

・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 (北海道)	良くなる やや良くなる	—	—
		商店街（代表者）	・例年と同様に商店街のイベントが行われるが、歩行者天国も含めて市民参加型のイベント内容に変わってきており、ここ数年の通行量調査においても天候の悪影響がなければ来街者は増加している。そのため、夏物衣料、交通、飲食、遊興施設等で売上の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・観光客の数が戻りつつある。ただし、今、集客できているのは激安ツアーの客が多い。激安ツアーのため、やはり物が売れるかという点、売れてはいいような状況だが、今後、デフレによって旅行代金の低下が見込まれ、集客はある程度見込まれるため、期待を込めてやや良くなるかとみている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・海水温度と海流の変化の影響だと思われるが、ほっけがまるで岸に寄りつかず獲れない。さらに、日照時間も極端に少なく、景気の悪い日が続く、先行き不安は常につきまわっている。ただし、いくら今の政府でもこれ以上東日本大震災の復興を伸ばすことはできないはずだとみられることから、復興景気に期待することで良くなっていく。
		スーパー（店長）	・高速道路料金引下げの終了後、1年が経過して来客数が戻ってきている。また季節商材においても低単価中心ばかりではなく、高単価の動向が良かったため、十分期待できる。
		スーパー（店長）	・期待値を込めて良くなってほしい。ただ、あまり変わらないのではないかと懸念もある。
		コンビニ（エリア担当）	・7月以降に予定されている工事、建築等の情報が多くなっている。
		家電量販店（店員）	・7月の天候に期待している。また、オリンピック効果に期待する。
		家電量販店（地区統括部長）	・家電の需要は、7月まで落ち込み続ける可能性が高いが、逆に8月以降は若干持ち直しが予想される。
		タクシー運転手	・少し落ち込んでいた売上も、ここにきて下げ止まった感がある。これから夏休みや観光シーズンに入り、売上増加が期待できることから、やや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・中高年層を中心に需要が回復してきているとともに、新サービスに対する期待も大きい。
		観光名所（従業員）	・地元航空路線の台湾との国際便が定期便となり、これまでよりも外国人観光客に期待が持てる。また、現時点での修学旅行の予約件数が平均よりも多い。
		観光名所（職員）	・全国的な節電の影響もあり、北海道を訪れる観光客が増加する。また、東南アジアからの来場者も増加することを期待している。前年は東日本大震災の影響で、小学生や中学生の修学旅行が増加したが、今年は東北に戻りつつあるため、やや減少傾向にある。
	変わらない	商店街（代表者）	・気温によるところも大きいですが、客の動向をみると、買い急いでいるわけでもなく、実売の時に、本当に必要な物だけを選ぶ傾向にあり、こうした傾向が秋になっても続く。
		商店街（代表者）	・政府が行っていることにまだ見通しが立たないということもあり、景気もこのままで推移する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・現在の状況を見ると、2～3か月後に好転するということは考えづらい。そうかといって、極端に悪くなるということも考えづらい。したがって、今のような状況がややしばらく続く。
		百貨店（売場主任）	・今年は節電の夏と言われている。今後3か月の長期予報は平年並みとなっているが、7～9月における節電で、計画停電が発生した場合、小売店としては大変な事態になる。また、ある程度暑くならないと、7月のクリアランス商品の動きも先が見えない。
		百貨店（売場主任）	・天候要因に左右される衣料品、雑貨だけでなく、食品を含めた全部門が苦戦している。

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
		百貨店（販売促進担当）	・店舗の集客が減少している。同様に、店舗周辺の商店街や競合他店への集客の減少傾向も止まらない。単発の店舗独自企画のみでの集客には限界がある。
		百貨店（役員）	・停滞感が漂っており、物を買う雰囲気になっていない。
		スーパー（企画担当）	・好転する原因が見当たらない。とにかく、株価がバロメーターとなるとみられる。
		スーパー（役員）	・気持ちやや良くなりかけていると感じているが、今後の消費税の増税問題や社会保険料の見直し等による可処分所得の減少から、貯蓄等の生活防衛に金が回ることになる。消費マインドは更に下がり、今後、良くなることは考えにくい。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の東日本大震災以降、2次産業が中心のエリアで苦戦がみられる。特に、酒やたばこなどの嗜好品の減少が大きい。
		高級レストラン（経営者）	・消費税の増税問題などの政治的な要因により、景気はなかなか上向いてこないとみられる。北海道の地方都市の景気が上向いてくる要因がなかなか見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・乗客数が増えているため、今後少し期待が持てる。ただし、飲食店やレストランの景気全体が上向いているとは思えないため、今月限りの一過性のもthingかもしれない。
		高級レストラン（スタッフ）	・先行き不透明な経済状況であり、3月から例年以上に倒産や事業縮小が相次ぎ、接待利用が激減している。これからもこの状況が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今年の7～8月は需要を喚起するような、大会、イベントが低調である。旅行会社経由の低価格商品、Webの格安プランの構成比が上昇すると見込まれる。一方で、9月は回復基調にある。
		旅行代理店（従業員）	・客の来店状況や取扱額は、ある程度の水準を維持しているが、収入ベースでは相変わらず低価格商品の割合が高く、景気が向上する方向には動かない。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は7月が前年比88.4%、8月が前年比93.3%となっており、海外旅行は7月が前年比93.4%、8月が前年比141.8%となっていることから期待は持てない。
		旅行代理店（従業員）	・政治決着して、消費マインドが上がることに期待している。
		タクシー運転手	・前年の東日本大震災以降、9月までは売上が大きく落ち込んだ。今年は4～6月の売上から判断して、観光客は戻ってきているが、今後のタクシー利用に大きな期待はできない。
		タクシー運転手	・各月の受注の変化にアップダウンがあるような状況で落ち着いた流れにはまだなっていないため、この先においてもこの状況は同様に続く。
		タクシー運転手	・今後の見積り依頼やオーダーの状況から、景気が上向きになるような要素も思い当たらないため、注文数も前年並みで推移する。
		美容室（経営者）	・消費税というキーワードが増えてきたことで、消費意欲が低下するような話をよく聞くため、現状の動きからやや停滞することになる。
		美容室（経営者）	・ボーナス月であったとみられるが、そのことに左右されるような感じはない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年、観光期のピークを迎えるため、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・前年に、控えられていた反動があるため、しばらくは客の動きの良さが続きそうである。耐震リフォームへの関心も強い。
		住宅販売会社（経営者）	・総選挙が終わって政局がはっきりしない限り、状況は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・競合企業のマンション成約率にあまり変化はないが、供給戸数を調整しているようである。先行きの見通しを厳しく見ているのか、マンション用地の仕入れにも慎重な企業が多い。
	やや悪くなる	百貨店（販売促進担当）	・真夏の天候がどのように左右するか検討はつかないが、節約の傾向は続くため、なかなか回復基調になりにくい。
		スーパー（企画担当）	・消費税の増税問題の行方、社会保障改革の方向性等の消費に対するマイナス材料が消費者心理に徐々に影響を与える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（役員）	・節電により店内証明を暗くする店舗が多くなっており、客の購買意欲の減退が心配である。また、再生可能エネルギー買取り分の価格転嫁によって電気料金が値上がることになり、家計防衛のための節約志向が更に高まる。
		コンビニ（エリア担当）	・明らかに低価格志向の傾向が進行している。競合チェーンの出店も相次いでおり、現状の流れが回復する要因はみられない。天候要因により夏型商品は好調であるが、あくまでも気温に左右されるため、油断できない状況である。
		衣料品専門店（店員）	・国会で消費税増税法案が可決されることになれば、消費動向に買い控えの様子がみられるようになる。消費生活に必要なとされるものから優先されるため、京呉服は無駄な買物とされることが懸念される。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年、減少傾向に転ずる月になることに加えて、今年は需要の先取り感がある。補助金の予算切れが予想されるため、それに伴う受注減が予想される。
		旅行代理店（従業員）	・夏場の予約が今一つ伸びてこない。
		パチンコ店（役員）	・北海道に関しては、夏だけではなく、冬の電気使用量も抑えなければならない。夏の状況によっては、今後、更なる電気使用量の削減が必要になってくる可能性がある。
		美容室（経営者）	・景気の良い話ができないくらい不景気である。
		悪くなる	商店街（代表者）
	スーパー（店長）	・消費税が10%になることを踏まえると、消費にブレーキがかかることは必須であり、安売り志向が客単価を下げ、販売量が増えても売上が予算達成できなくなる。	
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	—	—
		建設業（経営者）	・官民、土木建築ともに受注が進み、工事の稼働は一部最盛期に入る。また、景気対策、デフレ対策の補正予算も予想されるため、マインド面では期待できる。ただし、単価の高騰、人手不足などが、どの程度原価や工程に影響を与えるのかが心配される。
		金融業（企画担当）	・エコカー補助金が打ち切りとなり、乗用車販売の反動減が懸念される。観光関連は、夏のシーズンを迎え、東日本大震災の影響で旅行を控えていた個人客の伸びが期待できる。建設関連では復興需要がみられることになる。
		司法書士	・建物の新築が増加傾向にあるため、これに関連する土地取引においても取引量が多くなる。
		コピーサービス業（従業員）	・緩やかではあるが、東日本大震災等の影響も大分薄れ、確実に景気が上向いてきているため、今後も少しずつ上向くとみている。
		その他非製造業【鋼材卸売】（役員）	・顧客の仕事量が増えてきたせい、消耗資材商品の販売量が増えてきている。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・夏に向けての節電ムードがどう出るか不明であるが、それを除けば、現状から変わる要因が見当たらない。
		家具製造業（経営者）	・外的な環境は必ずしも良くはないが、欧州危機も一服状態で国内景気も落ち着きを取り戻してきた。そのようななかで、高額商品の売行きに安定感が増してきた。
		金属製品製造業（役員）	・今のところ、消費者の購買意欲があまりないのではないかとみられる。展示会などで聞き取りしてみると、購入に対して慎重である。
		通信業（営業担当）	・現状は、ここしばらくの景況感よりは上向いたと感じているが、今後に関しては不透明な要素が多く、横ばいで推移する。
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・現在稼働している建築工事の規模から、今後についてはピークを過ぎるとみられる。新規着工事も多くは期待できない。
		司法書士	・消費税の増税が現実となりそうのため、増税前の取引の増加に期待したいが、その後の景気の落ち込みをカバーするだけの政策や展望が見えない。増税分を上乗せできる事業者は多くないと考えられるため、今後の景気の落ち込みが心配される。
その他サービス業【ソフトウェア開発】（経営者）		・現時点で受注がもたついていることから、2～3か月後には間違いなく実作業量が減ることになる。	
雇用	悪くなる	—	—
	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
関連 (北海道)	やや良くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・観光関連業種がけん引して、娯楽業や飲食業を中心としたほとんどの業種で求人の上昇が見込まれる。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	・医療、介護業界を除いて、回復を期待させる要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・地域を支えている農業の生産加工がこれから繁忙期を迎えるため、人手不足が続くそうである。しかし、もう1つの基幹を担ってきた建設関連は、地域の中堅企業が倒産するなど、公共工事削減によるダメージが顕在化してきている。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・求人件数の伸びにこれまでの勢いがなくなっている。例年、7月は求人件数が伸びるが、前年の伸びが大きかった分、前年との比較でマイナスになる業種が増える可能性がある。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・今後も観光をメインに回復基調を見せる業界もあると思われるが、地方都市主導の何らかのコンフル材のような景気刺激策が出ない限りは、見通しが立たない。地元が元気にならなければ、景気が良くなるようなイメージが湧いてこない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・基幹産業である農業の繁忙期を迎え、農業関連の業種での人材確保が見込まれる。
		職業安定所 (職員)	・有効求人倍率は24か月連続して前年を上回っているが、依然として低い水準で推移しており、厳しい雇用環境が続いているため、今後についても変わらない。
		職業安定所 (職員)	・地元の中心産業の1つである漁業について、5月以降、漁獲量が減少している状況のなか、6月に入り漁業会社2社が続けて倒産しており、しばらくなかった船員の離職者が発生したことから、水産業界全体の先行きの見通しに不安定感があり、景気が良くなる見通しは感じられない。
	学校 [大学] (就職担当)	・変動するような要素が見当たらない。	
やや悪くなる	○	○	
悪くなる	—	—	

2. 東北 (地域別調査機関：公益財団法人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 (東北)	良くなる	タクシー運転手	・当社にも従業員が沢山いるが、辞める人がいない。皆、ある程度の成績をとってきているし、乗客の話でも大変だという声が聞かれなくなっている。
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・6月下旬から天候も大分回復し、夏らしい天気になっている。今後、夏場に向かって、需要が増えていくことが期待される。震災の復興もあまり進んでいないが、当地域ではいろいろ連携をしながら震災復興の応援イベントを実施しているので、そういう動きにも拍車がかかるとみている。
		一般小売店 [酒] (経営者)	・お祭りやお盆があるため酒がいつもより売れることが予想される。
		一般小売店 [医薬品] (経営者)	・客の動きや販売数をみても、徐々に回復しつつあるのうかがえる。今後も必要であれば購入するという傾向が期待できる。売出しや近所への手配り等への客の反応も良いので、これからは少し良くなっていくとみている。
		百貨店 (経営者)	・7月以降は気温の上昇が予測されているため、季節商材に関してはある程度のばん回が見込める。ただし、市況に関しては好材料に乏しい状況である。
		スーパー (店長)	・景気に一番影響を与えるのは天候である。今年は飲料などの一部商品の供給不足もないことから、前年同様の猛暑になれば、売上は作れるとみている。
		コンビニ (経営者)	・前年の震災景気の裏年となるということで心配していたが、6月も前年を上回る状況で、景気は若干良くなっているようである。前年は復旧関係の人が増えていたが、今年、特に今月は近隣の住民中心なので、好感が持てる状況である。
		コンビニ (エリア担当)	・7～8月は特に海沿いの店舗で、前年の震災自粛ムードからの大きな回復が予測できる。一方、観光地以外では大きな好転は見込んでいない。全体ではやや良くなると予測している。
	衣料品専門店 (店長)	・天候不安定で夏物商材の売行きに勢いがついてきていないなかでも、比較的高単価の商品は動いており、中期予報どおり、7月以降気候が安定してくれば、夏物商材のニーズが高まってくることが予想できる。	

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
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の商戦も持ってあと1か月であり、駆け込み需要もある程度は期待できるが、相対的に縮小傾向となる。
		住関連専門店（経営者）	・新築の需要は少し落ち込んでいるが、お盆をはさんで、仏事のものを買っているものとしては細かいものの売上を大幅に伸ばせるのではないかと見込んでいる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・さくらんぼの時期となり、特に今年は風評被害も落ち着き、県外からの旅行者が増加傾向にある。観光客の土産などでの県産商品の消費に期待したい。また天気次第だが、ビアガーデンもオープンしているので、ビール等のアルコール類の販売量の動きにも期待したい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・復興需要が当分続く。
		高級レストラン（支配人）	・被災地に対する支援や観光への働きかけによって、今夏のイベント等は活性化すると期待感がある。地元企業も地域貢献に対する意欲が高まる傾向にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから観光のオンシーズンに向かうにつれ、やはり、客も動くのではないかとみている。県自体も重い腰を上げて、いろいろな施策を打っているが、ここで頑張らないとということもある。実際に宿泊の稼働率も、宴会の売上也上がっている。
		旅行代理店（従業員）	・今復興関連に回っている予算が今後は下まで降りてくると考えられる。その時期がいつなのかは分からないが、予算が回ってくるにより良くなるのではないかと判断している。
		通信会社（営業担当）	・観光シーズンに入るため期待が持てる。
		通信会社（営業担当）	・新商品が発売になる。
		観光名所（職員）	・頼みの綱のさくらんぼの発育状態が大変順調で、前年よりも販売量が増えることが見込まれるため、若干良くなるとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・このまま回復基調となつてほしい。懸念材料は、消費税増税関連の動きが社会経済に与える影響と、政局の流動化による混迷である。
		住宅販売会社（経営者）	・震災の影響もあり、太平洋側からの受注も多く売上也伸びている。
		変わらない	
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税の動きがあるので、個人の預貯金が安定下にあっても消費マインドは更に落ち込むことが予想される。		
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・仮設住宅に住む人が多い状況が続く限り、客の買い控えは続く。		
百貨店（売場主任）	・先行き不透明ながら、客は個々のライフスタイルを大切に楽しんでいるようである。大きな動きはないものの、服飾用品、雑貨を中心に推移していくと予想している。		
百貨店（企画担当）	・夏の大きな商戦となるクリアランスセールは全体的に遅れてのスタートではあるが、セール自体のパワーも低下していることから、購入時期の分散化は起こるものの、結果的に大きな変動はないと判断している。食料品及びリビング商品は前年より震災特需は減少していくが、その減少分を引き続き堅調な高額商品がカバーしていくとみている。		
百貨店（営業担当）	・婦人服、紳士服については定価商品が売れていることから、消費者の購買心理は良い商品を適正な価格で購入するという傾向にあり、購買意欲は落ちていないようである。引き続き顧客心理に合う商品を展開していくことで、現在の景気を維持していくことができると考える。		
百貨店（買付担当）	・当面は復興需要が続くとみているが、被災地の来客数、売上が減っているため、今後、数字が落ち着いてくると予想される。		
百貨店（経営者）	・放射能問題を払しょくするような具体的な改善策が見えないため、青果の価格下落も含め、当県及び隣県の厳しさは変わらない。若干ではあるが外国人旅行者が戻ってきた。震災前の水準に戻れば必然的に上昇、改善される。		
スーパー（経営者）	・競争激化の影響で、来客数は安定しているが単価はやや下降気味である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・7月は復興事業の効果で一部地域では建設、土木関係や小売、食品製造関係がとても良いと聞く。そして有効求人倍率も上昇傾向にあるようだ。しかし、雇用のミスマッチも多いとのことなので効果的に大きな所得アップには結び付いていないようである。また、民間の夏季賞与は前年以上だが公務員は減額である。さらに、大手家電メーカー各社、電力各社も大幅減益である。今夏も節電対策の話題、円高の継続や消費税アップの話などが聞かれるほか、除染関係の復興事業は未消化も多いと聞く。それらが消費意欲の減退や抑制に働かないようにと願っている。もうしばらくこの傾向は続くともみている。
		スーパー（店長）	・前年同様、節電対策商品等の販売状況は好調だが、現状で競合店間のチラシディスカウントは変わらず、厳しい状況が続くことが予想される。
		スーパー（店長）	・近隣に競合する大型店がオープンし、各社は通常にも増して価格対応をしている。しかし、影響は避けられず、来客数及び売上はしばらく続くと予想される。客も価格の安さに慣れてしまい、ちょっとやすつとの安さでは動かなくなっているという現状もあり、無駄な買物をしない傾向と相まって、厳しさは続く。
		スーパー（店長）	・近隣に競合店舗出店の予定もなく、環境も変わらないので、状況も変わらない。
		スーパー（営業担当）	・チラシ特売等で目玉価格を出しても、商品が安いから沢山買うということもなく、必要な分だけ買うという志向は変わらないことが予想され、販売点数が伸びるとは考えられない。
		スーパー（販促担当）	・段階的な増税もほぼ確定し、景気に水を差す状況である。これ以上悪くもならないだろうが、食品小売業においては客の取り合いで価格競争だけが激しくなることが予想されるため、景気の先行きは不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・前年からの来客数の増加が一段落し、前年比での減少傾向がしばらく続くと判断している。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税や政局不安定な現状、電力料金の値上げ申請があるような状況では消費拡大にはほど遠い。景気回復には時間がかかる。
		衣料品専門店（経営者）	・今月、生地メーカーがまた廃業になった。この先消費税が上がることを考えると明るい話題が無い。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引き上げや、景気や将来への不安感がどのように消費者の購買意欲に反映されるのか、予測できない。
		衣料品専門店（総務担当）	・政治の不透明感、消費税増税と将来に対する不安が、消費にマイナス影響を与えると考えられる。景気が上向きになるとは考え難い。
		家電量販店（店長）	・国内需要の改善が見込めない。
		家電量販店（店長）	・当県は復興需要があるので、他県とは比較できないと思うが、間違いなく復興需要と電力会社からの賠償金、こういったものの買物がまだまだ見受けられる。ただ、復興需要の買物客が今後も伸びていくとは考えにくい。今のところ、特にテレビはアナログ停波以降の落ち込みがあるので、かなりダウンしているが、白物家電は順調に前年よりは伸びている。
		家電量販店（店長）	・政治的に不安定な状態であり、エコカー補助金終了等の話もあるので、景気の回復は難しい。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金は間もなく終了するので、販売量の増加も望めない。
		自動車備品販売店（経営者）	・そろそろ初期のエコカー減税対象車の車検期に入るが、ディーラーの補修車検の抱え込みが厳しく、一般の認証工場への入庫は厳しい。たとえ入ったとしてもそれにかかる初回の車検補修費用はとて少なく、利益は薄利であると考えられる。
		住関連専門店（経営者）	・欧州の信用不安により円高から円安の方向になかなか進んでいないということ、政治不安定といった状況から、経済もなかなか戻らない状況にあるため、景気は変わらないとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・震災特需のあった前年並みの売上確保が難しい。土日の集客が落ち続けている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・震災復興需要が続いているうちは表面上は落ち着いているが、今後の保証状況及び復興予算の付き具合によって大きく景気が左右されそうである。原油価格が反転する秋口まで基本的にこの状況が続きそうである。
		一般レストラン（経営者）	・衆議院で消費税増税法案が可決されたが、それが景気に良いのか悪いのか判らないので、みんな様子見なのではないか。
		一般レストラン（経営者）	・今月はまあまあ良かったが、3か月後は陽気も良くなって、客の人出というか、出るのも多くなってくることが予想される。ただ、単価に関しては決して上がることはない。人の数でこなしていくしかない。
		一般レストラン（経営者）	・景気が上向く材料が見当たらない。一部の飲食店においては繁盛しているという噂も聞くが、レストランというジャンルにおいてはなかなか厳しい。政治が落ち着かないこともあり、なかなか展望がみえないというのが現状である。
		観光型ホテル（経営者）	・今月も多少良かったのでその傾向が続くとみている。2、3か月後の入込予約数は前年比で15%ほど良い。また、気軽に利用できる地元の食事付き日帰り客も良好である。
		観光型ホテル（スタッフ）	・少しずつではあるが、問い合わせが増えてきている。しかし、客単価を上げる状況ではない。観光については今特に東京が注目されており、地域全体での集客力が衰えている。また、客によっては、観光地の道路の状況はまだまだ悪いのではないかと思っており、その辺についても、よく説明をして、少しずつ良くなっているとアピールしていきたい。あらゆる手段を講じてやっていかなければならない。
		観光型旅館（経営者）	・客は相変わらず週末や連休に集中し、平日は直前まで客の動きがつかめない状況である。また、平日の集客は非常に悪い。状況としては低調なままの推移が続いている。
		都市型ホテル（経営者）	・前年の3月11日以降、復興景気が約1年半続いている。良い意味での変わらないというのは、ある程度復興景気がまだ続くだろうという判断である。ただ、東京電力福島第一原子力発電所事故により、沿岸部と当市及び近郊との交流がかなり減っているのが実情であり、そういった点で将来の景気について不安がないわけではないが、現状をみると、そう極端に落ちることはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルの場合、この先法人需要については季節的要因が少なくなる時期であるが、その分夏休み等での個人需要や総体といった特殊イベントでいかに人を呼び込むか、企画商品を作るかである。企画立案をしてどういった販売チャネルで売るか、スピードを持って変化していかないと生き残れない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・学会、大会、イベントに伴う宿泊予約は前年に比べ満室日が多いが、婚礼、宴会等の主力部門に目立った動きはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人及び団体の予約状況は順調だが、レストラン、宿泊等は先行予約が低調になり始めている。
		旅行代理店（店長）	・景気が更に上昇する要素は特に見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・当地では水産加工が低迷しているものの、建物などのインフラ整備等の仕事量はあるということで、別な意味で活気はある。それ以外はほとんど変わらない。
		通信会社（営業担当）	・エコカー補助金終了の兆しを受け、新車販売の駆け込み需要と、夏祭りなど各種イベントの準備等で一時的に好況感が出てくると想定しているが、消費税増税の衆議院通過により、長期的な消費低迷期に突入していくとみている。
		通信会社（営業担当）	・増税もあり、この先消費者の購買意欲も向上はしないとみる。
		通信会社（営業担当）	・良くなる条件が見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・本格的な夏のシーズンを迎えるが、東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害の影響についてはまだ予断を許さない状況が続くと予想される。
		観光名所（職員）	・現時点では特に景気が変動するような様子は見えない。
		遊園地（経営者）	・3か月予報では平年並みの夏になるとのことであり、また、夏のイベントにも力を入れることから、徐々に震災前に近づく見通しである。
		競艇場（職員）	・今月ほどの売上を2、3か月先に上回ることは見込めない。
		美容室（経営者）	・消費税増税や、世界情勢不安から消費者の財布のひもは早々ゆるくならない。

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
		美容室（経営者）	・消費税増税法案が可決されたため、消費を控える動きも出てくるであろうが、良くもなく悪くもない状況が続くとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・現状の引き合いからは上げ止まり感があり、さらに良くなるかどうかは疑問である。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・ここから先、商店街としてはそろそろ踊り場かなという感が強い。政治の不安というのも消費にかなりマイナス影響を与えることが予想されるので、今後特に注目したい。
		商店街（代表者）	・7、8月ぐらいの予約状況は全く先が読めない。現時点でもかなり少ない状態となっている。短期にはなっているが、これがかなり下向きに振れる要素がある。
		商店街（代表者）	・震災復興需要で潤っている業者がいる反面、改装を予定している店舗が資材、工事費が高騰して決断できない例もあり、商店街全体としての業況はやや下降線をたどっている。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・このまま低空飛行で夏場を迎え、売上が作れなくなる秋冬に入るとかなり厳しくなる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は生活必需品のみの購入に抑えている様子が見られる。客と話をしても、先行きが見通せず将来への不安感が強い様子で、余裕がなく不安感や不満感を口にする人も多い。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税など、政治の不安定な要素が消費マインドに影響してくることが予想される。
		スーパー（総務担当）	・政局が不安定であることに加え、仮に消費税が上がれば買い控えがより強まるとみられる。海外の経済情勢も不安定なので、自己防衛に走ることが予想される。
		コンビニ（経営者）	・復興景気の反動が徐々に出てきている。
		コンビニ（経営者）	・求人数は増えているが、雇用のミスマッチが増えているようである。高齢者の財布のひもも固くなりつつある。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の復旧、復興工事も一段落した様子で、今後の復興計画がより具体的にしないと工事需要等の増加は見込めない。現状、政治や経済の先行きは不透明であり、安心できる材料はないのではないか。
		コンビニ（エリア担当）	・前年は梅雨明けが平年より早く、猛暑であったため、より一層売上の不利差異が拡大すると予測できる。
		コンビニ（エリア担当）	・今年度は新規出店が多くなる。
		コンビニ（店長）	・全体的には変わらないとみているが、前年比で考えると震災特需がなくなった分、下がっていくのではないかと。また、業界によっては、例えば電力関係の会社の方は結構いるんじゃないかと。業績が日々マイナスということで、購買意欲も若干下がりがつあり、当店の場合はあまり良くない。節電の夏がくるということで、若干下がるのではないかとという方向で考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・例年よりサマーバーゲンを遅らせているので、どのような結果になるのか不安である。また、価格が安くなっても、必要なもの以外は買わない傾向が続いているので、販売量の減少を予測している。
		衣料品専門店（店長）	・引き続き、景気の不透明な状況が続く、来客数が減少することが予想される。
		衣料品専門店（店長）	・夏の商戦を終え、秋物が立ち上がってくる。前年は新しくスーツを作る客が非常に多かったが、今の客の動向を見ていると、バーゲンや割引をしないと目を向けてもらえない状況になっているので、客になかなか来てもらえないのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・2、3か月先はエコカー補助金の終了が予想され、新車需要の反動減が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車販売におけるエコカー補助金の終了とともに、かなりの販売冷え込みが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了による反動が確実に起こる。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の終了による客の消費動向の落ち込みは必至であり、それに伴う販売量の減少は免れない。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費税増税法案が衆議院を通過し、財布のひもはますます固くなるのではないかと懸念している。	
	その他専門店〔酒〕（営業担当）	・仕入原価の上昇や米の価格の高騰等、今後のマイナス要因や不安材料が多く、様々な対応を余儀なくされる可能性が高いため、売上を維持できたとしても減益の可能性が高い。	

