

・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	タクシー運転手	・現在の状況としては若干持ち直している兆しもあるが、この先、年末から冬にかけての状況が1つの勝負所となってくる。やはり稼働率の上昇がなければ、期待したとおりの状況にはならない。
		住宅販売会社（経営者）	・駆け込み需要が来年3月まで間違いなく続くため、景気は拡大する。ただ、人手不足と物不足だけが心配である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・冬物のバーゲン時期に入ってくるため、消費税増税前に駆け込みで買っておこうという風潮が出てくる。
		商店街（代表者）	・例年、年末の大売出しの時期は売上を伸ばしているが、今年は現金のつかみ取りの本数増加など、客にお得感を与える内容が充実しているため、前年に比べて売上の増加が見込める。また、消費税増税前の高額商品の購入もボーナス時期であるため期待できる。
		商店街（代表者）	・北海道観光は外国人観光客を中心に2～3か月後までの予約状況が良い。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・客の様子をみると、物価が上がって何も良いことがないとこぼしながらも、買物を控えている様子もみられない。言葉の端々から、現政権の経済対策に対する期待が非常に強いということが伝わってくる。
		百貨店（売場主任）	・春以降の傾向どおり、宝飾品と特選ブランドの売上が前年から10%増加している。国内外の価格調整にともなう単価上昇に対しても購買意欲の減速はみられない。ボリュームゾーンの定価品購買も増加している。
		スーパー（役員）	・北海道新幹線の開業を控えて、当地では工事関係者が増加しており、この分の人口増が消費増に結び付いている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的ではあるが増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・カテゴリー単位の動きでは回復がみられてきた。年末に向けて良い流れが期待できる。
		家電量販店（地区統括部長）	・消費税増税前の駆け込み需要が早くも始まり、4Kテレビ等の高付加価値商品の需要が喚起されることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が絶対にあるため良くなる。ただ、消費税増税後に需要が落ち込むことを考えると、全体的に良くなるとはっきりとは言えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・引き続きハイブリッド車が好調に推移しているなか、新型車が投入されるため、今後についてはやや良くなる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・消費税増税前のスポット需要が見込める。
		タクシー運転手	・長期予報によると、初雪は例年よりも遅くなりそうである。タクシーの利用は天候に大きく左右されるが、前年よりも夜の人出が多くなっているため、これから年末にかけては前年よりも売上が良くなる。
		通信会社（社員）	・年末商戦、消費税増税前の駆け込み需要、年度末残りわずかという3つの要素が加わるため、さらに消費が加速するとみている。
		通信会社（企画担当）	・自社商品について、購入、契約の選択肢に加える客が周りに増えてきているため、冬季の販売がこれまでよりも期待できる。
		観光名所（従業員）	・台湾との国際線の定期便が週1便の増便となるなど、さらにプラス要素が見込まれる。
		美容室（経営者）	・年末に向けての希望的観測も込めて、今後についてはやや良くなる。
住宅販売会社（従業員）	・駆け込み需要が期待される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・社会情勢や地元の動きをみても、消費者に変化を及ぼすような要因は感じられないため、消費トレンドは今後も変わらない。消費心理の変化として、歳暮、年賀状など、冠婚葬祭への支出にシビアになってきている。
		商店街（代表者）	・客の考えとしては、消費税が上がる一方で、生活がそれほど良くなるとは思っていないため、今後も変わらない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ半年、売上は季節によって多少の変動があるが、大きく基調が変わったと感じたことはほとんどないため、今後についても変わらない。
		百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報によると、11月は例年どおり寒くなり、12月は寒くなることに加えて、雪が多い可能性があるため、防寒物の動きが活発化する。消費税増税が決まったこともあり、特にコート、ニット関連を中心に高額品も含めて売上が伸びることが期待される。
		百貨店（売場主任）	・9～10月の動向については、9月に売上が伸びた一方、10月はその反動がみられた。しかし、今後については、前年と比べても大きな変化がないまま推移するとみている。
		百貨店（販売促進担当）	・景気回復の報道も、中間層にとっては実感がわかない状況にある。北海道では、今冬も節電に対する備えが必要なことに加えて、電力料金の値上げなどから、先行きに対する不安の方が勝っており、好景気感が相殺される。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税を見越して、コートを中心に高単価商品の動きがみられるものの、影響は限定的な領域に限られており、全体を底上げするには力不足である。
