

・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	家電量販店（経営者）	・消費税増税前の大型商品の買換え需要への期待がある。さらに、電気料金の値上げにともなう、冷蔵庫、LED等の省エネ商品の買換え需要もプラス材料となる。	
		観光名所（従業員）	・これからオフシーズンとなるが、台湾を主力とする外国人観光客の勢いに衰えは感じられない。台湾への定期便も10月からの冬季ダイヤが今年初めて1便増便されることになっており、期待が持てる。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の時期が明確になれば、増税されるまでは消費が活発になる。	
		商店街（代表者）	・観光に関しては、今後3か月の予約状況から、順調に推移する。ただし、観光の国際化が進むと、世界情勢に大きく左右されるため、安定的な経営は難しい。過去にも米国の大手金融機関の破たん、東日本大震災、中国の暴動などで多大な影響を受けている。観光以外では、北海道の一般消費がいまだに停滞していることが気掛かりである。そろそろ現政権の経済対策等の効果が出始めても良い時期だが、誰も景気が良いとは言っていないのが気にかかる。ただ、誰も最悪だとは言っていないのが救いである。	
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・大雨の被害が全国的に発生しているにもかかわらず、日本人観光客が10数年ぶりに増えている。ただし、現在のように原油価格や企業の経費が上がっている状況のなかで、消費税増税が行われることになれば確実に足を引っ張ることになる。	
		百貨店（売場主任）	・来年4月の消費税増税が決定されそうなため、年末年始のギフト需要と高額品を購入する動きが強まる。	
		百貨店（売場主任）	・前月は天候要因と休業導入の影響などから、前年割れしたものの、今月については天候要因こそあったものの、前年実績に届きそうなため、若干とはいえ景気が上向いている。	
		百貨店（販売促進担当）	・来春の消費税増税を前にした駆け込み需要が見込まれるため、宝飾品や時計、海外ブランド品などを中心とした高額商品の売上が拡大する。	
		スーパー（店長）	・年末商戦はまだ消費税増税前であるため、おせち、クリスマス関連、ギフト関連でこだわりの商品を自分へのご褒美としたプチぜいたく傾向が続く。特にシニア層の購買意欲は高い。	
		スーパー（役員）	・製造業を中心に求人が増えているようであり、従業員の採用が難しくなってきた。	
		家電量販店（店員）	・消費税増税を控えての駆け込み需要が期待できる。	
		家電量販店（地区統括部長）	・デフレ感がますます緩和されるなか、消費税増税前の駆け込み需要が年末に始まることになる。	
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の投入予定が近いことに加えて、消費税増税を控えての前倒し需要が見込まれることから、多少上向きに転じる。	
		タクシー運転手	・観光客や夜の繁華街の人出が多くなっているため、タクシーの利用も増えることになる。	
		通信会社（企画担当）	・客との雑談のなかで、企業業績回復にともなう冬季賞与の増加や給与の増加の話が出てきており、冬に通信機器を買い換えたいという声がかえり始めている。	
		住宅販売会社（経営者）	・公共工事が少しずつ増えてきているほか、2020年の東京オリンピック開催も決定したことから、先行きのムードが非常に良くなっている。	
		変わらない	商店街（代表者）	・秋冬物のピークを迎えるが、来年の消費税増税を控えて、バーゲン時期まで買うことを我慢する客が増えることになる。
			商店街（代表者）	・消費税増税の問題が現実味を帯びてくるため、今から生活防衛の行動が起きることになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・11月は中心街を訪れる観光客が増加する根拠もないため、飲食及び土産等の観光客に比較的依存するような業種の売上増加は見込めない。また、地域住民も生鮮品や生活必需品を除けば、買い控え、出控えをする月であるため、最小限の売上しか期待できない。
		百貨店（売場主任）	・10月に入り、消費税増税の結論が出ることになるが、円安による灯油価格値上げの影響もあり、客の財布のひもは固くなる。ただし、前年の暖冬の反動で、ジャケット、コートの動きが少しは期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・今月の来客数の増加は微増であり、今後も一本調子の上昇は見込まれない。消費マインドは上向きが感じられるものの、可処分所得が増加しないため、今後、頭打ちの不安がある。
		百貨店（役員）	・今月の売上増加は、気温に影響された数字の回復とみられ、景気そのものが良くなっているとは感じられない。
		スーパー（店長）	・消費税増税を控えて、消費マインドが高まるとみられるが、一方でそこまで変わるのかという不安もある。
		スーパー（企画担当）	・所得環境がなかなか好転しないなかで、電気料金、ガソリン価格、灯油価格等の生活インフラを支える各種料金の値上げにより、家計の圧迫度合いが日増しに強まっている。顧客の低価格志向はますます強まっており、この先の消費動向に明るさは感じられない。
		スーパー（役員）	・この数か月、売上が前年よりもやや上向いているが、今後については消費税増税が控えているため、消費支出が大型商材にまわる可能性が高く、食品関係の消費支出がやや減ることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・生鮮などの生活品は前年以上の動きだが、単価の高い酒やたばこなどの嗜好品の減少が大きく、全体売上を引き下げている状態が続いている。年末に向けて、嗜好品の売上構成比が高くなるため、影響が大きくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候が回復しており、1次産業の遅れを取り戻せることになるが、ここ数か月の流れからせいぜい前年並み確保とみられる。そのため、食料品マーケットにおける年末商戦の動きは渋くなる。
		衣料品専門店（店長）	・当商店街で働いている人や客との会話から、今後も変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・原油価格高騰の影響が心配される。
		衣料品専門店（店員）	・消費税増税を前にして、新作きもの展示会での反応は良かったが、これから冬に向かって、電気料金や灯油価格、ガソリン価格の値上げにより、家計は圧迫されることになる。
		自動車備品販売店（店長）	・車業界では前年キープがポイントになっているのが現状であり、景気が悪いとは感じない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・消費税増税や年金支給額の減少等、消費意欲を向上させるような政策が見えてこないため、今後も変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税が伝えられて、胸に不安がよぎる。消費税増税前に高額品を購入することで、外食代が抑えられることになりそうで気が気でない。ここ数年、店の周辺に大きなマンションが建ち、高齢者層が増えたことから、集客増を狙ったが、食料品店は繁盛しても高級レストランにはあまり影響がない。
		高級レストラン（スタッフ）	・道内の景気があまり上向いてこないなか、特に本市においては人口減少に歯止めがかからないため、今後も変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・今後も円安傾向が続けば経費負担が増加することになる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・10～11月は上半期の好調を維持できるとみられるが、12月については前年に開催された大型イベントが今年は催行されないことがマイナス要因となる。
		旅行代理店（従業員）	・予約状況は来春まで早い立ち上がりを示しているが、先の予約が入るばかりで、直近の需要が増えないため、多忙な割に収益が伸びていない。
		タクシー運転手	・今後も景気の下げ止まり状態が続く。
		観光名所（職員）	・景気回復が中小企業まで浸透するには、まだまだ時間がかかると思われる。
		美容室（経営者）	・年末を控えて期待したいが、灯油価格やガソリン価格の高騰が続くようなため、あまり楽観視はできない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・観光の繁忙期が過ぎて輸送量が減少しているため、今年についても例年どおりの動きになるとみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・現在、分譲マンション市場では、消費税増税を見越しての駆け込み需要が増えており、来年4月まではこの状況が続く。ただし、建築費の高騰により分譲マンションの販売価格も上がり始めており、需要に対して負の要素が顕在化してきている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の動きや冬期に向かったの灯油価格、電気料金などの値上げが消費心理に影響を与え、消費行動は鈍化することになる。特に高齢者は守りの体勢を強くすることになる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・来月早々には消費税増税が確定するとみられ、耐久消費税や大型商品であれば駆け込み需要が見込めるが、飲食店の場合は急いで食べたり、飲んだりということにはならず、むしろ買い控えや節約ムードが先行することになる。当店は外食産業が潤わなければ、売上が成り立たないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・消費税の動向が決まった後の顧客の動向が読めない。消費税増税が決定されることになれば、前倒しの需要が生じるが、消費税増税後の落ち込みからの回復には時間がかかるため、先行きの景気は低迷する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・石油製品価格が高値で推移しているため、今後についてはやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税にともなう駆け込み需要がある時は良いが、飲食業界では材料価格が値上がりしており、価格を上げざるを得ないため、ますます売上が落ち込む。一部しか景気は良くならない。
		旅行代理店（従業員）	・12～1月にかけては閑散期となり、目玉となる観光要素も特にないため、当地を訪れる観光客の需要が減少する。
		タクシー運転手	・現状は若干持ち直している状況にあるが、物価が値上がりしてきていることで一般消費者の警戒感が非常に強くなっており、今後、秋から冬にかけて需要がやや冷え込むことになり、今よりも景気が悪くなる。
		タクシー運転手	・今後後半から売上が少し落ちてきている。これから観光客の入込が少なくなる時期のうへ、物価も上昇しているため、タクシーの乗り控えが起り、やや悪くなる。
		タクシー運転手	・今後の予約状況が、前年よりも若干減少している。
		パチンコ店（役員）	・電気料金の値上がりによる影響が懸念される。また、観光地、行楽地では、鉄道トラブルにともない客足が減少することになる。
		美容室（経営者）	・今後、灯油の必要な季節になるが、灯油価格の値上がりの話が出てきている。また、電気料金やガス料金の値上がりもあり、今後、消費を引き締めていくとの話を客から聞くことが増えている。収入の増加よりも支出の増加が上回るとの雰囲気が出てきている。
		悪くなる	その他専門店〔医薬品〕（経営者）
企業動向関連 (北海道)	良くなる	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・今後、政府により、さらなる景気対策が実行される公算が高いため、今後については良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・年末の賞与の増額が期待できるため、消費が拡大することになる。
		家具製造業（経営者）	・停滞していた請負物件が活性化してきたため、今後についてはやや良くなる。
		輸送業（支店長）	・秋の繁忙期を迎えて、建築製品の流通に物流と人材が対応しきれない状況にある。燃料価格の値上がりに対する顧客協力にも前向きな対処を進めている。消費税増税等の一過性の要因もみられるが、中期的展望として、被災地復興や東京オリンピック開催に向けた需要に期待できる。
		通信業（営業担当）	・足元での販売量が好調なほか、先々の商談数も前年から10%以上増加しており、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）	・緩やかではあるが、受注量が増加傾向で推移しているため、今後も3か月程度は現在の増加傾向を維持できる。

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
	変わらない	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・様々な業種から新規案件の話が聞こえ始めている。
		建設業（経営者）	・官民、土木、建築、住宅のいずれもフル稼働の状態が続く。工程が遅れ気味でばん回が難しいほどである。ただし、人手や機械の不足、資材単価の高騰で採算面が厳しく、豊作貧乏となることが懸念される。
		輸送業（営業担当）	・地域差はあるが、台風18号通過後、海水温が下がっていることで、さんまや秋さけの漁獲が順調になってきており、今後については期待できる。
		金融業（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が活発となり、高額商品などの売行きが増加する。冬を控えていることから、公共工事も一段と増加する。ただし、原材料価格や電気料金の値上がりで、収益面ではさほど期待できない。
		司法書士	・景気回復が明確に見えてこない状況である。消費税増税以外にも様々な問題があり、今後については状況を見極める必要がある。
		司法書士	・消費税増税が決定的なことに加えて、円安の影響でガソリン価格や灯油価格なども値上がりしている。マインド的に景気が悪くなるという気持ちは薄いとみられるが、当地はこれから長い冬に向かうため、現実的には財布のひもが固くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・顧客を取り巻く仕事量や環境が整っているため、引き続き期待が持てる。
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・消費税増税の判断を直前にして、建設会社では今後の工事総量を意識してか、これまでの強気の姿勢から一転して、値引きも検討して工事契約を締結する動きが出てきている。
		司法書士	・都会での一部の景気回復にともなう不動産売買や建物新築の増加が伝えられているが、地方ではいまだ景気回復の兆しはみられないため、今後も不動産取引や建物新築の増加は期待できない。
	悪くなる	食料品製造業（役員）	・主要得意先の売上が落ち込んでいるうえ、大口商品が終売となるため、今後については悪くなる。
雇用 関連 (北海道)	良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・年末商戦のための人材確保や駆け込み需要に対応するアルバイト、パートの求人がこれからさらに増えることになる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人ニーズや派遣ニーズが増加している状況が今後しばらくは継続する。経営者は先行きへの期待感が強くなっているようであり、ここで新たな展開に着手しなければという意識を感じる。
		職業安定所（職員）	・大規模な経済対策の効果が出てきているとみられ、当面は求人数の増加傾向が続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人が増えているが、就職件数が増加し、賃金水準が向上しなければ景気は変わらない。2～3か月後では変化は少ない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・5月の連休明けより土木建設関連の求人決定率が著しく減少している。さらに、6月末以降はサービス業にも波及しており、現在は全業種で人手不足感が深刻化している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・一部で大幅に求人が減少している業種がみられるが、全体としては前年比プラスを維持している。ただし、プラス幅は以前ほど大きくはない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・相変わらず募集側の求人ニーズの高さと比較して、求職者の応募意欲は低い。募集をしても応募状況が良くないため、せつかく上向きかけている企業活動に悪影響を与えかねない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・これから厳寒期を迎えるが、消費増税前の駆け込み需要、公共事業拡大等の効果で地域の雇用環境への恩恵も継続する。ただし、ここ数年の求人は、有期雇用、期間雇用が多数を占め、安定的な雇用環境を提供するまでには至っていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・前月までは現政権の経済対策への期待感などで、企業側も求人や採用に前向きであったが、消費税増税の影響なのか慎重姿勢がみられるようになってきており、しばらくは現状維持で推移する。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・景気回復への期待感が薄れており、先行きが不透明である。賃金上昇もまだ先のこととみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	衣料品専門店（店長）	・消費税増税が決まれば、4月以降を含めてスーツや礼服を購入しようと思っている客が今年末あるいは年初めくらいから動き出し、需要の前倒しが起こってくるのではないかと予測している。
		乗用車販売店（経営者）	・11～12月に更なる新型車の発売予定があり、期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・年末年始に向けての購買活動、サービスの享受計画に期待感があり、企業の仕掛けも進んでいる空気がある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今が底で横ばいの状態である。暮れにかけて多少の動きがあるとみられるが、それも不透明である。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・冬に向けて、商品販売は期待できないと思っていたが、徐々に打ち返しの注文が多くなり、新綿での布団注文も増えてきている。新築のカーテンの注文もいただいているので、売上が伸びることを期待したい。
		百貨店（企画担当）	・年末にかけて消費税増税前の駆け込み需要が徐々に増え始める。また、少しずつではあるが、冬の賞与の増額などで、経済政策のプラス効果を実感する層が拡大してくるとみている。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮商戦は、前年のお歳暮、本年のお中元と前年割れが続いており、今期も大きく売上を伸ばすのは難しいとみられる。一方で、消費税増税に伴う駆け込みの動きが始まることと予測される。個別案件としては、今秋食品の改装が行われることから、売上を伸ばす要素はある。
		百貨店（経営者）	・「建設業や製造業の関係者はオリンピック効果で当面仕事に困らないだろう」と言う人が出てきている。消費税増税もあるが、今後給与が上昇することにより、売上が上向くことに期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・前年比で底をついた印象がある。天候が平年並みに戻れば、来客数の回復も期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・東北、特に宮城県内では地元プロ野球球団の優勝により消費に若干の好影響が出てくる。
		衣料品専門店（経営者）	・冬物で単価が上がることで消費税率アップ前に買物をしようという心理ははたらくのではないかと予想する。
		衣料品専門店（店長）	・気候という外部要因に関して、暦通りに推移する旨の予報が出ているなか、カジュアル衣料を中心に早い立ち上がりを見せており、ビジネス衣料と共に前年を越えるニーズが見込める。
		衣料品専門店（店長）	・来客数と販売量は以前と変わらないが、単価が少し上向きの傾向にある。
		乗用車販売店（経営者）	・昨今の景気の上向きを背景に新型車投入効果も加わって、個人客、法人客共に客足は戻りつつある。そして、消費税増税前の駆け込み需要の発生も予想され、今後、10%前後の前年越えが期待できそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の動向に左右されるとみられるが、今後発売予定の新型車の効果も相まって販売台数の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が続くとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・新車が発表された影響で、他のメーカーからの乗り換えによる新規での来店などが間違いなく増えている。これからも数か月はこの状態が続くとみられる。
		乗用車販売店（店長）	・各社、増税前セールを敢行しているので来客増が見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	・耐久消費財は高額品なので、消費税増税の駆け込み需要はあるとみている。また、新築需要にも期待したい。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税の関係もあって駆け込み受注が幾分あるとみている。しかし、利益が大いに期待できそうな話は聞かれない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・今後の秋冬物の動き、特に防寒着の売上を期待している。値段の安いものよりも機能性の良いもの、より性能の良い物を求めている人も多くなっている。質の高い商品を展開して顧客のニーズを掘り起こしていきたい。		

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		
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年の9月よりも残暑が緩やかであり、パンプスやショート丈のブーツ等の靴や靴下、バック等、秋物の服飾雑貨の動向が好調である。今後、付随して衣類の売上も伸長が予想される。		
		一般レストラン（経営者）	・8、9月という期間が非常に低調だったので、これ以上下がるとビジネスとしては限界に近い。東京オリンピックが決まったので、精神的な要因で多少は上向くのではないかと期待している。		
		スナック（経営者）	・これから年末に向けて、ボーナスも出るのでは、少しずつ人が出てくるのではないかと。いかんせんこの状況なのであまり大きな売上は期待できそうにないが、少しは良くなるのではないかと。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・8、9月の豪雨で客の当県へのアクセスがかなり制限されていたが、ここにきて新幹線及び在来線も順調に回復しているので、デスティネーションキャンペーンに向けては非常に良い材料がそろったことになる。加えて今のところ天気が良いので、客は当市とはいわないが、当県にはかなり来ると判断される。		
		旅行代理店（経営者）	・消費税が8%に上がる前に需要が少し伸びてくるとみられる。一時的なものかもしれないが、景気は2、3か月後はいったん良くなる。ただし、4月以降が心配である。		
		旅行代理店（店長）	・消費税導入決定に伴う駆け込み需要が、少なからず個人消費を向上させることが予見される。		
		通信会社（営業担当）	・秋口の旅行業、食品の伸びは良くなるとみている。また、消費税増税前なので消費動向は上向くと考えている。		
		通信会社（営業担当）	・恒例の年末キャンペーンの展開による効果もあって、年末に向けて、特別番組の視聴希望者や、インターネットの格安コースの申込者が増えてくると予想される。		
		通信会社（営業担当）	・アベノミクス効果の地方への波及に期待している。		
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税前の前倒し需要もあるとみているが、来春の揺り戻しが心配である。		
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税の動きに反応したリフォームの問い合わせが急増している。		
		変わらない		商店街（代表者）	・4月からの消費税増税が決まったようである。このマイナス面というのは否定できない。当地に関していえば、地元プロ野球球団優勝の効果も期待できるので、年内は何とかこの状態が維持できるのではないかと。
				商店街（代表者）	・そろそろ消費税に対する表示方法対策の話が出てきている。電気料金金のこともあり、商店街全体としても今一つ明るい展望がひらけない。
				商店街（代表者）	・10月、11月にかけて紅葉のシーズンが始まり、観光客、特に個人の観光客が増える。また、中心街区にあるビジネスホテルの稼働率が大変良くなっている状況から、地域外からの客の買物など、いろいろと期待が持てる。特に飲食に関しては大いに期待している。
商店街（代表者）	・来年4月に消費税率引上げの可能性が高いが、商店街各店では大きな駆け込み需要も期待できず、引上げ後の購買力低下を心配している。				
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・天候不順のために、農作物の収穫の状況が発表にならないことにはムードが盛り上がらない。また、ディスカウントストアの開店等により、単価の低落傾向がみえる。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・街がにぎやかになる要素は今のところ何も見つからない。売上、来客数、販売量、客単価のいずれも変わらないと予測している。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年に入り、売上が前年比約103～108%の状態が続いている。よほど給料が上がるなどの変化がない限り、現在の状態で推移していくのではないかとみている。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリンやパンなど生活必需品の値上げがニュースになっており、年金暮らしの客層は、早くも節約など生活防衛に走っている様子である。				
百貨店（売場主任）	・消費税に絡む動きが少しずつ出てくるとみているが、現状では把握できない。				
百貨店（総務担当）	・消費税増税の影響がどこまで出るかというところで、先行きの見通しがつかない。				
百貨店（買付担当）	・アベノミクス効果で売上を含めて販売も上向くかと期待したが、地方まではまだまだ実感がなく、そこまで伝わっていないという状況である。				

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
		百貨店（経営者）	・電気料金の値上げ、原発汚染水問題などマイナス要因が多すぎる。中央と地方の格差がますます広がっているようである。アベノミクスの恩恵は一部大企業や特定高所得者限定で地方のそれ以外は悪化している。
		スーパー（経営者）	・消費税増税決定も急に購買意欲は下がらないとみている。
		スーパー（経営者）	・10月は消費税増税の話や食料品の追加値上げなど、消費抑制要因がある。最低賃金の改定もあるが、それ以上に高止まりの電気料金の負担は大きい。同業他社のほか同業異業態との競合も厳しさを増している。消費拡大要因も見えてこない。投資拡大のための一段の規制緩和のほか、法人税減税や財政、金融の各政策が企業の投資マインドに良い影響を与え、所得の上昇に結び付くことを期待したい。
		スーパー（店長）	・食料品等の値上げで、節約志向は更に高まる。また、消費税増税に加え、競合店の出店も控えている。景気が上向く要素は全くなく、今よりも状況は厳しくなる。
		スーパー（店長）	・例年並みの天候、気温で推移していけば、農水産物の出荷が安定し、販売価格も安定してくる。しかし、景気に関しては横ばいで変わらない。
		スーパー（店長）	・販売量及び来客数が変わっておらず、この先も現状と変わらないとみている。
		スーパー（物流担当）	・競合店の新規出店や競合既存店との価格競争、商品価格の値上がり等、需要が上向く要因がない。
		コンビニ（経営者）	・客単価、買上点数は前月同様にアップしているが、来客数が2か月連続で減少している。客単価や買上点数アップに注目すれば個人消費は良好といえるが、先行きの予想は難しい状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数増の要因が特に見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境が激変しており、一巡するまではこの傾向が続くとみられる。
		コンビニ（店長）	・近隣にも競合の動きはないので、冬までは売上も現状維持できる。
		コンビニ（店長）	・アベノミクス効果への期待も薄く、近隣の競合店の状況にも大きな変化はない。
		衣料品専門店（経営者）	・以前のように消費税の増税が決まったからといって、駆け込みの購買が増えるような気配は全くない。
		衣料品専門店（経営者）	・アベノミクスの言葉だけが先行し、実態がなかなか見えてこない。オリンピック誘致も東京近辺だけが潤うと予想している。
		衣料品専門店（経営者）	・客も季節替わりの準備に戸惑っているようで、予測がつかない。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税が首相より10月に発表される予定であるが、それにより消費行動がどのように動くかが問題である。ただし、高額商品の業界に絞られるのではないかとみている。
		家電量販店（店長）	・来客数が少ない。また、即決で商品を決める客も少ない。
		家電量販店（店長）	・今すぐ買わなければならないような商品があまりない市場のなかで、買換え需要の奮起が必要になるが、これといった商品も思い浮かばない。
		家電量販店（店長）	・冷蔵庫やテレビ等の一部の商品で単価の高いものが売れているので、需要が持ち直しているのは間違いない。しかし、家電製品の買換え需要以外で新しい需要が生まれているということは特にない。米国大手の新型スマートフォンのようなヒット商品が出れば売上に寄与するが、そういったヒット商品を待つ状態ということで、業界としては伸びもせず下がりもしない現在の状態が続く。
		住関連専門店（経営者）	・消費税の増税については必要性を認識しているものの、その影響を非常に危惧している。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・購買意欲のある客の数があまり増えていない。必要最小限の買物で済ませているようである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料全体が高くなっているため、客の買い控えや節約傾向が強まっている。今後も同じような動きが続くことが予想され、販売量が伸び悩むと考えている。極端な寒波が来なければ回復は難しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・アベノミクスとオリンピックの相乗効果で、日本全体では良くなるとみているが、当県は原発事故収束に向けて良い方向に向かわない限り、景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・劇的に回復していくような要素が無い。
		一般レストラン（経営者）	・特に良くなる要素も無いし、悪くなる要素も無い。
		一般レストラン（経営者）	・忙しい日もあるが暇なことも多いので先が読めないが、変わらないのではないかと予想している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・週末が一杯の日もピンポイントにはあるが、月間トータルの集客については前年よりも増えていない。これから1番の繁忙期に入るが、一進一退の状態が続くとみられる。
		観光型旅館（経営者）	・紅葉期になるので来客数の増加は期待できるが、例年のことであり、オンシーズン以外の予約は動きが無い状況である。平日の宿泊予約は相変わらず低調に推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会等は週末を中心に定例の大型物件で埋まっているので、平日の受注状況次第である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・最近高単価の洋食コースの売行きが良いので、クリスマス、おせちの販売に好結果を期待している。
		タクシー運転手	・短期の仕事だけで安定した長期的な仕事がなく、そのために仕事に就くことができないというような話を乗客からよく聞く。
		通信会社（営業担当）	・消費税率が上がるので景気向上は望めない。
		通信会社（営業担当）	・なかには良い企業もあるが、全体としては現状を大きく変更するような材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は出てくるものと想定しているが、多くの消費者は今年末まで様子見が多いのではないかと。また、増税後の反動が恐ろしい。
		観光名所（職員）	・団体客の予約も例年より少ない状況であり、今後も厳しい状況が続くそうである。
		遊園地（経営者）	・地元プロ野球球団の優勝など明るい話題もあるが、エネルギーや諸物価の値上がりがかが家計にどう響くかが懸念される。
		競艇場（職員）	・年末に向けて目玉となる商品はあるが、それを除いた通常商品の売行きはそれ程の変化はない。
		美容室（経営者）	・今年の春以降、客の来店サイクルは、以前より若干幅が大きくなっているもののそう変わっていない。現在の状況はしばらく続くともみている。
		設計事務所（経営者）	・住宅に関しては、このまま少なくなっていくとは思わないが、一時期のような勢いはなくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・受注は取れても、現場の協力業者の手配がつかない状態である。完成工事までの工期が即決出来ない状態で、資金の回転が悪くなっている。
	やや悪くなる	百貨店（経営者）	・冬季については、暖房用の灯油等燃料費の支出が高くなるため、現状のガソリン価格高騰のマイナス影響が更に大きくなるものとみられる。
		百貨店（売場担当）	・百貨店の売上は天候に大きく影響される。この冬は寒いとの予報から推測すると、降雪で交通が麻痺し来店に影響さえ出なければ冬物商戦は成功する。しかし、商圏内にファッションビルが11月にオープンすることから、客の関心が新しいブランドや店に行くことは否めない。百貨店にはないプライスや新しさなどから、入店が減ることも懸念される。防寒アイテムの打ち出しや百貨店ならではの取り組みをし、動員をしっかりと確保したい。
		スーパー（総務担当）	・スーパー業界の競争がより激しくなっている。既存店の来客数は前年より大幅ダウンしている。特に花、ベーカリー、乳製品やデザート類などの洋日配、し好品の売上が大きく落ち込んでいる。この傾向は今後も続くのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・今の段階ではかなり目的買いが主で、衝動買いが減っている状態である。この先も今より徐々に悪くなっていくのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・客の財布のひもがゆるむ傾向はなく、必要なものだけの購入で余計なものを買わない。たばこも低単価のものに流れていて、客単価を落としている。
		コンビニ（店長）	・10月から小麦や輸入食品等の値上げが本格化する。9月から電気料金が上がっているなかで、収入が一向に上がってこないという状態が起こっている。ややデフレに振れつつあるので、やや悪くなっていくと確信している。