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〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・今のところ暑さがそれほどでもなく比較的涼しいので、夏物の売行きが無い。これから暑くなったとしても前年の節電機運より盛り上がり欠けるのであまり期待はできない。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・売上高の推移が今も減少傾向にあり、特に買上客数の減少が大きい。これは、消費税増税法案や年金問題など、先々の可処分所得の減少が予想されることから消費動向が衰退しているためと推測される。	
		高級レストラン（支配人）	・震災特需の恩恵を受ける者と受けない者の格差が開いたところへ、欧州の信用不安と国内の政局がからみ、明るい要素がみえない。	
		一般レストラン（経営者）	・消費税等税金の問題もある。また、様子を見てみると客の出足は鈍いようである。忙しい時と暇な時の差が激しく、平均するとちょっと暇なくらいである。	
		一般レストラン（経営者）	・消費税アップなどの報道による影響が大きく、ぜいたくなものに手を伸ばす人が目に見えて増えている。来店客から聞こえる話の内容が、その話題についてのことが多いというのは、やはり気にしているということなので、今までの営業形態を変化させなければ先は厳しくなる予感がある。	
		スナック（経営者）	・ゴールデンウィーク明けから、なかなか客が戻らず売上もかなり厳しい状態が続いている。薬品メーカーの接待禁止というのがじわじわと効いているのかという実感もわいてきている。ボーナスが出ない会社も結構な数になると予想されるので、今後の売上も期待できそうにない。	
		観光型旅館（スタッフ）	・消費税増税は先の話だろうが、増税や節電といった節約イメージが広がることにより消費を控える方向にならないか、心理的な問題で買い控えが発生するのではないかと心配である。	
		タクシー運転手	・客足がますます遠のいている。	
		タクシー運転手	・消費税増税の問題、年金の問題等、世の中が暗くなるような問題が多く、景気が良くなることは見込めない。	
		通信会社（営業担当）	・ギリシャがユーロ圏から脱退するかどうか、どちらに転がってもギリシャ人の根本の勤労、責任の理念が変化をしないと期待できない。世界恐慌の恐れがあるため日本経済への悪影響も予測される。	
		通信会社（営業担当）	・ボーナスシーズンでありながら、購買意欲が下降気味である。このような状況のなか、今後起爆剤となるような新商品も無いため、夏に向けて回復の兆しが全くみえない。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・大企業の赤字、円高、政府不信など良い材料が無い。
			一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・繁華街に立地しているため、国の方針または政治が不安定であることの影響が非常に大きい。現在の政局をみると、良くなる状況は全く見当たらず、非常に不安定な状況が続くとみている。
			百貨店（経営者）	・当面、国内の増税や欧州の信用不安等、内外共に景気悪化が心配される政治的出来事が多い。
スーパー（経営者）	・近隣の市に大手流通のスーパーが出店したことにより、同市内にある同業店は余波が懸念される。			
コンビニ（経営者）	・建設業関係が落ち着いてきて仕事が無くなってきたことと、放射能関係で自主避難がまだ少しずつ進んでおり、人口が減っているのが一番の原因である。			
乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金に伴う駆け込み需要はまさしく先食い需要である。補助金も8月中には終了予想で、その後の反動減は前年比でいえば20～30%が予想されており、深刻な問題となりそうである。			
高級レストラン（経営者）	・政治の混乱に加え、特に当地の場合は復興以外に良くなるような材料が無いため、相当悪い時期が続くのではないかとみている。			
企業動向関連 (東北)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・有効求人倍率の上昇により、失業者の減少及び個人の可処分所得の増加による消費の向上が見込める。	
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅の着工がやや伸びると想定している。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・3次補正の補助金も動き出し、3か月先までの受注は見えているところが多いので当面はやや良くなるかとみている。ただし、その先については不透明なところがほとんどである。	
		建設業（従業員）	・復興関連工事について、特にまちづくり関連の事業が本格化し、発注が進んでくるものと推測される。	

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
		建設業（企画担当）	・資機材や労賃の高騰、人員不足等課題は多いものの、1～2年は規模、量からもプラスに働くとみている。しかし、東北内で被災3県と他3県に量的な格差が生じており懸念される。
		輸送業（従業員）	・国際航空便が震災前の水準まで回復することが見込まれる。
		広告業協会（役員）	・広告業界の中でもマスコミ媒体関係は前々年の水準以上のところまで戻ってきており、特に遅れていた新聞広告が回復してきている。交通広告はなかなか回復が遅い。そういったところから景気は徐々にではあるが回復するものみている。
		公認会計士	・建設業は、これからも徐々にではあるが、復興需要により景気回復が進むと予想される。小売業関係は一巡した感があり、落ち着きつつある。
		コピーサービス業（経営者）	・2、3か月先には政局も落ち着き、予算も各方面へ流れ、仕事も動き出すと考えている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・県から、東京電力福島第一原子力発電所事故の補償金が9月に支給される。大人1人4万円、子供1人20万円が各家庭に支給されるので、家庭が少しうるおい、景気がやや良くなるのではないかと。
変わらない		農林水産業（従業者）	・果物の仕上がりは順調だが、ももの収穫は例年より5日程度遅れており、お盆前に出荷できないかもしれないと、収入面で心配している。
		食料品製造業（経営者）	・震災復興の恩恵を受けている。復興支援・住宅エコポイントの使用は年内は可能なので、2、3か月先においてもエコポイントの需要はあるとみている。同時に、県外のデパートで行われている当県の催事で結構な人気を博しており、特に土産においては良い数字を残している。
		食料品製造業（経営者）	・今後も前年のような勢いはないとみられるので苦戦するのではないかと。
		食料品製造業（総務担当）	・消費者の消費性向が好転する要素が見当たらない。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・震災の復興予算や福島第一原子力発電所の賠償金で消費面は伸びているようだが、企業の生産活動は震災前の水準になかなか戻れない状況にある。
		土石製品製造販売（従業員）	・震災後の日本は、まだまだ景気が上向く状態ではない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の信用不安の影響もあり、円高が継続すると予想される。そうなると、輸出割合の高い当社は、厳しい状況が続く。
		建設業（経営者）	・現在の受注済み工事で、2、3か月先までは良いとみている。
		通信業（営業担当）	・東北に関しては震災の影響がみられることから、現状を維持するのが難しい状況は変わらない。
		通信業（営業担当）	・既存顧客の契約更新に対する冷ややかな反応は、当分続くことが予想される。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・個人消費は現状維持が見込めるものの、今後のエコカー補助金終了もあり、動向を注視する必要がある。また、住宅関連及び生産関連は一進一退の動きが続くとみられ、全体として現状程度になるとみている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・ここしばらく良い状況と悪い状況を繰り返しながら、差し引いてやや良い数字に動いているようにみえるが、この状況がどれくらい続くかは予測できない。
		経営コンサルタント	・消費税増税問題など政局の行方次第とみている。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・今夏の東北地方は平年並みの暑さとのことなので、ビールや清酒、焼酎のいずれもバランスの良い出荷が見込まれ、小売店利益の確保に効果が期待できる。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・販売量も落ちているが、前年の東日本大震災の影響も非常に大きくなっている。取引先の約15%が廃業、倒産しており、現在その影響が如実に現れている。また、デフレ傾向も強くなっている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅会社の震災対応が軌道に乗っており、新築を急ぐ被災者も多い。しかし、地場工務店は、いかにせん供給力に限度がある。そういった意味で需要に追いつかない状況は今後も変わらない。
		金属工業協同組合（職員）	・これと違って受注環境に大きな変化は見られない。低飛行が続いており、良い話も聞かない。

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	農林水産業（従業者） 一般機械器具製造業（経営者）	・肥料の価格が高めに推移している。 ・為替相場が動かない限り、厳しい輸出環境は続く。それに加えて、ASEAN諸国の急激な需要の落ち込みの影響を受けることを懸念している。	
		司法書士	・金利低下による住宅ローンの借換え需要も一段落した感がある。震災復興需要は建設業界を中心に被害が甚大な地域であるようだが、少なかった地域に波及するまでには至っていない。	
	悪くなる	繊維工業（経営者）	・衆議院で消費税増税法案が可決されたので、今すぐではないが、一般消費は冷え込むことが心配される。また、国政の混乱も心配される。	
		輸送業（経営者）	・物量の大幅な減少が見込まれており、いつ回復傾向になるのか現時点では予想がつかない。	
		通信業（営業担当）	・増税により、企業活動や市場環境への悪影響が懸念される。	
		広告代理店（経営者）	・節電の夏を迎え、広告費の削減は更に加速すると考える。好調なマンション不動産の動きに期待している。	
	雇用 関連 (東北)	良くなる	—	—
		やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・相変わらず中途採用の求人数が多く、現在はなかなか採用しきれない状況が生まれている。その絡みで採用継続の問い合わせが引き続き入ってきているということで、企業の求人意欲は衰えていない。
人材派遣会社（社員）			・労働者派遣法改正法施行前の一般企業の派遣ニーズは弱含みのため、2、3か月先の景気波及は期待が薄い。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・広告会社、広告主から景気の悪い話は出ておらず、今後の出稿に期待している。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・こうした復興需要が続いているうちに、京阪地域の寡占状態から地元へのシフトがなされるよう、夏場の動きに期待を込めてやや上向きの予想をしている。	
職業安定所（職員）			・管内の復興状況は次の段階に進むものと考えている。企業の再開予定情報等も考慮し、そのような考えを持っている。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・次々に出店が発表される県外企業のニュースに沸き立つ一方で、沿岸部の経済格差は暗い影を落とし相殺する。沿岸部の人間と内陸部の人間とでは世界が違い、会話の感覚も合わなくなってきた。支援と呼ばれる様々な補助は、働く場所と尊厳を失った人達をじわじわと苦しめる。こうしている間にも声無き被災者の苦しみは続いている。内陸部のみを見ての判断はしづらい。	
		人材派遣会社（社員）	・具体的な好材料が見えない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・良くなるように期待はしているが、景気の上向きが見通せない。したがって、企業の雇用意欲が高まるか疑問である。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増えているが非正規雇用の求人が多く、正社員求人の割合は低下している。また、求人の増加傾向は鈍化しているため、今後更に良くなるとは考えにくい。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数は6か月連続で前年比50%以上の増加であったものが、5月は30%増加と、先行きに陰りがみえている。また、有効求人倍率は6か月連続で0.8倍台前後と動きが止まっている。これより、先行きもあまり変わりはないのではないかと判断される。	
		職業安定所（職員）	・現在の状況から特に良くなる要素は見当たらない。	
		職業安定所（職員）	・長引く円高や欧州の信用不安等が雇用に及ぼす影響が懸念され、厳しい状況が続くことが予想される。	
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は上昇傾向にあるものの、事業閉鎖を行う企業も出てきており、景気は変わらない。	
	民間職業紹介機関（職員）	・消費動向に変化は無い。		
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人を出している社数は現状安定しているが、地場企業の求人計画は減少気味で、広告の反響が厳しい県外から進出してきたコールセンター等のレポート掲載でカバーしている状況である。		
	アウトソーシング企業（社員）	・復興に絡んだ仕事がなくなっている。		
	職業安定所（職員）	・円高の影響や欧州の信用不安、また、この夏の電力不足による節電の影響により、現在各企業の経営基盤は弱くなっている。		
	職業安定所（職員）	・管内大手製造業の生産拠点再編の影響から下請工場で大量の解雇者が生じ、新規学卒者の募集等が減少している。		

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
	悪くなる	—	—

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
家計 動向 関連 (北関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・地域のイベントがあることや、夏に向かって来客数が増えるため、良くなっていく。		
		衣料品専門店（統括）	・これから秋にかけて例年徐々に登り坂になっていく。6月初めはほとんど客からの問い合わせもない状態だったが、半ばごろから徐々に夏祭りやイベントに向けての衣装や道具等の問い合わせ、注文が入り始めている。7月に入るとすぐ七夕も始まるため、徐々に活気付いてくる。		
		観光型ホテル（経営者）	・問題は前々年の同月を上回る業績が望めるかであり、先行受注は決して良くない。注視必須の現状は変わらないが、地方の観光産業は7～8月が1年間の中でもトップシーズンになるため、直近3か月よりは良くなることは当たり前である。		
やや良くなる		一般小売店〔家電〕（経営者）	・太陽光発電等、省エネに関する商材が順調に伸びてきているため、これから少し良くなる。		
		百貨店（営業担当）	・今年のセールは2回に分かれて会期が長くなるため、やや良くなる。		
		コンビニ（経営者）	・まずは当店の品ぞろえやサービスをもう一度見直し、客に更に支持される店を目指すということである。また、夏休みが来るため人の動きが活発になり、天候も回復して夏らしくなれば、良くなっていく。		
		コンビニ（経営者）	・夏場はコンビニにとって一番客数も増え、売上も伸びる時期であるという経験から、まだこれから伸びる。		
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税法案が衆議院を通過したことで、特需があると考えられるため、やや良くなる。		
		住関連専門店（仕入担当）	・季節商材の消化が悪い状況で続いているため、今後一気にピークを迎えると想定され、やや良くなる。		
		観光型ホテル（営業担当）	・夏の最盛期を迎え、節電による避暑需要にも若干期待している。		
		旅行代理店（経営者）	・陽気のため、これから景気はやや良くなる。徐々に夏に向って、お祭りなど、いろいろ活気付いてくる。		
		旅行代理店（営業担当）	・夏から秋にかけてのシーズンは、旅行業界にとっては稼ぎ時と言えるため、やや良くなる。		
		タクシー運転手	・円安や株価が良い方向ではないかと思うため、やや良くなる。		
		通信会社（経営者）	・年度中盤に入る2、3か月後には、年度明け見積案件の受注が期待できる。一方で、新規顧客の見積の引き合いも増加しているため、今月よりは多少改善していく。		
		テーマパーク（職員）	・夏季観光シーズンを迎えることから、良くなると期待している。		
		遊園地（職員）	・新東名高速道路などアクセス面での充実や、オンシーズンを迎えることによって、今後の景気は良くなっていく。		
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・日本の政局の不安定な状態は続くが、大きなマイナス要因が他に見当たらないため、やや良くなる。		
		変わらない		住宅販売会社（経営者）	・消費税が上がったら来客数が増えると思うため、やや良くなる。
				住宅販売会社（従業員）	・円高等の外的要因から生産拠点の海外移転が進めば先行きの消費は縮小していくが、短期的には戸建販売も消費税増税の駆け込み需要がある。東北地区の居住地移転等の復興需要もまだ見えてこないため、政府の対策実行の速さが景気を大きく左右する。
商店街（代表者）	・まだクラブ活動等が夏の時期で盛んであるため、もう2、3か月は今のままで何とか推移できる。				
商店街（代表者）		商店街（代表者）	・当地域でも、今までは建設業や不動産業の倒産が多かったが、近ごろは一般小売業等の倒産が出てきて閉口している状況は変わらない。		
		商店街（代表者）	・商店街にも復興ムードが高まり、自助はもとより共助の動きも見られ、公助の指導もあり、明るさが少し見えてきているため、変わらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・これから七夕や納涼祭のイベントが続く。これにうまく便乗して営業できればと思っているが、その日だけで終わってしまうため、良くはならない。
		百貨店 (営業担当)	・欧州の信用不安、消費税増税の議論と、マインド的に消費に向かう傾向ではない。どうしても消費というより貯蓄という感じがあり、ボーナスも貯蓄に回っていきそうなので、変わらない。
		百貨店 (販売促進担当)	・消費税増税の議論が大きく取りざたされ、少なからず消費マインドに影響が出る。また、今夏は衣料品のクリアランスセールを例年に比べて全体的に遅くするなどの施策から、先が見通せない状況にある。
		百貨店 (販売担当)	・2～3か月は改装効果が継続しそうだが、全体的には衣料品類が売れていないため、クリアランスも含め、今後の動向を見守りたい。
		百貨店 (店長)	・消費税増税の議論や年金の動きを始め、将来の不安材料が日増しに重くなっていることが理由だと感じているため、変わらない。
		スーパー (店長)	・圧倒的なヒット商品などが現状、期待できない。メーカーのほうも暗中模索で、のた打ち回っているように感じるため、変わらない。
		スーパー (店長)	・曜日ごとの客数は数か月変化がないため、変わらない。
		スーパー (総務担当)	・電気料金の値上げ、増税への懸念から、消費を抑えている。労働者の給与が上がっていないため、消費意欲は落ちたままの状態変わらない。
		スーパー (統括)	・全店では前年並みを維持しつつも、地域製造業の好不調がそのままエリアごとの店舗の営業に反映し、徐々に格差が拡大してきている状況はしばらく続く。先行きが不安である。
		コンビニ (経営者)	・東日本大震災から1年たっても、川や海への客が戻らないため、変わらない。
		コンビニ (店長)	・次々といろいろな制度を行うため、従業員は駆け回っているが、実際の来客数は減少している傾向は同じように続いていく。
		コンビニ (店長)	・近隣の同業他社はまだ出てきたばかりなので、それがあがる程度落ち着いたら、今の状態がこう悪くなるということはなく、特別変っていかない気がする。たぶん状況は落ち着いてくると思うため、変わらない。
		家電量販店 (店長)	・昨年の7月24日が地上デジタル放送移行の日のため、そこを境に徐々に景気の下降は止まる。伸びている商品はオール電化、省エネLED照明器具、スマートフォンなどだが売上の寄与は小さいため、変わらない。
		乗用車販売店 (販売担当)	・当社は観光地の中にある販売会社、修理工場であり、客の7～8割がホテルやドライブイン、物産関係に勤めている人、オーナーである。今後2、3か月先の夏休み、その他の予約状況等を聞くと、昨年より今年のほうが悪いとのことである。観光地がまだ元に戻ってないため、2、3か月先は悪い状態が続く。予約状況が悪いということでホテル、レストラン、物産関係が悪いため、当社もそれほど変わらない。
		乗用車販売店 (管理担当)	・消費税増税の問題で景気や消費は増えて良くなるが、個人消費は減速し、変わらない。
		住関連専門店 (統括)	・政局、消費税増税の議論や年金問題等、将来への不安が解消されず、消費マインドが低迷しているため、変わらない。
		一般レストラン (経営者)	・仕入価格も安定しており、景気が目に見えて良くなるほどではないが、現状を維持できる。
		スナック (経営者)	・今回も悪くなると思ったが、変わらない。この悪い状態が変わらないということであり、本当に、とにかく大変な時代である。
		スナック (経営者)	・日本中の方が無駄なお金は1円も使わないという生活を続けていて、それに慣れてきているように思う。何かきっかけがない限り、この流れは変わらない。
		都市型ホテル (支配人)	・夏に向けて、特に8月に例年ある大会物の予約が入ってきている。この夏は観光客や海水浴客が来ることを期待しているが、前々年の数字には届かないと思うため、変わらない。
		旅行代理店 (所長)	・東京スカイツリーやエリア内での特別展示など、一定の効果を生むはずの素材があるのだから伸びてしかるべきところ、政治不安、増税、原子力発電所の問題など、マイナス要素が多すぎる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（副支店長）	・国内旅行の夏～秋期間の受注や発生が遅く、受注が懸念される。海外は昨年と比べても良い受注だが、来店する客は減少しているため、個人客の獲得、受注が今後の鍵となりそうである。
		旅行代理店（副支店長）	・先行販売の状況を見ても、好転しそうな様子はないため、変わらない。
		通信会社（経営者）	・LPガスとガス機器の販売については、原油価格が下落してきたのでほっとしているが、これだけ不況が続くと価格競争が激しすぎて利益がほとんどない物件ばかりであり、この先どうなるのか心配である。
		通信会社（総務担当）	・個人消費もますます省エネ傾向となる。
		通信会社（局長）	・2、3か月ほど先の短期では、景気が上向いたり下降したりする材料は見当たらない。消費税増税などの法案通過の行方が不安材料である。
		通信会社（販売担当）	・新商品の発売開始により集客、販売数も伸びることを期待しているが、消費税増税の議論や円高の影響により財布のひもが固くなりそうな状況もあるため、何とも言えない。
		ゴルフ場（副支配人）	・来場者数の動きは前年同月に比べると若干少なくなっており、この3か月の推移から見ると、今後3か月の来場者数は若干低くなっていくか、変わらない。
		競輪場（職員）	・全国規模の記念競輪が、ほぼ同じような売上で推移しているため、変わらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・ネットカフェ関係もアミューズゲーム関係も今のところ、それほど大きな変化は予測できない。レイアウトを変更するといった創意工夫である程度カバーできると思うが、そのあたりが不確定である。また、このところ定年退職後の年配客の来客が少し増えているため、そのあたりの取り組み方によっても変わってくる。
		その他サービス [清掃] (所長)	・節電で今年もクールビズのため私服で業務にあたるが、制度が定着してきているため、夏服の消費が拡大するほど変化はない。
		設計事務所（経営者）	・受注量は変わらず少ないので、急に良くなるとは考えられない。
		設計事務所（所長）	・受注が伸び悩む夏期に向けて、サマーキャンペーンなどイベントを盛り込み、成果に結び付けないと変化は見られない。
		設計事務所（所長）	・いつものことだが、悪いまま、変わらない。良くなる要素が全く感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気はわずかに上向きかけたように見えたが、消費税増税の議論で高額消費財は苦戦のため、変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・最近の新聞紙上等で、不動産も賃貸もまだ価格が下がるというPR、報道が、ますます不動産を悪いほうへ向けている感じがする状況は変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・夏季賞与の減額、各種社会保障費の増額、末端の手取り減額で予想以上に財布のひもが閉まっていく。
		一般小売店 [家電] (経営者)	・先行きの見えない状況のなかで、消費税が増税になりそうだと買い急ぐ様子も見えず、消費は冷え切っている。何を仕掛けても、消費者の購入意欲、商品の動きがないなかでは先の見通しが見えてこない。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税の議論、年金減、中元などの義理の付き合いがほとんど消滅的になってくるなか、ますます消費に対して無駄な使い方をしなくなる。将来の自分たちの生活プランを考えると、どうしても余分なお金は使えなくなり、ますます悪くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・電気料金の値上げに増税と、景気が上向く要因は皆無である。可処分所得の減少が、消費行動をより一層慎重にさせる。
		百貨店（店長）	・消費税増税の議論、欧州の信用不安、政治の混迷など景気にプラスの話題が少ないため、やや悪くなる。
		スーパー（経営者）	・政治不安のなかで消費マインドが上がらないため、やや悪くなる。
		スーパー（経営企画担当）	・夏の賞与支給額の減少や電気料金の値上げが家計に与える影響や、消費税増税の問題も先のことではあるが、心理的な影響を及ぼし、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
		コンビニ（経営者）	・客のマインドは消費税の増税の問題や雇用問題等、明るい話題より先行き不透明感が強い。仕事が減ってる、仕事がない等の客の声も聞き、消費全体もマイナス感が強いので、やや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・将来の増税や世界的な経済低迷による円高が続くと思うため、消費者は将来に対し不安を感じ、必要な物をいかに安く買うかという傾向にある。利益が出ない自転車操業的な商いで何とか乗り切るしかないため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・今月は最後の週になって、2週間ほど前倒しをしてセールを始めた。電話作戦など個別に対応できるよう客とコミュニケーションを取りながら、できるだけ来てもらえるように仕掛けている。何とかその効果は出つつあるが、これが長続きするかは全く当てにはならない。また、社会保障や年金の問題を抱えている年齢層が当店のターゲットであるため、そのあたりも含めてこれからは不安材料だらけと、残念ながら先行きは真つ暗に近い。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が7月末から8月初旬に終了してしまうことで、反動が大きくなる。現在も受注台数が減少してきているため、今後ますます販売台数が減少してしまうのではないかと危惧している。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金終了による需要の低下のため、やや悪くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新規に自動車を買ったり法人等で増車という話が本当に少なく、これからは今まで以上に販売店がユーザーにふるいに掛けられる状態が多くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・身の回りで良くなる要因が見当たらない。前月、今月と少し販売量が増えたため、今後あまり買ってもらえるという期待は持てず、やや悪くなる。
		高級レストラン（店長）	・増税や不況による消費者の防衛意識はものすごく、もう既に消費を控える様子が見られる。今後、地方の個人商店は相当数、倒産や廃業に追い込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・マイナス要因しか見つからず、地方の一般飲食店は、大型店やフランチャイズ店の志向や価格に圧され、かなり厳しい。少ない顧客がそちらに取られている。
		一般レストラン（経営者）	・とにかく政治が駄目である。政治が駄目だと経済のほうもあまり良い方向には向いていかないため、景気が良くなるという予測は全く立たない。
		スナック（経営者）	・先行き不透明感が漂っていて何とも言えないが、恐らく悪くなる。
		観光型旅館（経営者）	・旅館業界が斜陽産業であり、客数の落ち込みが予想されるため、やや悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当地域は非常に中小企業が多いため、消費税増税の問題や欧州の信用不安に関する世界不況の関係など、いろいろな面で、これから良くなることはまずあり得ない。経済の安定をやはり一番希望するところである。
		旅行代理店（従業員）	・欧州の信用不安と日本の政治が不安定であるため、やや悪くなる。
		タクシー（経営者）	・不景気感が強く、タクシーを利用する人が減少しているため、この先も悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・具体的な景気回復に向けた施策もないため、消費が今より冷え込み、やや悪くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・リゾートコースであるため、気温が上がらないと来場者の予約数が少ない。これから先、オリンピックや天候不順の影響が非常にある。
		ゴルフ場（業務担当）	・来場者について来月以降、なかなか伸び悩みの感がある。昨年に比べても取り込み分について少し鈍っている。また売上も今月期待どおりに伸びていないため、売上と来場者の相まった形での前年比の好転は期待できない。来場者の確保ができて単価が及ばない現状のため、先行きは7月の状況もまず悪く、8月も土日の取り込みが少し鈍くなっているため、9月以降についても今の段階では期待ができない。
		美容室（経営者）	・競合店が多いため客単価、売上が下がり、経費は少しずつ増えてきているため、利益が少しずつ減っている傾向が今後も続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・当社系列の燃料部門の事業部門では、燃料の小売単価が下がってきているため、車の利用率が多くなってきている。カーリースの契約も増えており、そういう面を含めると当社は全体的には良くなっていくが、駐車場に関しては単価、来客数共に横ばい、もしくはやや下降しているため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・総体的に、純粹に民間物件がない。復興支援・住宅エコポイント制度頼みになっていることから、良くなる要素が見られない。
		住宅販売会社（経営者）	・地主が土地などの不動産に価値を見出せず、経費ばかりが出費になっている。また増税で手持ちが少なくなる一方の世情から、手放したいという地主が増えてきたが、需要が追い付かず、売買できるかが不安材料となっているため、やや悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・政治的な問題が、やはりかなりある。どうしようもないそういった問題を抱えて良くなる様子は全く見られない。残念で仕方がない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる理由が見つからない。
		コンビニ（経営者）	・当店の周囲2キロメートル以内に8店ほどコンビニが連続出店し、今月にも1店また開店と、コンビニの過当競争になっているため、ますます悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了で需要の反動減のため、販売量は落ち込む。
		都市型ホテル（営業担当）	・電気料金の値上げと消費税増税の法案成立という方向性で、客やホテル関係の組合の中でもそうだが、景気の先行きは悪くなるだろうという雰囲気が出ている。雰囲気に結構左右されて実際のいろいろな会社の経費なども動くと思うため、悪くなる傾向は強い。
		美容室（経営者）	・少しずつ売上が悪いところで落ち着きつつあり、それに慣れてきつつあったが、消費税増税の議論から、実感として増えた消費税を払えるかは難しい。人件費を削る以外に方法はないため、正社員を何人かパートにするかもしれないと従業員に話したところ、従業員もこの売上ならいずれは仕方ないかもしれないと言っていた。景気の先行きはとても不安である。中小企業にとっては、この増税が不景気の前触れに間違いなく悪くなる。
		企業 動向 関連 (北関東)	良くなる
やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・4、5月と期明けの調整の停滞感があったが、今月に入って全般的に多少受注も戻ってきている気配があるため、やや良くなる。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・発注量が増えて安定してきているため、やや良くなる。	
	輸送業（営業担当）	・梅雨が明けると今年も比較的暑い夏となる予想であるため、現状では動きが比較的鈍い飲料や節約家電、扇風機、サーキュレーター等、また清涼グッズ、レジャー用品等の物量が見込める。燃料価格も下がり始めているため、現状より良い方向に進みそうである。	
	広告代理店（営業担当）	・業績の持ち直し感が強まってきているため、経費を使う環境にあるようで、秋の観光シーズンに向けた宣伝広告の引き合いが一昨年の同時期よりも1割くらいは増えており、やや良くなる。	
変わらない	食料品製造業（営業統括）	・国産ワインの欧州諸国、東南アジアへの輸出が一部メーカーで行われているが、業界全体をけん引するほどの影響は出ていない。また、原材料、資材等の価格高騰で原価率が上昇し、経営に与える要因は悪化しつつある。	
	化学工業（経営者）	・大手電力会社の電気料金値上げに苦慮している。市況が悪いこともあるが、電気料金の値上げのない地域の同業者との競争もあって、それを考えると製品価格への転嫁を打ち出せないでいる。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・従来から生産品の特注受注の話はあるが、確定的ではなく予想が立たない。ネットショップで当社の新製品の展開をしているが、こちらは受注がある程度見込めるため、変わらない。	
	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・決算が赤字にならず、ほっとしている。	

