も動く。それに伴い7月の特需の反動から立ち直れないテレビを中心とした映像商品や季節品も動くので、現状よりは良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・今後年末に向けて新商品が相次いで投入され、これを機に購買意欲が活性化される。
		自動車備品販売店（経営者）	・年間最需要期になるので、12月までは上向きになる。しかし東日本大震災の影響で品不足が懸念され、前年比100%以上の売上にはならない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・何ごともなく現状維持であれば景気は良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・当地域が来年の大河ドラマの舞台となるためやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話業界では例年10～11月は販売が落ち込む時期であり、来客数や販売数の増加は期待できないが、12月に入ると冬春モデルのラインナップも充実し、冬のボーナス商戦とマッチングすることで市場の活性化が期待できる。

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
変わらない		テーマパーク（業務担当）	・施設を代表する冬季利用促進イベントであるイルミネーションにより来園者の上積みを図る。
		テーマパーク（広報担当）	・猛暑や台風など天候に影響を受けている部分が多いものの、気候が安定すれば客足は上向く。
		ゴルフ場（営業担当）	・今後も県内の客の動きが良くなる。
		商店街（理事）	・これ以上悪くなることもないが、良くなる材料もないので、今のまま変わらない。
		商店街（代表者）	・松江開府400年祭の最後の年であり、季節的にもイベント開催や観光シーズンであるが、消費につながるか疑問である。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・明るい見通しが悪化している様子もなく、落ち着いてきている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・10、11月は秋祭りシーズンに入るが、節約ムードはないので消費が平年並みになる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・努力しても現状維持が精一杯である。
		百貨店（営業担当）	・日常着だけでなく、外出着もカジュアル化しているため、百貨店での購入が少なくなっており、早急な対応が求められる。
		百貨店（売場担当）	・大手取引先が国内生産を増やしており、端境期対応が昨年よりも期待できる。コスト高から価格が上昇し、価格の面で総合スーパーや小売店より百貨店に有利な納品状況になる。更なる震災や金融不安が進まない限り、前年並みの推移でいく。
		百貨店（購買担当）	・各取引先も先がみえず、冬物の作り込みを減らしている状況である。ただし、万が一気温が下がり来客数が増えると商品がなくなる心配がある。
		百貨店（売場担当）	・昨年にも増して節電できる防寒・暖房用品に目が向けられるため、通常のファッショントレンド商品は苦戦する。
		百貨店（電算担当）	・売上は前年比4%の減少であり、消費は低調に推移しているが、二十世紀梨は前年より売上が増加している。美術品、化粧品などは計画的に催事を企画すると売上が増加しており、珍しい商品や必要な商品ならば客に支持される。
		スーパー（店長）	・工業地帯なので、円高株安の影響を受けて景気が非常に下降しており、ますます悪くなる傾向にある。
		スーパー（店長）	・今のトレンドが変わる要素が見当たらないので景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・良くも悪くもこれといった情報もなく、見通しが立たず変化が見受けられない。台風で青果の価格が高騰したが、現段階では影響はさほど見受けられない。
		スーパー（総務担当）	・購買動向が安定しており、衝動買いが少ない。
		スーパー（業務開発担当）	・冬に向け鍋物商材である野菜価格の変動にもよるが、食品の放射能汚染問題で牛肉から豚へとシフトしているため金額的に厳しい。
		スーパー（販売担当）	・来月国体が開催されるので売上が伸びる商品もあるが、一時的なことなので期待できない。
		スーパー（管理担当）	・来客数が前年を割る傾向が続いている。何とか単価が前年を上回っていることで全体の売上高を維持しているが、先行きは不透明である。
		スーパー（営業システム担当）	・生鮮商品の価格が安定してきており、気候も安定して行楽シーズンを迎えたことで消費者の購入意欲が高まるが、前年比でみても予算比でみても売上を伸ばすのは難しい。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ値上げの影響で9月は昨年に比べ売上が減少するが、10月は逆にタバコ売上が昨年に比べ上昇する。平均すれば昨年並みに推移する見通しである。
		家電量販店（販売担当）	・景気が変わる見込みがない。
		乗用車販売店（統括）	・9月は増販月なので10～12月は販売量で下回るが、東日本大震災の影響が少なくなり前年を上回る。
		乗用車販売店（店長）	・補助金打ち切りの昨年に比べれば、売上は順調に推移している。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の仕事状況を聞いても、厳しいとの意見がかなり多く、しばらくは金が使えないと考えている。
乗用車販売店（店長）	・景気は最も良い状態にあり、これ以上良くなる要素はみつからない。		
乗用車販売店（副店長）	・現在の想定外の円高傾向が収束する兆しがない限り、日本の産業構造上景気の回復は難しい。		

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
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・子ども手当の金額が改正されることとなり消費にも影響がある。消費者の財布のひもは固く、この先もその傾向に変化はない。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・大手自動車メーカーの輪番休業終了によって、木、金曜日が通常の平日に戻るため、景況感の回復傾向は鈍化する。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年並みで推移しているが、予約数があまり良くないので状況が見通しにくい。
		一般レストラン（店長）	・昼間の集客は良くなっているが、夜の集客は回復しておらず、単価も低下している。
		スナック（経営者）	・景気回復して欲しいが、現状をみると良くなる兆しがない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・客は連休や行楽シーズンには出歩くが、購買力が低下しているので売上は厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客単価が全体的に低下しており、当面上昇することはない。
		都市型ホテル（総支配人）	・当県では「神在月」となる10月は年間を通じて観光客が多い月であり、今年も予約は好調である。11、12月も松江開府400年祭の開催期間の最終時期で、さまざまなイベントもあるため、例年通りの宿泊客数を見込んでいる。
		都市型ホテル（企画担当）	・特需などがあるが、まだ不安定要素もあり予断を許さない。
		タクシー運転手	・10月は国体があるので一時的に客が増えるが、終了すれば元に戻る。
		通信会社（社員）	・新規の問い合わせに変動がない。スマートフォンが広がり始め、現在提供している通信サービスではプロバイダーサービスを使う機会が減る可能性があり、客動向の注視が必要である。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災以前の水準に戻るのには来年以降になり、年内はブレーキがかかったままである。
		通信会社（通信事業担当）	・短い間でもサービスを利用しない期間があると課金を止めることは可能かという問い合わせが多く、支出を厳しく抑える傾向は続く。
		通信会社（営業担当）	・先行きが不透明で上向き雰囲気がない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化に伴いアンテナ視聴に切替えた世帯が大幅に増加しており、ケーブルテレビ放送サービスの加入獲得は今後より厳しい状況となる。
