

・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	観光名所（従業員）	・9月と10月に地元空港に台湾からの定期航空路線が開設される。また、11月には高速道路のICが近郊まで供用開始となる。これらのことから観光面での入込が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・気温に左右されるところが大きい、今年よりも秋冬にかけての羽織物、防寒物等の必要性を感じることで、商品が売れてくることになり、良くなる。
		スーパー（店長）	・お盆以降、来客数の増加が顕著になっており、回復の兆しが見えてきている。
		スーパー（店長）	・少しずつ販売量が増えており、来客数も増えているため、やや良くなる期待がある。
		コンビニ（エリア担当）	・漁業の出漁回数が増加していることから、消費が上向くことが期待できる。
		家電量販店（地区統括部長）	・アナログ放送終了の反動による影響は、8月までと予想されるため、今後は緩やかに回復傾向になる。
		自動車備品販売店（店長）	・新車販売が伸びた分、冬タイヤの販売が伸び、量販店にとっては追い風となる。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況をみると、国内旅行は10月が前年比100.9%、11月が前年比109.6%となっており、海外旅行は10月が前年比72.7%、11月が前年比111.3%となっている。前年に比べると海外旅行の受注が悪いが、前年10月はプライダル需要が好調だったためであり、国内マーケットも回復傾向にある。特に3か月先以降は期待が持てる。
		旅行代理店（従業員）	・農繁期から農閑期に向かうため、旅行需要の増加に期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・政局が安定して、株価も安定することになれば、これから消費税増税前の駆け込み需要等もあるため、若干上向きになる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響で、これから分譲マンションの駆け込み需要が増えてくるとみられるが、その供給には限りがある。そのため、分譲マンション市場では比較的タイトな需給関係が継続することになり、大きなイベント的なく乱要因がなければ、今後2～3か月先の分譲マンション市場は良好に推移する。
	変わらない	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ数か月、前年比で売上が3%程度ダウンしている。当店の主要得意先である飲食業界においても大変厳しい状況が続いているため、今後もこういう状況がしばらく続く。
		百貨店（売場主任）	・前年の12月以降、買上客数は前年割れが続いている。買上客数が前年を上回る傾向がみえてこない。
		百貨店（販売促進担当）	・街中の集客イベントが来月行われるものの、来客数の増加は一過性のものであり、恒常的な来客数の増加は見込めない。
		スーパー（企画担当）	・節電の夏ということで、家庭内の冷蔵庫の在庫をあまり多く持ちたくないという状況があり、まとめ買いよりも必要なものを必要な時に必要に応じて購入するという傾向がみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・売上に大きく影響したたばこも、一連の変化が収束し、前年維持で落ち着いている。天候による影響はあるものの、来客数は前年比で横ばいで推移している。
		コンビニ（エリア担当）	・お盆以降、気温の上昇にともない、来客数の増加や夏物商材の伸びがみられるが、あくまでも気温要素が強い状況である。天候、気温に左右されずに上昇する傾向にはまだない。
		衣料品専門店（店長）	・政府が経済政策を出しても浸透するまでには時間がかかるため、今後かなりの時間をかけなければ直らない。
		衣料品専門店（店員）	・消費者が節約ムードにある。
		家電量販店（店員）	・残暑が残ると季節商材の売行きの上立ちが鈍る。
		乗用車販売店（経営者）	・当月の新車受注は新型車の投入やエコカー補助金等の効果により、引き続き前年を上回っている。今後の新車販売台数も、生産が回復した前年水準は下回ったとしても、東日本大震災前の水準を維持できる。

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（従業員）	・秋の爽りに期待しているが、燃油代の高騰が続いているほか、客も節約以上の出費増に大きな不安を持っている。
		乗用車販売店（営業担当）	・正直言って9月以降の状況がはっきり読めない。今より良くなることはないと思われる。
		高級レストラン（経営者）	・景気が上向いてくる要素が見付からない。
		高級レストラン（スタッフ）	・衆議院の解散、消費税増税、雇用不安などのニュースが流れるたびに、飲食業界にとって不利益となる状況を感じる。
		高級レストラン（スタッフ）	・落ち込みは激しくないが、将来の消費税増税などにより、少し上向きの消費も今から消極的になってしまいそうで心配である。
		観光型ホテル（スタッフ）	・9月はスポーツ大会、イベント、学会により高稼働となる。反面、10～11月は需要を喚起する行事の催行がみられない。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行は前年比で70%アップ程度で推移しているが、国内旅行は、東日本大震災のあった前年よりは伸びているものの、前々年との比較ではそれほどの伸びではない。国内旅行と海外旅行の割合からすると、全体ではぐっと上向くまでには至らない。
		タクシー運転手	・これから秋口に向かって収穫期に入る。北海道においては観光シーズン最中でもあるから、いくらか動きに持ち直しの傾向がみられればという期待感もあるが、しばらくの間は現状と変わらずに推移する。
		タクシー運転手	・このままいけば、秋の旅行シーズンや観楓会などへの期待が持てるため、景気は持続できると期待している。
		タクシー運転手	・オーダーの状況から、景気が上向きになるような要素が思い当たらない。注文数も前年並みと予想している。
		通信会社（社員）	・変わらないとみているが、総選挙が年内に行われることになれば、消費税増税問題が争点となり、その影響でやや悪くなる可能性がある。
		観光名所（職員）	・ロンドンオリンピックが閉幕したことで、国内の旅行者が増加するとみられる。また、東南アジアからの来場者も微増ながら増加しつつあるが、尖閣諸島や竹島等の領土問題や、解散総選挙などの国内政治の問題など、先が読みにくい状況にある。
		美容室（経営者）	・生活パターンが固定化してきている感じがおり、当分、状況が変わる雰囲気はない。
		住宅販売会社（従業員）	・変動要因がない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今の状態をみると、政治が決定することがなくなったため、将来的に景気がどうなるのか、不安定要素が多くある。
		商店街（代表者）	・地元客の出控えの時期であるため、交通関連及び日配品の売上が維持できる以外はほとんどの業種で減少することになる。また、秋の観光客もこの時期は中心部に足を運ばない傾向にあるため、土産物においても売上は伸びないとみられる。
		商店街（代表者）	・お盆期間は売上を相当伸ばしているが、お盆が明けてからは、かなり悪くなってきている。テレビ等の報道によれば、これから総選挙が行われる可能性があるが、総選挙になれば観光客が相当減ってくる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・領土問題、原子力発電所の再稼働問題、消費税増税等におけるメディアの論調から、先行き不安が、すでに消費意欲に影を落としているように感じる。
		百貨店（売場主任）	・今後3か月の長期予報が出たなかで、9月が例年よりも高温、10月は平年並みということで、秋物商材、紳士服及び婦人服のジャケット、ニット関連の動きが少し遅くなる。こうしたなかで、新規のものを含めて食品催事の展開を考えて進めている。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税問題や海外の不況など、景気に対してマイナスイメージのニュースが連日流されていることで、消費に対する意欲が低下している。この傾向は今後も続いていくため、景気が回復に向かうには時間がかかる。
		スーパー（店長）	・最近、競争激化による客離れが顕著になってきており、売上減と来客数減に歯止めがかからない状態である。

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（役員）	・税や社会保障の問題など、消費者の先行き不安をあおるようなことばかりである。人口減少、高齢化といった地域の問題もあり、景気が良くなるような材料が全くない。	
		スーパー（役員）	・北海道は冬季についても節電要請が継続見込みであるが、節電をアピールすると全体的に節約モードの雰囲気が強くなる。	
		コンビニ（エリア担当）	・現在は気温上昇による上向き傾向にあるが、気温が落ち着けば客の財布のひもが固くなる。	
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・年金支給額の減少がボディブローのように効いてきている。今後については、個々の顧客の細かいニーズへの対応が求められることになる。	
		その他専門店〔造花〕（店長）	・過去3か月、客単価が低下傾向にあるうえ、来店する客の話聞いても新規案件受注の話が少ない。	
		観光型ホテル（経営者）	・今後の予約状況は思わしくなく、団体旅行、個人旅行ともに低調に推移する。	
		タクシー運転手	・今のタクシーの利用状況から、2～3か月先も良くならない。	
		パチンコ店（役員）	・2年後の消費税増税の影響が多少なりとも出てくる。	
		美容室（経営者）	・国外の政治経済の状態を含め、日本、韓国、アジア、シリア問題など、世界が悪い方へ向かっている。こんなことで良いのだろうか。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・観光期も終盤を迎え、輸送量が減少の一途をたどることになる。	
		設計事務所（所長）	・消費税の増税、電気代の値上げなどの影響により、全体的に緊縮モードになっている。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。収入は減るが負担が増えてくる将来に対しての不安から、生活防衛に入っている。
			家電量販店（経営者）	・本来であれば秋冬商戦に期待したいところであるが、総選挙、消費税問題等による先行き不安から、消費マインドの低下が懸念される。
スナック（経営者）	・人が出てこない。			
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）	・全体的に工事の稼働は最盛期となっている。ただし、絶対量は相変わらず低調なままで、競争の激化により収益面では厳しい。さらに、東日本大震災の影響で人手や機材の不足、そして単価の高騰など、経営環境の悪化が心配される。	
		建設業（従業員）	・消費税増税法案の成立により、中小建設プロジェクトで駆け込みを目指しての前倒し着工が増え始めている。ただ、大型建設プロジェクトは設計に時間を要し、駆け込みには間に合わないため、多くは望めない。	
		輸送業（営業担当）	・全国的な残暑のため、医薬品、飲料品の先送り分の流通が順調であり、追加オーダーも入ってきている。農産物の作況は遅れを取り戻し、平年並みとなっていることから、豊穡の秋に期待している。生乳は道外送りが前年比で落ち込んでいるが、落ち込み分は道内乳業メーカーにまわり、バター、粉乳、生クリーム等の生産にまわっている。	
		輸送業（支店長）	・震災復興事業で期待された廃材のがれき処理は残念ながら実現しなかったが、原子力発電所の停止にともない、火力発電所がフル稼働となっていることから、原料の取扱が増加している。今後は、道内の大型案件がいよいよ動き出すことから、鉄骨を始めとする鋼材の動きが活発になることが期待される。	
		通信業（営業担当）	・受注量と客からの問い合わせが増加傾向にある。加えて単価の下落も落ち着きを見せていることから、この先の景況感としては、やや良くなる。	
		コピーサービス業（従業員）	・徐々にではあるが、受注金額、受注量ともに上向いている。	
	変わらない	食料品製造業（役員）	・受注について、秋の繁忙期に向けての特段の案件が見当たらない。	
		家具製造業（経営者）	・高額商品の動きに底堅さがある。	
		金属製品製造業（役員）	・客先及び設計事務所の状況をもても、現状の景気より上向きにはならない。	
金融業（企画担当）		・政策支援の終了で自動車販売台数や住宅着工が落ち込む。観光関連は、東日本大震災の影響が薄れ、入込客数が増加する。建設関連では、少数ではあるが復興需要が期待できる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・東日本大震災の影響からも改善されてきているため、不動産関係や建物の建築着工が多少は上昇していく。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・農業が堅調であり、今後も大きな悪化はないとみられるが、燃料等のコスト増の懸念があることから、総体ではあまり変わらない。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・年内は現状のペースで進みそうである。
	やや悪くなる	食料品製造業（団体役員）	・最低賃金の大幅な改訂実施と低価格の受注競争の強まりから、先行きの業界景況は悪化する。
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる要因がない。
	悪くなる	司法書士	・政局が流動的で、すでに選挙モードに入っている。景気上昇の要因がなく、すべて選挙がらみとなるため、不動産取引も低下することになる。
その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）		・新規案件が出てこない、継続案件は縮小と、条件はどんどん悪くなる。このままでは、当社を含めて、下期は持ちこたえられそうにない会社がかかり出てきそうである。	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・残暑により遅れ気味になっている秋物商戦が本格化すれば、小売系の求人も追随してくる。
		職業安定所（職員）	・7月の有効求人倍率は0.53倍と前年を0.11ポイント上回った。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・業績が回復したという企業経営者からの発言は少なく、また、冬に向かうという季節的な要因もあるが、建設業界は仕事量が減少することになる。回復に向けた企業活動もみられない。
		人材派遣会社（社員）	・良くなる要素が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現在の収穫期による季節的要因を除くと、建設関連や飲食関連の掲載件数が前年並みで変わっていない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数の伸びに求職者の動きが付いてきていない。結果として、必要人員に満たない、もしくは質がともなわれないといった理由で、企業や店舗など、求人側の悪循環が懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年内は落ち込む要因が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が26か月連続で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。
		職業安定所（職員）	・新規卒卒者の求人についての出足は良い状況ではあるが、一般求人においてはパートや契約期間のある求人の割合が依然として高い状況である。
		職業安定所（職員）	・就職件数は前年比で3.5%の増加となった。
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・特段の変動要素がない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・前年から今年6月ごろまで続いた求人増の反動が顕著になっており、今後、多くの業種で前年割れとなる可能性がある。
	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	・切れ目なく乗客が見つかる。これから秋の行楽シーズンとか年末にかけて、現在の好調は続くともっている。タクシー業界が良くなるということは、他の業界も少しずつ良くなっているのではないかとみている。
	やや良くなる	百貨店（売場担当）	・当社グループにとって、夏のクリアランスセールで2週間の後ろ倒しは大きく売上に影響を与えており、来年は更なる精査が必要となる。しかし、秋の立ち上がりの8月こそ出足は厳しいものの、10、11月の冬物商戦に向けて、様々な企画が目白押しであること、客の関心もどんどん高くなっていくことから、7、8月に苦戦した夏物商戦とは同じ状況にならないとみている。

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（経営者）	・前年割れしている種別はたばこ販売のみであり、その他は好調を継続している。午後からの主婦層の買物客が増加していて、加工食品を中心とした買物が伸びており、客単価がアップの方向にある。新たな客層を取り込んだことで今後に期待が持てる。		
		衣料品専門店（店長）	・期待感を込めてだが、これだけ残暑が厳しいと、少し涼しくなったときに、秋物の移行がきちっとすばっといくのではないかと。秋の買物が早目に進めば、早めに動くとも単価もそこそこ良い推移が見込まれるので、少し上向いてくるのではないかと予測している。		
		衣料品専門店（店長）	・秋物が本番を迎えるので、今より活気が出る。		
		乗用車販売店（経営者）	・11月に軽の新機種発売が予定されており、かなり期待できる。		
		住関連専門店（経営者）	・8月は昔から耐久消費財が動かなかったが、秋口になって新築住宅の件数も増えてきているので、状況は少しずつ良くなっていくのだろう。極端に良くなることはないが、今よりは良くなる。		
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・秋口からは多少、物が動くとも期待している。防寒着はこのところ軽量なものの評判が良いので、各社とも力を入れているようだ。弊社も多少の在庫を積む覚悟で販売したい。		
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税にからんだ需要や購買計画が起き、消費に対して前向きな動きが出てくる。		
		観光型旅館（スタッフ）	・秋の行楽シーズンである11月ごろまでは順調に予約が伸びている。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月から、秋田が徐々に対象となっているプレデスティネーションキャンペーンが開催されるので、今よりも来客数が増え、宿泊の稼働率も上がるのではないかとみている。爆発的な秋田ブームを作れるかは不明だが、今まで注目されていなかった分、秋田に足を運んでももらえることになるのではないかと考えている。また、会社の多い土地柄ではないが、法人関係を中心に宴会が増えている。プライダルの数字は変わりなく、何とかしのいでいるといった状況である。		
		美容室（経営者）	・消費税増税で今のうちに大きな買物をする人が増えると予想される。		
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・仕事量や購買力が回復し、求人倍率も好転してきており、明るい兆しが増えている。		
		住宅販売会社（経営者）	・受注残及び新規受注物件の工事が重なっており、現場数がかなり増え、完成工事高も上がってくる。		
		変わらない		商店街（代表者）	・厳しい残暑が続き、なかなか夏から抜けきれない。一喜一憂の店が多い。
				商店街（代表者）	・天候等の不安もあるが、何よりも政局不安、消費税の不安、電力の需給不安ということで、地域社会にも不安の要素が出ている。特に高齢者に関してはそういった傾向が強く、予断を許さない。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体の消費は拠点性がますます高くなっていくので、押し上げられるところは押し上げられるとみているが、政治不安、消費税等の関係があり、全体的な底上げは非常に厳しい。				
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・この残暑が長引けば、秋冬物の販売時期が短くなり、より厳しい状況になるとみている。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・商店街のなかにある薬局だが、商店街を見ても決して景気が良いという話は聞かれない。当店においても、金額は前年をクリアできて、来客数や販売量が少なかったりといったことがあるので、決して良くはない。この状況が急激に変わる材料は今のところ見当たらない。				
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・先行きに不安があるなかで、客の消費意欲はまだみえない。新築ラッシュということで、家はぼちぼち建っているが、大手の建築会社が多数入り丸抱えで建築しているため、地元には何の恩恵もない。				
百貨店（売場主任）	・前年の震災の影響で低迷していた衣料品などの動きは良いとみているが、現状の景気が良いとはいえないなか、今以上に上向きになっていく要因が見当たらない。				
百貨店（総務担当）	・消費税増税が決まったことに対する先行き懸念や、客の貯蓄に対する意識の変化といったことがあり、先行きは不透明である。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画担当）	・夏場のセール品や旅行などモノ、コトの消費は一服感がある。また、将来的な税率アップなどの経済政策により、徐々に消費への影響が出てくる。季節が変わっての必需品の購買は活発になるとみているが、残暑が続けば、秋物消費へ影響が出てくることも考えられる。
		百貨店（営業担当）	・前年下期については、震災特需の影響は大きくないとみており、これまでのマイナスは一段落するとみられる。長期天気予報では、今後天候も落ち着いてくるとのことなので、秋物、冬物商戦は天候にあまり左右されずに推移すると予想される。
		百貨店（経営者）	・トレンドが大きく変わるような好材料に乏しいことと、良いものを長く消費するという志向が市場全体を通して弱く、百貨店へのフリー客の増加も見込めない。
		百貨店（経営者）	・自店での集客策以外に大きく好転する材料が無い。購買意欲が大きく下がっている。特売品、高額品などすべてにおいて媒体などを通じ訴求しても来客数が少なく、不要不急な商品は売れない。
		スーパー（経営者）	・雇用関係の数値は改善しているが、相変わらず財布のひもは固い印象がある。
		スーパー（店長）	・商圈内競合店数の変化はなく、現状推移からの好転は難しい状況である。残暑が続く、秋商材の売行き次第によっては現状推移が変わることも考えられるが、現状からみると難しい。
		スーパー（店長）	・近隣の競合店の状況も景気についても変わらないとみている。
		スーパー（営業担当）	・景気が良くなる、又は景気が上向きような要件が何も見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の震災特需の影響は9月以降も続いており、売上が前年を下回る可能性が高い。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も競合コンビニエンスストアの新規出店が予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・観光等の娯楽自粛ムードからの脱却は予測通り進んでいるが、これ以上の好転は無いと予測しているため、現状維持と考えている。
		コンビニ（店長）	・今月は好天にも恵まれ、飲料を中心に前年よりも数字が良くなっている。しかし、この先、天候が普通に戻ったときに、どのように推移するかは予測しかねる。ただし、来客数の動向からいっても、建設業の方を中心に好調が続くのではないかとみており、それほど悪くはならないのではないかとみている。天気次第ということである。
		衣料品専門店（経営者）	・卸売業者が直接各企業に販売するようになり、今までの小売専門業者は太刀打ちできない状況にある。この傾向は今後ますます強くなると予測される。
		衣料品専門店（経営者）	・悪い状況は変わらない。今までも販売促進等を行ってきたつもりだが、改めて新商品、ターゲットの見直しを迫られていることを痛感している。
		衣料品専門店（店長）	・今後、徐々に夏物商材需要が失速していくなか、中期予報では9月まで平年より気温が高く推移する予報が出ており、秋物商材の立ち遅れが懸念される。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の動向をみると、高額品、嗜好品等の購買が低く、買上点数も上がっておらず、消費活動が活発になっていない。
		家電量販店（店長）	・景気を刺激する政府の対策がない。
		家電量販店（店長）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の補償金をあてにした買物、もしくは補償金が入金されたことによって、普段買わない商品を購入されるという方もまだまだいる。一時期よりは少なくなりつつあるが、今のところ安定した推移をしている。避難している方たちによる需要もあるので、今のところこのままの状況が続くのではないかとみている。年末に向けては夏物関係は一旦収束する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の反動減が心配されるが、駆け込み需要がさほど大きくなかったことと秋からの新型車発売効果で何とかカバーできるとみている。
		その他専門店 [パソコン]（経営者）	・企業努力で何とか維持している会社もあるが、ほとんどの会社は市場の流れの悪さの影響を受けている。今後も厳しい状況が続くことには変わりはないとみている。

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〔食品〕（経営者）	・空梅雨から夏もほとんど雨が降らず、秋の農産物が心配である。それにともなう食品の価格上昇により、買い控えに拍車が掛かる気がしてならない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・農業県であり、秋の収穫シーズンに向けて例年だと物流が好調な時期だが、今年も前年同様放射線量の問題で先行きが不透明である。この状況が当面継続するものと予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原発問題で復興が進まない。
		一般レストラン（経営者）	・特に変わりはないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・政治も落ち着かず、いろいろな面で良い材料が見当たらないこともあり、今のような状態がしばらく続くのではないかと。周りからも、今後上向いていく可能性はかなり小さいのではないかとという声が多く聞かれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後も、幅広い視野から、どうしたら動機付けや購買意欲のわく商品を作り出していけるか、さらに、リピートいただける仕組みや仕掛けをいかにして構築できるかである。常に他のホテルに先駆けてスピードを上げて、ターゲットを絞った商品と幅広い層を狙う商品を提供できるかである。今後については、販売チャネルの選択も重要な要素になってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・通年でも売上の柱となる婚礼シーズンだが、予約状況は先月より変化なく、週末の大婚礼日でも以前の様に新規受注は期待出来ないため、総合病院など大型の忘年会の受注に向けて早めのセールスを展開している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・被災地復興支援の行事、イベント等で引き続き利用がある。宿泊、宴会共に前年の好調時とほぼ同様であり、今後3か月先までの予約状況も引き続き堅調に推移している。
		旅行代理店（店長）	・自動車関連産業を中心とした個人消費の減速と、除染作業などの公共事業の本格化で相殺されると予測している。
		通信会社（営業担当）	・良くなる要因が少ない。
		通信会社（営業担当）	・当面は景気回復の材料が見当たらないため、景気に変化はないとみる。
		通信会社（営業担当）	・好況感は依然として首都圏、中部圏が主体であり、現地企業からは全く感じられない。景気回復への期待感は強いものの、好況感を実感するまでには至っていない。
		観光名所（職員）	・秋の収穫が良ければ、若干上向きの希望も出てくる。
		遊園地（経営者）	・震災復興が進んでいるようだが、政治の動向や、夏の少雨の反動で秋の長雨に繋がるかもしれないなどの不安要因がある。
		競艇場（職員）	・来客の客層の性質上、今後2、3か月での変化は無いとみられる。
		美容室（経営者）	・落ちていくようなイメージはあるものの、政治的な状況が混とんとしているので、選挙後まで状況は変わらないのではないかと。
		設計事務所（経営者）	・これから復興住宅や個人住宅の件数は増えていくであろうが、われわれのような小さな所では現状維持が変わらず続く。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・震災後の需要が一段落してきており、需要件数の伸びが鈍化している。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・お盆明けから消費が完全に止まっているような状態で、来客数もごく限られている。この先も似たような雰囲気が続くのではないかと。悪くなるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・客の購買意欲が徐々に下がっていく状況が定着しそうである。更に下がっていくのか、それとも下げ止まってくれるのかというところが不安なところであり、今後見守ってきたい。
		商店街（代表者）	・商店街という形態が時代遅れになっている。
		商店街（代表者）	・国政選挙が近く、この時期飲食を中心に消費が冷え込む傾向にあり、心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・震災後には、義援金、見舞金、家賃補助等各種の施策が打出され、それなりの経済効果が出ていた。あの当時は、1人1人ががむしゃらに頑張っていた時期でもあり、生活を復興し、そして何よりも健康を壊さないように、支出を抑えるのは二の次といった感覚もあった。しかし、義援金等は一時的なものであるし、医療費の一部負担免除など各種の復興を援助する措置も順次打ち切りの期限が迫ってきた。今後は、震災前の、不景気による重苦しい不安感、節約意識が戻って来るだろう。
		百貨店(経営者)	・世界的に景気は停滞気味であり、欧州の信用不安も解決が不透明なことから、世界的に景気が回復する見通しがない。さらに国内的には原発対応などエネルギー問題も見逃せない。また、選挙戦に突入しても、過半数を取れる政党は存在せず、混迷からの回復は望めない。さらに、世界的な干ばつによる食糧危機も懸念される。
		スーパー(経営者)	・9月度は、海外の各地域の経済成長率が鈍化傾向なので、貿易立国日本の輸出業界は厳しさが更に増してくると予想される。各国の穀物類も大干ばつの影響で収量減の傾向にある。輸入に頼っている穀物類は今後大幅に単価を上げる。また中東の政情不安で原油価格上昇もじわじわと進み、その影響で確実に原料の価格上昇が進み、企業収益を圧迫し、販売価格への転嫁も今後少しずつ進むものとみられる。小売は、大手が単価の引き下げを行い、価格競争も激しく、収益低下が次第に進行する。消費拡大よりも縮小傾向がゆっくり進むような悪い環境にある。
		スーパー(店長)	・近隣にオープンした大型店のせいもあり、価格競争は激しさを増している。生き残りをかけて商圏内のパイの奪い合いは激しさを増す一方で、景気が良くなる理由は見当たらない。
		スーパー(店長)	・10月に競合店が商業集積、ショッピングタウンとして出店を予定しており、1店舗だけでなく、地域としてかなりの集客、売上の減少が予測される。
		スーパー(総務担当)	・現在は点価下落の歯止めが掛からない状況である。今後、消費税増税等により買い控えが起きれば、買上点数は更に下がるとみられ、業績は更に悪化する。
		スーパー(販促担当)	・今後の消費税率のアップや節電といった家計防衛の考えがクローズアップされており、消費についても、より安いものを求める傾向が強まると予想される。そのようななかで企業自体も身を削りながら業績を維持するのが精いっぱいであり、景気浮上の材料は見当たらない。
		コンビニ(経営者)	・徐々に人口が減っているのが現状であり、そういった面では売上も厳しくなっている。
		コンビニ(経営者)	・周りを見ても、就職率は悪く、収入が増えていない。
		コンビニ(経営者)	・乗客数の減少はこのまま続くことが予想されるため、景気は悪くなるとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・沿岸部等で復旧工事が本格化してきている様子は見えるが、地域経済が活性化してきている印象はない。競合店の出店も目立ってきており、今後、商圏内での同業者間の競争がより一層激化していく危惧がある。
		コンビニ(エリア担当)	・同業他社の新規店舗開業が継続的に進むことが予測され、シェアの縮小は否めない状況であり、厳しい環境が続くと考えている。
		衣料品専門店(経営者)	・景気を上向きにする材料が何一つ無いなか、政治の混迷や消費税の増税など、景気を下げる材料ばかりである。
		衣料品専門店(店長)	・引き続き、景気の先行き不安による買い控えが続き、さらに、9月も気温が高いと予報されているため、秋物の立ち上がりが遅れると予想される。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金が間もなく終わりそうだが、終了後の需要の落ち込みが懸念される。
		乗用車販売店(店長)	・受注残があるため、2～3か月は登録台数は上振れ状態である。直近で補助金切れが推測されるので年後半の販売に大きな不安がある。
		乗用車販売店(店長)	・エコカー補助金の予算残額が間もなく消化されることで、駆け込み需要があり9月は多少の増加傾向になるが、それ以降は反動による需要の減少があると予想している。
		自動車備品販売店(経営者)	・車検整備入庫の減少が進み、整備士のリストラが進む。自動車整備工場関連の淘汰も加速する。