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
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の様子は、受注量が急に多くなったり少なくなったりと安定していない。安定して仕事があるといいが、とにかく先行きが不安である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・地道に取引先を開拓し、少量でも確保していくことにより、何とか継続していけそうである。何かと大変だが、維持することに全力を挙げたい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社は輸出関連産業ではなく内需関連が7～8割を占めているため、欧州の信用不安などはあまり関係ないが、全般的に景気が冷え込んでしまったと非常に感じている。新聞などを見ると指標的には良いようなことが書いてあるが、当社の場合はかなり冷え込みが激しくなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先の今期生産計画の発表があり、前年度から見ると落ちている。新機種に期待をしているが、計画日程が未定であるため、変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状のとおり、為替・株価が1、2か月たつと上がったり下がったりで、2、3か月先は全く分からない状況である。10数社ある親会社の中には、全く駄目な会社もあるが、若干良い会社も増えてきたので2、3か月後は分からないが、現状と変わらない。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・当社の環境装置は、実際は直接の整備保障付レンタルとしたビジネスモデルになっているため、安定が増している。
		金融業（経営企画担当）	・欧州の信用不安と中国景気が下降気味であるため、変わらない。
		金融業（調査担当）	・国内は復興需要に伴って、景気が持ち直すと思われる。国内の需要をどの程度、県内企業が取り込めるかによる。またエコカー補助金の反動も懸念される。海外では欧州信用不安の不透明感が継続するため、米国、中国などの海外需要がどの程度持ち直せるかによる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・量販店の話では、昨年同様に節電が話題になっており、節電関連商材の需要は見込めるものの、消費者の財布は依然として固いとのことなので、変わらない。
		経営コンサルタント	・業況的には平均的に変化するというより、好不調が二極化した企業の淘汰が進むため、変わらない。
		社会保険労務士	・円高が続いているため、製造業関係の雇用が増えず、全体的に売上の増加が期待できない。
		司法書士	・不動産開発の仕事は、相変わらずまだ入ってきていないため、同じように推移していく。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・先行きの不透明感もあり、投資の抑制は当面続く。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・お金を回すことが大変であるため、やや悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・見積競争が激化しており、2、3か月先についてはやや厳しい状況になる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・親企業の海外進出に伴う作業量の低下が徐々に表れているため、やや悪くなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今まで受注していた物件の納入も終わって、一段落してしまい、新規物件の数も少なく、受注内容も非常に悪くなっているため、やや悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・量的な部分は若干の落ち込みでとどまると思うが、6月から電気料金が大幅値上げになり、この価格転嫁がしにくい。大手自動車メーカーのグローバル化の中で、特に関西系の同業他社とのコスト競争が非常に激しくなっているため、早く電気料金を統一して欲しい。いずれにしても収益は下降気味に入っており、賞与についても一部カットということで厳しい対応を警戒している。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・前回の消費税増税では駆け込み需要の動きがあったが、今回は決まっても、今年中は駆け込み需要が見込めない。客の購買離れに拍車が掛からないか心配である。
		通信業（経営者）	・政局が混乱し、景気対策がなおざりになりそうであるため、やや悪くなる。
		金融業（役員）	・中小企業では少ない市場のパイの争奪戦になっているため、極めて従来の利幅や収益が確保できない状況になっている。これに連動して給与の抑制や消費低迷になっていく懸念が見られるため、やや悪くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	不動産業（経営者）	・空き部屋ばかりが目立っているにもかかわらず、賃貸物件の新規建築をよく目に見しているため、負のスパイラルが深まっていくことは避けられない。
		食料品製造業（製造担当）	・昨年、原料価格が高騰したが商品価格に乘せられず、消費税増税の議論が心理的な負担となり、買い控えとなる。それらが重なり、物の動きは一段と厳しさを増して鈍くなり、売上も減少していくようになる。
		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。相変わらず倒産業種の一番が建設業である。とにかく受注の確保なく存続は難しいため、きめ細かく受注に励まなければならない。
		不動産業（管理担当）	・オーナーの経費見直しが進み、今後も別の業務として請け負っていた管理業務を一緒にするといった、売上減少の要因となる要求があると思うため、悪くなる。
雇用 関連 (北関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・今までやっていた仕事はあまり変化がなく、このところ大きな仕事が入ってきて急に忙しくなっているため、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・前年比10%弱の増加で新規求人数が推移しており、若干ではあるが事業主の採用意欲が上がってきているようにも感じられるため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・衣料品関係と中元等の食品、加工品といった売上は期待できるが、住宅関連等と自動車の販売あたりがどうなのか微妙なところで、判断に苦しむところである。ただし、サービス業では食品等の製造加工や宅配等の業種と、介護関係の求人等が活発さを見せているため、まだ若干判断が厳しく、判断しづらいところだが、幾分上向く傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	・欧州の信用不安と円高のため、変わらない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・これから夏場に向かって例年、パート、アルバイトの求人は多くなるが、特に景気の上昇ではなく、季節的なものである。
		職業安定所（職員）	・現在は横ばいか若干の上向きだが、7月に170人程度の新規受給者の手続きが予定されているため、この先の状況は現在と変わらない。
		職業安定所（職員）	・良くなる材料が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・管内の5月の新規求人数を見ると、東日本大震災後14か月連続で増加しており、特にサービス業が増加している。今まではパートの割合が多く前月は55.1%だったが今月は44.1%と、フルタイムの求人が増加している。ただし、一方で生産工程の職業で121名から92名と前年同月比24%と大きく減少している。製造関係の企業の状況を聞くと、現在は仕事はあるが、受注が1～3か月と短期間であり依然として先が読めないというような話である。
		職業安定所（職員）	・慢性的な人手不足が続く医療福祉分野の求人は好調だが、資格、経験等を条件に付けたり、より高いサービスを求める有料老人ホーム等が増えてきており、求職者にとっては厳しい状況となっている状況は変わらない。
やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・計画生産が進んで、イレギュラー対応の製造派遣依頼が少なくなっているため、やや悪くなる。	
悪くなる	—	—	

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	旅行代理店（支店長）	・東京スカイツリー関係は2、3か月後、冬から春の売り出しが始まる。その結果、今年の動きが止まった団体又は法人の利用について、年度末を含めてかなりの受注又は問い合わせが予想されるため、良くなる。
		観光名所（職員）	・6月は梅雨の季節でもあり、乗客数は通年少なくなるが、2、3か月すると梅雨も終わり夏休みに入るため、旅客が大勢来ることを期待している。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・単価が上がり気味であり、消費税増税前の駆け込み需要が考えられるため、やや良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏に向かって一般の節電意識が高まってきており、それが新商品への切り替えになっていくのではないかと思うため、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	
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・夏本番で盛大な盛り上がり期待して、やや良くなる。	
		百貨店(営業企画担当)	・クリアランスの2段階実施や、開店20周年企画など特別対策の盛り込みにより、前年より売上回復を見込んでいる。	
		コンビニ(経営者)	・年末まで続くかどうかということは疑問だが、季節的な要因が多分にあり、温度が上がると客数も増えるため、やや良くなる。	
		コンビニ(商品開発担当)	・期待値である。	
		衣料品専門店(経営者)	・消費者の購買意欲が感じられるため、今後期待したい。	
		衣料品専門店(店長)	・気温の上昇と市場のバーゲン需要で活発化し、来客数も増える。	
		乗用車販売店(販売担当)	・東日本大震災の特需が思ったよりもまだ大きく出ていない。今後の政府の予算の取組や実際に計画が実行されることにより、復興需要で若干景気が良くなるのではないかと期待は持っているが、車両については低公害車普及促進対策費補助金が底を突くため、一時的に車の買い控えとなり、車自体は売れない。そのため、あくまでも復興需要の中での期待値ということで、やや良くなる。	
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・新型ハードの発売で、国内携帯機市場を中心にもう一段盛り上がり期待できる。	
		一般レストラン(経営者)	・空き店舗の空室率は下がっているようである。飲食店の割合が増えているため、やや良くなる。	
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊は団体利用が減少して個人利用が多くなってきているが、インターネットでの、実際の安い料金が出るのを待っている様子が見られる。周辺に新規の移転企業が少しずつあるため、今後少しずつ増えそうである。先の法人利用宴席案件は、前年どおり受注できている。前年、東日本大震災で春から秋へ移動したため今年はない案件に変わるものも受注できている、前年並みである。レストランは土日の個人利用予約は前年並みに受注できている、ランチの婦人利用に急な変化がなければ、少しは良くなる。	
		都市型ホテル(スタッフ)	・東京スカイツリーの開業で客の流れが変わってきているため、やや良くなる。	
		旅行代理店(従業員)	・先行受注状況が前年比150%で推移しているため、やや良くなる。	
		ゴルフ場(支配人)	・既に秋口の予約状況が順調に推移している。	
		その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 (店長)	・若干だが一部の客単価が増加傾向にあり、全体に波及している動きが感じられているため、やや良くなる。	
		住宅販売会社(従業員)	・現在はあまり良い状況ではないが、弾みが付けば一気に調子が良くなる。ただし、しっかりと地域密着業者へアプローチをする結果によるため、7月の動きが今後を大きく左右する。	
		住宅販売会社(従業員)	・マンション販売における、消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。	
		その他住宅〔住宅資材〕 (営業)	・欧州の信用不安はなかなか決着しないと思うが、消費税増税が決まれば、いろいろな業界でやや動きが出てくると少し期待して、やや良くなる。逆に消費税増税が決まらない場合は、より停滞感が増す。	
		変わらない	商店街(代表者)	・総体的に店がシャッター通りになる傾向が非常に多い。このところ市内を見て回っても、空き店舗の件数が増えていく一方であり、入る店は大体サービス業が多い。接骨医など、商店街等には影響が少ないのではないかとと思われる、サービスの人数が限られている業種であるため、商店が非常に困っている状況は変わらない。
			商店街(代表者)	・景気全般の上向く材料が見当たらない。
			商店街(代表者)	・商店街を取り巻く環境から、店の前を歩く通行量が若干減っている。買物を確定して買物袋を持っている客が若干少なく、やはり単価が下がっていることもある。今後も景気回復はなかなか難しい。
一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・これから暑さが厳しくなり、台風等の上陸が今年が多いという話もあるため、天候の影響が出てくる。			
一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・夏の暑さにもよるが、エアコン、冷蔵庫などがそこそこ動く。性能を説明し、良い商品売りたい。			

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〔文房具〕 (経営者)	・現在の状態であれば前年より多少プラスになっていくと考えているが、天候にもよる。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・すべて政治が悪いとは思わないし、個々の店や会社は努力もしていると思うが、環境としては購買意欲の低下が当分続きそうである。
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・これから先、景気が良くなるような感じはしない。単価が少し高い商品も買ってもらえるようになってきたため多少は期待しているが、まず変わらない。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・案件数はないわけではないが、今後2、3か月は大きな案件等があまり見えてきていないため、あまり失点はないものの、変わらない。
		百貨店(売場主任)	・消費控への関心度はますます高まり、夏物クリアランス以降も買い増しにはつながらない。
		百貨店(総務担当)	・依然として、国内にとどまらず景気が好転する明るい兆しが見えてこない。
		百貨店(総務担当)	・消費に回る状況ではない。今後も不透明な状況で、厳しさが続く。
		百貨店(総務担当)	・欧州の信用不安の不透明感はやや払しょくされたとはいうものの、日本国内ではこれから電気料金の値上げや消費税増税の議論と様々な不安定要因もあるため、これから上がっていくとはなかなか考えにくい。今年のクリアランスについても後ろ倒しにするとということで、決して消費を強くけん引する材料にはならない。
		百貨店(営業担当)	・婦人服、服飾雑貨を始め、紳士服、子供服の衣料アイテムの動きが悪いが、景気低迷というより天候不順の影響によるものと思っている。食品関連は、物産展の動きは良かったものの、中元ギフトが数年来の傾向どおり動きが悪いため、今後も変わらない。
		百貨店(営業担当)	・好転する題材が全く見えない。サマーセールも前年に比べパワーダウンすることが確実視されているため、夏から秋への景気回復はない。
		百貨店(営業企画担当)	・天候の影響もあるが、全体的に前年比をベースに推移する。消費税関連の報道も、現状は大きな影響はないようである。
		百貨店(副店長)	・欧州の信用不安、中東紛争、消費税増税の議論などによる消費者心理の冷え込みは変わらない。
		スーパー(経営者)	・今後もやはり、このあまり良くない状況が続く。個別事情では、当社の近くに競合店ができるため、少し影響を受けると予想されるが、まだ分からない。また、天候に関しても、悪ければ客数が減ってその分客単価は上がるが、売上の的には厳しい状況になる。天候の状況はこれからのためまだ予測不能だが、全体的にはあまり良くならない。
		スーパー(店長)	・3か月後になっても現在の政治の混迷は変わらないという部分で、客の中で将来に希望が持てないと、当店のような総合スーパーでは売上が上がってこない。季節にもよるが、現状とほぼ変わらない。
		スーパー(店長)	・これから夏に向けてお中元や夏休みの行楽など、食生活以外の部分での出費がある程度見込まれるため、普段の食生活を今まで以上に切り詰める可能性はあると思うが、しばらくは同じような状況が続く。
		スーパー(店員)	・政治不安や消費税増税を踏まえた買い控えが見られる。また、競合店の中でも同一商品などのグレードを下げた価格訴求が多く見られる状況は変わらない。
		スーパー(総務担当)	・夏に向けての節電等の動きは昨年と同様だろうが、ボーナスが増えるわけでもなく、給料、所得が上がるわけでもないなかで、新たな消費を仮想できるようなものが見当たらず、下げ止まったままの状況になる。
		スーパー(営業担当)	・将来に対する不安が景気を押しとどめていることが非常に大きな要件であると思うため、変わらない。
		スーパー(仕入担当)	・節電の夏、消費税増税の議論、電気料金値上げ等、家計をひっ迫する要素が多く、消費は回復しない。
		スーパー(仕入担当)	・客数、販売点数は引き続き微増傾向にあるが、単価が前年比で5%以上落ちているため、点数でカバーできない状況が続く。
		コンビニ(経営者)	・今年の夏は相当暑いという予測もあるため、飲料関係などが総体的に出るのではないかと考え、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
		コンビニ（経営者）	・安定した売上の伸びが続いているが、特段上昇の兆しはなく、現在の買物傾向が続く。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税法案が衆議院を通過した。小売業としてはそれに対する客の反応が大変心配である。福祉やこの国の財政を維持するという部分は十分分かるが、本当にそこが良くなるのか。負担に対して希望が見えてくるのかと、そのような感じがしている。客もそういった話をしていたり、あるいは顔色とか様子を見るとそのような不安を感じているようであるため、変わらない。
		コンビニ（店長）	・生活することさだんだん厳しくなっている客が見られるため、かなり厳しくなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・直近で客数増の傾向もなく、先行きも客数増につながるような見込みが少ないため、変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・去年は電力不足等で清涼グッズが飛ぶように売れ、7、8月は売上が急速に伸びたが、今年は売行きが悪く、あまり期待できない。そのかわりに外出用ファッションが少し良くなっているため、昨年と同じくらいの成績となる。
		家電量販店（統括）	・オリンピックを7月に控えて、テレビの需要が盛り上がりがない。また、計画停電のある地方での消費意欲が下がる。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているものの、せっかくエコカー補助金を実施しているが7月で終了するという噂もあり、前年比2割減となっている状況は変わらない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー補助金は早ければ7月末で終了するが、免税、減税の継続や新型車の投入が続き、エコカーの受注残も多いため、楽観視はしていないが、落ち込みは以前よりは小幅で推移する。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金の枠が限られているためか、駆け込み受注が多い。また、エコカー減税も継続中で客の動きも活発であり、2、3か月前同様、受注はまだまだ伸びると思うため、変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・今後、遠い先のことを考えると消費税増税に伴う消費の低下が大問題となるが、エコカー補助金制度が終わってしまうなか、新車投入ができ、辛うじて台数確保並びに収益確保ができる。
		住関連専門店（店長）	・特に大きく景気回復するような政治局面がない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量を伸ばすべく、様々な販売促進策を行っている。天気と気温が売上を大きく左右するので、真夏の暑さが気になる。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・今後も出店は続き、また夏休みなどで旅行等の需要も増えるため、景気が上向きの状況は変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ボーナス商戦が始まる時期ではあるが、ボーナスの使い道については住宅ローンや貯金にすると声が多く、日常消費に回るほどゆとりがない現状から、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の議論、相変わらずの円高、欧州の信用不安、政治に対しての不信感と、悪い話はあるが景気を良くする話はない。これでは良くなるわけがない。
		一般レストラン（経営者）	・8月はニッパチと言って売上の落ち込む月であるため、恐らく少し落ち込むが、9月で少し回復するため、今とあまり変わらない。
		一般レストラン（店長）	・今はとにかく最低で、さらに底が割れたということで、これ以上悪くなったらやっていけない。閉めるしかないという、本当にぎりぎりのところに来ているため、これが続いて欲しくない。これから少し悪い状態が続いていくが、そこから上がってくれないと、本当に店を閉店することになる。
		一般レストラン（スタッフ）	・当店はしっかりとした品質の良い物をしっかりとした作りで出しているため、基本的に掛かるものは掛かる。安い100円の同業他店とは違って客も味を分かっているが、他店はどこも客が入っていないため、景気は悪い。例えば買物に行っても、周りの買った物を見るとほんの少ししか買っておらず、どうなってしまうのかと思う。2、3か月前は良いとは思えず、これで消費税が増税となったらきっと大変だろうが、仕方ない。
		都市型ホテル（統括）	・政界の動きから、先行き良い方向に向くとはいまだ思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・国政が今どちらのほうに向いているのか、政府自体が右往左往している状態である。景気は、消費税増税がここで決断されてしまうと2、3年後実施ということで、皆がそれに備えてあまり出歩くのを控えてしまう面が時々見られるため、少し難しくなる。
		タクシー運転手	・株主総会後のご苦労さん会というか、いつもは株主総会が終わるとかなり客の需要があるが、今年はあまりそういう傾向が見られない。今後もあまり良い方向にいくとは思えない。
		タクシー運転手	・国民の不安がますます積もっている。どの方向に向かって進もうとしているかが全く見えない。不安をおおっているだけなのか、ますます心配である。
		タクシー（団体役員）	・景気が回復する要素が見当たらない、特にタクシー利用客は、必要最小限の時しか利用しない時期がしばらく続く。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビは昨年の地上デジタル放送特需後、停滞しているため、変わらない。
		通信会社（経営者）	・夏のオリンピックは開催予定だが、昨年7月のテレビの買換えが一服したまま、反発インパクトは弱そうである。インターネット、電話は堅調に推移する。
		通信会社（営業担当）	・景気全体への不透明感が強く、積極的な購買意欲が回復してくるまでにはまだ時間が掛かる。
		通信会社（管理担当）	・一進一退の様子見状況に大きな変化はない。夏場の販売は例年減少するが、夏前の増加がない分、ほぼ横ばいとなる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の議論や年金受給の不透明さ、そして給与が増えない等の将来の不安で、客が消費を控えていると感じる状況は変わらない。
		通信会社（局長）	・オリンピック効果で一部の景気向上は見込めるものの、あくまで一過性であるため、中期的には景気が上向く要素は少ない。
		通信会社（営業担当）	・他社とのキャンペーン合戦の様相を呈しており、引き続き一進一退が続く。
		通信会社（局長）	・消費税増税の議論の行方を慎重に見守ると考えられるため、変わらない。
		通信会社（支店長）	・キャッシュバック、端末値引き等の競争が激化し、販売店の収益を圧迫しているような状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税などのマイナス要素はあっても、景気が改善される要素が見当たらない。
		パチンコ店（経営者）	・衆議院で消費税増税法案が可決されたため、本当は厳しくやや悪くなる可能性があるかと思ったが、幾らか今のレベルは保ってほしいという期待も込めて、変わらない。客はあまり伸びてこないが、それほど衰退もせず、変わらない。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	・最近の消費が上がっていないばかりか、先行きに不安を感じる状況は変わらない。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・前年の東日本大震災の影響による特需が一巡し、前年比で見ると悪い状況が続いている。今後は欧州の信用不安等、外的な不安要因が多いため、楽観できない状況である。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・年間の最繁忙期となる夏季に当たるが、天候の要因が非常に大きく、変わらない。
		設計事務所（所長）	・これからも耐震改修の仕事が主体になると思うが、特に昨年の東日本大震災以降、県を始め市町村から今年になって一気に仕事が出ているため、忙しい状況である。しかし、民間がなかなか出ないため、これからは民間に期待している。
		設計事務所（職員）	・予想される大震災への備えの動きが活発で、建築発注件数は上向きだが、景気動向までは左右しないようである。
		住宅販売会社（従業員）	・ユーザーは消費税増税の議論の関係で状況変化を見据えている感じがあり、商談時の意思決定が鈍くなっている状況は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場や現場見学会の来場者、敷地調査件数共に横ばいの状況が続いているため、今後の戸建住宅の受注状況に変化はない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数があまり変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・国内政治に大きな変化が起こり、消費者のマインドを押し上げる要因が出てくれば少しは期待ができるかもしれないが、欧州の信用不安から来る株価低迷、都心の大型商業施設の影響など、当地域にとってはマイナス要因が幾つか点在しているため、やや悪くなる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税の議論など、社会のムードが非常に暗い状態であるため、やや悪くなる。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・消費税が上がるといことは大変なことであり、当店なども上がった場合、廃業を考えている。また、客自体も、所得の良い人はいいのだろうが、低い人は本当にこれから手をこまねくと思う。景気が良くなるという雰囲気は全くない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・お茶の葉に対する放射性物質も少しずつ影響がなくなってきたとはいえ、これからの暑さ対策や省エネ対策によって自動給茶機の使用制限やタイマーオフによる使用制限でお茶を飲む絶対数が減り、今年の夏もせん茶の売行きは先行きが暗い。
		百貨店（広報担当）	・今年は東京スカイツリーなど大型商業施設が多数開業し、消費の動機付け環境は向上している。実際、東京スカイツリー関連は開業1か月で来場者550万人を突破するなど、順調に集客がされている。反面、大手電力会社の実質国有化、原子力発電所の再開、消費税増税法案の衆議院可決、政治の混迷など、中長期的な面では将来の不安材料が多く、消費者心理を勘案すれば、当面の景気はやや低迷する。
		百貨店（営業担当）	・これから節電等によって大きな減産に見舞われる心配のなか、当然ではあるが厳しい状況が続く。また、現金化できる2～3か月後には想像ができない事態も考えられるため、やや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・欧州の信用不安による円高の進行に加え、国内では電気料金の値上げや消費税増税の議論など、景況感の悪化が進む。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税法案が衆議院を通過したことにより、消費環境についてはマスコミ報道も含め、極めてネガティブになってくると感じている。増税直前の一時的な盛り上がりは必ず来ると思うが、長いスパンで考えると生活防衛意識がかなり高まる。また、今回セール時期を2週間遅らす影響が今後どのような変化をもたらすのか検証は必要だが、売上面だけを考えると厳しい状況であることを認識せざるを得ない。
		百貨店（店長）	・消費税増税の議論、株価低迷なども関係していると思うが、将来に対する不安が再燃しているようである。前年は東日本大震災によるマインドの変化が現実に戻ってきた時期だが、先行きはやや悪くなる。
		百貨店（販売管理担当）	・近い将来の消費税増税が現実のものとなり、一気に消費マインドが冷え込む可能性があるため、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・先行きが不透明であり、増税や政界の動きに不安定さがあるため、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・客数減、単価減、天候がまた不安定であり、先が読めない。
		コンビニ（経営者）	・欧州の信用不安を始め、日本の消費税増税法案の衆議院可決など不安材料が一杯で、消費者もお金を使いにくくなっていると思うため、やや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこを購入する客が離反傾向であるため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税法案が衆議院で可決され、電気料金も上がり、東日本大震災の復興事業も割に動いていない様子で、心理的なプレッシャーによって消費を控える話が聞こえるようになってきているため、あまり期待はできない。
		衣料品専門店（経営者）	・節電の問題でなかなか景気が回復しない。また、いろいろな面の不安が先行しており、なかなか購買意欲に回ってこないため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・関西、九州の電力供給不足から製品の生産出荷体制の不安が出ており、会社や業界の売上減少が予想されるため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（営業担当）	・政治の不安材料、消費税増税や社会保障のほうも明らかにされないまま進んでいる状況や電気料金の値上げなど、明らかに、誰が考えても景気が上がるようには思えない。
		家電量販店（店員）	・これからの経済は、家電量販店の値引き競争により家電業界の不振が続く、経済の圧迫へとつながる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が終了した後は、反動で車両販売が落ち込む。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了により受注は減る。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金が予想以上に早く終了する雰囲気であるため、既に購入を止めるユーザーが増えており、やや悪くなる。
		住関連専門店（統括）	・なかなか景気が回復せず、買い控えが続いているのが現状である。それに伴って販売量も大分少なくなり、売上も減少しているため、やや悪くなる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政治情勢の混迷が大きく左右すると思うため、やや悪くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・関西の計画停電の話もあるし、今月の、特に下旬からの売上の動きが良くないため、やや悪くなる。
		高級レストラン（支配人）	・企業あるいは業種によって好不調がはっきり分かれている。また、東日本大震災の復興需要で潤っている企業でも、周囲に配慮してか、あまりお金を使わないようである。したがって全体的には好況とは言えない。夏以降の会合の受注状況も前年を下回っているため、やや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税は増税が見込まれ、ボーナス等はカットと、3か月後も本当に経済が良くない状態が続くため、飲食店等のお金や景気は大変悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・電力の問題や消費税増税の議論など、客たちはかなり、直接影響があると見ているようである。その分、将来に備えて財布のひもが若干固くなっていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・6月に入って向こう3か月間の問い合わせ件数が減少しており、特に8、9月は元々夏枯れの時期に加えて引き合いも少なく、数字が見通せない状況である。直近の動きに期待したいが、やや悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・政局の不安定、消費税増税等、非常に不安定要素が多いため、やや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行は目標設定人数の90%しか予約が入っていない。既に夏以降の秋口の問い合わせが増えているため、夏場の需要があまり期待できない。
		タクシー運転手	・消費税増税法案が決まるようなので、しばらくの間、消費者の買い控えが起こり、景気は悪くなる。
		タクシー運転手	・梅雨入りもあまり影響なく、全体として動きが悪い。7月にボーナスが出て、週末に少し動きがあるとは思いますが、あまり期待できそうもない。少しずつ悪くなっているようである。
		通信会社（経営者）	・保守業務の予算縮小が多くなっているため、やや悪くなる。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・顧客の消費購買意欲が感じられず、将来に対して期待が持てない感が否めない。顧客の言動にも大きな不安感を感じる話題が見られ、客は敏感に感じ取っているようであり、やや悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・まだ申込の段階なので分からないが、夏期講習の申込状況の出足が非常に悪い。消費税増税の議論もあるのかもしれないが、前年同時期の申込状況に比べて3割減といったところである。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・数か月前から景気が悪い、悪くなるとしているが、もうこれ以上悪くなりようがないのに実際は悪くなっているため、悪いまま変わらないと思うが、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・消費税増税の議論等の問題がどう出るか分からないが、ここ数か月の間は変わらないかやや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・建設関係について言えば、非常に仕事量が少なく業者が逆に増えていて、ますます低価格競争に拍車がかかっている状況であるため、なかなか景気が上向くということはない。いずれにしても先行きは真っ暗である。
		住宅販売会社（従業員）	・前月、今月は景気がやや良かったが、これから暑くなる8、9月は来場者数も販売数も落ち込む。金利や税制面では特に変化はないものの、夏休みを迎えると家族で出掛けたり帰省などによって住宅不動産購入を検討する時間が減ると思われる、景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税法案が衆議院で可決された。駆け込みでどのくらい上がるか疑問である。更に冷え込みが予想され、自助努力では細目はどうしようもないが、残れるように努めるしかなく、心が折れそうである。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今月は異常なまでの静かさと来客数、販売量共に前年を大きく割り込んでしまった。福島第一原子力発電所の事故から、一度離れた客はなかなか戻って来てくれないため、悪くなる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアが進むため、悪くなる。
		百貨店（総務担当）	・政治経済が全く機能していない。こういう状況の中で消費税増税の議論が衆議院で正式に通ってしまっただけで、ますます国民の生活が苦しくなる。デフレスパイラルがますます進むことは間違いない。大恐慌、大不況が来るのではないかと思っている。また、少子高齢化の問題があるため、悪くなる。
		スーパー（店長）	・3か月後の景気は本来ならば良いと答えたいが、8月上旬に競合店が出店するというので、さらに今以上に数字が厳しくなりそうであるため、悪くなる。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税増税の議論がなかなか決まらないため、客の財布のひもがきつくなっており、悪くなる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・消費税増税の議論など、世間にマイナス要因が多過ぎるため、悪くなる。
		遊園地（職員）	・消費税増税が騒がれるなど、今後景気が良くなる材料が見当たらない。
		ゴルフ場（従業員）	・先行き不透明な経済状況、更に増税と、可処分所得はますます減少し、ゴルフ場等サービス業には更に厳しい状況になる。
		美容室（経営者）	・政治が不安定で、消費税の問題等も含めて客が買物をせず、非常に控えているような気がするため、悪くなる。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・消費税増税の影響で、悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・今、この時期に消費税増税ということになってしまい、政府が景気対策についての手立てを何も考えていない状態では、将来について不安が募り、景気が良くなる見通しは全くない。
		企業 動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係が少し上向きになってきている。また、店頭で個人の実印や銀行印を受けているが、1本当たりの単価や客単価がやや上の注文を客がしていると感じるため、やや良くなる。		
一般機械器具製造業（経営者）	・仕事量が多少増えている。昨年の東日本大震災以来このようなことはなかったが、もう少し何とかかなりそうであり、やや良くなる。		
輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラックは6月も含めてここ4か月ほどやや良い。身の回りというところと本当に皆、良くないという返事ばかりで良いと言う人は滅多にいないが、頑張っていくつもりである。このまま夏休みも終わり、秋口はどうなのかというだけのことで、少し良くなっていく。		
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・第1四半期を終えたが、全国的に販売数量、金額共に前年度を超えているため、やや良くなる。		
建設業（経営者）	・消費税増税の議論により駆け込みがありそうなので、やや良くなる。		
建設業（営業担当）	・国会などで消費税増税法案の動きが活発になっているなか、取引先の物件内容が大きいほど動きが出ている。また、自動車メーカーなどは海外での設備投資が多くなってきているため、やや良くなる。		
輸送業（経営者）	・良くなるという確約はないが、この調子でいって欲しいという願いを込めて、やや良くなる。		
不動産業（総務担当）	・新規入居を希望するテナントが増えており、これが成約に結び付けば空室率の大幅な改善につながるため、期待を込めて、やや良くなる。		
税理士	・オリンピックが控えているので、そのための消費の影響を期待したい。また衆議院の選挙も間近になる予想で、好景気の戦略を期待する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・7月に入ればまた持ち直してくると予想しているため、やや良くなる。
		食料品製造業（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらない。
		繊維工業（従業員）	・円高、株安等で国内の景気は冷え込み、製造業は売上が伸び悩んでいる。国内の景気が上向かない以上、当分は今のような状態が続く。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社の定期物がなくならないという前提で、変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・役所関係の仕事量も減っており、イベント関係もまだまだ少なく、公共事業関係もなくなってきて、どうにも先が見えない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・住宅エコポイント制度関連の前倒し等で若干の盛り返しを期待するが、大きな変化は望めない。
		化学工業（従業員）	・東日本大震災の復興で少し需要が増えそうだが、その兆しはまだまだ先のように、しばらくは現状維持が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今、景気が良くなるのは政治の影響が非常に強いと思う。3か月以内には衆議院の総選挙が行われると思うので、その行方によって景気もまた変わってくるため、3か月先の景気はよく分からない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・各顧客とも何とか受注のめどは立っているが、新企画がなかなか決まらず、設備投資など次に進めない状態であり、変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・日々の受注残が3割減ってきているが、作業に空きが出ていくほどではないため、変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・開発関係の難しい仕事を積極的に選んで受注するよう心掛けて営業活動をすれば、まだまだ仕事があり、続くようである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在、数が多い物に関しては、自動車関係は外国に持って行かれてしまうことがあるため、当社も月産4万個の物を持って行かれた。これから数の少ない物を寄せ集めてやらなければならない、大変な状態になっている。数の多い物がたまにあっても単価が目茶苦茶といった状態で、弱っている。今後良くなる見通しはあまりない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・基本的には政治が非常に不安定になっている状態で、景気が良くなる要素は全くない。当業界では展望が出てきていないため、何とか継続することに専念するより仕方がない。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・いつもと同様、悪くなるような、あるいは良くなるような大きな要因が見当たらないため、当面は今のままの状況で推移していく。いわゆる安定している状態である。
		建設業（経理担当）	・この先も受注を目指す工事については、利益を確保してまでの契約は望めそうにない。東日本大震災の復興絡みで労賃がじわじわ上昇し始めているため、この先利益を出せる工事はますます望めそうにない。
		金融業（統括）	・客の資金ニーズが一向に上がってこない部分と合わせて、今後ともニーズが発生しづらい状況にあるため、変わらない。
		金融業（従業員）	・今年に入って、製造業における売上減少の声が多くなってきている。また、一部では売上金の回収が遅れるなど、実際に影響が及んでいる企業もある。今後、電気料金値上げなど外部要因による影響も懸念され、製造業では先行き不透明感を感じている企業先が多いようである。
		金融業（渉外・預金担当）	・消費税増税に関する影響によって個人消費が低迷するという、不安視する声が多い。
		広告代理店（従業員）	・花火大会が今年はほぼ例年どおりに復活してきている。協賛席の売行きもますますである。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
	経営コンサルタント	・良くなる材料がないため、変わらない。	
	経営コンサルタント	・先般の府省庁版の事業仕分けで、中小企業向け融資の全額保証制度を大幅縮小することが求められた。企業の延命に手を貸しているという指摘である。銀行の貸付担当の話では、融資困難、融資額縮小で、業績不振の中小企業の倒産、廃業などが今後増加するだろう、近く返済期限を迎える企業でも焦げ付く可能性のある企業が少なくない、とのことである。	