		百貨店（役員）	・高額品の動きに期待したいが、現実には厳しい。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が生じるとはみているが、今の来客数が前年並みであるため、売上がそれほど良くなるとは考えられない。
		スーパー（企画担当）	・賃上げは年に1回であるため、賃上げを期待しても、4月まで状況は変わらない。特に、地方においては、賃上げは無理だとみられる。また、TPPが少しずつ姿を現している現在、当地区では客の財布のひもが固くなっている。
		スーパー（企画担当）	・住宅リフォーム、家電、自動車等は消費税増税前の需要の前倒しが発生しているようであるが、食料品に関してはそうした実感はない。むしろ価格がじわりと上昇している動向にあるため、客も様子をうかがっている。
		スーパー（役員）	・消費税増税を控えて、消費者は大型商品に目が向いており、食料品に関しては慎重かつ経済的な購買行動となっている。チラシ等の販売促進で安さをうたっても、客は余計な商品は購入せずに必要な商品のみを購入しており、こうした行動が来客数の減少に表れている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数はやや回復傾向にあるものの、小容量、低単価商品への購買行動が目立ち、売上の底上げまでには至っていない。また、夜間を中心に、酒、たばこなどの免許品の販売減少に歯止めが掛からない。
		コンビニ（オーナー）	・消費税増税で少し景気が落ち着いてしまうのではないかと懸念している。
		衣料品専門店（店長）	・客との会話から、今後も変わらないとみている。
		衣料品専門店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待されるものの、北海道はこれから4月まで暖房費や光熱費が家計を圧迫するため、今後については変わらない。
		家電量販店（店員）	・前年よりも秋の平均気温が下がっているため、暖房関係の売行きが良く、年末商戦に期待できる。
		自動車備品販売店（店長）	・カー用品業界全体の指数として前年並みの状況がここ3か月続いている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・TPPの影響などで新たな波が来そうである。より専門性に特化し、積極的な提案を発信する姿勢が問われる時代になりそうである。
		高級レストラン（スタッフ）	・増税でピクピクしているところに、食材の誤表示問題が発生したことで、ホテルやレストランなどの高級店では新規客の獲得にかなりの影響が生じそうである。
		スナック（経営者）	・今後への見通しが立たない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・11月は韓国から旭川へのチャーター便がプラス要因となるが、12月は前年の大型コンサート、スポーツ大会の効果の反動減をカバーできずマイナス傾向となり、全体としては横ばいで推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行の先行受注状況に加えて、直前の旅行需要もやや厚みを増してきた感があるが、台風等の影響による取消しも多く、一進一退の状態にあり、伸びきるような見通しが立たない。
		旅行代理店（従業員）	・1次産業が堅調であり、市町村の税収も上がるとみられることから、今後への経済波及効果が期待できるが、観光面では閑散期となるため、例年並みで推移する。
		旅行代理店（従業員）	・良くなる要素も、悪くなる要素もみられない。
		観光名所（職員）	・消費税増税や物価上昇等に代表されるように、日常生活において景気が好転する要素は今のところみられない。
		パチンコ店（役員）	・北海道はこれから冬に向かい、家屋の建設は現状よりは減ることになる。また、東日本大震災の復興需要による人手不足も追い討ちをかけている。
		美容室（経営者）	・冬に向かうなか、灯油が高値で安定していることで節約傾向が出てくる。しかし、大幅な節約傾向にはならないような雰囲気もある。
		美容室（経営者）	・良くなる要素も、悪くなる要素も見当たらない。
	やや悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・消費税が上がるまでは駆け込み需要が続くため、この冬から春先にかけて、来年3月中に引渡し可能な分譲マンションの需要は底堅い。しかしながら、在庫に限りがあるため、現状よりも業績が改善されることはない。
		商店街（代表者）	・客がデフレに慣れているため、税負担や円安で物価が上がることになれば個人消費は低迷する。多少所得が上がっても景気が良くなるとは思えない。特に、円安の影響は問題である。
		スーパー（店長）	・スーパー激戦区の真っ只中で価格競争が激化しており、客の奪い合いが顕著である。また、景気回復の実感がないなか、諸物価の値上がりも重しとなって、ますます財布のひもが固くなる。
		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、暖房用の灯油も価格が上がり、厳しい状況になる。
		高級レストラン（経営者）	・大企業は売上を伸ばしているかもしれないが、地方の小売店などは原材料価格に加え、消費税も上がるため、利益が出ない状態となる。
		一般レストラン（スタッフ）	・来年4月の消費税増税に向けて、車や大型家電の買換えなどが活発になり、外食にかかる金額を抑えることになる。