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（店長）	・9月は決算月ということで乗客数も伸び、販売量にもつながったが、これからの時期は毎年落ち込むことから現在よりは状態が悪くなると考えられる。
		住関連専門店（経営者）	・当店で仕入れている商品のほとんどが値上げになっている。当店は小規模がゆえにすぐには価格に値上げ分を転嫁できないと思うので、利益が低下するのではないかと懸念している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の収穫時期になり、地元飲食店の来客数が落ち込むと予想される。また、米の収穫量は前年と違い平年並みとなりそうだが、価格が下落するとみられるので、営業面では悪い方向にいくと予想している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・輸入酒を先頭に値上げの通知が多々来ている。値上げ幅も、大きいものでは約千円上がる商品もある。消費者からはしかたがないと言われるが、これからどこまで消費者が受け入れてくれるか不安である。世間では前向きな話も聞くが、地方はまだまだ先行き不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・10、11月と年末前までは例年動きがない時期であり、良くなる要素も無い。また、東京オリンピックが決まり、作業員も相当東北から東京に流れて行くと予想される。
		一般レストラン（経営者）	・増税は庶民にとっては慣れるまでに多少時間がかかる。ましてや、毎日の買物に響く項目の税金なので、早い時期から気持ちのなかでは値上がり感が出てしまい、ぜいたく品や値段の高い外食などを控える人が多くなる見込みである。今の段階で客の話のなかにその話題が出ているので、少なからず影響はある。
		観光型ホテル（経営者）	・10、11月は秋の観光シーズンだが、客足が伸びず、いずれの月も前年比約2割減である。復興支援後の反動で地域全体に客足が向いていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月の電気料金に続き、10月以降の食品関係の値上げは、飲食業には非常に大きなダメージになる。これから法人需要が活発化するが、規模が縮小しているなかで数をこなさなければならぬ。さらに、単価も依然低迷しており、婚礼についても規模が非常に小さくなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・震災特需はほぼ止まり、乗客数、宴会数共に震災前の状況に戻っている。今月、来月の先行予約も前年を下回っている。
		タクシー運転手	・消費税増税の話題が耳に入ってくれば、客の乗り控えがますます多くなる。
		通信会社（営業担当）	・物価が上昇しており、財布のひもが固くなってきている。特に携帯電話については売行きが伸び悩んでいる。10、11月も期待できそうにない。
		テーマパーク（職員）	・来年4月からの消費税8%の影響と、家庭への利潤の影響度が少ないことにより、買い控えに転じると予測する。法人税が減税になっても企業は借金返済に回すだけで、社員所得への影響は少ないとみられる。
		観光名所（職員）	・客に購買意欲はうかがえるが、いかんせん人が出歩かない。消費税導入を巡って、今後世の中がどうなるのかと客自体が様子見をしているような状況なので、この先も変わらないか、もしくは導入によりやや悪くなる気がする。
美容室（経営者）	・今まで頻繁に来店していた客が1000円カットに行くようになったため話を聞くと「物価や燃料費が高いので、美容室はぜいたくだから少し節約しないと」ということであった。食料品やガソリン代は絶対必要なので、美容室代から節約するということであった。まだまだ景気の回復には至っていない。		
悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込みの購買意欲が無い。	
	スーパー（経営者）	・10月1日に消費税増税が決定されると、先行きに対する不安に加え、可処分所得が増えないなかでの増税のため、財布のひもは更に締まってくる。	
	スーパー（店長）	・今後、競合他社の出店が予定されており、競争がますます厳しくなるなか、円安の影響により仕入原価が上がり、粗利益が取りづらい状況にある。さらに、電気料金などの値上げによる販売管理費の増加と経営的にはかなり厳しくなることが予想される。	
	コンビニ（エリア担当）	・人口が減るイコール来客数が減ることである。収入も増えるわけでは無いので、消費は冷え込み、活気が出ることはない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（経営者）	・前年までのシーズン別データは業界では使えなくなっている。通年年末までは年間の何度目かの売上増の山を迎えるが、9月の現状を見る限り、山は無いような気がする。
		観光型旅館（スタッフ）	・冬期に備え売上を確保したいが難しい。売上を確保できないまま冬期に突入すれば深刻な状況となり、より厳しい判断をしなければならない時がくる。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先の設備投資増強による波及効果が確実に出てきている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地元プロ野球球団のリーグ優勝の経済効果に大きな期待を持っている。市内飲食店、各観光宿泊施設への好影響は必至である。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・2、3か月先というところでは、自社のニット製品はシーズンに入るため、店頭では売行きが良くなるはずであり、今よりは良くなると予想される。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末に向けて、若干の需要喚起があるとみている。
		建設業（従業員）	・年末にかけて、主に国・地方自治体から発注される大型復興案件が多数見込まれている。なお、既にその一部は現時点で発注されている。
		輸送業（経営者）	・10月以降の物量増が見込まれる状況にある。また、2020年東京オリンピックの開催も決まり、環境的にも明るさが出がえるようになってきている。
		輸送業（従業員）	・震災以降少しずつ回復傾向にあるが、大きな変動要因が見当たらない。
		広告代理店（経営者）	・消費税率変更に伴い、表示変更による案件が、今後増加する。
		広告代理店（経営者）	・受注量が増加している。
		経営コンサルタント	・東北、とりわけ宮城県では地元プロ野球球団のリーグ優勝を商機とする各方面での企画が実現する。
		公認会計士	・建設業関係を中心にして、復興関係の需要が増加するとみられる。
		金属工業協同組合（職員）	・受注案件（見積）は増加してきているが、同業他社の新規参入等から価格競争がきびしい。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・これからふじりんごの収穫に入るが、品質はとても良く、販売単価に期待したい。しかし、ももは風評被害の影響があったので、りんごにもあるのではないかと不安である。
		食料品製造業（経営者）	・牛タンの人気が上向きの流れはこのまま変わらないとみられ、今後も良い数字が残せると考えている。ただ、9月の途中経過を見る限りだと、あまり楽観はできない。
		食料品製造業（総務担当）	・相変わらず主原料の手当てに苦労しそうである。関係する法律への対応で経費が掛かる。
		食料品製造業（営業担当）	・既存品の売上マイナスが大きいため、新製品を続々と投入してもカバーできていない。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数が徐々に減少に向かい、販売量が減っていくと予想している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・我々の業界は、ここ最近需要と供給のバランスが崩れたことと円安の影響で事業的には好景気にシフトしてきたが、それが安定してきている。この状況がある程度継続するとみている。
		建設業（経営者）	・メーカーからは10月からの資材値上げを通告されている。また、技術者不足等も考えられるので、現在受注量はあるが、将来的な景気は不安である。
		建設業（企画担当）	・東京オリンピック決定で工事量はさらに増加するとみられるが、技術者不足等で会社としての対応能力が限界となっている。
	通信業（営業担当）	・既存契約維持には厳しい環境であることに変わりがなく、設備統合など効率化の施策を打っていないことには、先行きの見通しが立てられない状況である。	
	通信業（営業担当）	・消耗戦ともいえる競合他社との競争が激化していく。	
	通信業（営業担当）	・政治次第である。	
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。	
	金融業（広報担当）	・原材料などのコストの高止まりがある。	
	広告業協会（役員）	・年末にかけてのイベントが少なく、業界は静かな動きが続くとみられる。ただ、住宅市場は消費税増税の駆け込み需要で、展示場の会期を延期して対応に当たるようである。	
	司法書士	・現状において新築着工件数は前年と大きな変化がなく、消費税増税の駆け込み需要は期待したほどではない。	

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	
		コピーサービス業（経営者）	・消費税の動きで変わる可能性はあるが、現在のところは大きく景気に変化する状況ではない。企業関連の購入状況や設備投資の状況を見ても、期待感は薄い。また、来客数も減少傾向にあるのが現状である。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・消費税増税時期の発表いかんだが、しばらくはこのまま推移するとみている。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新品種立ち上げも継続中である。工場もレイアウト変更等で大変なようである。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・米の在庫が減少する見込みがないことから、米価格は低く推移すると予想される。	
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・大きな流れとして、印刷物からネット活用への切替えがどんどん進んでいくのではないかとみている。	
		土石製品製造販売（従業員）	・取引先では減給、人員削減の会社がまだまだある。現状、景気の回復がみられるのはごく一部の大手企業だけのように見受けられる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、新興国経済の悪化が懸念される場所である。	
	悪くなる	電気機械器具製造業（営業担当）	・大手企業の事業縮小等により、中小のものづくり企業には余剰設備や人員が発生している。そのために新規顧客取り込みを強化しているが、少ないパイの奪い合いであり、景気が良くなる兆候は見られない。	
		○	○	
	雇用 関連 (東北)	良くなる	—	—
やや良くなる		アウトソーシング企業（社員）	・インターネット関連の新規部門の調子がとても良いので、この分野での伸びが期待できる。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税という懸念材料はあるものの、オリンピックの東京開催決定など、消費マインドが明るくなる要素が増えてきている。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・I L C北上山系候補地、釜石橋の高炉世界産業遺産申請、三陸海岸ジオパーク構想認定など、当県に明るいニュースが続いており、今後の経済状況にも好影響が期待される。	
		職業安定所（職員）	・ここ数か月の求人増加や求職の減少の状況から、求人倍率は今後も上がることが予想される。	
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率がゆるやかではあるが改善傾向にある。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・注文や引き合い案件は底堅く推移しているものの、2、3か月先の成約率アップは見込めない。	
		人材派遣会社（社員）	・相変わらず、募集をかけても応募数が集まらない企業が多い。そのような状態は変わらない。	
		人材派遣会社（社員）	・求人の依頼が増加する要素が無く、求職者の希望とのミスマッチが継続している状況から考えると、大きな変化は無い。宮城以外の東北5県ではこの状況がより深刻である。	
		職業安定所（職員）	・今後の需給見込みから生産拠点を海外に移すために、従業員の希望退職者を募る予定の企業もあり、製造業は厳しい状況にある。	
		職業安定所（職員）	・公共工事の増加を見込んだ建設業からの求人はあるものの、他の業種からの求人は増えていない。	
		職業安定所（職員）	・求職者数は大規模な企業整備等の情報はなく、大幅な増加要因はない。求人数は新規開業に伴う求人もあり、引き続き高水準で推移するとみられることから、この状況がしばらく継続する。	
		職業安定所（職員）	・冬場の求人減少時期に向かっていく。また、常用はパートに比べ求人の前年比増加幅が狭い。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数はこの1年ほぼ同数で推移している。新規求職者数は減少しているが、新規求人数が増加しなければ本格的な景気回復とはいえない。	
		職業安定所（職員）	・復興需要は相変わらず継続しており、求人数自体も大きく減少するという事は考えにくい。このままの推移が続くとみられる。	
		民間職業紹介機関（職員）	・求人動向は相変わらず特定業種に偏っている。全般的には変化が見受けられない。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・オリンピック招致により都内は盛り上がっていると聞くが、地方の飲食店などでは、工事関係者が首都圏へ移動し、復興も遅れ消費も落ちると予想している。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10月あたりに安倍首相による消費税導入表明がなされると、一時的な駆け込み需要はあっても、低迷感は妨げられず、景気に落ち込みの影響を与えると予想される。

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

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
家計 動向 関連 (北関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・暑い夏が終わり、店内には秋冬商品が入り、さらに客へのアピールができてきている状況である。また、秋の行楽シーズンも始まるので、この勢いで年末商戦まで持っていきたいと思っている。		
		コンビニ（経営者）	・季節商材の動きや年末年始にかけて予約商品の動きが活発になってくるからである。		
都市型ホテル（営業担当）		・これから3か月後は忘年会シーズンに近付いてくるので、そこまでは例年通り、順調に稼働が確保できると見込んでいる。今年の場合、各企業の景気がなんとなく良さそうな雰囲気、ビジネスマンの出張により、宿泊は好調になってくると考えている。			
やや良くなる		百貨店（営業担当）	・来年4月の消費税増税決定が濃厚になってきたので、今のうちから高額品を中心に駆け込み需要的な売上げが見込まれる。		
		百貨店（店長）	・衣料品に動きが出てきているほか、飲食関係でのファミリー利用、宴会も目立つようになってきている。冬のボーナスに期待している。		
		スーパー（店長）	・食品については天候次第ということもあるが、最低の状況から脱しつつある。		
		乗用車販売店（経営者）	・自動車販売では一時的に消費税増税の前の駆け込み需要がありそうである。		
		乗用車販売店（統括）	・今後も毎月新型車の発売が予定されているため、やや良くなる。		
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税率が上がるとみられていることから建築業界が忙しいが、我々自動車業界もようやく動きが出てきた。この動きがあと2～3か月ないし3～4か月は続きそうである。		
		住関連専門店（経営者）	・商工会議所に集まる異業種の経営者からも、受注状況が良くなってきている話や設備投資の話題が増加してきている。		
		一般レストラン（経営者）	・客の様子は明るい、経営者として、仕入原価高騰による粗利益縮小のことを考えると、先の見通しは立たず、暗くなる。		
		一般レストラン（経営者）	・秋のイベントや運動会等で外に出るチャンスが多くなり、来店頻度が増す。		
		観光型ホテル（経営者）	・秋の紅葉シーズンになるため、やや良くなる。		
		観光型ホテル（営業担当）	・来客数の増加に伴い、売上もここ2か月は前年比でプラスとなっている。この先2か月の予約状況も比較的好調である。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月、10月は農繁期であるため外食関係は非常に落ち込む時期であるが、3か月先は忘年会シーズンに入るの、必ず売上が伸びる。		
		旅行代理店（営業担当）	・10～11月にかけては販売量が増加する傾向にある。		
		通信会社（営業担当）	・8月に帰省や旅行で出費がかさんだ分、9月、10月は停滞気味になるが、年末に向けては消費意欲が高まるように思える。		
		遊園地（職員）	・新規施設のオープンや外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの来園客があると期待している。		
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は天候不順で前年を下回るような結果になったが、秋口のコンペ等の引き合いは結構来ているため、ゴルフ場全体とすると、2～3か月後は前年くらいにはもっていけるのではないかと思っている。そのため、今月と2～3か月後と比較すると、若干良くなる。募集環境などについても結構引き合いが来ており、需要があるため、決して悪い方向にはいかないような気がする。		
		変わらない		商店街（代表者）	・飲食店が悪く、今月も退店する店がある。大型店開店があり、その方は押すな押すなの大盛況で、町としても苦慮している。
				一般小売店〔精肉〕（経営者）	・アベノミクスもあまり関係ない。しかし、消費税増税は来年になる予定なので、皆諦めムードで、購入も控え目になっているようである。

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
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税後も収入が増えない世帯が多いと思われるため、消費者の財布のひも緩む気配がない。使用商品の不具合や寒波等といったでどうにもならない出費以外に、購入意欲を引き出して売上増につなげるのは厳しい。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・世の中の景気は上向いていると言われているが、地方では客の購買の動きがみえてきていない。
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・当市では年末から年始にかけて大企業の第2のリストラが始まる。また、もう一方の大企業においても他の大企業との合併により大きなリストラが予定されている。このようなことが落ち着かない限り、良くはならない。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税が決定すれば、増税前に高額品の駆け込み需要が期待できるが、一般消費者の消費行動が活発化するとは思えない。
		百貨店(販売促進担当)	・気温の変化で秋物、冬物衣料の動きは活発になると思われるが、消費税増税が懸念材料となり、当面は大きく変わる要素が見当たらない。
		百貨店(店長)	・消費環境は良くなっているものの、ここにきて消費税増税に向けた動きも急になっていることから、これ以上大きく好転することは考えにくい。
		百貨店(店長)	・消費税増税が決定していないので、その影響もみえない。
		スーパー(総務担当)	・消費税増税も決定すれば、景気が上向きになりつつあるのが若干ストップしそうな気がする。
		スーパー(統括)	・富士山の世界文化遺産登録やリニア新幹線の具体化、オリンピック招致の決定など、生活者のマインドを押し上げる要素と消費税率の上昇や電気、ガソリン代の値上げなど直接的に家計や企業経営にマイナスの影響を与える要素とが混在し、先行きがみえない。
		コンビニ(経営者)	・台風の影響で天候不順が続き、客数が落ち込んだが、今後は台風もなくなり天候も安定すると思われるので、今後の売上は前年並みを維持できると期待している。
		コンビニ(経営者)	・店舗前の道路が4車線となり、反対車線からの客が入店できなくなったが、分離帯は取れないということなので、悪いままで変わらない。
		コンビニ(経営者)	・これからまた年末商戦が始まるが、それをきっかけとして競合店との関係で何か突破口を開きたいと思っている。ただし、まだもう少しの間は、競合店の影響を受けると思うので、すぐ回復の兆しは感じられないので、現状と変わらないと判断している。
		コンビニ(店長)	・すぐ近くで行われていたワンルームアパートの建設が終了し、今月は客足が落ち込んだが、年末にかけては特に環境の変化はない。
		コンビニ(店長)	・現在の状況が最悪なので、今月と比べて2～3か月後ということではいけば特に変わっていくということはない。
		衣料品専門店(販売担当)	・今月の悪さが底と考えると希望的な観測もある。これ以上悪くなったら本当に営業を続けていっていいのかどうかというくらい、商店街の人通りも少なく、来客数も極端に減少している。消費税増税のことを考えれば、このままの悪さが2～3か月続くと思っている。その後、年末に向けて幾分良くなればという期待もあるが、なかなか難しい状況なので、相当悪い状況が続くような気がする。
		家電量販店(店長)	・冬物商材の動きがようやく9月下旬から出始めたばかりで、暖房用品の本格的な動きをみないと上向きが継続するか判断できない。今月は新商品の発売時期であり、その動向を注視したい。
		家電量販店(営業担当)	・家電が大きく動く時期ではない。まだ冬物商材の動きは始まらない。
		乗用車販売店(経営者)	・2～3か月は新型車の受注が順調に続くと思われる。
		乗用車販売店(営業担当)	・軽自動車を中心に少し契約が出てきたが、全体的にはまだボリュームが小さい。
		乗用車販売店(販売担当)	・関係のある東京あたりの販売会社ではかなり景気が良いという話も聞くが、地方では全く景気が良いという感覚がない。これから年末にかけてどれくらい景気が良くなるかは分からないが、恐らく今と同じ状態でいくのではないと思う。
		住関連専門店(店長)	・やはり9月も客数が前年を下回っている。客数の向上がないと状況は厳しい。

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
		住関連専門店（仕入担当）	・生活消耗品については消費者の生活防衛意識がより高くなると予測され、ポジティブに見越す要因は少ない。
		一般レストラン（経営者）	・アベノミクス効果は地方にはまだ届いていない。まだ景気が回復しているという実感はない。
		スナック（経営者）	・来月は選挙があるので少し落ち込むかもしれない。お金を使う人は割とよく使うようになってきている感じがあり、そちらはそれほど落ち込まないように思う。どんどん良くなっていった欲しい。
		スナック（経営者）	・国内の景気は二極化しているようなので、これ以上に格差が拡大し、景気が悪くならないようにという希望を込めて変わらない。
		観光型旅館（経営者）	・旅館業界の売上はバブル期以降、下降気味だが、世の中の景気が良くなれば、売上も横ばいを維持できると期待している。
		都市型ホテル（支配人）	・先の予約状況、特に1～2か月先の予約状況は前年とほぼ同じような状況で動いているので、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・為替の安定を望む。
		タクシー運転手	・今後もタクシーを利用する客が増える要素は見当たらない。
		タクシー運転手	・同業者の動きをみると、しばらくこのまま平行線になると思われる。
		タクシー（経営者）	・人の動きが悪いのでこの先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の流れの中で、一層の節約志向に向けてしまわないかが心配要素である。
		通信会社（局長）	・建設関係では、消費税増税に向けた消費者側の対策として、9月末までの駆け込み契約があるようだが、これは3か月先の景気に何かを及ぼすものではないので、このまま変化がないものと思う。このような期待感の薄い状況が長引いているので、早く景気高揚の兆しを実感したいものである。
		ゴルフ場（支配人）	・秋のゴルフシーズンを迎え、コンペをはじめ、一般客の予約も順調に入っている。平日は高齢者が本当に目立つようになってきている。団塊世代がほぼ全員年金受給者になる2015年問題は、地方のゴルフ場にとって大きな問題である。
		競輪場（職員）	・他場の売上、他場の記念競輪全国販売の売上もほとんど変化が見られないため。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・2～3か月では何か変化があるようには感じられない。
		美容室（経営者）	・ガソリン価格、電気料金が値上がりした上、消費税率が上がれば、生活費を抑えざるを得ない客が多くなると思われる。そのため、入店客数はそんなに増えない状況である。
		その他サービス [立体 駐車場]（従業員）	・個人、法人共に月ぎめの契約台数を含めて横ばいである。年度の切替え等を含め、下半期に入ってもこのまま横ばいの状態で推移すると思われるため、変わらない。
		その他サービス [イベ ント企画]（職員）	・あまり変わらないと思うが、東京オリンピックの開催等でスポーツ界では動きがあるので今後に期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・景気回復への期待度は高いものの、実現性が今一つ疑問である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の反動から、戸建住宅については受注減になると想像しているが、相続税増税対策や太陽光発電への投資は根強いものがあるので、大幅な減少とはならない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街には高額品を扱う店が少なく、最寄品を扱う店が多く、消費税率引き上げ前の駆け込み需要等の期待も薄く、消費はさらに慎重になるのではないかと不安である。	
	商店街（代表者）	・毎年この時期になると冬物が主流になるが、当店では冬物を取り扱わないので落ち込んで悪くなる。一般的にもお金の動きが悪く、財布のひもを締めてなかなか使わないという感じなので、悪くなる。	
	商店街（代表者）	・駅前大型店の郊外移転による商店街の魅力低下に加え、郊外に相次ぐ大型食品スーパーの出店競争があり、車中心で、買物する歩行者は一段と減ってきている。	
	スーパー（経営者）	・競争状態は継続する。	
	スーパー（商品部担当）	・来春の消費税増税を想定した消費者側の対応により、耐久消費財など高額商品の動きが良いようだが、食料品を扱う小売業は厳しいと予想している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（統括）	・毎年10月ぐらいまでの時期は祭り関連の客が多いが、2～3か月先になるとほとんど祭りがなくなるので、これから売上が伸びることはまずない。また、景気もそんなに良くはないと思っている。今年は特に前年と違う悪い方向に向かっていているような気がしている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税と復興特別法人税の前倒しの廃止が決定すれば、国民の政府に対するえんさの声が高まるだけで、経済にプラスの影響が無いのではないかと懸念している。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響で駆け込み需要が増えると思われるが、コンパクトカーの受注が多く、収益増とはならない。
		乗用車販売店（店長）	・物価上昇、消費税増税の影響は必ず出る。
		高級レストラン（店長）	・低価格競争が激しく、このような状況ではまともなレストランは生き残れない。
		一般レストラン（経営者）	・地方の場合、まだまだ景気が回復していない中、消費税増税への不安、一般小売店を脅かす大手資本やフランチャイズの進出ばかりが目立ち、地元へはお金が落ちない仕組みができてしまっている。中央はともかく地方はかなり厳しい。
		スナック（経営者）	・毎年9月、10月、11月は売上が悪いということ踏まえると、これから先はまだ伸び悩むのではないかとみている。
		旅行代理店（所長）	・いよいよ秋季行楽シーズンに入るが、今秋は富士山を中心としたエリアへの動きが強い感じである。最近急に気温が下がり、紅葉も早期に始まり早期に終了してしまい、シーズンが短くなると予想している。
		通信会社（経営者）	・地域格差を何とかしないと、大都市圏の大企業ばかり景気が良くても、地方では全く実感がない。また、今後も改善される見込みが感じられない。
		テーマパーク（職員）	・様々な外部要因もあり、来客数の減少傾向は今後も続くと思われる。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込みも落ち着き、しばらく仕事量は減少するとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・潜在顧客の動きも落ち着きを見せ始める時期であり、現在よりはやや悪くなると予想している。
			悪くなる
百貨店（営業担当）	・消費税増税に伴い、消費意欲が低下し、悪くなる。		
通信会社（経営者）	・まだしばらく東日本大震災の影響は続く。ここ数か月で市内の同業他社が数社破たんしている。		
企業動向関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（営業統括）	・世界遺産に登録された富士山の人気の影響でシンガポール等、東南アジアからの来県者が多くなってきている。その影響もあり、ワインの消費量も増えると考えている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・まだ明るい兆しはないが、多少は期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規品に加えて従来品の販売量もやや増加傾向になってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・好調な取引先は年内一杯は忙しいという所がほとんどであり、地元の公共工事関連業者からも前向きな話が聞こえることから、景気は上向きと判断している。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・通常、秋冬はジュエリーの販売会も多く企画されており、多少の動きは期待できるが、消費税増税がどのように影響するかは未知数である。
		建設業（開発担当）	・公共工事については、労務単価の上昇により今までより利益の計上が見込めるようになってきた。また、アベノミクスの影響で、発注も増加している。このため下請受注にも力を注いでおり、少しだが結果も出てきている。民間工事においても、元請にこだわらず下請にも積極的に営業をかけ、売上増を計っていきたい。
		建設業（総務担当）	・消費増税前の駆け込み需要に期待している。
金融業（経営企画担当）	・アベノミクスによる株価上昇、消費税増税に伴う経済対策、新築案件等の駆け込み需要により、直近の景気よりは上向き。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・来年4月からの消費税増税が発表されると、駆け込みで売上が大きく伸びるとみている店主や量販店の店長が多く、減少あるいは変わらないとする人はまれである。先のことはともかく、景気は良くなるとみている人が多い。
		経営コンサルタント	・地場の小売店や飲食店、企業向けサービス業、下請企業などで多少上向きつつあるため、さらなる個人消費の動きに期待がかかっている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・新製品の発表会が開催され、受注に期待はしているものの、すぐに数字に表れるのは難しい。
		金属製品製造業 (経営者)	・将来の景気予想が分からず苦慮しているが、受注量が多くなるような気配はあるので、期待して待っている。
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・当社は電気機械器具の部品を加工している会社だが、親企業が海外生産に重点を置いている間は、我々国内の中小企業にはなかなか仕事量が回って来ない。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・下半期以降は、取引先の新機種の動きがまだ読み取れておらず、生産計画が固まるまでは不鮮明な状況である。同業者の動向等を見ると、市場動向はまだ良くなっていない。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・他社との競合等で受注内容が悪い上に、原材料価格の値上がり等があり、仕事はすれど収益の出ない状況が続いている。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・これから2～3か月先はどうなるか全く分からないが、例年10月、11月は売上が若干下がるので、変わらないでいってもらえれば良い。
		輸送業 (営業担当)	・今期は多少冬が来るのが早くなるという予測で、冬物の家電やインテリア商品の物量が増えそうだが、現状の円安により業界は燃料高で、コストが高く、仕事量に対して利益が薄い。また、協力車等の車両確保も厳しくなりそうである。
		通信業 (経営者)	・地方において、アベノミクス効果は実感できない。
		金融業 (調査担当)	・製造業では円安の効果がみられるが、まだ数量効果はない。非製造業も建設業などでの人材不足や資材価格が景気持ち直しを下押ししている。
		金融業 (役員)	・景気が上昇機運にあるのは一部の建設、土木、自動車関連のみで、それ以外のところはまだ回復に至っていない。
		広告代理店 (営業担当)	・消費税が8%になることへの嫌悪感が強く、商売の不安感が高まっている。
		社会保険労務士	・最近のマスコミ報道などでの景気回復の話を知ると、社長達は皆一様に地方は関係ないと言っている。
	やや悪くなる	食料品製造業 (経営者)	・消費税率が上がる分、消費者の心理として買物を控えるのではないかと。また、所得税減税や大幅な規制緩和策などがもっと具体的に大胆に行われないと消費マインドが冷え込むのでは、と思う。
		化学工業 (経営者)	・工場の稼働が少しずつ悪くなってきている。11月の生産はあるが、12月の予想がまるで立っていない。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・先が分からず、厳しきは変わらない。
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・大手自動車メーカーの3か月見通しによると、10月以降順次減少傾向で、10月は9月から横ばい、11、12月は減少となっている。それに加えコストダウン要請が来ており、燃料価格、その他の材料価格の上昇分を価格転嫁できていないということで、売上が横ばい、減収で、減益傾向に少し入ってきたとみている。
		不動産業 (管理担当)	・取引先から良くなる傾向の話が全く出てこないで、当社の業績も良くならない。今後、燃料費の高止まりや資材価格の値上げがあるが、その分転嫁できないため、厳しい状況が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕 (経営者)	・受注量の伸びがなく、情報化投資はまだ抑制され厳しい状況が続く。
	悪くなる	食料品製造業 (製造担当)	・原油価格の影響で、いよいよ穀物運搬や資材関係の値上げの話が始まってきているので、何もしない状態ですべてを受け入れていけば確実に赤字になる。
		出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・とにかく毎月の資金繰りが大変である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・消費税率が上がる可能性があるということで、海外から調達が一層増え、当社の仕事がどんどん少なくなってきた。海外から買ったものには消費税を払わなくていいが、日本で作った物には消費税が掛かるというのが理由である。中国と同じ値段にしても消費税分だけ当社の製品が高くなるので、これからは製造業は本当に厳しくなって、仕事があるのだろうかというような形にまで追い込まれる可能性がある。思わぬところで消費税率の上昇による問題が発生してしまった。
雇用 関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	○ 人材派遣会社（経営者）	○ ・秋物衣料、冬物衣料は少しずつ伸びていく要素がある。スーパー、大型店の衣料品関係も少しずつ伸びていくと思われるので、期待している。スマートフォンなどの携帯電話関連も徐々に伸びて行くと思われるのでこのへんについても期待できそうである。住宅関連、自動車関連といった建設業や製造業は一進一退かと思われるので、予断を許さない状況である。
		人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話関連の業務が増えると予測している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・会社も忙しかったり暇になったりで、はっきり分らない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税の増税がらみで住宅新築増の情報が多いが、実際、給与が上がっているような話はない。
		職業安定所（職員）	・ここ数ヶ月の新規求人状況については、前年同月比で7月が4.3%減、8月が9.2%減となっている。新規求職者数については、4～6月にかけ追加の早期退職の実施があり、7月は10.9%増、8月は8.1%増となっており、依然として求人は減少気味、求職者は増加傾向にある。企業訪問などで事業主に話を聞いても、新規求人などは厳しい状況で、管内の大手メーカーの吸収合併により、協力会社、下請企業の受注量も減少気味という声もあり、状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人、求職の動きが鈍化している。
		職業安定所（職員）	・アベノミクスの先がみえないため、製造業では正規従業員よりパート社員採用の方向の企業が多く、本格的に景気が回復したとは言えない。
		職業安定所（職員）	・全体では景気回復傾向で推移するものと思われるが、10月以降複数の企業で計画的な人員整理を行うことや、最大手の製造業が1～2年後に撤退するとの発表もあり、その影響を懸念している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業において、大手企業あるいは大手企業と直接取引する企業は明るさが増しつつあるが、多くの一般企業は相変わらず不透明感があり、来年の消費税増税による景気後退を意識して、慎重な姿勢を崩さず、求人は回復していない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・就職試験の競争倍率が例年並みかそれ以上に感じる。高卒の求職者が増えているのか、希望する求人に集中しているのかは分からないが、学卒求人が増えているとは思えない。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・良くなるという希望も含めて、新規顧客との出会いがあるので、専門店として少し明るさも出てくるのではないかと考えている。
		コンビニ（経営者）	・今現在、失業者数が多いとは思えないので、販売量の動きに安定性がみられる。どんどん景気が悪くなるというようなことはない。
		家電量販店（営業統括）	・引き続き外国人観光客の増加、年末に向けて4Kテレビの販売増加、消費税増税前の駆け込み消費の前しょう戦が始まり、景気は良くなると予測している。また、住宅販売が順調に推移していることも、来年3月以降の引越に伴う買換え需要と、消費税引き上げ前の駆け込み消費が急増すると考えている。