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
		税理士	・北米での自動車の売上が良くないため、少し伸びていない。新興国、中国を始めとする輸出が堅調で日本はバランスを取っているのだろうが、一番混迷している所は内部にあり、日本の政治である。政治の行き詰まり、混迷がこれほど景気を悪くしている理由の半分である。当然、輸出や円高なども全部あるが、1つにはこの具体的対策を取れない、混迷している政治にある。
		その他サービス業 [映像制作] (経営者)	・夏を迎えて電力調整等の影響で、取引先の顧客数が減ることが考えられる。それに伴って発注量が減ると思うため、今の状態で変わらない。
		その他サービス業 [廃棄物処理] (経営者)	・単価下落傾向がしばらく続く様子である。
		その他サービス業 [情報サービス] (従業員)	・小型のマンションにおけるインターネット環境整備についてオーナーに勧めているが、思ったほどのニーズがなく、今後の需要が見込みにくいため、変わらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業 (総務担当)	・企業は増税の話題で更に経費の削減、節減をしてくる。発注がなければ仕事のしようがない。
		金属製品製造業 (経営者)	・今のこの経済環境では、国内製造業が良くなっていくとは考えられない。大手企業の更なる海外進出が進めば下請企業への発注量は減ることは明らかであり、そうなれば当然、雇用維持が難しくなり、経済は製造業から非製造業へと更に悪くなってしまふ。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・この先、輸出はできないし国内では省電力で売れないし、どうしたらいいのか途方に暮れている。
		精密機械器具製造業 (経営者)	・消費税増税のため、やや悪くなる。
		輸送業 (経営者)	・夏場、特に8月は例年売上が落ち込む傾向にある。夏季休暇による稼働日の減少、また、販売不振等が重なり、悪化する。
		輸送業 (経営者)	・消費税増税の議論が今盛んに行われているが、なかなか一つの方向に向かっていない。また、消費税が実際上がり始めると国民生活に大変負担が掛かるという点から、先行きはあまり良い方向には向かない。
		通信業 (広報担当)	・当面、現在の伸び率が鈍化している傾向が続くため、やや悪くなる。
		金融業 (役員)	・欧州の信用不安や米国の景気動向、加えて夏の電力問題や消費税増税の議論等、将来の不安材料には事欠かない状況であり、総じて悲観的な見方となっているため、やや悪くなる。
		金融業 (支店長)	・今後の売上、受注のめどが立っていない。消費税増税、電気料金の値上げと、全体的に見ると落ち込み、買い控え又は各企業は経費が出てしまうため、今後も悪い方向に向かう。
		不動産業 (経営者)	・人を多く抱えていないため、何とか乗り切ることを考えて営業に励むのみである。
		広告代理店 (経営者)	・秋の声が聞こえるころは繁忙期の足音が聞こえ出すころでもあるが、客の財布のひもの締め方を見ていると、良くて今のレベルという判断しかできない。特記できるような出来事も客からは聞こえてこないため、良くて現状という意味で、やや悪くなる。
		広告代理店 (従業員)	・当月比で売上減少となる。新規案件も予定されていないため、景気の見通しは悪い。
		広告代理店 (営業担当)	・通常であれば、エンターテイメント物の商材は秋の新商品のプロモーション計画が今、活発に動く時期だが、今年は目先だけの話が多い。現在この状況だと、秋のプロモーション買付ができない。直前での広告展開は秋は厳しいと想像されるため、やや悪くなる。
		経営コンサルタント	・円高、消費税増税の議論などにより、海外競争力が更に悪化してくる見込みである。中国などの人件費高騰と日本国内製造業の努力との相互関係で、国内製造にも光が見えてきたが、円高が影響してまた引き離しの影響が出てきており、やや悪くなる。
		その他サービス業 [ソフト開発] (経営者)	・欧州の信用不安が片付くまでは駄目である。

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
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・年度末にも既存契約の減額要請が来たが、別の得意先からも減額を言われている。政局ばかりに熱心にならず、日本の将来のビジョンとそれに連動した現在の景気回復に取り組まなければ、デフレスパイラルは止まらず、中小企業は底辺から崩れていく。
	悪くなる	建設業（経営者）	・今後増税政策が実施されるため、悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・荷主からの出荷予定はあるが、いつからになるかは不明である。燃料価格が若干下がり気味だが、まだまだ高い状態で、経営が非常に厳しい状況は変わらない。
		金融業（支店長）	・法人、個人共に資金余剰ではあるが、先行き不透明感から長期的な資金運用は手控える傾向にあるため、悪くなる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・大手の元請からの消費税増税を見込んだと思われる値引き要請が来ているため、悪くなる。
雇用 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	－	－
		人材派遣会社（営業担当）	・求人案件が特定の企業だけではなく、広く人材を活用し始めているようである。人材市場がより活性化される可能性があると思うため、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人職種に広がりが出てきたため、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中長期的には当社のクライアントはグローバル展開をする生産メーカーが多いため、海外での生産拠点の拡大に向かうとみられるが、国内外で昨年の災害の影響から脱し、供給、需要が戻ってきているため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・特に景気が数か月先に良くなるという原因を見いだせず、良くなる理由が分からない。燃料費は若干下がってきているが、電力問題やこの夏の暑さといったことも考えると、特に良くなるということはないと言う人が多い。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人が増えても就職、雇用に結び付かない限りは景気回復にはつながらないため、変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数はわずかに増加傾向だが、以前に比べて簡単に職場を離れるスタッフも増えているようである。採用数が増えそうで増えない状況が続く。
		人材派遣会社（支店長）	・周辺企業に状況を聞くと、新たな人員増を伴う新規事業計画がある企業もあって、全体的に見て厳しさはそれほど感じられないが、2、3か月先の受注見込みについては特に変化はない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・夏の短期アルバイトなど期間限定の求人がこの数年、減少しているが、今のところ今年も変化はなさそうである。
		職業安定所（所長）	・求職者は減少しているものの、求人の伸びが今一つであり、円高等の要素も考慮すると楽観的な見通しはできない。
		職業安定所（職員）	・今、求人数は増えていて求職者数はやや落ち着いている感があるが、フルタイム勤務の正社員の求人数はそれほど増えていない。またこれから節電など、そういった夏に向けてのいろいろなことがあるため、それらを考えると決して求人数がこのままずっと増えていくとは考えにくい。求職者もこのまま減少がずっと続くとは考えにくいところがあるため、結局は変わらない。
		職業安定所（職員）	・管内企業における雇用調整の情報も散見され、また円高や欧州の信用不安といった不安定要素もあり、回復基調の兆しは見られない。
		職業安定所（職員）	・建設、福祉、医療等サービス関連企業の求人は増えているが、やはり円高の不安があるため、どうしても製造業の求人が伸びてこない状況から、変わらない。
		職業安定所（職員）	・周囲の状況に変化が出ていないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・採用については様子見の零細企業も多いため、変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人需要はすぐには衰えない強さを感じるが、どんどん加熱するほどの勢いも感じていないため、変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・金融やメーカーは、取り巻く環境が厳しいため採用に慎重になっている企業も多いが、その他の業界は特に変化が見られる様子がないため、変わらない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後公開予定の求人数においても、前年度と比較すれば若干の増加傾向だが、求人公開日の前倒し企業が多くを占めている状況は変わらない。

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
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・景気対策もなく、景気が良くなる見通しが何もない。全体的に採用を控えている企業が多いと感じる状況は変わらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の影響で、企業からの短期派遣の依頼が減少する可能性がある。
		人材派遣会社（社員）	・これまでけん引してきた製造業、特に自動車製造での求人陰りが見え始めている。昨今の海外情勢、市況の不安感により、各社で今後の生産等、調整性の動きが見られる。先行き不透明感から求人も縮小の状況で、やや悪くなる。
		人材派遣会社（支店長）	・景気の先行きが不透明なため、長期的な雇用につながる紹介や長期派遣の依頼より期間限定の派遣依頼が増えそうである。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・あまり景気が良くなる要素が見当たらない。節電でどこに行っても暑く、あまり出歩かない人が多く、衣類も売れず、外食産業も伸びないようである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7、8月は恐らく相当の減少となり、8月のお盆明け以降の盛り上がりのため、じっと我慢というところである。9月に入ってから的大幅増を見込みたいが、かなり落ち込みそうである。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)	良くなる	乗用車販売店（従業員）	・最近、少し良い。今月だけでも確実に良いので、流れとしては中古車市場は良い方向に向かっている。販売数、来客数は3か月前と比べて確実に良い。
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費者はお金を使うことには抵抗がない。何に使うかを決めかねているだけである。何に使うか、きっかけができれば使う。消費税増税が決定されれば、消費が進むことにつながるのではないかと。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・猛暑になれば売上は増える。ただし、いつも回答しているとおり地場産業が低迷しているので、景気が良くなるまではいかない。最近居酒屋に行く機会が増え、繁盛店はいつも満員である。味が良く、料金もリーズナブルである。しかし、ほとんどの店は閑古鳥が鳴いている。
		百貨店（売場主任）	・6月前半は父の日のプレゼントなどによって、靴はあまり出ないが単価の低いサンダルが少しずつ出て、それなりに売上があった。後半になるとクリアランスの問い合わせがあり、売上は少し減ってきている。クリアランスに向けて徐々に買い控えている客も多いので、来月はクリアランス目当てで来店する人が増え、単価は低くても売上は増えてくる。
		スーパー（店長）	・来客数は若干減少傾向であるが、買上点数の増加傾向は続いており、客の購買意欲は高い。
		スーパー（総務担当）	・中元の販売が始まったが、出足は前年より若干多い。
		コンビニ（店長）	・例年どおり7月中旬から下旬にかけて梅雨が明けて暑い夏が来れば、飲料水やその他の夏物の売上が一気に回復していく。希望的観測を込めて、やや良くなる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・高齢者向けはまだまだ伸びていく。
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅、各企業の設備投資を含めて、消費税増税を見込んだ建築が出始めている。また、東日本大震災の影響もプラスアルファになっている。
		スナック（経営者）	・この先は多少予約も入り、良くなればよい。お盆休み等の連休もあるので心配ではあるが、期待したい。
		旅行代理店（経営者）	・夏の旅行は順調に推移している。政治も9月ごろまでは順調にいくと思われる。
		旅行代理店（経営者）	・欧州の経済危機などの収束が予想されて緊張感が緩むとともに、第3次部品加工メーカーの海外脱出が最盛期となり、一時的な景気回復がある。
		タクシー運転手	・8月には夏休みやお盆がある。暑いこともあり、墓参り、旅行、スポーツなどの行事もあり、毎年客は増える。
		タクシー運転手	・ボーナスの支給もあり、市場は多少活発化する。自動車業界に景気回復の兆しが見えるなか、業界に関わる人々が夜の街へ足を運ぶ機会は増える。

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
		通信会社（営業担当）	・前年の販売状況から判断すると、今後も上向き傾向にあり、販売増を期待できる。
		テーマパーク（経営企画担当）	・例年夏の繁忙期に新規導入した機種及び今夏に導入する機種の効果が出る。
		美顔美容室（経営者）	・8月末からホームケア・キャンペーンが始まるので、セットの販売が多くある。
		美容室（経営者）	・これから暑くなるので、パーマ、カットの客が増えて忙しくなる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・経営のスリム化と宣伝効果に期待する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・夏場の入浴用品の売行き次第では、売上の上積みには寄与できる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税法案が衆議院を通過したことが、今後、買い控えしていた購入者を急がせる要因になることは間違いない。各社も上半期末にはキャンペーンなどを実施し、客足は必ず伸びる。
	変わらない	商店街（代表者）	・省エネ商品、特にエアコンの需要増加に期待しているが、経営の柱であるテレビ需要の回復はまだまだであり、当分は厳しい状態が続く。
	変わらない	商店街（代表者）	・購買意欲が見られるようになってきたが、社会の不安定さから、なかなか売上に繋がってこない。
	変わらない	商店街（代表者）	・良くなっていく材料は、全く見当たらない状態である。新しいと思う商品を提供しているが、なかなか反応がない。とにかく来客数が重要であり、客が来ないことには話にならないという状態である。
	変わらない	商店街（代表者）	・国の電力政策が不透明である限り、景気が上向きになることはなさそうである。電力供給の将来に明確なビジョンが示されない限り、市場の閉そく感は打破できない。
	変わらない	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・このまま中元商戦に入るが、政治情勢が微妙に影響を与える。
	変わらない	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・政権の不安定さや欧州情勢もあり、このまま景気の悪さは続いていく。
	変わらない	一般小売店〔土産〕（経営者）	・消費税増税法案が衆議院で可決されたが、これが施行前の段階で市場心理にどう影響するか、例えば駆け込みがあるのかそれとも冷え込んで行くのか、全くわからない。
	変わらない	一般小売店〔土産〕（経営者）	・駐車場などのインフラ利用料が新たな負担となって、旅行者からは厳しい見方が出てくる。
	変わらない	一般小売店〔生花〕（経営者）	・現状がしばらく続く。
	変わらない	一般小売店〔食品〕（経営者）	・円高に加えて今夏の電力不足の問題や消費税増税など懸念材料は尽きないが、この2、3か月間は何とか前年並みの実績で乗り切れそうである。客の購買意欲から、そのように感じる。現状の景気を維持できるのではないかと考えている。
	変わらない	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品店では、今後3か月間ほどに関しては、経済に対する不安がある。どちらかと言えば、消費者は節約に向かっている。財布のひもが固く付き合いの幅を狭くしている状態は、3か月先も続く。
	変わらない	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・中元商戦が始まるが、贈り控えや、贈る商品の単価の低下がある。
	変わらない	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・余分な物を少しずつ見直し購入しないという姿勢は、相変わらず続いている。
	変わらない	百貨店（経理担当）	・高額品の一部は復調に転じているが、衣料品がさえない。
	変わらない	百貨店（経理担当）	・クリアランスの開始時期は取引先によって異なるため、集客に不安がある。また、消費税関連の法案等の報道により、消費意欲の低下が懸念される。
	変わらない	百貨店（販売担当）	・前年同月比で単価は100円前後低く、また必要なものしか買わない印象がある。
	変わらない	百貨店（店長）	・客の節電に対する反応が不透明であるため、来店頻度や購買頻度の拡大は見込めない。
	変わらない	百貨店（販売担当）	・景気の不安定さや消費税増税、健康、環境、雇用に対する今後の不安はなくなり、引き続き不安要素がある。そのなかで、より価値のある物や永続性の高い物へのニーズが高まり、購買へのモチベーションはあるにもかかわらず、それに対応できる商品が少ないことと、価格が高いことから、消費自体は増えていかない。

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
		百貨店（経営企画担当）	・消費が良くなる要素は見当たらない。高額品に対する需要は続くと思われるが、今後服飾品を中心としたセールに対する反応は期待できない。主力どころの売上が取れないと厳しい。
		スーパー（店長）	・世の中に大きな変化がない限り、好転にも極端に悪くなる方向にも行かないのではないかと。今後については、消費税等の法案が通り、その施行が近くなるにつれて、いろいろな動きが出るかと思うが、現在や3か月先にはまだ大きな変化は出ないのではないかと。
		スーパー（店長）	・安い店で買うという買物行動は、今や当たり前である。今後、消費税増税等の懸念から、この行動は一層高まってくるかもしれない。また、企業は増税分が吸収できないため、より一層利益を圧迫されると予測される。
		スーパー（営業担当）	・ディスカウント業態はまだまだ伸ばしている。単価が高い良い物が売れるには、まだまだ環境が整っていない。
		スーパー（販売促進担当）	・今月の不調を給料やボーナスの支給後に取り戻せるか、厳しい状況が続く。
		スーパー（営業企画）	・景気が上向く要因になる大きなものは見当たらない。
		スーパー（商品開発担当）	・販売の傾向は変わっていない。高付加価値商品は好調であるが、低価格商品では客の反応が悪い状況が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	・特に良くなる又は悪くなる要素は見当たらない。悪いままに継続していくのではないかと。ただし、消費税率が上がることになれば、景気は一気に悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・当面は今年同様の販売状況が継続する。
		コンビニ（店長）	・当店は繁華街とビジネス街に立地しているが、夜の客の動きを見ても昼の客の動きを見ても、良くなる感じはしない。夜の客の動きは相変わらずあまり良くなく、人出が少ない状態が続いている。
		コンビニ（商品開発担当）	・前年は猛暑による恩恵が7月半ばで途絶えたが、今年予想されている気候から、前年7月後半以降並みの売上の確保は期待される。主にカウンター置きファーストフードや、飲料の伸びが期待できる。その一方で、来客数の伸び悩みは続いており、両者の相殺によって変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・いくら安くても夏物を買う気にはなれず、秋物を定価で先買いする客も年々少なくなってきた。
		衣料品専門店（経理担当）	・6月の速報値を見ると、来客数は前年同月比マイナス0.1%、販売量は前年同月比マイナス2.0%である。
		家電量販店（店員）	・ほとんど買換え需要のみであり、今以上に悪くはならない。
		家電量販店（店員）	・現状ではあまり判断ができない。
		家電量販店（店員）	・欧州発の円高というマイナス要因と、消費税増税関連に伴う駆け込み需要の気運の高まりによって、プラスマイナスゼロである。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税により、支出を避ける方向に動きそうである。
		一般レストラン（従業員）	・日本全体が景気も政治も低いレベルで安定しており、困っている。
		観光型ホテル（経営者）	・3月以降、宿泊者数、昼食、夕食の来客数は前年よりは上回っている。ただし、増加幅は徐々に狭くなっている。勢いは減速してはいないが、それほど増しているわけでもないため、今の調子で2、3か月先も続くのではないかと。悪い材料が身近にないことが1つの要因ではないかと思うので、変わらない状態が2、3か月先も続くと予測している。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断している。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税前の需要が増えて企業に利益が出るのは、もう少し先になると思うので、変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・社会が消費税増税をどう受け止めるかが、最大のポイントとなる。業界としては、原油価格の値下がりに伴い燃油サーチャージも低下傾向にあり追い風であるが、消費税増税に対してマーケットが良いほうへと反応するかしないかがポイントとなる。
		旅行代理店（経営者）	・景気の良い客層と悪い客層に開きがあるため、なんとも予想しにくい。

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）	・前年の旅行の出控え分を、今年は取り戻したいと思っている。ただし、当社もそうであるが、ボーナスが出ないのでレジャー費に回らないという状況が他企業にもあるかと思うので、厳しいと感じている。
		旅行代理店（従業員）	・オリンピック需要は峠を越え、新たな旅行需要も今のところ見当たらず、急激な需要の増減はない。秋口の旅行需要も平均的で、変わりばえしない。
		タクシー運転手	・夜の繁華街でタクシー運転手の仕事をしているが、飲み屋街でも人出がない状態がずっと長く続いている。3か月先に良くなるとは考えられず、変わらない。
		通信会社（サービス担当）	・夏の人事異動の関係で、移転と同時に新規回線への申込が若干は増えるかもしれないが、あまり変動はない。
		通信会社（営業担当）	・景気動向よりも政治の動きに左右されていると感じる。国民として期待も信頼もできない。
		テーマパーク（職員）	・特に良くなる要因を見付けることができない。
		観光名所（案内係）	・良くなる気配は全然見えない。
		ゴルフ場（企画担当）	・8月の来場者の予約は、前年を少し上回っている。猛暑が続く場合、涼しい山岳コースの来場者数は多くなるが、全体的には減少する。前年の8月の来場者数は予算目標をかなり上回っていたので、このまま推移すれば、それなりの来場者数になる。
		美容室（経営者）	・消費税増税の問題など、先行きにあまり良いニュースがないため、客はあまり無駄遣いしない傾向にある。
		設計事務所（経営者）	・案件数は多くなっているが、規模と単価が小さくなっているため、収入のトータルは変化しない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税率が上がる前に購入しようとする動きがあり、購入者は増える。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、住宅の新築やリフォームなどの支払総額が増えることへの懸念は明らかにあるが、まだ先の話なので、動いてこない。
		住宅販売会社（従業員）	・当分はこのままである。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・良くなる要因は見当たらない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・とにかく価格設定の低い物が売れる状態が続いている。販売する側も安い物へと動くと、全体で安売りの方向に進む。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政治も経済も非常に悪い方向に進んでいる。特に政治が増税を決めることによって、消費は大変冷え込む。
		百貨店（企画担当）	・消費税率の引き上げが衆議院で可決され、長期的に見れば致し方ないことかもしれないが、中期的には景気を引き下げる要因になる。実施は先の話だが、数か月先にもその影響が出てくる。
		百貨店（販売担当）	・この時期は、台風などの自然災害の影響を受けやすい。今年は当たり年のようである。
		百貨店（営業企画・販売促進）	・消費税増税に関する報道に加えて、度重なる商業施設の閉店のニュースなどが、消費意欲の減退につながる恐れがある。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の問題で、一般消費者の財布のひもは固くなり、買物に消極的になる。また、ギリシャ、スペイン等の欧州問題が今後も続き、ユーロ安・円高が続いて輸出が伸びず、輸出できても利益が出ない状態が続き、国内の工場を縮小して米国、中国、アジアに工場を移し、海外での生産が増えて、国内の雇用は減少する。デフレ、円高で国内の消費が減るため、ますます値引き競争が続き、売上全体が上がらず、3か月先もますます消費が低迷して、景気は良くならない。
		スーパー（経営者）	・消費税率も上がり、良くなる要因は全くない。
		スーパー（店員）	・消費税法案が通過し、客からもかなりいろいろな意見が出ている。直近では、土用の丑の日のうなぎの値段がかなり上がっているの、買い渋りをしている人が多い。
		スーパー（店員）	・6月の国内の天候が不安定であったため、収穫物の値段が高騰する恐れがある。低価格商品が中心の買物傾向は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・主要商品群の数値は回復しておらず、非常に厳しい状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が激しく、悪い影響を多く受ける。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・小中学生客が減り、全体的に乗客数は減っている。売上が増加に転じる望みは、あまりなさそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の効果がなくなると、自動車販売は一気に悪くなる印象を持っている。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が間もなく終了する予想であるため、少しの駆け込み需要は期待できるが、中期的な目で見ると、その後の反動が大きく、かなり需要が冷え込み販売数量は落ち込むかもしれない。維持費も節約傾向にあり、必要最低限の整備以外はしない客が増えているため、売上が伸びない傾向は続く。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了を機に、販売台数は大幅に減少すると見込まれ、2、3か月は厳しくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・政府が早い段階で落ち着く状態になるとは思えないので、それに準じて景気も不安定になる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了に伴い、受注の先食いによる受注減を危惧している。新型車の追加投入も計画されており、どれくらい客の関心を集められるかわからないが、なかなか厳しい市場環境になる。
		乗用車販売店（経理担当）	・エコカー補助金の予算切れで、売行きは落ち込む。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金が終了する可能性がある。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・ボーナス時期にもかかわらず、来客数は減少している。下見客が少な過ぎる。
		高級レストラン（スタッフ）	・月々の業績の動きを見ると、東日本大震災やその後の自粛、放射能汚染問題等の影響で乱高下しているが、基調的にはリーマンショック後の一定の幅から脱出できていない。イベント開催やサイドメニューの推奨販売で売上を確保してきたが、これらは持続しない。
		一般レストラン（スタッフ）	・既に始まっている企業の夏の賞与の支給次第である。
		スナック（経営者）	・例年と比べて団体客やグループの数が減少傾向にあり、個人客がほとんどになっている。来客数も1人当たりの単価も悪化する一方である。2、3か月後はお盆休みの影響もあるため、レジャー費に回り、繁華街は静かになる。
		観光型ホテル（販売担当）	・秋口の予約状況は、例年の同時期と比べて思わしくない。なんとなく様子見の感じであり、受注高は少ない。現時点ではまだまだ先を読むことができない。
		都市型ホテル（支配人）	・秋以降の宴会の予約が弱い。
		都市型ホテル（経理担当）	・レストラン部門全体の売上が、前年割れしている。
		テーマパーク（職員）	・関東方面や九州方面などに観光の目玉があるため、まだまだ厳しい。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が薄利多売の傾向にある。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、給料が増えないのに消費税率が上がるらしい、それではお金が回っていかないのではないかと話題ばかりである。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・見積等の引き合いは減少している。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・年金、社会保障の面で、かなりの客から不安の声をよく聞く。現金で持っているのが一番、今はお金をほとんど使わないと話す客が増えてきている。
悪くなる	商店街（代表者）	・消費税率が上がる事が衆議院で決まり、マインドはかなり落ち込む。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・有効な景気対策もないままに消費税増税が決まれば、景気は落ち込む。	
	スーパー（経営者）	・客が来ないうえに、来客した人の買い方もシビアになっているので、ダブルで悪い状態が続いている。	
	コンビニ（店長）	・消費税増税が決まれば、小売業は大きな打撃を受ける。今でも先行き不安から購買意欲が衰えているのに、とても不安である。	
	コンビニ（企画担当）	・規制緩和して海外を含めていろいろな企業が活発に設立されなければ、雇用は増えない。雇用や収入が増えなければ、景気は回復しない。消費税増税が先行すれば、製造業の製造コストが増え、海外シフトはますます加速する。	