		観光型ホテル（経営者）	・エネルギーコストを中心に経費が上昇しており、収益を圧迫している。その上、冬季シーズンに向けて、大型観光貸切バスの不足が再び懸念されており、予約を取っても道内でのオペレーションに支障が出る可能性が高く、売上が伸び悩むことが予想される。
	旅行代理店（従業員）	・今後、受注が増える要素が見つからない。客単価も低下する一方である。	
	タクシー運転手	・景気回復を感じられないことが、タクシーの乗り控えにつながっている。日々の売上が減少傾向にあることから、2～3か月先の景気はやや悪くなる。	
	タクシー運転手	・予約状況が前年よりも減少している。問い合わせ件数も10月は少なくなっている。	
	悪くなる	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・冬が近づくとつれて、天候悪化による欠航も発生することになり、輸送量は減少の一途をたどる。
企業動向関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・ここ最近と比較して案件数が増加傾向にあることに加えて、商談規模も大型化の傾向がみられることから、先々の景況感はやや良くなる。
		金融業（企画担当）	・駆け込み需要が活発となり、高額商品の売行きが増加する。年末年始の商戦は、個人消費はこれまでの抑制マインドが幾分和らいでいるため堅調となり、観光関連も曜日の配列から長めの休暇を取りやすく好調に推移する。
		コピーサービス業（従業員）	・消費税増税の影響もあり、設備投資が増えており、受注量が増えてきている。来年度の予算取りでも情報収集が積極的に行われている。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・季節的に忙しくなる時期であるが、景気は変化しない。
家具製造業（経営者）		・好調さは当面継続するが、さらに良くなるとは思えない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		建設業（従業員）	・消費増税に向けての駆け込み需要も一段落することになる。鋼材等の建設資材や設備機材の品薄状況も2～3か月後には改善されそうな状況にある。	
		輸送業（営業担当）	・九州発3船社が現行フェリー8隻について、2015年から2016年にかけての新造船を決定した。また、北海道～福井県の船社も3隻のRORO船について2015年までに新造船を決定した。燃料価格の高止まりにより省エネタイプの建造船にふみ切ったようであり、現政権の経済対策の設備投資効果とみられる。	
		輸送業（支店長）	・3か月後は冬の真っ只中にあるため、春先までの本州物件の出方次第ではあるが、足元の活況は落ち着くことになる。	
		司法書士	・今後、冬期間に入ることになるが、不動産取引や建物建築は11月までとみている。11月中は引き続き現状のまま推移することになる。	
		司法書士	・当地はこれから雪の時期になることに加えて、新築建物も大工等の不足で完成まで時間がかかっているため、土地取引や建物の新築が増加するとは考えられない。	
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・現在、特需の案件で消化できる限界にきている。これ以上受注しても仕事をこなせそうにない状況である。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・建設業、運送業の人手不足は深刻であり、景気回復の足かせとなっている。特に、建設業は地方都市において基幹産業的な意味合いを持つため、影響は大きい。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・当社の顧客がものづくり補助金の採択事業者に決定したことで、今後の売上が見込めるが、冬期間特有の客先における生産効率の低下を鑑みると、一般的な商品の売上増加までは期待できない。	
		やや悪くなる	金属製品製造業（役員）	・職人不足、材料不足が起きているため、今後も変わらない。また、雪が降る季節になるため、工事量も少なくなる。
			建設業（経営者）	・工事稼働のピークが過ぎることになるが、盆以降の人手不足、機械不足から工事が遅れ気味であることに加えて、これから積雪寒冷期を迎えることから、採算面では非常に厳しくなる。
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）	・季節の変わり目、年末商戦などで個人消費はますます伸びることになる。ぜいたく品や高級品の購買意欲が高まる時期でもあるため、雇用についても堅調な推移が期待できる。	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・道内の中小企業において、9月決算の業績が一定水準で推移した場合、雇用拡大に向けた動きがみられるようになり、人材の需要はますます増加することになる。反面、企業の求めるスキルと労働者側のスキルとのギャップによるミスマッチが広がるのが気掛かりである。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ゴールデンウィーク明けから続く求人件数の増加が、8月こそ横ばいであったが、今月に入り再度微増傾向になっている。	