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
		住関連専門店（経営者）	・国内外での混乱が大きく影響しており、耐久消費財を購入するムードには無い。
		住関連専門店（経営者）	・当店は高齢客が多く、どうしても年金を頼りに生活している人が多い。また、年金がなくなると不安だという話をする客もいるので、今後、消費税率がアップされたりすればどうなるか心配である。景気は上向きにはならないのではないかとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・繁忙期も過ぎ、景気が良くなる要素が見つからない。消費者も、お盆は終わったという感が強く、買い控えの傾向がもう既に見えている。なんとか現状維持をしていくのがやっとである。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・残暑が厳しくなると秋物が売れず、売上と利益の確保が難しくなる。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・国政選挙等の要因が絡むと地方の飲食店を直撃するため対応を考えておく必要がある。また選挙が無くても予断を許さない状況が続くとみられる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・9月まで残暑が続く予報が出ており、引き続き、秋物アパレルの動きの鈍化が見込まれる。
		高級レストラン（経営者）	・10、11月あたりからは伸びてくるとみているが、来月あたりまでは良い材料がない。
		高級レストラン（支配人）	・外交や政局が一区切りつかないと希望は見えない。来月も猛暑が続くと予想される。客足の回復は涼しくなってからになるのではないかと。干ばつの影響もあり、外食は厳しい状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が全く見当たらない。消費税増税の話が出ていることもあり、上向きになることは考えられず、良くて現状維持、悪ければ景気も下がっていきそうな雰囲気がある。
		一般レストラン（経営者）	・最近秋の歓送迎会が入ることもあまりない。積極的に店でイベント等を開催し、現在の悪い状況に歯止めをかけようとしている。
		一般レストラン（経営者）	・私のエリアでは、もうすぐ市長選が始まる。何故か選挙関係があるとその前後2か月ほどは、飲食関係は弱くなる。一般の人達でさえ外食の回数が減る傾向なので、私の周りの景気が下向きになるのは予想がつく。
		スナック（経営者）	・お盆明けから売上も大分落ちてきており、客足もぱらぱらになっている。なかなか厳しいなかで、景気が上向きになる材料があまり見当たらず、現在の状況がしばらく続くともみている。
		観光型ホテル（経営者）	・入込においては、前年の復興支援の勢いが弱まりつつある。
		観光型ホテル（スタッフ）	・総選挙があると来客数は必ず減るので、その時期によって多少影響があるとみている。週末はかなり入っているが、ウィークデーについては、一通り皆さんの利用が終わったようである。業種によって使う、使わないといった開きが大きく、業種を問わずいろいろな方が来てくれるような状況はまだ見られない。
		観光型旅館（経営者）	・震災から1年半近く経過し、地元沿岸部の、直後の混乱は収まりつつあるが、逆に将来に対する経済的な不安等は大きくなってきており、宿泊を伴う消費額の大きな観光旅行に出掛ける雰囲気ではなくなってきている様子である。
		都市型ホテル（経営者）	・この先2、3か月となると、秋の行楽シーズンだが、放射線の影響というか風評被害からどこまで回復しているかが読めないのが現状である。したがって、総体的には観光客は減るのではないかとみている。
		旅行代理店（経営者）	・現在の個人旅行の好調さがこのまま続かず、この秋くらいから通常に戻ってくるのではないかと。通常に戻るということは、少し減退してくるので、やや悪くは考えている。
		タクシー運転手	・震災復興のための費用もかなり少なくなっており、今後は景気が良くなるというような要因は見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・消費低迷が続くと小売業も値下げをし、小売業の従業員の給料も悪化する傾向にある。流通業の景気は今後の景気に左右されると考えられる。
		通信会社（営業担当）	・政局不安もあるし、日本を取り巻く状況、韓国勢の追い上げ、中国のバッシング、いろいろな状況から、経済についてはますます厳しくなるとみている。

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
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しく、逆にやや悪くなりそうな状況である。
		通信会社（営業担当）	・値下げによる大手通信会社の熾烈な客の奪い合いがますます加速している。解約防止にはなっているが、新規の顧客開拓には至っていない。中小の通信会社は、この波に巻き込まれ苦戦を強いられている。年末に向けてますます競争が激化する中で、一部の大手企業以外はどこで歯止めをかけるか、低迷が予想される。
		観光名所（職員）	・天候に恵まれフリー客の出足が良かったため、乗船がひっぱられ、売上等も伸びたが、天候には左右されない団体の入込状況は前年よりも若干落ち込んでいる。このままの状況が続けば悪くなっていく。
	悪くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在の政局の混乱を見ていると大変難しい状況であり、また、選挙への準備などがあるとみられるので、多くの人が繁華街に来るといことは少なくなる。結局、繁華街の景気は非常に落ち込むと想像できる。
		スーパー（経営者）	・2014年4月より導入される消費税増税、また2015年からの税率アップ等々の先行き不安、不透明感等々があるため、大きな買い控えがおきる。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災から1年半近くがたち、復旧復興需要の発生も既に収束している。併せて、エコカー補助金の終了も重なり、新車購買マインドが一気に低下している。したがって、今後は前年比20%前後の反動減があるものと予想している。
		乗用車販売店（経営者） タクシー運転手	・エコカー補助金終了をきっかけに、車両販売が大きく落ち込むことが予想される。 ・車の台数は変わらない。一方、乗客の数は減少している。
企業動向関連 (東北)	良くなる やや良くなる	—	—
		農林水産業（従業者）	・24年産米の概算金の増額が予想される。
		食料品製造業（総務担当）	・需要期に入り、新製品も発売され、受注が上向くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・9月以降の受注状況から、住宅の着工増を期待でき、販売量、収益とも改善が進むと判断される。
		建設業（従業者）	・WTO政府調達協定対象の大型案件が、本年度下半期に集中して発注される旨の発注見通しが各官庁より公表されている。これらの見通しを受け、案件の大部分は予定通り発注されるものと予測される。
		建設業（企画担当）	・下期以降、遅れていた国交省関連の物件が見込まれるほか、高台移転や防潮堤等震災復興事業の物件が各県で見込まれる。
		輸送業（従業者）	・国際定期便の運航による。10月からは新たに上海便の就航も予定されている。
		司法書士	・消費税増税による前倒しの住宅購入という例が散見されるようになってきた。
		公認会計士	・小売り関係は業績が全般的に前年を下回る企業が多くなってきた。一方、建設関係はまだまだ復興需要が続くと予想されるので、全体的には良くなることを見込まれる。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業者）	・9月には原発の補助金が県から支給されるので、各家庭に経済的な余裕が生じて、経済が上向きになり、やや良くなるとみている。
変わらない		農林水産業（従業者）	・ももの晩生種の出荷がこれから始まる。個人販売の注文もきているが、東日本大震災前の6、7割程度になるのではないかと推測される。
		食料品製造業（経営者）	・一時期BSE問題などもあったが、あまり問題が無いということを知ったのか、牛タンという商品に対する客の認識が変わってきたようである。また、牛タンブームではないが、牛タンが歓迎されるようになってきているようでもある。2、3か月先においてもこのまま良い状態が続くとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・景気上昇の要因が見当たらない。ただ住宅関係の新築が目立って多くなっている。2、3か月後は変わらないがそれ以降に期待する。
		繊維工業（経営者）	・先行きの景気の見通しが相変わらず良くないため、しばらくはこう着状態が続くと予想している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・為替レートの改善が見込めない。
		建設業（経営者）	・周辺の工務店も景気が良いようで、今後は職人不足が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・今後も予断を許さない状況には変わりはないが、前年同期ベースは達成できそうな見通しである。
		通信業（営業担当）	・政治の影響と震災復興のスピードによる。
		金融業（営業担当）	・まだ先の見えない状況が続く。
		金融業（広報担当）	・大型小売店販売が堅調に推移しているものの、一服感も見られる。また、自動車販売もエコカー補助金の動向が鈍化し、景気押し上げには至らない。
		広告代理店（経営者）	・厳しいまま変わらない。好調な不動産関連での仕事を狙い、首都圏での物件も増やしていく。
		経営コンサルタント	・笛吹けど踊らずの消費スタンスが続く。
		コピーサービス業（経営者）	・国の予算の動きがまだまだ末端まで届いていないような状況である。現在、被災地ではがれき処理等に予算が回っており、なかなか他の業種には回っていないのが現状である。各方面にいきわたるようになれば、景気は良くなると考えている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・復興事業はまだまだ半ばである。それを支えるホテル、旅館、宿泊所、繁華街飲食店の好調も継続すると見込まれる。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・被災地域の潜在住宅需要はあるものの、供給能力が飽和状態のため今後も同様の見通しとなっている。
		金属工業協同組合（職員）	・自動車関連はやや頑張っているが、半導体、電機関連等々は依然として低調であり、良い材料は見えない。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・毎月末に翌月の受注残高を調べているが、ここ数か月間の受注残高が減少傾向にあり、景気は悪くなっているようである。
		土石製品製造販売（従業員）	・新規発注工事がほとんどない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、海外が一段と減速する可能性があるため、輸出環境は更に悪化すると予測している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・海外への生産シフトも含めて国内での受注が減っているというのがものづくり関連企業の一様な状況である。復興景気も一段落したので、今後もこのままならば景気は悪くなっていく。
		輸送業（経営者）	・現状は厳しい環境にあり、この状況が当分続くことが見込まれる。
		通信業（営業担当）	・景気の先行きが懸念される。
		広告業協会（役員）	・消費税増税の問題で今後は広告市場も動きがありそうである。遊技場関係が消費税分を貸し玉にオンできるかどうか、出来なければ広告費削減は大幅になるだろうと予想している。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・中小企業を取り巻く環境は今年に入り非常に悪くなっており、立ち直る要素が見当たらない。このような現状が続いている状況で、どうしたら景気が良くなるかを考えても、良くなる要素が無い。先が見えない状況がしばらく続くのではないかと。
悪くなる	—	—	
雇用関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・時期的に一服しており、12～2月に向けてまた求人数が増えるとみられる。
		人材派遣会社（社員）	・大学生の採用の欠員を中途採用で補う相談がここに来て増えてきている。前年などは、欠員はそのまま募集はしないという判断をする企業があったが、今年は欠員を中途採用で補おうとする企業が多くなっている。
		人材派遣会社（社員）	・期待感を込めての回答である。政局の安定、復興への予算投下等、国、自治体主導の景気けん引に期待したい。
		アウトソーシング企業（社員）	・復興関連の事業が建設関係からサービス業に移行してきているようである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元企業の本採用等が少しずつだが増えてきている。震災対応において、いろいろな面で人が足りなくなっていることがこうしたニーズに繋がっているようである。こうした状況がしばらく続けば、地元採用も増えていき、年末にかけて多少期待ができる部分が出てくるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月はテレビ面の記事下広告申込が好調で、今後は記事下広告が拡大してくると予想される。解散総選挙の話も出てきており、一時的な選挙景気が期待される。

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
		職業安定所（職員）	・建設業の好調さはまだまだ続いていくとみている。製造業に関しては、徐々に回復傾向に向かうとみられるが、自動車の販売減少や、消費税率のアップで消費の落ち込みが出てくる可能性も無視できない状況である。休業などの事業所も確実に減少している。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人数は引き続き増加しているものの、今月以降、人員整理を考えている事業所や民事再生手続きをとる事業所もあり、景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人は引き続き高水準で推移すると予想される。今のところ大きなマイナス材料は聞こえてきていないが、今後の状況を注視する必要がある。
		職業安定所（職員）	・復興に向けた動きとしては、現時点では順調に進んでいると判断する。ただし、今後、次のステージとなるであろう宅地造成等の動きが具体化するまでには、もうしばらく時間がかかると考えており、3か月先は現状とほぼ変わらないであろう。
		職業安定所（職員）	・求職者数は減少していく傾向にあるが、求人の伸びが鈍化しつつあり、好転材料を見付けにくい。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、3か月前からみると0.16ポイント上がっている。また、前月からみると0.1ポイント上がっている。雇用に関しては、変わらないか、若干良くなるのではないかとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、理由として非正規求人が増加しているためであり、景気は回復途上である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の施行を10月に控え、ユーザー企業は様子見をしている。また、官公庁や独立行政法人の受託業務に見積合わせの要請もあり、収益を圧迫する要因となる見込みである。よって2、3か月先の景気はやや悪くなるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・応募数の減少から採用が完結しておらず、非正規雇用ではあるが求人ニーズは引き続き高い水準を維持するとみている。8月も7月同様に飲食店の県外からの新規オープンが多数あったが、工場の閉鎖や希望退職を募集している企業も始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税法案が通ったこと、総選挙が現実的になったことなどにより、景気浮揚政策が遅れそうである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金の駆け込み需要に関して今は好況だが、その後の落ち込みの影響がどの程度か。また、サービス業を始め、その他の業種も、求人動向から好況さはみられない。
		職業安定所（職員）	・大手企業の生産拠点再編に伴う大量解雇事案が生じており、今後も継続される見込みである。
		民間職業紹介機関（職員）	・雇用状況と政治の不安定要素がある。
	悪くなる	—	—

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・先に行くほど消費税増税の問題が出てくる。一般の消費者も高額商品は早く買いたいという気が起きてくると言う人もいるため、期待している。
		百貨店（総務担当）	・今月のような猛暑が去って季節が爽やかになり、今まで締まっていた購買意欲も高まる。運動会や遠足、秋の旅行等のイベントが多く、東日本大震災関係も落ち着き、全体的に活気が出てきて品物が動きそうである。
		スーパー（店長）	・今のところ台風の影響もなく、農作物の生育状況も良い。第一次産業従事者にお金が回ると当店の商圏内の景気も良くなり、来客数、買上点数共に増える見込みが立つ。
		コンビニ（経営者）	・7月の大雨から一転、好天に恵まれた8月だった。残暑が続き秋の行楽シーズンを迎えられるれば、やや良くなりそうである。
	衣料品専門店（統括）	・今月8月半ばはお盆を境に売上が低迷したが、これから10月までは祭りをテーマに個人のオリジナリティーが発揮される。大変楽しくなる時期であり、売る側も客と一緒に楽しめる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・季節商材や冷蔵庫等が猛暑続きで好調に推移している。また、多機能端末が好調に動いている。好調商品を伸ばしていくように品ぞろえや展示の訴求をしていく。
		一般レストラン（経営者）	・地域全体で特に良くなる要素は見つからないが、当店では地域の食材、山菜等の季節食材を県外客に生かせればと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・秋になり、10月以降は人の動きが活発になる。市内の各種イベントも開催され、その流れが来店数の増加になる。
		通信会社（経営者）	・行政外郭団体からの見積事業が受注できれば売上としては上向きとなる。ただし、一過性の事業が多く、継続的な売上に結び付くものではない。何より景気回復を望む。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災前と比較すると、少しずつ減少率が回復していることから期待感が持てる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・8月の売上が伸びなかった理由の一つに、気温が非常に高く、客が外出を控えたこともあるようである。ある程度落ち着きさえすれば、若干希望的観測を含めてだが、少し元へ戻るような感覚を持っている。
		住宅販売会社（経営者）	・マスコミで消費税増税の駆け込み需要を取り上げるようになり、マンション購入の需要は増加しているようである。遊休資産を所有している客から、この機会に手放したいという案件も増加している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の駆け込み需要で、直近は上向きに推移すると思うが、円高・世界景気の停滞等で大きな回復は期待できない。
	変わらない	商店街（代表者）	・二学期が始まると運動会等、秋のスポーツの季節になる。良くはならないと思うが、今まで同様に例年の感じでいきそうである。
		一般小売店 [精肉] （経営者）	・この暑さは9月中も続くそうだが、まれに一息入れられる日が来れば、少しでも活気が出てくるかと思う。とにかく暑さには弱く、元気が出てこない。
		一般小売店 [家電] （経営者）	・消費動向では必要なものの意識が根強く、必要に迫られて購入するケースが多い。目新しい商材がない電化製品は、客が関心を持ちつつあるエコ、省エネ商材をいかに購入してもらえるかが課題であり、生き残る手段となりそうである。
		百貨店（営業担当）	・残暑が続き、秋物の動きが悪い。
		百貨店（営業担当）	・株価も若干上がりつつあるかもしれないが、大きく消費に影響するようなことはないと思うため、現状維持か貯蓄中心の動きになる。
		百貨店（販売促進担当）	・今夏は暑さが大変厳しく、来客数の確保に苦戦している。また、衣料品のバーゲン日程が変更となり、山場を作ることができず、売上も苦戦した。このようななかで秋物商戦が始まったが、今後の流れを好転させる材料が見当たらず、大きくは変わらない。
		百貨店（店長）	・経済環境や将来展望等に明るい変化、兆しが見られない。
		百貨店（販売担当）	・他店増床の影響が落ち着き、一方当社では開店記念祭を実施するため、再度来客数が戻る。
スーパー（店長）	・曜日ごとの客数は、数か月変化がない。		
スーパー（総務担当）	・一部の業態では景気が上向きとの情報もあるが、小売業は回復の兆しが見えない。消費税増税、社会保障修正などに不安があり、貯蓄に回る傾向が強い。		
コンビニ（経営者）	・今月よりテイクアウトのコーヒーを始めたため、かなり売上に貢献している。		
コンビニ（経営者）	・政局、電気料金値上げ、原子力発電所の問題等、先行き不安感からやや悪い状況が変わらず続きそうである。		
コンビニ（店長）	・客単価は変わらないが客数が減ってきており、2か月先も傾向は変わらない。		
乗用車販売店（販売担当）	・当店の客はかなり環境が厳しく、土建業界、ホテル等、自主廃業する所がたくさん出ており、自然淘汰されている。その中で生き残っていく客を相手にしているため、比較的高い車は売れていないが、安い中古車等は何台か動いており、今後もこの状況は多分変わらない。身の回りで廃業している客がとにかく多いため、その中で頑張っている客とタイアップしてやっていくほかない。		
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金もそろそろ切れるところで、3か月後にはこれ以上良くなるとは思えず、反対に悪くなる方向に向かっていく。		

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
		自動車備品販売店（経営者）	・全体的に景気が良くなってきており、将来に渡っても良くなる材料がなかなか見当たらない。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税、電気料金の値上げに加え、政局が不透明なため、支出が安定的に伸びない。
		スナック（経営者）	・少し良くなってきているようだが、まだよく分からない。このままいって欲しい。
		スナック（経営者）	・いつもと同じ回答だが、悪くなるという気持ちはあるが、これ以上変わらない、悪くならないという希望でどちらとも言えない。とても大変な時代だ。
		観光型ホテル（営業担当）	・来客数、客室稼働率はほぼ前年並みか若干良いものの、売上は伸びていない。旅行に使う費用を儉約しているように感じる。
		観光型旅館（経営者）	・経済活動自体は減速していないため変わらない。ただし、社会の変化が激しく、既存の産業は新しい変化に対応できず苦しい状況となっている。
		旅行代理店（経営者）	・政情不安定で選挙がいつあるかわからない。対外的な面でも日本は近隣からなめられている状況である。消費税増税が決まったため、心理的に良くなると誰も考えていない。
		旅行代理店（所長）	・夏休みシーズンから秋季行楽シーズンへの動きは良いように思われるが、様々な政治事情により、団体個人共に消費マインドの冷え込みが懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・良くなる要因が見当たらない。
		旅行代理店（副支店長）	・韓国、中国のそれぞれの問題がどの程度影響するのか不明だが、現時点で韓国の渡航がキャンセルになってきている。シーズンに安近短の旅行地が売れなくなってくると非常に厳しい状況である。多様な業種も多かれ少なかれ影響が出てくるだろう。
		旅行代理店（副支店長）	・国内外の情勢を見た時に、今後の見通しがなかなか立ちにくいことから自粛ムードがありそうである。
		通信会社（経営者）	・早くデフレから脱却しないと一時的に売上や利益が増えても、あくまでも一時的な利益で、根本的な景気回復とはいえない。地方で中小零細企業がどんどんなくなっている状況が淘汰であるならば、そう遠からず地方は破たんしていく。
		通信会社（営業担当）	・節電など現状節約への関心が高く、消費が上向く要因が見当たらない。
		通信会社（局長）	・景気が回復することに対する期待感が薄い。
		通信会社（総務担当）	・高齢化や若年層の不安定な雇用により個人所得が減少し、消費が低迷している。
		遊園地（職員）	・回復基調を期待したいが、先行き不透明な状況と見込まれる。
		ゴルフ場（支配人）	・平日の来場者確保のため、客単価は落ちるが飲食、ショッピングセンター、新店舗開店等の共同コンペを企画、開催している。残暑の厳しさは来場数に影響大である。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が、ほぼ同じ額で推移している。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・電気料金の値上げは確実に行われるようである。それに伴って値上げされる商品なども出てくると思うため、なお一層の節約志向になり、景気回復は見込めない。
		設計事務所（経営者）	・計画の依頼が少なく、良くなる兆しはない。
		設計事務所（所長）	・消費税増税が本決まりとなり、それまでという需要が増えてくれれば良いが、逆に悪影響に結びつかか判断に迷う。せめて変わらないでいて欲しいとの願望である。
		住宅販売会社（従業員）	・当地域の別荘地は東日本大震災以降、セカンドハウスを求める特需があったが、1年半を経過し一服感がある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・郊外のショッピングセンターに増床の計画があり、中心街にとっては好ましい状況ではない。
		商店街（代表者）	・夏の節電に協力し努力している最中に、電気料金の値上げの案内が来たり、政治では消費税増税が決定した。駆け込み需要を期待するはずなのに、販売意欲が薄らいできている。
		商店街（代表者）	・日照りで秋の収穫に影響が出るのではないかとの声が多い。きのこ、果物が厳しい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・主力で販売する商品に欠けるため、少し難しくなる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・当地域の場合は、地元の大企業各社の景気が良くならないと、子会社の景気も悪くなる。今はどの大企業でも仕事が減り、大変なことになっているため、期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・不要不急品の購入を控える傾向は更に顕著になる。可処分所得の増加が見込まれず、生活防衛意識は更に高まる。
		百貨店（店長）	・選挙で政治的な空白が生まれる。
		スーパー（経営者）	・購買意欲がおう盛になる要素がない。
		スーパー（統括）	・消費税増税に加え、短時間労働者の厚生年金加入条件が引下げられ、会社の経費上、相当な負担増になる。消費者の可処分所得は目減りし、生活防衛型の消費に大きくシフトされ、デフレスパイラルは加速していく。
		スーパー（経営企画担当）	・近々、大型ディスカウントスーパーが新規開店するため、影響が出そうである。
		コンビニ（経営者）	・秋ということ念頭に入ると、季節変動上も夏に比べてやや売上が落ちる状況で、今年もまたそのパターンになりそうである。今年の秋は気温が下がるという長期予想があり、景気面でも今よりも下がると思わざるを得ない。
		コンビニ（店長）	・この8月が幾らか良かったのは、非常に暑い日が続きドリンクやアイスクリームを買う客が増えたことが原因だと思うため、その反動が当然来る。
		衣料品専門店（店長）	・秋物の実売期だが、これといったヒット商品が少ない。また、原油価格の高騰や食品等の価格の値上がり懸念されているため、消費者の購買意識は低い。
		衣料品専門店（販売担当）	・相変わらず先行きに対する不安があるのか、クレジットカードの利用が本当に少ない。今後、秋の立ち上がりに向けて良くなってくれないと店にも相当な打撃がある。客の動きに期待できそうだが、社会環境やいろいろな状況を考慮すると良くなる可能性はなく、若干落ち込んでいきそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了もあり、以前のような先までの話が減少している。今後反動が大きくなるのではないかと懸念している。
		乗用車販売店（営業担当）	・終わりそうで終わらないエコカー補助金の影響で新車販売が少々できたが、他の商談はあまり出てこない。
		乗用車販売店（管理担当）	・総選挙をにらんだ政治に対し、国内政治の行方が分からない。
		住関連専門店（仕入担当）	・米国穀類の不作による値上げや、原油価格の上昇、消費税増税など、個人消費に対してネガティブな要素が多過ぎて、楽観的な要素は見当たらない。
		高級レストラン（店長）	・中心商店街の人通りが日に日に少なくなっている。
		一般レストラン（経営者）	・政局の混乱、大手企業のリストラ等、経済状況が良い方向に動いていないと思う。これから良くなる要素が少ないかもしれないので、悪くなると予想する。
		都市型ホテル（支配人）	・当地域の場合、福島第一原子力発電所の事故による風評被害が継続して続くような予約状況になっている。大きな団体、会議、スポーツ大会等が中止、又は人数が減少したり他の県に移る状態が続いているため、この先良くなるような予約状況にはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会シーズンに入る12月になるとまた違うだろうが、9～11月の3か月間は当市内においては、それほどイベントもなく動きが少ない。
		都市型ホテル（営業担当）	・エコカー補助金などの終了により、それに関連する製造業等の業種の景気がなかなか良くないとすると、宿泊などにも影響が出てくるため、やや悪くなっていく。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税が旅行需要に低下の影を落としているようである。
		タクシー運転手	・あまりにも景気マインドが低い。
		タクシー（経営者）	・人の動きが悪いため、この先も悪い。
		通信会社（販売担当）	・円高傾向が続いていることと、日本の電機メーカーの業績不振が続いているため景気回復がすぐにできるか考えにくい。
		ゴルフ練習場（経営者）	・社会保障や消費税増税が決まり、大型商品は出ると思うが、それ以外の身の回り品やレジャー等は控えそうである。

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
		ゴルフ場（業務担当）	・ゴルフ場そのものが天候との勝負である。今月は高温の影響で客足が鈍っている。ただし、超安値という形で特別な料金を設定すると動いているため、客のニーズはあるが、料金等に影響される可能性がある。向こう3か月の取込状況は、特に10月頭が前年に比べて悪くなっている。全体的な社会のムードなのか、それともこの暑さでプレーが遠のいているのかははっきり分からない。単価面、客の動きをどうつかむかと、今のところ取り込みに苦労している。
		ゴルフ場（副支配人）	・今から3か月後は秋から冬に向かうシーズンになっており、当ゴルフ場は山岳のため、来客数は減少方向に向かう。
		美容室（経営者）	・天候が原因で来客数が減っているとは思わない。生活費の美容関連を節約している客が最近多く感じられる。これから先、店の売上が増加するとは思わない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・月ぎめの契約は税込みでしている。消費税増税が世間の噂どおり国会で決まったため、客が敏感になっており、月ぎめの税込みは変わるのかという問い合わせが何度か来ている。増税の関係で非常に微妙であるため、将来的にやや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・福祉関係施策も前年度で一段落し、公的には今後建設投資が見込める分野は縮小している。そのため、民間事業に期待していたが、周りでは業績が悪化していると話す人が多くなっている。
悪くなる		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・工業団地、施設関係の自販機の落ち込みが激しく、回復の要素は皆無。高齢者主体の宅配も減少傾向である。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・政治的な動きもあまり良くない。東京スカイツリーに多くの来客がある様子はテレビ等で知っているが、当地区も客が多くなってくれればいい。
		コンビニ（経営者）	・コンビニの出店が延々と続いている。その影響がこれからどんどん出てくるため、景気は悪くなっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了に伴う反動減のため、販売が落ち込むと予想される。
		乗用車販売店（統括）	・新車販売においてはエコカー補助金が終了し、需要の先食いによる反動減が顕著になる。
		美容室（経営者）	・経費がかさみ、来年の消費税の納付を考えると頭が痛くなる。地方の町では同業者が廃業になることも耳にする。子どもには後を託せない。景気が悪い時に美容等に消費できるほど余裕がない。
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・本業が順調のなか、第三の柱として合計で約200kWの設備投資を行った。地域貢献と景気貢献にもなるよう願っている。
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・産業機械のコンプレッサー、特装車両のコンクリートミキサー車共に生産が最大であり、さらに9月、10月は稼働日数が多いため受注量も増える見込み。
		金融業（経営企画担当）	・観光がトップシーズンに入り、宿泊施設の予約状況が前年を上回っている。
	変わらない	化学工業（経営者）	・東日本大震災の災害廃棄物処理の仕事がこれから新たに入ってくるため、この秋は慌ただしく過ごせそうである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年の季節商材受注は見込めるものの、自社製品販売については不透明な状態が予想される。Webで種々展開しても反応がほとんど無い。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・明るい見通しは当分望めない。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先の様子は、仕事量としては前より少ないが、2か月先ぐらいまでは安定して出るようになってきている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・全体の受注量が2割ほど減っている。
電気機械器具製造業（経営者）		・受注量が回復しそうにないため、何とか手を打たないと少し危ない状況になってきている。景気が目に見えて回復するのは来年という気がする。かなり厳しい状況がここ何か月か続く感じがする。	
電気機械器具製造業（経営者）		・今年度新機種は下期になるようであり、当分現在の受注推移が変わらない。	
輸送用機械器具製造業（経営者）	・1月より平均して仕事が出ているので、この2、3か月は取引先等の動きや受注量、販売等は変更がない。1～6月の水準だと思うため、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	
		輸送業（営業担当）	・このところ冬場商品の切り替えて、特に家電用品等の荷動きが早い状態である。現状ではインターネット通販等の販売向け車両等の手配が多くなっている状態である。しかし、景気対策や補助金等の制度があまりなく、例年並みの物量を確保するのがやっとの状態である。	
		金融業（役員）	・当地区は建設業に対する各市町村の予算執行が遅れたことと、予算枠が大幅に減っていることが地域経済に影響を与える気がする。また、先行は変わらないと回答しているが、油関係の価格が上がり、一連の製造原価に影響してくると非常に悪くなるという懸念もある。	
		広告代理店（営業担当）	・年末商戦に向けた広告宣伝が増えるが、目立った増加の要因が見当たらない。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・6月ごろから日刊紙の広告も前年を下回っていると聞く。多くの店主、店長、また広告代理店関係者等が、はっきり理由はつかめないとしながら、景況は後ろ向きだ、暗いと言葉を一つにしている。	
		社会保険労務士	・内需も外需も大きな変化はない。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い及び商談案件状況から判断しても、特段の変化は見られない。相変わらず物件単価は厳しい状況である。	
		やや悪くなる	食料品製造業（営業統括）	・周辺大手企業の人員削減や工場撤退等、県内の経済状況は大変厳しく、し好品への影響が徐々に出てくるものと考えられる。
			出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・官庁関係は予算がないということで、かなり安い仕事を受けざるを得ない状況が続く。
			一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の仕事は堅調も、油圧機器、建設機械関連において大幅な減産が予定されており、マイナス分をカバーしきれない。
			一般機械器具製造業（経営者）	・少しずつ製品が海外に流出しており、あまり目立った動きは見られないが、確実に受注量は減少している。
電気機械器具製造業（経営者）	・今は何とか仕事を確保しているが、長期的な保証は全くない。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・当社で世話になっている企業も、今年いっぱい閉鎖する。政局の混迷、円高、ガソリン価格の高騰、購買意欲の減退等、景気不安材料ばかりで景気回復の要素が一向に見つからない。			
金融業（調査担当）	・海外需要の鈍化の動きから、弱含みとなる可能性が強まっている。内需も景気対策の先食いにより、個人消費も弱い動きが見え始めている。先行きの不透明感が増す中で所得環境の伸び悩みもあり、消費者のマインドは抑制色が強まるとみられる。			
不動産業（経営者）	・請負の現場数が減ってきており、事業の転換も視野に入れている。			
不動産業（管理担当）	・オーナーからの管理要求が細かくなっており、それに伴って作業の内容も増えるが、その増えた分を転嫁できないという状況が今後も広がっていくようである。			
経営コンサルタント	・住宅等生活関連にやや動きがある程度であり、観光、レジャー、食品などの消費関連、建設業、下請製造業等は最近の一時的な盛り上りが過ぎて、目先下降に向かう。			
悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・デフレ下の中、自己破産で倒産している企業が後を絶たないのに、まだ安値で客取りをしている。安値では人件費もひねり出せずもがいている。消費税増税と合わせて、先行きの不安感からますます財布のひもが固くなる。		
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注量が減り、単価も下がったりで毎月の資金繰りが本当に大変である。		
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手自動車メーカーからの3か月の生産見通し上では、受注量はそこそこいくが、9月以降のコストダウンが大きく響いてくる。特に関西系企業のメーカーとの競争が入ってきており、関西系の東海地区の企業が自動車メーカーの海外進出という形で空洞化し、関東にもそのしわ寄せがきて、受注価格が非常に低下し始めている。そういったことが懸念され、大幅な収益悪化は避けて通れない状況である。		
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・8月末に大きな展示会があったが、全体の来客や売上が減少した。当社得意先の小売店の中で、数店から不採算店舗を閉鎖するとの話を聞く。売上減少に加え、店舗数減少により今後ますます販売は厳しくなる。		