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
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の効果で動いていた流れは、補助金の終了後は一気に止まることが懸念される。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金は7月中旬以降に終了すると見込まれるため、一時的な販売減が予想される。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・政治の混迷が続いており、先行き不安のため、消費はますます冷え込み、悪影響を及ぼすことが懸念される。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税による心理的影響は、想像する以上に購買意欲を低下させる。
		通信会社（企画担当）	・今の政局では、良くなることはあり得ない。
		美容室（経営者）	・美容院なのでいろいろな客があるが、ただ1人として、景気が良くなった、売上が増えたという話は聞かれない。ほとんどの業種で、困っている。
		理容室（経営者）	・今の国会を見ていると、まだまだ景気が良くなるとは思えない。
企業 動向 関連 (東海)	良くなる	建設業（経営者）	・景気は確実に回復しているが、製品価格はかなり下振れしていて、デフレを実感する。とは言え、懸念事項は少なく、景気は緩やかに回復する。
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・スマートフォン関連の受注は今年一杯は続く見込みであり、更なる増産の可能性もあるため、もう少し上向きそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先業界向けの当社のオリジナル製品が、2～3か月後に出る可能性がある。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・生産計画はどんどん過密になってきており、生産が間に合わないほど忙しいので、景気は上がっている。
		不動産業（開発担当）	・消費税率の引き上げを見越した駆け込み需要が開始する。
		企業広告制作業（経営者）	・大規模な設備投資ができない現状では、やや良くなるという程度が精一杯である。
		会計事務所（職員）	・消費税増税が衆議院で可決して以降、駆け込み需要が本格化している。決まるまでは計画や予定だけであったが、決まった途端に本腰の計画になっているようである。家の建築、アパート、社屋の大規模修繕、機械車両の購入など、さまざまな投資予定が開かれる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先企業の多くが、売上を伸ばしてきている。また、個人的に韓国旅行の予約をしようと思ったが、予約が一杯で取れなかった。韓国にしては高いツアーで驚いたが、景気は上向いている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・自動車部品関係では、予算の執行が継続する見込みである。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・季節的には需要が増えてくる時期なので、期待している。
		変わらない	食料品製造業（経営企画担当）
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）		・長期的な円高の影響で、輸出部品の梱包用段ボール製品は、伸び悩んでいる。今後もこの傾向は続きそうである。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）		・取引先等の受注量にも今のところあまり急激な変化はなく、今の状況は続く。
	化学工業（企画担当）		・円高は欧州危機の動向に連動しており、このところ変化が少なくなってきた。また、中部地域では景気の回復が予測されているが、米国の雇用に陰りが見られるため、景気は変化しない。
化学工業（人事担当）	・不安要素が国内、国外共に多いなか、景気が近い将来良くなることは期待できない。ただし、日本はそれほど深刻な状況とも思えないので、今の状況が続く。		
金属製品製造業（経営者）	・見積依頼などの引き合いは、引き続き伸びていない。		
一般機械器具製造業（営業担当）	・外国製品が競合相手になることが増えてきている。ただでさえ厳しくなっている価格競争に、円高による価格上昇が追い討ちをかけ、受注することは非常に難しい状況にある。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・円高基調が定常化している。		
電気機械器具製造業	・勤務先や取引先の景況感はやや上向きとを感じるが、全体的には依然として重圧感がある。		
電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材価格が若干低下したが、客先の注文量、計画を見る限りでは、増産等の話は全く見えてこない。		

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（営業担当）	・この2、3か月先は、正直分らない。6月の入札時期を迎えてもそれほど跳ね上がる期待感はなかったため、今後どうなるか分からない。
		輸送業（経営者）	・年内は生産が追い付かない業種もあるようで、引き続き物量は堅調である。
		輸送業（従業員）	・円高で、国内の空洞化はますます加速している。自動車関係だけは荷動きが活発であるが、補助金効果に陰りが出てきているようである。
		輸送業（エリア担当）	・荷物量は増えていない。他社が悪いなかで当社に荷物が流れていたのが、止まったように感じる。
		輸送業（エリア担当）	・景気の変化はない。
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主のなかでも設備関連の荷動きは良くなってきているが、住宅関連の荷動きは緩慢で頭を痛めている。
		輸送業（エリア担当）	・荷物の運賃に関して、荷物1トン当たりの単価が下げ止まっていない。円高、デフレなどいろいろな問題があるが、まだまだ物の値段が下がっているという実感がある。上向いていく感じも下げ止まる感じもしない。今後、景気は沈む気がする。
		通信会社（法人営業担当）	・上向きになるというはっきりした状況は見えない。
		金融業（企画担当）	・欧州問題は見通しが付いてくると思われる一方で、国内では政権運営の見通しが不透明であり、良くなる要素はあまりない。
		不動産業（経営者）	・消費税増税法案次第では、今後変化が見られる。
		不動産業（管理担当）	・不動産業では、今後良くも悪くもない状態がしばらく続くのではないかと。引き合いも、そのような状態である。
		広告代理店（制作担当）	・相変わらず他社との価格競争が激しいうえに、企業側が広告予算を抑えているため、プラスイメージはあまり持てない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・増えた折込広告は自動車販売だけであり、他は減少している。この先増える材料も見当たらない。
		行政書士	・荷主に動きがない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・半年先は、円高の程度次第であると思われる。基本的には、円高で厳しい状態になる。ドルは70円台前半、ユーロは90円を切ってくるのではないかと。銀行には資金が余っており、貸し付け条件を緩める変更があっても良いのではないかと。
やや悪くなる		印刷業（営業担当）	・今の状況を見ると、景気が良くなるような動きはあまり見えてこない。受注量や販売量を見ても芳しくなく、今の状況が続くか、やや悪くなるのではないかと。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量が少ないと、低単価での受注傾向が止まらなくなり、悪循環になりかねない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・客の欧州向けの受注が減少傾向にある。また、中国の景気刺激策による実需への効果は、今しばらく時間を要する見込みである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の通貨危機と円高のダブルパンチで、業績の急回復は期待できない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・円高の影響とスクラップ価格の低下傾向により、あまり景気は良くならない。
		金融業（従業員）	・取引先の生産態勢を見ると、あまり良い状態にはなっていない。どちらかと言えば、あまり良くない方向に動いている。
		金融業（法人営業担当）	・自動車関連産業でエコカー補助金による国内需要の先食い効果が切れるほか、欧州信用不安に伴う円高や世界経済の低迷が輸出の減少につながると予想される。
		経営コンサルタント	・消費税率の引き上げが目前となり、住宅を買う動きは多少出てくると思うが、その後はより深刻になる。先行きは引き続き暗い。
悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災の復興需要に伸びはなく、国内の製造業にも回復の兆しはない。良くなる要因がない。日本のものづくりを空洞化させない施策が一刻も早く実行されないと、このまま地盤沈下してしまう。
		公認会計士	・与党が政争ばかりしていて、中・長期的な視野に立った政治が行われていない。消費税増税法案などに伴う与党内のゴタゴタで、政治はまた長期停滞する。
雇用	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
関連 (東海)	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・客の設計開発需要は、引き続き堅調と見込める。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車の増産体制が続き、今後もやや良くなると予想するが、前年に引き続き夏場の節電による生産体制の動向が気になる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・留学生からのエントリーが増えてきており、求職活動の状況から、業種を問わず企業が採用に積極的になっている印象を受ける。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今後、求人に出動きが出てくる可能性はある。しかし、ハローワークに求人を出しても人材が全然集まらない状況が続いており、求人があっても人材がないという状態はまだ出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・職業紹介の求人案件は、引き続き堅調である。
		人材派遣会社（営業担当）	・日経平均株価が9千円を割り込んでおり、回復の兆しは見えない。
		人材派遣会社（営業担当）	・欧州危機に伴う先行き不安は大きく、もっと長期には悪くなると予想するが、2、3か月先は変わらない。
		職業安定所（職員）	・基幹産業である製造業の求人数の増加は、なかなか見えにくい。短期的な増産はあると思うが、長期的に生産、雇用が増加する傾向は見えない。
		職業安定所（次長）	・求人数や就職者数は、比較的好調な状態を維持するようと思われる。しかし質の面では、求人条件や正社員求人等の状況が低水準のままであるため、変わらない。
		民間職業紹介機関（支社長）	・ユーロ危機や円高などの不安が継続して、企業の採用意欲、採用スピードに影響を及ぼしつつある。プラス材料は見だしにくく、ほぼ横ばいで推移する。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の動きから、心理的に消費の抑制が働く。
		人材派遣会社（社員）	・7、8月は、特に法人関係の予約が減少している。ただし、婚礼関係は元々この時期は少ないが、9月には前年を超える予約があるため、求人数は増加する。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税に対する懸念から、消費は冷え込む。
		人材派遣会社（支店長）	・常用雇用者数は前年同月比、3か月前比共に数%減で推移しており、求人数の状況を見ても今後3か月間は厳しい。
		職業安定所（所長）	・エコカー補助金の原資がなくなるとともに、生産受注もやや減少し、為替等の影響から新規求人数は現在よりも減少する。
		職業安定所（職員）	・新聞報道によると、自動車関連の大手企業が生産拠点の海外シフトを検討している。そうなると、その2、3次下請に及ぼす影響は大きく、消費が冷え込み、現在求人増の要因となっている小売業、飲食店・宿泊業、生活関連サービス業の求人数は減少に転じ、求人数の減少スパイラルを起こす可能性がある。
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了後は、自動車部品製造業の生産が1割減になる見込みである。
	悪くなる	—	—

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・放射能問題など、商品に関する規制がだんだん弱くなり、そうしたことに関する関心事も薄れてきたようである。その分、景気が戻ってくるように思われる。
		家電量販店（店長）	・節電対策商品の省エネ家電や、LED関連、太陽光発電関連商品の問い合わせが増加しているので今後は期待できる。
		住関連専門店（店長）	・消費税の影響が出てくれば上がるが、まだ早いようにも感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人の予約、特にレジャー関連の予約が、前年、前々年同月と比較して順調に入っており、期待が持てる。
		通信会社（社員）	・スマートフォン需要がまだ伸びると想定される。
		通信会社（営業担当）	・新商品の品目がそろえば、店舗へ足を運ぶ客も増える。また、それに伴い旧商品の値下げにより販売数増加が見込まれる。
		住宅販売会社（経営者）	・契約予定客の件数が増加傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・展示場の客が増えている。折衝件数も歩みが遅いものの、着実に増加し始めている。
		住宅販売会社（従業員）	・復興支援・住宅エコポイントも前倒しで無くなる発表がされ、フラット35Sエコの金利優遇期限も終了が迫る中、需要が若干増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・SNSで友人の行動を見ている、土日は買い物より、家族でお金のかからない所へ出かけている人が多い。この傾向は簡単には変わらないのではないかと。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・消費者の消費マインドは依然低いままで、外食を避けたり、低価格のもので済ませたりという状態が継続している。
		百貨店（営業担当）	・節電を意識したエコ関連の「クールエコ」といわれる商材については期待はできそうである。ギフト関連も「絆」という観点からすれば顕著な動きをしている。ただ、非日常的なファッショントレンドだったり、ファッションアイテムに関しては、選択肢からいくと優先順位は後順位になると思われる。全体でみれば若干ではあるが低下傾向の予測がたてられる。
		百貨店（営業担当）	・夏のセールスタートが芳しくないまま、7、8月とセールが続くが、特に第2弾の起爆剤という予測もつけづらく、このまま厳しい状態が続く。
		百貨店（売場担当）	・衣料品や日用雑貨、食料品のどの領域を見ても、来客数は全て前年同月比95%前後で前年よりも悪くなっている。しかし、客単価はどの領域も前年を超えて101%、102%以上であるため、大きな変化はないと思われる。夏物商戦と秋の兆候は、まだ見通しがたっていないため、大きな変化はないと思われる。
		スーパー（店長）	・特に2～3か月では判断できない。
		スーパー（総務担当）	・夏のレジャー消費が前年より伸びることを期待している。
		スーパー（総務担当）	・全体としては回復傾向である思いは前月同様である。ただし、ユーロに関わる円高や消費税増税について、今は一部の業界であるが今後の影響力は大きいと思われる。
		スーパー（統括）	・今後の景気は、夏に向かっていく中で気候や気温に左右される。現状、前年から見ると「夏商材」に関して大きく売上が落ちてきている状況にあるが、この後の天候がどうなるか、気温に関して前年との差がどれくらいになるのかで、売上などが大きく変わってくる。
		コンビニ（経営者）	・猛暑が予想されており、粗利の高い飲料の売上の伸びには期待をしているが、その他の部門で明るい見通しはたっていない。
		コンビニ（店長）	・前年の7～9月の調子があまり良くなかったため、過去5年間の平均値のまま推移してくれると著しく上がってくる。そこまで期待できるかは疑問だが、前月や今月を見ていると、今までの平均値位までは回復している。だが前月比で考えると、7、8月に向かっていくため季節変動ではあるが売上はどんどん上がっていくのではと感じる。ただ、過去2年前、3年前と比較すると、おそらく同じくらいの数字で推移するのではないかと考えている。
		コンビニ（店舗管理）	・ネガティブな話題ばかりではあるが、オリンピックは気持ちを明るくするイベントである。ここを起点に好転することを願うが、一過性のものだと予測する。
		衣料品専門店（経営者）	・店頭では不要不急の物は極力購入しない傾向が、相変わらず続いている。
		家電量販店（店長）	・必要な時以外は購入しようという傾向はない。テレビが前倒しで売れたことにより、カバーできる商品がない。
		家電量販店（管理本部）	・季節商品以外で、大きなうねりを起こすような目新しい新製品やカテゴリーが無い。
		乗用車販売店（経営者）	・見込み客の様子では、ボーナス時期で期待したいところであるが、具体的に購入予算の確保ができるサラリーマン層は不確定である。法人顧客の代替サイクルは伸びる傾向であり、車種もエコか小型化の傾向が見られる。
		乗用車販売店（役員）	・9月の中間期あたりまでは、業績的には変わらず維持できるものと思うが、以降は受注などに陰りが出てくるものと思う。

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
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・2～3か月先では、まだ消費税が上がっていないと思う。これから消費税が上がる日にちが分かれば、それまでにという駆け込み的な消費が生まれると思うが、消費税が上がってしまうと、また冷え込むというパターンは目に見えている。将来的にはかなり冷え込むのではないかと心配している。
		その他専門店〔医薬品〕 (総務担当)	・夏祭りやお盆の帰省で、来客数、売上とも増加するが、例年のパターンであり、景気の見通しに変化はない。
		高級レストラン(スタッフ)	・夏場は法人関連が一番動かない閑散時期である。個人旅行や法事マーケットの営業を強化しているが、他社も法事狙いが増加している。
		一般レストラン(スタッフ)	・近年バーゲンでも不必要なものは買わない傾向にあったが、消費税増税を意識してか、買換えたいものは今のうちになのか、バーゲンやスマートフォン、タブレット型PC購入などの話題が多い。外食は節約して物品には消費しそうである。
		観光型旅館(スタッフ)	・7、8月は前年予約を上回っているが、姉妹館は前年同月比60～80%と大幅に減少し、9月以降の先行きがまだ読めない状況である。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊、レストランの予約は今ひとつである。
		旅行代理店(従業員)	・旅行に向かわせる要素や動機、経済状況が見えない。単価が安くなる一方で、旅行という夢の価値も下げてしまっている。状況は変わらない。
		旅行代理店(従業員)	・消費税問題など不透明感がある。
		タクシー運転手	・明るい材料は依然として乏しく、ボーナスも期待できないため、節約傾向も継続して良くない。
		タクシー運転手	・消費税アップ、欧州の信用不安などがあって気が減入っているような感じである。
		通信会社(職員)	・地域住民の声も、政局、欧州の信用不安、東日本大震災などの不安材料によって心理的な圧迫感を感じており、上昇機運が見当たらず現状維持という意見が多い。
		通信会社(営業担当)	・毎年この時期は、新機種の発売もなく、販売量も来客数も平行している。そのため、景気が良いとも悪いともいえない。新商品の発売が待ち遠しい。
		通信会社(役員)	・提供商品の強化・拡充を段階的に進めており、マーケットに対し周知を図る中で、需要の拡大に寄与することを期待している。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税率がアップされるか否かを見極めるまで行動を差し控えることが予想され、個人の消費意欲向上が望めない。
		住宅販売会社(従業員)	・注文住宅の受注はこれまで通り動きは見込めるが、増加とまではいかない。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・消費税が上がるのが決定し、物販業にはさらに逆風になりそうである。現状景気も悪く、早くから財布のひもが固くなりそうである。
		一般小売店〔事務用品〕(役員)	・世界的にはギリシャなどの信用不安の問題もある。国内では、消費税増税法案が衆議院で可決され、景気が良くなるような話は一切ない。したがって、あまり良い見込みの話も信頼感がないのが正直なところであり、2～3か月後というのは、先行き不透明で全く分からない。
		百貨店(売場主任)	・消費税率アップの影響が出てくる。駆け込み需要が見込める商品群もあるが、購買意欲の低下が続くと思われる。また、スマートフォンに代表される通信費増が実際の可処分所得、商品購買に関してはマイナスに作用する。
		スーパー(店長)	・客単価をみても、今後も上がる要素はあまり期待できそうにもない。食生活の必需品を提供する立場としては、購入してもらえらるための売場の提供をもっと工夫する必要がある。このシビアな買物動向に対しての売場の設定や改善もしていかなければならない。
		コンビニ(経営者)	・来客数が伸びてこないことももちろんだが、各部門ごとの売上で見ると、主力の弁当やコンビニ独自の商材と言われる弁当やサンドイッチなど、調理や揚げものなどのファストフードはなんとか好調だが、それ以外の商品の売上はほとんど軒並み前年の数値を下回っている。他のドラッグストアやスーパーで扱っているものは、かなり取られているという状況が続いている。競合商品がなかなか戻ってこないのが現状である。

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	
		衣料品専門店（経営者）	・近くの商店街の人達の話である。景気を良くして欲しいと願っている人はいない。政治家にしても官僚にしても、せめて世の中を悪くするのは止めてほしい。こんなことを言っている人達がたくさんいる。	
		衣料品専門店（総括）	・消費税増税法案が可決され、その影響力は大きい。	
		乗用車販売店（経営者）	・新車購入補助金などが終了すると、しばらくは購入が落ちると予測される。	
		自動車備品販売店（従業員）	・夏のボーナス商戦は、ナビゲーションを主体に電気機器のウエイトが大きい。年々客の要望する価格ラインが下がり、さらに新車需要も減少し、売上は厳しい状況になると予想される。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・売上だけで言うと、前年度実績に猛暑関連の需要、震災関連の需要が残っているため、今年の夏場の売上は、前年を10%ぐらい下回るという予測を払しょくできない。	
		スナック（経営者）	・製造関係の方々が海外にますますシフトしていく話題や、為替関係や国際的な諸問題による影響があり、厳しくなっていく。	
		観光型旅館（経営者）	・東京スカイツリーや東北支援、九州新幹線などの影響が夏以降の予約が前年よりも苦戦している。	
		テーマパーク（職員）	・今後3か月先も、現時点では九州や瀬戸内方面など西への旅行や、東京スカイツリーを中心にした首都圏、東北方面への旅行需要が強いように感じられる。予約も前年同月比で見ると下回っており、やや悪い方向へ推移する。	
		競輪場（職員）	・売上減少に歯止めがかからないうえ、打開策も見当たらない。	
		その他レジャー施設（職員）	・春から夏までの入会が年間売上のベースになる。これが落ち込むと大変厳しい年度になるという予想になる。	
	悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費税増税の影響が今後大きく関わり、消費者の買い控えなど、物が売れない期間が長く続くように思われる。	
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	建設業（経営者）	・2、3月に受注した工事が、ようやく着工できるようになり、そこそこ忙しくなっているだろう。	
		通信業（営業担当）	・全体が落ち込んでいる中で元気な会社が頑張っている。タンス、漆器、繊維、民宿と非常に厳しい業種であっても電話設備の更改をしている。知恵を絞り生き残っていけるかを真剣に考えていく会社が景気を支えていく。	
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今秋に新店のオープンがいくつかあり、チラシなど広告が増加する要因である。	
	変わらない	繊維工業（経営者）	・超円高に加え、海外市況の厳しい状況が継続すると思われる、先行き不透明感が強い。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・3か月先、6か月先の見通しは、現在の状態が続くという見方をしている。	
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注の入り具合を見ると現状と変わらない。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・欧州の信用不安が払しょくされないかぎり、景気高揚は難しいと感じる。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州の信用不安、また国内の政治問題、円高など将来への希望が見えない。したがって、設備投資を控える傾向にあり、受注が好転するとは思えない。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・ここ2、3か月先までの生産計画は、ほぼ現状レベルから若干プラス気味で推移しそうな気配であるが、為替に対しての不安要素が大きい。	
		輸送業（配車担当）	・今後、急速に現状が変化するとは考えにくい。	
		輸送業（配車担当）	・少しずつ荷物も動くようになっているが、活発というほどではない。	
		金融業（融資担当）	・為替相場も円高で安定するような動きになっており、引き続き現状の景況感が続く。	
		やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・商品のプライベートブランド化も一因となり、販売単価の低下傾向が見えているとともに、原材料の上昇傾向が進んでおり、収益面では厳しい状況が予測される。
			繊維工業（経営者）	・為替の問題が非常に大きく影響している。円高ユーロ安で、輸出が非常に厳しくなっているところに、大手企業の海外シフトがここに来て非常に進んでいる。我々が取扱っているアパレルにしる、メーカーにしる、全て海外シフトに向かっており、先行きは今のところ全く不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経理担当）	・好調を呈してきたスマートフォン関係の部品やタブレット型端末の電子部品については、ここ1～2か月は現在の活気を継続するものと思っている。それ以降に関しては消費の低迷による急激な落ち込みを懸念しているため、先はあまり良くないと予想している。
		金融業（融資担当）	・政局の混迷と株価の低迷で、消費マインドが全く盛り上がらない状況が当面続くと思われる。電力事情のひっ迫などのニュースが、消費マインドにマイナス影響を及ぼし、厳しい夏、秋を迎えるのではないかと懸念される。
		不動産業（経営者）	・同業者にも聞いているが、期待感は少しはあったものの、意外に法人からも個人からも問い合わせが少ないということであった。
		司法書士	・金融円滑化法による期限が到来し、返済猶予が無くなるために資金繰りに行き詰まる会社が今後顕在化してくるであろう。
		税理士（所長）	・電気製品などの需要は天候に左右されると思うが、潜在的な需要を押し上げる国民所得つまり給料がなかなか上がらない。関与先でも厳しい価格競争にさらされているため給料を上げきれないという。ただ秋口からは色々な予算が通過した後であるため、工事関係や企業も新年度の生産計画が出てくるのは秋ごろからではないかと思っている。
		悪くなる	建設業（総務担当）
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社 [求人広告] (担当者)	・企業の採用意欲は衰えておらず、求人などについても回復してくる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・求人に関しては、自社直接求人または派遣会社複数からの人材を選出しスキルチェックされるため、マッチングが厳しい。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大型店の新規出店の話がないため、正社員の大量募集がない。
		職業安定所（職員）	・介護事業では、新規オープンや事業拡大のための求人はあるが、それ以外の産業からの求人事業所からは、先行きが明るいとか、受注が好調である、増員を計画しているなどの話を聞くことはない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比28か月連続して増加しており、今月も増加傾向にあるが、正社員求人数は全体の半分以下であり、不透明感がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・製造業が回復しないことには、求人も増えてこない。職業訓練を終えても就業できない人が多い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・夏の電力供給能力の懸念と、消費税増税法案が決まった時の景気不安が気になる。
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	○	○
	やや良くなる	一般小売店 [珈琲] (経営者)	・飲食店のクールスポットとしての利用などが予想される。来客数の増加は見込めるが、集客のためのイベント費用が利益に結びつくかが不透明である。
		一般小売店 [菓子] (営業担当)	・7月に入ってお中元セールが本格化し、前年よりは販売量などが増えることを期待している。
		百貨店（販促担当）	・セールのスタート時期が分散するなか、7月中旬には気温上昇の予測もあり、同じ時期にスタートするセールが活発となることに期待している。定価品の好調は、サイズや色柄、売れ筋がそろっていることが必須となる。
		スーパー（広報担当）	・消費税増税や夏の賞与支給額の減少などの報道により、消費マインドが若干冷え込んでいる感がある。夏以降は、昨年の特需による反動減がなくなるほか、電力不安も一度は解消されるため、現状よりは上向きになる。
	スーパー（社員）	・今月は天候不順の影響を受けて、足元の売上は苦戦しているが、客の購買意欲は堅調であり、梅雨明け後に天候が安定してくれば、売上も持ち直すと期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		コンビニ（広告担当）	・今後2、3か月先は夏休み時期となるが、昨年は東日本大震災の影響で抑えていた行楽やレジャーへの行動が、今年は動くと予測される。	
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物に比べれば、秋物には少しは期待できる。	
		家電量販店（経営者）	・節電志向の一層の高まりや、自家発電への関心の増加により、太陽光発電をはじめとしたスマートハウス関連商品の販売が増加するため、景気は良くなる。	
		乗用車販売店（経営者）	・先行きは全く分からないが、このまま順調に売れることを期待している。	
		乗用車販売店（販売担当）	・今の客との会話では、良い商品、条件であれば、し好品であっても購入する気持ちが強いという内容が多い。	
		高級レストラン（スタッフ）	・梅雨が明けると、ディナー客が増えることを期待している。	
		高級レストラン（支配人）	・今月は販売量が3か月前の水準を下回ったが、季節的な動きで予想された結果である。週末をみる限り、観光客も多いため、夏休みシーズンに入れば販売量も良くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・広告宣伝の見直しで多少の回復は見込めるものの、お盆休みなどが入るので絶対的な売上が下がる。	
		観光型ホテル（経営者）	・6月は集客が少なく、売上が予想以上に上がらなかった。今後の予約件数をみると、花火大会や生ビールフェアなどの各種イベントは6月よりも多いため、やや景気も良くなっていく。	
		タクシー運転手	・梅雨も明けて、これから暑い時期になってくる。少しの距離であっても暑さに負けて乗る人が増える。ボーナスの関係もあり、夜の街の人出も増えると期待している。	
		通信会社（社員）	・新商品が出そろってボーナス商戦ごろがピークとなり、良くなるだろうが、9月ごろになるとまた閑散期となり、販売は落ちる。	
		通信会社（社員）	・県内でのブロードバンド総加入件数は、それほど増えていくなっている。現在は他社からの移行でアップしてきているので、大きな増加は見込みにくい。	
		通信会社（企画担当）	・消費増税前の駆け込みによる需要増が見込める。	
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルの仕事をしているが、客は服を脱ぐ必要があるため、毎年夏になって暑くなると来客数が増える。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税率の引上げが決定した段階で、中期的な駆け込み需要が発生し始める。	
		変わらない	商店街（代表者）	・季節柄、梅雨時期なので天候で客足が左右される。
			商店街（代表者）	・7月は本格的な夏物シーズンだが、早からのセールも一段落して、例年どおりの動きが予想される。
			一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税増税など、消費が冷え込む要素は多い一方、景気が上向き要素はない。
			一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・客の購買意欲が感じられない。
			一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・この夏は節電問題や消費税の先行き不安なども影響して、夏休みも節約ムードに転じる。前年は牛肉を中心に放射性セシウムの検出が広がった夏でもあったため、そのリバウンドが出てくれば嬉しい。外食は観光客が増えて動きが出てくるが、単価の低下、来客数の増加というゴールデンウィークの傾向が続けば、忙しくても利益が残りにくい夏となる。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税や年金の問題があるので、先行きの景気については不安がある。			
一般小売店〔野菜〕（店長）	・今は変わりようがない。			
一般小売店〔酒〕（店員）	・進物の時期であるが、ここ2～3年は徐々に進物のまとめ買いの固定客が減少し、客単価も低下してきている。前年の売上を保つのが厳しい状況である。近年、百貨店や大型スーパーが、酒売場においてワインにこれまでよりも力を入れてきているので、需要が分散している。			
百貨店（売場主任）	・今の店の状況を考えても、今後悪くなる要素は見当たらないが、特別良くなることも考えられない。			
百貨店（売場主任）	・政治の安定や長期政権の確立、国内需要、雇用の拡大が必要である。			