		職業安定所（職員）	・大規模な現政権の経済対策の効果が出てきており、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）	・求人数が多くても予定通りに採用できなければ事業が成り立たないが、時代が変わり、人気のある職種が減るなかで、求職者側もその現実を理解するまでは現状のまま変わらずに推移する。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・業種ごとの求人件数の増減にばらつきがみられるが、全体としては大きな動きがみられない。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求職者の動きが悪く、募集をしても人が集まらないようになってきている。景気の浮揚感よりも求人の増加が早かったため、市場に働き手が減ってきており、慢性的な人手不足が続きそうな気配がある。企業活動のマイナス要因となりそうな印象すらある。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今月の派遣の落ち込みは一時的なものと思われ、来月には通常の求人数に戻ることが見込まれる。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費増税を見越して、住宅や車の新規購入や買換えが増加傾向にあるが、個人の年収アップが見込めないことから、じきに買い控えに移行することになり、景気はさほど変わらない。	
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・原油価格の高騰が、経営を圧迫してきているとの声が企業から聞かれるなど、今後に向けての懸念材料がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	乗用車販売店（経営者）	・年末からの新型車投入と消費税増税前の駆け込み需要の本格化で、販売機会の増加を見込んでいる。
		高級レストラン（支配人）	・農作物の収穫を終え、冬食材の収穫時期を迎える。観光客の増加とともに、景気対策により企業側の賃金への還元などがあれば、来客数向上に結び付くという期待感はある。
		一般レストラン（経営者）	・今月があまりにも悪すぎるので、これ以上落ちることはまずない。よって、現状よりは良くなる。
		旅行代理店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で消費の前倒しが予見される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・年度末の消費税増税前の駆け込み及び年末へ向け、購買に多少の活況は出てきそうである。
		商店街（代表者）	・新しい店舗も出店し、底から這い上がってきそうな気配がある。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税の前景気は年末あたりから少しずつ出てくる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・プロ野球も終わり選挙も無いので通常の販売状態になる。現在既によい状態に向かいつつあり、前年比103%くらいには戻るので、やや良くなると考えている。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の動きが少しずつ出てくる。
		百貨店（企画担当）	・部分的に来年度の消費税増税に向けた駆け込み需要は現れてきており、徐々にその動きは顕著になってくる。特に、年末年始の商戦は高額商品中心に活発に動き、全体を押し上げると予想している。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮商戦は、中元の実績から見ると前年並みに留まるとみられる。12月の年末商戦あたりから消費税増税に対する駆け込み需要が発生すると予想されるため、来年3月までは景気は上向きになるとみられる。
		百貨店（経営者）	・年末、年始と消費税増税前の駆け込み需要で、短期的には良くなる。また、一部の業界では人件費が高騰していることからその恩恵も期待できる。しかし、春以降は駆け込み需要の反動と、増税により大きく落ち込むことを懸念している。
		スーパー（経営者）	・とりあえず消費税が上がるまでは好調を維持する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税に向けた消費行動が予測される。
		コンビニ（店長）	・人口及び社会構造上、競合店の閉店に対しては一定の来客数増加が見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が上がる前の駆け込みで、高額品が売れるのではないかと期待する。
		衣料品専門店（店長）	・購買動機が、安ければ何でもいいというところから、良いものを安くという形になっているようである。客の様子から、これから秋冬にかけて、スーツの買換えなどで来店する客は例年以上に増えるのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・天候に左右されやすいという不安要素は付きまとうが、冬物商品の立ち上がりの早さから、実売期に向けて買上客数の増加が見込まれる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		家電量販店（店長）	・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（店長）	・震災県であることや原発関係の問題もあり、復興需要や新築による買換えは続いていく。来年の3月までは数字が伸びるということを考えると、今までの買換え需要も更に少し伸びてくるとみており、来春までは伸びが強くなるのではと期待している。ただ、パソコン及びタブレットは単価も下がり続けており、そうそう大きな数字にはならないような気がする。		