		通信会社（総務担当）	・販売需要の増加が見込めない。
		通信会社（広報担当）	・市場動向は近年トレンドを無視する傾向も現れつつあり、現状の課題にいかにかすばやく対応するかが身のまわりの景気浮上の鍵になる。
		テーマパーク（管理担当）	・福島第一原子力発電所事故問題、政治不信、天災など不安要素が多い。
		美容室（経営者）	・今の時点では良くなる兆しはないが、悪くなる兆しもない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・多くのサービス利用者との会話では、2～3か月の短期間で景気の上下が想像できるような話は一切聞かれない。
		設計事務所（経営者）	・2～3か月先が現在より良くなることはなく、官庁、民間とも現状で受注に期待できない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・工事による通行止めも予定されており、来客数が現状より減る。
		商店街（代表者）	・円高、株安など、経済的指標が非常に悪いため、消費者の生活にも悪影響が出ており、良い材料がほとんどない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・隣町で今月下旬に大型ショッピングモールが増床オープンし、来月も県内初の大型アウトレット、大型ショッピングセンターがオープンするため、1～2か月はそちらに客が流れる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・新規参入業者の低価格に合わせると売上、利益ともに厳しい。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・商圏の高齢化が進み、高齢者が買物に出られない状況になりつつあるので、全体的に来客数が減る。
		百貨店（営業担当）	・景気回復が遅れている状況であるうえに、10～11月は大型ショッピングモールのリニューアルオープン、アウトレットモールの新規開店が計画されているため、そこに客足を持っていかれ、大幅な落ち込みが予想される。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・市内最大手企業の業容縮小が決定し、今後相当数の離職者が出てくるため、地域消費への影響は大きなものとなり、地域景気が悪化する可能性もある。
		百貨店（販売担当）	・9月に入り株価が急激に下落しているが、現状のままだと客の購買意欲は大きく低下し、12月のクリスマス商戦に大きく影響してくる。
		百貨店（営業企画担当）	・株価下落や円高による消費の冷え込みが続く。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料がないので、このまま悪くなる。
		スーパー（店長）	・内閣人事が変わり増税が現実化する中、消費マインドは更に冷え込むとともに、周辺地域での景気が向上する要素が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今の状況で行くと来客数は減少し客単価も低下する。地元で工場がある大手家電メーカーの子会社でリストラが発生する可能性もあり、それを考慮すると若干景気は下向きに移行する。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・引き続き消費が落ち込み、客は必要な物しか買わないため、来客数の増加も見込めない。
		衣料品専門店（販売担当）	・単価が上昇していないため今後も厳しい状況が続く。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・先月は今後やや良くなる傾向にあったが、9月の客の動きをみるとそうはならない。
		観光型ホテル（支配人）	・製造業の多い地区の性質上、円の高止まりはマイナス要因である。欧州の金融危機に対しても警戒感が高まっていることから、消費の手控えが予想される。
		美容室（経営者）	・商店街の客が減少しており、これからどうなるのか不安である。
		設計事務所（経営者）	・現在の受注分の仕事が一段落し、大きな上乗せはない状況であり、関連する資材業者も同じである。
		設計事務所（経営者）	・年内は建築コストが高めに推移するため、それが落ち着くまで新たな発注はしばらく見合わせることになる。
		住宅販売会社（経理担当）	・追加の景気対策がなければ、住宅購入マインドが低下する。
		住宅販売会社（販売担当）	・東日本大震災復興財源のための増税の懸念があり、給与の手取り額が増える見込みがほとんどなく、消費に対して更に消極的な生活に向かっており、貯蓄傾向が高まる。
悪くなる		スーパー（店長）	・自動車関連の子会社が多くある地域なので、円高の影響を受けており、給料日明けでも全く消費が拡大する気配がない。
		スーパー（財務担当）	・消費者の節約傾向は今後も続き、買上点数や来客数の前年割れが続く。
		衣料品専門店（経営者）	・客は将来の見通しが立たず、極力お金を使わない。
		家電量販店（店長）	・エコポイントの終了、アナログ放送終了による駆け込み需要も終了し、8月以降テレビの販売台数、単価ともに大幅に下落しているが、今後この落ち込みをカバーできる商品が見当たらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・増税の懸念、円高、株安等の景気の足を引っばる話題ばかりで良い要素がない。
		住関連専門店（経営者）	・客の動きは良くならず、改善の目途が立たない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が立ち上がるので、今よりもっと忙しくなる。
	やや良くなる	鉄鋼業（総務担当）	・主要客である自動車メーカーの生産、操業が、下期は高水準で続く見込みである。また東日本大震災対応の復興需要も今後少しずつ出てくる。
		輸送業（業務担当）	・現在計画がある大きな業務は11月以降にかなりのウェイトになるため、10月以降はやや回復傾向になる。
		不動産業（総務担当）	・需要時期に伴い来客数と契約件数は増加する。
変わらない		農林水産業（従業者）	・アジ、サバの水揚げである巻き網船が好調であり、1～8月までの前年度比で152%、金額で161%となり、イカ釣り漁が振るわない分後押しとなっている。
		食料品製造業（総務担当）	・包材関係の目途が立たず、製造量も減少している。業務集約が思うように進まず製造が半減しているので、売上も比例して悪くなっている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口の工事案件もなく、生産量は現在の水準が継続する見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		非鉄金属製造業（経理担当）	・景気に特段の動きはみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	・懸案事項であった10月からの鉄原料の値上がりはなくなったが、円高によって得意先自体の受注が影響を受ける懸念がある。そうなれば必然的に当社への影響も不可避であるが、まだその状況は不明である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外向けの自社製品の売上は回復傾向にあるものの、円高による為替の影響で損益面は非常に厳しい状況が続く見通しである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・企業競争力が弱まっている昨今、大きな変化は期待できないし、現状維持になる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・直近の内示では前月に比べ減少傾向であるが、想定範囲内である。
		建設業（経営者）	・悲観的であったが、最近では公共工事で学校の耐震工事があり、悪いなりに大きな変化もなく動く。
		建設業（総務担当）	・他の産業に大きな状況の変化がないため、今後の2、3か月で変化はない。
		通信業（営業企画担当）	・中規模の引き合いや受注については継続しているものの、大型設備投資計画の検討については相次いで保留となっているため当面の景気上昇は期待できない。
		金融業（自動車担当）	・新興国を中心に需要は堅調だが、円高がこのままの水準で定着すれば自動車業界の採算悪化は避けられない。一方、行政の円高対策も考えられるので、このまま景況の悪化が続くことはない。