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
やや良くなる		家電量販店（統括）	・消費税増税による特需が期待できる。特に第4四半期の期待は大きい。
		観光名所（職員）	・2か月後はトップシーズンになり、秋の紅葉で来客数がかかり増えると予想される。それを期待して良くなる。
		商店街（代表者）	・イベントを企画しているが、反応が非常に良い。この反応の良さは、消費者のマインドが上がってきている表れのような気がする。
		商店街（代表者）	・小売業は、近年のデフレや不景気のなか販売価格を上げることができなかった。それにもかかわらず燃料費や材料費は外的要因を理由として否応なく値上がりしている。加えて近年の立て続けの最低賃金の上昇などで、当店のような小売業は、自らの給与さえもまともに取れなくなってきている。来年の消費税増税は、便乗と言われれば悲しいが、小売価格を値上げすることのできる格好の機会となるのではないだろうか。端数を切り上げる者、現状価格に外税8%を取る者。この機会に健全な利益確保ができる環境になって欲しい。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・10月は各種イベントがあるので期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・来年の消費税増税がほぼ決まりそうなので、その経済対策が出てくると、駆け込み需要が期待できそうなので、やや良くなる。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商において、いくつか大きな案件が来月に決まっているので、これが実ると思う。そのような関係で、来月以降若干良くなる。
		百貨店（総務担当）	・このまま衣料品及び食料品が良くなってくれば現在よりはやや良くなる。依然不透明な状況が続いているのも事実であるが、期待感もある。
		百貨店（営業担当）	・消費税8%が導入されることになれば、増税前の駆け込み需要は確実にくる。来年3月末までは確実に消費は良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税が決定した場合は駆け込み需要が高まり、消費は拡大する。
		百貨店（店長）	・オリンピック東京開催が決まったことにより、将来への明るさが出てきたためである。
		百貨店（営業企画担当）	・開店40周年を迎え、特別な商品開発、施策を盛り込んでいるため来店客増の可能性が高い。
		百貨店（管理担当）	・来年4月の消費税増税を控え、住宅産業他の駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が年末から始まるか不明であるが、お歳暮、クリスマスなど旬の提案次第で顧客は動くと思う。
		スーパー（ネット宅配担当）	・今年の年末に関しては、高品質商品の需要が更に高まると考える。
		コンビニ（経営者）	・年末商材の予約が始まったが、例年より動きが早く、すでに予約が入っているので、今後期待できる。
		コンビニ（商品開発担当）	・気温の低下とともに、冬物商材が好調に推移しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・年間で1番の需要期に入るため、また、天気長期予報も良さそうであり、消費税増税前の駆け込みも影響が出そうなので、今よりは良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・オリンピックに向けて健康をキーワードにイベントを仕掛けて、売上を作っていく。消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・夏は猛暑のため衣料品の購買力が落ち、景気は良くなかったが、その反動でこれからは景気と気温がプラスに向かい、良くなっていく。
衣料品専門店（店長）	・市場の景気の回復感から、数年間買い控えていた客の来店が見込めると予想している。		
乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしており、消費税増税が導入されることになれば来年の3月までは販売の方は良くなるが、4月以降は心配である。		
乗用車販売店（経営者）	・来客数と成約率共に今後も増加して年内いっぱい好景気が継続する。		
乗用車販売店（営業担当）	・やはり消費税を気にする客が多いので、早いうちに決めたいと思ってるいる客も多少はいるようである。		

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
		乗用車販売店（販売担当）	・景気に対するマインドは高い。設備投資や、新たな車を購入するというようなことはみえるが、それが結果に結び付いていない。現状動向をみている。設備投資はまだできていないような状況なので、これから本格的な活動の中で車両価格が戻って来るのかなと思っている。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー免税、減税の継続、東京モーターショー開催による各社新型車の発売、消費税増税が決定的等々の背景からやや良い状況が続くとみている。安全性、経済性の高い車種に人気があり、ハイブリッド車中心に良い評価が続いている。
		乗用車販売店（販売担当）	・現状を考えると消費税増税前の駆け込み需要が期待できると思う。その他エコカー減税も平成27年3月までであるので上向いていく。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・夏恒例のセールが非常に好調だったので、冬のセール時期についても、今回のように好調だと見込んでいる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の打ち出す一連の施策が功を奏すると考えている。
		高級レストラン（支配人）	・この先の予約状況は、前年同期を確実に上回っている。東京オリンピックも決まり、東京では少なからずこれによる恩恵もありそうである。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月先は暮れになり、今よりは人の動きも激しくなるので売上は上がる。12月は1年で一番忙しい月なので、毎年のことだが11、12月は少し良くなる。世間の景気が良くなる、良くならないにかかわらず、2、3か月先の当店の景気は良くなると思う。
		一般レストラン（経営者）	・少しずつ企業自体が良くなって会社での宴会等が増えてきて、売上が多少良くなるような気がする。国の政策やアベノミクス効果が反映されてきているようである。
		一般レストラン（経営者）	・オリンピック開催をきっかけに政府も本腰を入れて東日本の復旧や原子力発電所の問題、また、リニアモーターカーの問題に取り組んで、実行予算がこれから打っていかれると思うので、少しずつではあるが良くなるような気がする。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税が来年4月に上がることがほぼ確定してきているので、その前の駆け込み需要で多少良くなる可能性はあると思っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年後半も周辺施設での大型イベントの予定があり、1つは国際大会のための宿泊客を中心に、また、年が明けてからも大型のイベント計画が続いているので来客増が見込める。
		旅行代理店（従業員）	・行楽シーズンを迎えるにあたり、国内団体旅行の受注件数が増えている。また、1件の団体旅行の構成人員も増えてきている。
		旅行代理店（従業員）	・販売量が増えているので、このまま増加するのではないかと感じている。
		旅行代理店（支店長）	・3か月後の12月は年末の日並びが良い関係で、個人の海外旅行、ヨーロッパ、アメリカを中心に長期での旅行が多いように感じている。また、法人では忘年会の予約や問い合わせが多く、12月の6日～7日間、13日～14日間の旅行が非常に人気であり、団体が増えると期待している。
		タクシー運転手	・来月消費税増税の導入が確定すれば、駆け込みで買物する人が増えるとみており、一時的に景気は良くなる。
		タクシー（団体役員）	・オリンピック東京開催も決まり、暮れの商戦に向けて各方面で景気刺激を行っているのでは、11月、12月は必ず良くなると思う。
		通信会社（経営者）	・消費税増税が決まればもやもやが晴れ、心理的に安定する。
		通信会社（管理担当）	・他事業者との共同施策もあり、販売向上が見込める。
		通信会社（営業担当）	・2020年オリンピック東京開催や消費税増税予測で客の消費意欲が始まっているように感じる。
		ゴルフ場（支配人）	・10月～12月の予約状況が今年に入り、1番上向いている。
		美容室（経営者）	・客は、購買力が出て、財布のひもが緩やかになったように思う。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・近隣の再開発の影響と消費税増税が近付いてきていることから客の需要が盛り上がると、近隣への営業力を強くしている。この結果が出てくるのではないかと考えている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・これほど長く景気の悪い状況が続いているので、そろそろ地方の人にも景気が良いムードが伝わり、好景気が回ってきてくれると思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・年末の消費行動に期待が持てると同時に、国の施策の効果が出てくると思う。少しは消費者のゆとりと安心感が期待できそうである。
		設計事務所（経営者）	・今までは悪い悪いという中で動いてきたが、最近は何んとか良くしなければという雰囲気になっているのではないかと。消費税の問題で今のうちにやろうという考え方や、または当社で築いてきたものが着実に芽生えてきているという動きを感じると、これから先が少しでも良くなるような感じがする。現に設計として新しいものが着実に何か芽吹いてきそうな感じがしてならない。仕事は大変忙しくなりつつある。この状況を年末までは確保したい。
		設計事務所（経営者）	・業務に関する問い合わせが増えてきている。
		住宅販売会社（経営者）	・ここ2、3か月同じ回答になってしまうが、やや良くなることを期待している、良くなるムードになっている。円安の影響等で自動車産業、輸出関連企業は良いようだが、我々中小企業はまだ不況のなかに残っている。また、建設費が高騰しているため赤字仕事が多く、大企業だけではなく、中小企業向けの景気対策を期待しているところである。
		住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピックが決まり、若干都内での仕入が厳しくなると思うが、景気は良くなると感じている。オリンピック開催の2年くらい前がピークを迎えると思っている。
		商店街（代表者）	・来年4月に消費税8%が導入されることになれば、それに反応して長期間工事がかかる住宅のようなものは別として、我々小売業については、それが良い方向にいくかというところ、駆け込み需要にはあまりつながっていないような感じがしている。それよりも4月以降の売上に影響するのではないかと考えている。
		商店街（代表者）	・今の状態で総理が消費税を上げるということにやや傾いているようだが、これは大変なことだと感じている。良くなっているという印が何もないのに、どうしてそういう方向に持っていけるのか、疑問である。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要などで大きい買物に回ってしまい、こちらには財布のひもが厳しくなるのではないかと考える。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・アベノミクス効果も限定的で、当店のような小売業では今のところ影響はなく、まだ時間がかかる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・客の気持ちはアベノミクスやオリンピックなどで明るくなっていると思う。必要なもの、お得なもの、省エネ商品を根気よく説明して購入してもらおうつもりである。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・当地域ではプレミアム付き商品券が9月1日から発売されたが、当店のような印章業での利用はまずない。年末を期待をしているのだが、状況としては非常に思わしくない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・2、3か月先は気温が低い冬が到来しないと、お茶業界の販売量は低迷し続けてしまいそうである。今年の夏が異常に暑かっただけに、寒い冬が長く続いてくれないと、売上は回復しそうにない。
		百貨店（売場主任）	・ボーナスの伸びが一部のみに限られているため、様子見の人が多いためである。
		百貨店（広報担当）	・物価が上昇傾向の中で、企業収益は改善しているものの個々の賃金アップには必ずしも反映されないような局面もみられ、全体的な消費にはやや不安な面もある。一方、百貨店の主要顧客となる富裕層は、相変わらず株値の上昇などによる資産効果と消費税増税前の高額品購入心理が重なっておう盛な購買意欲をみせてくれるものと考えている。
百貨店（広報担当）	・景気動向が販売数量などで良くなっているという状況がこのところあるが、今の状態が横ばいで続くものとみている。		
百貨店（営業担当）	・暑さも和らぎ、比較的安定した天候で婦人服、紳士服、子ども服の衣料をはじめ、婦人靴、ハンドバッグ、アクセサリ、家具インテリア用品、家庭用品等が前年より伸びている。ただし、消費税増税や不安定な海外情勢もあり、景気の先行きはまだまだ不透明である。		
百貨店（営業担当）	・冬物に変わり、1点単価は上げざるを得ないが、その分数量に影響が出る。最終的に今シーズンの冬物商戦はメーカーが円安により商品を絞っているための品不足もあり、伸びる要素はない。ただし、消費税増税に対する一時的な駆け込み需要は考えられる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・消費増税について来月正式発表される予定だが、それに付随する減税対策、景気対策に注目したい。現在、富裕層の購買意欲の高まりは感じられるが、一般層はまだままであり、相変わらず財布のひもは固い。来年どようになるか、冬のボーナスはどうなるのか、ある程度方向性が示されない限り、大きく傾向は変わることはない。
		百貨店（販売促進担当）	・ここ数か月の客の様子をみても消費に対する慎重な姿勢は変わらず、今後飛躍的に好転するとは思えない。
		百貨店（販売管理担当）	・宝飾や時計などの高額品の動向は好調が維持されると思われるが、来年4月からの消費増税が現実味を帯びてくると、消費意欲は一部刺激されるものの、全体的には引き締めマインドが広がる可能性がある。
		百貨店（営業企画担当）	・東京オリンピック開催決定により、株価は堅調に推移している。販売動向も高額品だけではなく一般商品にも明るさが出始めているが、一方で消費増税が最大の商戦である年末年始の販売動向にどのような影響を与えるかは予断を許さない。
		百貨店（計画管理担当）	・消費増税が決まると一時的に消費が活発になると思われる。
		スーパー（経営者）	・3か月先の12月になると良い会社もあると思うが、我々の業界はそれほど変わらないと踏んでいる。給料が各社上がってくれば違ってくるし、ボーナスのこともあるが、今のところは変わらない。
		スーパー（店長）	・3か月先の景気は良くなると答えたいが、競合店出店に伴い当店を取り巻く環境は非常に厳しく、来客数が減少している状況である。3か月後もこの厳しい競争環境は続くため、変わらない。
		スーパー（店長）	・このまま点数が上向いてくれば期待も見込めるが、意図的に単価を下げて安さを演出している部分もあるため、消費者の購買意欲が更に上昇してこない状況は厳しい。
		スーパー（店長）	・今後2、3か月は消費増税問題の影響が出てくると思うが、耐久消費財の動きは出る可能性があるものの、消費は非常に堅く、不要不急の商品は売れないと思うので、現在とそう変わらない。
		スーパー（総務担当）	・間もなく消費税が8%へ上がるということが発表されると思うが、それに向けて財布のひもが固くなるということも若干あると思うが、現在必要な物を最低限の状況で買っているような状況なので、これ以上上がるということはない。ただし、新しい物やヒット商品等がないなかでは、売上が伸びるといっても考えにくいので、このままの状況で推移すると考えている。
		スーパー（営業担当）	・消費増税直前においては景気が一時的に上向くと思うが、消費増税後については確実に消費が減っていく。この差がどの程度出るか、今後注視していくべきところである。
		スーパー（仕入担当）	・10月1日に消費増税についての総理からの発表を受けて消費者がどういう行動になっていくか、非常に不透明であり、懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・単価は下げ止まっているが、来客数と点数が比例して下がっているため、売上面での効果はまだみられない。
		コンビニ（経営者）	・近隣の状況も全然変化もないし、隣の社宅の跡地がどうなるかによって変わると思う。
		コンビニ（経営者）	・消費税の影響がどの様に推移するか読めない。
		コンビニ（経営者）	・当チェーンでは、数年前に良い物は必ず客に受け入れられるというテーマで、高品質で高価格な商品を一時追いかける時期があったが、その時はコンビニは高いものだというイメージが先行して失敗している。今回またチェーンとして良い物は売れるというようなことで高価格商品が目白押しで出てくる。売れるか売れないかによって今後の推移が良いか悪いかということが判断できるのではないかと考えている。大変難しい問題である。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の動向はずっと変わっておらず、競合店の出店トレンドも変わっていないため、おそらく同じ傾向で推移する。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の回復要因となりそうな話題も少なく、まだ厳しい状況が続くことが予想される。
		乗用車販売店（総務担当）	・今後も販売量が大きく望めず、経費を抑え現状維持が限度と予測する。

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
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・年末は大きな商戦なので、大きな盛り上がりをつくりたい。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・年末に向けての商品相場次第では、悪くなる可能性が高い。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・いよいよ新世代ハードが海外を皮切りに発売となっていくが、ロケットスタートとなる予感はなく、むしろ端境期によくある特色のない商戦となっていく可能性がある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・9月の不調は主に天候の原因が大きかった。その他の要因では大きなマイナスはないものと思っている。
		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。
		一般レストラン（経営者）	・当店は再開発地区とホテル群に隣り合わせているが、東京オリンピック開催決定を含めて、中長期的には集客につながると思う。
		一般レストラン（経営者）	・我々零細企業にはアベノミクスはよその世界の話のようである。消費税増税や仕入商品の値上がり等、まだ良くなる環境とは感じられない。
		一般レストラン（スタッフ）	・当店は老舗のため売上は落ちていないが、来客数自体は減っているため、来店客の単価が良いということである。しかし、売上は上がってないため、先行きは不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・客単価はそれほど変わりはないが、問い合わせはあるものの、現状はなかなか進展しないような感じなので、あまり変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・前年同期比で先行き見込みが10%ほど落ちているが、最近では間際受注が顕著である。
		タクシー運転手	・来年4月の消費税増税がもう話題になってきている。やはり慎重にならざるを得ないといった雰囲気である。
		タクシー運転手	・台風や竜巻が多く起こり得るこれから先、異常気象などにより売上が上がるかと思いきやかえって下がっているようである。やや過剰ともいえる天気の情報によって出歩く人が少なくなっているようだ。しかし、営業区域に被害がなかったことをよしとし、ひたすら頑張るしかない。
		通信会社（経営者）	・携帯電話との割引プランによる需要がスマートフォンの新機種販売の競争激化により、期待したほど増えていない。
		通信会社（営業担当）	・ニーズに合ったサービスを提供できれば、単価が上がっても受け入れられるような傾向が続く。
		通信会社（局長）	・劇的に改善する見込みはないが、緩やかに改善するのではないかと期待感はある。しかし、やや良くなるとまでは表現できない。
		通信会社（局長）	・BtoB企業は上向きかもしれないが、当社のようなBtoC企業は早々にアベノミクス効果は出ないと考えている。個人の収入が増えた段階で魅力的な商品が出てくれば、段階的に上昇するものと思われる。
		通信会社（総務担当）	・東京オリンピック開催が決定したが、公共工事等による景気上昇の効果はまだ先と思われる。
		通信会社（経営企画担当）	・商談状況に動きがなく、公共分野を中心とした上向きの実感はない。
		ゴルフ場（従業員）	・長い期間の景気の低迷、特に50代あたりの近い将来の年金受給減額への不安、消費税増税による生活費の増大など、良い方向になっていくと確信できなければ、景気回復の実感は難しい。
		パチンコ店（経営者）	・店内の改装をして、低玉貸しについては来客数は増えたが、売上はそれほど変わっていない。この先、様々な面で客があまりお金を使わないということもあるので、急にその流れが変わるとは思えないため、今と変わらない。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	・母体の仕掛ける販促がことごとくマイナスとなっている状況から、客が消費を抑えている様子がうかがえる。政府の動向を含め、販促に関しても抜本的な回復材料はみられない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・新規催事の開催予約が堅調に推移している。また、宿泊施設の宿泊予約も、インバウンド予約と催事開催に伴う予約が、堅調に推移している。
		設計事務所（所長）	・世間ではアベノミクスで景気が良いと言われているが、上場企業が対象の話で、我々のような地方の小さな企業では全く感じられない。
		設計事務所（職員）	・様子見の状況ではないかと思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・消費増税前の駆け込み受注による売上の成果は半年先の見込みになると思う。よって2、3か月先の景気にはあまり影響しない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・3か月程度であれば、現在の消費増税前の駆け込み需要が継続すると思われる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費増税次第である。いつごろ上がるのか分からないが、上がるというような情報なので、客は消費を控えているのが現実であり、売上は低迷していくので、非常に難しい。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・商店街の通りの半分以上が工事現場になっている関係で客の流れが変わり、1、2年では戻らず、工事が終了するまで続くのではないかと考えている。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・消費増税が決まれば、駆け込み需要があるのだろうか。住宅のような高額商品はあるのかもしれないが、当店のようなく早く買わなくてもいいような物に関しては、消費税が上がるといことで消費動向は鈍くなるのではないかと心配している。
		コンビニ（経営者）	・乗客数が伸び悩んでマイナスになっているが、商品の価格が下がっているため追い付かない。どうしても前年がクリアできない。
		コンビニ（経営者）	・客の消費動向が大幅に変化しているようである。プレミアム商品の売上増に対し、一般商品の伸びが大幅に低下している。この傾向は今後も続きそうである。
		コンビニ（経営者）	・景気上昇のかけ声は大変大きいですが、大企業向け及びリップサービスだと思う。一般の客は25日過ぎでも千円札が多く1万円札が少ない。財布のひもは相当固いのではないかとと思う。
		衣料品専門店（経営者）	・秋が短くて商材展開が難しく、訴求に対して動きが鈍く苦戦が予想される。現状では数字が読めない。
		衣料品専門店（経営者）	・オリンピック効果、あるいはアベノミクス効果というのは一部の話であって、まだ末端の方には来ていない。それより先にいろいろなものの物価が上がり、給料も先ということ、しばらく小売業界は低迷が続く。一部に良いという話も聞くが、なかなかそういうわけにはいかないと考えている。
		衣料品専門店（店長）	・先月あたりまではアベノミクス効果を期待する雰囲気が若干は感じられたが、その気配は薄れてきている。乗客数が減少傾向に転じ始めたので、少し悪化するかと懸念している。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気回復のための政策をきちんとやって欲しい。中小企業などの法人税の引き下げや政府主体の中小企業向けの借入の優遇、低金利法などで、今まで続いてきている商売を助けてもらわないと、どんどん店がなくなっていき、大きな店だけが残るとい味気のない国になってしまうのではないかとと思う。
		家電量販店（店員）	・低単価の商品が出回り、さらに価格を下げるとなると家電量販店は3年先に1店もなくなる可能性がある。
		住関連専門店（店長）	・消費増税が必ずしもプラスにはならず、財布のひもが固くなる可能性もある。
		住関連専門店（統括）	・販売量も減っているのだが、1件当たりの販売価格、購入価格も減っているの、下がる要素がまだあり、やや悪い状態が続くのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・9月に入り、売上が予算を下回る日が継続している。
		都市型ホテル（経営者）	・原価が非常に高騰しており、それを価格に転嫁できない状況が続いている。また、この先消費税も上がるということで、明るい展望が全くみえない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月以降はトップシーズンに入るが、依然として全体的に動きが鈍い状況である。宿泊、宴会は大型団体及び宴席の減少が顕著で、中小規模案件の取り込みを図ってはいるが全体をカバーできていない。忘新年会に期待したいが、年々ホテルでの開催が少なくなっていることや法人利用が完全に戻っていない状況なので先がみえない。
		タクシー運転手	・まだ客が増えるような条件が整っていないため、我々タクシー業界まで景気が良くなるというのは当分先のような気がする。
		通信会社（営業担当）	・他事業者との価格競争が激しくなっており、契約数も大きな回復は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（支配人）	・個人の所得はなかなか向上せず、その間様々な日常物価が値上がり状況にあるためである。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・企業の予約は横ばいになってきたものの、依然一般の来場が減少しており、底がみえない状況が続いている。
		設計事務所（所長）	・消費税の関係で前倒しになった契約物件が完了すると、その先、新たな物件の動きがない。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピックが7年後ということだが、景気が日本全体に広がるかとなると疑問点が多い。建設関係にしても東京中心の仕事が増えるだろうが、これが日本全体に広がるということにはならない。高齢化社会もますます進み、高齢者が増える中で若者が非常に少ないという懸念で、これから良くなる気はなかなかしない。社会的には難しいのではないかと思う。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税が導入された時、及び消費税率がアップされた時のいずれも駆け込み需要の反動減は大きく、今回も同様の事態が危惧される。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・9月に入っても客の慎重な購買行動は継続している。来客数、客単価共に前年を下回っている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・最近の来客数の状況は、まず客が来ない、もしくは来ても販売に結び付かないという大変厳しい状態が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で販売量が増大したが、その反動が必ず出る。3月末までに引き渡しをすれば、まだ消費税は据え置きで良いのだが、すでに施工が追いついておらず、販売を断わらなければならない状況となっている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がくと思う。
	企業 動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	—
食料品製造業（経営者）			・秋は日本酒のシーズンだが、シーズンインが近付いて、前年よりは状況が良いように感じている。
出版・印刷・同関連産業（経営者）			・例年恒例の受注が見込めるためである。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）			・販売量は多くないが、高い物が売れるようになってきて客単価が上がっている。始めは安い物を購入しようとしていたが、やはり考え直して高い物にしてくれというようなことが出たので、個人、法人共に少し上向きになるという見通しを持っている。
一般機械器具製造業（経営者）			・現在は、中小零細企業まで仕事量が回ってきていないが、景気が上向く要素はあると感じている。大手が手に負えなくなった仕事があふれてくるまでには、あと半年から1年くらい時間がかかる。
電気機械器具製造業（経営者）			・2020年オリンピックが東京に決まり、国が明るくなってきたように感じる。スーパーマーケットも今、消費税増税前の駆け込み改修工事で店舗機器の入替えが進んでいる。
その他製造業〔鞆〕（経営者）			・アベノミクスやオリンピック招致の成功、こういったものもろのことから雰囲気は非常に明るくなっており、工事現場がかなり増えてきている。良くなるのではないかという気がする。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）			・消費税増税前の駆け込み需要が世の中全体で増えそうである。
建設業（経営者）			・設備投資する企業が増え始めているようである。様々な話も聞きだしているため、受注につながれば良い結果が出るのではないかと。
建設業（営業担当）			・オリンピック東京開催が決まり、今後資材の高騰と人件費が上がっていく。景気回復の兆しはみえているが、人材不足と資材の調達に心配される。
輸送業（経営者）			・景気が良くなる、あるいは悪くなるという現段階での予測は非常に難しいところだと思うが、政府が景気回復ということに言及しているため、期待を込めて良くなる。
通信業（経営者）			・アベノミクスに期待している。
金融業（統括）			・オリンピック東京開催も決まり、株価が上がっているため、景気も良くなってくる。
金融業（支店長）			・東京オリンピック開催決定により、東京都内を中心に施設整備を中心としたインフラ投資が見込まれる。