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
		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。8月受注額が前年度比22%だったため、頑張っ受注を確保しなければ、今後の資金繰りもまた厳しくなってしまう。
雇用 関連 (北関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・企業側の採用意欲は横ばい傾向のままで、求人申込みの状況を見ると、前年とほぼ同水準である。一方で、求職者数は減少を続けており、求人倍率の上昇に繋がっている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・衣料品関係は格安な量販店に向いているように見られる。住宅関連等では、やはり省エネ、エコを重視した器具等の設置、自動車関連の部品、電化、電子部品の組立てがいくらか伸びていくというような募集傾向が見られた。
		人材派遣会社（経営者）	・忙しい会社もあるが、2、3か月先のことはほとんどわからない。今は1、2か月の単発の仕事がやや多い。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・景気の低迷に伴い、企業も雇用に対して慎重でしばらくは厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・良くなっていく要素が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で16%ぐらい増加しており、有効求人数も前月より1.5%ぐらいの微増となっているが、有効求職者は若干減少の傾向が7月も見られる。事業所の話では、製造業の企業はまだ先行きが読めない状況である。事業者からの良い情報もなく、先月と比べても特に目立った動きはないように感じるため、今後もまだ変わらない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・1つの求人に対して多数の応募者がいる。高校生については前年1回目の受験企業はなんとか全員当てることができたが、不合格者の求人がなく苦勞した。本年度は1回目の試験から1つの求人に対して複数人出している。求人数が非常に少ない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・夏も終わり、特別な派遣需要が増えない。
		職業安定所（職員）	・家電メーカーの大量解雇が今後控えており、関連企業からの雇用調整助成金の相談等もあり、新規求職者は増える可能性がある。
職業安定所（職員）		・全体的に見ると求職者は減少傾向で、求人倍率は若干の右上がりだが、9～10月にかけて管内大手企業のリストラがあり、10～11月ごろは求職者も相当増えると予想される。7月は復興求人など一部提出されたが、8月は見られなかった。	
悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・地域企業の利益が減少している。例えば、円高によって輸出企業がダメージを受けている。	

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	都市型ホテル（スタッフ）	・お盆が過ぎて、新郎新婦の帰省も終わり、家に帰って相談したうえで来館が増えるため、9、10月は景気が上がる。
		観光名所（職員）	・2、3か月後になると、観光地は秋のトップシーズンになる。紅葉の関係でかなり客でにぎわうと期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の増税でこれから秋口にかけて活発に動くと思う。9、10月は取りこぼしのないように営業をかけていければ、だいぶ良い数字が見込める。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・希望的観測も入るが、暑くて人が動かなかった夏の反動がある。イベントの仕込みがとてもスムーズにいったおり、立て続けにあったテレビ取材のオンエアが9月半ばから幾つかあるため、集客が見込まれる。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・今月はあまり物件、案件などがなかったが、この後、一応いくつかあり、たまたま今月が谷間だったのかというような感はある。ただ全体で2割近く落ちたというのはなかなか大変なことである。
		コンビニ（商品開発担当）	・残暑の影響が、好機に転じる可能性がある。
		衣料品専門店（店長）	・気温の低下により秋物の需要が高まり、今月と比べ販売量、スーツなどの袖物の需要が高まっていく。
	家電量販店（営業統括）	・秋商戦に突入していくタイミングであることと、9月末から中国の大型連休が始まること、大規模な国際会議が行われるなど、外国からの観光客が多数東京に訪れることから、外国人観光客への販売が好調になる可能性がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・9月は業界では半期の決算を迎えるため、希望も加えて少しは良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災の復興需要が現実的に動き出したため、やはりダンプカーの需要が随分増えてきており、将来的にはやや景気が良くなる。また選挙も近付くと景気も結構良くなるため、物流が増えて全体的な底上げになる。
		一般レストラン（経営者）	・8月が一番悪いため、2、3か月先の景気は必ず良くなると思う。今までの例から見ても、人の動きも激しくなるため売上は8月よりは伸び、ケータリングもかなり復活してくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・総選挙がいつになるかによってだが、11月であればそれ以降、良くなっていく。
		旅行代理店（経営者）	・秋の行楽シーズンが来るため、徐々に問い合わせ等が入ってきている。これから先は良くなることを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・本格的な行楽シーズンを迎え、国内団体旅行の受注件数が増えてきており、昨年自粛された大型社員旅行の件数も増えてきている。
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は当業界では秋の旅行シーズンであり、毎年このことだが非常に最盛期を迎える。今年は東京スカイツリー開業の年ということで大型団体の申込が多いため、今月と比べると良くなる。
		タクシー運転手	・9月はロンドンパラリンピックがあり、また残暑が長引くようであるため、消費税増税になるまでは景気はしばらく悪くならない。
		通信会社（社員）	・下期からは販売促進を含め、新たな展開をしていく予定であり、動きが出てくる。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税法案により、景気が多少動くのではないかと思う。また、年末商戦に入ってくるので、消費動向が活発化する。
		ゴルフ場（支配人）	・年内の予約状況は、引き続き順調に推移している。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・東日本大震災により、昨夏は身近で屋内のレジャーであるボウリング場は特需のような状態であったが、今夏は反動を受け、前年比で悪い業績となっている。しかし、9月で一巡するため、10月以降は来客数、販売量ともに前年比で良くなってくる。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・年末に向けて、催事の開催予約が増加している。
		設計事務所（職員）	・プロポーザル、入札いずれも案件が増加しており、受注機会のチャンスが増える。
		住宅販売会社（従業員）	・今後、さらに消費税増税前の駆け込み契約は増加すると見込まれるが、住宅関連については消費税増税の対象から外すよう強く働きかける動きもあり、顧客に対してのセールストークがはっきりしない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・これから消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるため、期待を込めてやや良くなる。
変わらない		商店街（代表者）	・季節変動を除けば、劇的に現状が回復する素因が見当たらない。
		商店街（代表者）	・当店では振袖の契約が早めに入りつつあり、前倒しになるかもしれないが、それがあつて、なんとか営業が成り立っている。売上の的には大変厳しい状況である。
		商店街（代表者）	・今の日本では、良くなることは考えられない。中国、韓国、ロシアを見ても、まじめに話をしようという気は各国が持っていないようである。国を良くするには、そういったところを変えていかないと無理である。
		商店街（代表者）	・今後、消費税増税、電気料金の値上げで、小売業は非常に苦しい状況になっていく。その反面、東北の特需が少しずつこちらにも回ってくると思うため、それほど変わらない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・いろいろなキャンペーンがあるため、積極的に動くつもりである。ただ、単価の大きな商品ではないため全体的な金額となると厳しいものがある。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・近隣で同業者がないことが強みなのでそれほどダウンすることはないと考えているが、やはり全体的には落ちてきている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月は暑さで、非常に人々が出てこなかったため、良くなかった。2、3か月後も、暑さが終わっても景気は回復しないため、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〔家電〕 (経営者)	・世界的な経済の動きも、国内の政治関係も、今後あまり期待できそうもないため、変わらない。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・国として非常に不安定な立場にいるように感じる。景気低迷や景気上昇などというより、目や耳から入る画像やニュースなど、一般の消費者、国民としては、非常に不安な環境が多く感じる。非常に切羽詰まっており、消費まで回らないようである。
		百貨店 (売場主任)	・まだまだ残暑が長引く予報のため、秋冬物の動きが鈍くなると予想される。
		百貨店 (総務担当)	・特に消費が促されるような要因がなく、苦戦が続く。いろいろな施策をもって対応していかなければならない。
		百貨店 (広報担当)	・直近では株価が回復傾向にあり、当店としても大規模改装が終わってグランドオープンとなり、販売体制が整うことから、来月は売上も来客数も盛り返す。しかし、その先は政権の先行きが不透明なことや、近隣諸国との経済外交のあつれきも懸念され、売上動向の見通しは非常に不透明である。
		百貨店 (営業担当)	・前半から夏らしい天候が続き、婦人、紳士、子どもの夏物衣料品や帽子、サンダル、サングラス等の夏物商材が好調に推移し、前年を超えている。株価や為替も比較的安定しており、景気に好影響をもたらしている。
		百貨店 (営業担当)	・商品カテゴリーごとの好不調は考えられるが、全体的な消費環境の変化に大きく寄与するものではなく、どちらかというところ、じり貧状態である。恒常的な穀物高騰による商品代への転化や消費税増税に伴う生活防衛意識等、ネガティブな状況下であり、しばらくはこの状態が続いていく。
		百貨店 (営業担当)	・政治不安が強く、景気回復に対する策が何も具体的ではないため、消費行動は活発にはならない。
		百貨店 (営業担当)	・消費マインドの改善はみられるものの、雇用、所得環境の改善がみられない限り、消費の回復は難しい。
		百貨店 (販売管理担当)	・宝飾や時計など高額品の動きが継続して好調だが、消費税増税や社会保障の先行き不透明感など、購買意欲を阻害する要素が懸念される。
		百貨店 (店長)	・東日本大震災から1年以上経過して、客の変化が一段落した。今後は期待できるが、消費税のこともあり、判断が難しい。
		百貨店 (副店長)	・円高、株安に伴う消費不安や、電力料金値上げに伴い、企業収益を圧迫するため、変わらない。
		百貨店 (営業企画担当)	・天候にも左右されるが、暖冬による影響がなければ堅調に推移する。
		スーパー (経営者)	・8月に入ってなかなか良くならない。当社では競合店が出てきており、想定よりは影響していないが、やはり若干影響がある。そういう意味で悪い状態がこれからも続いていく。
		スーパー (店長)	・3か月後の売上予測は、今と変わらない気がする。当店を取り巻く環境は、スーパーが点在しており、いわゆるオーバーストアの状態である。そのなかで、予算あるいは前年をクリアするのは非常に厳しく、3か月後の景気については、変わらない。
		スーパー (店長)	・世間の節約ムードを払しょくするような要素は見られず、当分厳しい状態は続く。
		スーパー (店長)	・当店のようなGMS (総合小売業) で日々買物をする客にとっては、最近、国内では消費税関連法案や解散総選挙など、国外でも中国、韓国、北朝鮮等の周辺各国の不安がある。そのため、将来の不安から貯蓄をし、できるだけお金を使わないという感じが見られ、この先も今の悪い状態は変わらない。
		スーパー (店員)	・商品の購買意欲はあるが、量的にも単価もかなり下がっている。欲しいものは買うが少量で、同一商品であれば単価の安いほうを選ぶ傾向がある。
		スーパー (総務担当)	・今年の初めからずっと、同じような傾向が続いている。客数が伸び悩む、単価が上がらない、1人当たりの買上点数も増えないといったなかで、特に購買意欲を上げるような話題性や見通しが全くない。売上は今の状況が継続し、昨年を若干下回るような形で推移していく。
		スーパー (営業担当)	・円高、株安の状況が相変わらず続いており、将来に対する不安も払しょくされていないため、お金の流出を抑える傾向がありそうである。

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（仕入担当）	・このまま来店頻度の減少による客数減が続きそうである。1回の買物の客単価も上がらず、客数、客単価共に減少し、厳しい数字が続きそうである。
		コンビニ（経営者）	・元来周りには失業者が非常に多い。その失業者が職についてたとしても、なかなか買物ができない。そういった状態が続くと、景気は上向くどころか、かえって非常に下がるのではないかと心配している。
		コンビニ（経営者）	・本部全体の売上が前年比99%と聞き、この好天候においても厳しさを感じる。
		コンビニ（経営者）	・近隣に、スーパー、コンビニ、店舗が増加しているため、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・次々とセールを打ち続けているが、同業他社も同様のセールを仕掛けており、売上、客数共に現状維持が精一杯な状況である。
		コンビニ（経営者）	・ターミナル駅に近い当店では、駅周辺の再開発が大分進み、工事も終わったことで、客が多く来てくれるような環境になってきている。これからはしばらくの間は減ることがなく、利用してくれそうである。
		コンビニ（経営者）	・政局不安や各国とのあつれきといった問題があつて、将来的には大分悪くなるかと思うが、この2、3か月の間は、現状とあまり変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ客が離反したまま推移するのではないかと思う。
		コンビニ（店長）	・競合店の影響が依然として続いている。
		コンビニ（商品開発担当）	・客数の増加につながるようなニュースもなく、減少傾向が続くことが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・行楽の季節を迎え外出が増える時期だが、電気料金、医療費、介護保険、各種税金などの値上げで、所得、特に年金収入が減ってる人が多く、自由に使えるお金が少なくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物は天候が非常に味方になり、大変良い状況であったが、秋からはあまり良い情勢ではない。状況が天気次第でもあるが、あまり期待はしていない。
		衣料品専門店（店長）	・増税や社会保障関係の法案がすぐには実施されない雰囲気があるため、先月よりは買い控え傾向が緩んできていると感じる。しかし、良くなっているという程ではなく、前年並みでいければ良い。
		家電量販店（統括）	・需要の先取りによる後遺症が、いまだ修正されない。家電業界の先行きは非常に不透明である。家電以外のカテゴリーを模索しながらの年度となりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。どちらかというと整備で精一杯であり、販売によって利益が出るわけだが、決算ではあまり良い結果は出ないと思う。赤字にはならないが、ぎりぎりの状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金の締切も近いせいとか、個人ユーザーの販売が少し落ち込んでいる。法人ユーザーの業者に関しては、あまり落ち込んでいないため、変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車が発表、発売されるなか、通常はその勢いで登録に結びつくが、電気料金の値上げの影響で足元をすくわれ、今後の景気としては伸びないと判断せざるを得ない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・しばらくは現在の好調は続くと考えられる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税はまだ1年半先であり、特別、上下に振れるような要素がない。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移から判断して、変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・前年同時期と比べると宴会が低調である。特に個人より法人の利用が顕著である。この先の受注状況も同様である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の増税決定の実感が、客のなかでは実施されるまでまだないようであり、その反動がある。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後もあまり変わらず、今と社会情勢が変わらないとデフレ脱却はしないと思う。政治がまず最優先で安定し、とにかくデフレを脱却しないことには経済は良くならない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税、ユーロ、ドル安、円高、原発、政治に対しての不信等、まだまだ消費者の心は冷めたままであり、景気回復はまだ先の話である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・小麦価格の高騰等いろいろあるが、相変わらず円高のため、あまり仕入価格は上がっていない。消費も上がったり下がったりというよりは、今後しばらくはこのように動きそうである。
		一般レストラン（店長）	・これからプラスになるという材料が見当たらないため、2、3か月先も今と変わらない。今、底が割れてしまったような状況で、どこまで底が割れてしまうのか心配している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・政局の不安定さ、消費税の問題、引き続き円高等、そういった不確定要素あるいは不安な要素があるため、どちらにいくか分からない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚披露宴の予約状況が全く伸びず、来客数も増えてこない。いろいろイベントを打っているが、非常に厳しい状態が続いている。今後も新しい商品などを入れても、あまり効果がないような状況が続く。
		都市型ホテル（統括）	・政界の混迷が続く限り、景気の低迷は続く。
		タクシー運転手	・いずれにしても今、不安が益々膨らんで、不安だらけになっている。国はどちらの方に向いているのか全く見えない。
		タクシー運転手	・今一つ客の動きが読めない。消費税増税、電気料金の値上げ、尖閣諸島、竹島と明るいニュースがないなか、天候や涼しい車内の提供だけで仕事ができているようでは先が不安である。
		タクシー（団体役員）	・政治の空転が、個人消費意欲の低下を招いている気がする。消費税増税や社会保障制度等、先行きの不安が解消されない限り、利用客が増える要素はない。
		通信会社（経営者）	・需要が今一つのため、テレビ、インターネット、電話の獲得目標達成を営業力強化で何とか行っている。10月後半から新商品の販売が開始予定のため、新規需要開拓を見込んでいる。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビの会社だが、オリンピックでもテレビ加入が増えなかったが、同じようにオリンピックが終わっても、そうそう加入が減るとも思わない。
		通信会社（営業担当）	・消費税も増税されるため、家計の先行きの不安から客は消費を控えている。
		通信会社（営業担当）	・引き続き大手他社、他サービスとの競合が激しく、キャンペーン合戦等により、一進一退となる見込みである。
		通信会社（局長）	・客の使うトータル金額は、現状の景気では大きく変わらないと思えることと、放送通信業界から捉えると、携帯端末系の伸びと、それに連動するソフトが購買対象として伸びているようで、暫くはその傾向が続く。
		通信会社（営業担当）	・景気回復につながる材料に乏しい。むしろ増税や電気料金値上げに伴う物価の上昇など、マイナス材料ばかりが目につく。期待感を込めての現状維持である。
		通信会社（局長）	・セミリタイア世代の消費が著しく悪い。携帯電話のプランなど、30代も単価の安い商品を購入する傾向が強くなっている。
		パチンコ店（経営者）	・当商売では、人気機種の発売に大きな関係がある。この先2、3か月ほどは特別に注目される機械がそれほど出ないため、現状維持というところである。
		競馬場（職員）	・競馬場への来場者数は減少傾向にある。在宅投票の比重が高くなっており、小額投資のレジャーへ移行している。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・景気の先行き感が全く見えてこない。
		その他レジャー施設 〔アミューズメント〕（店長）	・客数が伸びる要素が当面ない。客単価的にも市場の伸びが見られない状況のまま停滞している。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・来客数が増える感じもないし、減りようもない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・顧客数の増加は見込めないため、新製品等、目先を変えて単価増を図り、当店の努力で何とか売上を増やしていく。
		設計事務所（経営者）	・建築業界の動きとしては東北の職人不足の増加によって、混乱をきたしている。しかし設計においては、当社では変わりなく、指名が多く民間の動きも活発になっている。これから先も変わらず、上向きの状態が見える。
		設計事務所（所長）	・耐震改修がもうしばらく続く。仕事はたくさんあるが、人材を増やすことはできないため、非常に困惑をしている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・消費税でどう動くか分からないが、一部の富裕層を除き、一般相手の仕事では良い方向へ向いていない。
		住宅販売会社（従業員）	・契約が落ちて受注残が減少しているため、この先の状況は良くない。今後は消費税増税による駆け込み受注がいつから始まるかによって、状況が変わる。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、年末に向かって客の動きが出てくるのだが、すでに、消費税の増税前に動きたいという客の来場が増えている。客の様子から景気は良い状況で変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・契約数は減っているが、来場者数は変わらないため、景気的には同じである。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・厳しい残暑がまだまだ続きそうであるため、水不足などによる作物の影響も考えると、消費は大分鈍くなっていきそうである。電気料金や小麦の価格などの値上がりもあり、厳しい状態が続く。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・祭事シーズンが終わると、一気に落ち込む傾向にある。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・来客数が極端に減少しており、販売も非常に難しい状況である。これからも徐々に悪くなるだろう。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今年も節電などの影響で、自動給茶機の返却や原料購入の停止などで、毎月の売上が下降している。原料を停止し、浄水器を通した冷水のみを飲んでいたり客側もコスト削減に徹しているようである。長期間このような状態が続くと、全体の景気は、ますますの低迷が懸念される。
		百貨店（営業担当）	・電気料金等も上がり、また政治不安など、上がる環境にはない。天候も秋が遅く、厳しい。
		スーパー（ネット宅配担当）	・競合店の出店に伴う利益率の低下と、消費税の増税決定による生活防衛意識の高まりから、節約、儉約志向が更に高まりそうである。
		コンビニ（経営者）	・この先どうなるか分からないなかで、客の財布は非常に絞られており、非常に厳しい。
		コンビニ（経営者）	・8月になって、少し販売量が減少してきている。
		衣料品専門店（経営者）	・未だデフレ脱却ならず、また消費税の増税が控えている。国内情勢や国際情勢においても不透明な部分があり、なかなか一般の消費の動向がつかめない。
		衣料品専門店（経営者）	・猛暑が続き、消費者の衣料に対する購買意欲の低下で、今後も厳しい状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・残暑の不安で、的確な商材の確保が見えにくい。昨年同様に秋物商材の盛り上がりには欠けると今期も苦しくなる。夏物、冬物の二季になりつつある。
		衣料品専門店（営業担当）	・今の日本は大きい所だけを助け、中小企業は蚊帳の外という印象がある。物販が本当に厳しく、戦後から時代の流れに沿ってやってきた当店も、この先真つ暗という状況で何も見えない。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなって、今後も大変である。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大地震から復興に向けての意欲が落ちてきていると感じる。消費税増税も購買意欲が減少する要因のようである。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー減税は2013年3月まで継続だが、エコカー補助金が9月中旬には終了しそうであり、販売台数には影響する。楽観視はしていないが、以前のように25～30%減まで落ち込むことはないと思う。環境に優しく、燃費や維持費等メリットのあるハイブリット車や新型のコンパクトカーを核に、客のニーズに合った新車提案を続けていく。
		住関連専門店（店長）	・電気料金の値上げや消費税増税法案などのため、やや悪くなる。
		住関連専門店（統括）	・現在、政局と消費税とまだまだ景気を左右する問題が残っており、伸び悩むのは必至だろう。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は競合各社が出店を強化してきているため、景気は良くなることはない。そのなかでいかに顧客を作っていくかが重要であり、それがしっかりできていない現状から、より厳しくなる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政局の混迷が大きく響く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今年に入り来客数の増加、レジ客数の減少傾向が継続しており、消費マインドが低調である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費者はただ単純に料金の安い企画に集まっている様子で、これでは売上は伸びず、景気は良くなるとは思えない。少々高くても価値のあるものに料金を支払っていた上客が、単純に料金の安いものを求める客、ランクが1段下の客に嫌気が差して来なくなると、負のスパイラルに入り抜け出せなくなる。都心の外資系の高級ホテルに流れ出てしまう。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全般的に9月の販売落ち込みが大きく、かなり厳しい状況である。10月以降は少し持ち直すが7～9月のマイナス分をカバーできるほど好調ではなく、通常は繁忙期であるが割引販売をせざるを得ない。マスコミでは景気回復傾向とあるが実感は全くない。
		タクシー運転手	・客の話を聞いても景気が良くなるような話はなく、悪くなる話ばかり聞こえる。今月と同じようにあまり期待できない。
		通信会社（経営者）	・競合他社の攻勢で、一層厳しい環境になる。
		通信会社（営業担当）	・新商品の投入がないうちは、しばらく低迷した状況は変わらない。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税決定の影響もあり、上昇に転じる要因が見当たらない。
		美容室（経営者）	・残暑が厳しいと、来客が少ない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・地震等の影響、または今後の地震想定等の発表によって、遠くからの生徒が辞めていく傾向は相変わらずである。皆、近くの塾に移るといふことで、はっきり言っている人もいる。生徒の減少がこの先も見込まれるため、景気が悪くなる。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・今期4月からの景気は、前年から繰り越した在庫、受注残が徐々に消化されている状況である。売上自体は納車と同時に上がるため、上期の成績は前年に対して大幅にプラスにはなっている。しかし、この間に受注がどのくらいできるか、また、それが現実に登録されて景気や会社の業績に結び付いていくにしたがって受注残が少なくなっていくということを考えると、下期は新車効果が出ない限りはあまり多くは望めなくなっている。特に前年の後期は車の供給があったので、前年に対する伸びも頭打ちになる。
		設計事務所（所長）	・仕事量が非常に少なくなっていることは否めず、そのなかで価格競争は安止まりの傾向にある。この先も仕事が増えていく要素は一向に見つからない。とにかく自分でいろいろなことを開発しながらやっていかなくては生存できないのではないかと毎日感じている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・当地域は石油精製及び石油化学プラントの工場地帯だが、ここ数年落ち込みが激しい。利益の内部留保に努めており、消耗品に関しては本社一括購入が進み、地元への還元が少なくなっている。設備の老朽化で定期修理の時は、多少活気づくが一瞬のことであり、新規設備は海外にシフトし、先行きは暗い。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・何しろ良い話を聞くことができないと客から聞いている。今後どのようなようになっていくかを皆不安がっており、消費税増税の件もあるため、とにかく控えている状態である。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年は猛暑日が7月下旬から8月いっぱい続き、買い物にも大きく影響している。店の売上も前年割れをしている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電製品で主力で売れる商品がなく、先行き不安である。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・客の流れが全く変わってしまい、来客数の減少が止まらない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・一般の人の所得が上がるようなこともないだろうし、さらに消費税の問題などいろいろある。良くなる要因はなく、悪くなるのが心配である。
		家電量販店（店員）	・今後も家電量販店における極度な値引きやポイント還元が続き、インターネット販売の売価を含めて流通の悪循環が続く限り、日本の大手企業が危険にさらされる可能性大である。
		乗用車販売店（店長）	・新型車の効果もなく、エコカー補助金効果もあまりない。また政局の不安、消費税増税、鉄鋼の値崩れ、ガソリンの卸値の上昇、良くなる要素がない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・日本の今の状況に動きがない限り、底なし沼のようにゆっくりとどこまでも沈んでいく気がする。
		遊園地（職員）	・良くなる材料が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（従業員）	・結婚式の引き出物のギフトカタログでは、ほとんどが中国製であった。ものづくりの日本に戻ることはできないのだろうか。
		美容室（経営者）	・今年は暑く、また社会状況もあまり良くないため、客が全く出てこなさそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・政府が景気対策を後回しにして、政権争いに没頭している。このように国民不在の政府の下では、先の見通しは全く立たずに、ますますデフレ経済からの脱却は遠のくばかりである。
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（経営者）	・10～12月までは、当社固有の季節的要因により、需要の増加が見込める。
		輸送業（経営者）	・9月以降、新規の業務依頼が出ており、増収につながるものと期待している。
		金融業（渉外・預金担当）	・商店では地域振興券の活用による売上増加が見込まれ、期待が持てる。
		不動産業（従業員）	・消費税増税の影響のためか、住宅用地の取得問い合わせが増えてきている。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・猛暑が過ぎれば、警備員の応募が増えてきて、売上につながる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・東日本大震災のごたごたがあり、それによって景気的には良い部分も悪い部分もあったが、落ち着いてきたため、そのまま行く。
		食料品製造業（経営者）	・涼しくなって秋の味覚が出回る時期だが、購買意欲が出るか分からない。
		繊維工業（従業員）	・相変わらず、消費者の低調な購買意欲が続いており、当業界への発注量も低調な取引が続いている。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年末前ということで、大きく経費を掛ける時期ではないため、発注量が増えない。
		化学工業（従業員）	・例年、今の時期は秋口の注文があるが、今年に至ってはそのような話は一切なく、景気が良くなることはない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後くらいには総選挙があって新しい政権ができていくかもしれないが、まだ先行き不透明なところがある。今後まだまだおぼつかないところがあり、景気はまだそう変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・同じ部品が小分けで注文されるケースが多くなり、生産効率が悪く、競合も多いため価格に反映できない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・少しずつ良くなっている気配はあるが、極端な動きはないため、変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在、中国、ヨーロッパ向けの物が全く出ない。さらに、今まで加工をしていたものが、加工先が外国へ変わってしまうということが立て続けに起きており、これでは、もうやっけていけなくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界経済を見ても良くなりそうな要素が見当たらず、あとは当社の新商品が売れるかどうかにかかっており、自助努力しかない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・3か月先は暮れに入るが、需要が増えるとは考えられない。選挙がらみの経済政策で、とても景気が良くなる状況には至っていない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・毎年このことだが今年も8日くらいあった夏休みのうち、休みと関係なしに材料が入ってきたため、3日くらいしか休めなかった。それでも昔の80%くらいだが、このままでいいので続けて欲しい。9月が分かれ道ではないかと思っており、9月が大丈夫であれば暮れまでいくし、9月が悪いようだと少し悪くなっていく。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・特別に良くなるという様相や特別に悪くなるという話などは出ていないため、現在の状況が当分続くようである。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・秋にかけて悪くなる材料は少ないものの、業界の動きが計りづらい状況である。
		建設業（営業担当）	・消費税増税法案が影響してきており、顧客との不動産の動きや、設備投資の話が活発になってきている。
		建設業（経理担当）	・この先、受注に結びつくような営業案件が見当たらない。消費税率アップで、計画していた人たちが多少は動き始めるだろうが、根本的にこの周辺の景気は沈んでいる。公共工事頼みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（経営者）	・良くなるという確約はないが、このままの状況が続いてくれればいい。荷主からは、先にいくらか仕事が入ってきているということなので、その分こちらにもおこぼれがありそうである。
		輸送業（経営者）	・経済は生き物であるため、なかなか判断が難しいところである。ただ消費税が上がることになっているため、そちらの絡みもあって、減少または変わらない状況が続きそうである。
		輸送業（営業担当）	・来月から新規開拓先の新業務が始まるが、どれだけ売上に寄与するかは現時点では未知数である。
		金融業（統括）	・2、3か月の短期間では、大きな変化がない。
		金融業（従業員）	・相変わらずの低金利だが、借入需要が乏しい状況に変化はない。消費税率引上げによる駆け込み需要を期待する声はあまり聞かれず、総じて企業は慎重な見方をしているようである。
		金融業（支店長）	・米国は選挙を控え景気回復の期待があるものの、依然回復とはいえず、欧州も低調である。国内も政局不安から足踏み状態であり、しばらくこのような状態が続く。
		不動産業（経営者）	・空き室も相当あり、好転の兆しもない。
		不動産業（総務担当）	・オフィステナントは入退きの動きが収まった感があるが、商業テナントは特に飲食系店舗で好不調の差が出ており、今後、賃料の滞納が危惧される。
		広告代理店（経営者）	・一応、前年同時期と同程度の受注がありそうな雰囲気は感じられる。できれば微増でもいいので、上向きの兆候を感じられるまでになれば有り難い。
		広告代理店（従業員）	・売上を劇的に上げるほどの受注はなく、また減少させるような事象も見当たらない。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
		税理士	・政治は止まったままで国民不在である。目新しい消費の拡大材料は見当たらない。
		経営コンサルタント	・2回の期限延長を行った中小企業金融円滑法の期限が、来年3月に迫っている。対象企業の支援を行った金融機関のOBの話では、政府が考えている事業再生支援程度では、とても混乱は避けられないだろうという。対象企業の母数が大きすぎるし、対象企業の経営行き詰まりの最大要因は、販売不振だからである。販売不振からの脱却は時間がかかる。
		税理士	・アメリカ、新興国、中国の景気の動向によるが、アメリカが悪くて、欧州の信用不安で中国も落ちている。また、日本の政治がもう一つの中心的なことだと思う。政治の混迷が、経済などに大きな影響となり、何も手を打たないため、景気をどんどん悪化させていく。
		その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	・新規事業もまだ成果が出てこない状況で、既存事業の進展もない。進展しなくても後退しなれば良しとし、現状維持の状態である。
		その他サービス業 [映像制作]（経営者）	・秋に向けて仕事の予定が入ってはいるが、1制作当たりの単価がとて下がっているため、変わらない。
		その他サービス業 [情報サービス]（従業員）	・インターネット対応のマンションにグレードアップするために一定の設備投資が必要な場合は、なかなか受注に結び付いていかない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末に向けそろそろ案件の引き合いが出てくる時期だが、現状全くそのような話がなくて、カレンダー等も今年は中止する顧客が出てきており、明るい話はなかなか聞けない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・実印や銀行印で店頭に来る客数はあまり変わらないが、取引のある法人関係では、店頭もあるが主には外からの注文で、8月は設立が2件だけであった。とにかく会社関係、法人が動いていないことを本当に実感している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・あてにしていた新企画が、円高や海外生産へのシフトによりすべて流れてしまったため、秋口から年末にかけて機械の稼働率は50%程度しか見込めず、見通しは厳しい。
		金属製品製造業（経営者）	・電気料金の値上げと消費税率のアップなどによって、発注大手企業が海外に進出しており、営業活動に行っても、国内の仕事が少なくなっている。これからは下請企業といえども、海外で営業活動し、精度の高い製品の注文を取ってくる、またはそのような仕事を日本へ戻すような活動をしなければならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		金属製品製造業（経営者）	・製造業にとって頼みの綱であった海外向け輸出も、中国、東南アジア向けが激減し、欧州の信用不安によって欧州向けも減っているうえに円高が続いているため、生産量が増えることが考えられない。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・需要が減るとは考えられない。選挙がらみの経済政策でとても景気が良くなるような状況には至っていない。	
		通信業（広報担当）	・今後、外需の低迷による経済状況の悪化が見込まれる。	
		金融業（役員）	・海外情勢や国内の政治、外交問題等、どちらに転ぶか分からない状況がしばらく続くと思われるため、積極的な投資活動や事業展開は差し控えている企業が多い。	
		金融業（支店長）	・各客先では、やはり今後の売上の見通しはついておらず、税金が上がる前提で少し消費が鈍っている税も出てきている。また、来年3月に中小企業金融円滑化法が終わってしまうため、それまでに銀行は整理するということを含め、徐々に悪くなっていく。	
		広告代理店（営業担当）	・クライアントの広告宣伝費の見直しがシビアである。コストパフォーマンスが悪いもの、また結果が乏しいものに関してきっちり検証するため、広告代理店としては正直なところ厳しい。	
		経営コンサルタント	・消費税の問題など先行きの悪い材料はあっても、良い材料があまりにもなさすぎるために、経営環境としては、じわじわと悪くなる。	
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注価格の値下げ競争に加え、次工程の取引先からは値上げ要請が続いており、更なる利益圧迫が予想される。	
		悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・大手メーカーの9月中間決算以降が非常に暗く、20%近く受注量が落ち込むと言われている。自動車ではエコカー補助金、家電関係ではエコポイントと相次ぐ廃止があり、増税がどこまで影響するのか見通しが見えない。
			建設業（経営者）	・今は良くても来年は駄目など、先行き不安がかなり重要視されている。工業系でも今は良いが、3か月後は仕事がない。
建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込みはあるかもしれないが、その後を考えると長期的には悪くなる。			
輸送業（総務担当）	・荷主メーカーが夏休み明けから若干の増産傾向であり、期待している。しかし、軽油単価が毎月徐々に上がっており、今後も値上がりの傾向にあるため、仕事量が増えても経費で食われてしまう。			
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円高や少子高齢化が大きな問題となっている。			
雇用関連	良くなる やや良くなる		—	—
(南関東)	良くなる やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・販売職、ルートセールス系の募集が増えてきている。就職内定率は、少し回復する。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末に向けての求人案件相談が増えつつある。前年度よりもタイミング早い。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9、10月は相当伸びるという予測があるが、11月は相当の落ち込みがあるため、その分9、10月に貯金をしておかねばならない。11月の落ち込みを極力少なくするように努力する。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・中国、韓国との領土問題がこれ以上険悪化すると、中国進出企業が若干、他へ移動することで悪影響が出るかもしれない。さらに総選挙で大きく変わらないと、景気に良い影響がないのではないかと多くの人が言っている。	
		人材派遣会社（営業担当）	・企業の景況感は回復するだろうが、個人消費が伸びるほど雇用が増えるかという点、雇用形態が有期職が多い印象から、大きな改善は見込めない。	
		人材派遣会社（支店長）	・今月より改善するような明るい材料が見当たらない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・募集数は増加しているが他社と競合するため、終了人数と新規採用人数が同数程度で推移しており、しばらくは同じような状態が続くようである。	
求人情報誌製作会社（営業担当）	・今月は例年と比べて極度に悪くはないが、秋からの新規事業やイベントなどに伴うパートや短期アルバイトなどの求人問い合わせがある時期にもかかわらず、出足が鈍いようである。この動きは、ここ数か月の企業の低調感と同様である。			
求人情報誌製作会社（営業担当）	・今は若干増えているが、お盆明けという時期的なものもあるため、まだどちらともいえない。			