		金融業（営業担当）	・10月の国体開催でスポット的に消費増加が期待できるが、抜本的な改善は厳しい。景気回復には地元中小企業が将来に対して明るい展望を持ち、積極的な投資を行うことが重要であるが、中小企業の経営者からのヒアリングでは、ほとんどの人が景気の先行きに不安を覚えており、投資拡大が期待できない。
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・天候不順等による穀物の不作で原料費が上昇するなど、良くなる要素がない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・円高による消費マインドの停滞や住宅取得への諸施策の期限到来などで需要が減少する。
		化学工業（経営者）	・ユーロ圏や米国等、世界全体の景気回復不透明感が強い。
		輸送業（総務担当）	・地域の大きな取引先工場で業務縮小が行われたため、今後しばらく影響が出る見込みである。
		広告代理店（営業担当）	・国体開催後は景気が一気に冷めるので、持っても10月一杯である。その後の広告の中心は原子力発電所のはずだったが、電力会社からの広告が見込めない。
悪くなる		鉄鋼業（総務担当）	・欧州の経済危機や中国経済の減速により状況が悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・円高の影響で親会社も仕事が取れず、下請の当社に仕事が来なくなってきたり、一部の仕事で材料調達から機械加工、そして組立までを当社が行うものも出てきている。また親会社からの仕事が来ても、価格が下落してきており、これからはいろいろな仕事を独自に生み出していかなければならない。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内消費動向が依然として悪く、東日本大震災の影響、円高、原油高、就労率の低下、これから懸念される増税などにより景気が上向き気配もない。
		建設業（総務担当）	・公共工事の落札価格低下が著しい。
雇用関連	良くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災や円高の影響も一段落して、製造関係の事業所からの求人意欲も高まる。また建設関係も災害復旧関連により活発になる。小売業、サービス業、飲食業の事業所の求人意欲は引き続き高い。
		人材派遣会社（営業担当）	・先月に引き続き求人引き合いは安定して増加している。正社員採用数は微増のため、根本的な回復とはいええない状況であるが、企業の営業活動は活発化しているので回復基調である。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用は2013年度の採用活動の準備期間に入り、各企業は媒体選定などの大詰めを迎えるが、昨年度と比べて採用数や雇用形態などが大きく変化することはない。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・新卒採用について追加を決めたり、検討している企業が目立つようになっている。団塊の世代の退職に伴うニーズもあるが、足元の業績回復の目途が立ってきたことが背景にある。

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
		職業安定所（職員）	・求人申込票の様式変更により新規求人数が減少していたが、今月は増加に転じるとともに、今まで求人申込みをしたことのない事業所からの新規の求人申込が増えている。一方、有効求職者数は前年同月比で10%前後の減少を続けており、今後も急激に求職者数が増加する状況にはない。卸小売業やサービス業では買い控えの影響からか、求人数の減少がみられるものの、医療、福祉業では求人意欲は高い。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・現状では上向きであるが、依然として雇用を取り巻く政治状況が不安定である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新規求人数は増えており、産業別にみると自動車関連が伸びているが、それは自動車の増産に伴う臨時やパートの求人が目立っているに過ぎない。また高校生の採用選考が始まったが、工業高校では米国の大手金融機関の破たん前と比べて求人企業数は半減したままで、厳しい就職環境は変わっていない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・全体的には円高の影響で悪くなる傾向にあるが、業態でみると伸びる業種や企業も見受けられるため、平衡した推移となる。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・雇用状況が変わる要因が見当たらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・自動車メーカーで年度末に向けて減産の計画があるため、裾野の自動車部品製造業に至るまで求人が減少する見込みである。
		人材派遣会社（支社長）	・円高により各製造業が海外へ生産拠点を移管する動きが高まっている。今後国内での自動車生産台数が減少し、それに伴い製造業の求人数が減少していく可能性が高い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・良い材料が見当たらない。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・円高など先行きの不透明感から多くの企業で求人意欲が冷え込むことが見込まれる。
	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	スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題の影響が薄れ、また、青果の相場高もあり、売上、利益ともに順調に推移しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・最近の気温低下により秋冬物の動きが良くなってきている。また、東日本大震災の復興が進み、復興需要の増加にも期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・低燃費の新型車が次々と発売されるため、現状より良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車効果が続くことを期待している。
		タクシー運転手	・10～11月には、四国八十八箇所巡りの遍路客が増えてくる。また、年末に向けて、市内が少しは活気付くと思う。
		タクシー運転手	・9月はハイヤー、タクシーの売上等は下落するが、2～3か月先は忘年会のシーズンに入るため、現状よりやや良くなると判断した。
		通信会社（支店長）	・新商品、サービスのラインナップ充実により、販売数が拡大するであろう。
	変わらない	商店街（代表者）	・クリスマス商戦や年末商戦までは、現在の状況が続くであろう。商店街への人出や売上高は底を打ったような感じがあり、明るい展望がみえる。
		商店街（代表者）	・東日本大震災や天候の影響が、少しではあるが影響してくる。
	百貨店（営業担当）	・台風の影響を考慮すると、客数、単価共に前年同月を上回る結果であった。高額商品、高感度ファッション関連商品に動きがみられた。ブランド商品については、ブランドにより売上にばらつきが見られた。法人需要は低下傾向にある。	
	百貨店（営業担当）	・今後の経済動向は不透明である。	
	スーパー（店長）	・政府による景気刺激策など、現状の低調感を打破する要因が見当たらないため、節約志向が今後も続くであろう。	

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（企画担当）	・食の安全に対する消費者の不安は残るであろう。また、増税への不安から、日常の買物についても慎重感が続く。
		コンビニ（店長）	・売上が下がる時期に入るが、客の購買意欲がみられ、悪くなる感じはない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災、台風、水害の復興で、製造、建設関係は良いと思うが、それ以外は厳しい。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の話に景気が良い話はなく、政治や経済情勢も不透明感が強いので、消費マインドが回復する要素が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・年末にかけて新商品の発売を迎えるが、例年と比べ盛り上がり欠けている。客からの問い合わせも少なく、回復には程遠く、現状のままで推移する。