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	
		金融業（支店長）	・オリンピック東京開催が決定したこと、株価が少し持ち直しているということで、大分消費に良い影響が表れるのではないかとと思われるので、各業種でかなり期待はしている。売上等の見込みは若干出始めているような傾向なので、少しは上向く。	
		不動産業（総務担当）	・オリンピック誘致も成功し、期待含みであるが、消費者のマインドが上がり、マンションの売行きが好転するムードを感じる。	
		広告代理店（営業担当）	・オリンピック東京開催も決まり、各社、前向きな話で事業を進めていくことができそうである。	
		税理士	・いつも言ってることだが、北米での日本車の売行きが少しずつ良くなっているが、中国等の新興国ではバブルがはじけると言われており、景気が下がり気味かもしれない。日本ではアベノミクス、それから東京オリンピックが開催されるということで、それらが景気を先導して、皆の景況感が少しずつ良くなっていくのではないかと期待している。	
		税理士	・オリンピックへ向けて建設業やスポーツ関連、旅行関連等業績の上向く業種が多くなり、景気の上向きは進むと思うが、実際の賃金アップにつながらない業種もあるため、やや良くなる程度だと思う。	
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらく工務警備の繁忙期が続くと予想する。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・11月に年間を通したまとまった新規物件が契約できそうである。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・オリンピックによる投資の増加のためである。	
		変わらない	食料品製造業（経営者）	・単価の低い商品なので、消費税増税前の駆け込み需要も期待できない。
			繊維工業（従業員）	・当業界は綿を素材としているところから、冬に向かい季候等だけでなく、中国など東南アジア情勢によっても景況が大きく変わってくるので、本当のところは変わらないというよりも分からない。
			出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・消費税増税前に一時的に受注が増えると思うが、反動でその後の受注が期待できない。
			化学工業（従業員）	・得意先との話で、消費税増税による駆け込み需要で景気が良くなるとは聞かぬが、具体的な話になるとまだ何もないので、先行きは依然不透明である。
			プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスの景気浮揚効果はまだ中小零細まで伝わっていないので、すぐには景気は良くならない。
			金属製品製造業（経営者）	・引き続き月々の受注量は確保できているが、このまま景気が上向くとは思えない。消費税問題が確実視され、先行き不安である。
一般機械器具製造業（経営者）	・今の状態ではそれほど良くなることはなく、現状維持だと思ふ。噂では客が不渡手形を出すという連絡が入っており、まだ景気が良くなることはない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・大手の景気の良さによる影響が下の中小零細企業には全然伝わってこない。景気の波及は以前と同じく変わらない。大手の景気の良さの影響が中小零細企業に少しでも伝わってくれないと、経済は良い方向にはいかないと思う。			
精密機械器具製造業（経営者）	・取引先でもまだ外需頼みで、いつまで継続するのか読めないとのことである。消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、一時的にどこまでストップするのかが上場企業でも読めていない。			
輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラックに限らず昔は工場などは3Kと言われたが、今はそれに加え仕事量も少ない。景気も長続きしないので、これでは返済ができなくなり、小さなところはお金を借りることも、機械を買って設備投資することもできない。そうなるとうり貧になってくるので、町工場は難しくなってきた。			
建設業（経営者）	・我々中小企業に対しての景気対策が、まだ実施されていないように思う。			
輸送業（経営者）	・先行きの景気といわれても、今の状況ではさっぱり分からない。			
輸送業（経営者）	・10月以降、新規納品先の増加が予定しており、売上の増加を期待したいところではあるが、既存店の売上の落ち込みが大きく、燃料価格の高騰を考えると、好転の予測は立たない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（総務担当）	・良くなる業種があるものの悪くなる業種もあり、相対的には変わらない。
		通信業（広報担当）	・中小企業に波及するまでにはもう少し時間がかかる。
		金融業（従業員）	・中小企業ではアベノミクスの効果は感じられないとの声が多い。むしろ、原材料費や仕入価格の上昇による収益環境の悪化が生じている。一部の建設業では受注増となっているようだが、価格競争のため激しい状況である。
		金融業（役員）	・景気の先行きに安心感がないため、しばらくは現状維持で大きな変化は望めない。
		不動産業（経営者）	・9、10月は法人の移動で来店客も増えてきたが、厳しい状況は変わらない。申込が入り、バイク無料、入居者入替えOK等、一通りの条件は飲んであげても、審査の時間が長くなり、キャンセルされる場合もある。お客様様の時代である。
		広告代理店（従業員）	・既存顧客から新しい仕事等は発生していない。また、減少もない。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が徐々に感じられる。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		経営コンサルタント	・包装資材の中小メーカーの下期計画の売上高は非常に控え目な数値である。商品の動きは、当分まだ鈍いという読みのようである。
		経営コンサルタント	・特別な大量発注、公共工事や建設などが動かない限り、即効性のある経済対策はないのではないか。大手企業が海外取引によって景気が良くなり、それが中小企業に浸透するまで、まだまだ時間がかかりそうである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・今後も同様な動きがみられることが予想され、厳しい状態が続くと思われる。しかし、アベノミクス効果やオリンピック効果で上向いていくのを期待したい。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・好転する要素がみえない。
		やや悪くなる	
プラスチック製品製造業（経営者）	・予想通り今月に入り原材料値上げ要求が高まっており、2～3か月後には実行されると思われる。それに加えて取引先によっては値下げ要求もきてしまい、見通しはかなり厳しいことになりそうである。		
金属製品製造業（経営者）	・客先の設備の老朽化により補修関係の仕事が出てきているので助かっているが、量としては少なめである。金型製作の話が出てきているが、なかなか決定までいかず困っている。		
建設業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み契約や、耐震基準がクリアできない補助金絡みの改築工事等も今後一段落しそうである。		
輸送業（総務担当）	・国内出荷も輸出も計画はあるが、確定はしていない。いつから増えるのか不明である。		
不動産業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が多く、今後需要が減ると思う。		
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税が導入されることになれば、どのようになるのかが分からないことと、大きな仕事が秋に終わり、その後の予定が全く立っていないので、景気はあまり良くならない。		
悪くなる		金属製品製造業（経営者）	・得意先からの見直し情報が先になればなるほど、金額が減っている。限定した得意先だけでなく、他の得意先も同じ傾向にある。
		建設業（経営者）	・消費税増税による消費マインドの冷え込みのためである。
		広告代理店（経営者）	・本来関わる必要がない作業に時間を取られ、営業面にも影響が出ている分は、今月の売上だけでなく、直近の営業的な種まきにも影響しているため、悪くなる。
雇用 関連 (南関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・消費税増税を前に、建設、住宅系からの求人数の増加が見込まれる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人広告を掲載しても、採用につながらない企業が増えていく。広告需要はしばらく高止まりしそうである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・尖閣諸島問題以降、中国企業からの技術職の求人はぱったりなくなった。しかし、T P P参加期待から米国系医療関連企業をはじめとし、日本市場進出へ積極展開を図り、マーケティングや営業職の求人が増加している。

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
	変わらない	民間職業紹介機関（職員）	・求人増加とともに年取が上がったり、雇用環境が回復することにより、個人消費が増えてくると思う。
		人材派遣会社（社員）	・アベノミクスで景気が良くなるという話が出ているが、中堅大手企業の経営者と話をしたが、まだ具体的に景気に反映するような好条件は何もないという人が多かった。まだこの2、3か月は分からない。来年の消費税増税前の駆け込み需要等も一時期あるかもしれないが、実際に受注が増えているわけではないし、全般的には景気が良くなるとは思えない。
		人材派遣会社（支店長）	・証券、不動産、住宅関連業界では人材のニーズが高まっているが、人材登録が伸びてこないため成約数に結び付かない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数にあまり変化がみられず、しばらくは同じ状況が続く。今後はオリンピック効果を期待したいが、消費税引き上げがどうなるか影響が不安である。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復傾向にあるなか、求人数は増加傾向にあるが求職者数は増加せず、現状とほぼ変わらず推移すると思う。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・実際の予算の割り振りは現時点で現状維持が多い。ただし、年明けに向けて追加企画のための予算を隠して準備している様子なので、来月には具体化するのではないかと。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・公共事業などが進められるだろう先々のことは別として、2、3か月の短期ではそう変化はない。急速に良くなる材料も悪くなる材料も今のところ見当たらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きが横ばいのように感じる。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に景気が良くなる要素がない。福島第一原子力発電所の問題で、景気に悪い影響が出始めている。
		職業安定所（職員）	・求人窓口での景気動向把握は困難である。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率がリーマンショック前までの水準に戻りつつある。
		職業安定所（職員）	・賃金水準にあまり変化がない中で、就職件数の増加が一時的なものである可能性も否定できず、中小企業への波及にはまだ時間がかかるように思える。
		職業安定所（職員）	・新規求人数のうちパート求人は大幅な増加をしているものの、正社員求人は前年同月比で横ばい状態で、本格的な雇用環境の改善には正社員求人の増加が望まれる。
		職業安定所（職員）	・景気を左右するような情報が周辺にない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・全般的には企業の業績も安定感が出てきたので、景況感も徐々に良くなると期待される。
民間職業紹介機関（職員）	・求人数に大きな変動の兆候は感じられない。		
学校〔専修学校〕（就職担当）	・予定外の新規採用募集、採用数の増員などの依頼が目立つことはなく、年度当初の予定通りに募集活動を進めている企業が多数である。		
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・企業からの人材オーダーは活発であるが、求職者の動きが鈍くなり、結果として募集やマッチング等の調達費用がかさむようになり、伸びが鈍化する可能性が高いと見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月が予想外の状況のため、年末に向かって相当厳しい状況が予想される。今後の動きも今のところあまりなさそうであり、先行きは不安である。
悪くなる		—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東海)	良くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・来年3月までは今の勢いが途切れずに続く。
		百貨店（販売促進担当）	・秋になって消費税増税前の駆け込み需要が加速する。
		スーパー（経営者）	・式年遷宮を経て新年へと向かい、来客数は間違いなく増加する。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・1人当たり客単価が上昇してきているので良くなる。また、東京オリンピック開催決定も、景気上昇の引き金になる。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的な動きが、少し前向きになってきている。販売台数も利益率も、少し良くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税を前に、金額の大きな新築やリフォーム工事、商業施設の改装等の需要も出てきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客には購買意欲がみられる。販売量が徐々に増えてくるとみられ、景気も良くなっていく。
		商店街（代表者）	・今後、消費税対応の需要が見込める。また、地デジ化した時の薄型テレビがそろそろ買換え時期を向かえ、買換え需要が見込める。
		商店街（代表者）	・とにかく今月が悪すぎたことと、例年秋は受注量が比較的多い時期であることから、少しは良くなる。
		商店街（代表者）	・気候が寒くなってくると、商品が動き始めるため良くなる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・景況感が好転している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今以上良くなることは想像し難いが、外宮前が当地の新しい観光スポットの一つとしてマスコミへの露出が増えているので、まだ伸び代はありそうである。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・オリンピック効果による。
		百貨店（売場主任）	・商品を見るだけ、商品知識を聞くだけ、足入れだけの客も、下見だと思えばこれからの売上になっていく。もっと寒くなって冬物のブーツが動き出せば、売上也上がってくる。来月は予算も達成すると思う。
		百貨店（営業企画担当）	・業種としては、今後消費税増税前の駆け込み需要が望めるので、年末にかけて秋冬物の販売には良い影響がある。特に、客単価が上がると考える。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税がほぼ確定し、駆け込み需要は今後さらに顕在化してくるが耐久消費財が中心で、それも一部の高額所得者層や中間層以上に限られる。その他の層では増税に対する防衛を始め、ささやかなプチぜいたく消費の分まで食品や身の回り品に充てる可能性があるため、決して磐石ではない。
		百貨店（販売担当）	・今月も消費税率アップ前には買いたいという声が聞こえたほどであるため、駆け込み需要はますます増加する。特に高額品には顕著な動きがあると思われる。
		百貨店（経営企画担当）	・賞与も増加することが想定され、消費マインドの改善とともに、クリスマス、年末年始の需要などが見込まれる。
		スーパー（経営者）	・12月になれば年末商戦は少々活発化する。おせち料理など正月ぐらいいはぜいたくをという気持ちが強まり、弾んで消費も活発化する。ボーナスが上がるサラリーマンが増え、消費には良い結果をもたらす。
		スーパー（店長）	・来年4月から消費税率が8%に上がることがほぼ決定し、食品に関しても一部商品については、駆け込み消費が起こる。
		スーパー（販売担当）	・ボーナス等が出て、引き締めていた購買意欲が高まる。
		スーパー（営業企画）	・オリンピック開催決定による心理的な高揚感に加え、消費税率のアップにより、不動産など高額消費が伸びて景気回復の実感が出そうである。
		スーパー（商品開発担当）	・当圏域の自動車関連での人員増加等もあり、引き続き景気が良くなる感触を得ている。
		コンビニ（店長）	・ボーナスが増えたり、給与が上がったりして、年末に繁華街の客が増えると当店にも良い影響がある。あまり変化がなければ、以前と変わらない状況が続く。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を前に年末には駆け込み需要が期待できる。一方、2013年度明けには反動が出そうな気がする。
		家電量販店（店員）	・消費税増税が実行されていくこともあって購買に若干の拡大要素がある。明るさが出てきている。
	乗用車販売店（経営者）	・主軸商品が来月フルモデルチェンジするので、年末にかけて確実に動きは良くなる。	
	乗用車販売店（従業員）	・駆け込み需要が少しずつ拡大するため、2～3か月後は少し景気が良くなる。	
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がこれからだんだん増えてくるが、本当の意味で景気が良くなるわけではなく一時的に上がるため、増税後の反動が怖い。	
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、厳しかった前年と比較して間違いなく販売増加が見込まれる。	

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
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出る予定で、注文を受けている。ただし、自動車は登録に結び付かなければ、注文を受けても利益が上らない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・今月末にかけて宝飾品の販売予定数が増加している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・来年の消費税増税に向けて、これから3か月は販売量が多くなってくると推測する。
		スナック（経営者）	・今年も残りあと数か月ということで、多少は店に足を運んでもらえると期待している。
		観光型ホテル（販売担当）	・来月以降の予約状況が堅調に推移しており、さらに11月には思いがけない大きな宴会を数件受注しているため、徐々に結果が期待できそうである。宿泊も順調な予約の入りとなっているため、今よりは良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・消費税の増税決定だと思うので、当面は消費需要が多くなる。ただし、レジャーは、急な需要ではないので、どこまで伸びるかは不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・冬シーズンの問い合わせ、予約状況が好調である。クリスマス、スノーシーズンや年末カウントダウンなどに関する予約が増える予定である。
		旅行代理店（従業員）	・企業等の創業・設立の節目に記念旅行を実施するところが増えており、多少の無理はあっても行事を実施できる環境にまで戻ってきたと感じる。周年旅行を海外へという良い傾向もみられる。
		タクシー運転手	・この時期になると、時期的な要因でやや良くなる。
		タクシー運転手	・11月から12月には、人の集まる機会や動きが良くなるため、今よりは良くなる。
		通信会社（サービス担当）	・年末に向けて、引越しや電化製品の買換えによって光回線の新規申込が増加する。
		ゴルフ場（企画担当）	・11月の入場者予約数は、前年同月を大きく上回っている。12月以降はまだ分からないが、今しばらくは、良い雰囲気でも推移する。
		美容室（経営者）	・秋以降は気温が下がっていく。夏は暑すぎて外出できなかった客がパーマをかけに来てくれれば、夏の分を挽回できる。
		美容室（経営者）	・年末にかけてボーナス等の臨時収入が入るため、美容室を利用する客が出てくる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・販促用の新企画に期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・来年3月末までの引き渡し、工事完了での受注が増えそうではあるが、職人の仕事量にも限度があるので対応には限界がある。また、その後の冷え込みも心配でたまらない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・10月に売上を期待できる見積依頼や問い合わせなどが多数来ている。
	変わらない	商店街（代表者）	・客単価が伸び悩む状況がずっと続いている。客単価が伸びるような客の動きがみえず、この先もこの傾向は続く。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・季節的な要因もなく、大きく上がることも下がることもない。例年と変わらない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・当地の景気はいつもように沈んだままである。一部、買いつぶりの良い客もいるが、大部分は必要な物しか買わない客で、買物の単価が低い。ここ2～3年、景気は底を這っている感じである。夏バテ回復のための栄養補給剤の売上増に期待している。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客は世の中の動きをみており派手な支出はしない。自分に関する消費は増えているが、人との付き合いに係る消費については、しばらく様子見である。この状況は当分は変わらない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・公共料金の値上げ、円安による輸入原材料の値上げなどがあり、商品を若干値上げする。多数の客は年初からの値上げの動きに対して、自分なりの判断で堅実な選択をしている。現状のように景気の横ばいがしばらくは続く。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・10月に消費税増税の発表があるが、当業種は客単価が低いので、消費税率が上がろうか下がろうか変わりはない。2～3か月先に劇的に変わるとは思えない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどの間では変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・政治、経済情勢の先行きが不透明である。
		百貨店 (売場主任)	・消費税増税が決まるであろうが、まだ駆け込み需要には至っていない。買い控えの傾向は続いている。
		百貨店 (企画担当)	・東京オリンピック誘致、リニア新幹線の路線決定など明るい話題はあるものの、消費税率アップが確定的となって、消費意欲にややブレーキがかかっているように感じられる。
		百貨店 (経理担当)	・絵画や宝飾品など高額品の動きは確かに良いが、衣料品等の動きが悪く、全体としての景気は変わらない。
		百貨店 (経理担当)	・消費税率引上げに関連する報道が出るたびに、消費に対する意欲が減退していく。駆け込み需要期までは、今の状態が続くと予想する。
		百貨店 (販売担当)	・景気の良い客は値段は関係なく購入するが、物価の上昇などで節約する人も多いと感じる。客の購買行動の二極化が進んでおり、景気の良し悪しはどちらともいえない。
		百貨店 (販売担当)	・夏休みが終わって来客数が減少し、厳しい売上となっている。
		スーパー (経営者)	・ジリ貧状態がストップの感はあるが、中小小売店や飲食店にとっては、悪い状態が今までどおり続く。
		スーパー (店長)	・買い置きできる食品や雑貨等の購入価格は、この価格ならば購入と決まってきた。円安による食品類の値上がりを販売価格へ容易に転嫁できない。従って、今後もより一層厳しい状況が続く。
		スーパー (店長)	・消費税の増税によって大型商品には動きが出てくるが、食品の消費は絞られる可能性がある。各種商品において値上げの発表があり、今後について非常に不確定な部分が多い。景気が良くなる実感はない。
		スーパー (店長)	・東京オリンピック誘致が決定し、気分的には高揚しているが、来年4月の消費税増税がほぼ決まるようであり、客も節約モードに入りそうである。
		スーパー (総務担当)	・気温が高いこともあり、新秋刀魚やおでん商材など秋物食品の売行きが良くない。
		スーパー (営業担当)	・消費税増税前には、一時的に景況感が高まるものの、増税後の景況は、マインドを下げる方向に向かうと思われる。
		コンビニ (企画担当)	・オリンピックと増税で、プラスマイナスゼロである。
		コンビニ (エリア担当)	・今月同様、当面は前年をクリアできない状況が継続する。
		コンビニ (エリア担当)	・客数は減少傾向だが、単価が前年比100%を維持しているため、全体の数値としては、それほど変わらない。
		コンビニ (店長)	・弁当等の販売で、販売数量は確保できても単価がそれほど上がっていないので、売上はそれほど変わらない。
		衣料品専門店 (経営者)	・寒くなったからといって、急に見客が来店し買ってくれるとは思えない。
		衣料品専門店 (販売企画担当)	・消費税増税で景気が悪くなるのではと心配する人が多いが、実際は、増税であっても動く物は動き、動かない物は動かさず、あまり変わらないのではないかと。
		家電量販店 (店員)	・これから新製品が出てくる時期だが、問い合わせなどが少なく期待感を持ってない。
		乗用車販売店 (経営者)	・景気の良い人や企業と、そうではない人や企業の差が、ますます広がってくる。
		乗用車販売店 (従業員)	・身近な商品の価格上昇が続き、車のような高額品は少々敬遠しなければと客は言っている。客の話では、景気が上向きと言われているが、収入は目立って増えてきていないので、この先、支出ばかりが増えるのでは、と心配する声も多く聞かれる。
		乗用車販売店 (従業員)	・決算期を過ぎて苦しい状況がしばらく続くが、消費税増税を見越した法人での代替需要の高まりが明るい材料である。一方、個人客は、エコカー補助金や前回の消費税率引上げ時のように間際まで動きが鈍いので、いかに需要を喚起するかにかかっている。これから新車が多数登場することに期待をしている。
		乗用車販売店 (総務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店 (経理担当)	・物価は上昇傾向であるが、賃金は一向に上がらない。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年同月比1.3%のマイナス、乗客数は、同じく6.8%のマイナスである。
		一般レストラン（従業員）	・アベノミクスの効果は、生活者の憩いの場である居酒屋には一切ない。
		スナック（経営者）	・年末は忘年会シーズンに入るため多少人出が増えるが、それまでは控える傾向に入って飲食の機会も少なくなり、売上はしばらく変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・現状がまだ続く。景気回復の恩恵を受けている企業があるため、宿泊に関しては東京、名古屋、大阪から確保できる。しかし、当地は水産加工業が多く原材料の値上がりを製品に転嫁できずに苦しんでおり、それを反映して、地元客が主体の昼食、夕食需要は、やや弱含みで進む。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から現状とは変わらないと判断している。
		都市型ホテル（支配人）	・光熱費や食材などの仕入コストの上昇が大きい。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊者数がやや伸び悩んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・消費税率の改定をにらみ、秋の需要が増える可能性もあるが、一方で、人口減少の影響で過去のような量的な拡大は見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・旅行業は、消費税率のアップで駆け込み需要が増える業種ではないため、大きく動くことはない。
		タクシー運転手	・繁華街では長い間同じような動きをしているため、3か月先に良くなるとは考えられず、今の状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・基本的な設備は大体でき上がっているため、急激な増加は望めず、今の状態がまだ続く。
		通信会社（営業担当）	・給料は増えず、まだまだ安い物が売れている。
		テーマパーク（職員）	・景気が急に良くなるとは考えにくい、緩やかに良くなるか横ばいで、急に悪くなることもない。
		テーマパーク（職員）	・景気が好転する要素がない。
		美顔美容室（経営者）	・年末までホームケアセットの販売があるため、例年通りで変わらない。
		設計事務所（経営者）	・純粋な設計業務としては、相変わらず案件は増えていない。しかし、ほんのわずかながら設計関連業務の引き合いがある。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、さらなる買い控えが懸念される。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・良くなる要素がない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・下町商店街の雰囲気を見る限りでは、客の購買意欲は強く感じられない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・消費税率が来年4月に上がる見込みである。また、生活関連商品が値上がりしているため、消費にまわる金額が非常に少なくなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・10月、11月も9月と同じく連休があるため、行楽等に消費が向かう傾向が続くと予測している。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・企業収益が上がっても、とにかく個人収入の増加が伴わないことには購買意欲は出てこない。
		百貨店（経理担当）	・10月の消費税増税の政府表明を境に、消費マインドの低下による買い控えが予想されるため、緩やかではあるが、景気は後退局面を迎える。
		スーパー（販売促進担当）	・近隣の地元食品スーパーも苦しい状況で、11月の競合店出店に向けて、改装を実施したり業態変更してEDLP（エブリデイロープライス）化を図っている。
		スーパー（支店長）	・消費税増税に伴って今よりも減少する。
		コンビニ（店長）	・来春からの消費税増税が決定的で、駆け込み消費を期待したいが、食品や身の回り品では期待できない。住宅や車など高額品が優先され、我々が扱う物は、かえって消費が減退すると思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・消費税率引上げが確定すれば、今現在も上向いていない一般消費者の消費マインドは下がる。また、加盟店も電気料金の負担増大、最低賃金アップによる人件費増加に加えての消費税増税による逆風で、モチベーションが高まらずに思い切った取組ができず、さらにマイナスに働く。
		コンビニ（店長）	・売上減少にやや歯止めがかかってきており、底入れが近い。しかし、消費税増税を控え、先行きが非常に不透明である。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の低下に歯止めがかかっておらず、今後も厳しい状況は続く。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込みで新車販売が好調になると考えると、整備業界は停滞すると考えられる。
		高級レストラン（役員）	・秋から年末にかけての宴会予約の受注状況が低調である。会社関係の宴会では、予算を下げたいとの声が目立つ。
		一般レストラン（経営者）	・景気と経済の先行きに対する不安があるため、消費が落ち込む。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税が決まれば、合わせて実施される個々の減税よりもインパクトが大きいと、心理的に消費は落ち込む可能性がある。
		都市型ホテル（経営者）	・来客数の増加や客単価上昇による売上増加を上回って、コスト増加が問題となり始めている。消費を煽りながら、市民の生活が苦しくなっていく気がする。
		旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる要因が考えにくい。消費税増税の駆け込み需要がある業界ではないため、他の業界へ支出が流出しそうな感じである。
		通信会社（企画担当）	・地方では東京オリンピックの効果をあまり期待できない。消費税増税を控え、日用品に対して客はシビアになってきていると感じる。
		パチンコ店（経営者）	・娯楽産業は、消費税増税の影響を実施後から受けそうなことと業界全体での低単価競争の影響とで、収益は厳しくなることが予想される。
		理美容室（経営者）	・消費税率が上がれば、誰もが金を使いたがらなくなる。
		美容室（経営者）	・今は料金を引き下げたりしているが、消費税率が上がれば料金を上げなくてはならない。仕入れも大変ではあるが、それでも料金を上げることは考えられない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・2015年からの介護保険改正方針が決まれば、運用面でも緊縮感がより高まり、必要なサービス提供も提案しづらくなる。
		設計事務所（経営者）	・駆け込み需要が終わって冷え込む。
		設計事務所（職員）	・このままいくと貧富の差がどんどん広がるような社会となる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・管理の契約件数は増えているものの、1件当たりの単価が上がらず景気が良くなっているとは感じられない。
悪くなる	商店街（代表者）	・もうじきバブルがはじける。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税の増税が決定されると、消費が冷え込む。	
	スーパー（店員）	・高騰した商品の価格が落ち着く気配が感じられない。さらに値上げせざるを得ない状況になると予想している。	
	観光名所（案内係）	・観光客の行動からは、良くなる傾向は何も見受けられない。	
	住宅販売会社（経営者）	・所得が上がらず物価が上昇し、生活が厳しくなっているため、住宅購入の資金までまわらない。	
企業動向関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の増加による。
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・今の状況が年末年始にかけても継続すると期待される。希望的に観測すれば、消費税増税を控えて不安材料はあるものの、増税前の駆け込み需要も含め、少なくとも年末までは活発な消費活動が期待できる。
		化学工業（人事担当）	・ここ数年にはなかった環境変化が起きている。現時点で日本経済にネガティブな影響を与える現象はあまり見受けられない。東京オリンピックの開催も決まり、心理面では上向きであろう。
		化学工業（総務秘書）	・東京オリンピック開催、リニア新幹線路線の決定は、景気回復への期待感を大いに高揚させる。外交での首相の発言は、成功の約束を強くアピールしており、久しぶりに日本の進む方向がみえているような一体感を覚える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・消費増税、欧州や中国の景気後退、米国の金融引き締めなどの懸念はあるものの、受注は安定的に増加している。
		輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・年間の利益見込みが、当初見込みを上回っている。
		建設業 (営業担当)	・月当たりの受託件数は変わらないが、それに付帯する仕事も取るよう心掛ければ、何もしないよりは良くなる。その反面、当社の事業は下水道整備とのつながりもあるため、プラスマイナスがある。それほど良くなるとは思えないが、上がる方向感である。
		輸送業 (経営者)	・物流用の不動産の物色がおう盛で、関東、中部、関西とも既設大型物件の空きがなかなか見つからない状況である。
		輸送業 (従業員)	・物流企業としては、燃料の高騰が先行きの不安要因である。景気が好転するとドライバーの採用が難しくなり、年末の繁忙期や来年の消費増税前の駆け込み需要への対応で人手の確保が心配である。
		輸送業 (エリア担当)	・円安、株価高でモノの動きが徐々に活発になる。
		輸送業 (エリア担当)	・順調に荷物が増えて安定してきている。
		金融業 (従業員)	・二極化が進んでいると感じる状況は多いが、先行きとしては、多少でも良くなりつつある。
		金融業 (法人営業担当)	・消費税率引上げ前の駆け込み需要で、自動車生産の増加が見込まれる。このため、自動車関連部品や素材メーカーの増産が期待される。
		金融業 (企画担当)	・消費増税を見越して個人の住宅購入意欲はおう盛である。今後も個人を中心とした不動産取引が今まで以上に動く。
		行政書士	・荷動きが多少活発化する。
		経営コンサルタント	・オリンピックが決まり、徐々に地方経済にも効果が出てくると誰もが思い始めている。消費も徐々に上向いて、景気が良くなりそうな感触を得ている。
		会計事務所 (社会保険労務士)	・顧問先に今後の見通しを尋ねると、しばらくの間順調に仕事が入ってきているとの回答が多い。
		その他サービス業 [広告印刷] (従業員)	・問い合わせや見積等の動きが出てきているので、実際の受注に結び付くことを期待している。
		その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	・忙しい会社とそうでない会社とに二分されている。時代の流れにうまく沿っていかないと、市場から放り出される気がする。新しいものを積極的に作成し、前向きに行動することが非常に大事である。
		変わらない	
出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・これからは忘・新年会シーズンとなるが、今年の歓送迎会シーズンには多くの店舗からの受注が前年同期比で減少したので、見通しが立たない。		
窯業・土石製品製造業 (社員)	・徐々に受注量が回復しつつあるが、非常に緩やかであり、3か月程度では大きな変化は見込めない。		
鉄鋼業 (経営者)	・製造メーカーの下請企業等が製品価格を上げられる状況にならないと、中小零細企業の利益にはならず、受注量や販売量の増加には繋がらない。すぐ目の前に明るい兆しがあるわけではない。		
金属製品製造業 (従業員)	・例年、年末から年度末にかけて忙しくなるはずだが、今年はさほど動きがない。ただし、同業者では忙しくなる期待感が強い。		
一般機械器具製造業 (経理担当)	・景気悪化という兆しもないが、極端に良くなる状況でもない。		
電気機械器具製造業 (経営者)	・今年度末までパーラーチェアの設定投資が続くので良い。		
輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・客先における今後の生産計画が上向きではない。		
輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・足元の景気はやや良い状況である。アメリカの景気が堅調で、現地の完成車メーカーからの部品発注量から、この状況が3か月先も続くと思われる。		
輸送用機械器具製造業 (財務担当)	・受注状況をみると、現状から大きな変化はない。		
輸送業 (エリア担当)	・9月後半になって荷動きが活発となってきている。備車 (車両不足等の際に他社から借りる車両) を集めるのに大変苦労をしている。		