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		
		職業安定所（所長）	・新規求人数は増加基調で推移すると思うが、円高等の景気下振れ要素が複数あることから、景気が良い方向に向かっているとの判断はしづらい。		
		職業安定所（職員）	・求人は増えているが、一部の会社から電気料金の値上げが長期になれば国内と海外の操業を比較して、国外への移転を考えているという会社も出てる。そのようなことも含めて、変わらない。		
		職業安定所（職員）	・IT、介護、サービス業の人手不足の求人は増加しているものの、採用について様子見の中小零細企業も多い。		
		職業安定所（職員）	・周囲の状況に変化が出ていない。		
		職業安定所（職員）	・非製造業での求人は増加しているが、エコカー補助金の打ち切りにより車の消費が減少することが予想される。そういったことから、景気への心配がある。		
		職業安定所（職員）	・管内企業から、事業規模縮小に伴う希望退職の募集や、派遣労働者の雇止め等の情報が多くなってきた。今後、大手電機メーカーの人員削減に続き、下請企業や取引先の動向が懸念され、やや悪いに近い変わらないが実感である。		
		民間職業紹介機関（経営者）	・求職者の高齢化がみられる反面、30前半の登録が減っている。マッチングが難しい状況は続く。		
		民間職業紹介機関（経営者）	・エネルギー状況の不安定化や高齢化などに伴う購買需要の低迷、また円高定着化による輸出から現地化などにより、国内の経済体質も変化の時代となっていく。		
		民間職業紹介機関（職員）	・グローバル情勢に大きな変動要素がない限りは、今後2、3か月は内需は好調であるため、変化はしない。		
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数等に大きな変化はない。年始以降については、採用ニーズが少し減退しそうな兆候が感じられる。		
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・採用計画の確認作業を進めているが、新規募集や採用数拡大などの回答は少なく、前年並みの求人獲得数になる予想である。		
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・企業訪問をして求人依頼しているが、採用の見送りが多く、欠員補充、中途採用だけとのことである。		
		やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・10月の労働者派遣法改正法の施行に伴い、日雇い労働者の採用が難しくなることが予想され、企業からの依頼に対応できなくなる可能性がある。
				人材派遣会社（営業担当）	・10月の労働者派遣法改正法の施行で、1か月未満の派遣が原則禁止となるため、人材ビジネスにとってマイナスの影響があり、景気低迷につながる。
人材派遣会社（支店長）	・政治の不安定や、韓国、中国、ロシア、アメリカといった日本を取り巻く環境を考えると、景気は徐々に下向きになっていきそうである。				
求人情報誌製作会社（広報担当）	・日本の企業全体で元気がない状態がまん延しているようである。TPPの問題等も含め、国内の産業が活性化する要素が感じられない。				
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	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・寒くなってくると販売量は伸びる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・新規の飲食店からの問い合わせが続いている。
		百貨店（売場主任）	・例年8月はあまり売上が良くない月であり、予算も達成できたりできなかったりと厳しい。決算棚卸し前後は、夏物はもう終わり、冬物はまだ早い、あまり珍しい商品もないといったことから、客の買い控えがある。しかし給料日を過ぎると、新しい靴を買う客が多く、今日も予算達成できている。波はあるが売上はできているので、少しずつ景気が良い方向に向かっている。
		百貨店（販売担当）	・秋の立ち上がりも、アイテムによっては早く動きがある。これからの秋冬商材にも期待したい。
		スーパー（総務担当）	・総菜・加工商品のなかでも、レンジですぐ調理できる商品が伸びている。冷凍食品も、レンジで調理する商品の売上が伸びている。
		都市型ホテル（支配人）	・秋のインバウンドの戻り、イベントなどにより、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
		旅行代理店（経営者）	・秋は行楽シーズンのため、大きな自然災害がなく領土問題も安定してくれば、需要も増える。
		タクシー運転手	・自動車業界の動きに上昇の兆しがみえていることへの期待感と、例年8月の底から少しずつ上向いていることから、良くなってくる。
		美容室（経営者）	・秋に向かって良くなる。夏の間は、暑さで客の出足も悪く、伸びている髪の毛も我慢している。9月はまだ無理かもしれないが、10月11月になると、客の出足も景気も良くなる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・例年、秋は入校者が増加する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・秋の行楽シーズンを迎えて、外出関連商品の販売が伸びることを期待する。
		住宅販売会社（従業員）	・お盆休みに来場した客が、上半期のキャンペーンとともに契約してくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・暑かったはずの今年の夏も、終わってみれば、エアコンの販売量は前年同月の水準に至らない。テレビ関連は相変わらずだめである。太陽光やリフォームに売上構成をシフトするよう心掛けているが、競争激化でそう簡単にはいかない。
		商店街（代表者）	・例年と異なり、社会情勢・消費税増税と不安要素が多い。客の購買意欲はみられるが、買い控えもみられる。
		商店街（代表者）	・一般家庭の客はそうでもないが、今まで御進物用で使っていた会社関係の客が、ここにきて極端に少なくなっている。その分がどうしてもしわ寄せとなり、売上増になっていかない。
		商店街（代表者）	・特に良くなるような要因も、悪くなりそうな要因も見られない。景気に対する閉塞感が強く、大局的なことが何もない限り、しばらく同様の状態が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・先行きに不安があり、消費者がお金を使わなくなっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・秋の旅行シーズンの選挙が気になる。過去も総選挙の時期は観光客が減少している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・仏壇やお墓の花など必要なものは買うが、それ以外のものを買う余裕のある客が減ってきている。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・思い切ったセールをしても、その後がなかなか続かない。商売の環境としては厳しいのがよく分かる。今までなら、セールをした後もそれなりに客が戻ってきてくれてにぎわうところが、今はセールが終わった途端またもとに戻り、客に元気がないのを実感している。この景気は、選挙でもあって世の中が変わったというイメージにならないと難しい。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・特に上向く要因が見つからない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・現在の消費者は、必要な物しか買わないし、一部の人を除いて余分なお金を持っていない。日本の経済が悪過ぎる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・期待できる景気対策がない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政治においても経済においても、課題が多すぎ、先行きがどうなるか見通しが立たない。
		百貨店（売場主任）	・依然として買い控えの傾向は続いている。必要な物だけ購入する姿勢がうかがえる。
		百貨店（企画担当）	・今月は、前年同月実績をクリアするなどやや明めの兆しは見えているものの、催事の成功と外商の特別売上が貢献した結果であり、景気が戻っているとはいえない。今後も、単発的に前年同月をクリアする月はあるが、継続的とは思われず、景気は良くならない。
		百貨店（販売担当）	・ここ数か月大きな事件が発生しているわけではないが、停滞感が顕著である。購買のモチベーションが上がらない。上がる要素も見当たらない。落ちるというよりも、留まっている。新しい商品ではなく、感情を揺さぶるプラスαが必要である。
		百貨店（店長）	・日用品の需要はあるが宝飾品やギフト商材などの動きが鈍いので客単価が上がらない。
		百貨店（販売担当）	・冬の電力不足への懸念が再び出て来る頃であり、電力の問題はまだまだ解決しなさそうである。電力の問題がどうなったとしても、消費に良い影響が出るとは思えない。

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
		百貨店（営業企画・販売促進）	・気温は10月まで高く、季節商材の大幅な伸びは見込まれない。
		百貨店（経営企画担当）	・消費を明るくする材料が見当たらない。残暑も厳しく、秋物を展開するも購買に至っていない状況である。また、政局不安などもあり、消費マインドも上がる気配が見受けられない。
		スーパー（経営者）	・今の政治が良くならない限り、景気も良くなれない。
		スーパー（店長）	・来客数の増加のための本質的な対策は、すぐには効果が出にくい。対策としてのコスト努力による捻出もままならないなかでは、回復は難しい。買物客の購買行動は依然としてシビアで、余分には買わない。
		スーパー（店長）	・消費税率アップについてはまだ実感が少ない。ただ、ガソリン代・公共料金等いろいろな価格が上がってくると、景気は若干後退する。大きな状況変化がない限り、今までとあまり変化はない。ものの売価については下がるところまできている。先行きは、今まであまり下げているところの若干の下げはあるが、大きな変化はない。
		スーパー（店長）	・最近、大手小売業が、マスコミを通じて食品などの値下げを相次いで発表している。それに伴ってさらに価格競争が激化し、同じ量を販売しても売上が伸びにくい状況になる。
		スーパー（店員）	・ここ何か月かはずっと、来客数・販売数が前年同月よりも落ちている状況が続いているが、良くなるという動きも全くないため、状況は変わらない。
		スーパー（店員）	・ずっと買上単価が低く、来客数も上がっていない状況で、今後も上がっていく要素がない。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税も決まり、マインドとしては更に冷え込む。
		スーパー（販売促進担当）	・消費者の財布のひもが緩む大きな事がないと、景気の予見は上向きにならない。
		スーパー（販売担当）	・何の理由もないため、このまま回復する見込みはない。
		スーパー（商品開発担当）	・自動車関係の好調が伝えられ、それに伴う好景気を期待していたが、実際の消費に結び付いていない。低価格指向が続く傾向に、変化の気配がない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も当面、来客数減少による売上の減少は継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ数か月については営業数値は右下がり傾向にあり、良くなるきっかけが掴めない状況にある。キャンペーン等での一時的な回復が見られるが継続力がない。
		コンビニ（店長）	・客の来店状況とまわりの環境を眺めても、良くなるような兆候はみられない。
		コンビニ（商品開発担当）	・前年の震災特需をカバーできないこと、また、来客数の伸び悩みにより単価が伸びないことがマイナス要因である。前年同月よりも気温の恩恵を受ける可能性が高いことがプラス要因である。総じて、先行きは変わらない。
		衣料品専門店（経理担当）	・販売金額は、前年同月比1.9%減、来客数は、プラスマイナス0である。エコカー補助金の終了などがあり、同列に論ずることができない面もあるが、消費の長期低迷傾向が続いている。
		家電量販店（店員）	・OSの新製品やスマートフォンの新機種が発売が控えているが、問い合わせがあまりなく盛り上がり欠ける。
		家電量販店（店員）	・来客数の動向が気になる。状況次第では前年同月割れを起こす。販促、イベント効果が出にくい環境が続いており、先々良いとも悪いとも言えない。
		乗用車販売店（経営者）	・特に変わる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・景気は決して良くなく、車の売行きも良くない。しかし、車を買いたいという人の意思は、減ったとはいえ十分ある。今後の景気動向は、一言ではいいにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の効果がなくなるので若干落ち込むかもしれないが、メーカー側のでこ入れもあるため、市場はこのままの状態を続けそうである。ただ、客が維持費に関してかなりシビアになりつつあるので、安い整備代、安い自動車保険の会社に移られてしまうと、収益的に厳しくなる。実際、かなりの客が比較検討しているの、いかに乗り換えられないようにするかが、今後のポイントになる。
		乗用車販売店（総務担当）	・欧州、新興国の景気動向が不透明である。