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
		百貨店（売場主任）	・タンス在庫がある上に、収入が増えないなか、よほどのヒットアイテムが出ない限り、客が積極的に購入するとは考えにくい。直近のファッション関連商品は即効性のあるヒットアイテムが見当たらず、デフレにより購買単価の上昇も見込めないため、大きな改善は期待できない。
		百貨店（売場主任）	・節電、衣料品セールの後倒しなど、環境の変化がいろいろとあるにもかかわらず、客の動きに大きな変化がみられず、冷静に欲しい物だけを選んで購入している。この傾向が強まっているように感じられるなど、大きく景気がアップダウンする様子はない。
		百貨店（企画担当）	・電力不足などの懸念が払しょくできず、購買意欲の低下や景気への悪影響も懸念される。
		百貨店（営業担当）	・上位顧客では、海外ブランドの時計を中心に安定した受注が続いており、有名ブランドのバッグなどの雑貨も根強い人気が続いている。
		百貨店（営業担当）	・二極化は更に進むが、高級ブランド品や美術品などを買われる固定客の買上は増えていく。
		百貨店（サービス担当）	・計画停電や節電、クールビズなどのキーワード商品の展開強化を実施している。特に、昨年からブームになっている紳士下着のステテコは今年も好調に推移しているが、どうしても明るいイメージが少なく、依然として状況にも変化がみられない。
		百貨店（婦人服）	・景気回復の実感がない上、消費税増税の流れは止まらないため、消費には一層慎重になる。
		スーパー（経営者）	・大手スーパーが値段や営業時間の面でかなり頑張っている。当店は接客や生鮮品の販売に力を入れていく方針に切替えている。
		スーパー（経営者）	・何とか計画停電は回避できそうだが、節電ムードが強く、調理を伴う素材関連の動きが鈍くなりそうである。そう菜や飲料は伸びそうだが、これらは異業種との競合も激しい。また、これから更に本格化する家電関係のリストラや海外移転の影響のほか、先行き不安も本格化する。ロンドンオリンピックの効果だけでは、これらの悪影響が払しょくできそうにない。
		スーパー（店長）	・通常の消費は元に戻るが、ギフトなどは購入店舗の分散化や減少傾向で、全体の回復にはつながりにくい。
		スーパー（店長）	・現段階では、前年のエコポイント制度などによる反動が7月末まで続き、天候や消費税の増税問題が消費者の購買意欲を大きく低下させる要素を多く含んでいるため、現状が継続する。
		スーパー（店長）	・最近の客の購買状況や、前年の地上デジタル放送に関する特需の反動減などがあり、今年は節電対策需要に期待は高まるが、今の流れは変化しそうにない。
		スーパー（店長）	・大飯原子力発電所の再稼働により計画停電の心配は和らいだが、景況感の上昇は現場ではみられない。売価に対してもシビアな反応は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・外部環境の変化はなく、現状が継続する。
		スーパー（開発担当）	・原油価格も今のところ安定しているが、欧州の信用不安や衆議院での消費税増税法案の可決など、景気の良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・競合店同士で価格を下げる動きが続いており、客もそれに反応している状況にある。買上点数自体は昨年をクリアしているが、商品単価が下がっているため、買上金額が前年を超えられない状態が続いている。
		スーパー（企画）	・今の厳しい状況は当面続くと思われる。ここへきて衆議院での消費税増税法案の可決など、消費者の心理としては、将来への不安から節約意識が一層強くなっていくことが予想される。
		コンビニ（経営者）	・前年比では食品が4%減、アルコール類が3%減であるが、これから夏に向かって飲料水やアルコール類が伸びるため、ほぼ横ばいになる。
		コンビニ（店員）	・景気回復につながる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・車の売行きが悪く、車検の予約も少ない。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金もうすぐ終わると思われるため、とりあえず2、3か月の景気は良くなるが、悪くもならない。

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
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・政治や為替レート、株価の安定が、海外情勢を含めて良い方向に向かわなければ、購買意欲の増進につながらない。安定が大事である。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費増税の行方にもよるが、最近が良いニュースが少ないので、雰囲気的にも消費が増える要素がない。6、7月は夏季賞与の支給時期となるため、少しは期待するが、現状と大きく変わらない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・天候次第である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・省エネ家電や健康グッズ、または家族旅行などの消費が優先される傾向があり、個人の嗜好品やぜいたく品の順位が低迷している。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税の増税法案が衆議院を通過した。開始時期まで猶予があり、当面は駆け込みの特需もないため、デフレ傾向の消費動向に変化は見込めない。
		一般レストラン（経理担当）	・天候次第ということもあるが、残念ながら社会保障や税の動きで先行き不透明な部分があり、不安材料の方が多い。総合的にみると、今後はあまり景気が変わらないと判断される。
		一般レストラン（店員）	・当店舗だけをみると大きな落ち込みは考えにくい、家庭は決して景気が良いとはいえない。
		観光型ホテル（経営者）	・世界経済の動きが良くなっていない。日本経済も同じであり、積極的な経済政策が取られていない。消費税率の引上げも暗い影を落としている。
		観光型ホテル（経営者）	・円高もあって海外旅行の先行き予約は好調であるが、国内旅行の需要は先がみえない状況が続き、国内旅行のなかでも、今年は特に関西が厳しいのではないかと予想される。
		観光型旅館（経営者）	・計画停電やガソリン価格、景気の動向などに左右され、利用客の増加が見込めない。
		観光型旅館（団体役員）	・計画停電など、周囲に多種多様な課題があり、通常の営業で客を迎える体制が非常に弱い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・計画停電の影響からか、予約を延期するケースがある。稼働の良い曜日などは順調に予約が入っているものの、宴会や会議部門では昼間の予約が固まっておらず、苦戦を強いられている。
		都市型ホテル（客室担当）	・東京スカイツリーで関東圏が元気であり、円高による海外旅行への流れを考えると、見通しは良いとはいえない。
		旅行代理店（経営者）	・夏場の旅行の受付は海外、国内共に2年前を超える水準で動いているが、ますます国際化は進み、人が動かなくなる。オリンピックの影響がどう出るのかも不安要素である。
		旅行代理店（広報担当）	・ボーナスも前年並みか、それを下回る傾向のなかで、円高傾向にも一服感があるため、客の旅行へ行こうというマインドが低下してきている。そのような状況で、2～3か月後は秋の旅行へうまくスライドできるとは考えられない。
		タクシー運転手	・社会全体の閉そく感は依然として払しょくされておらず、ときどき出てくる景気の良い話題も長続きしない。線香花火のような現状では、景気回復への期待感を持っていない。
		タクシー運転手	・これから変わる要素がない。
		タクシー運転手	・今のような状態が続くと思われるが、夏祭りに期待している。
		テーマパーク（職員）	・将来に不安がある以上、消費が促進されることは考えられず、景気が良くなるとは考えにくい。
		観光名所（経理担当）	・昨年度は異例な状況下での営業数字であるため、比較が難しいが、昨年以前の例年との比較をすれば、この6月は9.6%増の売上となる。ちなみに昨年度比は30%減となる。今月は梅雨入りの割には天候もあまり崩れず、何とか状況は良いが、売上は思っているほど伸びてくれない。ただし、6月は例年中高生の団体やPTAのグループが多く訪れるが、今年も変わらずに来場し、ガラス作りの体験教室はにぎわっている。やはり手作りの嗜好は強く、もっと力を入れて伸ばしていこうと考えている。
		競輪場（職員）	・この地域は秋祭りシーズンに入るので、購買単価は上がらない傾向となる。税と社会保障の一体改革法案のうち、消費税増税法案が衆議院を通過したが、この先経済や国民生活にどのような影響が出るのか不透明である。原子力発電所問題や大手企業の赤字決算、自然災害など、あまり明るい話題がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競艇場（職員）	・計画停電などの不安定な要素はあるが、1人当たりの購買単価や入場者数については、それほど変わらない。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・消費税法案が可決となる見込みであるが、まだ2年後ということもあり、すぐに景気への影響はないように思われる。具体的に実施となれば、景気への影響は避けられない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、引き続き公式戦が開催されるほか、他にも人気アイドルのイベントが開催されるので、多数の来場を予想している。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・前年はやはり東日本大震災によるマインドへの影響が行楽にもあったと思わざるを得ない。根本的には景況感の好転がなければ、なかなか観光、レジャー消費は伸びないが、消費税問題、欧州の信用不安、電力問題などの不安要素が多過ぎるため、好転していくとは思えない。
		美容室（店員）	・お勧めメニューの動きが少ない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・7月下旬から始まる無料体験キャンペーンによって生徒数に動きが出る。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・短期間で景気が良くなるようなことは一切ない。かつての常識は通用しない世の中であり、経済においてはグローバルであり、世界のどこかで火種が出てくる。日本国内で少し明るい兆しがみえたとしても、それが足を引っ張り、なかなか回復はしない。1年後にも期待できない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・収益源のレンタル売上が、低価格競争の継続で伸び悩んでいるため、新規アイテムでの売上アップを目指している。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要も出てくると思うが、住宅ローン減税の延期もはっきりとしない。過去3年間に比べれば明らかに業績は伸びつつあるが、まだまだ予断を許さない。
		住宅販売会社（従業員）	・好調なマンション販売状況ではあるが、消費者の物件選別に関しては、立地、環境、価格面の1つでも希望を満たさなければ購入しない消費者が多く、安価で良質な物件以外は厳しい。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税アップをにらみ、すぐに必要でない限り、買い控えが目立ってきている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・根拠はないが、政策的に何かがあるわけでもないもので、変化はない。
		その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・住宅展示場のアンケートによると、世帯年収は相変わらず低く、所得が増えないと新築需要にもつながらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・旅行やレジャー関係には多少動きがあるようだが、生活関連は大変厳しい。また、暑い夏を迎えて、設備の良いスーパーに行く客が増える。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・消費税の問題もあり、景気回復の見込みがない。
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・消費税の増税で、とりあえずお金を持っておこうという客が多いので、あまり良い方向には向かわず、財布のひもはますます固くなる。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・消費税問題による心理的な影響は当然避けられず、前年の水準維持に全力を傾けていくしかない。
		一般小売店〔菓子〕 （経営企画担当）	・3～5月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は99.6%、関東は105.5%、中国は102.4%、中部は108.0%となり、各地区合計の平均は102.7%となっている。前月と同様に地区によってばらつきはあるが、多少は昨年の東日本大震災の影響と思われる。ただし、お中元商戦が始まるにつれて、状況は徐々に悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・例年どおりであれば、残暑が厳しく、秋物が売れず、晩夏物の商材も底となる。端境期の需要を喚起する商材や販売促進が不可欠になる。
		百貨店（企画担当）	・クリアランスセールの日程を遅らせる取引先が増えたため、盛夏物のバーゲン日数が減少する。また、衆議院で消費税増税法案が可決され、消費者は先行きに不安を感じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（マネージャー）	・服飾関連では、7月のクリアランスの分散化の動きが客の動向にどう響くかが予測できず、悪い影響が懸念される。また、高額品についても、政治動向などの影響もあり、更に様子見が続くように思われる。また、ロンドンオリンピックの影響も見逃せない。
		百貨店（店長）	・消費増税等法案が衆議院を通過した後の政局不安により、マイナスの意識が高まっていると感じる。
		スーパー（店長）	・客の購買意欲が低下する流れは、更に拡大し浸透する。
		スーパー（経理担当）	・ボーナスの前年割れや、消費税増税など、消費者は再度節約を意識するマインドになりつつある。大手小売店の値下げ攻勢もこうした動きを先取りしており、全体的に消費を取り巻く環境は厳しくなりつつある。
		コンビニ（経営者）	・近隣のオフィスビルの入居率が回復せず、予備校の生徒数も減少しているなど、絶対的な購買人口が減少している。客単価引下げの要因となる値引きも、競合上実施せざるを得ない状況が続く。
		コンビニ（店長）	・たばこの販売量の減少は、たばこだけではなく、コーヒーやガムなどの嗜好品の減少や、来店頻度の減少にもつながるので、心配材料である。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物を売るにも在庫を抱えている取引先が少なく、売る物が少ないので、夏物の売上は悪くなる。
		家電量販店（企画担当）	・今回の消費税増税法案が成立すれば、買い控えが起きると予測される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了間近の駆け込み需要もなく 逆に終了後の反落が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・政治の不安定や円高問題があり、大企業や中小企業からも仕事がなくなったという声が聞かれる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の増税問題などで民主党も分裂の危機を迎えており、海外ではギリシャの再選挙後も欧州の信用不安の危機は回避できておらず、依然として内外に先行きを不安視する要因がある。したがって、景気は悪化していく。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金の終了のほか、新型車の発表などの市場が盛り上がる要因が少ない。
		住関連専門店（店長）	・消費税率の引上げ法案可決で、これまで政局のたびに繰り返されたように、消費者は購買に慎重になると予想される。販売や営業の現場でも、価格の高い物を安い物で済ませるのではなく、買うこと自体をあきらめる消費者の傾向を実感している。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税増税法案が衆議院で可決されたが、これから家計の支出に影響してくることが予測される。
		都市型ホテル（支配人）	・具体的な景気回復の対策は今の政権ではみえてこない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高や欧州の信用不安、政局の不安定さなどを口にする企業が増えている。年度の初旬のため、経費削減を当面継続する企業が多い。個人消費も、ランチの集客が落ちてきており、テナントや周辺競合店も同様の傾向にある。スーパーやコンビニで弁当を買うサラリーマンが増えている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は夏休み期間のレジャー客に期待しているが、ロンドンオリンピックの開催による出控え、関西地区での電力不足により、例年よりも減少すると予想している。将来の消費税率のアップで、瞬間的に個人消費が増加する時期があるかもしれないが、全体的には下降線となりそうである。
		都市型ホテル（総務担当）	・海外からの宿泊客も依然として回復せず、ビジネス客の宿泊利用も減っている。9月以降の宴会予約件数も伸び悩んでいる。
		旅行代理店（従業員）	・オリンピックイヤーであるが盛り上がりもなく、全く好材料はない。
		通信会社（経営者）	・将来の増税による心理的影響により、やや悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・状況が改善する兆候がない。
		観光名所（経理担当）	・近隣美術館での展示物が7月中旬で終了のため、当エリアへの来場者数の減少が予想される。現状でも少しずつ減少傾向となってきた。
		美容室（経営者）	・閉店する店が増えている。小さな店は整骨院が入ったが、広い店はガレージになったため、人が寄り付かなくなる。

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	一般小売店〔衣服〕(経営者)	・消費税の増税がうわさでなくなる日は近く、かといって駆け込み需要も衣料品では見込めない。ただでさえ、衣料品にとって夏場は厳しいシーズンであるのに、暑い気候に加えて、政治的、社会的に安定しないのであれば、消費意欲の上昇も全く期待できない。
		一般小売店〔花〕(店長)	・消費税増税など、いろいろと問題があり過ぎるため、ますます厳しくなる。
		スーパー(経営者)	・特売品しか売れない傾向が顕著になってきている。
		スーパー(管理担当)	・消費税増税の決定は、一般消費者の出費に大きく影響する。
		衣料品専門店(経営者)	・電力不足を経験するため、支出が大幅に抑制される。
		一般レストラン(経営者)	・増税や計画停電などの話もあり、良くなる要素がない。3年前に街灯費を払わない店舗が多いため、商店街全体が電灯を消した時期があったが、全く客の流れが変わり、商店街自体が大損害を受けた経験がある。
		スナック(経営者)	・おなじみの客を待っている状態であるが、それぞれの客にマイナス要因が重なっていることもあり、来月、再来月はあまり期待できない。
		その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・節電や消費税の増税などで、客の買物が減少している。今後とも来客数は少ない。
		住宅販売会社(従業員)	・増税問題、欧州の信用不安など、国内外に深刻な懸念事項がある。
企業動向関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業(営業担当)	・今後夏日を迎え、関西では節電対策や計画停電の実施に伴い、暑さ対策として飲料水の販売が更に伸びる傾向となるため、景気はやや上向きとなる。
		木材木製品製造業(経営者)	・今後のメインの新規事業は準備が順調に進んでおり、そのほかの事業も計画に上がってきているため、売上、利益の増加が期待できる。
		電気機械器具製造業(経営者)	・人よりも長く頑張れば、チャンスも増えるものだと実感している。変化を続けていけば、何とか展望が生まれてくる。
		建設業(経営者)	・土壌汚染関連の状況は変わらないが、太陽光発電に関しては個人からの問い合わせも増えているため、今後は更に増えてくる。
		建設業(経営者)	・関西電力管内は節電の夏となりそうであるが、家電製品や住宅改修のニーズが高まることを期待している。
		輸送業(営業担当)	・プラスチック関係では製造、小売共に荷物が増えている。最近弱かった部門なので、少し期待できる。
		通信業(管理担当)	・若干ではあるものの、ボーナス支給で良くなる。
		金融業(営業担当)	・自動車関連事業は見通しが良い。
		広告代理店(営業担当)	・来月から夏物の処分期になる。関西エリアも動きがやや遅めになるが、7、8月は良くなる傾向にある。
		広告代理店(営業担当)	・今月は売上が鈍ってきているものの、問い合わせは増えてきている。
		経営コンサルタント	・クライアント企業との間では、専ら消費税率アップが話題になっている。皆、早々に駆け込み需要が出てくると考えており、その分、景気は若干好転する。
	コピーサービス業(店長)	・計画停電の情報も流れており、先行きの不透明感が増すばかりだが、うちの印刷などエコ関連商品の問い合わせも多くなっており、比較的上向き気配が感じられる。	
	その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	・季節的な暑さの本格到来により、滞留在庫が消化される見通しである。	
	その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	・オリンピック景気に期待している。	
	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・受注量が増加傾向にある。	
	変わらない	家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・配達量に変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・節電による減産が予想される。
		化学工業(経営者)	・得意先と話をしてもあまり明るい話はなく、当面は一進一退の状況が続く。
		化学工業(企画担当)	・景気の上昇する要因が見当たらない。販売量が伸びているのは高機能な製品よりも、そこそこの品質で低価格な物ばかりである。

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
		プラスチック製品製造業（経営者）	・主力部品が伸び悩むなか、コストダウンした低価格版の販売量が増える。粗利ベースではほぼ均衡する予想である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税の増税法案の可決といった政治問題があるため、これからしばらくは変わらない。
		金属製品製造業（管理担当）	・新規の大型物件の受注が決まっていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の動向から、現在の状況が続く。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・少しずつは良くなるという期待はあるが、電力不足や欧州の信用不安による影響が心配である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安の問題も不安定さが続く感があり、なかなか景気は良くなりそうで、良くならない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・2、3か月先になると、オリンピック需要も終息していると思われるため、良くなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・大飯原子力発電所が再稼働しても、電力供給は相変わらず厳しさが残るほか、住宅家電の照明分野においては、新規参入や低価格競争が激しさを増す。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・この夏の計画停電によって、どうなるか分からない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内設備投資の動向がまだまだ回復基調になく、引き合いがあっても、相見積の場合が多い。どうしても中小企業は価格競争の面で大企業に太刀打ちできず、受注に至らない傾向がある。
		建設業（経営者）	・政府がしっかりとした景気対策を早急に行なえば、民間関係の設備投資は先のみえない状況が続く。公共工事も東日本大震災の復旧が中心となり、他地域への補助金削減が予想される。
		建設業（営業担当）	・取引先の様子をみても、発注数が激変しており、期待薄である。
		輸送業（営業所長）	・新規案件の話も乏しく、先行きに明るさはみえない。
		輸送業（営業担当）	・新店舗の売行きもあまり良くないので、今後もこの状況が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・夏の節電に向けてか家電量販店の広告や、自動車関係の広告が増えているようだが、配布地域を限定するなど、1件当たりの数を調整するスポンサーが増えてきたので、折込収入の上昇にはつながっていない。
		広告代理店（営業担当）	・良くなりそうな条件がしばらくはない。
		司法書士	・消費税の増税法案が可決されて、実施されるまでの間は駆け込みで消費が伸びることも考えられるが、2～3か月ではまだ影響が出ない。
		経営コンサルタント	・芳しくない状態が続いているが、クライアントも同様の横ばい状態が続いている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・関西における節電が、場合によっては計画停電に発展する可能性もあるため、そうなれば少なからず売上に影響が出る。現に、毎年実施のアイスクリームの臨時出店も、今年は節電の観点から見送りとしている。
やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・周囲をみても良くなる要因はない。他社に対抗できるよう廉価販売できる新製品も出しているが、売上に大きく貢献するところまで至っていないのが現状である。
		繊維工業（団体職員）	・受注の見込みが感じられない。
		繊維工業（総務担当）	・非日常品としての和装は、景気の上昇に対しては後手となり、下降に対しては先手となる。質の良し悪しを説明しても、懐事情が先に出るため、非常に販売が厳しい。
		繊維工業（総務担当）	・得意先の動きとして、国内消費が頭打ちの状況であるため、海外店の増設に力を入れている。ただし、現地への商品供給は日本から行う形であり、価格的にも日本での店頭価格を維持または下げること目標としているので、供給側からみれば更に利幅が少なくなる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・夏場にかけての需要は、情報産業にとっては一服感があるが、国際環境関係では東日本大震災の情報を世界に提供できるようなレポートの作成が進んでいる。また、今後は電子書籍の配信も検討中である。一方、医療業界における各種学会も国際的になってきており、英語のセッションが多くなってきている。配信は紙媒体とスマートフォン媒体の2本立てで、約10%のシェアを情報端末が押さえるようになっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（管理担当）	・欧州の信用不安によるユーロ安や電力需給懸念によって生産性が低下する。
		金属製品製造業（経営者）	・関西の電力不足への不安で、特に関西のメーカーの製品が敬遠されつつある。
		金属製品製造業（営業担当）	・前向きな話がほとんど聞こえてこない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月後の受注がなく、引き合いが減っている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・夏場の電力問題の影響が今後出てくる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・より一層財布のひもが固くなる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後は当分の間、円高の影響や品質の向上で輸入商品が回り、流れが落ち着かないため、厳しい状況が続く。
	悪くなる	電気機械器具製造業（企画担当）	・国内での製造コストは海外でのコスト競争力に勝てないため、国内での経営はますます圧迫される。
		不動産業（営業担当）	・神戸から製造業などの事業所が撤退している。今後も続くと思われる、それに伴って神戸の事務所の空室率が上がる。また、神戸の就労人口が減少し、賃貸マンションの空室率も上がることにより、将来の景気はまだ悪くなる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済の展望が開けていない。
雇用関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・下期に向けた動きが出てきている。例年は9月までの3か月契約で様子見という動きが中心であるが、今年は6か月単位で年度末まで人員を確保しておこうという動きが強くなっている。
		人材派遣会社（支店長）	・政治の不安定さは残るものの、底を打った感はあるので、今後もゆっくりではあるが上がってくる。
		人材派遣会社（役員）	・国内政治の混乱の沈静化のほか、欧州や新興国の景気安定など、国際的な外部要因が安定すれば良くなるが、これらの前提が変動すれば状況は一変する。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年のトレンドどおりで推移しているため、7～9月は右肩上がりで求人数が伸びる傾向となる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西地区では大飯原子力発電所の再稼働が決まり、夏場の電力供給の不安が多少緩和されたことが、企業の生産意欲を押し上げる1つの要因になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪の地場産業の動きが少し良くなるような気配がある。消費増税や欧州の信用不安などの不安材料がありながらも、特に大阪の地場産業の動きが感じられる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数では、前年同月を20%以上上回っており、27か月連続の増加となっている。また、主要産業別では、建設業、製造業、情報通信業、卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービス業が前年同月を大きく上回っているため、求人は当分増加傾向が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇労働市場の規模が小さくなった一方で、人手不足感も出てきている。求人票の未充足が増えてきている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・期待を含んでいるが、回復基調が継続してほしい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・前年夏の地上デジタル放送化に伴い、それまではテレビ需要が高まり、購入者が増えた。前年の7月以降は購買意欲が失われていたが、1年が経過したほか、オリンピック需要などの相乗効果で、購買意欲が出てくる。
		人材派遣会社（営業担当）	・関西では東日本大震災の復興需要の恩恵が受けにくく、関西本社の大企業も元気がない。ただし、富裕層の高額消費意欲はおお盛であるため、景気の方向性の判断が難しい。一方、消費税増税で駆け込み需要は増える。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数は安定しているものの、昨今の欧州の経済情勢や国内の政治情勢の不安定感から、どのように変化するか予測が困難である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西圏での大きなプロジェクトに合わせた動きに期待している。大阪府市統合本部の動向にも注目している。
		職業安定所（職員）	・円高や消費税、増税問題もあり、先行き不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は当分の間続く一方、新規求職者数はやや減少傾向にある。企業の採用意欲は高くなく、特に製造業においては、人手不足というよりも世代交代のために若年者を求める傾向が強く、選考のハードルが高い。大飯原子力発電所の再稼働決定により、夏場の電力不足の懸念が少し薄らいだとはいえ、欧州の信用不安や円高などで景気の先行きの不透明感は続く。
		職業安定所（職員）	・夏の電力不足による節電の影響で、生産の縮小などが懸念されるため変わらない。
		民間職業紹介機関（支社長）	・米国、中国の景気減速により、雇用状況の悪化する可能性がある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大きな好転の要因がない。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (中国)	良くなる	通信会社（営業担当）	・2012夏モデルの新品が続き登場するとともに、ボーナス、学生の夏休み、盆、夏キャンペーンなどの夏のトピックスが絡み消費拡大の期待がかかる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・暑くなり省エネ関係の商品が動く。
		商店街（代表者）	・2つの大型家電店の同時オープンにより中心部への来街者が増え、2～3か月先も今月同様好調に推移する。
		百貨店（営業担当）	・徐々にではあるが、前年同月比で100%を超えるテナントが多くなりつつあり、客の入館状況も先月よりは良くなっている。もう少し様子をみなければならぬが、上向きになりつつある。
		百貨店（営業担当）	・夏物セールの動きの長期化・分散化傾向が例年顕著であるため、天候次第で左右される可能性があるものの、7月からのセールで山場を作れる見込みである。
		スーパー（店長）	・売上が徐々に良くなっており、ボーナス支給もあるので、しばらくはこの状況が続く。
		家電量販店（店長）	・消費者の節電意識の高まりから高省エネタイプの冷蔵庫、エアコン、LED照明の需要が高まる。また太陽光発電システムへの関心も高まっており、需要が期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・今期はエコカー補助金効果で前年を上回る販売量が確保できる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・夏休みや盆などがあり、学生帰省客にも期待できるので、現状よりも動きは活発になる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・夏休みに入り家族層が増加してくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みの宿泊予約が少しではあるがファミリー客からの問い合わせが増えてきている。
		通信会社（広報担当）	・ボーナス商戦期で例年活気付く。
		テーマパーク（業務担当）	・夏季に新たな行事を開催することで例年以上の来園者数が見込める。
		テーマパーク（広報担当）	・大型の博覧会イベントが予定されており、それによる近隣への観光客の増加など相乗効果がある。
		その他レジャー施設（アミューズメント）	・夏休みが始まり当店の主客層の来客数が大幅に増加する時期となる。また映画の話題作公開もあり、来店するきっかけが増える。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税の法案が可決しそうなので、これから駆け込み需要による引き合いの増加を期待している。しかし、駆け込み需要が多すぎると建築物価の高騰や人手不足も懸念され、消費税増税後の落ち込みを考えると手放しでは喜べない。
		住宅販売会社（販売担当）	・時期的な季節の変わり目の需要もあるが、しばらく省エネ関連商品の販売増が見込まれる。
		住宅販売会社（営業担当）	・税制変更による駆け込み需要から、上向きになる可能性がある。
	変わらない	商店街（代表者）	・工事が来年の3月まで続くことから、目的買い以外の来街者が見込めない状況が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・日ごろ使う名刺などの売上が良くなく、企業活動に元気がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒店〕 (経営者)	・当分続いたアウトレットモールオープンの影響も段々と薄らいでくるため、夏休みや盆に期待が持てる。
		一般小売店〔酒店〕 (経営者)	・客が金を使わない状況は相変わらずで、年々進物を減らす傾向にあるものの、中元商戦では何とか昨年並みの売上を目標としている。
		百貨店(販売促進担当)	・中元、セールと夏の大型商戦がスタートしたが、地元大手企業の業容縮小もあり、中元ギフトの法人関係は厳しいと想定される。夏のセールも今年から2週間スタートが遅くなるが、この会期変更が客にどう受け入れられるか注意して見守る必要がある。
		百貨店(購買担当)	・ボーナスが出ない、給与が減少した等の声を聞くが、クリスマス時期に突入し、良い物を安く買いたい客の心情もあって少し景気が上向く。
		百貨店(売場担当)	・地域的な疲弊は続くものの、景気そのものの後退はないと判断する。ただ店舗への来店客の年齢層が更に上昇している。
		百貨店(営業推進担当)	・消費税の増税や欧州の信用不安などが今すぐ影響することはないが、心理的には不安をあおる。
		スーパー(店長)	・大きな変化が起こる状況はない。
		スーパー(店長)	・来客数、販売点数は前年と同様に推移しているが、消費税増税などもあり、客の生活防衛が懸念される。
		スーパー(店長)	・外部環境に変化がない限り消費動向は変わらない。
		スーパー(店長)	・政治の先行きや消費税増税など不安要素が多く、消費についても縮小傾向が予測される。
		スーパー(業務開発担当)	・毎月1～2ポイント前年を上回っており、例年通りの夏であれば今の状態が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・エリア内への大型量販店やディスカウントストアの出店で販売量に影響がある。また、夏場は猛暑も予想されパンの動きが鈍るが、オリンピックで深夜向けの総菜やサンドウィッチの需要が高まり、現状のまま推移する。
		コンビニ(エリア担当)	・当分このような状態が続く。
		衣料品専門店(経営者)	・景気が良くなる要素が見当たらない。増税が決まれば販売量が若干落ち込む。
		衣料品専門店(販売担当)	・客単価が減少する。
		家電量販店(店長)	・この夏は猛暑でエアコンに期待したいが、客は壊れてから買換えるので、安いからといって買うわけではない。
		乗用車販売店(店長)	・小型車は新型車投入の効果で順調だが、軽自動車の販売が思うように伸びておらず、車全般の底上げにはつながらない。
		乗用車販売店(営業担当)	・ボーナスが支給されても大半が貯蓄に回っている。
		自動車備品販売店(経営者)	・民間企業のボーナス減少や大幅なカット、更にはボーナスなしという企業が増えており、昨年以上の販売は厳しい。
		その他専門店〔和菓子〕(経営者)	・売上が上下動する要素がない。
		その他専門店〔時計〕(経営者)	・消費者全般に良い景気ではなく、まだまだ景気が上向くには時間がかかるとともに格差社会が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(支配人)	・欧州情勢や政局の状況が安定し、株価や給与所得の明るい見通しへの変化が少しでもあれば、上向き傾向に転じることもあるが、消費動向の変化への反応はほとんどなく、あっても時間がかかる。
		高級レストラン(スタッフ)	・ゴールデンウィーク明けからは予約数が減少しており、今後も期待できない。
		一般レストラン(経営者)	・消費税増税が決まっても、それまでには少し景気が良くなる。
		一般レストラン(エリア担当)	・ランチの値下げ合戦が激化しており、厳しい状況である。
		一般レストラン(外食事業担当)	・価格競争が激しくなり、大手を中心に安価な商品が出ているが、客単価によっては売上は減少する。天候にも大きく左右されるので、昨年と同じであればそれほど売上は伸びない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕(支配人)	・長期休暇などでは例年と変わらない動きをするので、夏に関しては変わらない。