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
		輸送業（エリア担当）	・バブルがはじけて20年以上経ち、物価の上がらないデフレ状態に慣れている。アベノミクスで景気が上向き賃金がアップしても、我々の消費力がしぼんでいて、金が出回ることはない。景気はずっと横ばいである。
		通信会社（法人営業担当）	・財布のひもはまだ固い。消費者、企業経営者のマインドを変えない限り、希望がみえない。
		不動産業（経営者）	・実体経済への影響はまだまだ先のことになる。
		不動産業（管理担当）	・引き合いは来ているが、成約という結果を得られていない。希望的には上向きと捉えたいが、結果から判断すれば、変わらない。
		広告代理店（制作担当）	・企業側に提案中の企画案件が、コスト等の面でなかなか決まらず、全体的にあまり変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・若年層の新聞離れが深刻である。
		公認会計士	・コストアップなどの収益性圧迫の要因はあるが、消費税率引上げ前の駆け込み需要等もあり、当面は、底堅い状況が続く。
		会計事務所（職員）	・消費税増税に加え、電気料金、石油製品、食品等の値上げが続いており、消費者の財布のひもはますます固くなっていく。しかし、消費税増税前の駆け込み需要は早くから一部であり、いつまで続くのか見当がつかない。消費者以外のところで恩恵を受ける者がいるのかもしれない。
		やや悪くなる	
印刷業（営業担当）	・消費税増税前に特需があるようだが、現状はその傾向にはない。増税が行われると景気が悪くなっていく。景気が良くなるという方向性が全く見当たらない。		
金属製品製造業（経営者）	・引き合いの件数がやや減少しており、今後やや悪くなるのではないかと予想する。		
一般機械器具製造業（営業担当）	・通常下半期は大手EMS（電子機器受託製造サービス）ユーザーでの設備投資の勢いが衰える。また、大手携帯電話メーカーが大幅な減産を指示したことにより、中国で受注を見込んでいた大型プロジェクトが中止になるなど、影響がある。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・新規案件は増税前の駆け込み需要という面もあり、今後、好転する要素が見当たらない。		
電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼メーカーの値上げが決定し、今月ないし10月から実施される。環境としてはそれを販売単価に反映できない中、実施した場合売上の減少が見込まれる。今後、生産拠点の海外移転等が一層進むため、国内での生産は減少すると思われる。		
建設業（経営者）	・消費税増税が見込まれるため、建築費等が高騰している。この傾向は他業種にも広がり今後大きく影響してくると思われる。今の景気回復は一過性で本質的なものではないため、増税後はかなり厳しい局面になるのではないかと。		
その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・受注のための金額の叩き合いでは、結果的に業界全体の収益が悪化する恐れがある。		
	悪くなる	—	—
雇用関連 (東海)	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産に関しては、為替相場が円安傾向に推移し、10月以降下期に向けて増産予定である。しかし、その結果求人募集に関しては、必要人数の確保ができず苦労している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・行政による中小企業への支援が拡大すれば、それに連動しての景気回復が大きく期待できる。ただ、消費税増税前の駆け込み需要に終わらないよう注意する必要がある。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・オリンピックの決定もあり、ムードが高まり、より上向きになっている印象である。
		人材派遣会社（社員）	・10月の予約状況は良く、その先は忘年会シーズンに入るのでパーティースタッフの派遣は良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用の求人受注が引き続き好調である。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材採用において、派遣にするか正社員で採用するかを考えあぐる企業が増えており、そういう問い合わせが増えてきている。派遣、中途採用にかかわらず、今後は、採用が少しずつ増えていくであろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（支店長）	・派遣先からの求人数は前年比で15%増加しており、堅調な推移をみせている。また、1人当たりの採用コストも2けたの伸びを示しており、全体的に景気が回復傾向となっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増えるといった話題が、営業の現場でも話されている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税が決定すれば、来年3月まで先食いが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・管内への新規進出企業の動向もあって、医療福祉とともに卸・小売業及び製造業で設備投資や雇用拡大が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・製造業においても、少しずつではあるが、受注が増え始めている企業が増加している。
		職業安定所（職員）	・建設業を含む派遣・請負業求人数が、依然として増加傾向である。
		職業安定所（職員）	・求人数が徐々にではあるが増加し、新規求職者が減少している。
		職業安定所（職員）	・第1四半期の収支は、ほとんどの企業で前年同月比5%程度の増収・増益で推移している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・新卒採用枠で春に続き秋からもエントリーを受け付ける企業が、前年と比較して増えている。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・求人広告が大幅に増えているわけではないが、減少もしておらず、企業からは、これからも採用に向けて継続的に求人広告を出していくという前向きな話を受けている。
		変わらない	
人材派遣会社（社員）	・特段の動きが感じられない。		
人材派遣会社（営業担当）	・オリンピックも決定し前向きな雰囲気もうかがえるが、すぐには大きな変化はない。		
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・地方の景気回復は、順調に推移しても大都市圏より半年から1年遅れと予想している。		
職業安定所（職員）	・円安の影響で原材料費や燃料費が上がっており、中小企業においてはなかなか収益改善にはつながっていない。		
民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は増えているが、転職希望者の動きは例年とそれほど変わらない状況である。引き続き即戦力の経験者を求める動きが強く、雇用のミスマッチの増加を感じる。		
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・今後の経済政策の内容次第であるが、有効求人倍率は低下傾向となっている。	
悪くなる	—	—	

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：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	通信会社（営業担当）	・あるメーカー商品の取扱の開始及び例年を踏まえると新商品の発売時期であることに伴い、これまでにない来客数及び販売量が期待される。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・客が活気付いた状況が続き、このまま確実に来客数が増加していくように予想する。
		百貨店（売場主任）	・順調にファッション商材、家庭用品、美術品及び貴金属など、全域にわたり消費を刺激する材料がそろっており、期待感を含め動きが活発になると予想する。
		百貨店（営業担当）	・秋冬物の商材は必ず必要になる防寒着及びニットなどの商品単価の高いものが多い。したがって、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税率引上げ後は買い控えが予想されるが、当該税率の引上げ前の駆け込み需要が見込まれ、一時的には景気が上向き傾向になると想定している。
		スーパー（店長）	・現状では10月が会社の創業50周年ということにより、様々なイベントを実施しながら販売量などの数値が上がっている状況にあるため、今後も同様の流れをもたらしてくれるのではないかと予想している。
		衣料品専門店（総括）	・アベノミクス効果が浸透することによる景気浮揚の期待度への高まりにより、消費税率引上げ前の駆け込み需要による一時的な売上の増加が考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・新型車を中心に販売が増加傾向にあり入荷が遅くなる状況が出始めているため、しばらくは良い傾向が続くと想定される。全体としては、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		乗用車販売店（役員）	・消費税率引上げとの兼ね合いもあるが、アベノミクス効果が浸透することにより、景気浮揚の期待度は高まっていくように想定している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・冬のボーナス商戦に期待が持て、また、消費税率引上げ前の駆け込み需要による一時的な売上の増加が考えられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は前年同月より好調に受注している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・第1四半期は売上高が前年同期を上回ったが、7月後半から失速し、8～9月にかけては前年同月を下回った。なお、宴会件数やレストラン部門における夜の来客数が減少しているが、宿泊部門については受注状況からみて10～11月は前年同月を上回ると想定されるため、レストラン部門への波及効果が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・政策の実行力により、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		タクシー運転手	・営業で入ってくる客の増加が今後も続くと思われる、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		通信会社（職員）	・ガソリンの値上がり傾向に対する反応も当初よりは一段落してきており、土日及び祝日の交通量やイベントへの人も増加傾向にあり、冬の商戦に向けて期待できるものと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・これからは今までに契約した受注の完工が本格化し、達成に向けた業者の確保や職方の手配などが急務になってきており、こうした多忙な状況が来年4月まで続く想定している。
		変わらない	
商店街（代表者）	・秋に入ってから仕入れ値が値上げになる商品が増えてきており、小売店も同調して値上げをすれば客単価は上がるかもしれないが、買い控えにより販売量が減少することは必至であると想定している。なお、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。		
一般小売店〔事務用品〕（店員）	・年末に向け客の動向が活発になると思うが、購入時における競合状況は変わらず、また、価格についてもさらに厳しい要求が考えられるため、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。		
スーパー（店長）	・消費税率引上げの話題も多く聞かれる。また、原材料価格の高騰も重なり価格も上昇しているためか、客の買物により厳しさを感じている。全体としては、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。		
スーパー（総務担当）	・想定されている平成26年4月の消費税率引上げに向けて、住宅、自動車及び電化製品などの新規購入や買換えが進むことにより、財布のひもが固くなる懸念はあるが、お盆関連商材が前年同月並みに推移したことにより、クリスマスや年末年始関連商材についても同様に推移すると予想している。		
スーパー（店舗管理）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が期待できるのみであり、決して景気は良くなるとは想定していない。		
コンビニ（経営者）	・売上が増加するなど、特に傾向が変わるような要因もみられず、今のところは現状のまま推移すると想定している。		
コンビニ（経営者）	・新規出店の競合店との兼ね合いが今後どのように変わっていくかということを心配している。なお、前年同月比に関する2か月前からの数字がこれ以上悪くなることは無いが劇的に良くなることは無く、このままの数字が続くのではないかと予想している。		
衣料品専門店（経営者）	・景気回復などの報道が毎日流れているが、そのような実感が末端の消費者までにはまだ届いていないと感じている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・近くの商店街の若い主婦層は景気が下向きであり、また、ある若手経営者グループは生きるためには頑張らねばならず景気が上向いているとはいえないと言っている。こうしたことより、消費税率の引上げについては政治家が考えているほど甘くないという印象を持っており、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		家電量販店（店長）	・消費税率引上げの確定に依存すると想定しているため、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		家電量販店（店長）	・季節的な要因による消費の増加があっても、その後の消費が冷え込み、月間通期でみると前年同月と変わらず横ばいの実績が続いているため、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		家電量販店（管理本部）	・しばらくは前年並みの状況が継続すると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・人員不足などの要因もあり、現状ではかなり厳しい状況にはあるが、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要については、小売業の生活必需品においては恩恵は期待できずより厳しい状況が予測される。ただし、今後2～3か月先の状況については全体としては変わらないと予想する。
		住関連専門店（店長）	・消費税率引上げによる動きはまだ続くが、一過性のものに過ぎないと想定している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・2020年の東京オリンピックの開催が決定したことにより、景気が次第に良くなることを期待しているが、2～3か月先の状況は全く変わらないと予想する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・ガソリンや食品などよく使われる身の回り品に値上がり傾向があるため、景気は現状より良くなることは無いと考えている。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・曜日別の来客数は、買物のお得感により、ポイントデーに集中する傾向が顕著となっている。また、特売日においては、値引き商品中心の買物となっており、ついで買いが減っているため減収傾向が続いている。この状況は、今後2～3か月先も変わらないと予想する。
		一般レストラン（店長）	・景況の波及が地方へは及ばないなかで、消費税率引上げが決定されると、消費者心理に悪影響が予想されるが、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		一般レストラン（スタッフ）	・今月も前月並みの多少の良さは感じるが、前月とほぼ同様であることより、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		スナック（経営者）	・雰囲気盛り上がりムードであるため少し期待感もあるが、現役を退いた客層が多い当店においては、年金の減少などによりマイナス面もあると感じている。なお、今後2～3か月先の状況については全体としては変わらないと想定している。
		観光型旅館（経営者）	・今年中は、伊勢神宮の式年遷宮や出雲大社の御遷宮、富士山の世界遺産登録、東京スカイツリーの開業1周年及び有名大型テーマパークの開園30周年などに客が流れており、北陸地方は厳しい状況が続くと想定している。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は9～11月までは前年同月比108～125%で推移しており、12月以降は前年同月を下回っている。全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		旅行代理店（従業員）	・現実に収入が増えているわけではないため旅行への関心が今一つ盛り上がりおらず、また、既に終わっている年末商戦については売上の大幅な増加には至っていない。
		タクシー運転手	・秋の行楽シーズンになっても、マイカー利用がほとんどであり、あまり期待はできない。また、県外からの客はレンタカーを使用するため、タクシーの利用は少なくなると見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦の商品に対する客の反応は悪くはなく解約数も減少傾向にあるが、新規加入につながる流れが少なく、販売量に大きな変動を感じられない。こうしたことより、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。

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
		通信会社（役員）	・2020年の東京オリンピック開催決定により、今後4K対応などの高機能化したテレビに関心が向かうのではないかと期待している。テレビへの関心の高まりは、ケーブルテレビ契約に結び付く傾向にあり、今後の推移を見守っている。なお、今後2～3か月先の状況については全体としては変わらないと想定している。
		通信会社（店舗統括）	・新商品の予約数及び販売数は多いが、これ以上良くなる要素が今のところ見当たらない。
		通信会社（役員）	・地元エリアにおいて、賃金の上昇や雇用の増加などの話も聞かれず、また企業進出の実績も予定も無いことより、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		美容室（経営者）	・地方と中央では全く景気回復の実感が異なるという声が周囲では大半を占めている。なお、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
	やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・数値にかかわらず消費税率の引上げが家計に与える影響は非常に大きいと考えているため、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げが控えており、また、諸物価の高騰が発生していることにより、ファッション性の高いものや日常を楽しむというプチぜいたくな消費などがここへきてかなり薄れてきており、必要最低限度のものを十分に吟味して購入するという傾向がみられ、将来不安が消費に表れているように感じている。
	やや悪くなる	スーパー（総務担当）	・食品関係における価格上昇や減量を伴った価格据置きなどの実質的な値上げが発生しているため、不要なものは購入しなくなり、また、消費税率の引上げが発表されると、消費マインドは低下するよう感じている。
	やや悪くなる	スーパー（統括）	・10月に翌年以降の消費税率の引上げに関する決定が予想される。家や自動車などの高額品の駆け込みの購入が増加するなか、食品業界に関しては客の財布のひもが締め、なかなかお金が回ってこないと考えている。
	やや悪くなる	コンビニ（店長）	・景気については前月までは良い方向に推移すると思えたが、9月の売上を考慮すると10月はどうなるのかと不安な状況にある。コンビニエンスストアチェーン全体の売上や来客数が増加しているのは、新店舗の出店により店舗数が増加したためであり、既存店ベースでは決して好景気とはいえず、身の回りの景気は悪化する一方であると感じている。
	やや悪くなる	コンビニ（店舗管理）	・売上が好転する要素は見当たらず、円高による食料品などの値上げに苦しむと予測している。
	やや悪くなる	高級レストラン（スタッフ）	・大規模なコンベンションについては1年半後の北陸新幹線開通に向けて当該開通後の受注は進んでいるが、同開通までの間は例年以下の開催となり、医療関係など的高額利用は少なく苦戦を強いられると想定している。
	やや悪くなる	テーマパーク（職員）	・団体を中心とした予約客の状況を見ると、今後3～4か月は前年同月比でマイナス傾向にある。また、原材料価格の値上がりに伴うコスト上昇などにより、消費が少し鈍る傾向にあると感じているため、全体としてはやや悪くなると想定している。
	やや悪くなる	その他レジャー施設（職員）	・会員数の増加が無く売上が伸びないなかで、消耗品などの経費が少しずつ増えてきている上、カルチャー系の競合店が10月に2店舗新規出店するため、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。
	やや悪くなる	住宅販売会社（経営者）	・消費税率の引上げに伴う工事請負契約に関する経過措置の最終月である9月末以降については客の様子に切迫感が感じられないことより、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。
	やや悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・10月以降の工事請負契約については引上げ後の消費税率が適用されるため、動きが鈍くなると想定している。
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・駆け込み受注も9月で終了するため、今後しばらくは受注が低迷すると予想している。具体的には、今後2～3か月は来年3月完工のリフォーム受注が見込めるが今月より悪くなり、それ以降は受注が極端に減少すると想定している。
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・リフォーム工事はまだ需要が見込まれるが、現行の消費税率が適用される請負工事契約の駆け込みの反動により、新築住宅の需要が激減すると想定している。