		家電量販店（営業担当）	・テレビの販売が減少した分をカバーする商品がない。家電製品以外のものを購入する方も多い。この状況は長期にわたりそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・年末にかけて新型車が発売されるため、販売増に期待がかかる。しかし、落ち込みを回復させるほどの効果があるか不安である。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の生産が前年並みに回復してきたため、納車はスムーズになってきた。受注は、エコカー購入補助金制度終了の反動もあり、なかなか伸びない。
		乗用車販売店（役員）	・全体の景気は底堅く、足元をしっかりと固め、下期に期待したい。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊者数はかなり好調に推移しており、10～11月の予約状況もまずまずである。この状態が今後も続くのではないと思う。
		旅行代理店（支店長）	・旅行需要は、東日本大震災による影響からかなり立ち直っている。しかし、株安や円高の影響により、旅行需要の落ち込みに繋がるかもしれない。
		通信会社（企画）	・特に大きな要因がなく、現状と変わらないと思う。
		観光名所（職員）	・来客数は増えつつあるが、売上高はさほど変わっていない。
		設計事務所（所長）	・土地価格が下落しているが、依然として動きは鈍く、状況は変わらない。
		設計事務所（職員）	・公共事業については、東日本大震災復旧・復興需要以外の増加は見込めず、むしろ、縮減傾向が一段と現実味を帯びている。被災地域以外においては、国や地方自治体の落ち込みが大きく、回復が期待できない。
住宅販売会社（従業員）	・商談数が増えていない。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・円高や株価低迷により、消費マインドが低下する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・秋は、贈り物をするなどのイベントがなく、商品が動きにくい。
		スーパー（財務担当）	・増税になれば、消費マインドに影響が出てくる。
		スーパー（人事）	・年末に向け、節約志向が続く。
		スーパー（企画・営業担当）	・節電志向から、冬用のエコ関連商品に期待している。しかし、節約志向が強いため、それ以外の消費行動への良い材料は見当たらない。
		コンビニ（総務）	・天候や気温にも左右されるが、景気動向が上向く要因は見当たらない。
		家電量販店（店長）	・デジタル放送移行後のテレビ需要の反動減が強く、2～3か月先も同じように推移する。
		住関連専門店（経営者）	・福島第一原子力発電所事故への対応方針がまだできていないため、景気はまだ良くならない。
		競艇場（職員）	・向こう2～3か月は好転材料が見当たらず、景気回復は期待し難い。
		美容室（経営者）	・来店サイクルが長期化しており、来客数は減少傾向が続いている。増税が実施されると一層厳しくなる。
悪くなる		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・大型小売店の出店が予定されているため、既存商店や飲食店への影響は避けがたい。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・世界的に政治・経済が不安定で、消費者の財布のひもは必然的に固くなる。生鮮食品は必需品だが、酒類などの嗜好品は購入対象から省かれる。
		衣料品専門店（経営者）	・震災復興のための増税等が検討されており、財布のひもがさらに固くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月後の予約状況は、週末は埋まっているものの平日は空きが多い。また、予約のキャンセルも出ている。客単価も下落しており悪循環である。

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
企業 動向 関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・7～8月の着工数は前年比で2けたの伸びを示している。ただ、マンション業界においては、高層マンションの着工が若干少なくなるのではないかと思う。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量は順調に増加しており、増産による販売量増加と売価改善による利益率のアップが見込める。
	やや良くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・円高傾向が続いており、悪影響が一部にあるものの、販売数量の増加が見込まれ、売上高は増加傾向にある。
		不動産業（経営者）	・価格などの条件は厳しいが、9月はオファーの回数が増加している。今後もこの傾向が続くであろう。
	変わらない	建設業（経営者）	・今後2～3か月で、景況が変わる要素が見当たらない。
		建設業（総務担当）	・デイケアセンターやグループホームなど介護施設の見積件数は多いが、価格競争が厳しく、収益面では全く期待できない。
		輸送業（経営者）	・現在は、政権を静観している感じがある。政策次第では、景況に変化が出てくるのではないかと思う。
		通信業（部長）	・今後2～3か月では大きな変化は無いと考える。円高の影響を特に懸念する。
		広告代理店（経営者）	・地方は依然として消費低迷が続いており、期待していた自動車関連業者の販促広告もさほど増加が見込めない。また、印刷紙の値上げが予想されており、印刷関連の価格競争も厳しくなる見込みである。
		公認会計士	・取引先企業の社長との話によると、全体的に景気は落ち着いているものの、不動産価格の下落が続いている。また、増税の懸念により先行きが見えないという意見が多い。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・国内景気対策に効果的なものがなく、株価低迷などの悪影響が出てくる。
		鉄鋼業（総務部長）	・円高の影響により受注先から大幅な値下げ要請がきており、応諾しなければ今後の受注は韓国や中国へ流れる状況である。
		輸送業（営業）	・燃料油の高騰や環境対策による車輛購入コストの増大は、運送会社の経営を圧迫しており、大きな利幅は期待できない。このような中、消費低迷による売上減少の回避策を運賃値下げ要請を含めた物流コスト削減に求める製造業者が増加している。
		広告代理店（経営者）	・用紙やインキの価格については、年末までの間に大きな価格上昇の動きがある可能性が高い。
悪くなる	輸送業（支店長）	・公共事業投資の減少や荷主の生産調整は今後も続く。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・今後、企業は年末商戦に向けての販売戦略を実施するため、そのための雇用が見込まれる。
		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し、新型車も多数発表され、地元カーディーラーの広告出稿が多くなっているため、売上は堅調に推移するのではないかと考える。車関係の売上が好調になれば、他の業界も好調に転じる。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	・派遣オーダーは増加傾向にあるが、景気回復によるものではないため、良くなるという実感はまだない。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・求人数の変化が少ない。
		職業安定所（職員）	・当分、景気は好調に推移すると思うが、円高の影響は注視すべきである。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加しても、求職者数も増えているため、現状維持の状態が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・前年同期と比べ、求人数は2割ほど減っており、過去5年間の中で最も少ない。秋採用の求人についても今年は伸びておらず、先行きの不透明感はぬぐえない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・来年度は新卒採用が多く、派遣社員の需要減少が懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ドル、ユーロの不安から、製造業の景気が良くならない。製造業が良くならなければ、サービス業の景気も良くならない。ただ、農業と漁業に関しては、東日本大震災の影響で例年より国内需要が見込まれるため、その限りではない。