乗用車販売店（経営者）	・個人客、法人客共に来年4月の消費税増税に対する来店、並びに問い合わせが増えつつあり、新型エコカーを中心に今後駆け込み需要がますます出てくるのではないかと考えている。		
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の3月までは、このような状況が続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなるというよりも、来年の消費税増税を前に駆け込みの客は間違いなく増える。
		乗用車販売店（店長）	・消費の先食い感はあるものの、しばらくは市場活性化が期待される。
		住関連専門店（経営者）	・消費税率が来年の4月に引上げられる。耐久消費財を扱っているため、住宅関連で完成していくものが多くなることもあり、駆け込み需要を期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元では選挙等も終わり、農家の収穫時期も落ち着くので、飲食店の来客数増を期待している。都市部も引き続き堅調であれば、やや良くなると考えている。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税増税の影響もあり、見積がかなり増えてきている。受注の兆しも確実性のあるものが増えている。しかしながら、春までの期間限定とみており、その後が心配である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・降雪量が前年並との予報が出ている。機能的防寒衣料の除雪関連商品、住居用品、暖房器具等の売上が期待できる。また、クリスマス雑貨の初動が好調である。
		一般レストラン（経営者）	・我々のような和食関係は忘年会を迎えるので忙しくなる。また、鍋などの冬の献立があるので、今よりはかなり良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始は人の出も多くなり、それに照らし合わせたように購買意欲も上がり、色々な分野でお金の消費も多くなる。忘年会シーズンも到来し、予約も既に埋まってきている。よって、景気は今よりは少し良くなる。
		スナック（経営者）	・少しずつではあるが忘年会の団体予約も入ってきている。予約の件数は例年よりも多少多いようである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ここにきて気温も下がり、問い合わせも増えている。年末年始もほぼ目標に近づきつつあり、目標が達成できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これからデスティネーションキャンペーンも終盤に入るが、JRの「大人の休日」会員向けのプランが11月下旬から始まり、また大きな流れがそこにできていく。それと同時に忘年会等の会合が多くなるので、当面1、2か月は売上の増加が顕著になっていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年はレストランのクリスマス予約に力を入れて活動しており、前年の倍は受注する見込みである。宴会は忘年会受注が好調で前年以上の期待も持てる。
		観光名所（職員）	・下地となっている台湾からの客は来月の中旬までだが、その後も国内の客を中心に予約数が伸びている。予約状況から、これからやや上向いてくるのではないかと予測している。
		観光名所（職員）	・11月下旬より初開催のイベントを実施して来客数増を見込んでいる。
		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効果もあり、今後も売上は好調とみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税前の工事依頼が急増してくる。
変わらない		商店街（代表者）	・訪れた客を見ても、消費マインドが上向く様子は全くうかがえない。恐らく横滑りになる。
		商店街（代表者）	・寒くなっているため秋冬物の需要が多くある。店によって、セールや販促を強化しているところはまずまずの効果や成果が出ているが、全く何もしていない店はやや落ち込んでいる。
		商店街（代表者）	・アベノミクス効果が一段落している。また、冬季を迎え、灯油のプライスリーダーの生協が例年より高い予定価格を示しており、一般消費者の財布のひもは固くなっている。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・いろいろな仕掛けを考えているが、手ごたえがない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・良い傾向なのだが、客の動向、単価、買上点数を見ても、これ以上良くなるかという疑問である。現在の状態で変わらない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・商品の販売回転は良い状態を維持するとみているが、それに伴いガソリン等の経費はますますかさむ。
		百貨店（総務担当）	・一時的に消費税の駆け込み需要等があるとみているが、全体として継続的な景気上昇につながるかは不透明である。
		百貨店（営業担当）	・4月の消費税増税前の動向が気になるところだが、現状では景気回復は期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経営者）	・団塊世代が40代、50代だった過去の特需の時とは違い、今回の消費税増税前の特需は、団塊世代が60歳を過ぎているため、特殊な商品群に特化した商品が売れると想定される。何でも売れた以前のような駆け込み需要はない。