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
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	一般機械器具製造業 (総務担当)	・受注残も前年同月と比較して増加しており、国内においても3月決算に向け、受注が伸びると考えている。
	やや良くなる	繊維工業(経営者)	・厳しいなかにおいても受注状況は前向きな話が多く、先行きに期待したい。
		プラスチック製品製造業(企画担当)	・12月末まで消費税率引上げの影響は続くと思われ、今よりさらに売上が増加すると想定している。
		精密機械器具製造業(経営者)	・年末から年明けにかけて既存の商品以外の分野における受注が決まっており、既存品に加え次第に総生産量は増えていく予定である。
		建設業(経営者)	・当月末が決算の当社にとっては、前年からの繰越工事の大幅増加や採算の良い工事の完成計上により、営業利益の増加が見込まれている。また、12月完成の工事に追われる多忙な日々が続いており、今後2～3か月先の状況はやや良くなるかと予想する。
		建設業(総務担当)	・施工人員に余力が無く業況の大きな好転は難しいが、引き続き工事発注量の増加が見込まれることにより、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなるかと予想する。
		輸送業(配車担当)	・年内は、消費税率引上げを見越して物量が引き続き活発に動くと感じている。なお、全体としては、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなるかと予想する。
		金融業(融資担当)	・引き続き政府の政策次第によりどれだけ規制緩和できるかに依存すると考えているが、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなるかと予想する。
	司法書士	・分譲マンションの売行きがこれまでにないほど良いため、今後2～3か月先の状況はやや良くなるかと予想する。	
	変わらない	繊維工業(経営者)	・今のところ円安による輸出拡大にはつながっておらず、回復にはもう少し時間が掛かると想定している。
		金属製品製造業(経営者)	・2～3か月先の分の受注の入り具合をみて、変わらないと予想する。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・直近ですぐに設備投資の活性化には至らないと考えているが、消費税率引上げの影響により個人消費は多少伸びると予想している。
		通信業(営業担当)	・光回線サービス導入によるコスト削減も平準化してきており、当該サービスへの切替えの伸びも鈍化傾向にあるため、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		金融業(融資担当)	・輸出主導の景気回復感は見られるが、消費者の収入増加や支出回復には至っていないようであるため、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
不動産業(経営者)		・同業者関係の話では、今後2～3か月先の状況はそれほど良くないとの意見が多数である。	
新聞販売店[広告](従業員)		・上半期の後半は、住宅関連のチラシが駆け込み需要により出稿が増えたのみではないかと多少懸念が残るため、下半期前半の動向に注目したいと考えている。なお、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。	
税理士(所長)		・4月以来の傾向ではあるが受注関係は堅調に推移しており、建設業などは公共工事が増えており、また、住宅関係についても消費税率引上げの影響により一時的に消費の前倒しが発生し好調傾向にある。しかし、企業内においては十分な利益の確保ができない状況にある。また、値引きというデフレ感覚が強く価格が厳しいため、人件費へ回すことができず、今後給与が上がっていかないと懸念している。こうしたことより、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。	
やや悪くなる	食料品製造業(役員)	・業界の環境はまだまだデフレから抜け出しておらず、受注量や販売量の変化が少ないなかで、円安による輸入品目の外部購入価格が値上がりし、収益性に影響を与える割合が大きくなると予測している。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社[求人広告](担当者)	・製造業やサービス業などで新規の求人広告の引き合いが増えてきているため、今後2～3か月先の状況はやや良くなるかと予想する。
		職業安定所(職員)	・新規求人増加傾向が今後も続く見込みであり、有効求人倍率も1倍を超えた状況が続くと予想する。全体としては、今後2～3か月先の状況はやや良くなるかと想定している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加により、失業情勢の改善が予想される。
		職業安定所（職員）	・減少傾向にあった製造業の求人数が前年同月に比べ増加しているため、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税率引上げ前の高額商品への駆け込み需要増加による関連業界における雇用の増加を期待している。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・派遣登録労働者数が増加せず成約が厳しい状況にあるため、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		人材派遣会社（社員）	・専門職や技術職の求人数が増えてきているため、求職者とのミスマッチは今後も続く予想している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大規模な雇用につながる話が出てきていないことより、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税による買換え需要が更に顕在化する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・冬物商材の動きが本格的になるほか、客単価が上昇する。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税の影響には良い面と良くない面があるので、先行きは不透明である。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が活発になり、一部の業種については良くなる。ただし、当社の事業は動きが遅れることから、先行きは暗い。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要がある。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・涼しくなれば少しは動きが出る。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・季節変動によって左右される。
		百貨店（売場主任）	・改装オープン後であり、入店客数の増加と売場での回遊性が高まることで、買上率の上昇が期待できる。また、オープン後、初のクリスマスやお歳暮もあり、売上が増加する。さらに、消費税率の引上げも予想されるなか、一部の商品では需要の前倒しが期待される。
		百貨店（企画担当）	・いよいよ消費税率の引上げが決定的となり、現在好調な高額品の動きは更に良くなる。年末のボーナス商戦から3月までは、特に強い追い風が吹く。
		百貨店（企画担当）	・今年の秋は、例年に比べて残暑が短く、秋物の動きが良くなっている。一方、納品に時間がかかる商品については、消費税増税前の駆け込み需要も出てくる。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げによる駆け込み需要が、高額なブランド品や美術品を中心として更に拡大する。
		百貨店（マネージャー）	・店頭での顧客の声から、消費税増税前に耐久消費財や高額品が売れると予想している。
		百貨店（商品担当）	・来春の消費税率引上げがほぼ確定し、駆け込み需要が少なからず出てくる。ただし、2段階の引上げで駆け込み需要を平準化しようとする意図は、有効かどうか分からない。
		百貨店（商品担当）	・オリンピックの開催も決まって、関連商品などの開発も進みそうである。
		百貨店（サービス担当）	・来年4月からの消費税率引上げが予想されることや、改修工事中の施設のオープンによる集客効果、正月用のお節料理の予約受付開始など、いろいろな販売強化に向けた環境が整うことにより、売上が増加する。
		百貨店（店長）	・先日、オリンピックの開催地が東京に決まったことを受け、経済状況や消費マインドの向上が期待される。
スーパー（店長）	・今後、消費税増税が決まれば、大型商品をはじめとする増税前の駆け込み需要が徐々に出てきて、全体的に上向き傾向となる可能性が高い。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・年末商戦に向かっていくなかで、おせち料理や季節商材の販売が始まる。百貨店などでは高額商品が売れているが、スーパーでも品質やこだわりで訴求し、単価を上げることができれば、プラスアルファの売上が確保できる。
		スーパー（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要が一部で発生し、消費は若干改善する。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品が次々と開発される予定で、ファストフードの売上も堅調なため、客単価が更に上昇することが期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・もうすぐ冬物コートを注文するといった形で、客が欲しい物、必要な物をはっきり口にするようになってきている。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が8%となることが決定しそうで、駆け込み購入が期待できる。
		家電量販店（経営者）	・リフォーム案件、太陽光発電の工事完了、また消費税増税前のさらなる駆け込み需要が望めるため、景気は良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・平均的に客の動きが変わってきた。大企業と中小企業の差はあるが、全般的にやや良くなってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の増税を控えて駆け込み消費が出てくるほか、株価も再び持ち直してきている。原子力発電所の問題などもあるが、徐々に景気は良くなっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・現在のところ仕事の量がかなり増えてきているので、この先当分は景気が良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・住宅のような駆け込み受注の気配はないものの、新型車を中心とした受注が期待できる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・10月1日に消費税率の引上げが公表されれば、大型商品の購入意欲が高まる。また、減税プランもセットとなっているのも好印象である。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に加え、年末商戦による盛り上がりとの相乗効果に期待したい。
		高級レストラン（スタッフ）	・秋から冬にかけて、本格的な宴会、会食シーズンに移行していくことを期待する。
		高級レストラン（支配人）	・来客数、販売量共に3か月前を上回っており、観光客も増加している。今後、観光シーズンになれば、今以上の繁忙が予想される。
		一般レストラン（経理担当）	・前年に比べて、秋から年末の受注の動き出しが早く、売上も前年比でプラスとなる予想である。法人予約も増えてきており、やや明るい見通しになってきている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来年4月に消費税率が上がる見通しであり、それまでに買いための傾向が出てくる。
		観光型ホテル（経営者）	・正月に向けて、おせち料理や宿泊への問い合わせが増えてきている。消費税増税前の最後の年末年始となるため、消費が活発になると予想している。
		旅行代理店（店長）	・テレビ、新聞からの声や、世間の雰囲気、身近な客からの声で良くなると感じる。
		タクシー運転手	・9月は決算などで忙しくなり、アベノミクス効果も出てきている。
		タクシー運転手	・アベノミクス効果が徐々に成果を上げつつあることを、企業の予約が増えたことで実感している。
		通信会社（社員）	・消費税増税の影響が販売にどう出ることが分からないが、おおむね景況は良いため期待できる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・消費税率が8%となる見通しであるため、駆け込みの消費は増える。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の影響で来年3月末までの引き渡しをセールストークに、各社とも年末までは売上が伸びることが予測される。
	変わらない	商店街（代表者）	・年末のボーナスが少しでも出れば向上の可能性はあるが、天候不順が続いているなかで将来の天候が予想できず、季節商品にどの程度のウェイトを置けばよいか分からない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・来店客の話では、アベノミクスの効果や恩恵はなく、目の前での生活用品の値上がりに危機感や不安感を持っている人が多いように感じる。今後も必要最低限の物にしかお金を使わないという状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・もう年末となるが、そこに向けての回復や改善傾向は感じられないものの、特別な趣向を凝らした計画がうまくいけば、反応が良くなる可能性はある。一方、9月ごろからは材料価格の高騰が加速し始め、販売価格になかなか転嫁できずに苦しむことが予想される。年末に向けて、末端での値上げは非常に難しい。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・消費税の増税が気になるが、これから秋になるので良くなってほしい。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・今のままでは、回復は遠い。
		百貨店(売場主任)	・景況感上向きであるものの、10月の消費税増税の正式発表による影響が懸念される。
		百貨店(売場主任)	・顧客の購買力の二極化が進んでいると強く感じている。入店客数の減少で、単価が安い商品を多く売る商売は苦戦している一方、高額品を購入する客が増え、客単価が大きくなってきている。その結果、全体としてはプラスマイナスゼロで横ばいが続く。
		百貨店(営業担当)	・衣料品の動き次第であり、特に消費税増税が決まった後はどうなるかが分からない。
		百貨店(売場マネージャー)	・給与や賞与などの増加で生活の底上げが進まない限り、景気が目にみえて上昇することはない。生活防衛の姿勢も継続していると感じられる。一方、富裕層については、年明けは消費税増税の影響で購買はやや増えるが、年内は現状のまま推移する。
		百貨店(販促担当)	・10月の消費税増税に関する発表が注目される。高額品や長く使える定番品などを、増税前に買いたいと思わせる展開が必要となる。増税前の先買いと、貯蓄を守る動きの出方が読みにくいので、柔軟で迅速な対応が求められる。
		百貨店(外商担当)	・来年の消費税の増税が正式に決まると、ある程度は駆け込み需要が発生すると考えられるが、客の消費マインドは上がらないので全体としては変わらない。
		百貨店(服飾品担当)	・オリンピック関連のニュースで少し景気上昇を感じさせる部分があったものの、消費税増税に向けたニュースなどで相殺されたような状況である。今後に向けて、高額商材を早めに買っておきたいという声や、売場でもよく始めている、取引先からも、この需要をとらえるためのイベントを仕掛けたいという話がいくつかある。
		スーパー(経営者)	・競合店が多く、日によってチラシの入っている店に客が動く。そういった動きがしばらく続いている。
		スーパー(経営者)	・景気浮揚の声も聞かれるので、バーゲンねらいの客を避ける対策を取ったが、来客数は減少した。まだまだ個人所得や消費に良い影響が出るまでには至っていない。地方の景気は2、3か月では変わらない。
		スーパー(経営者)	・冬の賞与が増えるなどの変化があれば良くなるが、現状では原材料高による値上げや、生鮮品の相場高が続いている。財布の中身は一緒であるが、出費が増えることで、節約志向の流れが続いている。結果として、購入頻度が高い食料品、消耗品については単価、点数が上がる状況にない。
		スーパー(店長)	・相次ぐ値上げ商品の発表の裏で、依然として給与増の見込みは薄い。スマートフォンの普及や介護に関わる費用負担もあり、少々の賃金増では以前の生活水準を維持できない。消費税増税についても、前回は好景気であり、少子高齢化の問題も今より小さかったため、今回は増税直前の購入に多くは期待できない。
		スーパー(店長)	・小売業に景気回復の影響が届くまでにはタイムラグがある。
		スーパー(店長)	・一番の関心事である、消費税増税問題への反応がどういう形で出てくるかが焦点となるが、少なくとも量販店の店頭ではまだ大きな変化はみられない。
		スーパー(店長)	・来客数の減少が続いており、簡単に増加するとは思えない。
		スーパー(経理担当)	・売上は比較的堅調で、消費の底堅さを感じる。消費税増税が正式に決定すると、駆け込みに向けた動きも徐々に顕著になる。
		スーパー(広報担当)	・消費税増税の決定による消費マインドの変化が予測できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（社員）	・野菜や生肉は価格が高めで推移しているが、客の買上の動きは堅調である。国産うなぎの販売が増加するなど、品質の良い商品は今後も堅調に推移する。ただし、今秋は競合店の出店計画が多く、過当競争にならないかが心配である。
		スーパー（開発担当）	・政府の景気対策は大企業に手厚いものとなっており、中小零細企業にはまだまだ厳しい状況である。
		スーパー（管理担当）	・起爆剤になるような材料もなく、消費税増税前の駆け込み需要も基礎的な商品では多くは見込めない。
		コンビニ（経営者）	・ひきたてコーヒーが思いのほか好評で、固定客も少しつき始めているので、これを伸ばすとともに、プライベートブランド商品の販売にも力を入れる。
		コンビニ（店長）	・残暑もそろそろ終わり、急に寒く感じるようになれば、一気に冬向きの商品に切り替わる。品ぞろえさえ間違えなければ、ロスもなく販売は維持できる。年末に向けて様々な商材が出てくるが、客の様子や販売量からみると、特に変化なく横ばいで推移する。
		コンビニ（店員）	・客は必要以外の物を買わない。食品への節約傾向は今後も続く。
		コンビニ（広告担当）	・今後、2、3か月先を予測すると、大きな好材料はなく、改善するとは思えない。
		衣料品専門店（販売担当）	・10月には消費税増税の決定が予想されるが、消費税率が上がるまでは状況が変わらない可能性もあり、様子見となる。
		家電量販店（店員）	・消費税が増税となることで、年末及び年始以降の販売量は増える見込みであるが、景気の上昇には全く結びつかない。景気の上昇についてはまだまだ先がみえない。
		家電量販店（企画担当）	・消費税率の引上げ前に買い控えが起こると予想されるため、しばらくは今の状況が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車の販売はあまり良くなく、車検、一般修理も例年どおりである。燃料の高騰により、車に乗る回数が減ってきている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後は天候次第である。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・多くの競合店があり、価格が安いというだけでは来店してもらえず、独自商品で客の満足につながる物が求められる。それ以外に、企業の特徴としても、何かに特化して取り組むことが必要である。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来年の消費税の増税がほぼ決定している時期であるが、一般の消費者に収入が増加したなどの実感がなければ、景気が良くなる動きにはならない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税率の引上げ前に購入しておきたい物で、優先順位が高いのは、生活にかかわる物がほとんどとなる。
		一般レストラン（経営者）	・時期的に宴会やウェディングの需要は増えるが、単価やサービスなどでの競争が始まるため、利益率は低い。
		一般レストラン（店員）	・連休などに入ると客の動きが若干鈍くなるが、全体的には影響はない。
		スナック（経営者）	・9月の後半が思いがけないほど悪かったので、10月以降は気候の安定や様々な要因で客が増えることを期待している。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・低価格商品を取り扱っており、景気回復で少しは利用回数の増加や単価の上昇がみられるはずが、今のところは例年と変わらず推移しており、回復を感じさせる材料はない。
		観光型ホテル（経営者）	・景気の先行きに期待する声は大きいですが、現在の状況をみていると、それが実現する確信はない。
		観光型ホテル（経営者）	・10、11月も、ここ数年と比較すれば、かなり好調となる見通しである。ただし、11月は年間を通じてトップシーズンであるため、受入容量から考えると大幅な上積みは難しい。
		観光型旅館（経営者）	・明るい話題が多いため、好景気につながるような気がする。
		観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格の高止まりが気になる。
		観光型旅館（団体役員）	・宿泊単価が低迷しており、当分上昇を見込むことは難しい。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税増税を10月初旬に決定するという政府の動き次第であるが、最近の状況からは増税が予想されるものの、当面は景気に変化はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は好調を維持できる環境になってきている。一方、宴会関連は先行予約が今一つ伸びていない。忘年会の予約は好調で、大型案件も複数入っているが、秋の会合はかなり厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総務担当）	・客室稼働率、宴会の開催件数共に、大幅に改善している。ただし、レストランの利用客が少ない。今の状況を考えると、当分はこの傾向が続く。
		都市型ホテル（マネージャー）	・秋の行楽シーズンを迎え、海外からのインバウンド客は更に増える予想しているが、宴会部門の特に法人需要が増えるような要素が見当たらない。消費税増税前の駆け込み需要にもあまり期待できない。
		都市型ホテル（客室担当）	・秋の行楽シーズンを迎え、国内、海外を問わず旅行客は増えると思われるが、消費税増税が決まることでどう動くかは分からない。
		旅行代理店（経営者）	・少し上向きな経済状況や株高もあり、海外旅行の予約は動いているが、韓国、中国向けの回復は見込めない。
		タクシー運転手	・タクシーには、まだまだ厳しい状態が続く。雨などの突発的な要因がない限り、タクシーの利用は最終電車が出た後や早朝などの、緊急時以外は少ない。
		通信会社（社員）	・スマートフォンの新製品の動きが落ち着いた後は、販売が伸びる要素が見当たらない。全体的には通信会社の施策に左右される。
		観光名所（経理担当）	・3月のリニューアルの効果を秋まで引伸ばすことができている。これから冬に向かってイベントや広告宣伝に力を入れ、更に効果を伸ばしていく。
		観光名所（経理担当）	・今月も連日、真夏並みに残暑が厳しかった。この暑さではとても来場してもらえず、前半は来客数が前年を下回った。ただし、ガラスの製作体験教室だけは20%ほど上回っている。また、最初の3連休が台風でかなりの影響を受け、営業的には厳しかったが、次の3連休は天気も良く、かなりの人出で売上も伸びた。全体としては、前年比で5～7%増となる見込みである。また、ここ数日は朝夕に秋の気配に感じ始めると共に、観光バスの台数が増えてきている。
		競艇場（職員）	・消費税増税前の節約などの不安材料はあるが、年末以降に向けて来場者や単価の改善を期待している。
		美容室（経営者）	・今月も低料金のうどん屋が閉店したほか、長く空いていた店には低料金の美容室が入るようである。スーパーも値引きの広告を出した時にだけ、客が入っている。当店の客も少々のサービスでは動かない。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・レンタル売上が回復傾向にあるものの、書籍とカフェによる売場づくりを進め、更なる売上アップを目指す。
		住宅販売会社（経営者）	・正直なところ分からない。地価に関しては間違いなく下げ止まった感はあるが、かといって流通量が増えているようには思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・オリンピックなどの明るい話題がある一方、消費税の増税を控え、景気は様子見状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・今後、新築分譲マンション価格は上昇傾向となるほか、低金利の今が買い時と考えている購入希望者が多いため、好調な状態が続く。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・消費税増税の決定後、実施に向けた動きが本格化してくることで、下振れ不安はあるものの、消費全体は順調に推移する可能性が高い。
	やや悪くなる	一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税率は引上げになりそうであるが、商材としては駆け込み需要は期待できない。むしろ増税が正式に発表されることで、しばらくは消費者の買い控えが出るように感じる。
		一般小売店 [花] (店長)	・涼しくはなったが、販売量は減る。来年の消費税増税や景気の改善は全く見込めない。
		スーパー (企画担当)	・来客数の動向に変化がないため、今後も前年割れ状態が続く。
		衣料品専門店 (経営者)	・今後も売上が悪化し、景気も悪くなる。消費税率が上がれば買い控えが起きる。
		乗用車販売店 (経営者)	・悪くなる見通しで、消費税率の引上げが決まっても、客に焦る気配がない。車の需要はエコカーで一巡しているため、今は必要がないというのが客の本音であり、当分は苦戦する。
		一般レストラン (経営者)	・消費税率も上がることになりそうで、消費者の財布のひもが固くなる。
		一般レストラン (経営者)	・賃金上昇がみられないなか、10月1日より各種物価が一気に値上げとなるほか、4月からの消費税増税などで、心理的には切り詰めモードにならざるを得ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（スタッフ）	・高単価メニューの開発やテレビでの露出増加などが奏功しているが、関西にはオリンピックの開催決定といった明るい話題がなく、気分先行で上昇した景況感に陰りが出始めている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・梅田地区の商業施設の開業で、宿泊、レストラン共に客が当地区まで流れてきていたが、日がたつにつれて動きが弱まっている。一方、宴会については間際予約の傾向が強くなっている。
		旅行代理店（広報担当）	・年末年始は多くの客が9連休となるが、それによる消費マインドの上昇と、消費税増税による耐久消費財へのお金の流れが、綱引きの状況となる。
		通信会社（経営者）	・消費税増税後の落ち込みが懸念される。
		通信会社（企画担当）	・ゲームセンターなどのコインオペレーション事業においては、消費税増税となれば、売上への転嫁が事実上不可能であり、利益がマイナスとなるのは確実である。その結果、ゲーム機器の買い控えにもつながる。
		テーマパーク（職員）	・どう考えても今後の経済状況は、法人税減税と消費税増税がかぎになる。特に、低所得者層に十分な負担軽減策がなされなければ、景気の底上げは難しい。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・台風によるインフラの被害や、雨不足による紅葉への懸念など、不安材料が多い。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンが終了し、この時期は企業イベントや、集客が少ないイベントが主となる。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒くなるにつれて来客数が減ってくる。
		住宅販売会社（経営者）	・需要の先食いをしているため、当面は暇になってくる。
	悪くなる	スーパー（店長）	・客は暇を潰せない所には来ない。
		衣料品専門店（経営者）	・物価が上がってきている一方、収入は増えていない。円安、株高のプラスの効果は、一部の限定的なものとなっている。東京はある程度活気があるようだが、地方では景気回復の動きがみえてこない。
		競輪場（職員）	・消費税増税が確実のようで、10月からは年金の支給額が減るほか、物価も上がっている。この業界は客に占める年金受給者の割合が非常に高いため、確実に影響が出る。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税の増税による落ち込みが心配である。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・企業の設備投資やマンション建設の情報があり、名古屋駅前の再開発などの大型プロジェクトも控えている。
		建設業（営業担当）	・昨年に比べて受注プロジェクトが大型化しており、1件当たりの受注額が高額になっている。一方、物理的な人手不足のほか、労務費や資材の高騰によって原価が上昇し、損益を悪化させている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・東京オリンピックに向けて需要が増える。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・消費税増税の動きもあり、増税前の駆け込み需要が出てくるまでには少し時間があるものの、徐々にではあるが良くなっていく。
		食料品製造業（経理担当）	・10月から最低賃金が改定となったこともあり、景気は少し良くなる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が多くて忙しく、今後も配達予定が先まで入っている。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が立ち上がり、その業績が全体の売上や利益に反映される。
		化学工業（経営者）	・スポーツ関係の得意先が多く、オリンピック招致が決まったことで、各社ともに商品開発への意欲が高まっている。
		化学工業（企画担当）	・食品の売上が低迷する夏が終わり、年末の最必要期を迎える。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・建築絡みの仕事で、消費税増税前の駆け込みで動く。ただし、本当の回復ではないため、良くなるとまではいけない。
金属製品製造業（経営者）	・徐々に動き出すことを期待している。		
電気機械器具製造業（経営者）	・物流はそれほど変わっていないので、短期的には局面が開けると期待している。ただし、長期的には不安の方が極めて強い。		

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	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税がほぼ決定となるなか、住宅関連、特に新築戸建住宅については9月中の駆け込み需要が予想され、今後も省エネと合わせてLEDの受注好調が継続する。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・まだ受注は増えていないものの、少しであるが引き合い件数が増えてきている。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、上向くことを期待している。	
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・受注量が増えてきているので、このまま良くなると期待している。	
		建設業（経営者）	・客の話を聞いても、今の状態は年度末まで続く。	
		輸送業（営業担当）	・先日、取引先の通販会社が倒産したが、来月には大手通販会社の配達が新規で増えるため、期待したい。	
		輸送業（営業所長）	・新規案件の話が増えており、年末までは好調が続く。	
		広告代理店（営業担当）	・東京オリンピックの開催決定で、スポーツ関連の分野で特需が出始めている。	
		経営コンサルタント	・アベノミクスの影響もあり、今後少しは良くなる。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・11月以降、平年を下回る気温が予想されており、冬物商材が本来あるべき時期にしっかり売れると期待する。一方で消費税率の引上げを前に、買い回り品（特に高額商品）の動きが年末に向けてピークを迎えるため、今年の冬は大型商戦となる。	
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・10月初旬に消費税を8%に上げる決定が正式になされる予定であるが、これにより小売店が一斉に価格改定か据え置きかを正式に検討していく。小売店側は、円安環境下で仕入先への値下げ要請は困難との見方が大勢であり、小売価格を引き上げると思われる。これに伴い、仕入先では納品価格の上方改定が進み、業績の回復に一役買うと考えられる。	
		変わらない	繊維工業（団体職員）	・国産のタオルの需要が増える期待感はあるが、電気料金や主要な外注加工費のコストアップ分を、どこまで価格転嫁できるかが重要である。
			繊維工業（総務担当）	・今年前半は、円安のために中国から輸入している靴下の仕入コストが10%以上上昇し、利益を維持することができなかった。この傾向は後半も継続することが予想される。販売価格の値上げを申し込んでも、ほとんど聞き入れてもらえない状況である。
			出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、住宅産業の大型物件のみで、そのほかの業界は動きが少ない。一方、今後は紙媒体とデジタル媒体の複合が、企業の盛衰を分けることになる。
			化学工業（管理担当）	・米国のクリスマス商戦で景気が良くなる時期であるが、景気が良くなる兆しがみえない。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・周りの環境は計数をみると悪いが、明るいムードがあり、個人的には良くなっていると感じる。
			金属製品製造業（営業担当）	・今の良い状態が来春までは続きそうである。ただし、鋼材を中心に資材の値上がりが予想され、収益の足を引っ張られる可能性がある。
			電気機械器具製造業（経営者）	・設備メーカーの分野にまで効果が届くためには、アベノミクスが長く続くことが必要である。長く続けば、設備メーカーも良くなってくる。
			電気機械器具製造業（宣伝担当）	・来年4月の消費税率引上げに向け、年末商戦から需要増となる可能性はあるものの、需要の先食いとなることが十分予想されるため、景気の回復とは言い難い状況である。
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気の回復はまだまだ先のようなようである。			
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内の動向に大きな変化はなく、海外での受注も競合先との価格競争が激化しつつある。今後は、消費税率の引上げによる影響も、懸念材料の一つとなる。			
建設業（経営者）	・東京オリンピックの開催が決定し、建設業界では更に東京の一極集中が加速する。東日本大震災の本格復旧とも重なり、建設資材の高騰や技能労務者の不足が予想され、地方は厳しい環境となる。			
通信業（管理担当）	・物価が安くなって景気が良くなるような要素が見当たらない。			
金融業（営業担当）	・景気が回復するまでには、半年から1年の時間が必要である。			
不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が減る動きは今後も続くと思われ、景気は悪いまま良くならない状態が続く。			

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
		新聞販売店〔広告〕(店主)	・折込件数に回復の兆しがみられず、読者も減少傾向にあるなか、新規読者の獲得も伸びていない。
		広告代理店(営業担当)	・広告量は前年超えを維持しているが、ここ3か月は伸び率が落ちてきている。
		広告代理店(営業担当)	・東京のようなオリンピックの話題もないので、良くなると思えない。
		司法書士	・今月の事件数の少なさに加えて、案件もほとんどなく、不動産の動きを感じるができなかった。今後もこの厳しい状況が続く。
		コピーサービス業(店長)	・年賀状印刷のピーク時期となるが、今年も順調に実績が伸びると予想している。
		その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	・消費税増税による一時的な駆け込み需要はあるかもしれない。
		その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	・先行きが不透明である。
	やや悪くなる	繊維工業(総務担当)	・商品と一緒に人も取引先に出向き、販売を手伝うスタイルに変わりつつあり、出張経費がかさんできている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・季節的要因を考慮すると、景気が良くなる材料が見当たらない。東京オリンピックの開催が決まったが、景気にどれぐらいの影響を及ぼすかは分からない。
		一般機械器具製造業(経営者)	・顧客に大きな設備投資の動きはみられないため、今後数か月は景況感が停滞する。
		一般機械器具製造業(設計担当)	・法人は減税となるが、一般の低所得者は賃金の増加が見込めないまま、消費税増税で購買意欲の低下が進む。
		建設業(経営者)	・建設においては原価の上昇に請負金額がついていけない状況がしばらく続く。忙しい割には利益の確保が難しく、社員の給与も上げにくい。
		輸送業(商品管理担当)	・税金の負担などが少しずつ増えている一方、給料は上がらない。
		経営コンサルタント	・食品スーパーの例でいえば、メーカーが来月から商品原価の値上げに踏み切り、卸売業者は、これまでの取引条件や卸値の見直しを行うことが決まっている。来店客は消費税増税による値上げに対抗し、ますます買い控えを徹底しようとしているため、スーパーの売上はますます減少する。
悪くなる	—	—	
雇用関連 (近畿)	良くなる	学校〔大学〕(就職担当)	・東京オリンピックや消費税増税前の駆け込み需要など、良くなる要素が多くみられる。
	やや良くなる	人材派遣会社(経営者)	・動きは悪くないが、まだ加速する状態には入っていない。いろいろなクライアントからの打診では、11、12月からという話があるため、本格的な動きはもう少し遅れる。
		人材派遣会社(支店長)	・今の状況はしばらく続く。
		人材派遣会社(役員)	・やや良くなると予想されるが、その前提条件はやはり効果的な経済対策である。
		人材派遣会社(支店長)	・製造業で少しずつではあるが回復の兆しがみられる企業もあり、徐々に求人数が増えてきている。また、一部の大手企業で多少求人の動きもあるため、それに伴い下請業者などでも動きが出てくる。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・10月に入って消費税増税が決まれば、駆け込み需要などの動きでいくらか上向きになる。
		職業安定所(職員)	・動きはないように感じるが、事業所から景況が悪いとの声は特に聞かれない。
		職業安定所(職員)	・求人数が増加傾向となっており、産業別にみても、弱い動きであった製造業が前年を上回っている。
	民間職業紹介機関(職員)	・日雇い建設労働者不足が続く一方で、求人数の増加の勢いは少しずつ大きくなるとの見方がある。	
	変わらない	人材派遣会社(営業担当)	・将来の消費税増税も影響しているのか、より安定した雇用形態や条件での就業を望む人による、求職の動きが早くなってきている。例えば、条件の良い紹介予定派遣案件に対する、求職者の応募ペースが早まっている。
		アウトソーシング企業(社員)	・小麦や大豆などの物価が上がると、売上にも影響が出る。
		求人情報誌製作会社(企画担当)	・データが示しているほど、景気回復の実感はない。