民間職業紹介機関（所長）		・正社員の採用者を増やして業容を拡大しようとする企業は少なく、先行動向を見極めようとする企業が多い。	

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	—	—

### 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	都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災直後の約2～3か月は、売上、来客数共に前年を大幅に下回っていたが、今月はほぼ前年並みまで回復しており、先の空室状況も順調に埋まっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・気温が下がれば、当店で扱っている衣料品、寝具用品が伸びる状況である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・得意先が更に増えそうなことと、通信販売の売上が前年比で増加を続けていることから、やや良くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後は暑さの残る9月よりもギフトとしての生花の需要が見込める。いろんな販売方法や案内等多岐にわたる販売促進を考える必要はある。
		百貨店（販売促進担当）	・気候の変化により、買い控えられていた秋冬衣料の動きが良くなる。
		百貨店（売場担当）	・競合店が閉店したことで、秋物衣料については婦人衣料を中心にかなりの伸びを示している。客単価も前年比108%、1品単価は約3%上がっており、購買率も若干上がっている。閉店した競合店の客が当店に来ることが予想され、良くなる。
		百貨店（業務担当）	・通常発生する需要に加え、節電意識の高まりによりウォームスタイルで特需が発生する。ライフスタイルの変動は、提案次第では、更にプラス1品の需要が発生する。
		衣料品専門店（経営者）	・創業100周年の行事に向けて1人ずつの客の掘り起こしができているので、今後は良くなっていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・これから年末にかけて新型車の投入が続く。新型車効果により新車の販売台数の増加が見込める。中古車、サービスの取り込みも行い、会社全体の売上を伸ばしていく。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・秋から冬にかけて1年を通して一番コーヒーが出る季節に入り、現状をみても今後売上は増加する。また、お歳暮時期の進物関係の売上の伸びが期待でき、コーヒーの消費量も増えてくる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・夏の天候が悪過ぎたことの反動で良くなる。また、年末商戦に入ると、やや良くなる傾向が現状にみられる。
		高級レストラン（専務）	・当地への観光客が増えており、旅行者はお金を少しずつ落としている。ただ、東北地方の復興により旅行者が東北方面に行ってしまう恐れもあり、まだまだ様子をみなければならない。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けて需要が伸びており、やや良くなる。東日本大震災以降、金を使わない状況が続いていたが、その反動で年末は消費が増える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・会議や展示会等の入り状況が良く、宿泊予約状況は前年比108%前後で推移している。
		旅行代理店（企画）	・客の動きがかなり活発になっている。また、春先に旅行を控えていたシニア層が動き始めている。
		タクシー運転手	・今から3か月後はちょうど気候が良くなり、行楽シーズンでもあるため、客の動きが良くなる。
		タクシー運転手	・今から秋の行楽シーズンに入り、大変良くなる。予約状況をみても、売上はそこそこ上がる。
		ゴルフ場（従業員）	・これからの行楽シーズン、ゴルフのシーズンを迎えるにあたって、県外客がどんどん増え、予約も順調に推移している。逆に人手が足りないという状況である。
		ゴルフ場（支配人）	・秋のゴルフシーズンでもあり、11月に向け着実に予約を受けている。
		住宅販売会社（従業員）	・9月単月の販売数が好調であり、四半期ベースの移動平均でも今年は上向き傾向にある。
住宅販売会社（代表）	・増税前に動いておこうという消費者がみられる。		
変わらない	商店街（代表者）	・本来なら、夏の暑さを過ぎて行楽シーズンに入る時期であり、旅行用品や気候に合わせた実需品の動きがみられるが、消費者からは新しく物を買おうという意識がみえない。非常に厳しい状況であり、年末に入っても、必要な物は買うが、我慢できる物は買わないという状況となる。	

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
		商店街（代表者）	・現在の経済情勢のなかで、円高や株安等景気にプラスになるような材料が全くみられないので、このまま消費は低迷し、景気が良くなる状況ではない。
		商店街（代表者）	・今まで11月は忘年会等かなりの予約が入っていたが、現在、忘年会の食材の注文がほとんどない。今後は営業に出ていきたいが、全体的に景気が悪く、消費は縮小傾向であるため、あまり期待できない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・上向きになっていくような材料がないうえに、仕入れ価格が高騰している。固定客を安定させるため、質だけは落とさないようにしなければならず、厳しい状況となる。
		百貨店（売場主任）	・この夏は、節電をキーワードにクールビズ需要でにぎわったが、この秋冬のウォームビズがどの程度盛り上がるかが不透明である。円高基調も続き、景気が良くなるような要因が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・現金売上の金額、シェア共に減少し、客の慎重な買物姿勢が維持されている。ただし、厳しいなかでも客の興味をひく女性社員主体の催事や婦人肌着等を開催したところ、買物の楽しさ、話題性、必需品、ちょっとしたぜいたくの催事は好調である。ただ、秋に向けても買物に慎重な姿勢は継続する。
		百貨店（営業政策担当）	・今冬は夏場以上の電力供給への不安がある。また、原材料価格の相場が依然高く、株価や為替が低位水準で値動きの気配がない。
		百貨店（営業企画担当）	・円高、株価の下落、東日本大震災による税の負担増等が考えられ、客の消費マインドが今後も大きく低下する。
		百貨店（企画）	・取り立てて良くなる要素もなく、悪くなる要素もない。来店する客に対し、丁寧な接客で買上点数を増やすことが重要である。今後は、大型催事が続くので、集客力を高める販売促進施策を講じることが必要である。
		スーパー（経営者）	・客の動向をみても、先行きがみえず予想ができない。
		スーパー（店長）	・競合店が3店舗でき、客は近くて便利、より安い商品を選別する傾向がある。核家族の増加、シニア層も増えており、個食単位の購買が増加している。それによって客単価の減少がみられる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響、福島第一原子力発電所の問題、それに伴う電気料金の値上げ等、解決すべき問題が一向に解決されていない。消費者の購買意欲は高まらず、景気が良くなるような状況ではない。
		スーパー（総務担当）	・夏場にみられた省エネ関連商材の動きがあまり期待できず、前年は、大型家電のエコポイント駆け込み需要があった分、今年は前年の売上を下回る。
		スーパー（経理担当）	・肌寒くなることにより、前年より季節感に応じた商品が動くことも考えられるが、消費そのものが落ち込んでおり、厳しい状況が続く。
		スーパー（業務担当）	・天候不順による大雨の影響で、野菜を中心とした生鮮食料品の価格高騰は年内いっぱい続き、食品業界全体は低調になる。また、増税が具体化してくると小売関係は直接影響を被るので、今後、景気が良くなるのか悪くなるのかどちらに転ぶのか、全く予測がつかない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・1か月を通してみると、客は増えもせず、減りもせず前年とあまり変わらない。連休が多いと当店では来客数が減り、売上も減る一方で、今から寒くなるにつれておでんやファストフードの売上増加が少し見込める。その分、早く寒くなると、今度はアイスクリームやソフトドリンクの売上が落ち込む。