		スーパー（経営者）	・11月の平均単価の上昇は前年比2%とはいかないが、取引先の原材料費高騰の製品価格への転嫁は進んできたようである。しかし、小売業では同業だけでなく異業態競争が広がり、消費者の奪い合いも激しくなっている。競合以外にも地方では過疎化や人口減もあり、今後も来客数の伸びはあまり期待できない。消費税増税を控えて、各企業の投資動向や給与所得増への対応などを、消費の動静と共に注視していきたい。
		スーパー（店長）	・客はじっくりと品定めをして、少しでも価格の安い商品を選んでるように見える。冬に向かって灯油やガソリン価格の値上げや商品の相次ぐ値上げなどが続いており、好材料は全く見当たらない。
		スーパー（店長）	・円安傾向は変わらない。また、消費税増税前の駆け込み需要はスーパーへの影響はほとんどない。
		スーパー（店長）	・競合店の状況及び近隣の設備等に変化がないので変わらない。
		スーパー（店長）	・給与に変化がみられないので変わらない。
		スーパー（物流担当）	・消費税増税を前に耐久消費財等の需要は一時的に増えるとみられるが、それ以外は現状と変わらず、景気が良くなる要因は少ない。
		コンビニ（経営者）	・来客数の減少を客単価の堅調と買上点数の増加で売上の減少を最小にとどめている状況である。景気そのものは個人の消費動向、例えば買上点数や客単価から見れば、やや良好と判断される。
		コンビニ（経営者）	・天候がどうなるのか分からないので、変わらないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・大きな変化要因が無い。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が増える要素が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境の変化が一周するまで状況は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・給与の手取りが増えない、残業が極端に少なくなったといった声が多い。
		衣料品専門店（経営者）	・これから寒くなり足元が悪くなると、より客足が遠のく。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の購買行動をみても必要品のみで、関連商品の購買には繋がっていない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税が発表され、若干の駆け込み需要はあるものの、その反動がくるので、均して考えると景気はさほど変化しない。
		乗用車販売店（経営者）	・例年、今の時期はやや下火になる。しかし、10月末～12月にかけて更に新車種の発表があることや、雪の気配とともに市場が多少動くことなど明るい見通しもある。
		乗用車販売店（店長）	・新型車の導入や消費税増税の駆け込み需要などで販売台数の増加があるが、地域の特性上、毎年冬季は販売量の落ち込みが激しいので、全体を見据えると大きな変動は期待しづらい。
		住関連専門店（経営者）	・仏壇の販売をしているが、現在の風潮として仏事の簡略化が進んでおり、仏壇の購入は小型化、安価なものという傾向にある。店としては売上の減少に繋がり、景気の回復というわけにはいかない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・食品の値上げや消費税増税の報道を受けて、消費者は先の状況を見据えているという雰囲気がある。このままの状況では今まで以上に厳しくなる。横ばい状態でいければいいが、もしかしたら悪化するのかもしれない不安はぬぐえない。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・電気料金値上げやガソリン、灯油価格の高騰が家計に大きな影響をもたらしており、ますます財布のひもが固くなっていく。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・地域の格差もあるが、会社数も減り人口も減り続けているなかで、果たしてこのままでいいのかと非常に悩んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・天候や気温の推移次第で販売量が変わってくるので、現状でははっきり見通せない。ただし、需要期に入り原油価格が堅調に推移しそうであるため、末端への転嫁が急務である。
		一般レストラン（経営者）	・3か月先に特に良くなる要素もないし、悪くなる要素もない。
		一般レストラン（経営者）	・地方の外食産業、特にレストランなどには、まだまだぜいたくにお金を回すことはできないという風潮が続くのではないかと。予約状況を見ても、2、3か月先まで堅調に入っているわけではないので、低調なままいくのではないかと予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・現在、11月の入込は前年比2割減である。12月以降は前年並みとみられるが、予約発生が遅く見通しが立たない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから11～1月とホテルにとっては稼ぎ時を迎える。忘年会やクリスマスがあるが、先の予約状況については法人、個人共に前年の同時期と比較すると遅れている。ホテルを見る目が厳しくなっており、逆風が吹いている。今後の動向を十分に注意していかなければならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・おせち販売はディナーショーと共に売上を左右する高額商品である。しかし、原材料価格の高騰も現実となり、価格への転嫁も容易でないため、前年並みを確保したとしても利益率は悪化し、苦戦することが予想される。