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
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金は終了していると思うが、新型車・ディーゼルエンジン車の投入が数多く入ってくるため、プラスマイナスゼロである。
		住関連専門店（営業担当）	・東海地区の建築関係全般について、プラス面では東日本大震災の影響、消費税増税がほぼ確実にあったため前倒し需要が出始めている。マイナス面では、自動車関係を含め全体の景気、また建築事業の新築需要が横ばいである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・良くなりそうな要因がない。
		一般レストラン（従業員）	・政治の面、経済の面を大胆に改革し、景気を良くし、世の中にお金がまわる環境をつくらないといけない。消費税増税には反対である。
		スナック（経営者）	・客の話を聞いていて、マスコミ等による景気の情報に対して少し過敏だと思うことがある。ますます財布のひもが固くなる傾向があり、この先も期待できない。
		スナック（経営者）	・企業も厳しい中、経費を使えるところはほとんどない。常連の客で何とか持ちこたえているが、個人の客が多く単価が伸び悩んでいる。売上は落ちる一方で、ぎりぎりのところで留まっている。全体的に活気が全くなく、どこの店も厳しい状態が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先、更に良くなることはない。対前年同月比で15%増程度の助走幅で、宿泊は強い勢いのまま推移する。特にこれ以上景気を冷やす悪い材料はなく、消費税増税前に旅行へ行こうという雰囲気が出るかもしれないので、変わらない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断して、先行きは変わらない。
		都市型ホテル（経理担当）	・今後、国内の景気によっては、個人消費に影響する。
		旅行代理店（経営者）	・夏休みも好調な動きであったので、秋～冬にかけての問い合わせも徐々にある。
		タクシー運転手	・ここ2、3年同じような悪い状況が続いているため、3か月先でも見通しが良くなる明るさはない。
		通信会社（営業担当）	・徐々に増加しているが、年間での季節変動の影響もある。
		通信会社（サービス担当）	・提供エリアの拡大に伴い、光回線への変更の注文が増加するかもしれないが、他社への乗換えや安いサービスへの変更もあり、変動はない。
		テーマパーク（職員）	・現状で単日の入込に力無い感があり、今後期待できる材料がない。
		ゴルフ場（企画担当）	・10月の予約数は、現在、前年同月に比べ少し低迷している。2～3か月先はゴルフシーズンなので、今後、入場者数は増えてくる。9月～10月にかけて行われるぎふ清流国体、入場者数に対して少し影響するかもしれないが、ここ数か月の安定度から、景気はあまり変わらない。
		美顔美容室（経営者）	・毎年8月から年末までホームケアのキャンペーンが始まるため、セットの買上がある。今後2、3か月後には2つ目の買上がある。
		住宅販売会社（従業員）	・大手ハウスメーカーが、リフォームに絡んだ太陽光発電パネルの販売を積極的に進めているが、既存住宅のリフォームの客の反応は冷ややかである。下請業者も、仕事量の先が見えないということで不安がっている。
		住宅販売会社（従業員）	・やや緩やかな下降が見られる。来年になると消費税増税に関わる動きがある。
		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）	・元請の受注状況を見てもあまり良くなく、一般ユーザーからの引き合いも低調である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今後も当面は、単価の低い商品しか売れない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・世の中の政治の動き、態勢からみて、経済は沈静化している。客でいう交際費、当社でいう広告宣伝費の拡大は、残念だが2、3か月先も望めない。マイナス傾向になる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・自動車関連の客の話によると、エコカー補助金が終了する問題がすでに国内販売に影響しているとのことである。我々としては、北米の干ばつによる原材料の値上がり、国内のかなりの業種の商品価格上昇につながるのではないかと懸念している。それが消費者の買い控えを招き、年末に向かって景気の低迷につながるのではないかと懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔惣菜〕(店長)	・やはり8月の反動は多少なりともある。
		百貨店(経理担当)	・売上構成が衣料品中心のため、9月以降の気温が順調に低下していかなければ厳しくなる。
		百貨店(販売担当)	・残暑が厳しければ初秋商品の出足は悪いし、良い要素が見つからない。
		スーパー(経営者)	・消費者の購買意欲が一段と冷え込んでいるようで、今後もさらに悪くなる。
		スーパー(経営者)	・3か月先の景気も、欧州の信用不安から始まった不況が長引いて、株価とともに低迷している。エコカー補助金が終わり、自動車の国内需要が伸びないうに、生産拠点の海外流出のため一層伸びない。中小企業は、全体の景気が悪いため売上が伸びず、利益があまり上がらないため、年末に向けて倒産する会社が増える。各家庭も企業も役所も、節約ムードが内に曇り消極的な姿勢のため、景気にとってはマイナスである。
		スーパー(店長)	・工場の海外移転が進み、空洞化現象が今以上に大きくなる。
		スーパー(店員)	・ここ半年ほどの流れを見ても、緩やかな下降トレンドである。景気の良い話が一向に聞けず、値下げ商品の売行きだけでは失望しかない。
		コンビニ(店長)	・消費税増税法案が国会を通過し、駆け込み需要に少しは期待するが、増税後の価格転嫁は難しい。ますます、大手チェーンストアとの価格差が開き、売上に影響が出る。
		コンビニ(エリア担当)	・競争は更に厳しさを増す。
		コンビニ(エリア担当)	・ここ2、3か月ほど、ずるずると前年同月比が悪くなっており、上がっていく要素が見当たらない。競合店ができるため、更に来客数が増えない中、減るような要素だけが増えている。
		コンビニ(店長)	・暑さもそろそろ盛りを過ぎ、気温が下がってくるに従い飲料水の売れ方は落ちてくる。それに伴い、秋冬商材が同じように伸びるかという点、今の景気状況では望みが薄い。
		衣料品専門店(経営者)	・客は高齢になってきているが、消費意欲は衰えていない。しかし、新規の客が増えない分、売上は減り続けている。
		家電量販店(店員)	・国内的には消費税増税法案が国会で可決された。欧州、中国辺りで政治・経済的にいろいろ動きがあるなかで、良くなる要因が全くない。
		乗用車販売店(経営者)	・エコカー補助金の終了が、自動車販売に影響する可能性がある。
		乗用車販売店(経営者)	・9月初めにもエコカー補助金が完全に終了すると予想されるので、更に需要動機が薄れてくる。
		乗用車販売店(従業員)	・補助金効果の反落があり、ここから2、3か月後の受注・客の購買欲は低下する。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金の終了にともない、来客数も減るし、結論を出すまでの時間も長引く。年末にかけての増販月になるが、市場環境は更に厳しくなる。
		乗用車販売店(経理担当)	・新型車の売行きにもよるが、エコカー補助金が終了しているので販売量の増加はない。
		その他専門店〔雑貨〕(店員)	・夏休み等で、今消費した分の経済力がなくなっているため、客の財布のひもはやや固くなる。
		高級レストラン(スタッフ)	・月々の曜日構成や天候、イベントの有無など、特殊な要因による変動をならしてみると、売上の傾向は長期的には横ばい、春以降は減少基調にある。回復もしくは改善の兆しは全くうかがえない。
		その他飲食〔仕出し〕(経営者)	・選挙の争点に消費税増税が具体的に上がってくると、一段と消費が落ち込む可能性がある。
		観光型ホテル(販売担当)	・2～3か月先、つまり10月11月の状況は、宿泊と一般宴会は例年同月比で見るとそんなに遜色は無い。しかし、婚礼が全く振るわず、大きく足を引っ張る形になってしまっている。今後は年度始めの予算組みの際に、一考を要する事態となっていきそうである。
		都市型ホテル(経営者)	・地域・イベント・行事、あるいは社会生活用の来客数が増え、ビジネス客が減少している。7、8月を頂点にしてこれから下がる。
		旅行代理店(経営者)	・政治の動向が不安定でもあり、好景気を支える条件が乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行で、韓国・中国の締める割合がかなり大きいので、これから先、領土問題でかなり冷え込む。
		旅行代理店（経営者）	・欧州の信用不安、中国の政権交代後の政策などを考えると、必ずしも日本への好影響があるとは言えない。また、国内も成長戦略の政策を決め実行していくスピード感に欠ける。
		旅行代理店（従業員）	・国際政治問題や消費税増税によるコスト面など不安定要素が多く、間接的もしくは直接的に旅行分野にも影響がある。オリンピック需要も終わったが、岐阜県ではこの秋、ぎふ清流国体を控え、ある程度の内需は期待できる。海外旅行分野は冷え込む。
		旅行代理店（従業員）	・景気の見通しが明るくないので、これから旅行へ回してもらう余力部分が少なくなる。景気自体あまり良くならない。
		タクシー運転手	・何もかも節約、節約の意識がある。一部、たまには余分な消費をしようかという人もいるが、無駄なことをしないことが定着している。
		タクシー運転手	・今月は非常に忙しかったが、2、3か月後にはシリア問題等でガソリン代が値上げしているし、不安な材料がいっぱいあり、やや悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税、総選挙、国外への生産拠点流出など、不安定要素が多く、まだまだ厳しくなることも十分考えられる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税のみが先行する中、景気回復を期待できる要素が見当たらない。
		テーマパーク（経営企画担当）	・必要以外の消費は極力抑える傾向にある。
		観光名所（案内係）	・どこの店に聞いても、客が従来より支出を制限している。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が低価販売になってきている。
		美容室（経営者）	・今月はイベントや臨時収入等のため、イメージチェンジ等をする客が多いが、2、3か月後はそういった変化はみられない。
		設計事務所（経営者）	・設計料がどんどん減らされている。交渉する気にもならない。そのまま受け入れるか、断るかの選択肢しかない。
		設計事務所（職員）	・各党首の話はいろいろ話題になるが、景気に関する優先順位がかなり低くなっている。円高は慢性的な問題であり、これに対する対策がない限り、当分変わらない。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・政局が非常に不安定なため、今後どうなるのか心配だと客は言い、お金を使わずに現金で持っているケースが増えている。2、3か月先も変わらない。
	悪くなる	コンビニ（企画担当）	・人口減少で、しかも高齢化すれば、1人あたりの食量や消費量は減る。何もしなければ経済の縮小は必然である。
		コンビニ（店長）	・何か新しいサービスを考えないと、競合店の出現による売上減は解消できない。
		乗用車販売店（従業員）	・9月中旬でエコカー補助金が終了すると言われていたので、当然その影響で一気に売行きは落ちる。
		乗用車販売店（従業員）	・補助金がある現状でも8月は販売台数が大幅に減少しているため、補助金が無くなるとさらに販売台数は落ち込む。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金の枯渇に伴い、車の販売量が間違いなく下向く。給与所得者の仕事も今後間違いなく減っていく流れになる。それに伴い給与も下がれば、間違いなく下火に落ち着く。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・景気が良くなる要素はない。特に高額なものは動きが悪い状況で、無駄な買物はしないなど、消費者は依然として厳しい。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・国内産業の業績悪化、政治の混迷により、悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・前年同月より来場者数は減っており、周辺の店の閉店も続いている。
		理美容室（経営者）	・客との話で、働いても働いても給料が上がらないと聞く。また、農村部のため農業をやっている人が多いが、あまりお金がもらえないと聞く。良くならない。
		美容室（経営者）	・仕事柄、いろいろな職業の客から話を聞いていると、皆、前年より売上が悪いという。このような話を聞いていると、連鎖反応で当店もそのような結果になる。
		理容室（経営者）	・この先の景気が良くなるとは思えない。
		住宅販売会社（経営者）	・経済の先行きが分からないため、各社は行動を少し抑えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・住宅着工件数が増加する。
	やや良くなる	食料品製造業 (経営企 画担当)	・消費税増税など、先行きが暗い見通しは多い一方で、節約 疲れは確実に感じられる。国内消費は緩やかに回復する傾向 を期待したい。
		パルプ・紙・紙加工品 製造業 (総務担当)	・2、3か月先の受注量・販売量としては、秋の需要が増加 する予想であり、景気も良くなる。
		出版・印刷・同関連産 業 (経営者)	・年末年始需要で、広告出稿が増える。
		電気機械器具製造業	・具体的な受注にはつながっていないものの、取引先から、 新たな設備投資に向けた検討のための引き合いは多い。期待 も込めて、良くなる。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・パーラー関係の当社の製品が、3か月後辺りに販売の見込 みが立っている。
		輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・客先の生産契約上、まだしばらく増える。
		建設業 (経営者)	・今後、消費税増税の影響で駆け込み需要が更に期待される が、その後の反動が懸念材料である。
		不動産業 (開発担当)	・消費税増税に向け、駆け込み需要が期待できる。
		その他サービス業〔ソ フト開発〕 (社員)	・下期に向けて、開発工程から製造工程に推移しつつあり、 当面、要員調達の案件数は増える。
		変わらない	紙加工品〔段ボール〕 製造業 (経営者)
	化学工業 (企画担当)		・欧州の信用不安は長期化すること、及び米国における失速 感は少し送れて影響を受けることが予測され、景気の回復は 緩やかであり大きな変化は見られない。
	金属製品製造業 (従業 員)		・小型物件がしっかり動けば良いが、仕事量が途切れる懸念 はある。
	一般機械器具製造業 (営業担当)		・米国では10月から新しい会計年度になり、新規の引き合い やプロジェクトが期待できるが、円高が続く限り厳しい価格 競争になる。
	電気機械器具製造業 (営業担当)		・円高の程度によっては、より悪くなる可能性もある。
	建設業 (営業担当)		・どの業者・業種にしても、出てくる仕事量と出ていくお金 の量はどこもそれぞれ均衡しているため、景気云々というの は、個人のモチベーションが良くならなると上らない。
	輸送業 (経営者)		・地元愛知の自動車関連の製造業では、生産量が落ちると言 われているが、実際のところ現段階で輸送量減少の話は出て いない。
	輸送業 (エリア担当)		・特に大きな変化が予想されない。
	輸送業 (エリア担当)		・主要荷主からも明るい話が聞こえてこない。
	輸送業 (エリア担当)		・景気の見通しは秋以降も下がり気味との報道はある。年末 を控えて、7、8月の段階で荷物運賃の下落が続いており、 競争が激化している。秋に向けてますますこういう傾向が続 く。全体的な景気低迷が予測されており、足元でも運賃の値 下げ競争が始まっている。2、3か月先もこういった傾向が 続き、引き続き下落の方向と見込んでいます。
輸送業 (エリア担当)	・現状、曆的にも9月までは厳しいが、現在販売増への動き も活発化している。収入が遅れて増えてくる。		
通信会社 (法人営業担 当)	・韓国、中国の政治問題の複雑化による貿易の減少と、エコ カー補助金の終了による新車販売の減少がある。		
金融業 (従業員)	・たくさんの人と景気について話をしたところ、例年は部署 や会社によらず同じような景気動向が見られるが、現在は同 じ業種でも会社や部署により忙しさ等が違っており、今後の 見通しについても部署により若干違う。		
金融業 (企画担当)	・各種動向が改善されてこないと、個人投資家の投資意欲が 戻ってこず、それに伴う景気の改善も見えてこない。		
不動産業 (経営者)	・現状が維持される。		
不動産業 (管理担当)	・不動産業で事務所の仲介をやっているが、良くなる要素も 悪くなる要素も見当たらない。むしろ、これ以上に二番底が ないことを祈っている。		
広告代理店 (制作担 当)	・取引先からの受注状況において、これといった変化は見ら れない。全体の売上や利益にもまだ厳しい状況が続きそうで ある。		
新聞販売店〔広告〕 (店主)	・新聞購読者の中心は50歳代以上である。若い層への売り込 みは非常に困難なため、先が不安である。		

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
		経営コンサルタント	・地価水準は下落したままで、住宅に関する見込みは長期的にはマイナスであるが、消費税増税前の駆け込み需要は今後みられる。駆け込み需要が起爆剤になる可能性がある。中古住宅関係の政策が恐らく出てきて、それが下支えになっていく。
		会計事務所（社会保険労務士）	・すでに黒字になった顧問先がさらに利益を増やす見込みはあまりなく、赤字の顧問先が赤字を脱却するにはもう少しかかる。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・2、3か月では状態は変わらない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・大企業においても経営が非常に難しくなっている今日、中小企業においてはますます難しくなっている。不安でいっぱいである。このような時に、政府が増税しようとしているのは間違いである。医療に40兆円もの大金かかっているが、半分にするべきである。健康産業に特に資金を投入し、医者にかからない生活をするべきである。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・今のところ景気が良くなるような感じはしない。社会全体がそのようになっている。自分の会社・協力会社・客、どこをみてもあまり良い話は聞かない。
		化学工業（人事担当）	・気候の影響もあるかもしれないが、私の知っている内科、整形外科の患者数が、このところ減っている。支出を抑えるために診察の回数を減らしていることも考えられる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・自動車関連の裾野は広く、エコカー補助金終了が、直接、間接に影響を及ぼしつつある。年内はジリ貧になりそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・中国の景気の悪化から、当社に対する発注元の減産が進みそうである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・売上レベルは維持できているが、内容的に不安もあり、予断を許さない。欧州の状況がアジアに広がると、計画を達成できなくなる可能性がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最終的に輸出商品に使われる部品を製造している会社であっても、現状の為替で推移した場合、輸出が困難になるため、受注量・生産量共に減少する。
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）		・欧州の景気が悪いので、中国も景気が悪くなる。中国から欧州へ輸出しているため、中国の景気も一段と悪くなり、日本国内からの輸出も少なくなる。	
輸送業（従業員）		・エコカー補助金が打ち切り間近となり、自動車関連企業の生産が減り、派遣社員の契約が打ち切りとなる話が具体化していると派遣会社の人から聞くので、景気減速が迫っている感がある。一方、日用雑貨等の荷動きには、はっきりした動きはまだ感じられない。	
金融業（法人営業担当）		・自動車販売は、国内はエコカー補助金終了による反動減が見込まれるほか、輸出が減少傾向にあることから、地元の自動車部品メーカーの受注減が予想される。	
企業広告制作業（経営者）		・極端に悪くなることはないが、良くなる見通しがない。企業は今こそ、リスクを含んでも大量の新規雇用を進めるべきである。新卒者の就職率を早急に上げれば、景気は必ず向上する。	
	行政書士	・燃料・軽油代が上がる。	
	会計事務所（職員）	・悪化する一番の原因は政局不安にある。中小企業者は消費税増税の価格転嫁が難しいとされるため、先行き不安が懸念される。	
悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・上昇要因が全くなく、復興需要などの見込みも、素材産業への影響が出るほどの動きはない。	
	広告代理店（経営者）	・今まで何とか維持してきた安価な広告枠も、出稿が減少傾向にある。	
	公認会計士	・政治が不安定であり、金融円滑化法が終了することへの銀行の対処方針も不明瞭である。	
雇用関連 (東海)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・来月は特に予約状況も良く、婚礼関係も良いので、今後は良くなる。
		人材派遣会社（支店長）	・求人の発注動機が変わってきている。具体的には、正規雇用社員の欠員補充や増員が全体の過半数を占める。このことから、派遣先の採用意欲は高まっている。
変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・採用市場は厳しい環境が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		人材派遣会社（経営者）	・求人に合わせて、募集広告・ハローワークへの募集・案内等いろいろやっているが、人材そのものがなかなか応募してこない。大企業へいってしまうのか、中小企業としては非常に辛い状況である。ニーズがあっても人材がいないという状態は、これからまだまだ続く。	
		人材派遣会社（社員）	・良くなる要因・悪くなる要因含めて、特別な事情が見つからない。	
		人材派遣会社（社員）	・優秀な人材を積極的に正社員に採用しようとする企業が増えている。	
		人材派遣会社（営業担当）	・株価の推移や政界の動きをみると、好感できる材料が乏しく、景気の回復は期待できない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・政情の不安定さが改善せず、各省庁の意思決定のスピードの鈍さも改善されないため、国としてダイナミックな施策がなされない。	
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・エコカー補助金が間もなく終了するので、終了後の新車販売に少なからず影響が出る。それに伴い、自動車の生産台数は、減産した状態でこの先2、3か月変わらない。	
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金等を受けている企業が若干上昇してきたことと、円高により廃業する製造業の事業所も増えているので、変わらないか、悪くなる。	
		職業安定所（次長）	・採用者数も求人数も比較的好調な状態であるが、内容では正社員求人が少なく、条件も厳しいものが多い。緩やかに上向いているが、良くなると判断するほどの状況ではない。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・引き続き、円高基調、欧州の信用不安問題、雇用の不安定感などの課題が残っており、このまま推移する。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・下期の引き合いが低迷している。見通しが暗い。	
			職業安定所（所長）	・自動車部品等の製造事業所では、エコカー補助金の終了を見込んで、減産受注が8月中旬から実施され、9月以降も今の減産態勢で推移するとの情報もある。新規求人も減少すると見込まれる。
			職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了や長引く円高、海外生産へのシフト等により、小・零細企業では対応が非常に厳しく、構造的な不況状態を危惧する声がある。
			職業安定所（職員）	・景気が不透明であるなか、非正社員の人員整理があるという情報が入ってきている。
職業安定所（職員）			・2～3か月先に求人増となる要因がないことから、やや悪くなる。	
学校〔専門学校〕（就職担当）			・従来、当学校の志望者は圧倒的に文系の女性であったのに対し、理系・男性の割合が増加してきている。背景として、理数系・製造業の雇用状況の悪化がうかがえる。	
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	百貨店（売場主任）	・価格訴求商品に偏ることは想定されるが、遅れている秋物商品が動きだし集中すると考えられ、9月度単月でのプラスは期待できる。
		スーパー（店長）	・競合店の動きを見てそう判断した。
		一般レストラン（スタッフ）	・各社からWi-Fiスポット設置の依頼や光回線への移行などインフラ関係の工事の話が多く、またスマホへの買い替え、パソコンからタブレット端末への買い替え、WindowsXPから7への移行などIT関係の企業が忙しいと聞いている。
		住宅販売会社（経営者）	・見込み客の動きが活発化する。
		住宅販売会社（従業員）	・地価の下げ止まり感と消費税率アップのため、高所得者層を含め動きが出ている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、特に新築住宅において多少の駆け込み需要がある。
		住宅販売会社（従業員）	・現行税制の適用についての照会件数が徐々に増えており、一方で展示場の来場者が確実に伸びていることから商談件数アップが見込まれる。
変わらない	商店街（代表者）	・購買意欲向上につながる要因がない。	

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
		商店街（代表者）	・引き続き暑い日が続くそうで、衣料品はぼちぼち秋物を先行して展示しているが、何となく違和感を感じる。購買意欲を感じるような目新しい商品もないようだ。
		一般小売店〔事務用品〕（役員）	・自社を取り巻く経済環境は不透明であり、変わらないものと考えられる。しかし、自社のことだけを考えると、販売目標の到達度にばらつきがあり、さらなる努力が必要となる。
		百貨店（営業担当）	・この残暑が9月のどこまで続くのかなと感じている。ひとつには気温の問題もあるが、秋のファッション的な部分からいけば、トレンドと言われているものがなかなか見いだせない。暮らし関連にあっても、エコ商材といったものも、ちょっと頭打ちになっており、なかなか消費の切り口になるようなヒット商品なり、そうした目新しいものが見受けられない。先行きは、まだ今の状態が続くのかなという気がしている。
		百貨店（営業担当）	・夏物のセール期間が長い分、2～3か月先の秋物の商品についての興味は湧くとは思われるが、消費税に関する客の印象が懸念材料になっている。
		百貨店（売場担当）	・月間の累計総売上が前年同月比96%と苦戦中であるが、累計客数は前年を超え、同102%と伸びている。結果、客単価がダウンしている傾向がずっと続いているため、大きな変化は見られない。
		スーパー（店長）	・競合状況やまわりの環境をみても、セール価格は集客のためこれまで以上に下がる一方であり、最終的に見ても買物動向はシビアなもので、ついで買いや衝動買いも少なくなっているものと思われる。
		スーパー（総務担当）	・小売業において競争が激化しており、出店、閉店、合併が順次行われている状況であるため、物流・製造・販売において、一部の業者は上向くが大多数は下降をたどると思われる。
		コンビニ（経営者）	・目的買いの人が多いのが現状で、それ以外の物はあまり動きが良くないのは変わらない。また、猛暑の影響で何とか売上は良かったが、今後は分からない状態が続く。
		コンビニ（店舗管理）	・電気料金の値上げや消費税増税の法案が国会を通るなど閉塞感が増している。活発な消費活動とは逆のベクトルが継続する。
		衣料品専門店（経営者）	・悪くなくても、良くなることはないのではないだろうか。別件の情報だが、10年以上前にある企業の福井支店が、金沢支店に吸収された。前年あたりから、企業の北陸拠点が富山に移動している。こうした事が起こっている。
		衣料品専門店（経営者）	・天気予報では、この先も暑い日が続くということで、単価のとれる秋物の動きが遅れ、この秋も期待できそうにない。
		衣料品専門店（総括）	・よくなる要素が思い浮かばない。
		家電量販店（店長）	・売れているスマートフォンやお掃除ロボットなど新商品に力を入れていくが、特別な右肩上がりとはいかない。
		家電量販店（管理本部）	・来客数は上昇傾向ではあるが、買上客数の伸びが少ないのに加え客単価の低下に変調が見られない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が終了すると購入に対する利点が1つ無くなり、それに変わる材料がしばらく見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・新型や次年度モデルにますます客の関心に移る時期に入り、エコカー補助金なみの施策が打てるかが勝負となる。
		自動車備品販売店（従業員）	・新車の動きが鈍く、高額商品の販売に大きく影響している。また、ディーラー装着比率が高まり、冬季用品にも影響すると予測される。
		住関連専門店（店長）	・気温が下がってくれば動きも変わってくると思われるが、この残暑が秋物に影響しそうである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・現在までの1～2か月の様子を見てみると、現状と全然変わらない感じがするため、今後2～3か月経っても、景気は良くなるとは言えないし、悪くなるとも言えない状況である。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・客の買物動向は、必要な物だけに絞り、不要不急の商品は買い控える傾向が続いている。メタボ、ダイエットといったセルフメディケーションは定着しつつあるが、健康食品や化粧品などの高単価商品の動きが鈍い。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・衣料品の堅調さに比較して、生活関連品の販売が不振である。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・秋の行楽シーズンと11月にはカニの解禁が始まるが団体旅行の出足は悪く、過去5年では最低の受注状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・秋季観光シーズンに入るが、季節的な要素のみで景気を向上させる積極的な理由がない。
		旅行代理店（従業員）	・現在の団体の受注量からすると、良くなるを期待をしたいが、一方、個人の動きが止まっているので、大変厳しい状況には変わりはない。
		タクシー運転手	・節約傾向は依然としてあり、外出の時は家族の人が送迎をするため、タクシー利用は少なく、あまり良くない。
		タクシー運転手	・これから稲刈りなどがあり、夜はあまり人が出ない。
		通信会社（職員）	・地元では堅実な経営をしている企業も多いことが、県内の就職率の高さに表れているが、国内・海外ともに不安材料も多く抱えていることから現状維持が精いっぱい状況である。
		通信会社（社員）	・スマートフォン需要は確実に増えているが、想定範囲内である。
		通信会社（営業担当）	・販売量に直結するような新製品はもう少し先の発売になると思われる。
		通信会社（役員）	・大手通信事業者との競合は依然として厳しいなか、新規契約から解約を差し引いた純増数はややプラスの状況にある。しかし、下旬に大手通信事業者によるインターネット料金の値下げ発表があり、今後の競合がさらに厳しくなると予想している。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売も始まり期待をしていたが、思ったより反応が薄く販売量に変化がない。
		美容室（経営者）	・景気のいい話題は、最近耳にしたことがない。
		住宅販売会社（従業員）	・土地の供給量も増え客の動きもあるが、相対的に価格の安いハウスメーカーでの建築に動いており、中高級志向は少なくなっている。消費税率アップ確定の影響か、土地価格に割安感はなくなっており、建物にし寄せがくる。
		やや悪くなる	
一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・逆新幹線効果を懸念している。旅行会社は新幹線開業を控えている北陸のツアーを企画しておらず、開業までは観光客の増加は見込めないと聞いている。		
一般小売店〔書籍〕（従業員）	・政局の不安定感が消費の縮小に直結し、景気はどんどん低迷しそうである。		
スーパー（総務担当）	・競合店の出店、ディスカウント販売など更なる価格訴求商品の増加が予想されるため売上の確保が困難になる。		
スーパー（統括）	・現状を見ていると、上がる要素がみられない。また、四季の気温がずれているなかで、販売する商品が気温と時期に合っていない分、特に季節商材の売上が先行き不透明である。さらに、全体的に電気料金が値上げになっているためいろいろな影響が出てくる。		
コンビニ（経営者）	・おでんや中華まんなど、冬に向けての商品の販売によって、夏シーズンよりも廃棄の金額が増えるのではないかと心配している。		
乗用車販売店（役員）	・モデルチェンジの車種もあるが、その効果が表れてくると思われるのが翌年の1月以降になるため、10月～12月の四半期は大変厳しいと推測している。前年とは真逆の状況に自動車販売業界はなるだろう。		
その他専門店〔酒〕（経営者）	・どん底のところをずっと来ていたと思っていたが、もしかすると、これ以上にどん底が待っているのではないかとと思うほど不安になるような景気の悪さである。		
一般レストラン（店長）	・9月の予約状況を見ると、例年より悪い。		
スナック（経営者）	・人員整理されたりとか、採算の採れない仕事が多いなどと耳にし、見通しが悪い先々を考えると少し悪くなる感じがする。		
観光型旅館（経営者）	・9月以降の団体シーズンの集客が悪く、依然客の流れは東へと流れているように思われる。		
観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は、8月は前年同月比99%、9月は同83%、10月は同86%となっており、団体客が確保できていない分まだ苦しい状態が続いている。		
都市型ホテル（スタッフ）	・大型の予約はなく、前年同月の維持は厳しい見通しである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの新機種が発売が予測されるため、販売されると新製品に集中し既存製品が売れなくなるため、全体的な販売数低下につながると思われる。	
		競輪場（職員）	・現在行われている本場ビッグレースが終了すると、一段落した感じになり、しばらくは売上向上が見込めない。	
		その他レジャー施設（職員）	・夏季・最盛期での入会数が伸びず、それ以降の会員動向が全く読めない。	
	悪くなる	コンビニ（店長）	・まだ先の話だが、消費税増税が懸念事項である。税金関係の値上がりはたばこで経験しているが、たばこは売れていても、他のものの買い控えが増える傾向があった。8月がこれだけ天気が良くても、前年に比べてこの程度の売上だったことを考えると、今より良くなるという要因が一切考えられない。ただ、経営努力などもあると思うが、今後の展開によっては買い控え、もしくはコンビニ商品ではなく、消費税が上がる前に、何か大きな買い物をしておこうという客が、そうした所でお金を使い、コンビニでお金を落とす機会が少なくなってくるのではと懸念している。	
		テーマパーク（職員）	・向こう3か月の予約状況をみると、前年同月比で10～20%の大変弱い動きとなっている。前年の東日本大震災の影響で秋に客が多かったこともあるが、今年は円高による海外旅行や東京スカイツリーのオープンなどで、団体・個人の客を含めて、首都圏の方へ流れる傾向があり、先々の予約状況も大変厳しい状況にある。	
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	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、やや良くなる。	
		金融業（融資担当）	・大型消費財に関する業種では、早くも消費税率引上げの前倒し需要を取り込めるという機運が出ている。その後の反動減はもちろん怖いのだが、それまでは特に大きいものは、堅く動いていくのではないかと思われる。	
		不動産業（経営者）	・同業者に聞くと、2～3か月先の情報としては良いものが出ており、良くなるのではないかという話が聞いている。	
		税理士（所長）	・今はちょうど年度の中間ということになる。一応政府の予算執行も進んでおり、色々な大手企業の年度計画に伴う設備計画や色々な事業計画も進んでいる。その関係で、中小企業に仕事が今順調にきている時期ではないかと思う。この後の対外的な問題や、政治が安定していれば、中小企業、民間企業は色々な計画が立てられるため、回復するのではないかと思うが、外的な要因だけが心配である。	
	変わらない		繊維工業（経営者）	・下期に期待をかけていたものの、引き続き厳しい受注環境が続くそうである。
			プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅市場を考えると3か月、6か月で、今のところ大きく動きが変わるといふネタは見えてこず、「変わらない」という答えになる。
			一般機械器具製造業（経理担当）	・欧州の信用不安、円高、新興国の景気減速感など景気回復のきっかけが見当たらない。国内需要の回復が望めないなか、支えてきた輸出の景気にも影が鮮明になってきた。
			精密機械器具製造業（経営者）	・年末に向け、在庫調整のため若干生産数量が少なくなるが、例年の変動レベルに比べれば変動幅が小さく安定的な生産計画となっている。
			建設業（経営者）	・採算性を無視した価格競争が続き、受注しても採算性の悪い工事に追われるという状況は、変わらないであろう。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・業種別の売上に格差があるものの、平均ではやや良好ではある。	
		司法書士	・大規模な取引、建築はあったが、一部事業者に限定されている。	
やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・原料および光熱費の価格が上昇傾向であり、収益に悪影響を及ぼすことが危惧される。		
	電気機械器具製造業（経理担当）	・通常電子部品は、まずコストダウン、その後に受注減となってくる。したがって、通常の例からしても、コストダウンが始まった後は数量が落ちるものと思われる。他に、国内、海外に増えるような要素がある製品がないため、総体的にはこれから、受注量が落ち、販売量が落ちていくと考えている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	輸送業（配車担当）	・中東の状況が今後急速に好転するとは考えられず、原油の供給が不安定のまま推移する。また、欧州の信用不安も、今後急速に回復するとは考えられず、それに伴って中国の経済状況が好転するとは思われない。
		金融業（融資担当）	・オリンピックも終了し、政治的にも不安定な状況が国内で続いている。中国や韓国との外交問題の影響もあり、やや景気的には下振れの動きもあるかと考える。
		繊維工業（経営者）	・1つは、国内の政局不安定と政策の決定の遅れで、消費者は慎重であり買い控えしていく。2番目に海外であるが、景気の減速の動きが世界的に広がりつつあり、輸出は特に厳しくなるだろう。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・円高がそのまま続けば、企業の存亡を脅かす可能性がある程厳しい状況が続いている。
		建設業（総務担当）	・工事発注量は依然として低調に推移すると思われ、引き続き厳しい受注価格競争が予想される。消費税率引上げ前に設備投資を検討する動きが出始めている。
雇用関連	良くなる やや良くなる 変わらない	— — 人材派遣会社（役員） 求人情報誌製作会社（編集者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（経営者）	— — ・一時的な需要に対する動きが続きそうである。適材適所の人材確保が鍵となるだろう。 ・新規大口雇用の話が出てこない。 ・しばらくは求人に対する動きは、そのまま続くと思われる。 ・新規求人数は前年同月比で増加しており、求人意欲は上昇傾向にあるが、一部産業では円高の影響や受注減などにより意欲は低下している。 ・企業から今後の見通しが不透明とする声が多く聞かれる一方で、欠員補充のための更新求人も継続してニーズがあると思われ、今後の状況に大きな変動はないと考えられる。 ・県内のリードするべき製造業の求人が増えてこないで、全体的にしばらくこの状態が続きそうである。
(北陸)	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・100人規模の人員整理が今後予定されていることや、大手電機メーカーのリストラ策の影響も出始めている、予断を許さない状況である。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税が、デフレスパイラルを悪化させ、財政破綻へと突き進む。