		衣料品専門店（店員）	・客から活気を感じない。地域ではヤング向けロープライス店が新規オープンし、賑々しいが、百貨店のミセスフロアーは高齢化が進み、静かである。景気が良くなりそうな気がしない。
		衣料品専門店（総務担当）	・競合店閉店による効果はこしばらく続く。
		衣料品専門店（取締役）	・当地区に競合店の出店が相次ぎ、パイの奪い合いになっている。客の管理をいかにするかという企業努力以外、景気が上向き要素は何一つない。
		家電量販店（総務担当）	・今後、半年位は家電に対する需要があまり見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税が終了する来年3月までの6か月間は今のまま推移する。	
		乗用車販売店（販売担当）	・高額商品に対する購買が慎重ななか、今回、当社の新商品のように真に価値のある物に対する購買は進むが、業界全体は前年を下回る傾向が続いており、この状況は当分続く。	
		住関連専門店（経営者）	・慎重ながら客の購買意欲は回復しつつあるが、買い回り商品である置き家具は購入決定までに時間がかかる。この先の見通しは景気の先行きが不透明で厳しい。	
		住関連専門店（店長）	・これから冬物が動いていくが、今年は動き出しが少し遅い。気温がまだ高いことが原因と思われるが、この状態が続くと、この先2～3か月は売上が非常に厳しくなる。	
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・10月の3連休に地域最大の地方祭が開催され、出し物等が出店される。当地を観光で訪れる観光客も多く見込まれ、観光客や地元客の消費に期待したい。また、秋の行楽シーズンにも入り、自動車の移動による燃料油の消費販売に期待したい。	
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・本来は2、3か月先の景気は良くなると答えたいところだが、今後2、3か月先が全く読めない状況である。行楽シーズンがくるのに本当に売上が増えるのか手ごたえを感じない。	
		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）	・台風等の影響もあり、9月中旬までは、売上、来客数とも良くなかったが、下旬以降、衣料品を中心に持ち直している。しかし、いまだ福島第一原子力発電所問題、電力不安等の社会不安は残っており、直近での景気の上昇は難しい。	
		高級レストラン（経営者）	・10～11月にかけて少しずつ予約が入っている。また、これから少し寒くなってきて、当地はふぐの鍋等が出る時期である。今後、客が少しでも増えるため、現状よりは良くなる。	
		高級レストラン（支配人）	・依然として消費動向は良くなく、今後もこの状況が続く。	
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数や客単価、客の声も良くなるような話、良くなるような数字はない。今後も厳しい状況が続く。	
		スナック（経営者）	・当店のようないくらか程度高単価な営業スタイルでは厳しい状況である。客をみると、より低価格に店へと流れており、今後も厳しい。	
		観光ホテル（総務担当）	・当地の景気は上向いている流れが続く。ただ、円高、株安等のマイナス要因がどれだけ影響を及ぼすか未未知数である。	
		都市型ホテル（副支配人）	・例年の団体の予約は入っており、インターネット予約等の動きも良く、予約は増えている状況である。	
		旅行代理店（従業員）	・円高メリットが徐々に浸透し、韓国を中心とした近場の海外旅行が伸びている。しかし、価格の高いヨーロッパ方面は低調である。	
		タクシー運転手	・県外の客は前年よりは少しずつ増えているが、県内の客の利用が少しずつ減っている。	
		通信会社（総務局）	・引き続き新規契約は好材料もなく、低調に推移する。	
		通信会社（業務担当）	・今後の売れ筋はスマートフォンが中心になるが、新商品の発表とキャンペーンを控え、販売数は横ばいになる。	
		テーマパーク（職員）	・これからゴルフやスポーツキャンプの時期に入るので、集客策の仕込みや話題性の創出を図っていくが、市場の反応についてはまた別の問題であり、動向を見守る必要がある。	
		理容室（経営者）	・客の来店が2か月から3か月に1回となり、散髪をするサイクルが伸びており、景気は変わらない。	
		美容室（店長）	・2、3か月前より良くなったが、今後良くなるとはいえない。店自体も客が興味を持つように変化させていく。	
		設計事務所（所長）	・新規の案件が非常に少ないので、3か月先も今月と同じく良くない。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・10月に入り、食品・生活必需品等の値上げが懸念され、景気はやや悪くなる。
			商店街（代表者）	・秋物商品が動き出せば、多少の売上が期待できるが、取り巻く環境は非常に厳しい。
一般小売店〔青果〕（店長）	・今年の冬の長期予報は全体的に暖冬が続くとあったが、野菜関係は、特に冷え込んで鍋物関係が動かないと、厳しい。利益のある果物にしても、今回の台風でかなり影響を受けており、かなり厳しい時期が続く。			



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
		百貨店（営業担当）	・乗客数が前年に比べて90%台前半で推移している。前年も本年も物産展等の催事で客の動員を図っているが、その物産展の客が他のフロアを回って買物する、いわゆるシャワー効果が非常に薄れてきている。一般の客の消費マインドが冷え込んでいるのを実感している。
		スーパー（店長）	・これから乳製品の値上げ等もあり、イベント、催事関係での売上も厳しく、来客数の伸びにもあまり期待できない。
		スーパー（店長）	・安い価格の物に対しても客の反応は鈍い。最近は同じような傾向が続いている。先行きも劇的な上昇は期待できない。
		スーパー（店長）	・前年のエコポイント等の景気対策が今年はなく、円高によるデフレ基調が長引きそうである。
		スーパー（店長）	・競合各社の景気は厳しく、競合店はテレビコマーシャル等で必死に対抗しており、価格を更に下げている状況である。今後、厳しい状況が続くことが懸念される。
		スーパー（総務担当）	・同業種による顧客争奪戦が激化しており、競争の中心が集客に関することであるため、販売単価が下落する一方で、購入点数は上がらない。売上高の維持が困難な状況となっている。
		スーパー（売場担当）	・年末にかけて、東日本大震災の影響で海産物や小麦粉等の値上がりが見込まれる。
		コンビニ（販売促進担当）	・12月から小麦粉の値上げがあるが、この時期に卵、いちご、もち米の値上げもあるのではないかと予測される。クリスマスケーキの販売個数に影響がでる可能性がある。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・ドル安のみならずユーロも安くなり相変わらずの円高、株安状態が当分の間続くと考えると景気が良くなるとは考えられない。今後の経済の悪化に対して自己防衛するために、消費は更に減退に向かう。
		観光型ホテル（スタッフ）	・売上の中核である披露宴の取り込みが10月、11月は低い。他のホテルを調べても全体的に低い。
		タクシー運転手	・とにかく客の動きは鈍い。少しでも節約しようという気持ちが働いており、客を迎えに行っても、通りの表に出てきてしばらく歩いてからタクシーに乗るという状況である。客の財布のひもが固くなっている。
		競輪場（職員）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故等の影響が依然としてあり、厳しい状況が続く。
		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）	・気候的な要素で客の減少が予想され、来年4月の介護報酬改定及び医療報酬改定が近づき、利用控えが懸念される。
		音楽教室（管理担当）	・受験期に入り、習いごとを辞める傾向が強まっている。
		設計事務所（代表）	・経済の停滞、株価の低下により消費マインドが低下しており厳しい状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・円高や増税等の話題により、お金を使おうとか、投資しようという意欲がだんだんなくなっており、厳しい状況が続く。