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
		新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	・ 求人動向をみる限り、上向きの変化は感じられない。東京へのオリンピック招致は決まったが、まだ先のことで近畿の景気への直接の寄与はなさそうである。一方、長期的には東京の一極集中が更に進み、近畿は寂れていくかもしれない。
		職業安定所(職員)	・ 9月に入っても大きく状況を左右するような要素は見当たらず、しばらくは現状のまま、やや良い状況で推移する。
		職業安定所(職員)	・ 消費税増税前の住宅の駆け込み需要はあるが、主としてリフォームが中心である。中小の事業所からは、アベノミクス効果がみられないという声が多い。製造業では自動車やや好調のようであるが、販売が好調という声は聞かれない。
		職業安定所(職員)	・ 政府が進める消費税増税により、雇用面に影響が出てくることを心配している。
		民間職業紹介機関(支社長)	・ 景気が盛り上がっているのは一部の業種にとどまるため、影響が限られる。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・ 大学新卒の求人数は昨年よりも増えているが、短期間で良くなるかは分からない。
		学校〔大学〕(就職担当)	・ 消費税率の引上げ発表が景況感にどう影響するかが不透明である。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・ 景気回復の動きが現場にはまだ及んでいない。
	悪くなる	—	—

8. 中国(地域別調査機関：(社)中国地方総合研究センター)

(-：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	良くなる	乗用車販売店(業務担当)	・ 消費税増税前の駆け込み需要が、今後見込まれる。
		乗用車販売店(店長)	・ 現在の客の動きが続けば、まだまだ良くなる。
		その他専門店〔海産物〕(経営者)	・ 出雲大社遷宮効果により、予約状況が順調である。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕(支配人)	・ 消費税増税が実施されるまでは、購買意欲が上がる。
		テーマパーク(業務担当)	・ 年末に向け、行楽や買物等も増えてくる。
		競艇場(職員)	・ 2か月後に開催予定のレースでかなりの売上が見込める。
	やや良くなる	商店街(理事)	・ 年末は季節的な要因で景気が回復する。
		商店街(代表者)	・ 客や卸売業者は期待感でいっぱいである。こういう状況は今まであまり記憶になく、多少は良くなる。
		商店街(代表者)	・ 観光シーズンで繁忙期に入り、年末に向けて需要が高まる。
		百貨店(購買担当)	・ 宝石、美術品、プレタポルテといった高額品が動いている。消費税増税が決定すれば、前年より売上は伸びる。
		スーパー(店長)	・ 天候にもよるが、販売点数の伸びは続いており、低迷していた売上も回復傾向にある。
		スーパー(店長)	・ 2020年の東京オリンピック開催が決定し、良い空気感がある。消費税増税が決定すれば、直近は前倒し需要で景気は上昇傾向と予測する。
		スーパー(販売担当)	・ 総理の消費税増税への判断次第で、客動向は180度変わる可能性があるが、ここ数か月の来客数、客単価の動向からは、景気回復の兆しがみとれる。
		コンビニ(エリア担当)	・ 若干ではあるが今後も来客数が増え、売上は上昇傾向に転ずる。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	・ 今後は政府の景気対策で、景気が良くなっていく。
		家電量販店(店長)	・ 市場環境は厳しい状態が続いているため、大幅な回復とはいかないが、新たな客層の取り込みによる売上増を期待する。
		家電量販店(販売担当)	・ 年末商戦に期待する。
		乗用車販売店(統括)	・ 前年9月にはエコカー補助金終了による反動減があったことや、新型軽自動車の発売により、今年は、販売量が増える予想する。ただし、普通車の販売量は依然厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前に購入するとの話が、客から出始めている。
		乗用車販売店（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が顕在化してくる。
		自動車備品販売店（経営者）	・今年は早く冷え込みそうなので、冬季商材が売れる見込みが大きい。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減から小売店が淘汰されているが、生き残れば売上がやや増加するような感じがある。
		スナック（経営者）	・年末は忘年会などがあり、売上は少し良くなるが、政策によるものではない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年に比べると、今年は来客数、販売数ともに安定している。
		観光型ホテル（支配人）	・10月から始まる地域イベントがプラス要因で、外国人旅行者も増加が見込める。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税が決定されれば、増税前の駆け込み需要が期待される。
		旅行代理店（経営者）	・半年後～1年後には、多少景気が回復すると思われるが、消費税8%がどのように個人消費に跳ね返ってくるかが心配である。
		タクシー運転手	・観光シーズンに入るので、人の動きが期待できる。
		タクシー運転手	・夜の街のにぎわいが戻りつつある。
		ゴルフ場（営業担当）	・12月末までは例年同様、良くなる。予約も上向きである。
		設計事務所（経営者）	・資材の値上がりにより、収益面は苦しくなる懸念があるが、受注残の消化のため、年度内は上向きと思われる。
		変わらない	
商店街（代表者）	・客の購買意欲は強く、景気の良さは続く。		
商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、年明けは売上の上昇を期待する。		
一般小売店〔靴〕（経営者）	・介護、病気、事故、住宅関係で急な出費があると、客は何を優先するか選択を迫られ、消費は抑えられる。		
一般小売店〔印章〕（経営者）	・当社の販売量に直接は影響しないが、隣に娯楽施設がオープンしたので、周辺のにぎわいの創出を期待している。		
一般小売店〔食品〕（経営者）	・個人所得が上昇する要因がない。		
百貨店（営業担当）	・単価は上がっているが、店舗により差があり、売れ方に力強さが感じられない。今後のアパレルの盛り返し具合で、景気回復を測れると思う。秋物に期待している。		
百貨店（営業担当）	・客単価の上下が小さいので、このまま推移していく。		
百貨店（販売促進担当）	・10月から15%のプレミアムが付いた地域振興商品券が、総額11億5千万円、発売される。消費者のプラス購買を期待するが、消費税増税決定が予想されるため、大きな消費高揚は期待できない。		
百貨店（売場担当）	・前年好調であった防寒商品の販売目標を、今年は高く設定してある。シーズンの立ち上がりは良いが、後半は客単価が大きく落ちる傾向にあるため、楽観できない。		
百貨店（売場担当）	・当店は、食品やギフト中心のサテライトショップであるため、物産イベントでは一時的な集客があるものの、通常時期に来客数を確保するのは難しい。		
百貨店（販売担当）	・好調な一部の高額品の売上を含めても、店全体では前年にやや届かない状況が続いている。		
百貨店（営業推進担当）	・百貨店は、極端に落ちることも上がることもないが、中心市街地では商店がどんどん減っており、先行きは暗い。		
スーパー（店長）	・大きな変化をもたらす材料はない。		
スーパー（店長）	・現状が続く。消費税増税の影響で、客の生活防衛意識が強くなる。		
スーパー（店長）	・消費税増税等の影響がある。		
スーパー（総務担当）	・急激な改善要因はないので、このまま推移する。		
スーパー（財務担当）	・今後も、仕入価格の上昇で利益率が低下する。		
スーパー（管理担当）	・消費税増税が今後どのように影響するか読めないが、小売業界にとっては良くなるとは思えない。		
スーパー（営業システム担当）	・輸送コスト上昇により、乳製品などの価格が上がる。大手小売との価格差が広がるため、サービス面で違いを出していかなければ集客の確保は難しい。客単価の上昇が難しいなか、いかに客に来てもらうかが課題になる。		

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
		スーパー（販売担当）	・客層は高齢者が多く、販売量の著しい増加は期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・工事関係の客が増えているので、売上は良くなる。クリスマス商戦に力を入れる予定であるが、店の取組次第である。
		コンビニ（エリア担当）	・現状から変化はない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・売場では消費税増税への対応策を競い、店舗としては進出する競合店と競争が激化する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が伸びず、消費はしばらく冷え込む。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の影響で買い控えが強くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・客は消費税増税の実感がわからない様子で、駆け込み購入には至っていない。車好きの客は東京モーターショーの新型車を楽しみにしているが、慎重な姿勢の客が多い。
		乗用車販売店（営業担当）	・今月は決算フェアで来客が増加したが、来月以降は不明である。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・販売増につながる要素はない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税の影響で客の財布のひもは緩まず、買い渋りが懸念される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・東京オリンピック開催決定による波及効果が言われるが、早期に広島まで及ぶ可能性は低く、当面は現状横ばいが続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・当店は予約が直近に入ることが多く、現在の予約状況では前年と変わらない来客数である。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなるムードがあったが、消費税増税が予定されているため、景気が上向くのは難しい。
		一般レストラン（エリア担当）	・低価格戦略でいくが、組数の減少は避けられない。来店頻度は若干上がっている程度である。
		都市型ホテル（企画担当）	・予約状況にあまり変化はないが、今後の消費税増税の動向次第で変化があるかもしれない。
		都市型ホテル（総支配人）	・経済環境は悪くないが、さらに好転させる材料を見いだせない。
		タクシー運転手	・今以上には悪くならない。
		タクシー運転手	・大きなイベントがあった日だけ人の動きが良く、他の日は人の動きが少ない。
		通信会社（社員）	・客の問い合わせ数に変動がない。
		通信会社（企画担当）	・テレビ、インターネット関連のサービスの販売は、一部のサービスに伸びがあるくらいで落ち着いてきている。この傾向が年末にかけて変動する要素はない。
		通信会社（総務担当）	・販売数に増加傾向はなく、客も淡々としていて関心がみえない。
		通信会社（工事担当）	・需要が急速に改善するとは考えにくい。
		通信会社（広報担当）	・新商品を販売開始しても、客は価格のみで判断して、サービス内容や接客は全く見ていない印象である。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税がマイナスに働き始めるまでは、現状から変化しない。
		テーマパーク（管理担当）	・企業によっては賃金のベースアップが行われているようであるが、消費に反映してくるには時間がかかる。
		テーマパーク（営業担当）	・今のところ変わる要因がない。消費税増税のニュースが流れ始めると、年末商戦が苦しくなる。
		美容室（経営者）	・来客数、客単価、客の様子など、景気が良くなる材料はない。
		美容室（経営者）	・客の収入が増えない限り、現在の節約志向が続き、景気が良くなることはない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ1年以上、身のまわりで景気の変化が感じられるような話を聞かないことから、この先2～3か月で変化があるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・地方経済の衰退に歯止めがかからない。現在は、福祉・介護関係が地方経済の支えとなっているが、生産性は低い。
		設計事務所（経営者）	・建築業界の人手不足が深刻になり始め、見積さえ受け付けない業者もある。建築費は高騰し続け、このままでは設計を受注しても工事を発注できない状況になってしまう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	住宅販売会社（販売担当）	・住宅取得への意欲は継続していく。ローン減税等の優遇措置を見据えるため、検討には時間がかかる。
		商店街（代表者）	・景気が上向いている感覚はなく、客は必要なものを必要な時に安く購入するという傾向である。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・海外での売上が落ちて心配している。国内売上に見通しがつかず海外に進出するが、そこでも日本業者同士がパイを争い、安売り合戦が始まっている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客が冠婚葬祭に使う経費が減少しており、当社の関連商品の売上も減少する。
		スーパー（業務開発担当）	・天候不順による野菜等の高値が元に戻った後も、今の買上点数が続くようだ非常に厳しい。また、コンビニやドラッグストアなど他業態との競争も激化する。日用品や食品の低価格志向は、強くなる一方である。
		衣料品専門店（経営者）	・原材料の値上げ等で、日常の買いまわり品が値上げになると、必要最低限以外の商品への買物意欲はどうしても抑えられる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税の話があるが、実現すれば景気は間違いなく悪くなる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・国の地方活性化策がみえず、地方で流動人口を増やすような仕掛けが必要である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・来年4月に消費税増税が予定されているが、所得税減税等が明確に打ち出されない限り、一般消費財に関しては、間際買い現象がみられる来年3月ごろまでは、買い控え意識が強くなる。年内の消費動向は停滞する。
		一般レストラン（経営者）	・新聞等、メディアの影響もあり、客の生活防衛の傾向が顕著になる。客は、実質給与・賞与の上昇が実感できるのはまだ先との感じを持っている。
		一般レストラン（外食事業担当）	・消費税増税が予定されており、それに伴って買い控えが起こる。節約しやすい外食にしわ寄せが来て、忘年会や新年会では低価格なものが好まれ、客単価は下がってくる。
		都市型ホテル（企画担当）	・景気は上向き傾向にあるが、冬季は全体的に宿泊需要が減少するうえ、今のところ集客に影響するようなイベントやコンベンションの開催予定がない。
		通信会社（通信事業担当）	・豪雨災害の影響が尾を引き、解約や休止が続いている。被害の確認などがライフラインの復旧後になってしまうので、年内はこのような状況が続く。
		美容室（経営者）	・消費税増税が近づくにつれて、客に警戒心があるのか、来店サイクルが伸びている。
	設計事務所（経営者）	・年末から年始にかけて、建築の仕事は忙しい状況が続くが、新しい受注がその頃から止まってくる雰囲気がある。	
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税を意識した駆け込み需要が終了し、需要が減少する。	
	住宅販売会社（営業担当）	・消費税増税後、一時的に需要は減少する。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響による、これ以上の売上低下は、商店街や商店の存続にかかわる大きな問題になる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・消費税増税も予定されるなか、より一層、景気が悪化する。
		スーパー（店長）	・10月より円安の影響で一般食品、牛乳などが値上がりし、また消費税増税を控えて、客の節約意識が高まる。
自動車備品販売店（経営者）		・消費税増税が予定され、物価も上昇傾向であるが、給料は上がる気配がない。株価が上がっても一般庶民には何の恩恵もなく、金持ちがより金持ちになるだけである。	
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）	・地場の自動車産業が活気づき、受注量が増加する。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・確信はないが、上昇傾向とを感じる。
		化学工業（経営者）	・取引先の生産計画は、3か月先、6か月先と徐々に増加基調にあり、比例して当社の業績が伸長することを期待する。
		化学工業（総務担当）	・先行きに不透明感はあるが、東京オリンピック開催等による投資事業増に期待する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・各地の焼却場に納入予定があり、生産量が増加する。
鉄鋼業（総務担当）	・ほぼフル生産の今期から減ることはなく、横ばい、もしくは1%程度の微増となる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税決定による駆け込み需要が見込まれる。その後は、金融政策に負うところが大きく、依然として不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注量は、さらに増加する内示を受けている。
		建設業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		輸送業（支店長）	・客数が増え、通信販売市場も好調なので、業績は良くなる。
		通信業（営業企画担当）	・今年度の予算消化に向けた引き合いも増えており、今年度中の売上につながる案件が発生している。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税による駆け込み需要に期待している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・水温が高いため、全魚種で、水揚げ数量、水揚げ金額ともに前年割れである。
		食料品製造業（総務担当）	・通信販売での客数減少を元に戻すのは難しいので、コンビニエンスストアの売上を増加するため、商品の見せ方を検討する。
		繊維工業（統括担当）	・景気の変化はない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連は比較的好調であるが、低価格化の流れが続く。また、地金・為替相場とも、足元は安定している。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量は現在と変わらず推移する。消費税増税前の駆け込み需要や経済産業省のものづくり補助金による受注増も期待できるが、現段階ではまだ不透明である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新聞等マスコミは、景気指標が改善していると報道するが、中小・零細企業はまだ肌で感じられない。このギャップがなくなるよう期待するものの、程遠い感は否めない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・良くも悪くもなる要素があり、どちらとは言えない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・長期的にみれば幾分回復すると見込めるが、短期的には景気は変わらず推移する。
		建設業（経営者）	・周南地域も商業地域を中心に地価の下落が続いており、現在の住宅の駆け込み需要がなくなれば厳しくなる。良くなる材料はない。
		輸送業（総務担当）	・取引先から良い情報が得られない。
		通信業（営業担当）	・景況感是不変変わらないが、消費税増税で、多少なりとも高額商品などへの買換えが進む。SOHOや小規模企業では、コスト削減を余儀なくされており、景気は上向いていない。
		金融業（自動車担当）	・当面、現状の為替水準が続くとみられ、自動車業界は北米向けの輸出好調を主因に、増収増益傾向が続く。
		金融業（貸付担当）	・誰もが、景気が良くなって欲しいと思うが、消費が上がるためには所得が増えなければならない。身のまわりで給料が増えたと聞かない。東京オリンピック開催決定という明るい話題はあるが、景気回復には今しばらく時間を要する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸不動産の需要時期ではないため、変化はない。
広告代理店（営業担当）	・受注量・取引先の動向等を総合すると、現状から大きな変化はない。		
会計事務所（職員）	・消費税増税への対応で、建設業界は、9月末まで駆け込み需要が大幅に増えると期待していたが、それほどでもなかった。9月末で一段落するはずで、年末までは一息ついた状態になる。		
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原材料の値上げが始まるなか、商品に転嫁できていない。さらに今後、消費税増税の関係で売上が厳しくなる。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きはやや悪くなる。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・来年4月から消費税8%の導入が予定され、国内製造工場はますます厳しい状況にさらされる。	
悪くなる	輸送業（業務担当）	・客と話す、10月以降も今の流れが続くとは思えない。	
	建設業（総務担当）	・建設業界はこの先2年近く、仕事量が飽和状態を超え、人手、資材とも確保に窮し、コストの大幅アップが予想される。	
雇用関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画担当） 求人情報誌製作会社（広告担当）	・年末の駆け込み需要に期待する。 ・年末年始から新卒採用活動が本格的にスタートするため、大型イベントやサイトの立ち上げなどが活性化し、受注が定期的にピークを迎える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・顧客企業の業績回復に伴い、求人数の増加がみられる。ただし、当社の受注額がアップすることは少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種にもよるが、明るさが出始めており、サービス業界にも年末に向けて期待できるという声が聞かれる。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・正社員有効求人倍率が、ここ2～3か月で上昇してきている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・2か月連続で求人倍率が1倍を超えており、景気は良くなる。
		職業安定所（雇用開発担当）	・来春卒業予定の新規高卒者に対する求人は、前年比20%を超えて増加しており、企業の定期採用の意欲は高い。
		民間職業紹介機関（職員）	・2020年の東京オリンピック開催など、明るいニュースが閉塞感に満ちていた日本列島に流れ、未来に思いを馳せるマインドが醸成されてきている。折からの企業の業績回復基調も相まって、投資意欲、個人消費意欲が高まってきている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・消費税増税の決定が4月までの消費行動に大きく影響する。求人状況からみると、個人消費は上向きになると予想される。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・おそらくこのまま上向きに推移する。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・来春の新規高卒求人では、製造業、医療・福祉、卸売・小売業、サービス業での増加が目立ち、ほとんどの主要産業で増加する。全体では前年同月比で30%増となり、新卒労働市場に明るさがみられる。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響で、法人税減税があれば内部留保を考える企業が多くなると予想され、雇用関係の景気は年内は変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・どの企業と話しても、年明け以降にならないと良い波は来ないと聞く。
		人材派遣会社（支社長）	・年末に向けて、サービス業や製造業を中心に、求人は堅調に増加すると思われるが、この時期に発生する求人の大半は、1～3か月の期間限定の季節需要であり、多くの求職者が求める長期安定というニーズを満たさない。例年は、年末に向けて求人が増え、当社の売上も連動して増えていたが、今年はそれを期待しにくい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年3月卒業予定の高校生への求人倍率は0.87倍となり、わずかではあるが2年ぶりに上昇する。しかし、求人倍率は5年連続の1倍割れで、雇用情勢は、まだ改善していない。
やや悪くなる	—	—	—
悪くなる	—	—	—

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	コンビニ（店長）	・建設業の客の増加がしばらく続くと考えている。
		通信会社（営業担当）	・新商品の販売チャネルが増え、商材もある程度潤沢になると見込んでいる。
(四国)	やや良くなる	商店街（代表者）	・多少ではあるが客の動向が人数化してきているのを感じており、年末年始にかけて良い方向に向かっているとみる。
		商店街（事務局長）	・消費税増税が決定すれば高額品は駆け込み需要が期待できる。ただ、来春以降の消費の先食い懸念もあるため、しっかりと消費者と向き合った経営戦略が必要となる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税が決定すると、ここ2、3か月については、高額品を中心に売上は増加するのではないかと。
		スーパー（店長）	・消費税増税が発表された場合、駆け込み需要が増えてくるのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・現時点でアベノミクスの恩恵は全くないが、秋物が出始めていることと、消費税増税となれば駆け込み需要もあり、良くなるのではないかと。
		家電量販店（店員）	・年末に向け、新製品の発売や冬のボーナス商戦を迎えるので、堅調に推移すると期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・今のところ消費税増税までの駆け込み受注はない。消費税増税はほぼ決定だが、他の自動車関連税についてハッキリしていないので、客は買うか買い控えるか迷っているようだ。
		乗用車販売店（営業担当）	・10月より新型車の発表があり、おそらく消費税8%に対する駆け込み需要等で今までとは違った動きがあると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（役員）	・9月の新車登録は前年並みを維持している。受注は引き続き前年を上回っており、販売も受注も増えてきて、アベノミクス効果を少し期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・年末まではこの調子が続くと考えているが、来年のことにすると不安になる。
		都市型ホテル（経営者）	・10月にねんりんピックが開かれ、多くの選手と家族が来るため、宿泊、レストラン、宴会場などの売上が伸びる。また、学会を中心とした大型イベントの予約も入ってきており、景気はやや良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・景気回復感による旅行需要の増加と消費税増税が決定されれば、来年3月までの駆け込み需要が期待される。
		タクシー運転手	・昨年も11月、12月の売上は良くなっており、今年も良くなると予想している。現状、金額では4千円～5千円クラス、距離でいえば17、18～20キロの客が少なくなっている。
		タクシー運転手	・本格的な秋を迎え、お遍路、観光客とも増えてくるので、売上は少し上向くのではないかと。
		通信会社（営業担当）	・新商品の導入、冬商戦に向けての販促施策により販売数量の伸びが見込める。
		通信会社（支店長）	・新製品導入による需要喚起から、景気はやや良くなると見込む。
		通信会社（企画）	・客や集合住宅のオーナーの様子などから、今後もこの傾向が続くと考えている。
		競艇場（職員）	・12月には大きなレースが控えており、本場においても年末レースが開催されることもあって、売上増が期待できる。
		美容室（経営者）	・年末は来客数が増える。
		変わらない	
商店街（代表者）	・消費税増税と法人税減税の抱き合わせは中小零細企業には理解できない。赤字企業や法人税減税の恩恵を受けない企業や国民が大半であるため、抱き合わせなら所得税減税や取引税据置きの方がはるかに効果的だと考える。		
一般小売店〔文具店〕（経営者）	・今年になってからの来客数の推移から変わらないと予想する。		
一般小売店〔生花〕（経営者）	・法人客の注文は創立記念や開店など単発の注文が多く、また秋祭りなどで繁華街の人出は見込めないため、平年並みの売上を見込んでいる。		
スーパー（店長）	・景気好転の要因が見当たらない。		
スーパー（企画担当）	・今後も商品の値上げが続くので単価は上がると予測するが、家庭の収入の上昇との関係で食料品の需要は頭打ちになる可能性も秘めている。		
スーパー（財務担当）	・冬のボーナスの増加があっても、食料品の節約志向は変わらない。		
コンビニ（総務）	・天気や気温にも左右されるが、身の回りの景気が目に見えて回復しているとは言えず消費拡大にはつながっていない。		
衣料品専門店（経営者）	・秋物も結構入ってきているが、来客数が例年より少ない。気候のせいもあるだろうが、景気は良くなる感じではない。		
乗用車販売店（従業員）	・ほぼ前年並みで推移しており、変わらない。		
観光型旅館（経営者）	・予約状況はあまり良くない。10月、11月頃は、例年、国内旅行は期待できない。		
ゴルフ場（従業員）	・非常に平日の予約が非常に悪く、昨年より大幅に減っている。来客数もゴルフをする回数も減っているが、ゴルフシーズンに入るので、今と変わらないと予想する。		
美容室（経営者）	・年末に向けて消費マインドが一時的に上がるが、全体的には景気回復の実感が伴わない状態が続く。		
設計事務所（所長）	・しばらくは現状が続くだろう。建設費が高くなりすぎると、事業をやめる企業が出てくる気がしている。		
やや悪くなる			
		衣料品専門店（総務担当）	・景気回復よりも増税の影響で、住宅や車などに消費が動き、衣料品関連への関心が薄くなるのではないかと心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員） 住関連専門店（経営者） 観光名所（職員） 住宅販売会社（従業員）	・今期（下期）の車検対象台数が大幅に減少することから、サービス部門の売上減少が予想される。 ・販売量が伸びない。物価の上昇、原発問題、消費税増税の関係もあり、耐久消費財販売店は厳しい。 ・年末を迎え、来客数が減少する。 ・消費税増税に合わせて、9月に契約が増えた反動により、今後は幾分か減るのではないかと。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が決定しそうである。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内はオリンピック開催決定でユーザーマインドが上向き、海外は北米の受注が少し上向いた。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・今年の冬は寒くなるという予報があり、季節商材の動きが良くなると推測している。
		繊維工業（経営者）	・全国的に消費が上向いているとはいえ、消費者ニーズを把握できているかどうかの問題で、時代の波に乗れないところは消費者の心をつかめない状況であると思う。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・年末は一番忙しい時期であるが、不採算のトイレットペーパーの製造販売を中止したので、例年の売上には届かない。しかし、年間の採算性は上昇するとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・メガソーラーのパーツ、部材を一部つくっているが、問い合わせが大変多く、実績も上がっている。
		輸送業（支店長）	・大型移転案件を獲得したこと並びに荷主の生産数量が安定したことにより、輸送数量が前年同期より増加している。
		通信業（部長）	・新商品の発売もあって販売・予約とも順調で、今後にも期待が持てる。
		不動産業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要により、少し活況になっていくような気がする。ただ、消費税増税以降の落ち込みが不安である。
	変わらない	鉄鋼業（総務部長）	・造船会社の船舶建造数は2014年過ぎまで少ないと予測する。
		建設会社（経理担当）	・受注量は増えそうであるが、電気料金値上げや資材価格が若干値上がりしそうなので、利益は変わらない。
		建設業（経営者）	・今後、受注できても人手不足が続くそう。その分、人件費が高騰する。
		輸送業（経営者）	・地方が景気回復を実感するにはまだまだ時間がかかる。
		金融業（融資担当）	・景気改善の期待はあるが、建設業界以外は横ばいとみている。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税前の住宅販売関連等の広告増加は多少見込まれるが、多くの取引先はあまり変わらない。
公認会計士		・消費税8%への増税および減税策を非常に意識している経営者が多い。	
やや悪くなる	電気機械器具製造業（経理）	・主要取引先から提示された数か月先の受注見込み量が減少傾向にある。	
	通信業（総務担当）	・競争が激化している。	
	広告代理店（経営者）	・用紙が値上げとなるのは間違いないが、価格への転換が難しい。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (四国)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の駆け込み需要以外は上向く要素がなく、各種値上げで不景気になる。法人税減税がベースアップに結びつくとは考えられない。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・年末にかけて繁忙期対応の人材確保で雇用の創出が見込める。消費税増税の影響により景気もやや良くなると考える。
		求人情報誌（営業）	・求人広告案件の引き合いが微増しており、数か月先の景気は良くなると思われる。ただ、助成金や緊急雇用関連など、行政がらみのものの割合が多く、一時的なものであり、持続的かどうかは判断し兼ねる。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が、前月比0.01ポイント上昇、前年同月比では0.18ポイント上昇している。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・採用数は持ち直しつつも大きな回復は見込めないが、公共工事の活況により一時的に経済は潤う。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣法の改正などの期待感があるが、各企業が求人を控えており不安な要素もある。
職業安定所（職員）		・管内の企業からは依然として厳しい状況が続いていると聞いている。円安により、原材料の高騰また労務費高騰などコスト負担が高まっており、懸念材料が多くみられる。地域差があるため、今後の動向について注視が必要である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求職者が希望する正社員での終身雇用型求人が増える情報はない。
		民間職業紹介機関（所長）	・紹介会社を通しての求人数の動きは鈍く、有効求人倍率はわずかに上昇しているが、活発な求人活動とはいえない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求職活動の学生には期待感が漂っているが、依然として求人数、内定者数ともに著しい変化はみられない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、異動の時期も一段落つき、求人数も落ち着くため。
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	コンビニ（販売促進担当）	・販売量は前年比を上回るものの、原材料、包材、燃料、電気料金等すべてが値上がりで経費が増加している。
(九州)	やや良くなる	商店街（代表者）	・秋、冬に向けての実需品が売れていくのでやや良くなる。決して景気が良くなったという意味ではない。
		商店街（代表者）	・10月から来年1月まで、商店街全体で催事を行うので、やや来客数増加及び売上増加が見込める。
		商店街（代表者）	・気候も安定してくれば衣料品の需要も伸びて景気も向上する。
		商店街（代表者）	・ディスカウントショップで対応できない加工ものが増えるため、来客数は増えてくる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・生花を取り扱っているのが、涼しい時期のほうが需要はある。同業者でも苦戦しているところが多く、いろいろ工夫をしていかないと厳しい。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税への備えとして、カード入会や友の会継続、新規入会の関心が高い。女性スタッフが自分で欲しい商材を集めた催事も好調である。新しい商材、お得な物への関心は高まってきた。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税が決定されれば、高額品の需要が高くなると予想される。
		百貨店（営業政策担当）	・気候・天候マイナス与件からの来店客数・売上の回復が早くなっており、消費の底堅さがある。施策の出来、不出来で商業施設ごとには凸凹はあるが、消費税増税前までは消費は全体的に上向いていくと考える。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の耐久消費財や実用品の需要で、売上が伸びる。
		スーパー（統括者）	・新聞、テレビ等の情報からも景気が良くなっているとの報道もあり、弊社の月次決算の状況、推移等からみて、若干上向きつつある。
		衣料品専門店（チーフ）	・消費税増税前の駆け込み需要が増えているので、客数とともに販売量もアップしている。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を考えると、11、12月のボーナス商戦は前倒しの需要が発生する可能性が非常に高い。景気はやや良くなるかと考える。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		家電量販店（従業員）	・寒くなってきたので暖房器具が売れ出す。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で新車販売は活気付く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・季節的に寒くなるが、コーヒー業界は特に年末ホットコーヒーがよく出るので、売上は上がると予想される。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・7～9月は3か月連続して前年比を上回った。10、11月と秋の行楽シーズンを迎えるにあたり、景気回復による商品の販売量及び単価の上昇により、売上増加が見込める。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、耐久消費財や買い置きできる調味料などが伸びる。車の生産台数、住宅着工件数増など経済全体へ与える影響もあり、消費環境を後押しする。オリンピックの東京開催決定についても2020年に向け好材料となる。		
高級レストラン（専務）	・少し安い物に飽きてきたということもあって、値段が高い商品も店頭で並ぶようになり、それが客の興味を引いているように見受けられる。		
一般レストラン（スタッフ）	・9月は連休でリズムが狂ったようだ。年末に向けて期待したい。		