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
		観光型ホテル（支配人）	・昨年の夏は東日本大震災の反動で比較的好調な入込であったが、今年は同期比ではマイナスである。ただし、夏休み期間中の問い合わせも増えてきており、前年並みが見込める。
		都市型ホテル（総支配人）	・スカイツリー効果などもあり、観光客は東京を中心に東日本方面が強く、西日本は苦戦する。
		都市型ホテル（企画担当）	・あまり現況変化がみられない。
		旅行代理店（経営者）	・政治家は自分のことを考えないで、日本の将来を考えた行動を示し、日本が元気になる政策をお願いしたい。
		タクシー運転手	・外出する客が少ない状況が続いている。
		通信会社（社員）	・ボーナス時期であるが、新たな問い合わせなど販売量増につながるも傾向があまりない。
		通信会社（企画担当）	・新規の営業で商品に対する関心度は、今年度上四半期で特に変化がない。来月賞与月になるが、今のところの購買の動きの読みにおいて変化はなく、3か月後もこのままとなる。
		通信会社（営業担当）	・円高・節電・消費増税の夏で、地元自動車産業も立ち直りのきっかけをつかめず、景気が良くなる雰囲気はない。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税の影響による消費低迷が懸念される。
		通信会社（工事担当）	・上向く要因がないが、これ以上下向くとも考えられないので、現状維持程度になる。
		テーマパーク（管理担当）	・政治の問題など消費を抑える案件が多いため変わらない。
		競艇場（職員）	・集客と売上が見込めるレースがないので変化はない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる情報がなく、このまま現状維持で推移する。
		美容室（経営者）	・日本経済が安定していない。メディアでの不景気なニュースが一般消費者の財布のひもを締めている。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・サービス利用者との世間話のなかで消費増税の話などの政治の話も話題にのぼることもあるが、すぐに消費生活に大きく影響が出る雰囲気ではない。ここ2、3か月で身のまわりの景気が変わるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税等の駆け込みの反応が鈍く、もうしばらくの間は変化が少ない見込みである。
		設計事務所（経営者）	・経済を上向かせる要因が見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・政治がはっきりしない状況や夏場の節電意識等で、建築も動きを控える傾向が見込まれるため、今とあまり変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きが鈍い。
	やや悪くなる	商店街（理事）	・政治不信で先行き不安なので、生活防衛のため客の消費が鈍り景気が停滞する。
		商店街（代表者）	・少子化、オーバーストア、デフレに加えてインターネットによる購入方法が増加し、客はより安い物や本当に欲しい物でないと購入しないので、厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・消費税の増税などがかなり浸透し、消費者マインドが一層低下する。
		商店街（代表者）	・今年は観光客数が例年のように増えない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・このままの状況が続けば大変厳しい状態になる。それでも地方の商店街は疲弊しており、まちづくり活動ができなくなる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・生活用品の購入を控える客が増えており景気は悪くなる。
		百貨店（売場担当）	・食への需要は顕著なもの、高額ファッション商材は軒並み苦戦している。各メーカーは更なる販売促進費や人件費の削減が進み、集客で苦戦する。
		百貨店（電算担当）	・店全体に占める衣料品の売上が大きい、その夏物衣料が不振で、クールビズ関係の商品も息切れしている。貴金属及び魚、肉、青果は前年比プラス4%と好調に推移している。古事記編さん1300年で出雲大社の売店も好調で同34%プラスで、人の動きが出てきた。
		百貨店（販売担当）	・クリアランスの推移次第だが、今年は新規オープン的大型商業施設の影響により来客数の減少は避けられない。
		スーパー（販売担当）	・買上点数及び客単価に、若干ながら減少傾向がみられるようになってきていることを危惧している。同時にここ数年の傾向として残暑が厳しく、今年も2、3か月先に迎える秋商戦はかなり苦戦する。

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（財務担当）	・同業他社との価格競争による消費者の買いまわりにより、客単価の下落が続く。
		スーパー（販売担当）	・節電ムードから節約ムードへ移行しそうな雰囲気があり、景気は悪くなる。
		スーパー（管理担当）	・電気料金の値上げ、うなぎの高騰、消費税率論議等、景気の良くなる要素がみえてこない。
		スーパー（営業システム担当）	・電気代の値上げや増税など、強制的に支出が増えていく時期になっている。生活必需品に関しては、支出を抑える傾向がみられるため、売上の増加は見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価の低下は続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店出店により来客数減少は1年以上影響を受けるとともに、引き続き競合店の出店攻勢の可能性はある。
		コンビニ（地域ブロック長）	・製造業の景気悪化に伴う消費縮小傾向の解消について、政局が不安定で好転させる要素がみえづらい。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費低迷により客は必要な商品のみを購入する傾向になる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税が家計を圧迫し、購入意欲が低下して景気は悪くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・期待したほどエコカー補助金駆け込みの成果が出ておらず、この先補助金が打ち切りとなれば、現状より悪くなる。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金が終了したとき、今以上に客の動きが鈍くなる。
		乗用車販売店（副店長）	・エコカー補助金が終了し、反動で販売量が落ち込む。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・政治経済が不安定で思い切ったことができない。
		一般レストラン（経営者）	・世界経済の停滞や日本政治情勢の停滞が連日報道され、消費者自身が自己防衛で消費しなくなっている。些細な抑制であっても今日の出金を抑え、実質目減りする所得に備える客が多く見受けられる。
		都市型ホテル（企画担当）	・政情不安があるとともに景気対策が停滞している。
		通信会社（通信事業担当）	・新サービスなどを開始しても、反応は従来よりも非常に悪く、先の見通しは非常に厳しい。
悪くなる		スーパー（店長）	・集客のための新たな投資も難しく、ポイントセールで客単価を下げずに集客したいができない状況である。価格を下げての集客政策では、更に利益を圧迫するため当店にも限界がある。今後、消費税のアップなど消費の冷え込む要因もあり先行きが非常に厳しく、スーパー業界再編が地方で激しくなりそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税問題等将来に対する不安があり、消費意欲が低下している。
		家電量販店（企画担当）	・電力不足も購入意欲の低下に更に拍車をかけることを心配している。業界全体の売上も前年比7割程度と最悪になっている。以前の省エネ家電エコポイントのような現状の閉塞感を打開できるような政策がない限り好転しない。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税、円高、デフレ等のマイナス要因はあっても、良くなる要因は全く見当たらない。
		スナック（経営者）	・景気対策に本気で取り組まないと、このままいけば確実に景気は悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・ボーナス時期ではあるが売上上昇にはつながらない。
		企業動向関連	良くなる
(中国)	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・季節要因や少しずつの実需が増加する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・自治体向け焼却場工事が着工するため、生産量がやや持ち直す。
		通信業（営業企画担当）	・製造・流通・自治体等の全業種にて新しい情報通信関連のサービスへの関心が高く、導入検討のレベルでの引き合いが継続している。
		広告代理店（営業担当）	・販売促進での受注量が増加する時期に入り、旅行販売、自動車、大学オープンキャンパス等の受注が増加傾向にある。
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・目標数値を割り込む可能性があり、現状維持が精いっぱい景気は悪くなる。
		繊維工業（統括担当）	・混迷している政治状況次第である。
		化学工業（総務担当）	・先行き不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		非鉄金属製造業（経理担当）	・受注量の回復維持は予想されるが、価格面では事業によっては金属相場の下落などマイナス影響も出始めている。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先が海外調達比率を上げる方針を出している。今後3か月では、当社の製品への影響はほとんどないものの、その方針がさらに強まることを懸念している。そのため受注量は現状のまま推移すれば良い方である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると状況は変わらない。
		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について、受注は順調にあり回復基調にあるが、円高により損益面では厳しい状況が続く見通しである。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・当初計画に比べ大幅に増産する製品があるが、他の製品の生産量で調整される予定である。
		輸送業（業務担当）	・9月くらいまでは増産計画があるが、10月以降の予定が未定のため変らない。
		通信業（営業担当）	・消費増税など国会動向で景気面への影響が懸念される。
		金融業（自動車担当）	・当面、現状程度の為替水準が続くとみられ、この為替では輸出採算は厳しく、利益は低水準で継続する。
		金融業（営業担当）	・地元企業の経営者で、将来に明るい展望をもつ者は少なく、売上は、依然として低迷している。将来的な景気は、日本、世界の情勢に左右されるが、現況の不透明な状況では、元気のある企業で将来に向けた投資を行う企業は少なく、また従業員給与についても増加する要素は全くなく、横ばいの景気となる。
		不動産業（総務担当）	・需要時期ではないため、数か月間変わらない。
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・良い情報も悪い情報も聞かないが、材料関係の値上げ要請が来ている状況である。
		化学工業（経営者）	・引き続き部分的な受注の増加は期待できるが、国内政治の停滞感、欧州不安等不安材料も多々あり、全体としてはやや悪化する。
		鉄鋼業（総務担当）	・欧州の信用不安が実物経済に影響し続ける。
		鉄鋼業（総務担当）	・エコカー補助金が、7月か8月には終了すると予想されており、終了後は反動による販売減となるため、国内景気にインパクトがある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・電力供給問題、ガソリンを始め原料の割高感、市場の不安定感などにより今後景気はやや悪化する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・対ドルだけでなく対ユーロに対しても円高であり、その影響が出てくる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・予想していたよりも受注量が思うように伸びない。
		会計事務所（職員）	・製造業、建設業では大口の物件が動かないので、下請に流れてくる仕事の量が少なくなっている。見積りや引き合いの相談もあまりない状況にある。
		コピーサービス業（管理担当）	・取引先からの引き合い案件が少なく、取引先担当者からは今後も案件が少なくなることはあっても増える見込みはないと断言された。
悪くなる		農林水産業（従業者）	・9月末まではどんちっちアジ（島根県浜田市産のブランドアジ）、秋口までは白イカに期待ができるが、8月まで沖合底引き船が資源保護のため休漁となるため、今期の水揚げ数量、金額ともに昨年に比べてかなり悪くなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・衆議院で消費税増税が通過し、電力料金の値上げ、社会保険料の値上げと公共料金は着実に増加する一方で、元値はほとんどの会社が据え置いている。その多くは海外進出によって価格差を埋めていくことになる。
		建設業（総務担当）	・消費税率が上がる前の駆け込み需要が発生し、建築資材の値上げ、人手の不足が起こる。
雇用 関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・消費税増税による駆け込み需要が出てくる。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・海外中心だが拠点開設などの話をきく。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・リーマンショックで採用を抑制した反動がまだしばらく続く。

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
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・依然として円高の影響を受ける製造業からの求人提出はないが、円高の影響を受けない製造業については、徐々に求人募集の動きもある。また、夏場の中元やピヤガーデンなどのイベントに向け、卸売・小売業や宿泊・飲食業からの求人提出がある。
		民間職業紹介機関（職員）	・ここ最近複数社から内定を得るケースが増えてきている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・製造事業所から求人が増えてくる気配があまりない。特に自動車関連が低調であるため、横ばい状態が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・変わらないとの判断の一方で、消費増税や政治不安、円高の動向によってはさらに悪くなる。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・時期的に新卒採用のピークは過ぎて一段落しており、今後は内定者辞退が出た企業が一部補充活動をする動きがある程度となるため、特に予算をかけての積極的な活動は行われない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人数が増えているが、自己都合退職者も増加しているため、景気動向は変化しない。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・雇用状況に大きな動きはなく、昨年12月以降、求人倍率も0.9倍台で推移しており、景気に変化はない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・年末までは先行きが不透明な状況が続くため、活発な消費活動が控えらる。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に大きな変動がみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・大手電機メーカーのリストラによる大量離職の発生後、傘下の協力工場を始め周辺の多くの業種にわたる企業で求人意欲が冷え込んでいる。新たな企業誘致に関わって大量採用の話も複数あるが、来年・再来年以降のことであり、今現在の求人には結び付かない。
・節電など経費削減に重きをおく企業が増え、求人枠を狭める状態が今夏中は続く。			
	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 (四国)	良くなる	通信会社（支店長）	・新商品の発売やボーナス商戦による需要の活性化が見込まれる。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・今年は猛暑が予想され、夏物が売れる見込み。また、節電、クールビズ関連商品も売れる見通し。
		コンビニ（店長）	・競合店出店という特殊事情があり売上が落ちているが、来客の様子、客単価などから以前より購買力が上がっていると感じる。一方、ポイント利用やセール品に敏感に反応する面もある。無駄遣いはしないが節約だけではない。
		コンビニ（商品担当）	・梅雨明け以降が猛暑の予報通りであれば、消費者の販売動向は昨年以上に上向くと想定している。
		衣料品専門店（経営者）	・7月からバーゲンも始まるので期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・暑くなるほど飲物も売れるため、売上増が見込まれる。
		タクシー運転手	・お盆やよさこい祭りもあり、やや良くなると判断する。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦期に入ることから販売数の伸びに期待する。
		競艇場（職員）	・新スタンドオープンに伴う新規顧客等の増加により、売上増加が期待される。
	設計事務所（所長）	・民間でも新しい店舗やマンションの計画が増えており、やや良くなると判断する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・先行きの不透明感及び消費税増税等の消費者負担増が考えられる。
		商店街（事務局長）	・依然として週末は集客が多いものの、平日の通行量は落ち着きを見せ始めている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・必要などきのみの購入や予約が目立つ。単価が少し上がったとしても、購入回数が減っているため、良くなるとは思えない。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・いいニュースがないため。
百貨店（販売促進担当）		・電力不足などにより今まで以上にエコ・節電意識が高くなっていくので、景気回復の見込みが立たない。	

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
		百貨店（営業推進）	・少子高齢化による人口減が続き、産業も活性化していない。今後、景気はあまり上昇してこないと思う。
		スーパー（企画担当）	・昨年は放射線問題で牛肉の売上に影響が出たので、今期は戻って動くとする。全体的には景気が伸びる話題も出てこないで消費動向は慎重な状況が続くと推定する。
		スーパー（財務担当）	・経済環境の大きな変化は予想されない。ただ、ウナギなどの商材で大幅な値上がりが発生しており、「土用の丑の日」のウナギの売上などに大きな影響が予想される。
		コンビニ（総務）	・天候にも左右されるが、景気が良くなるような施策がなく消費喚起には程遠い。
		衣料品専門店（経営者）	・前年と売上高が変わらないため、今後も変わらないと判断する。
		衣料品専門店（総務担当）	・今後の保険料や住民税の負担増や、消費税増税など消費を冷え込ませる要因が多い。実際に顧客の購入点数も下がってきており、消費マインドの悪化を懸念している。
		家電量販店（店長）	・今年オリンピックがあり、テレビの需要が期待できるが、オリンピック特需の見通しは不明である。
		家電量販店（店員）	・ボーナス商戦もあり、これ以上悪化する事は無いと思うが、よくなる材料も無いため、変わらないと判断する。
		家電量販店（営業担当）	・節電効果の高い商品を買う求める志向がある反面、不安材料が多くなったと口にする客もいる。買い控えに根強いものがあるようだが、消費税増税前には買いたいという声も聞く。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了が間近に迫り、前回ほどの盛り上がりはない。駆け込み需要を期待しているが、あまり伸びはない。大きくは変わらないと思う。
		観光型旅館（経営者）	・7月から9月までの状況はあまり良くない。しばらくは客が増える様子でないため、変わらないと判断する。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況から判断すると、あまり変わらないと思う。消費税増税問題による消費の冷え込みという心理的な部分が若干出てくるのではないかと。
		旅行代理店（支店長）	・夏の個人旅行の申込状況は昨年と同程度である。家庭における節電対策のために外出が増え、個人旅行の需要が上向くことを期待している。
		通信会社（営業担当）	・この夏は、節電の影響で日中は外出する機会が増え、量販店や大型ショッピングセンター等は賑わうかもしれないが、購買にまでは結びつかないのではないかと想定する。
		通信会社（企画）	・大きな変動要因は無く、変化はないと思われる。
		観光名所（職員）	・特に目立った社会的な動向もないため、あまり変化がないと考えられる。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況及び単価の下がり具合からみても、良くなる要因がないため、変わらないと判断する。
		美容室（経営者）	・購買意欲の増加が見られないため、変わらないと判断する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・夏休みからの観光客の入りがあり期待できる状態ではなく、それが商店街の来街者数減につながってくると推測される。夏物のクリアランスの売れ残りも多く、秋物の立ち上げは厳しい状況になると思う。
		商店街（代表者）	・大手量販店のスクラップアンドビルドは加速し、既存商店街に壊滅的打撃を及ぼし続けるだろう。商店街復活の道はますます狭まってくる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・地元の夏祭りやイベント等で需要が増えることを期待している。
		百貨店（総務担当）	・衆議院での消費税増税法案の可決を受け、消費マインドの低下が予想される。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の話で大変もちきりになっており、客が今後の社会状況に不安を感じているので、消費動向が若干悪くなると推測する。
		スーパー（企画担当）	・景気が好転する兆しが見えず、政治の混乱がそれに拍車をかけている。将来の見通しに対して、非常にネガティブに捉えている層が多いと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終わると、販売が一気に落ちる。前回よりも悪い状況になるような感じがしている。
		乗用車販売店（役員）	・8月にはエコカー補助金がなくなり、景気は悪くなってくると思う。ただ、ハイブリッド車や新しいモデルチェンジの車の導入が下支えになると期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		タクシー運転手	・夏場はお遍路の仕事が大幅に減るので、売上も大きく減少する。夜の街なかは閑散としており、客の数よりタクシーの数のほうが多い状況で、全く良くなる気配がない。	
		美容室（経営者）	・消費税増税法案のニュースでさらに消費を控える傾向になると推測する。	
		設計事務所（職員）	・前年度受注分の残務量が上半期でほぼ消化しゼロ近くなる。新規受注はこの時期多くを望めないことや、電気料金値上げを考えると、良くなるとは思えない。	
		悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・先の見えない政治経済に不安で、消費者の財布のひもがますます固くなると思う。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が決まると、消費マインドが下がるため悪くなると判断する。	
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が9月までに終了する予想のため、9月以降の新車販売台数は大幅に減少すると予想される。	
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・秋の需要が例年通り見込まれる。さらに、消費税増税が決定すると、前倒し需要が多くあるのではと予想しており、良くなると判断する。	
		やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新規先と取引ができるようになったので、今後は上昇していくだろう。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注・販売量が増えてきているので下期に向けて増産を検討しているが、電力供給不足による部品調達への影響、為替の動向が懸念される。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギー関連は、多くの受注残を抱えている。今の計画段階では、非常に収益も安定してくるのではないかと考えており、景気はやや良くなると判断する。	
		通信業（部長）	・夏モデルの発売に加え、企業景気に若干の改善がみられる気配もあり、今後は少しは良くなると感じている。	
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・店頭売価が下がれば、徐々に売行きは回復すると見込む。	
		繊維工業（経営者）	・円高傾向が続くなかで、国内景気は輸出産業を中心に厳しいものがあるが、消費マインド自体は悪くないと思う。特に関東地区にはスカイツリーを始め、新しい消費スポットが相次いで開業し、消費志向は活発である。	
		建設業（経営者）	・同業者と話をして悪い話ばかりであるため、変わらないと判断する。	
		建設業（総務担当）	・見積件数は相当数あるが、業者間の競争が厳しく、適正な利潤をあげる状況にはない。	
		通信業（総務担当）	・上向きとなる要素が見当たらない。	
不動産業（経営者）		・消費マインドがかなり冷えているような状況がみられる。取引先、あるいは同業者の話聞いても、広告等を打っても人が集まらない、集まっても商談がまとまらないという傾向が続いている。		
広告代理店（経営者）		・県外資本の娯楽関係得意先の夏キャンペーン等で多少広告費増が予想されるものの、エコカー補助金が終了すると自動車販売関連の広告費が減少し、結果としてあまり変わらない見込みである。		
やや悪くなる	食料品製造業（商品統括）	・欧州の信用不安の継続が確定的であるため。		
	鉄鋼業（総務部長）	・円高が続く限り、この流れは変わらない。		
	電気機械器具製造業（経理担当）	・ギリシャ政権問題が一応、一段落し、最悪のシナリオは回避できたものの、欧州経済危機によるユーロ安は引き続き大きな不安要素となっている。受注量、価格に直接影響はないが、ユーロ安の対応策がなく、このままユーロ安が続くと、輸出商品に大きく影響し、収支は悪化すると考えている。		
	輸送業（経営者）	・真面目に働くほうが間違っていると思える社会に向かっており、やや悪くなると考える。		

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
		輸送業（営業）	・地方大手の業者間で業務提携の話が加速しており、地方中堅業者間ではどこもアライアンスを組むべきか模索する動きが活発、当社にも様々な業者からの問い合わせが入っている。全国大手に対抗できる配送網の構築は、経営の安定を求めるなかでの必須条件であり、アライアンスの選択に失敗し取り残されると企業の存続に大きく影響を及ぼす重要課題となっている。
		金融業（融資担当） 公認会計士	・昨年と比べて節電・消費税増税の心理的な影響がある。 ・円高と電力不足、節電に非常に懸念が深まっており、設備投資を遠ざけていると感じている経営者が多い。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・単価ダウンは数量増加により耐えられるものの、絶対数量を荷主サイドで確保出来なければ、その影響を受けざるを得ない。単価ダウンと数量減（生産調整等）が今後も続くため悪くなると予想する。
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・夏季賞与支給月に伴い、お金の流通が活性化される期待が高まる。夏のイベントや、キャンペーン等で雇用の拡大も見込まれ、景気に少しは影響をみせるのではないかと考える。
	変わらない	職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、先月より0.01ポイント下回っているが、前年同月と比較すると、0.03ポイント上回っている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者が増加しているなか、新規求人は減少しており、就職率も低下している。
		民間職業紹介機関（所長）	・企業には景気の高揚感が無く、また、量販店における1人当たりの購買単価も下がっているとの声も聞く。
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・求人件数は昨年同時期より若干増えているが、伸びが少なくなってきた。内定数も停滞している。
		人材派遣会社（営業担当）	・労働者派遣法の改正と抵触日と問題が重なり景気に不安を感じる。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・夏休みに入り求人数の減少が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金の終了後に期待が持てないことと、消費税増税が決定すれば来年の駆け込み需要までは醒めてしまい、生活防衛に消費者が走るのでは間違いない。
悪くなる	求人情報誌（営業）	・地場の製造業の景気が良くなる兆しが見えていない。少なくとも人材の新規雇用は各社とも控えており、景気は停滞から悪くなると推察される。	