		旅行代理店（経営者）	・3月まではある程度堅調に推移する。
		通信会社（営業担当）	・通信業界は低迷してきている。今一步中小企業の投資傾向がみられないのでこの先も変わらない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待されるが、一過性のものであり、増税後の景気はやや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・今後の消費税増税に向けた駆け込み需要は一部業種にみられるが、全体としては材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・本来の好況消費が伸びていない。消費税増税前の駆け込みが増えるであろうから、一時的に判断数値は良くなるものの、継続力には大きく欠けると想定している。
		通信会社（営業担当）	・加入促進キャンペーンやイベントを開始したが、思うように数字が伸びない。前年と比べてもほとんど変わらず、この先の獲得予想も大きく変化する要素がない。
		通信会社（営業担当）	・顧客訪問時のヒアリングからは、特に変わるような要因もつかえない。
		競艇場（職員）	・時期的な問題で落ち込みはあるが、それを除けば今月とあまり変わりはない。
		美容室（経営者）	・客の購買意欲は今の水準が維持される。来客数、客単価共に横ばいが続く。
		美容室（経営者）	・客には定年退職された方や、もうすぐ定年を迎えるという方が多数いるが、この先、年金で生活するのに頻りに美容室へは通えなくなるという声がある。働いているうちはよかったけど、これからは節約しないと、という客が沢山いる。
		住宅販売会社（経営者）	・受注は取れても、現場の職人の手当てができず、更なる完成工事高は望めない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・格差が拡大している。暮らし向きが楽かそうでないかは、買物ぶり、あるいは入店と同時に分かるほどになってきている。正直なところ、零細事業者の店に全体の5～10%の富裕層が訪れるわけではなく、やはり先行きは楽観できないというのが実感である。私が別に行っている商店コンサルティング業でも、事業者の悩みはますます深刻さを増しているという状況である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・確かに一部景気の良い話はある。しかし実際は、周囲の人でも来客でも、ほとんどは従来と変わらないか、むしろ更に厳しい節約をしている様子がかがえる。今後、消費税率が上がる予定だが、それに伴って収入が増える見通しは現実には立っていない。この状況で生活を成り立たせるためには、更に節約するしかない。しばらくは景況感の改善がありそうだとみていたが、今では疑問に感じる人も多いのではないかと。期待先行からのゆり戻しがありそうである。
		百貨店（買付担当）	・復興需要の鈍化と共に、来年の4月には消費税増税が控えており、一部駆け込みでの盛り上がりも期待できるが、その後は消費の冷え込みが待っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・円安による仕入原価の上昇、公共料金の値上げが今後も続いていくなか、景気回復の兆しは全くうかがえない。消費税増税も決まり、食品スーパーでも駆け込み需要はあると思うが一時的なもので、景気の先行きは不安である。
		スーパー（総務担当）	・競合店の出店、大雨などにより来客数が大きく落ち込んでおり、それにとまって買上点数もダウンしている。部門別では生鮮よりもグロサリーの売上が落ち込んでいる。特に加工食品、菓子、米、雑貨の落ち込みが大きい。今後もこの傾向が続く。
		コンビニ（経営者）	・2、3か月後となると年末年始に差し掛かるが、この分で行くと12月、1月は例年よりもかなり動きが鈍くなる。
		コンビニ（店長）	・株価が上がりに、円も安くなったということで、アベノミクス効果はその辺では直に出ているのかもしれない。しかし、一般消費者レベルでいうと、来年の消費税増税や電気料金の高騰、原油価格の高騰などを受け、見通しは暗く、マインドはマイナスに向いているという雰囲気がある。
		コンビニ（店長）	・12月の繁忙期で売上は一時的に上がるが、1月以降は春まで右肩下がりでいく。また、除雪による経費が大きな負担となる。競合店の影響次第だが厳しくなってくる。
		衣料品専門店（経営者）	・来年4月の消費税増税が決まって以来、客の価格に対する意識がまた厳しくなっている。現実には客単価が下がっているが、この状況は今後も続く。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の影響からか景況感が悪化しているようであり、今後、買い控えも予想される。
		住関連専門店（経営者）	・新築客は増加しているが、購買単価が低い。また、従来より買換え客が減少している。諸物価の値上げ及びその報道が目立ち、消費するマインドが低下しているように見受けられる。消費税増税前の駆け込みはみられない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・当県は原発問題が良い方向に進まないかぎり、良くならない。燃料売上も90～95%と100%割れが続いている。
		高級レストラン（経営者）	・良くなるような材料があまり見つからないので、良くなる可能性は少ない。