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
		観光ホテル（総務）	・今後、3か月の収入予測からやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末を迎え、予約状況が昨年よりも順調に推移している。
		都市型ホテル（総支配人）	・2、3か月先に予約状況が非常に良くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・円安傾向が継続し、海外旅行は様子見の感がある。一方、国内旅行は順調である。長期休暇が取れる年末年始の日並びは、海外旅行の追い風となっている。
		通信会社（販売部）	・新商品の入荷が十分にあれば良くなるが、現在滞っている。この状態が続くならば、販売機会を失う可能性もあるため「良くなる」とは言い切れない。
		通信会社（総務局）	・経済指標も好転しており、冬季ボーナス支給額も上昇が期待されることから、消費者心理も上向くことが予想され、新規契約数も好転する。
		通信会社（業務担当）	・10月は、先月の新商品発売の勢いをある程度維持し、話題性と口コミ効果で更に販売台数が伸びると予測される。
		ゴルフ場（従業員）	・10～12月の年末にかけて、予約及び問い合わせが結構多い。大きいコンペや地元のコンペ、会社のコンペ等の予約が若干上向いており、年末にかけて少しは期待できる。ゴルフ場としてもイベントを企画したりして客を増やしていく。
		美容室（経営者）	・年末は1年のなかで一番忙しい。今までの景気の低迷を跳ね返すように年末年始はもつとにぎわってほしい。
		理容室（経営者）	・今月の売上は今年に入って一番落ち込みが大きく、前年比でみても最悪だ。周りに聞いても同じ状況のようである。今後に期待を込めて「良くなる」と判断した。
		美容室（経営者）	・年末年始はボーナスシーズンで客の動きが出てくるので景気が回復する。
		美容室（店長）	・結婚式や旅行等で髪をきれいにしようとする客が増えるので、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・消費税増税前の駆け込み需要により景気はやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・オリンピック特需関係の工事等が出てくる。設備関係や土木建築関係の業界については仕事が増えていくと考える。ただ原子力発電所の停止で電力需給が逼迫し、電気料金が値上がり、さらに、全ての物価指数が高くなっている。それを踏まえた景気対策をとる必要がある。
		変わらない	
商店街（代表者）	・景気が良くなるムードはあるが、個人消費はそこまで伸びないと考えられるので、今の状況が年末まで続く。		
商店街（代表者）	・11、12月はいくらか忙しくなっていてほしい。最近、近隣のスーパーやコンビニエンスストアが努力して売上を伸ばしている。我々商店街ではあまり望めないが、1年の総決算として頑張っていきたい。		
商店街（代表者）	・気温の変化とともに多少状況は好転するが、消費税増税の決定により消費は冷え込む。		
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・経営負担を少しでも減らさなくてはならないため、サービスで発行していた割引カードを今月中止する。		
百貨店（営業担当）	・宮崎の地元銀行の顧客消費動向アンケート調査結果では、一般客はアベノミクス効果を実感しておらず、今後の賃上げも期待できないとのことだった。そのため、消費マインドは変わらないと判断する。		
百貨店（販売促進担当）	・景気回復ムードはなく、消費税増税や日用必需品の値上がりの影響か消費者の財布のひもは固い。		
百貨店（業務担当）	・顧客との会話では、消費税増税に関する話題が多くなっている。駆け込み需要よりも防衛策を考えている方が多く、財布のひもはより固くなっている。		
百貨店（店舗事業計画部）	・昨年の冬は防寒衣料や雑貨が大きく伸びたので、今年それを上回ることができるか心配だ。ダウン・皮革の原料高騰など、冬場の主力商品の確保にも不安がある。		
百貨店（売場担当）	・10月に消費税増税が決定するので駆け込み需要の状況や、気温の変化が少し気になる。また、系列店の閉店が正式決定し、10月ごろから閉店セールを開催する。影響はさほどないだろうが様子を見ることになる。衣料品の購買客単価は前年比100%前後で推移しており、突出した下落がないので一安心している。		
スーパー（経営者）	・公共事業等の整備が終わると、雇用が冷え込むので景気が良くなるのか不安である。		

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
		スーパー（店長）	・単価に二極化の傾向がみられ、今後もこの傾向が大きくなる。
		スーパー（店長）	・秋の味覚商品等の販売量が増えるとは思えない状況である。サンマの時期であるが価格が下がらない。今後、果物の販売量が増えてくれば価格が下がり、売上は変わらない状況となる。
		スーパー（総務担当）	・年末年始の繁忙時期に向かって準備が進むが、各社とも継続的な価格競争が予想され、小売のデフレ傾向はまだ続く。
		スーパー（総務担当）	・将来的展望としてオリンピックなどの影響で期待感は膨れる。一方、消費に若干の活発さが出てきたものの、消費税増税により消費マインドが一気に低下し、買い控えや当用買いが主流となる懸念がある。今年は、企業環境の大きな変化はない。
		衣料品専門店（店長）	・今年の年末の様子は予測ができない。希望としては良くなってほしい。
		衣料品専門店（店長）	・客の購買意欲はまだ低い。
		衣料品専門店（店員）	・今年はコートを買換えようかという声を良く聞く。当店の売上は上がりそうだが、それ以外の物を買ひ控えそうなので、全体的な景気は変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	・12月はセール時期になる。消費税増税による駆け込み需要があれば良いが、消費者の財布のひもは堅い。
		衣料品専門店（総務担当）	・我々の業態では、景気が良くなる要素が考えられない。消費税増税前の駆け込み需要についても不透明だ。
		家電量販店（店員）	・東京オリンピックが決定したが、少し先なのでこれに関する需要は見込めない。消費税増税前の駆け込み需要に期待したいが、今、消費者が欲しい家電製品としては、4Kテレビ等があるがその魅力を出していない。購買意欲はあるが、ターゲット商品がないので、景気はさほど良くなるらない。
		家電量販店（広報・IR担当）	・大型テレビや大型冷蔵庫等の動きは良くなり単価も上がっているが、起爆剤となるような商品がない。
		乗用車販売店（代表）	・変わるような要素が見当たらない。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税を控え高額商品の購入機会は増える。しかし、それも一時的なもので、増税後は再度消費が低迷するのではないかと不安は拭えない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は上昇傾向が継続している。小売価格が更に上昇したり、長期間高止まりすると、一般消費者の燃料消費の節約や、流通関係のコスト上昇が懸念される。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・景気回復は東京の大企業の話で、地方にはまだ波及していない印象である。
		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〕（統括者）	・消費税増税の決定により、年明けに消費動向に変化が出る恐れがあるが、年内は大きく変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・今現在、次月の予約が入っていない。
		一般レストラン（経営者）	・オリンピック誘致に成功し、一時的には盛り上がりの雰囲気を感じるがまだ先のことだ。直近では、消費税増税が迫っているので、ここ2～3か月で景気は良くなるない。我々飲食業としてはメニュー価格等の変更を考えている。
		居酒屋（経営者）	・昨年の年末もかなり悪かったが、忘年会する企業も減ってきたようで、やはり厳しい年末になる。
		観光型ホテル（専務）	・消費税増税で良くなる要素が見当たらない。
		都市型ホテル（販売担当）	・地方での景気回復が全くみえない。大手の商品単価は上がる一方で、地方は下がる一方なので、景気が良くなる要素がない。
		都市型ホテル（副支配人）	・11、12月はあまり大きなイベントはないが、コンサート客を中心に単価がある程度見込める。
		タクシー運転手	・今後は悪くなる要因もなければ、良くなる要因も思い当たらない。
		タクシー運転手	・今年は人の流れがあまりつかめないので、景気が良くなるとは言えない。
		タクシー運転手	・高揚感はあるとしても収入に反映されてない限り変わらない。
		タクシー運転手	・来月の予約状況も良く、また繁華街の人の流れが良くなった。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（支配人）	・10、11月のゴルフシーズンを前に順調に予約が入っている。しかし10月は秋の地域行事と重なるため、例年通り満杯の予約は難しい。地域内ではゴルフシーズンながら値引き競争を継続しており、シーズン料金まで回復していない。
		競輪場（職員）	・景気は持ち直してきているが、それが顧客の購買意欲につながるまで、まだ時間が掛かる。
		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）	・毎年、季節要因である秋から冬にかけて、入院等による顧客減は想定済みだ。消費税増税や医療負担増についても現段階では影響がみられない。
		住宅販売会社（代表）	・消費税増税の経過措置が9月末までということで、かなり受注を先食いした感がある。2、3か月先は変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・車や住宅の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、消耗品である青果物や食料品は需要がかなり減っていく。来年4月以降もかなり厳しい状況が続くと判断する。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税は中小企業にはマイナス材料になる。来年4月に向けての対策が必要だが、今は売上の減少を食い止めるのに必死である。
		スーパー（店長）	・消費税増税に向け、消費者の節約志向は高まり、今後も厳しい状況になる。
		スーパー（店長）	・10月下旬、当店の隣にドラッグストアがオープン予定である。1～2か月間は少し売上が落ちるのではないかと懸念している。
		スーパー（業務担当）	・近隣の空港跡地に食品スーパーとディスカウントドラッグストアが相次いでオープンするため、生鮮食料品と日用品に若干の悪影響が出ると予測している。
		コンビニ（店長）	・販売量の下落傾向が変わらない状態である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・10月初旬まで残暑が厳しければ売上も少しずつは伸びるが、このまま秋、冬に向けて気温が下がれば来店客数は減り、若干前年割れの状況も起こる。
		乗用車販売店（従業員）	・中間決算も終わって客の動きも鈍くなり、10～12月は少し厳しくなる。
		住関連専門店（経営者）	・物価上昇もじわじわと進行しているが、地方では所得が上がる気配がなく、景気は先行き不透明で厳しい。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・消費税増税を控え、景気が良くなるという予想はない。よくて前年維持、もしくは悪くなると考える。
		高級レストラン（経営者）	・来月以降の予約状況を見ると、少し入っている月もあるがやはり少ない月との差が激しくて、非常に苦しい月になりそうだ。ただ9月よりはましである。
		旅行代理店（企画）	・消費税増税となれば、レジャーより耐久消費財の購入が優先されると推測するため、旅行業界は良くなるとは考えにくい。
		通信会社（企画担当）	・市場の飽和感が継続し、F T T Hからモバイルブロードバンドやモバイルプログとの他社抱き合わせ、F T T Hへの移行が加速する。
		競馬場（職員）	・来客数の前年比が良くない。
		設計事務所（所長）	・消費税増税の経過措置により9月まで忙しかったが、3か月先は新しい資料が少なくやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の駆け込み需要の反動がある。
悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税が消費者の心理に働き、来店客数が減少し、買上点数も少なくなり厳しい状況にある。	
	企業動向関連（九州）	良くなる やや良くなる	農林水産業（経営者） ・9月に入り鶏肉、鶏卵の相場が上昇に転じている。畜産業界にとっては久々の朗報である。供給の調整や夏場の暑さが影響しているようだ。10、11月も同様に推移しそうだ。加えて、オリンピック招致も決まり、にわかに流れが変わりつつある雰囲気である。特に、我々が取り扱うハラルフードに対する問い合わせが目立ってきている。

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		
		農林水産業（営業）	・年末の販売特需期を迎えるにあたって、相場上昇などを含め業界内の状況は、需要供給バランスが良くなり荷動きが順調になってくる。		
		家具製造業（従業員）	・飲食店などの出店がおお盛になってきており、今後2～3か月先の出店情報も増えている。相変わらず低価格商品が主流であるが、家具受注額の1件当たりも若干増えている。		
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年と比較少し悪い状態だったので、10、11月にはいくらか消費が戻ってくると期待している。しかし、商社の展示会をみるとあまり内容が変わらないようで、新商品の動向が今後鍵を握る。		
		鉄鋼業（経営者）	・足元の新規建築物件や今後予定されている物件などをみると、今後も受注は堅調に推移すると予測する。ただ受注量のわりには現場の工事の遅れや、鉄筋加工業者の加工可能量不足などから出荷量が伸びていない。猛暑の影響もあるが、今後改善しないようであれば潜在需要はあっても、受注量は伸びない可能性がある。		
		金属製品製造業（事業統括）	・受注から販売、代金回収までに平均2～3か月要する。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注増加がしばらくは続く。新人社員への教育が進めば、受注量が増加しても半年ぐらいいは対応できる。この状況の継続に期待できるので非常に安心できる。		
		電気機械器具製造業（取締役）	・良いところはどんどん良くなる傾向である。商機を見極め投資を行うことが大事だ。		
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先のバラつきがあるため何とも言えないが、生産量が少しずつ増えてきている。		
		建設業（従業員）	・消費税増税を控え、見積案件が増え契約を急ぐ客が増えている。また、マンション等の大規模改修も増えてきている。		
		建設業（社員）	・これから都道府県の平成25年度予算の発注があるようで、新年度に向けた発注を期待する。年度末で途切れないうしたい。ただ、受注が偏っているようだ。		
		通信業（経理担当）	・消費税増税次第だが、来年3月まで徐々に駆け込み需要が拡大してくると予想される。長期的には、オリンピック招致の成功で様々な経済効果が期待される。心理的にも非常にインパクトが大きいと考える。		
		金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要などから、マンション等の住宅建設が増加してきているほか、公共工事も本格化してきている。また、2020年のオリンピックが東京で開催されることとなり、ムード的にせよ地方でも明るさが出てきている。		
		金融業（営業）	・自民党政策への期待感は大い。しかし、経済が自立して上向いていくような様子はない。		
		不動産業（従業員）	・市内のマンション販売の状況が好調に推移している。		
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子並びに弊社に対する仕事の問い合わせ状況から、徐々に景気が良くなっていく。		
		その他サービス業 [物 品リース]（支社長）	・消費税増税前に、冬季賞与などを活用し車や必要な家財道具などを購入する動きがみられる。本気で住宅購入を検討している人がいる。台湾や上海など海外旅行に行く人が周りに増えた。一時的に個人消費は向上する。		
		変わらない		農林水産業（従業者）	・畜産物の価格が伸びていない。一般的な消費者は厳しい状況のなかであまり変わらない状況である。
				食料品製造業（経営者）	・納入先の客数及び客単価が依然として低調で、回復の兆しがみられない。納入先の主なマーケットは観光旅行部門であり、好材料を欠くことから、南九州におけるこの分野の復調は当分難しい見込みである。
				出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年の受注量から判断して変わらない。
				化学工業（総務担当）	・当社の賃金が上がる予定はない。
一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーからの回答のなかで、上昇気流を感じさせるこれだと思う答えがなかなか出てこない。				
一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の設備投資に勢いがある。生産体制を現状の倍以上に整えたいとの声がある。				
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今月の生産台数に対し3か月内指数も大きな変化はない。				
通信業（職員）	・現時点で補助金を活用した省エネ事業の駆け込み受注があるが、来月補助金の申請が終了するため、その後は受注量も落ち込む見込みである。				
金融業（営業担当）	・中小企業まで利益がもたらされる経済政策が打たれないと、本格的な経済成長は望めず、当面現状のままである。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（得意先担当）	・今後1～2年、災害復旧関連の工事が見込める。現状を考えると当面この受注状況は続くともみている。
		金融業（調査担当）	・新興国向け輸出の先行きを心配するメーカーの話も聞こえてくる。明るい話ばかりでなく、先行きを総合的に判断して、変わらないと判断する。
		不動産業	・売買の動きがあるが、消費税増税が決定されれば動きは止まる。賃貸の方は現在もあまり動きがないため、3か月先は変わらないか、悪くなる。
		新聞社（広告）（担当者）	・上半期は前年を超える売上で推移した。下期は参議院選挙の関連で一過性の出稿実績があり、それを除いた全体の売上は前年並みを見込んでいる。
		経営コンサルタント	・これからも新規に取り組む事業というよりも、守りの姿勢の経営が目立つようだ。
		経営コンサルタント（社員）	・小売店が在庫過多となっている。メーカーの在庫処分により商品がダブっている。
	やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・最低賃金の上げ幅が毎年大き過ぎる。11円も上げるとは、小企業に商売をやめなさいと言っているようなものだ。これで消費税増税となると、目も当てられない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・2、3か月先の受注計画ではやや悪くなる傾向にあり、増えるのか減るのか分からない状態である。
		輸送業（総務担当）	・円安で輸入品の価格が高くなっており、荷主からは値下げ要請がある。輸送業者からは料金値上げの要請が続いている。円高にならないと国内消費関連業種は非常に厳しい。
		広告代理店（従業員）	・9月の新聞折込受注金額は、前年同月比97%と相変わらず前年を上回ることができない。いよいよ消費税増税が決まり、消費動向に負の効果をもたらしそう。景気が良くなる方に向かうとは思えない。駆け込み需要が出るかもしれないが、全体としては冷え込んでいく。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税に伴う経過措置関連の質問を色々受けてきた。特に建築関係は、とりあえず9月まで盛り上がっていたようだが、11、12月は若干落ち込みが発生する。消費税増税の影響を受けやすい商売は若干減少する可能性がある。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・建設関係の工事は、今年度の当初予算で多く計上されたことから、今後、新たな発注の機会が少なくなると予測される。これから、建設関係の受注は難しい状況になると予測される。
	悪くなる	—	—
雇用関連	良くなる	—	—
(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・半導体は別として建設、IT、インフラ等オリンピック開催の年までは景況感が良くなるかもしれない。
		人材派遣会社（社員）	・ブライダルシーズン及び宴会シーズンに入り発注増が見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・年末に向けて注文が増える時期である。中元時期の受注も良かったようなので、お歳暮時も依頼したいという企業がほとんどだった。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費増税前の駆け込み需要が見込める年内は、各分野で企業活動が活発に推移することが予想されることから、求人数の増加が期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費増税の駆け込み需要で一時的に良くなる。
		職業安定所（職員）	・主要産業求人のほとんどが増加傾向にあり、特に建設業、製造業では、6か月連続2けたの伸びを示しており、今後も求人増が望める。
		職業安定所（職員）	・求人数が伸び求職者が減少傾向にあるなかで、就職率は上昇傾向にある。今後もやや良くなる状態が続く。
		民間職業紹介機関（支店長）	・年末需要が少しずつ発生してきた。前年よりも数パーセント増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・現状、堅調であり、引き続きこのトレンドで推移する。
		人材派遣会社（営業）	・企業の求人意欲に大きな変化が見込まれない。
求人情報誌製作会社（編集者）		・しばらく様子をみないと何とも言えない。特徴的なことは見当たらない。	
職業安定所（職員）		・求人条件等からみても、賃金は依然として低く抑えられており、また、在職者の賃金も上がったとの話はない。今の状況では、消費全体が上向くとはいえず、景気が良くなっていくとは考えにくい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（職員）	・通年9月上期決算状況にて採用枠が活性化していくが、今年は目立った動きはない。ただし、有期雇用である派遣のニーズは徐々にではあるが増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（社員）	・年末年始向けの案件はまだ引き合いがない。情報収集している状況である。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人依頼で来訪する企業のうちいくつかは、前年度より求人増の意向を示しているが、景気の動向に結びつくような顕著な動きにはなっていない。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)	良くなる	通信会社（店長）	・年末は話題の新商品の販売開始とボーナス商戦が重なる見込みで期待が持てる。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・近隣に居酒屋等がオープンしたので、客数増が見込める。
		観光名所（職員）	・観光客の先行の予約状況が良い。
		ゴルフ場（経営者）	・今月と同じように、来月以降も客単価の上昇及び来客数の増加が見込まれているので、予想以上の数字が出るかもしれない。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・国外、海外からの入域客増が考えられるが、今後の円安に伴う資材価格の高騰ならびに消費税増税を見越した物品の価格上昇などが考えられるため、消費がどうなるか、まだ見込みが立たない。
		百貨店（営業企画）	・現状の良い状態を維持するため、催事場企画の見直しによる新規客の取り込み企画や、新規輸入雑貨ショップの導入等を実施していく。
		スーパー（企画担当）	・競合店の開店等のマイナス与件の見通しが無く、売上高、来客数ともに前年並みで推移する見込みである。
		コンビニ（経営者）	・まだ、景気回復に不安を感じている。近くのスーパーで大量買いをする人が多い。
		コンビニ（エリア担当）	・値上げされた商品の売上が落ちるなど、依然客の購買意欲はシビアである。各部門の売上動向や客単価が伸びないことを踏まえて、まだまだ個人の消費は伸びていない。
		コンビニ（エリア担当）	・全般的に県経済は安定しており、年度内はこの様な状況が継続すると考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・今のところ景気回復は感じられない。まだまだ様子見の段階だと思う。
		衣料品専門店（経営者）	・オリンピックも決まり経済も活性化すると思うが、まだ先のことであり、2、3か月先ではそんなに変わらない。来年以降は波及効果もあると思うので期待したい。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で建設関連など景気が良いといわれているが、観光客の購買力は昨年並で厳しい。秋の修学旅行が多いと聞いているので、それをステップにして、年末年始の消費税増税前の景気の盛り上がり期待したい。
		住宅販売会社（代表取締役）	・もうしばらくは、住宅建築などに関する需要が続くそうである。
	やや悪くなる	観光型ホテル（マーケティング担当）	・現在の予約受注状況から推測される先2、3か月の予測稼働率は前年実績を下回る見込みである。今月までは夏場の需要増と、台風の影響を直接的に受けなかったことで稼働率を伸ばしているが、下半期に関しては、現時点で予約受注が鈍化している。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・注文住宅の受注については、9月契約の請負工事の消費税経過措置は終えるが、客の様子から、その後は、3月末引き渡し可能な建売棟の販売が見込める。しかしながら、今月と比べるとやや悪くなると考える。
	悪くなる	商店街（代表者）	・歩行者は以前よりはいるが、消費単価が落ち込んでおり、危機的状況である。アベノミクスの効果が早目にあることを期待しているが、末端に降りてくるまでにはまだ時間がかかるのではないと思う。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・観光シーズンが一段落すると、地元客中心となるが、店舗数も増え平日の客の奪い合いになりそうである。仕入れ価格の値上げが相次ぎ、低価格店舗では原価率の上昇で利益の確保が難しくなっている。その上、人手不足でアルバイトの時給も一気に跳ね上がっている。

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
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	輸送業（代表者）	・宮古島は農道でのアスファルト使用比率が上がっており、またホテル等の民間工事も出てきている。石垣島は生コン組合ができて、客先の営業活動の安定化が進んでいる。
		輸送業（本社事業本部）	・年末商戦に向けた取引先の出店が決定したこと、新規での引き合いがあることなど、取り巻く環境が良好である。
		通信業（営業担当）	・安価で仕事の内容も良いとはいえないが、先々の案件の確度も良好である。
		会計事務所（所長）	・消費税増税が確実視されており、しばらくは駆け込み需要が活発になると予想している。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・民間の個人住宅需要は増加しているが、人手不足等の影響で工事着工が遅れている。
		広告代理店（営業担当）	・オリンピック開催も決まり社会的ムードは高まっているように感じてはいるが、県内企業の販促投資はいまだに冷やかな状況なので、もうしばらくは現状のまま推移するものと予測している。
やや悪くなる	建設業（経営者）	・新築住宅の新規の引き合い件数が鈍っている。	
悪くなる	食料品製造業（総務）	・消費税増税が決定した場合、更なる利益の減少が懸念される。	
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人件数が前年同月比で引き続き増加している。直接的には沖縄県に関係無いと思うが、東京オリンピック開催が今後の景気回復につながり、廻りめぐって沖縄県の景気にも良い影響を及ぼす可能性がある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・普段求人広告を利用していない企業が、増員のため求人を予定している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・秋からの採用求人が増えれば、雇用、景気に直結してくるかも、という期待もある。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・消費税増税もほぼ決定の見通しであり、企業は新しい経済対策の様子見をしながら、下半期の企業活動へ突入していくと思われる。9月に入り、求人誌のページ数も増加の状況であり、企業の求人は、堅調に推移している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・景気の状態は前月と同様で変化はみられない。しかし、増税が決定的となったことで更に財布のひもは固くなると思う。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	