	悪くなる	百貨店（営業担当）	・2、3か月先は年間で最大の商戦であるが、経済環境や雇用状況等が現状から変わらなければ、もっと悪くなる。12月は不要不急な物を買う、あるいは外食が増える時期であるが、それが一切なくなるのではないかと考えられ、この12月は非常に厳しい年末商戦になる。
		コンビニ（エリア担当）	・競合激化で売上が上昇する傾向はみられない。厳しい状況しか考えられない。
		衣料品専門店（店長）	・景気回復の兆しが全くみえず、客の財布のひもはますます固くなる。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が減っている。定年で仕事を辞めて洋服が必要なくなった人、年を取って外出の機会が減ってきた人が増えているのが主な理由である。若い層は量販店に流れている。
		家電量販店（店員）	・アナログ放送の停波によるテレビの販売もその時期の半分に満たない売上状況である。加えて前年の家電エコポイントの減額による駆け込み需要の反動減が考えられ、厳しい状況となる。
		家電量販店（店員）	・景気が上向きになる要素が全く見当たらない。例えば東日本大震災の復興に対して景気が喚起されるということもなく、増税が懸念材料となり、景気が良くなるような雰囲気が見えない。客の財布のひもはどんどん固くなっていく。
		乗用車販売店（代表）	・良くなるような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	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		農林水産業（経営者）	・前年のような口蹄疫や鳥インフルエンザ等の外的要因がなければ、量販店、居酒屋はある程度は良くなる。生食販売についても少しずつ需要は戻ってきている。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今期の当初予算は確定しており、実行の案件が複数ある。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・9月は受注が大変落ち込んだが、10、11月になると需要期となり良くなる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・すでに受注している物の納期が2～3か月先なので現状よりは良くなる。	
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・10～12月までは生産量が増加する。	
		その他製造業（産業廃物処理業）	・年次定期補修工事による設備の老朽更新や機能改善等により、生産量が安定的に増加する見通しである。	
	広告代理店（従業員）	・全体としてみると前年を超える月が増えている。		
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・引き続き受注の見込みがある。	
		食料品製造業（経営者）	・前年と比較すると業績の良い状態が続いているが、来客数の伸びに比べて客単価が低下している。来客数が増加する要因は今のところ見当たらず、減少することも考えにくい。ため、引き続き身の回りの景気に変化はない。	
		家具製造業（従業員）	・復興需要もまだまだ本格化しておらず、また大型物件の計画も進んでいない。年末に向けての出店も今年はあまり情報がない状況である。株価の下落や円高等が重なり、投資案件は極端に減っている。	
		鉄鋼業（経営者）	・需要の回復に実感が乏しい。今後関東以北の復興需要や福島第一原子力発電所対策の鋼材需要は確実に出てくるが、当地区の建設需要はどうなるのか不透明である。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・先行きの不透明さはますます濃くなっている。	
		輸送業（従業員）	・消費が回復する要因が全く見つからない。	
		輸送業（総務）	・暗い情報ばかりで、明るい情報が見当たらない。	
		輸送業（総務担当）	・円高と節電問題が解消されるまで今の状態が続く。	
		通信業（職員）	・前年と比較すると受注量が減少しており、年度内の回復は厳しい。	
		金融業（営業担当）	・先々の仕事の見通しははっきりしてきたものの、受注しても、受注単価の低下傾向は続き、利益計上まで見込める状況ではない。	
		金融業（調査担当）	・長引く円高や資源高による生産面で懸念材料がある。ただ、県内に目を向けると、新しい商業施設のオープンによる消費の増加に期待される面もあることから、県内の景気は変わらない。	
		新聞社（広告）（担当者）	・年末から正月にかけて広告出稿のニーズを掘り起こしたいが、九州新幹線の開業があった前年に比べると大きなトピックスがない。	
		広告代理店（従業員）	・9月の新聞折込枚数は前年比100%であったが、前年の折込枚数が通常の15%減となっているので、厳しい状況である。今後についても折込出稿量が増える話がないで、今後悪いままで推移する。	
		経営コンサルタント	・今後コンサルティング関係の受注量が増えるとは思えない。今のような状態が続く。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・円高の影響が、田舎の当地でも出てきつつある。観光等も含め、現在の状況だとかなり厳しい局面に立たされる可能性もある。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社の受注量や取引先から聞いた現在の業況から判断して、向こう2～3か月で大きく変化する材料が見当たらない。	
		その他サービス業 [物 品リース]（役員）	・取引先の景気回復に対する懸念は根強く、設備投資等も様子見、再検討等前向きな動きが当面はみられない。現状の足踏み状態が続く。	
		やや悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・新規設備投資による引き合い量の減少がみられる。
			電気機械器具製造業（経営者）	・円高の影響で、半導体の動きがよく分からない。この状態が続けば悪くなっていく。新しい仕事を入れていかないと、乗り切るのは非常に厳しい。
			精密機械器具製造業（従業員）	・2、3か月前に比べると、受注生産計画が減少している。

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	
		建設業（従業員）	・案件が少なく競合相手が多数であり、受注しても採算が合わず、とても厳しい現状である。公共工事も入札制度により受注が困難である。入札制度を改善しないとなかなか景気は良くならない。	
		建設業（社員）	・県の上半期の発注は、ほぼ予定通りの発注である。第3四半期の発注が予定通りであれば極端に少なくなる発注予定である。市役所も上半期で70%の目標であるが、第1四半期の発注が予定通りに発注されなかったようで、10月以降もある程度発注されるが、まだ心配がある。	
		金融業（営業職渉外係）	・円高、株安などが続き、企業業績が悪化し、家計の消費も低迷する。	
		金融業（得意先担当）	・足元では回復傾向にあるとみている。しかしながら、これまでの景気悪化に加えて、東日本大震災の影響等によって、中小企業の資金繰りは非常に厳しい状況が続いている。現在、金融機関では金融円滑化法等で元金の返済猶予の一部条件変更を実施しているが、依然として予断を許さない状況が今後しばらく続く。	
悪くなる		金属製品製造業（企画担当）	・急激な円高や欧米の経済減速懸念による大幅な株安、増税論議等、景気悪化要因が多い。	
		経営コンサルタント（社員）	・酒業界で買収案件は10件ほどあり厳しい状況である。	
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・建設関係等の予算が東日本大震災の復興資金に充てられ、九州の建設関係の予算は更に切り詰められる。予算が低く、さらにその上で競争入札されるため、今後も利益の少ない、若しくは利益割れの状況が続く。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		人材派遣会社（社員）	・人の需要は増えてはいるので、全体では活性化している。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	・当地では9月にも大型商業施設がオープンし、年間を通して商業面積の拡大がなされている。雇用の拡大とともに周辺地域からの人の流入が考えられる。地域的にはかなり活性化が進んでいる。		