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・夏休みも終わり秋のにおいがすると、物欲が増してくると確信している。秋一番は、敬老の日をターゲットにイベントを開催して消費を促す。
		一般小売店〔花〕（店長）	・ライバル店の閉店に伴い、来客数の伸びが見込まれる。当店の商圏全体でも花業界の店舗数は減少しているため、今後の売上増加や、新規来店客を確保する戦略が課題である。
		スーパー（社員）	・客の消費意欲は堅調である。秋にかけてイベントの打ち出しの増加を計画しているため、天候が安定すれば、食品部門を中心に消費は堅調に推移する。
		コンビニ（経営者）	・ファーストフードの売上が上がってきているため、更に販売を強化すれば客単価の上昇につながりそうである。
		家電量販店（経営者）	・節電志向の高まりにより、白物家電の単価アップと太陽光発電の販売増加につながっているため、景気は良くなる。
		家電量販店（管理担当）	・消費増税の駆け込み需要で、住宅の売行きが伸びそうである。
		乗用車販売店（販売担当）	・9月は決算月で繁忙のため、客の動きが良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・9月には通常の流れになる。
高級レストラン（支配人）	・販売量が前年同月比で大きく減少し、回復の兆しはみえない。観光シーズンに入り、販売量としては今月を上回ることは確かであるが、微増にとどまる。その理由としては、関東や東北方面への観光客の流れがある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・宴会シーズンに備えて営業が始まるので、シーズン中ほどではないが多少は盛り返す。
		観光型ホテル（経営者）	・8月は過去最低の売上だったが、9月からはどの部門もぼん回すかのように予約が既に入っているので、今月よりも大分売上は上がり、利益も右肩上がりになってくる。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・季節の変わり目は例年共に来客数が増加傾向となる。また、先日もテレビで布団のダニ対策としてランドリーの活用が放映されていた。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税関連の駆け込み需要が期待できる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・最近の来場者の傾向をみると、消費税増税法案の可決による影響で1年以内に建築したいという客が増加しているので、短期的には契約数が増える。
	変わらない	商店街（代表者）	・客の行動に大きな変化が感じられない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・婦人衣料では、価格の持ち直し感が春に続いて出てくる期待感はあるが、9月の残暑がどこまで景気に影響するか不安である。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今まで実感していなかった自然災害の怖さを目の当たりにして、地域全体の雰囲気や元どおりに回復するまでには、かなりの時間がかかると思われる。物を買おうという気持ちは生まれないので、最低限の物以外は買物しない状態が続き、今後は厳しくなる。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・消費税率の引上げにより、企業の経費削減、一般消費者の購買意欲低下など、徐々に影響が出てくる。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・景気が良くなる材料は見当たらない。しかし、節約生活に疲れた層が、少しお金を使いそうな傾向がみられるので、良くも悪くもならない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・毎回書いているように、良くなる材料がない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・このままの落ち着いた状態で、秋物、冬物商戦は推移していく。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・健康に害のないたばこでも発売されない限り、売上増加は見込めそうにない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・繁忙期であっても売上が伸びにくいなど、売上が伸びる要素がみつからない。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・先月までと同様に、近隣百貨店のグランドオープンが客足に影響し、売上が低迷している。夏の特別セールを開催し、来客数を増やす機会を設けることはできたが、安さにこだわった商品に購入が集中している。まとめ買いは増えたが、前年の売上を下回る結果となっている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・業界では厳しい状況がこの先も続き、景気回復は望めない。
		百貨店（売場主任）	・所得の伸びが期待できない環境であり、景気が良くなるとは考えにくい。
		百貨店（売場主任）	・これから大阪駅周辺で百貨店のオープンが控えており、当地域はどこまでいけるか分からないが、状態はあまり変わらない見通しである。
		百貨店（売場主任）	・ヒット商材が不在のまま、秋物実需の景気が良くなるとは考えにくい。
		百貨店（売場主任）	・国内消費が低迷している。円高が進み過ぎているほか、政府の国内需要の対策や東日本大震災の復興策も不透明でスピードが遅い。原子力発電所の問題への対策や、完全な解決もまだできていない。
		百貨店（売場主任）	・客が自分のペースを守り、無理をしない消費が定着してきており、表面的な流行に踊らされることがなくなってきた。消費税の増税や領土問題など不安なニュースが多いなか、大きく景気が変化する兆しは感じられない。
		百貨店（売場主任）	・人口減少、少子高齢化、所得の伸び悩み、増税、デフレといった社会環境のなか、流通を取り巻く環境はオーバーストア状態で、売上が伸びる状況は考えにくい。限られたパイをいかに奪い合うかであるが、通常の販売促進策だけでは限界がある。抜本的な大きな対策がない限り、厳しい状況が続く。
		百貨店（企画担当）	・気候の変化が激しく、ゲリラ豪雨など客の足を鈍らせる出来事も多い。また、大手電機メーカーのニュースなど景気の良い話が少ない。

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（営業担当）	・店外催しなど優良顧客に対しての販促策では、今まで同様、高額品への財布のひもが緩くなる。
		百貨店（サービス担当）	・今年の夏は計画停電が実施されることはなかったが、今後も引き続き省エネや地震対策などを企業として継続して考え、より安全安心な企業体制を作り上げることに、来店する客に信頼される企業が今後は生き残っていく。
		百貨店（商品担当）	・売上の推移をみていると、まだ景気が完全に良くなっているというには力不足である。
		百貨店（商品担当）	・消費税増税、中国や韓国との領土問題による影響など、中長期的な経済環境の不安要因があるため、季節変化による需要などで一時的に活況となっても、継続するとは思えない。
		スーパー（経営者）	・生鮮食品でもおいしい魚、旬の出始めの松茸などを、この価格で十分売れるだろうと思って仕入れても、今年の場合は少しでも高いと販売が非常に厳しい状況である。
		スーパー（経営者）	・夏らしい気候が続き、夏物商材の動きは良い方であったが、相変わらず単価の低迷は続いているため、買い控え傾向は変わらない。
		スーパー（経営者）	・消費増税、社会保険料負担の増加、景気減速感のまん延、政治の停滞による将来展望の不透明感など、何をとっても明るい材料はない。心理的な閉そく感を打破するトピックスがない限り、好転は望めない。
		スーパー（店長）	・消費を大きく後押しするような材料が見当たらず、むしろ後ろ向きな条件の方が多い。この状況下では、急速に回復するめどが立たない。
		スーパー（店長）	・消費増税への不安と、原料価格の高騰による小麦粉の値上げ傾向などの様々な不安要素があるなかで、今後の景気回復の状況は非常に予測しにくい。
		スーパー（店長）	・電気料金、消費税など消費者への負担が増える話題ばかりで景気回復につながる情報がないため、状況は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・競合状況や景気動向、気温変化などの外部環境は、平年並みと予測される。
		スーパー（経理担当）	・消費税率の引上げ法案が成立し、将来の生活に対する漠然とした不安などで、消費者の生活防衛意識が強まった可能性がある。
		スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争もあり、単価が下がる傾向がある。客の買物点数は昨年を上回っているが、客単価が上回らず、売上自体も昨年を下回る傾向が続いている。
		スーパー（開発担当）	・原油価格がじりじり上昇しているほか、政府の景気対策がみえてこない。
		コンビニ（経営者）	・最近クレジットカード類の使用が多くなってきており、購入点数も3品ぐらい買うようになってきている。
		コンビニ（店員）	・涼しくなると飲料やアイスなどの売上が落ちる。
		コンビニ（店員）	・来客数が回復する期待も少なく、今後の見通しも厳しい状態である。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋物衣料の立ち上がりも、例年に比べて売上に結びつかない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の売行きが非常に悪く、そのほかの車検、一般修理の予約もあまり見込めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費を刺激するような明るい材料はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金が終わっていくので販売台数が伸び悩むのではないと思う。また、新しい補助金が出てくると考えて、買い控える人も増える。
		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）	・変わらぬ円高や格安航空運賃などによって、貴金属の購入よりも旅行の方が優先される。
		一般レストラン（店員）	・周りの景気はあまり良く感じないが、店舗の動きは良い。
		一般レストラン（経理担当）	・景気低迷、増税への不安、社会保障への不安に加え、夏の猛暑のため、来客数がある程度減るのは覚悟しているが、秋になって涼しくなったときに、どれだけ客の気力や体力、消費マインドが回復するかは不透明である。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今月は天候の安定による一過性の好調であり、楽観視できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（団体役員）	・個人旅行は例年どおりであるが、団体旅行が低調である。また、一般旅行会社経由の商品については低価格化が目立つ。海外からの観光客は、個人客は少し動いているが、全体的にはまだ回復に至っていない。
		都市型ホテル（支配人）	・現状維持となる。これから台風シーズンになるが、最近の降雨量をみていると、かなりの大雨になると思われる。個人消費の前に、災害復旧が先決となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・立地条件から受注があまり期待できない盆休み以外は、例年並みの受注となっている。昨年は東日本大震災で延期された会議や宴会がこの時期に行われたため、前年には届かないものの、毎年開催されるものは正式な予約が入っている。今後は、小宴会場などの予約を取りこぼさないよう販売し、受注を上げていかなければならない。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊予約率が改善しない状態が続いている。ただし、宴会予約は10月以降、増加しつつある。レストラン部門は、前年度の反動減が大きいいため、期待できない。
		旅行代理店（経営者）	・9月は連休の日並びが悪く、売上は良くないが、先行きの海外旅行の受付は悪くはない。格安航空会社の話題もあり、旅行需要は堅調に推移している。
		旅行代理店（店長）	・単価は上がっていない。安く賢く旅行する人が増えており、価格競争になっている。
		タクシー運転手	・これから京都は行事もないが、大きくは変わらない。
		タクシー運転手	・現在は季節的要因で何とか通年平均以上の営業収入が維持できているが、それ以外の営業収入が増える要因は何ら見当たらない。むしろ、この先しのぎやすい季節となることに、反動がくる不安がある。
		通信会社（経営者）	・特に変化の兆しがみられない。
		通信会社（社員）	・ブロードバンド加入者は飽和状態にあり、新規獲得は厳しいが、乗換え需要が増加傾向にある。
		通信会社（企画担当）	・大手電機メーカーなどの国内企業が危機的状況にあるが、韓国や中国への経済支援の削減による、国内経済対策の充実が期待される。
		観光名所（経理担当）	・今年の夏も昨夏同様、本当に酷暑そのもので、耐え難い暑さである。残暑というよりも、真夏の暑さがそのまま続いている。当地も涼を期待して来てもらう場所ではないため、客の数は例年に比べて減少している。観光バスの台数も例年より少なく、昨年からはかなり落ち込んでいるが、来客数の減少の割に売上は例年よりも13%ほど多くなっている。ガラスの製作体験教室の参加者も、前年や例年に比べてかなり増えている。ただし、飲食や物販店の売上は例年を上回っているが、昨年と比べると落ち込んでいる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・行楽やレジャー業界の外部環境として、好転につながるものは特になく、自助努力しかないが、現在の経営環境ではそれにも限界がある。
		美容室（経営者）	・季節が良くなると、旅行に出かけることが多くなるため、夏に控えていたパーマ客が戻ってくるのを期待したい。
		美容室（店員）	・基本的に秋になると来店周期が延びる。髪を伸ばす客も増えるので、今後は変動が起こりにくい。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージの仕事をしているが、服を脱ぐので毎年夏は来客数が増えるが、最近増加がみられない。
		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。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・強化アイテムの中古本、リサイクル系の売上は拡大傾向であるが、主たるアイテムの不調により売上全体は前年割れである。
		住宅販売会社（経営者）	・新築の契約は伸び悩んでいるが、改修の依頼が増えている。全体としては悪くないが、来年度の新築見込みを獲得していきたい。
		住宅販売会社（従業員）	・マイナス材料の解消の兆しが乏しい。
		住宅販売会社（従業員）	・低金利が続いており、消費税増税までの駆け込み需要もあるため、当分は好調な販売状況が続く。
		住宅販売会社（総務担当）	・駆け込み需要が終わった後の反動を考えると、最終的には変化がない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・政府の政策に動きもなく、変化が起こるような事柄もない。

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
		その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・関西においては、大手電機メーカーの業績悪化に伴う消費マインドへの悪影響が出始めている。関わりの深いエリアでは取引企業、その従業員などで不安感が表面化しつつある。大阪の百貨店の全面開業など、年末商戦に向けた激戦が梅田で発生するなかでの消費の盛り上がり期待したい。
	やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・消費税の増税が決まったが、食材のなかでも大きなウェイトを占める牛肉関連は、米国からの輸入緩和なども受けて低価格化していく。特に、神戸牛などの特別な商材は別として、和牛の食生活におけるポジションは非常に厳しいものになる。
		百貨店 (企画担当)	・秋物が本格的に動くのはまだ先になると予想されるほか、競合店の増床オープンを控え、買い控えが生じる懸念がある。
		百貨店 (販促担当)	・大阪の百貨店のグランドオープンにより、街及び店舗の集客力低下が懸念される。消費に関して特段の変化が起きる要素はなく、政局動向による政策の変化によって、消費動向が変わる可能性がある。また、消費税率の引上げがより具体化した場合には、高額品の動きなどにも大きな変化が起こり得る。
		百貨店 (店長)	・消費増税の導入が正式に決まったことや、政治の先行き不透明感、あるいは近隣諸国との外交問題など、景気を左右する諸問題が山積みされている。
		百貨店 (外商担当)	・全体的には売上は減少傾向であるが、希少価値のある物や本当に気に入った物であれば高額品でも動くと感じられる。秋には競合他店の地域一番店がオープンするので、少なからず影響があると考えられ、それによって売上が落ち込む可能性が高い。
		百貨店 (マネージャー)	・足元の消費の悪さに加え、秋冬の主流となるウォームビズ、ウォームライフ商材も、この夏のクール関連商材と同様に出尽くした感があり、大きな伸びは期待できない。また、経済環境や社会環境の悪化も懸念材料となる。
		スーパー (店長)	・消費税の増税が決定し、秋の解散総選挙も予想されるなか、当地は区長も交代したので、現状の生活保護費の削減を心配する声がある。
		スーパー (店長)	・増税の決定や政治の混迷、領土問題、電機関連の不況感が根強く拡大している感がある。
		スーパー (管理担当)	・景気振興策も示されず、増税のみが先走り決定したように、消費者はとらえている傾向が強い。
		スーパー (企画)	・消費税の増税など、将来的な不安要素が非常に強く、また政府も景気回復の施策を打つ気配が全くない。今後、消費者の買い控えや節約志向が強くなっていくのは明白である。
		コンビニ (店長)	・ここ数年、わずかずつではあるが、確実に販売量や来客数、来店頻度が減少してきている。この傾向に歯止めをかけるような経済政策がないように感じる。
		コンビニ (広告担当)	・消費増税、原材料価格の高騰、社会保障への不安、民主党への不信感などの不安要素が多い。
		衣料品専門店 (経営者)	・今後は秋になって平均単価が少し上がるので、更に買い控えが進む可能性がある。
		衣料品専門店 (販売担当)	・より一層買い控えが進むと思われ、景気は悪くなる。
		家電量販店 (店長)	・各メーカーの四半期決算の状況が思わしくない。量販店として各メーカーからの支援が減ってきている状況のなかで、客単価向上策は何とかなるが、来客数、販売量の向上への具体的対策がみえてこない。
		乗用車販売店 (経営者)	・良くなる要素を探しているが、一つとしてない。領土問題や政治のぐらつきなどがあり、先行きが心配である。
		乗用車販売店 (経営者)	・この夏は暑かったため、エアコンなどの修理の需要はあったが、これから秋に向けての材料があまりない。これからどうなるかはよく分かっていない状態である。
		乗用車販売店 (販売担当)	・今後はエコカー補助金が終了し、モデルチェンジなどの好材料も乏しい。
		住関連専門店 (店長)	・政治の不安定な時期や過渡期はいつも買い控えが起こる。国会の解散もこれまで同様、影響がある。
		その他専門店〔医薬品〕 (経営者)	・ドラッグストアは8月は取扱商品の動きが増える月であるが、今後は気候が良くなることで体調も良くなるため、動く商品は減っていく。ただし、暑さの疲れによる疲労回復剤やビタミン剤などの動きは良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・消費が抑えられる傾向にある。
		一般レストラン（スタッフ）	・政局の不安定さ、領土問題、増税、電力、原子力発電所の問題など、景気全般が好転する要素は見当たらない。猛暑が支えた消費であるため、秋からの見通しは明るくない。
		スナック（経営者）	・7月後半から8月にかけて、病院関係や公務員などの期待していた客がぱったりとみられない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・2～3か月先はあまり変わらず良くない状態が続く。節電などで外出を控えている人が多い。
		観光型ホテル（経営者）	・販売単価を下げるにより、今までの来客数及び販売量はある程度維持することはできる。しかし、従来の利益率を確保するのは非常に難しい見通しである。
		観光型旅館（経営者）	・増税や社会、政治不安から景気は良くなる要素がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・定例の会合で、見積金額の引下げ依頼が増えてきており、相見積での競合も激しくなっている。従来は、低価格の会合もある反面、高単価の会合もあったが、その割合が低下してきている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門の外国人観光客は堅調に推移すると予想しているが、中国、韓国との関係が悪化すれば大きく影響を受けられる。宴会部門は予約状況も芳しくなく、国政選挙も予想されているなど、企業や団体の利用の更なる減少が見込まれる。
		都市型ホテル（客室担当）	・隣国との竹島、尖閣諸島の領有権問題の浮上により、外国人客の日本離れが懸念されるなか、秋の国内旅行も東高西低の状況は変わらない。
		旅行代理店（広報担当）	・竹島、尖閣諸島問題は解決のめども立たないなかで、事態が動かない状況が続くと思われるので、更に影響が出る。
		タクシー運転手	・気候が穏やかになってきて、汗をかかなくなる状態が増えてくる。ここ1か月ぐらいいは大丈夫であるが、それ以降はタクシーに乗る客自体が減ってくる。
		通信会社（社員）	・夏商戦も終わり、来客も落ち着く。また、冬モデルが発売されるまでは買い控えが起きる。
		通信会社（企画担当）	・好転する材料がない。
		テーマパーク（職員）	・増税法案も通り、領土問題を争点に隣国との関係も怪しい雲行きの中、景気だけはそれとは別に成長するとは思えないほか、具体的に世の中がどういう方向に進んでいくかもみえてこない。
		観光名所（経理担当）	・これから秋冬の集客イベントを予定しているが、前年度を維持できれば良い方で、全く期待できない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9月は人気アイドルグループなどのコンサートがあるので集客は期待できるが、プロ野球シーズンが終了となる10月中旬以降は、企業イベントなどが主となるため、集客は減少する。
悪くなる		商店街（代表者）	・この先の天候がどう変化するか分からず、良くなるめども立たないので期待できない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費増税に対する不安を口にする消費者が多い。経済が安定しているときならまだしも、社会経済が不安定なこの時期での増税は、今後の景気を一層悪化させるのではないかと強く懸念している。
		家電量販店（企画担当）	・韓国などのアジア企業のパワーに押され、日本メーカーが苦戦している。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了による反落が始まる。
		観光型旅館（経営者）	・行楽のシーズンを迎えるが、ガソリンなどの高騰が家計に影響することが懸念される。
		競輪場（職員）	・例年からみると悪くなっており、これを覆す要素が見当たらない。
企業動向関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（従業員）	・今までが底であったため、これからは気温も下がり食品の荷動きは良くなる。遅まきながら、当社にも東南アジア方面の輸出が少しはあるが、国内の減収分を少しでもカバーできればと、もう少し拡販することを考えている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が多く、忙しいためである。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の開始が時間の問題になってきているため、効果はおのずと表れる。

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
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・9月の中間決算の影響があるかもしれないが、これからの第3四半期に向けて良くなっていくと期待している。医薬品では後発医薬品のシェアが25%を超えて勢いを増しているなど、国の後押しもあり成長している。いささか企業が乱立気味であるが、今後は合併などが進んでいくと思われる。関西で期待されている再生医療の推進と、ロボット産業の発展も、国を挙げて支援してほしい。
		化学工業（経営者）	・8月はここ10年のなかでも最も悪かったが、問い合わせなどは増えてきているので、緩やかにながら景気は回復する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・秋から年末に向けて戸建住宅やマンションの需要増が見込まれるため、やや良くなる。
		建設業（経営者）	・公共工事の入札案件なども出てきているので、少し改善すると思われる。また、太陽光発電の引き合いも増えてくることが予想される。
		コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷シーズンに突入するが、需要自体は毎年微増の状態であり、今年も強化路線で進む予定である。また、大阪駅周辺の新しい施設開発など、若干明るい話題も多い。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・昨年の東日本大震災以降、カレンダー上の働事日やイベント日は、絆消費などで前年に比べて大きく売上を伸ばす傾向がみられる。特に、今秋については曜日配列から3連休が続くこともあり、増収が期待できる。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・株安の一服感を受けて、消費者の財布のひもが緩むことを期待している。
変わらない		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・現在は問い合わせ件数が増えている。
		食料品製造業（営業担当）	・9月以降も残暑が厳しいようであれば、飲料水の販売量は増加傾向となる。
		繊維工業（総務担当）	・靴下製品の販売状況は徐々に悪化していると、販売先の売上が示している。今後良くなる要因などが見出せない以上、この状況が続いていくものと判断している。
		繊維工業（総務担当）	・イベントが前倒しの傾向にあり、今後の3か月に集中して行われるため、前年並みの売上を維持できる。ただし、その後の売上には不安がある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・売上が季節的要因以外で増加する話を、顧客から聞くことがない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・瓶を作っているが単価は高くない。中身が充てんされるとそれ相応の商品となるが、売行きは良くない。末端の消費が伸びていない。
		金属製品製造業（管理担当）	・LED、ソーラーパネル関連は売上が見込めそうだが、それ以外の部門の売上見込みが立たない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は大きな案件がないので、大きな金額の受注は見込めない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・最低の受注量で推移している。良くなる要因がないのが正直なところである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の動きがすっきりしない。円高も気になる場所であり、新興国にも良いニュースがない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・特に目立った大型物件がなく、このままの状態が続きそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・京都の豪雨で仕事が少し入ったが、その先の予定がない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・現在仕掛中の海外向け案件の受注残がある。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・人気商品が開発できない限り、売上は上がらない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・猛暑やゲリラ豪雨などの天候不順の影響が出てきそうである。
		建設業（経営者）	・長引く景気の低迷により、民間の工事では活気ある設備投資も期待できない。官庁関係も発注量は減少傾向にある。
		建設業（経営者）	・内外の政情不安の影響で、住宅など高額の出費を見合わせる雰囲気が見受けられる。
		輸送業（営業担当）	・電子部品メーカーの不景気で倒産した下請工場もあり、影響は来月以降も広がる。
		輸送業（営業担当）	・客の反応からシビアな感じが伝わってくるため、今後もこの状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業所長）	・顧客からの継続的な案件提案はあるが、新規顧客の案件が乏しい。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・8月は毎年折込件数が落ちるので、売上は良くないが、購読数が維持できているので変化はない。
		広告代理店（営業担当）	・広告に対する問い合わせは増えており、前年を上回る動きはこのまま続くがそれ以上の材料がないので、全体としては今の状態が続く。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは良い材料が出てこない。
		経営コンサルタント	・クライアントの製造計画は、受注の横ばいを想定したものとなっている。ただし、基本的には小ロット生産を基本にして、景気の悪化に備えている。
		司法書士	・今月はお盆休みもあり、いつもより更に事件数の少ない月であったが、現在の案件も少なく、今後も増加する見込みもないので、このままの状態が続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・各地の災害でより一層厳しくなる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・今後も新築案件が少なく、今ある物件の取り合いのようになっている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・実用衣料の販売は堅調だが、今後特に販売が好調に転じる兆しや理由がない。消費税増税決定の影響は、駆け込み需要も勘案すると、必ずしも消費量が減るとはみていないが、消費マインドの冷え込みを助長することは間違いない。
		やや悪くなる	
化学工業（管理担当）	・円高、ユーロ安による輸出量の減少やエコカー補助金の廃止により、自動車販売が減少する。		
金融業（営業担当）	・電気使用量の調整や消費税の増税など、企業経営を圧迫していく要素ばかりであり、まだまだ厳しい状態が続く。		
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・金物卸業界では、小売店である零細企業が年々廃業や倒産になり、販売先が減少しているため、売上も減少している。		
悪くなる		化学工業（企画担当）	・今後はますます米国の干ばつによる影響が、そのほかの市場へ波及する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・決して悲観論ではないが、良くなるポイントが少な過ぎる。また、消費税率引上げに伴う駆け込み需要が予想されるが、業界としてはもう少し後の時期にずれ込む。
		金属製品製造業（経営者）	・ユーザーの現地調達の方が急激に進み、中小の物づくり企業にとって大きな転換期であり、最悪の事態になりつつある。
		金属製品製造業（営業担当）	・現地調達へのシフトに伴う注文のキャンセルの話が増えてきている。
		不動産業（営業担当）	・神戸から事務所がいなくなっているが、その要因である円高はこれからも続くと思われるので、神戸の経済はまだまだ悪くなる。
		経営コンサルタント	・消費税の増税が決まったほか、政治の混乱で先行きが不透明であり、悪天候などの暗い材料も多いので悪くなる。
雇用関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（支店長）	・選挙次第で分からないが、しばらくは好調が続く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年どおり8月から求人件数が増加し、過去のトレンドからいくと9、10月は増加する。製造業の生産計画が今後減少しなければ、基本的には上向いてくる。
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は、製造業が堅調に推移していることもあって、しばらくは継続する。その一方、新規求職者数が大幅に増加する要素は見当たらない。中国や韓国の情勢、解散総選挙、消費増税など先行きに不安要素はあるものの、大手物流業からの情報として、米国の大手金融機関の破たん以降は減収減益状態であったが、ここにきてようやく種々にわたって物が動いてきたとの話もあり、景気は緩やかな上昇傾向となる。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・経済の回復は足踏み状態であるが、そろそろ現実的に人員の確保が求められる時期になってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・8月に入って、特に益明け以降、ムードがかなり変わってきている。特に派遣の規制強化のほか、大手電機メーカーの問題などで、企業にとっては派遣社員や正社員を雇う意欲は減退してきている。新しい案件は見受けられるが、実際の予算がつかどうかは保留のケースが多く散見される。10月以降は少し心配な動きが出てくる。
		人材派遣会社（役員）	・米国や新興国の景気動向、欧州の信用不安の行方など、世界経済の動きに影響される部分が多く、数か月の期間で見ればこれらの懸念はまだ解消されない状態が続くため、現状が継続すると考えざるを得ない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・内政問題も外交問題も非常に流動的であるほか、関西経済を引っ張る電機業界の一角も厳しい状態であり、景気が上向き要因に乏しい。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西、特に大阪エリアに関しては来年にかけて期待はするものの、経済全体の方向性が良くなる要因が具体的に出てこない限り、景気回復の大きな流れはできない。
		職業安定所（職員）	・全体的に求人は増加傾向にあるが、製造業においては、長引く円高による影響が出ている事業所もあり、先行きに期待できないとの声も聞かれる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の動きは前年比で7か月連続で増加しているが、円高や欧州の信用不安の拡大もあり、先行きは引き続き不透明である。
		職業安定所（職員）	・欧州の信用不安、円高の長期化などで先行き不透明感が高まっており、求人的大幅な増加は見込めない。
		職業安定所（職員）	・中小、零細企業が大半を占める当地域では、目にみえた景気回復は当分望めない。
		民間職業紹介機関（職員）	・登録事業所側の反応からすると、日雇求人数が伸びる余地はあるが、建設の日雇労働者数の減少が足を引っ張っている状況である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には変わらない。
学校〔大学〕（就職担当）	・今後の求人については、10月以降の様子をみたい。		
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・欧州の信用不安のほか、関西では大手家電メーカーの先行きが懸念される。有効な景気対策がなく、景気の上昇機運を感じられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・特に、関西の地場産業の元気がない。消費増税の決定で早い企業は動いてくると思うが、まだみられない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・貿易相手国として第1位の中国や第3位の韓国との間で領土問題が過熱しており、経済面へ飛び火することがあれば、求人などへのマイナスの影響も出てくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・下期は通期利益を確保すべくコスト削減に向かう企業が増えそうである。新規投資や求人などに意識が向かいにくいと感じる。
	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	競艇場（職員）	・11月に開催するレースでかなりの売上が期待できる。
	やや良くなる	コンビニ（エリア担当）	・競争相手の閉店から一年経ち、それによって前年比で伸びは低下したが、今後は段々良くなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・気温に左右される業態なので、9月の半ばからは販売量が伸びる。
		乗用車販売店（副店長）	・新型車が投入される予定であり集客が期待できる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・今年の夏は特に暑い。鳥根、鳥取の観光イベント「神話博しまね」「国際まんが博」も入場者数は順調とのことだが、県外の客が予定より少ないようにも聞いており、秋になって涼しくなればと期待している。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・観光シーズンになり、今の状況からみるとバス、自家用車での旅行が増える。
		テーマパーク（広報担当）	・近隣エリア全体の団体観光客が減少しているが、秋の紅葉シーズンには回復の兆しが見られるので期待したい。