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 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・中元ギフトの店頭外受注は好調である。ギフトセンターの開設やクリアランスの開始により、客の来店機会が増え、購買意欲も高まっている。目的買いや買い回りににより、景気の好転が見込まれる。
		スーパー（店長）	・競合店の状況が大分落ち着き、競合店の来客数がかかり減少しており、客が帰ってくる可能性が非常に大きくなっている状況である。あと2～3%の上昇はある。
		スーパー（売場担当）	・販売量が増えている。やっと夏らしい気温になり、季節商材の動きが良い。昨年よりも暑くなるということで、今後も売上は伸びる。
		コンビニ（店長）	・ボーナス支給以降、客の購買意欲が高まっている。また、今年は節電対策のため、飲料需要や外出需要が高まると考えられ、多少景気は良くなる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・1年のうちで一番伸びるべき7月を迎え、若干は伸びる。ただ、天気次第で売上は変わるということも否めない。
		衣料品専門店（チーフ）	・リニューアルをするため、2～3か月後の売上の見通しはプラスに転じる。
		家電量販店（店員）	・前年7月のアナログ放送停波から一巡し、3か月後ぐらいから前年比はやや良くなる。ただあまりにも前年の売上が大きかったため、景気がすごく良くなるというわけではない。
家電量販店（企画・IR担当）	・7月にオリンピックを控え、今後テレビの売上が期待できる。また、メーカー各社より販売されるホームネットワークを利用した高付加価値テレビの販売が期待できる。ただし、地上デジタル放送へ移行した前年の反動によるテレビの売上の落ち込みを、どこまでばん回できるかが不透明である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7、8月は夏場の中元商戦も始まり、店内では冷たいコーヒー飲料が主となる。また中元ギフトの需要が増える。客1人当たりの購入単価が上がり、売上は上がる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年はなかった大型コンベンションの開催があり、9～10月は予約が好調に推移している。
		都市型ホテル（副支配人）	・8月はコンサートや大きなスポーツ大会等で予約が入っているため非常に良いが、9月は多少動きが鈍い。
		旅行代理店（従業員）	・夏休みはハワイや東京・大阪の遊園地等が人気で、昨年よりも1人当たりの単価がかなり高くなっている。
		理容室（経営者）	・これからは梅雨に入って徐々に暑くなり、客の来店日数が縮まる。全体的に客足が増え、良くなる。周りの商売をしている人たちにも同じような話をする人が増えている。
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要が今後も続く。
	変わらない	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素がなく、これ以上悪くはならないという判断で、景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・消費が上向き、景気が良くなる要因が見当たらないため、今の悪い状態が持続する。
		商店街（代表者）	・梅雨が明け夏になると、それなりに需要は増える。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・本当にどうしたらよいか分からない。時化続きで魚価が高く、売れない時に高い魚を販売しなければならないので、厳しい状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・クリアランスのスタートが7月1日と13日に分散した。各ブランドだけではなく、百貨店もクリアランスのスタートがバラバラとなっている。客はクリアランスの状況が分かりにくくなっており、7月の売上は不透明である。ファッションビルはおおむね6月29日から30日にスタートするので、百貨店は出遅れる可能性がある。今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・昨年は7月に競合他店が閉店し、8、9月は若干前年実績を上回った状況であったが、この伸びが続くのは来月終わりまでになる。したがって伸び率は前年比2%増を想定しているが、そこまでいくかは不透明である。ただ客単価は確かに上がっており、押し上げる可能性はある。来客数は若干前年を下回る可能性もある。総じて若干プラスを乗せたような状況となる。一番左右されるのはやはり天候要因で、気温、雨などで売上は変化する。
		百貨店（業務担当）	・節電関連の商品や冷感商品が昨年ほど動いていない。マスクミが騒ぐほどの需要増にはなっていない。夏場に向けて消費を下支えする切り口がみつからない。
		百貨店（企画）	・暑い九州での電力供給問題は消費に大きく影響する。また、それを上回るだけの魅力的、爆発的な商品開発や営業対策がなされていない。
		百貨店（営業政策担当）	・海外の景況不安と原油、原材料価格の高騰が続いている。また、国内では引き続き電力供給不安と消費税増税及び政局に対する不安を払しょくできず、企業の投資意欲や消費者の購買意欲が高まりにくい。
		百貨店（営業統括）	・夏場の節電や政治情勢等を鑑みると、購買心理は更に冷え込む。オリンピック効果も期待できない。
		スーパー（総務担当）	・すでに衣料品等の夏物処分が始まりだったが、不安定な天候の影響もあり、客の反応は今一つの状況である。今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・消費税導入を含む節約意識が高く、消費が上向かない。毎日の出費を控える傾向が今後も続く。
		衣料品専門店（店長）	・本年初冬まで商店街の改造工事が続くため、足元が悪く、来街者が少ない。
		衣料品専門店（店員）	・百貨店のセール時期がずれるため、客の反応が予測できない。結局は夏のセールがだらだらと続き、盛り上がりには欠けそうである。今後も厳しい状況となる。
衣料品専門店（取締役）	・3か月先は秋物の立ち上がりの月になるが、ファッション業界は天候に非常に左右される。秋物になっても残暑が続けば動きは鈍くなる。いかに企業努力をするか、商品の内容を充実させることが重要になる。所得税や保険料、住民税が上がるなかで、消費税を上げようとする政府の動きは異常なくらい私達の生活を脅かすので、景気を悪くさせないためには政策の動向が重要となる。		
衣料品専門店（総務担当）	・毎日売場に立っていても、今後どのように動くのか全く分からない。先行きは不透明である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・家電では、最近LED電球が非常に良く売れている。ただし、大きい財源となるような薄型テレビやエアコンの売上が非常に伸びていない。ロンドンオリンピックの開催も近いが、まだこれというものがないというのが現状である。
		家電量販店（総務担当）	・相変わらずテレビの販売動向が低調であり、オリンピック特需も期待できない。今後も厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終わり、自動車購入のメリットが少なくなってきたことから、来店客が少なくなる。
		乗用車販売店（代表）	・いろいろな状況をみても、良くなるような要因が見当たらない。客の雰囲気も明るくはない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税が決まれば駆け込み需要がある反面、節電の影響が考えられ、先行きは不透明である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・夏の賞与は、やや厳しいとの客の声を聞き、今後、消費回復にはあまり期待できない。今年の夏は暑さが厳しいとの予測もあり、燃料油の増販に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の行方が不透明であり、景気の先行きも不透明である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今月のバーゲン時期のズレによる購買意欲の低下は解消しているが、九州管内における節電や計画停電、政治不安による消費への影響が、来月以降出てくる。
		高級レストラン（支配人）	・顕著な変化がみられない。このまま変わらない状況が続く。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・問題を挙げたらいろいろあるが、世の中一帯が不景気である。政局も不安定であり、客は不安に感じ、財布のひもをきっちりと締めている。今後も厳しい状況が続く。
		観光ホテル（総務）	・先行きが不透明である。
		都市型ホテル（支配人）	・昨年の夏は、東日本大震災の影響による海外旅行の自粛ムードがあり、国内で近場の旅行が多かったが、今年は海外旅行市場が好調との情報を得ている。実際、昨年では6月にはすでにファミリーやカップル層のお盆を含む夏休みの週末の予約が多かったが、今年は少ない。ビジネス予約は通常通りであるので、今月とさほど変わらない。
		タクシー運転手	・客の出が大変悪く、市内も閑散として人がほとんどいない状況である。このような状況であるので先々も大変悪く、売上も良くない。
		タクシー運転手	・皆の財布のひもがかなり固くなっているし、またボーナスもあてにできるような状況ではないので、今後大きく景気が良くなるような状況は見込めない。
		通信会社（管理担当）	・すぐに景気が良くなる要素が見当たらない。今後も厳しい状況が続く。
		通信会社（総務局）	・個人消費低迷が続いており、当面好材料は見当たらない。
		通信会社（業務担当）	・7月は例年、夏の需要期で新商品発売とキャンペーンの月となり販売が伸びるが、今年は部品調達の関係もあり、新商品の入荷遅延も懸念されるため、販売数はあまり上がらない。
		通信会社（企画担当）	・限られたパイを取り合う競争が激しく、販売量の拡大が見込み難い。
		ゴルフ場（支配人）	・7、8月の気温は平年より高めの予報であり、昨年と同様に昼間の入場者数は期待できない。早朝、薄暮プレーに予約が集中し、食事をしないため、客単価は落ちる一方である。
		美容室（経営者）	・売上が上がらず、世の中全体で景気が良くなる話が全くない。計画停電の計画もあり、商売している私達にとっては本当に死活問題となる。
		美容室（店長）	・計画停電が始まれば仕事に影響が出る。客も私達もどのように対応すべきか困っている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・客は今後、増加することが予想されるが、人材採用については依然厳しい。対人サービス事業であるため、大幅な売上の増加が期待できない。
		設計事務所（所長）	・我々の仕事は大体2、3か月先に結論が出るため、現在の受注状況が2、3か月先にそのまま結果として出る。そのため景気は現在と変わらない。
		住宅販売会社（代表）	・消費税が増税されれば、駆け込み需要により、少し上向きになるが、現状と比して良くも悪くもならない。

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・7～9月と一番暑い季節に入り、秋物が動かないという状況から、来客数も売上も伸び悩む。また、政局が非常に不安定な状況で、消費税増税の問題も含め、消費者の動きは政局に大きく左右される。今後も厳しい状況が続く。
商店街（代表者）		・消費税増税や社会保障費の負担増など、年金生活の高齢者には厳しい環境にあり、消費の後押しにはマイナスである。今後も厳しい状況が続く。	
商店街（代表者）		・我々商店街では駐車場が狭いため、客に大変迷惑掛けている。また商店街に空調設備がないため、冬は寒く、夏は暑いのが現状である。現在商店街では再開発に取り組んでいるが、なかなか意見が出そろわないために、今後商店街の方向性が問題になっている。厳しい状況は今後も続く。	
商店街（代表者）		・国会で審議している消費税増税の影響で、消費者は一段と支出を控えるため、景気は悪くなる。	
一般小売店〔精肉〕（店員）		・九州電力管内で計画停電が行われるようであれば、飲食店からの受注が減る。	
一般小売店〔茶〕（販売・事務）		・中元と法事等の贈答品の動向で良し悪しが決まる。近年の単価減少傾向を考慮して、大幅に割引きしてでも、在庫を抱えこまない様に販売していきたい。消費税増税により、ますます小売店は商いがしにくくなる。今から対策を練りあげておかないと厳しくなる。	
百貨店（営業担当）		・6月の時期からクリアランスを待つ客が例年よりも非常に多い。定価で買う気持ちが少なくなって、値引きを待つ客が増えているというのが実情である。その傾向は今後も続く。	
百貨店（販売促進担当）		・クリアランスが終わり、客足が鈍ることが予測される。先行きは厳しい状況となる。	
スーパー（経営者）		・政治や政策がうまくいかず、また選挙がある年は例年景気が悪い。今年も厳しい状況が続く。	
スーパー（店長）		・今は単価も買上点数も3か月前とほとんど変化がないが、競合店との価格競争の結果、数%の来客数の減少を予測している。	
スーパー（店長）		・節電にかかわる不安材料、消費マインドのマイナスの部分が非常に心配される。昨年はエコ商品、省エネ商品に需要があったが、その好影響は一巡している。今後予定される節電でもマイナスとなる。また、ギフトシーズンを迎えるが、年々縮小傾向にあるギフト市場についても非常に不安材料となる。	
スーパー（店長）		・競合店が半径1キロ圏内にできたので、流れはずっと変わらず厳しい状況で推移する。一般食品は前年並みに推移しているため、まずチラシで集客し、来客数を増やしていかなければ、競合店に勝てない。また低価格の乱売が懸念されるが、それに対抗する状況になる。	
スーパー（店長）		・計画停電や消費税増税の影響等、今後良くなる要素は全くない。ボーナスも消費に回さず、貯蓄に回すのではないかと、非常に心配している。今後先行きは非常に厳しい。	
スーパー（業務担当）		・今月末～9月中旬にかけて近隣での競合店の出店が複数あり、直接的なダメージが予想される。また、客からの問い合わせの中には、相変わらず商品の生産地や消費税絡みの質問が多く、景気の先行きには不透明なイメージを持つ客が多い。	
コンビニ（店長）		・消費税増税もあり、3か月先は、夏休みも終わりお金をあまり使わなくなる。厳しい状況が続く。	
コンビニ（販売促進担当）		・これから先、7、8月はちょうど落雁の時期になる。しかし、落雁を買って供えるという風潮はほとんどなくなり、最近では仏壇自体がない家庭も多いため、売上には期待できない。こういう昔ながらの風習は年々なくなっており、小売は厳しさを増している。	
衣料品専門店（経営者）		・政治の動き、経済の動き、すべてあまり良くない。厳しい状況が続く。	
乗用車販売店（総務担当）		・3か月先はエコカー補助金が終了し、駆け込み需要の反動で新車販売台数は減少する。売上の構成比の大きい新車販売の不振は自動車販売店にとって大きい痛手となる。	
自動車備品販売店（従業員）	・原子力発電所稼働停止による経済損失が100億円以上あるとみられ、経済への影響はかなり大きくなる。消費動向も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
		その他専門店〔書籍〕 (地区支配人)	・景気が良くなる理由が見当たらない。1か月先はオリンピックがあり喧噪感はあるが、商売に結び付くとは考えにくい。この業界は相互競争を継続中であり、体力勝負となっている。また、データ配信も増えており、アナログ媒体の商品が順調に伸びるとは考えにくい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 (支配人)	・国や電力会社の指導による、計画停電計画が公表され、より一層の節約、節電意識が高まり、消費が低迷する。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕 (従業員)	・計画停電等が実施された場合、薄暗く冷房の効かない建物へは客が入って来ないため、物は売れなくなる。厳しい状況が続く。
		高級レストラン(経営者)	・割烹料亭である当店は、個人客が少しずつ増えており、冠婚葬祭等の需要がある。ただ、やはり社用の客がどんどん入ってこないと厳しい。消費税増税の法案が通り、また欧州の信用不安もあって、企業は少しずつ接待等の交際費を削っている。大変厳しい状況がこれからも続く。
		高級レストラン(社長)	・予約の電話が少なくなっている。厳しい状況は今後も続く。
		高級レストラン(専務)	・消費税増税が決まり、詳細はまだ分からないようだが、節電や選挙の話で持ちきりとなり、なかなか人の動きが活発化しない。先行きも不透明である。
		観光型ホテル(スタッフ)	・昨年の夏は東日本大震災の影響や新幹線効果で観光客は増加したが、今年はスカイツリーの開業で東京及び東北方面に流れるのではと危惧している。予約状況も昨年と比較し、動きが鈍い。
		観光型ホテル(専務)	・例年なら旅行シーズンに入るが、消費税が上がるかもしれないという不安が強くなり、景気は悪くなる。
		旅行代理店(企画)	・計画停電が行われれば、その時間帯の売上の減少が予測される。
		タクシー運転手	・だんだん消費税問題等で人が動かなくなり、財布のひもが固くなる。
		タクシー運転手	・今から3か月後は秋口になり、気候が良く、タクシーの利用頻度は減る。だから今より売上は悪くなる。今後も厳しい状況が続く。
		通信会社(営業担当)	・7月を迎え、この夏の節電の影響で、製造部門やその他の企業においてかなり景気は悪くなる。携帯電話の売上も更に伸びが少なくなる。
		ゴルフ場(従業員)	・今後夏場ということもあって、ゴルフはオフシーズンとなる。夏場は予約が入るタイミングも遅いが、今年は更に予約状況が鈍っている。消費税増税でプレー代の単価を下げないとなかなか客は寄ってこない。についてはプレー代を下げた客を呼びよす状況が、今後更に多くなってくのではないかと先行きは不安である。
		競輪場(職員)	・電力不足が影響し、景気はやや悪くなる。
		競馬場(職員)	・販売量の伸び悩みが継続している。今後も厳しい状況が続く。
		音楽教室(管理担当)	・景気が悪くなり、一番に削られるのは子どもの趣味の稽古ごとである。従って今後は厳しくなる。
		住宅販売会社(従業員)	・計画停電や電力需要の問題も確実に解決する見込みがないので、経済活動は縮小していく。厳しい状況が続く。
		住宅販売会社(従業員)	・金利が上昇傾向になり、税的優遇措置も予算枠に達し、終了するものが出始めたため、先行きは厳しい。
	悪くなる	商店街(代表者)	・お盆に近づくにつれて当社の業績は悪くなる。飲食業はビールが出だすので、少しは景気が良くなるが、オリンピックイヤーのため、早くに帰宅する可能性もある。従って夜間営業の業種は前年より景気は落ちる。
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・購買意欲の向上につながるようなプラス材料が全くなく、逆にマイナスの要因になるような消費税増税問題がある。また、これから先の電気料金の値上げや医療費の値上げ等マイナス要因のほうが多いため、かなり厳しい時期が続く。
		百貨店(営業担当)	・6月は非常に厳しい。その一つに気候の要因がある。長期予報では7月上旬から中旬にかけて気温がかなり上がるため、厳しさが増す。また、原子力発電所の問題や節電等も影響が出てくる。生活者の興味もそちらの方に行くので、なかなか消費には回らない。税金や社会保障の一体化が論議されているが、今後の税金の問題にしても先行きは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・この夏の電力不足による計画停電や消費税増税問題があるなか、消費者の節約志向はますます厳しくなり、景気は好転しない。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税の気運が高まり、客の価格に対する反応が鈍くなっている。必要分だけの購買が顕著となっており、ますますマインドが低下している。競合各社とも生き残りをかけた客の争奪合戦が熾烈さを極めており、先行きはますます混沌とした最悪の状況になる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税問題や収入減少があり、3か月後は本当に厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・客が動いているようにみえるが、実際の売上につながっているかどうかは分からない。このまま悪い状態が続く。
		美容室（経営者）	・2、3か月の景気は良くなりようがない。周りをみてもやはり買い控え傾向にあり、消費税が5%のうちに買っておこうという気にはならないし、客の動きは政府が思っている以上に活発に動いていない。円高でもあるし、客が前向きになっていくような経済政策をつくらない限り、景気回復は望めない。消費税を10%にしても消費が下がり、税収が下がっては何もならない。厳しい状況が続く。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・受注生産品が増加している。今後もこの動きが続く。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・例年梅雨明けの7、8月は居酒屋、スーパー含めて受注が伸びており、今年も少しは期待できる。価格については、輸入品が抑制されているが、国内生産が増えているので供給過剰となる。価格的にどうなるか心配するところである。
		食料品製造業（経営者）	・季節的に忙しくなるが、今後、比較的受注が見込める。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・9月までの導入予定案件が複数件控えているため、やや良くなる。
		建設業（社員）	・今よりもっと発注は増える。受注する業者が増えれば、余裕のできる業者がでてくる。手持ち工事があれば競争に参加しない業者も増えてくる。競争は去年より厳しいが、去年より発注が少し早い。東日本大震災の影響は少なくなっている。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・九州新幹線全線開業効果により、南九州への観光客の入込数は好調であるが、納入先での客単価は減少傾向となっており、来客数がやや減少傾向にある。当地高原の入山規制の緩和はあるものの、全体として好材料を欠いており、当分景気は変わらない。
		繊維工業（営業担当）	・取引先が強力になっているところと、弱くなっているところとで、ちょうど相殺する形で、景気は変わらない。今後もこの状況が続く。
		家具製造業（従業員）	・今の状況では市場が明るく伸びる要因がない。先行きが不透明であり、商業施設の出店や個人での飲食店出店計画の延期や中止、保留などの情報が入っている。今後もこの状況が続く。
		鉄鋼業（経営者）	・これまで病院、学校、特別養護老人ホームなどの建築需要が多く見受けられたが、病院の改築、増築などはピークアウトした感じがあり、この先の建築需要にマイナスに働きそうである。他方、企業の新規設備投資を象徴するような工場の建築物件は相変わらず非常に少ない。RC造の中規模共同住宅のみが需要の支えとなっているが、先行きが不透明である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・先行きについて不安定要素が多過ぎる。今後も厳しい状況が続く。
電気機械器具製造業（経営者）		・本音はやや良くなる傾向だが、競争相手の状況が分からないため先行きは不透明である。ここ2、3か月だと短期的な競争であるが、3か月は非常に重要な時期であるので、頑張る必要がある。	
精密機械器具製造業（従業員）		・6、7月は多少増える計画はあるが、一時的なもので8月以降の計画ではまた下がる傾向にある。まだまだ先がみえない状況で、当面、現状の景気は良くはならない。	
輸送業（従業員）		・例年夏になると暑さのせいか物の荷動きが悪くなる。また、消費税増税の案もあがっており、景気は良くなりそうにない。	
輸送業（総務）		・電力問題もあり、今後の景気に不安が大きい。	
通信業（経理担当）	・消費税増税に向けて高額商品を中心に一時的には消費量が増大し、景気は今と変わらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業）	・製造業の受注状況は、3か月先程度までは落ち着いて推移する。しかし、その先は、世界的な景気の冷え込みや海外への生産拠点の移転なども予想されるため、当面は無理をしない現状維持の姿勢が続く。
		金融業（得意先担当）	・当面は現状維持が続く。
		金融業（調査担当）	・消費税増税の動きを前取りする動きもみられるが、消費マインドの後退が懸念される。これらが相殺し、景気の動きは変わらない。
		金融業（営業担当）	・住宅、建設関係は、消費税増税を見越した駆け込み需要を期待しているが、2、3か月の景気には影響はない。
		不動産業（従業員）	・オフィスの空室率及び賃料水準が横ばいで推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・売上のベースとなる通信販売、旅行広告がこのまま推移する見通しである。衆院選が実施されれば、関連広告の出稿で売上は伸びるが、その他の業種では大きな動きはない。
		広告代理店（従業員）	・6月の新聞折込枚数は前年比5%減と、3か月前に比べて前年比は下げ幅が大きくなっている。震災の影響も薄れ、郊外に大型商業施設も新たにオープンしたが、折込受注枚数は減少している。円高の影響で景気の回復が望めない今、政府の経済政策に期待するしかない。
		広告代理店（従業員）	・改善の兆しはみられない。今後も厳しい状況が続く。
		経営コンサルタント	・現在のこう着した状況が慢性的となっており、その状況は変わらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・夏場にかけて計画停電が発生した場合、大きな打撃を受ける可能性のある企業が数社あり、不安材料ではある。それ以外にはこの2、3か月で景気に変化する予兆はみられない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・これから数か月間にわたって状況は良いほうに好転するとは考えられない。ただ、消費税の増税がほぼ決まっており、今後秋口から来年にかけて駆け込み需要があり、景気は一時的に良くなる可能性はある。
やや悪くなる		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・受注額がここ数か月落込んだままの低空飛行が続いている。加えて、電力や円高等の問題、政治の混迷における経済対策の遅れ等で、ユーザー心理も落ち込んだ状況が続く。
		農林水産業（従業者）	・酪農関係を全体的にみれば、飼料関係が非常に厳しいなか、価格が上がっており、今後も厳しい状況が続く。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・我々の業界は夏場に受注の動きが悪くなる。現在も昨年よりも2割弱悪い状態で、大変苦慮している。雇用調整助成金を使っているが、今後の生産に支障が出てくるのではないかと懸念している。計画停電もあり、不要な物は受注が入らないような状態で、受注につながる新商品もなかなか見つけ難い状態である。
		金属製品製造業（企画担当）	・消費税増税絡みの政局混乱が当分続き、赤字国債発行法案の成立遅れ懸念等で、公共工事の発注が遅れる。今年に例年に比べ、当社の事業に大きな影響を与える公共工事の発注が遅い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の声として、現時点での装置の引き合い案件が少なくなっており、今後は更に受注量が悪化する。
		建設業（従業員）	・公共工事の減少や民間の設備投資の停滞等大変厳しく、また競争の激化により、採算性も著しく低下しており、この状態がまだまだ続く。
		輸送業（総務担当）	・電力不足の不安がなくなるまで良くならない。節電イコール節約という心理に動いている。
悪くなる		経営コンサルタント（社員）	・世の中全体が落ち着いていない。市職員の不祥事による影響も少なからずある。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村において、税収や国等の補助金が減少し続けているため、計画的にまちづくりを進める予算が不足している。建設コンサルタントや工事業者への発注が減少することが予測される。
雇用関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・時期的な需要は落ち着くが、業種によっては人手不足が続いている。求人誌を見ても、長く募集を出しているところも多い。また、企業担当者も人手は欲しいが、集まらないという声が多い。新店オープンなどで人材の動きが変わっている地区もみられる。
		職業安定所（所長）	・有効求人倍率にはまだ変化はみられないが、求人の増加は今後も続く。ただ、計画停電が懸念材料となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
変わらない		職業安定所（職員）	・新規求人数については、前年同期と比較して堅調に推移している。今後もこのまま推移する。		
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・二次募集を開始する企業が、かなり出てきている。採用充足に至らない企業が少なからずある。求人数は、前年を3%上回って推移している。今後もこのまま推移する。		
		人材派遣会社（営業）	・求人数は、業種によって増えてきているものと、減ってきているものがあり、二極化している。今後もこの状況が続く。		
		求人情報誌製作会社（編集者）	・労働集約型のサービス業で人手不足の状態が続いている。夏休みが過ぎて、夏の商戦が終わると一段落するのを期待したい。		
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金や住宅エコポイント終了時の影響が心配される。政局の動向も不安定であり、経済の先行きは不透明で、求人状況は上向かない。		
		職業安定所（職員）	・先行きに明るい材料がない。		
		職業安定所（職業相談）	・夏場も計画停電が実施された場合の影響等、懸念材料もあり、先行きは不透明である。		
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・厳選採用という現状の厳しい就職環境は、しばらく継続する。また、採用予定数に満たなくても選考活動を終了している企業が見受けられる。		
		やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・メーカーの工場進出を図るため工業団地等地元が誘致したが、撤退した後の処理までは考えていないのが現状である。代替産業誘致を真剣に考えないとますますの雇用空洞化が進む。
				人材派遣会社（社員）	・各企業の事業計画等、先行き不透明であり、マーケット拡大の現実感が乏しい。
				新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の法案が可決され、子ども手当維持のため6月から地方税が上がった。節電の夏を前にさらに財布のひもは固くなり、状況は厳しくなる。景気が良くなるとはとても思えない。
				民間職業紹介機関（職員）	・派遣社員案件の受注数が前年比20%減となっている。また登録者の派遣離れ志向もあり、案件以外の登録が激減しており、厳しい状況である。
				民間職業紹介機関（社員）	・少数ながら海外への移転を検討する話がちらほら出ており、求人の需要はさらに減少する可能性がある。官公庁の各種支援策も出ているが、実際の雇用に結び付くかは企業の景気次第である。
		悪くなる		民間職業紹介機関（支店長）	・第1四半期の新規求人数が前年割れしており、夏場から年度下期にかけても、何らかの経済的なプラス要因がない限り、低迷した状態のまま推移する。

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人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 (沖縄)	良くなる	コンビニ（経営者）	・たばこを含め、商品供給が安定しているため、乗客数の増加が見込める。
	やや良くなる	百貨店（営業企画）	・天候与件を除き、服飾雑貨やインテリア雑貨の堅調な伸びは続くものとみている。外国人免税対象品の売上も額自体は小さいが、3～5月累計で前年比5倍と伸びており、観光シーズンに向け期待できるものとみている。
		スーパー（企画担当）	・今後2～3か月は、近隣の競合出店予定も無く、また、前年東日本大震災で落ち込んだ反動増も考えられるため、景気はやや良くなる見通しである。
		コンビニ（経営者）	・中元や、近くの公園、学校で夏祭りの催しが多くなるので期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・復興、オリンピックなどそれに関連する業界の景気は良くなっていくと推測され、目先に限れば当社周辺でも良い影響が出るとみている。
		家電量販店（総務担当）	・地上アナログ放送終了から7月で1年経つ。売上は回復傾向に向かうものとみられる。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・今年は前年より観光客の増加に期待している。台風や災害の影響が無ければ前年より売上が増加するであろう仕掛けをしており、夏祭りのイベントを起爆剤にして、攻めの商戦を期待している。
		ゴルフ場（経営者）	・大きなイベントを抱えており、その関係で集客が増えると思込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・前月と今月の来場で、顧客名簿の数はある程度確保できたため、客への商談を計画的に進めれば、3か月後の受注は増えるとみる。また、消費税増税への関心が、商談の進行スピードを上げ、住宅という高額な契約の決断を早めることが予想できる。
	変わらない	コンビニ（エリア担当）	・7、8月は例年より暑くなるとの予測があるため、たばこ以外の商品の売上が期待できる。観光客も前年よりは増加する見込みで、集客力も上がる。6月のマイナスをカバーできてようやく前年並みの収益となる。
		コンビニ（エリア担当）	・観光を中心に県経済は安定しており、今後も同様な動きとなると判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・今月前半は天候の影響から客の人は出は良くなかった。後半は、台風の影響もあり、またセール待ちの客が多く、買い控えがよくみられる。販売につながらず、売上も低迷したままである。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・この先の予約状況も順調で、今月同様の幅で前年を上回る見込みである。夏休み期間などは、円高基調により海外との方面競合を予測していたが、予約受注状況の伸びが今のところ順調である。
		通信会社（店長）	・スマートフォンへの買換え需要と新商品による動きはあるとみるが、商品力による他キャリアへの流出が目立ち、大きな伸びは見込めない。
		観光名所（職員）	・円高の影響で海外に客が流れていく状況が続く。ボーナス支給も影響している。
		住宅販売会社（代表取締役）	・今後の景気が良くなる材料が見当たらない。
	やや悪くなる	その他専門店〔書籍〕（店長）	・今月は特に顕著に出たが、客単価が著しく落ちてきている。少しでも来客数が減少すると、当店としても非常に苦しくなる。その来客数も若干ではあるが減少傾向にある。
	悪くなる	商店街（代表者）	・客の財布のひもが固い。多少観光客がいても、なかなか販売にはつながらない。また、26日付けで衆議院で消費税増税法案が可決されたので、更に財布のひもが固くなるんじゃないかと危惧している。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・消費税増税等により財布のひもがより固くなる状況が見込まれ、売上を上げにくい状況が続くそうである。そうすると内部の経費を削っていかねばならず、個人所得が減ってマイナスのスパイラルにより深く入っていきそうである。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・新築の仮契約の申込件数が上向き気味である。
		広告代理店（営業担当）	・一括交付金の予算執行が動き出してきたことから、多少なりとも景気へのプラス効果があるものと期待する。
(沖縄)	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共は学校改築工事、民間は住宅、賃貸住宅工事向けの予定である。
		輸送業（代表者）	・伊良部架橋や新石垣空港などの大型物件は終わりを迎えるが、周辺工事等があり今年度までは大きな変動は無いものと考える。
		輸送業（本社事業本部）	・夏物の季節商材の取扱が終了となり動き自体が停滞する状況が予想されるため、大きな変化は期待できない。
		通信業（営業担当）	・仕事の受注ロスや新案件の獲得情報も無い。
		会計事務所（所長）	・国民全体の消費動向は、依然として厳しいとみられる。
	やや悪くなる	コピーサービス業（営業担当）	・紙媒体自体が、年々減ってきている。すべてがデジタルの方向に進んでおり、プリンターの高性能化で、自社で何でもできるようになってきているため、印刷業界全体の仕事量が落ちてきている。
	悪くなる	—	—
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・本土から災害対策の為に県内へ拠点を移してきている企業からの求人増が今後も期待でき、またこれから夏場に向けて、イベントの受付や接客業の受注増もあり、景気への期待が持てる。
(沖縄)	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼は多いものの、人材に苦慮する状況にある。依頼が数字として会社の売上にあまりつながっていないため、今後も同じ状況が続くそうである。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・前月までは「やや良い」で今月から「良い」という印象だが、この調子でますます「良くなる」、また「やや良くなる」までの要素は見出せず、現状維持で「変わらない」が妥当とみる。

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 (営業担当)	・今求人が増えているのは、夏に繁忙期を迎える企業があるからである。 ・世界の経済情勢の悪化や国内政治の不安定さ等があり変化が期待できない。ここ2、3か月は変わらないとみるが、先行きは不安である。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—