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費マインドはなかなか上向かないが、企業からの求人は引き続き伸びる。		
	民間職業紹介機関（職員）	・8月後半から求人数が大幅に増加傾向にある。東日本大震災の影響も一段落して、企業側も採用意欲が出てきている。特にエネルギー、環境関連業界での営業職の求人が目立つ。		
	民間職業紹介機関（社員）	・年末の営業、販売や単発案件がすでに発生している。例年より若干早い動きとなっている。ただし、首相交代に伴い労働者派遣法改正の動きについて問い合わせもあり、様子見の企業もある。		
	変わらない		人材派遣会社（社員）	・今きている注文数と同じ位の注文しかきていないので、良くならない。
			人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法の動向が不透明なため、派遣を控える動きはまだ続く。
			職業安定所（所長）	・新規求人が依然と増加傾向にあり、頭打ちの予想もされた。しかし、9月に入っても依然として伸びたことから、今後は当分の間安定した動きとなる。
			職業安定所（職員）	・個人消費の低迷により、小売業やサービス業において、新規求人数の減少傾向がみられる。一過性のものか今後注視したい。
職業安定所（職員）			・新規求人数は13か月連続で前年比増で推移しており、現在のところ改善傾向と判断しているが、円高等不安要素もある。また、事業所閉鎖等を行う企業も多少目につくようになってきた。このため先行き不透明な状況であり、変わらない。	
職業安定所（職員）			・例年7、8月の夏場の求人数は落ち込み、9月以降年末にかけて増加する傾向がある。加えて、円高の懸念は少し残るものの依然として採用意欲が高い。当面は現行通り堅調な動きを示す。	
職業安定所（職員）			・円高の状況が続いており、就職の状況が好転しない等、しばらくは景気、雇用の改善はみられない。	
民間職業紹介機関（支店長）			・東日本大震災の影響による契約終了や延長等人材需要の低下は止まったが、新規の発注、増員の発注は依然として少ない。需要の減少は止まったが、上向きにはならない。	
学校〔大学〕（就職支援業務）	・現状の就職環境は、しばらく継続する。			

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
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人は、依然として必要に迫られてからの発生で、上向きに転じる人的投資に乏しい。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・下半期の見通しが良い企業が少ない。
	悪くなる	○	○

### 11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	一般小売店〔靴・袋物〕（経営者）	・中国などからの観光客が、今よりも増えてくる。
		百貨店（営業企画）	・今月は店舗企画の月ずれにより大きく伸長することは無いが、基本的には4月の改装効果がまだ続くとみられ、前年の売上はクリアできると見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・キャンペーンによる商品の予約がやや増加傾向である。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・東日本大震災後から少しずつ回復している上に、10月はイベントが多く、ある程度の需要が期待できそうである。
		通信会社（店長）	・現在の好調の波に、年末の新商品が加わるため、販売が更に伸びるとの期待が持てる。
		通信会社（サービス担当）	・携帯電話サービス会社が米国大手電子機器メーカーと提携したため、通信端末の販売増が見込まれる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・県内は東日本大震災の影響が意外と少ないように見える。また年末年始の季節的な要因もあり、住宅展示場への来場が増え、良い方向に行くと考ええる。
	変わらない	スーパー（企画担当）	・来客数、販売点数は伸び悩むと考えられるが、食油や乳製品の値上がりの影響で1品単価が前年を上回り、売上は比較的堅調に推移すると考えられる。
		スーパー（販売企画担当）	・福島第一原子力発電所事故の影響により、生鮮食料品の回復は3か月後も見込めない。
		コンビニ（経営者）	・食事関連商品の改良が進み、客の評価が上がってきているので、来客数は今月と同様の推移をすると見込む。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価は前年より20円上がっているが、たばこで80円押し上げているだけで、たばこ以外の商品は60円下がっている。来客数減もあるが、できるだけ余分な物は買わない、安い物を買うといった意識が表れており、今後も継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税から1年が経過する10月以降も、県内の消費意欲、観光客の動向に大きな変化は無いと判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・客の購入パターンが変化している。前年では、次のシーズンの先買いをする客が多かったが、今はそういう客はかなり減っており、買い控えが続くとみる。
その他専門店〔書籍〕（店長）		・ここ3か月の販売量、来客数とも例年どおりで前年比をどうにか維持している現状であり、これから3か月が急に良くなることは期待できない。	
観光型ホテル（マーケティング担当）	・現時点での見込みとしては、前年を上回る稼働率が続くことと予測している。引き続き円高傾向が強く、海外旅行との競合も予測されるが、今のところの予約受注は前年を上回っている。		
やや悪くなる	－	－	
悪くなる	商店街（代表者）	・最近、東日本大震災や外部の大型店の影響もあってか、来客数が微妙に減っている。今後も来客数が増える状況にはならない。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・地元客の平日の夕食回数が増えていかなければ、極端な低価格、無料サービス、無謀な客引きなど店舗間の客の奪い合いで、お互いの首を絞めて苦しい状態が続いていく。	
企業動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	建設業（経営者）	・引き合い件数が増加しているので、先行きに期待できる。
		通信業（営業担当）	・本土大手企業の情報では仕事は確実に増えてきているので、今後は沖縄側での人材確保が課題となる。
	変わらない	輸送業（営業担当）	・本土企業の新規参入における物流業務受注は若干はあるものの、コスト競争の激化で収益はあまり期待できない状況である。陸上、海上輸送業務の燃料単価については、依然高止まりではあるが、若干安くなる傾向がある分持ち出しコストが減り、収益は良くなるとみられる。
輸送業（代表者）		・東日本大震災の影響や、変動が激しい燃料価格の問題等不安要素は多いが、当面は好調を維持するものと考ええる。	

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
		広告代理店（営業担当）	・国内経済状況は先行き不透明であり、県内企業の販売促進への投資に少なからず影響していることから、現状から大きく好転することは考えにくい。
	やや悪くなる	食料品製造業（管理部門） 窯業・土石製品製造業（経営者）	・今後、競合他社との競争が激化する。 ・建設工事自体は横ばいの見通しだが、製品需要の引き合いは厳しい見込みである。
	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・一般企業の求人数は増加傾向が継続する。ただし、情報通信業の求人数は減っている。
		職業安定所（職員）	・観光客は増加傾向にあり、観光関連企業の求人に影響していく。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後は採用活動が落ち着きをみせる可能性もあるが、引き続き更なる好調を期待する。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・夏の観光シーズンも一段落しており、また、円高等の企業の不安要素もあるので、企業の新規採用や派遣社員の活用も、しばらくは様子見が続くと予想される。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	