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
変わらない		ゴルフ場（営業担当）	・ゴルフシーズンの到来で、1年のうちで1番単価、乗客数が高い時期になる。予約数は例年並みとなっている。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前に住宅を取得したい動きと、住宅ローン金利の引き下げが追い風になっている。建築物価が高騰しなければ住宅着工は増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・若干ではあるが乗客数が増加していることや、客の反応においてもあまり悪くない状況なので、受注へ反映されてくるという期待感がある。
		商店街（代表者）	・公共工事は来年初めまで続くので、歩行者や自転車の通行には引き続き影響があると思われる。また、客の購入単位が段々と少なくなってきたり、余分なものを買わない姿勢が感じられる。
		商店街（代表者）	・必要な品以外は購入しない状況が続く。
		商店街（代表者）	・特に客同士の話とか店主同士の話でも、いい話はしない。このところの政局がらみでこんなに身近に政治が絡んでくるのが面白いが、景気が良くなってくるとはとても思われない。
		商店街（代表者）	・長引く不景気で、金がある人でも購買意欲が上向かない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・9～10月にかけて地域の選挙、秋祭り、運動会などイベントが多く行われる。人が動けばものも動くという期待している。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・底を打った感じはあるが、リバウンドが期待できるような状況ではない。
		百貨店（営業担当）	・現在は良くなっているようにみえるが、大きな流れのなかでは、元に戻りつつあるだけで、景気が良くなって伸びているとは思えない。景気回復の要因がみえないことから、ここしばらく低空飛行が続く。
		百貨店（営業担当）	・9月は猛暑の期間は短くなる一方、悪天候の懸念があるため秋物本格稼働が鈍化する可能性がある。また下旬の連休についても祝日が1日減っているため何とか前年保持を目指したい。
		百貨店（営業担当）	・クリアランスセールでもセット買いは厳しい状況で、50%オフになっても必要な品以外は購入しない。
		百貨店（販売促進担当）	・秋商戦が本格化してくる時期であるが、連日の32～35度の酷暑の継続が予測され、9月後半までは婦人服中心にファッションの動きが低迷する。
		百貨店（売場担当）	・取引先の廃業や合理化が進み、商品供給が懸念されるものの、店頭での買上単価がアップする傾向にあり前年並みで推移する。
		百貨店（購買担当）	・周年祭という集客を図るイベントがあり乗客数や売上を見込んでいる。秋物は天候にかなり左右され、このまま暖冬になると衣料品関係は厳しい状況が続く。
		百貨店（電算担当）	・店全体で売上は前年比2.2%増だが、8月だからと理由もあるが乗客数が減少傾向であり、店に活気が見られない。特に、新規の競合店の影響から食品の売上減少が目立っており、これから生き残りをかけた競争が繰り広げられる。
		百貨店（販売担当）	・気温の変化に伴い秋冬物の動きも活発にはなってくるが、現状の景気が大きく変化するような要因は見当たらない。
		百貨店（営業推進担当）	・当面はこの傾向が続く。ただ、政局等、不安要素が広がれば、悪くなってくる。
		スーパー（店長）	・景気を判断する良い材料がない。
		スーパー（店長）	・現状のまま推移する。明るい情報は全くなく生活防衛が継続される。
		スーパー（店長）	・節約志向は今後も続き、外部環境変化がない以上景気も変わらない。
		スーパー（店長）	・景気が更に好転する要因が見当たらない。
		スーパー（店長）	・国政の先行きは不安が大きく、消費拡大する要素も見当たらず、地方の都市は少子高齢化が顕著に現れ始め、個人消費は先細り傾向にある。
スーパー（総務担当）	・燃料費等の上昇もみられるので消費の停滞も予想される。		
スーパー（業務開発担当）	・二十世紀ナシの進物は昨年並みで推移しているものの、魚関係が低調で一方が良ければ他が悪く、全体の底上げにつながらない状況が続いている。		
スーパー（販売担当）	・広告の目玉商品以外は毎日必要なものだけを買うパターンが定着しており、今後も客単価は上がらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（管理担当）	・盆を含め8月中旬までの状況は、生鮮では売上荒利ともに前年を上回る実績となったが、ディスカウント店の影響でドライ関係が前年割れとなっており、この状況はしばらく続く。
		スーパー（営業システム担当）	・客単価が低い状態が続いている。やはり、『安いもの・必要なもの』という節約志向があたりまえになってきている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店の出店攻勢は、競合店出店計画から今後も続くと思われるので、既存店への影響は免れない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素がみえない。
		衣料品専門店（販売担当）	・秋になるが客の動きがまだ読めない。
		家電量販店（店長）	・先行き不透明で購買につながっていない。
		家電量販店（店長）	・引き続き高省エネタイプの家電品が売れ単価を押し上げるが、パソコンの販売不振は当分続く。
		家電量販店（販売担当）	・決算に向けて少し動きはあるかもしれないがイベントがない。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金効果が思ったほど実績に現れない。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金の効果も全くとっていいほど影を潜め、静かな補助金商戦となっている。客の声を聞いても、車の購入どころか連休もなるべくお金を使わない客が多かった。今後も節約していくとの声がかなり多いので、景気が良くならない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大きな増加要素は見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・景気が上向く要因が全くない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税問題で先行きの不安材料が多く、客の消費も鈍いまま推移する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・引き続き単価ダウン傾向が続き、まとめ買いのニーズは低調に推移するが、レジャー関連商品や気温による秋物商品の動向は早い。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約数は前年と変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がなく、現状のまま推移する。
		一般レストラン（経営者）	・政治の落ち着きもなく、景気の方向感も実質感じられず、客の生活防衛意識が極端になってきている。
		一般レストラン（エリア担当）	・同業他社でもデフレ傾向が非常に厳しく、なかなか集客、客単価が上がってこない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・夏ほどの売上はなく、政局の安定も影響する。
		スナック（経営者）	・政府による積極的な景気対策がなされていないため、景気が全然良くなる気がしてこない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・現状、来客数が伸びている状態である。以上も以下もなくこの状態が今年も続く。
		都市型ホテル（企画担当）	・政情の混迷、増税不安などで変わらない。
		タクシー運転手	・客の様子から今後もプラスに動くことはない。
		通信会社（社員）	・客のサービス申込状況等に変動がない。
		通信会社（企画担当）	・新規サービスの販売、サービスのスイッチについて、現状のトレンドに変化が出る要因がない。節電、省エネも消費者側で大騒ぎは全くなく、想定内の対応に留まっている。
		通信会社（通信事業担当）	・オリンピックなどの特需が期待できた時期でも、特に需要に変化がなく、今後もあまり期待できない低調な状態が続く。
		通信会社（営業担当）	・猛暑、節電、円高、消費増税、領土問題等々全体に停滞感が強く、諦めモードを感じる。
		通信会社（総務担当）	・販売需要の好転が見込めない。
		通信会社（広報担当）	・個人消費自体は低調に推移すると思うが、スマートフォンについては今後もしばらく堅調に推移すると考えている。ただし、選挙の影響や増税が確定した際に、どのように影響するのか不透明である。
		通信会社（工事担当）	・工事件数が増加する要因が見当たらない。
		テーマパーク（管理担当）	・全体的に動きが悪く消費を抑えているように思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 (アミューズメント)	・家族連れで来店して子供だけにプレイさせる客が増えている状況が多く見られる。特に家族客が娯楽への出費を節約している傾向は大きく変わらないと考えられる。
		美容室(経営者)	・景気が良くなる材料はなくあまり変化はない。
		美容室(経営者)	・景気にあまり変化はない。
		その他サービス[介護サービス] (介護サービス担当)	・2、3か月で景気の変化がみられるとは考えにくい。
		設計事務所(経営者)	・消費税増税を受け横ばい状態が続く。
		設計事務所(経営者)	・増税への危機感により景気が良くなる要素は全くない。
		設計事務所(経営者)	・消費税増税が確実な様子となってきたが、住宅など駆け込み需要が期待されるものの、予備軍も着手済みなのか、あまり動きがみえない。
		住宅販売会社(販売担当)	・まだまだ、収入の安定に安心感が持てない様子もあり、地元撤退企業企業はあっても、進出企業の噂は聞こえない。
		住宅販売会社(営業担当)	・変動要素について見込みはない。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・先行きが不透明で客の消費行動が慎重になる。
		商店街(代表者)	・政治・株価・世界の財政状況等の世情不安により買い控えがあり、売上確保が厳しい状況となる。
		一般小売店[印章] (経営者)	・駅再開による駅支店の閉店の響き売上は厳しくなる。
		一般小売店[紙類] (経営者)	・地元客が減少し安定した商売ができなくなる。
		スーパー(販売担当)	・残暑が厳しく夏物の処分品しか動かず、店頭の商品ぞろえと気候の不一致は続き、品薄、欠品による機会損失は避けられず、景気は厳しくなる。
		スーパー(財務担当)	・盆明け以降、売上の前年割れが続いており、今後も節約によりこの傾向は変わらない。
		コンビニ(エリア担当)	・衝動買い減少の傾向は続くと思われる。
		衣料品専門店(経営者)	・ニュース等で不安な情報があふれており景気が良くなるとは思えない。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	・景気に厳しい面があるので、重衣料を購入する客が増える見通しが無い。
		家電量販店(企画担当)	・爆発的な売上が見込めるような新製品が出れば違うが、今のままでは落ちていくだけという閉塞感がある。家電エコポイントのような景気を良くするような政策に期待したい。
		乗用車販売店(店長)	・エコカー補助金打ち切り後の影響を考慮すると先が読めない。
		乗用車販売店(業務担当)	・エコカー補助金の駆け込み効果が全く出てこない。終了後はさらに悪化が見込まれる。
		観光型ホテル(支配人)	・昨年の秋は東日本大震災の反動で宿泊客が増えたが、今年は同期比の入込比較で下回っている。領土問題における外国人旅行者の動向も懸念材料である。
		都市型ホテル(スタッフ)	・結婚式も価格競争になっており、最近の客は低予算の会場を探している人が増えている。
		都市型ホテル(総支配人)	・地元では7月より様々なイベントを開催しているが、九州地区・関西地区からの観光客の入込が減少し東京方面へ流れており、この傾向は変わらない。
		旅行代理店(経営者)	・竹島問題や尖閣諸島問題などあり、客から海外旅行特に韓国、香港、中国など中止すべきかの問い合わせ等がある。現実問題として客の旅先での問題が懸念されるが、客としては旅行に行く気分になりにくい。
		タクシー運転手	・9月は例年売上が悪い。
		タクシー運転手	・公務員の数が多い当市は国にならって県、市の職員の給料も下がる見込みとなっている。
		通信会社(営業担当)	・夏商戦が終わり冬モデル登場や冬商戦が始まるまでの間は販売が落ち込むことが想定されるが、既設ユーザへのサービス・特典や新規ユーザへの特典を多方面よりしっかりとアピールし来店者及び販売の落ち込みをカバーしたい。
		テーマパーク(業務担当)	・マイナス要因として、ガソリン価格が低下傾向から高値傾向に戻りつつある。消費税論議の行方など、家計を取り巻く状況がネガティブなだけに、行楽に関する支出の優先順位が低下し、来園者数にも響いてくることを懸念している。
		美容室(経営者)	・次回予約をとってから帰ってもらうが、次の来店予定日が延びてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街（理事）	・消費税増税問題などもあり、貯蓄に回す客が増える。
		百貨店（売場担当）	・高卒や大卒の就職率に現れているように、依然として一部の業種を除き景気の回復はみられない。小規模百貨店業態の衰退や地域の産業減退などの要因で、ますます厳しい状況になってくる。
		スーパー（店長）	・競合店特にディスカウントの販売促進が激しく、足元の客をさらわれることが予想されるため、来客数増、もしくは、前年並みの来客数確保が非常に厳しくなることが予測される。
		乗用車販売店（店長）	・良くなる材料がなく、現状の7割ほどの売上になる。
		自動車備品販売店（経営者）	・最近、世の中も増税、高負担、相変わらずの不況、エコカー購入補助金打ち切り等、経済の明るい材料は全くなく気分まで減入ってくる状態で、消費者の消費マインドも冷え冷えとしている。
		自動車備品販売店（経営者）	・同市内の家電大手メーカーの大規模な人員削減の発表等で更に個人消費が落ち込む。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・高齢者が多いので年金に頼る人が多く、消費者の増加は見込めず、財布のひもは固いままである。		
企業 動向 関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も受注を見込んでいる。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・7月は夏枯れといいながらもマアジ、イカ、シイラ網漁が好調であり今後も持続する。
		木材木製品製造業（経理担当）	・季節要因に加え、消費税増税の影響が出る兆候がみられる。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注の見通しでは、スポットで1案件あるため、損益面では改善される見通しである。また鉄原材は、現状の価格のまま推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・モデルチェンジ製品の本格量産の開始で、受注量としては上積みとなる。
	不動産業（総務担当）	・賃貸不動産の需要時期にあたるため、多少の成約件数の増加が見込める予定となっている。	
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・秋冬に向けて売上が伸びる計画を立てているが、先行きがみえない。
		繊維工業（統括担当）	・総選挙が行われている可能性はあるが、あまり変化はない。
		化学工業（経営者）	・主要取引先の一部がBCP対策の一環として海外品輸入による調達を本格的に実施する予定である。
		化学工業（総務担当）	・現時点で経済環境が大きく変わる事は考えにくい。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・金属価格は足元並みと予想している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がみられない。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・円高の高止まり、受注量の停滞など、景気好転の気配がみられない。
		建設業（総務担当）	・現在の状況が変わる要素が見当たらない。
		輸送業（業務担当）	・大口客の先行きを踏まえ現行の事業の状況が当社から他業者扱いへ変更しつつあり当社の取扱が減少傾向にある。
輸送業（総務担当）		・取引先の生産数量の回復が見込めない。	
通信業（営業企画担当）	・通信系サービスについては固定型よりもモバイルにてコンテンツなどの充実がはかられており、固定系については契約の維持が中心となっていく。		
通信業（営業担当）	・消費税増税や中国、韓国などとの対外政策などから、輸出などにも長期的影響が出て国内雇用へも影響が出るので、デフレ状況からの脱却が難しい。		
金融業（自動車担当）	・当面はエコカーの売行き好調から前年水準の操業は期待できるが、為替が一段の円高となれば、輸出の減少が懸念される。		
金融業（営業担当）	・当面景気は横ばいであると考えている。取引先の売上は、依然として低迷している。当地においては、大企業の工場閉鎖等のニュースもあり、将来を楽観できるニュースが少ない。地元企業の経営者に明るい見通しを持つ人も少なく、新たな投資意欲も低く当面景気は横ばいで推移する。		
会計事務所（職員）	・公共工事関係の仕事は、相変わらず入札価格の低迷が続いており受注価額の底上げには至っていない。また、製造業も受注量、単価ともに見積状況は厳しい。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コピーサービス業（管理担当）	・コピー等の出力は情報管理の流れからすれば、川下の位置にある業務であり、現代は川上の位置にある情報作成のプロセスから手掛ける業者が川下の業務まで一括して受託しており、川下だけでは競争に勝てる見込みがない。今から情報技術系を強化していくことは不可能であり、受注減の現実を受け入れて細々と商売をして行くしかない事業である。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・輸出案件はスポットで、ゴミ焼却場の次の案件まで期間があり、9月は生産量が現在より減少する見込みである。また下半期生産見込みは上期計画値を下回る計画となっている。
		鉄鋼業（総務担当）	・国内復興需要が見込まれるものの、エコカー補助金打ち切りによる大幅な反動減となる様相である。また、世界経済的にも好転の材料があまりない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・長引く円高を背景に、電機メーカーなど取引先は海外での生産比率を高めている。したがって国内の工場統合、廃止、いわゆる空洞化減少が加速している。メーカーによる生産の海外シフトで国内の半導体需要は縮小しており、早急な海外開拓が課題となっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・エコカー補助金の終了による影響がある。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の減少が予想される。
		建設業（経営者）	・建設関連、不動産ともにめぼしい材料がなく例年に比べても厳しい状況で、事業撤退など労働環境も悪く、購買力も低下し地域の景気は良くならない。
		建設業（総務担当）	・大手電機メーカーの不振は他の中小製造業にも連鎖が予想される。いずれにしても昨今の長期にわたる円高の是正がされない限り回復はない。
		広告代理店（営業担当）	・取引先動向等で、10月から11月にかけて販売促進PRが落ち着く見通しで、売上が伸び悩むシーズンになる。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・景気が良くなる情報が一つもない。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・地方進出企業の撤退が相次いでいる。大手はここでダメならあっち、またダメなら海外と簡単に移転を繰り返し、現状で最適な環境を作れるが、中小企業はそうはいかない。現状を受け止め、身を削りながら耐えていくしかない。
雇用 関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・2014年卒業の採用は少し改善すると予想している。当社の売上もそれにつれて増える。ただし、そのペースは大幅な改善というものではない。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・今後2、3か月先における派遣社員の大規模な増員の相談等はほとんどない状況である。派遣社員の交代等による求人を実際に決めていくしかないが、医療福祉や流通小売業など人員不足の業界からの依頼は多いものの、マッチングに苦慮している。求人全体でみれば依頼数は横ばいが続くことが予想される。
		人材派遣会社（支社長）	・求職者の動きが活発になる要素が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・先行きに期待感が持てない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・引き続き企業の人材確保という観点では、より優秀な人材であれば採用していきたいという意欲はあるが、なかなか採用したいという人材にめぐり合えないという状況はかわらないというのが実情である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・多くは無理をしないで、当面は現状維持、様子見がほとんどとなっている。
		職業安定所（雇用開発担当）	・正社員の有効求人倍率は依然として0.6倍台であり、円高、景気の停滞で求人も正社員求人の割合は50%以下の状況が1年続いており、今後もこの状況が続く。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・相変わらず円高の影響を受ける製造業からの求人は鈍い。非正規雇用の求人が目立ち、先行き不透明である。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・有効求人倍率は1倍を超えているが、管内外の事業所から人員整理や解雇の情報がある。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大きな変化を感じられる事柄が見当たらない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・継続的に良くなるかわからないが大きな変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・来春の新規学卒求人件数は前年を上回ったが、募集人数が絞られているため全体では低調なスタートとなった。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つかない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・全体的な採用活動の低下に加え、大手自動車企業の新卒採用縮小の報道、10月から施行される改正派遣法で派遣採用や採用活動を控える企業が増えると推測される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金により好調な乗用車販売が、補助金終了後はその反動がある。
		民間職業紹介機関（職員）	・国内を取り巻く領土問題等の国際問題の緊張が続いており、それが今後の消費、投資、輸出入に大きな影響を与えかねず、引き続き予断を許さない緊張が続く。
	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	—	—
	やや良くなる	衣料品専門店（副店長）	・秋物を必要とする季節になるため。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・秋祭りで少し売れると予想する。
		都市型ホテル（経営者）	・大きなスポーツイベントがあり、宿泊・宴会の予約状況が良い。
		タクシー運転手	・秋のお遍路のシーズンに入る。今年は「逆打ち」ということで、春も昨年よりは多かったので、秋も期待ができる。
		競艇場（職員）	・今後は、当ボート場最大のレースが控えており、来客数、売上高の増加が見込まれる。
		設計事務所（所長）	・民間の事業用の新築が少し増えてきているように思う。
	変わらない	商店街（事務局長）	・土日、平日共に来客数は前年より増加しているが、今後の伸びには期待がもてない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・企業間の取引は高単価のものがあるが、個人消費は人出から判断して少ないと思う。秋は贈答をするイベントに乏しく、今から景気が良くなるのは難しい。特に、夜の繁華街の人の少なさが気になる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気が良くなる、あるいは悪くなる理由が思い浮かばない。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・景気が良くなる理由が思い浮かばない。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・季節の変動はあるものの、昨年より消費意欲が落ちているため、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業推進）	・来店客数や中心商店街の通行量などをみると、今後も伸びる様子がない。
		スーパー（店長）	・景気好転の要素がない。
		スーパー（店長）	・景気が上昇する要素もなければ、下落する要素も感じられない。
		スーパー（店長）	・今後は競争が激しくなり、特売商品などの単価が更に低下する傾向にあるので、景気は変わらない、あるいはやや下降気味になる恐れがある。
		スーパー（企画担当）	・牛肉の売行きは昨年を上回って推移するとみているが、競合の出店などが控えているため価格競争が再燃し状況は芳しくないと推定する。
		スーパー（財務担当）	・特別な事情が発生しない限り、ほぼ前年並みと予想している。
		コンビニ（店長）	・今の状態が続くと考えている。消費を拡大するのか減少するのか、どちらも決定打がない。お金はあるけれど欲しいものが少ないという状態なのではないか。
		コンビニ（商品担当）	・個人消費が上向く政策等も乏しく、景気が上向くという楽観的な展望は描きにくい。
		コンビニ（総務）	・気温や天候にも左右されるが、今後も来客数の前年割れ状況は変わらないと思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・ショッピングセンターの出店の影響が大きいですが、今の流れのなかから、初秋物がそれなりに動きをみせているので、少しは回復するのではないかと考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる根拠がない。

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
		家電量販店（店長）	・8月はロンドンオリンピックや高校野球、お盆需要等があったものの、テレビの動きがやはり良くない。次の買換えまではテレビの需要が少ないと思われることから、今後、家電製品は期待できない状況だと予想する。
		家電量販店（店員）	・今後の購入意欲が感じられず、販売量の回復の兆しもみえない。
		家電量販店（営業担当）	・消費税増税のこともあり、現在の商品の動きが、通常の時期より少し早くなっていると感じる。売れる時期に販売量の減少といったことも起きてくると思われる。
		観光型旅館（経営者）	・9、10、11月の予約状況があまり良くない。旅行に金を使うという動きになかなかなりにくい。やはり、富裕層が金を使うということがなければ、規模の大きい旅館の商売はなかなか難しい状況である。政治がしっかりし、経済も良くなしないと、国内旅行はしばらくは停滞すると思われる。
		通信会社（社員）	・例年と異なり、第3四半期にも新商品が発売となるが、他社との競合も厳しいため、変わらないかもしくはやや悪くなると思われる。
		通信会社（営業担当）	・新商品での販売数量の押し上げ効果も落ち着くと想定される。
		通信会社（企画）	・大きな変動要因が無く、このまま変わらないと思われる。
		観光名所（職員）	・良くなる要素も悪くなる要素も特にないため。
		ゴルフ場（従業員）	・ゴルフシーズンとなるが、平日の予約が非常に悪い。土日も、昨年と比べて悪い。全体的にみて、良くならない感じがする。
		美容室（経営者）	・消費税増税が決まり、消費意欲の低迷が続くと思う。
		美容室（経営者）	・毎年、11月後半くらいまではあまり良くない。
		設計事務所（職員）	・防災、耐震関連の仕事を中心に例年並みの受注は確保できそうだが、売上に計上できるのは第4四半期になるので、ここ数か月は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前に購入を考えている方もいると思うが、全体の商談数は増えていないので、変わらないと思う。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・郊外大型専門店も含めて、かなり手詰まり感があるように思う。市場全体が冷えて、消費者の購買力が落ちているように思う。今後に不安がある。
		商店街（代表者）	・量よりも質へと変化しつつあるが、本物かつ低価格という売手にとってさらに厳しい努力や工夫が必要になる。旧態依然とした店、量販低価格でもありきたりなまま淘汰の時代になる。
		商店街（代表者）	・現在の政治状況をみていると、混沌として不安定を感じる。特に消費税率の引上げ等のマイナス要因が、景気の上昇を妨げてくると思う。
		百貨店（総務担当）	・外部要因として特に景気回復に繋がる要因が見受けられない。
		百貨店（営業担当）	・選挙が始まると、地域経済は厳しくなるのではないかと予想する。
		スーパー（人事）	・消費税増税が購買力を低下させ、増税前の駆け込み需要が一気に上がり、増税後には反動で下がると推測する。
		衣料品専門店（経営者）	・政治の低迷や消費税増税など家庭をとりまく環境は不安が多く、やや悪くなると判断する。
		衣料品専門店（総務担当）	・残暑が続くと予想されており、秋冬物商戦が本格化する時期への悪影響が見込まれる。また増税の話題が先行している現状、明るくなる兆しは見えない。
		住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びない。東日本大震災がまだ尾を引き、ムード的に良くない状態が続いている。
		旅行代理店（支店長）	・領土問題に絡む反日ムードの煽りで、近辺アジア方面への旅行者の大幅な減少が懸念される。
		タクシー運転手	・10月と11月は、客の動きが少ないので、やや悪くなると判断する。
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・酒類消費の多い夏季でも消費量が伸びせなかったのに、これからの販売増は難しい。早く景気が良くなり、世の中が明るくなって欲しい。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終了すれば、車が全く売れなくなると思う。従来の販売に戻るには数か月から半年くらいかかると予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金終了とともに売行きが一気に落ちると予想する。今回は、前回よりもひどいような感じがしている。

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
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が再度高騰しており、エコカー補助金も終了すると今後の新車販売は非常に厳しくなる事が予想される。
		乗用車販売店（役員）	・今後はエコカー補助金もなくなり、その反動で販売は悪くなってくると思う。ただ、下半期はハイブリッド車や新しいモデルチェンジの車の投入があり、なんとか下支えはあると思う。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金終了後は悪くなるのは確実、何処まで落ちるかは不透明。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦期も終わり来店者数も減少する時期となる。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・メガソーラー等々大量の受注を抱えている。人の手配も大変で、多くの人を雇用できる状況になっている。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・タオルは決して高額なものではなく、他に無い商品ならば贈答にも結びつくことや、マスクで「今治タオル」が取り上げられることが多く、受注増に繋がっており、やや良くなると判断する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・トイレットペーパーについては最悪の状況となっているが、全体的には、秋需に向かって少し伸びていくのではないかと思う。
		不動産業（経営者）	・消費税増税を控え、ここ最近、モデルルームや住宅展示場に人が増えてきており、今後、駆け込み需要が予想される。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・季節的に需要が上向く要素は無い。
		木材木製品製造業（経営者）	・政府が経済を立て直す体制ができるまでは、変わらないと予想する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・復興需要により受注は順調に推移し、足元は好調であるものの、円高や欧州情勢等不安要因も多く、先行きは不透明。
		建設業（経営者）	・公共工事次第である。
		建設業（総務担当）	・依然として受注価格競争が厳しく、体力勝負となっている。全社一丸となって適正利潤の確保に取り組まなければならない。
		輸送業（経営者）	・現実的に考えれば変わらないと思う。
		通信業（部長）	・特別な変化要因が見当たらない。
		金融業（融資担当）	・電力不足は特に影響なかったが、株価は上がらず、景気は現状程度で変わらないと判断する。
		広告代理店（経営者）	・新規得意先の広告受注や休眠スポンサーからの受注見込みもあるが、広告マーケットの縮小により依然として印刷物の小型サイズ化や価格競争が厳しく、全体としては変わらない予想である。
		広告代理店（経営者）	・良くなる要因、悪くなる要因が見えにくい。
やや悪くなる		食料品製造業（商品統括）	・政治の不透明感による景気の衰退感が蔓延している。デフレもより進むのではと感じてしまう。
	鉄鋼業（総務部長）	・円高是正がなければ、ますます悪化する見込み。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・輸入諸国の多くが緊縮政策で、予算執行に時間を要している。当社製品の受注の後退が見受けられるようになっている。	
	輸送業（営業）	・景気低迷で取引先企業の商品の販売が落ち込む中、運賃の支払が滞る企業も出始めた。自社の経営安定を考えた上の防衛策として、その様な取引先との運送契約を解除しなければならない苦汁の決断を強いられる時期が来るのも遠くない状況に置かれている。	
	公認会計士	・設備投資は消極的で、近い将来の売上等についても非常に悲観的な見方をする経営者が多くなっている。今後、景気はやや後退すると考えている。	
悪くなる	○	○	
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・年末に向けて、求人の増加が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、先月と比較して、0.01ポイント上回っており、前年同月と比較しても、0.06ポイント上回っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒のほか既卒採用の求人も多く、秋採用に向けて採用活動の活発化が感じられる。
変わらない	人材派遣会社（営業）	・年末にかけて求人数は増加傾向になると思うが、その求人にマッチングできる人材がいない現状のなかで、どのように人材を確保していくかが課題となってくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・新たな新規事業などの情報がない。エコカー補助金で先食 いしてきたカーディーラーも先行き不透明。中国や韓国との 関係がさらにこじれるようなら先行き不安で消費者心理も冷 え込むのではないだろうか。
		職業安定所(職員)	・派遣、請負が増加しているが、パート募集は減り、フルタ イムへとシフトしている。
	やや悪くなる	人材派遣会社(営業担 当)	・労働者派遣法改正などから、派遣離れの傾向にあるように 思える。
		求人情報誌(営業)	・周辺企業で、新卒・中途とも求人数が増える見込みがあま りないため。
		民間職業紹介機関(所 長)	・春先に比べて中途採用の求人数が減少しており、余剰人員 を抱えている企業が多い。一部の開業した企業では人手不足 感があり、求人数の減少は無い。
悪くなる	—	—	

10. 九州(地域別調査機関：(財)九州経済調査協会)

(－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街(代表者)	・客の購入姿勢にあまり変化はない。ただ11月ぐらいになる と例年、行事や出かけるが増える。買物をする機会と量 も増え、景気は多少良くなる。
		商店街(代表者)	・年末になるにつれて例年、景気は良くなる。しかし、前年 に比べると不透明なところもある。政治等社会情勢が不安定 なので中小企業は特に影響する。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・当店はギフトの生花、又はアレンジをメインにやってお り、夏の暑い時期より受注は増える。ただ、企業努力は必要 である。
		百貨店(企画)	・客の様子をみると、今後少し期待ができ、景気はやや良 くなる。
		コンビニ(エリア担 当・店長)	・8月から9月にかけて残暑が残るようなので、冷たい飲み 物や冷たい麺類が売れる。また、工事関係者で来客数も増え るため、あと1、2か月は良い状況が続く。
		衣料品専門店(経営 者)	・当店の良さが多くの人にだんだんと知れ渡り、今後、景気 は良くなる。
		衣料品専門店(チー フ)	・リニューアルするため、1か月は上向きの傾向であるが、 その後は前年並みに落ちつく。
		その他専門店〔コー ヒー豆〕(経営者)	・販売量や来客数、単価が、秋口にかけてだんだんと良くな る。寒くなると、必然的にコーヒーの需要が高まるので、 2、3か月先の売上は例年通り、寒さと共に上がる。
		ゴルフ場(従業員)	・9～11月で特に10月の予約状況は順調である。6～8月は 長雨や暑さの影響で来場者は少なかったが、少し回復してい る。しかし、単価の面では他のゴルフ場がどんどん値引き合 戦を繰り広げており、ある程度料金を下げて提案しないと厳 しい状況となる。苦戦はしているが、現状、来客数は増えて いる。
		ゴルフ場(支配人)	・10月は地域行事が優先で、ゴルフはしないと言う人が多 く、来客数が伸びない。消費税増税が決まった今年から施行 日に向けて節約ムードが高まり、レジャー費を削減していく 人が増える。ただ11月以降にゴルフシーズンのピークを迎え るので、例年通り期待される。
	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)	・秋に向けだんだんと涼しい季節となってくるため、冬まで は利用者の増加が例年通り見込める。	
	設計事務所(代表)	・消費税増税前の駆け込み需要があり、景気はやや良くな る。	
	住宅販売会社(代表)	・現時点で来客数が増えているので、今後2、3か月後の動 きは良くなる。それから先はかなり不透明である。	
	変わらない	商店街(代表者)	・客の様子をみても、先行きは不透明である。
商店街(代表者)		・2、3か月先は気候が良くなり、客の購買意欲は高まる。 ただ今後、消費税増税や電気料金の値上げ、ガソリン価格の 高騰等が予想され、客の財布のひもはかなり固くなる。先行 きには期待がもてない。	
商店街(代表者)		・気候の変化に伴い、売上に期待したいが、消費者の購買意 欲を掻き立てる要素が、何一つない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・消費税増税案が可決し、個人所得が上がらない状況のなか、消費が活発になることはない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・来店客の話で鮮魚の小売店が少なくなっており、当店のような店を探していたという話を聞いた。少し希望が持てる言葉だった。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・来客数、販売量は好調を維持しそうであるが、穀物飼料の価格高騰により、仕入れ価格が上昇する恐れがある。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年々、売上は減少しており、何をすれば売上に繋がるのかを考えている。ただ、先行きは不透明である。景気改善策がないと小売店は今後も厳しい状態が続く。
		百貨店（売場主任）	・昨年に比べてレザー等の高級アイテムの動きが良いものの、ボリュームゾーンの商材の動きが堅調ではない。今後この状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・客の動きや来客数をみると、特に物産展やその他のイベント時は力強さがある。景気動向はこれからも変わらない。
		百貨店（営業担当）	・レジ客数が増加し、クレジット利用も増え、売上は堅調である。買上単価の減少率も低下傾向にある。また、今後は友の会の満効果と秋物のファッションウィーク、物産催事開催で客の購買意欲の回復が期待できる。
		百貨店（営業担当）	・本当に必要な物は必要に迫られないと購入しないという、先買い需要が生まれにくい状況である。秋物商戦に期待していたが、秋物の動きは非常に鈍い。特にファッション関連の動きが鈍く、この2、3か月は非常に厳しい状況になる。
		百貨店（売場担当）	・3月からの来客数をみると、前年比1%減から横ばい程度となっている。9月以降もその流れはおそらく変わらないが、若干客単価が低下している。天候要因がどう影響するか分からないが、他店をみると、以前は良かったが、現在は前年比2～3ポイント程度落ちている。当社は前年並みか前年を少し上回る程度である。前年割れの要因は今のところない。総じて現状より若干悪い状況が続く。
		百貨店（営業統括）	・消費が回復しない一番の理由は、政情不安や海外経済の不安定化等である。客の様子から今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（営業政策担当）	・節約、堅実消費の流れが定着している。秋物のプロモーションに対する反応も良くなく、実需の時期まで大きな動きはない。
		百貨店（業務担当）	・現状の動きは良いが、秋物を立ち上げる9月まで、この強い購買意欲が持続するとは思えない。処分期の価格で物を買うという堅実な買物習慣が客に定着している。
		スーパー（店長）	・売上に関して、大きな変化はみられない。結果として、大きな景気の変動にはつながらない。
		スーパー（店長）	・生鮮食料品は豪雨の影響で青果の相場が高くなり、前年比8%増で推移している。一般食料品は競合店の影響で前年比2%減となっているが、順調に回復している。客単価は前年をクリアしており、来客数が増えれば、売上も拡大する。
		スーパー（店長）	・8月はたまたま良かったが、景気が回復する要素はない。今後、総選挙の可能性もあり、政権が変わる可能性もある。そうすれば景気が上向き可能性もあるが、逆に混乱して更に悪化する可能性も考えられる。先行きは不透明である。
		スーパー（店長）	・これから行楽の時期でお弁当の材料が売れないといけませんが、来客数が前年比2%と伸びていないのが現状なので、まだまだ厳しい状態が続く。
		スーパー（総務担当）	・気温や天候が売上に及ぼす影響が非常に強い。寒さ対策関連商品も昨年とあまり変わらず、秋冬の新商品に大ヒットとなるような商品が見当たらない。
		スーパー（業務担当）	・お中元、お盆商戦をみると、ファミリー関連の売上は堅調だが、企業向けや大型品の個人消費は相変わらず不調である。ギフト関連も、より低単価傾向が強くなっており、売上点数も大幅には上昇しない。しばらくは現状維持が続く。
		スーパー（売場担当）	・特に良くなる要素がない。ディスカウント店で景気は変わらない状況なので、それ以外の業種のスーパーは厳しい。
		コンビニ（販売促進担当）	・コンビニエンスストアはほぼ横ばいできているが、量販店で売上が前年比10%減となっている。ごく一部の量販店はネットスーパーの拡大を促しているという動きもあるが、今後この状況のなかで、全体的にはほぼ横ばいで推移する。
		衣料品専門店（店長）	・店舗周辺の道路工事完成予定が11月末となっており、客の来街に期待ができない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店員）	・客の様子をみると、購買に活気がない。今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（取締役）	・景気が良くなる材料は何もない。現在の政治の在り方や方向性等が改善されない限り、日本経済の回復はない。商品を選んだり、客へのサービスを考え、企業努力をして生き残っていくので精いっぱいである。消費者も経営者も先行きに不安感を抱いている。
		家電量販店（店員）	・非常に盛り上がったロンドンオリンピックだったが、テレビの売上は全然盛り上がらなかった。今後、今注目されている太陽光発電システム等を地道に提案していかなければならない。ただこれは販売が簡単ではない。
		家電量販店（総務担当）	・購買意欲につながる商品が見当たらない。今後も厳しい状況が続く。
		家電量販店（企画・IR担当）	・主力商品であるテレビの売行きが、今後大きく伸長するとは考えにくく、依然、現在の状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金、減税が当たり前になっており、これがなくなると客の購買意欲は大きく減退する。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらず、このままの状況が続く。
		住関連専門店（経営者）	・衆議院の解散総選挙が秋口にささやかれており、政局不安が景気の先行き不透明感と連動している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・客の消費に対するマインドは、この数か月あまり変化がない。定期的に来店する客の様子を伺うと、大きな買物の予定はないと言われる。ただ、携帯電話をスマートフォンに変更する又は今後変更する予定であるという客が散見される。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンがくるが、景気の改善を肌で感じ取ることができない。今後も昨年と同じ売上で推移する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・さまざまな有効な施策が実施されれば多少上向くかもしれないが、根本的な景気回復策が図られなければ、景気は今後も変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・今年度、良い材料が見つからないため、集客及び売上が著しく低下している。今後も厳しい状況が続く。
		高級レストラン（専務）	・今のところ大きな問題はなく、人の流れも九州新幹線開業以降、変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・予約は順調に取り込めているが、世の中の流れが良くなっているようには感じられない。
		観光型ホテル（専務）	・消費税増税や選挙により宿泊が控えられるなど、景気悪化の気配を感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・本年は大型コンベンションもなく、一昨年同時期とほぼ変わらない状況である。今後、選挙の動向によっては企業、団体の動きがなくなるため、やや悪くなる可能性もある。
		旅行代理店（従業員）	・領土問題が影響し、中国や韓国方面で行き先の変更や延期が出始めている。
		タクシー運転手	・会社関係の交際費やお年寄りが病院に行く割合が減っているので、人の流れが大変良くない。また売上もこのままであれば、先行きは大変悪くなる。
		通信会社（管理担当）	・すぐに資金繰りが良くなる状況ではない。
		通信会社（企画担当）	・やや悪い状態が好転する理由が見当たらない。
		通信会社（総務局）	・政局の動向が気になるが、将来の景気判断の材料が少ない。
		理容室（経営者）	・2か月前からサービスデーを作り、65歳以上の方は平日のご来店で500円の値引きをする等の企画を行っている。そうすると、来店サイクルが早くなり、前年を少し上回ったが、涼しくなってくるとまたサイクルが伸びるので景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・あまり良いニュースはなく、経済的に伸びる話も聞かない。どうにか生活していける程度の店の売上を確保するため、もしくは生き残っていくため、皆で消費を盛り上げる必要がある。国内需要があまりにも低迷している。
		美容室（店長）	・景気が良いという話は聞かないが、店を閉めたという話は聞く。2、3か月先も変わらない。
		音楽教室（管理担当）	・今は生徒の動きがあまりないので、経済的な動きはない。9月ごろになったらまた変動がある。
		住宅販売会社（従業員）	・マンションが今から着工する物件の端境期に入ったので、他の仲介業にも力を入れているが、仲介がなかなか動いていないので、景気としてはあまり変わらない。

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	スーパー（経営者）	・東日本大震災後、客が景気に不信感を抱いており、選挙等の先行き不安もあり、景気が好転するのは見込めない。
		スーパー（店長）	・景気回復につながるような好材料が見つからない。消費税増税についても以前に比べて大きく報道され、消費者の節約志向が強まっている。販売促進活動でしか売上の増加は図れない。外的な要因でプラスになることはほとんどない。
		スーパー（総務担当）	・消費者は低価格志向に変わりはないが、低価格だけでは来客数を維持できない状況に変化している。商品に対する付加価値や更なる利便性が求められている。さらに衣料品については、一点物を追求する動きも顕著となっており、商品の価値提案が今後の大きな鍵となる。
		スーパー（経理担当）	・8月はオリンピックや猛暑の影響で販売が押し上げられたが、9月以降は例年通りに戻る。
		コンビニ（エリア担当）	・販売促進を多く仕掛け、売上回復を図るが、今後も厳しい状況が続く。先がみえない状況である。
		コンビニ（店長）	・夏にお金を使い過ぎた分、今後消費を抑える傾向が強まる。
		衣料品専門店（店長）	・最近、100円野菜がブームである。食料品については価格設定がとても重要となっている。省エネ関連商品も一通りブームが過ぎ去っており、今後は厳しくなる。
		衣料品専門店（総務担当）	・今月の客の動きをみると、これから先の我々の業界は悪くになると考えざるを得ない。
		家電量販店（従業員）	・10月までは低下してその後良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金が終了する反動で2、3か月先は今年より新車の販売台数が落ち込む。売上、利益共に減少する。販売店の経営はかなり厳しくなる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・この業界は夏休みが明けると1年で最も販売の動きがなくなる。大きなイベントもなく、年末までに変化がない以上、景気は好転しない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・中長期的に消費税増税の影響が顕著に表れてくる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・政治不信等で先行き不透明感がある。消費税増税や電気料金の値上げ等消費者の負担増があり、今後は厳しい状況が続く。
		高級レストラン（経営者）	・今のところ先々の予約の状況をみても先が読めない。予約はまだ入ってない状況である。
		居酒屋（経営者）	・通常であれば繁忙期といわれる時期に入るが、年々忘年会の回数が減り、期間も短くなっている。この傾向は変わりそうにない。
		観光ホテル（総務）	・4月から好調に推移していた売上が8月に入り急に減速し、9月以降も改善の兆しがみえない状況となっている。
		都市型ホテル（副支配人）	・3か月後の予約については出だしが悪い。単価を下げればそれなりに売れるが、良い状況ではない。
		旅行代理店（企画）	・電力会社の業績悪化の影響が周辺企業や個人の消費マインドに影響してくる可能性がある。領土問題や欧州経済の悪化等、景気悪化要因が潜在している。
		タクシー運転手	・これから先は、国の予算が執行されるのがかなり少なくなるような予想なので、そうなると景気はかなり悪くなる。
		タクシー運転手	・これからゴルフや観光のシーズンであるが、選挙の影響で、人の動きもタクシー利用もあまり期待できない。
		タクシー運転手	・気候が良くなり、タクシーの利用は非常に控えられる。また観光シーズンとなり、外でお金を使うので、日ごろの買物等では出控えがあり、タクシーの利用者は減る。
		通信会社（販売部）	・来客数の増加は夏の新品及び夏期限定の割引施策が影響しているものと考えられ、今後は次の新モデル及び割引施策が充実する冬以降に、また良くなる。
		通信会社（業務担当）	・8月からのイベントが継続して展開されるが、人気新品も一段落し、販売数は先月及び昨年より厳しくなると予想される。
		競輪場（職員）	・政治の不安定さから、景気はやや悪くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイント制度が終了し、割安感の訴求材料が減った。消費税増税前の駆け込み需要は期待薄の状況である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	一般小売店〔青果〕 (店長)	・九州地区は9、10月まで台風が多いシーズンであり、雨も多く、客の来店機会が少なくなる。政局が不安定であり、客の購買心は低下し、かなり厳しい状況が続く。
		スーパー (店長)	・2014年度の消費税増税等により、消費者の節約志向に更に拍車がかかる。
		その他専門店〔書籍〕 (代表)	・消費税増税やエコカー補助金の終了、天候不順等で景気は悪くなる。
		競馬場 (職員)	・来客数や販売量の前年比が、徐々に落ち込んでおり、今後も厳しい状況が続く。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—
		農林水産業 (営業)	・相場の底値感があり、年末に向けて販売数量、価格はある程度上がる。
		食料品製造業 (経営者)	・季節的に原料の入荷が始まり、生産量、受注量共に増える。
		家具製造業 (従業員)	・今年の後半の物件情報が増えてきたが、選挙等も予想され市場にどう影響するか不透明である。消費税増税前は一時的に需要が伸びるが、反動も大きいので、今から心配される。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・秋口にかけてはいろいろと特注や自社での企画も用意しており、いくらか景気は上向く。
		通信業 (職員)	・省エネ関連の事業が数か月先に軌道に乗る見込みである。
		金融業 (調査担当)	・計画停電を意識した節電行動も一段落し、消費税増税前の耐久財の駆け込み需要が表面化してくる。また、資金需要として、太陽光発電による設備投資も多いことからやや良くなる。
	変わらない	農林水産業 (経営者)	・秋の9～11月は冷凍食品メーカーが年末需要に向けた生産に入るの、原料肉納品については少しは期待できる。居酒屋やスーパー向けも行楽シーズンや運動会等で需要の増加が期待できる。アメリカの干ばつによる穀物の不作等による値上がりりが消費者にどのような影響を与えるか懸念材料となっている。
		繊維工業 (営業担当)	・忙しくなっていくはずなので、これ以上悪くはならない。しかし、政治の不安定さがかなり経済に影響している。
		出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・自治体における予算実行は主に10月以降を予定しており、民間企業においては長期スパンでの対応が多い。今後もこの状況が続く。
		鉄鋼業 (経営者)	・直近での成約物件をみると、建築指標が示す通り住宅物件が多く、なかでもRC造のマンションが多く見受けられる。しかし、これまでは多くみられた病院や倉庫、商業施設等の非住宅物件は減少しているようで、いつまでも分譲マンションが増加するとも思えず、建築需要の先行きに不安を覚える。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・ユーザーからの受注量が不透明であり、今のところ何とも言えない。
		精密機械器具製造業 (従業員)	・今後も今までの状態が続く。まだ受注生産計画に見通しがつかない状態である。
		輸送用機械器具製造業 (営業担当)	・得意先の生産量を確認したところ横ばい傾向となっている。
建設業 (従業員)	・業界を取り巻く環境は依然として大変厳しい状況で、今後は悪い状態で推移する。民間の設備投資も日本経済の先行き不透明感や政治の混乱状況により低迷しており、状況はそのままで。		
建設業 (社員)	・市工事はある程度発注されているが、県工事がそれほど発注されていない。ただし、9月末までの上半期の発注率を70%に設定している都道府県が、今後どういう発注をするのか期待と不安でいっぱい同業者は少なくない。		
輸送業 (従業員)	・消費税増税等により、個人の財布のひもは固くなっていくばかりだ。従って景気が良くなる要因はない。		
輸送業 (総務)	・明るい材料もあまりなく、景気は変わらない。		
輸送業 (総務担当)	・荷動きの悪い状態が続いているが、良くなるような材料が見当たらない。このままで推移する。		
金融業 (営業担当)	・建設関係の業種は、消費税増税を見越し受注の増加が見込める。ただ職人の数が足りず単価の上昇に影響を及ぼすため、良くなる様子ではない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（得意先担当）	・景気動向には大きな変化は見受けられないという点は変わらない。今後についても大きな変化はみられない。太陽光発電にかかわる設備投資といった一時的な特殊案件の相談があるだけで、前向きな資金需要による調達は今のところないのが現状である。当面現状が続く。
		不動産業（従業員）	・オフィスの賃料水準が横ばいで推移する状況が続く。
		新聞社（広告）（担当者）	・秋に予想される総選挙関連で一過性の出稿は見込めるも、通信販売以外に大幅な売上が見込める業種がなく、新聞広告業界は苦戦が続く。
		広告代理店（従業員）	・今月も前年比6.5%減と5か月連続で前年を下回っている。シェアの大きい流通関係を中心に衣料品、家具、自動車や不動産等の業種が低迷しており、売上に大きく影響した。その他に大きく落ち込みをみせたのが家電であり、前年比33.1%減となった。また、パチンコも前年比22.4%減となった。家電においてはテレビの買換え需要に対応すべく、各家電会社が駆け込みで大型チラシを大量に出稿していた。今年度はオリンピックが行われ、若干期待したが、特に出稿は増加せず、むしろ大きく減少した。
		広告代理店（従業員）	・今の状況を変えるには新しいことに取り組むしかない。今後もこの状況が続く。
		経営コンサルタント	・8月に有料のセミナーをやったが、意外と人が少なかった。2回目のセミナーを有料で企画しているが、こちらも参加者は伸びていない。セミナー等に関する投資が現在少なくなっている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・特に大きく変化する要因があまりない。消費税増税案が通過し、消費税増税前の特需の発生により、秋口にかけて若干良くなる可能性がある。それがなければどちらかと言えばギリ貧になる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の状況及び自社の問い合わせ状況から判断して、大きく上振れまたは下振れする兆候はみられない。
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・観光業界では秋の観光シーズンに向けて東日本へのシフトが顕著に見受けられ、昨年のような南九州への団体客の集客は期待できない。個人レベルの旅行が増加しているとはいうものの、業績を大幅に回復するまでの状況ではない。
		金属製品製造業（企画担当）	・政局の混迷により、特例公債法案成立の見通しが立っていない。このままいくと9月末には資金が6兆円程に減るため、政府は地方交付税等の支給を減額せざるを得ないと発表しており、公共事業が先送りになるのではと懸念している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先の声として、ここ1、2か月は設備製作の引き合いの話がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量はやや悪くなっていくのではないかと不安感がある。納期や品質コストをいかにうまく循環させるのか、あるいは実力を上げていくのが重要になっている。その教育や企業本来のものづくり、社員教育をどのように行うか努力が必要である。
		金融業（従業員）	・欧州経済の停滞や中国景気のスローダウン、領土問題が観光や貿易等経済面に悪影響を及ぼす懸念がある。エコカー補助金終了後の自動車販売が反動減となる可能性もある。政治面では政局の不安定化で、政府の経済対策が後手後手にまわり、予算執行も後ろ倒しになる恐れがあり、景気は今後やや悪くなる。
		金融業（営業）	・製造業の9月以降の受注が不透明である。大手メーカーの海外移転が進んでおり、休業日を多くとる中小企業も散見される。
悪くなる		農林水産業（従業者）	・アメリカの干ばつで穀物、飼料等が非常に不作となっており、あと2、3か月したら飼料価格は非常に値上がる。生産から販売を行っているため、非常に厳しい状況になる。
		通信業（経理担当）	・経済の方向性が国から全く示されない。国の閉塞した現状が打開されない限り、景気は悪くなる。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村で行われた直近の調査等に関する指名競争入札では、いつも低価格で入札する業者が予算の33%で入札するようになり、他の業者は追随できず、共倒れになることが予想される。発注する業務が減少し、受注もできないことで、経営が成り立たなくなる恐れがある。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・下半期に向けて企業の動きが活発で、景気は上向きになっている。

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
(九州)		人材派遣会社（社員）	・消費税増税前の需要を想定した営業展開が増え、人員を確保しようとする企業が増える。
		人材派遣会社（社員）	・中元時期は過ぎたが、それでも注文が増えている。新規オープン店舗等も続々出てくるようなので、雇用は増えてくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年の東日本大震災の復興のような特殊事情による大量の求人ではなく、今後は色々なジャンルの求人が増えるのではないかと予想される。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・現在も引き続き2次、3次の求人募集がきている。業界によってバラつきがあるかもしれないが、一般事務職を除く、建築や医療、福祉、観光、システム関係等の分野で前向きの採用が増えつつある。
変わらない		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数は前年を20%近く上回った状態で推移している。特に9、10月は夏休み明けの人事異動やお歳暮に向けての増員等、求人が活発に動く時期である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・対外問題や国政など、景気が好転する材料がない。
		職業安定所（所長）	・雇用状況が大きく改善する要素は見当たらず、原油高の影響から先行きに不透明感がみられる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・厳選採用という厳しい就職環境は、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（営業）	・企業の採用意欲が減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告をみると、アルバイトやパートの採用情報は多いが、正社員の募集は依然少ない。このことから景気は決して悪くはないが、パート雇用が中心となっている。正社員ではなく、派遣社員が中心となる状況に不安を感じる。
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の打ち切りによる反動減の影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・10月末で雇用調整による大量離職が予定されており、雇用情勢は厳しくなる。
		民間職業紹介機関（社員）	・10月施行の労働者派遣法の改正で単発派遣が困難になることもあり、派遣内容によっては派遣依頼を断る場面も想定している。業務委託への転換が可能であれば、業務内容変更の検討も必要である。
悪くなる		民間職業紹介機関（支店長）	・10月以降から年末にかけての人材需要が現時点でほとんどない。例年であれば2～3か月前に注文が活発化する動きがない。

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	－	－
	やや良くなる	観光名所（職員）	・9月は予約状況は今一つだが、10月の予約状況は良い。
		ゴルフ場（経営者）	・イベントを控えており、その終了後は反動でかなり好転するのではないかとみている。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・フラット35Sエコの低金利融資期限が平成24年10月31日で、駆け込み需要が見込めることや、将来の消費税増税の予定についての対応で、商談の進展が見込めるため、やや良くなると判断する。
	変わらない	百貨店（営業企画）	・やや良い方向で現状維持できるものと判断している。今後9～10月にかけて、一部フロアで改装計画があり、改装前の売り尽くし、リニューアルオープン等で動員を予定している。
		スーパー（企画担当）	・競合の影響も懸念されるが、青果や水産が好調に推移し、前年並みに推移する見込みである。
		スーパー（販売企画担当）	・競合店の出店や異業種との競争も激しくなっているので、しばらくは来客数増は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・景気を反映して衝動買いをする客が減少しており、必要なもの以外は手にしない傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・競合店が出店したが、前年の来客数はクリアできる見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・台風の接近等で8月は苦戦とみるが、先行きに大きな不安感はない。現在の状況は継続すると判断する。

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
		衣料品専門店（経営者）	・今月も前月からセール期間が続いているが、客が慣れてきたようで、売上に繋がっていない。次の季節商品群に期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる理由も悪くなる理由もみつからない。世の中に明るいニュースが流れれば今よりもっと景気は良くなるとみる。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・8月は夏祭りの日程の変更や、毎週のように接近する台風があり、例年より来客数が減少した。夏休みの売上は前年より少しは良いかな、という状況である。秋口以降は県の交付金等の活用に期待したいが、当面は現状維持が続きそうである。
		住宅販売会社（代表取締役）	・近隣諸国との関係、国内の政治状況の不安定さをみていると、「景気は気から」とも言うように、心理的に景気が良くなるとは見込めない。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・稼ぎ時の6～8月は天候により大きく左右され、売上減に直結し、前年と比べると減収減益となる見込みである。この先半年間の体力が温存できなかった分、今後は厳しくなる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・夏休みが終わり、子供たちや観光客の減少など、ますます売上減の要素しか無い。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現在の予約状況の動向から予測すると、ほぼ前年並みの稼働率が予測される。
		通信会社（店長）	・冬商戦前の買い控え時期は、今よりは落ち着くと予測できる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・観光客の消費単価は減少し、また地元の物販店は付近の大型店に客を取られていくと推測する。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新装開店の店に行列ができるが、引くのも早い。客がもっとも食いつきがよいのが、高品質食材で超低価格で提供している目玉メニュー、食べ飲み放題などである。評判は良いが、平日の地元客がさっぱり外食に出てこない。
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・当方に客が来社しての新築住宅の相談件数が増加している。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・大型の公共工事が無く、民間は横ばいの見通しである。
		輸送業（代表者）	・伊良部架橋・新石垣空港等の大型工事は終わりを迎えるが、農水関連や周辺工事で、今年度までは大きな変動はないとみられる。
		輸送業（本社事業本部）	・夏場の商材は年間を通して特に多く、秋から冬にかけては減少する傾向にあるが、取引先の新規出店等の情報もあり、取扱の減少を補てんする環境が見込める。
		通信業（営業担当）	・特に景気が良くなる要因も悪くなる要因もない。
		広告代理店（営業担当）	・いわゆる一括交付金バブルである。ポイントは、交付金の活用による県経済への波及効果をどの程度高めることができるか、だとみている。
		会計事務所（所長）	・東日本大震災後、精神面では明るさを取り戻しているとみるが、経済的には国民全体はまだ回復していない感じがする。
	やや悪くなる	食料品製造業（管理部門）	・中元ギフト及びバーベキュー等の季節需要が終了し、売上が減少する。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・IT関連企業や本土系企業、接客業及び販売業を中心に求人意欲は堅調である。しばらくは、この状態が続くと見込む。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・これからは採用を考える企業が増えてくることが予想される。
	変わらない	○	○
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・政治の不安定は、そのまま生活環境へと反映される。身の回りでも景気の良い話が聞こえてこない。先行き不安である。
	悪くなる	—	—