		観光型旅館（経営者）	・客の話、特に仮設住宅などにいる方の話を聞くと、日々の生活は落ち着いてきたが、将来への不安は逆に増してきているとのことである。現在は期限付き雇用が多く、正社員の就職が無いので、このまま年を追うごとに再就職が苦しくなっていくと思うと、遊ぶ気になれないと話している。当地は県内の被災エリアからの客が多かったので、厳しい状況になりつつある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・被災地の震災特需が終わり、来客数、問い合わせ数共に震災前の水準に戻っている。来月以降の問い合わせも、前年同時期をかなり下回っている。
		タクシー運転手	・お正月を控え、乗り控えたり、単価をできるだけ低くしようとしたりする状況は続く。
		タクシー運転手	・仕事を求める人は相変わらずいるが、仕事がないという話がよく聞かれる。また、来年には消費税増税が控えており、良くなるとは思えない。
		テーマパーク（職員）	・被災地としての復興支援ムードの収まりや、消費税増税による生活費の増加を見越した買い控えが本格化してくる。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフに向かう状況で、業種的にも消費税増税の駆け込みは予想できない。各方面での値上がりが徐々にきいてきそうである。
悪くなる	百貨店（売場担当）	・やはり、同地区のファッションビルオープンの影響をもろに受けると予想される。当社百貨店にはないブランド、雰囲気、何よりも魅力的な「新しさ」があり、価格帯もこなれていて、百貨店の価値を求めている方がどんどん減り続けている時代に、かなりの競合店になるはずである。	
	スーパー（経営者）	・消費税増税が始まる来年の4月1日までは、特に年末商戦、ボーナス商戦等においては耐久消費財に消費が集中し、なおかつ節約、儉約志向が高まる。	
	コンビニ（経営者）	・売上前年比の下落はこの先も回復の兆しはなく、ますます厳しくなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（経営者）	・毎年、9月以降2月まで売上が減少する傾向があるが、今年は9、10月が過去最低になっており、この悪い状況は変わらない。また、11月に日本海沿岸道路と東北自動車道の接続が予定されているが、個人消費については、ストロー現象により隣接県へ流出し、年末商戦は厳しくなる。
		観光型旅館（スタッフ）	・例年と比べると2～3か月先の予約が少なすぎる。増加する見込みも薄いため、厳しい状況となる。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・本年度の公官庁からの大型復興案件発注がほぼ完了して行く時期と考えられ、そのうちの一部については受注者が確定していると想定される。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・引き続き売上は好調を維持する。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末から年度末に向けて、若干忙しくなってくる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については消費税増税前の駆け込み需要の発生が予測されるため、今期中は比較的好調に推移するとみている。
		建設業（企画担当）	・技術者不足、資機材高騰等の不安材料はあるものの、量的には増加傾向がしばらく続く。
		輸送業（経営者）	・燃油費の高止まり感はあるが、物流増が期待できる状況になってきている。
		広告代理店（経営者）	・売上見通しが上向いている。
		経営コンサルタント	・消費税増税を前にした駆け込み需要の喚起策が本格化する。
		金属工業協同組合（職員）	・受注案件の引き合い件数は増えてきている。一部、半導体関連の親会社が取引先企業に対してキャパオーバーでも納期厳守で詰め込んでいる状況がみられる。ただし、受注単価が安い上、人員増はできず残業代等がかさんでいる。
		変わらない	食料品製造業（経営者）
食料品製造業（経営者）	・来月から歳暮商戦に突入するが、既存店舗の売上見通しは厳しい。		
食料品製造業（営業担当）	・販売量のジリ貧状態が続いており、回復する要素が見当たらない。		
木材木製品製造業（経営者）	・現在の状況は2、3か月続く。		
出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残が前年同時期と比べ10%くらい落ち込んでいる。同業者の話聞いても、強気の所、弱気の所があり、どちらかというところ景気は変わらない。		
電気機械器具製造業（企画担当）	・業界全体が成熟しきっている感があり、インパクトのある商品が出るか出ないかが大きなポイントだが、そのような見通しはない。		
建設業（経営者）	・これからの受注は、工期や技術者不足を考えれば現状維持である。		
輸送業（従業員）	・震災以降わずかずつ回復傾向にあるが、震災以前の水準とはかなりの開きがある。		
通信業（営業担当）	・現状のまま推移するとみているが、解約・新規のバランスが崩れれば、予断を許さない状況である。		
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無い。		
金融業（広報担当）	・取引先に大きな変化はない。		
広告代理店（経営者）	・引き続き、価格の見直しや数量の減少があるとみられる。		
公認会計士	・震災復興関係の需要に対しては、人手不足、資材不足で企業が思うように動けない状況にある。当面この状況が続く。		
コピーサービス業（経営者）	・売上の伸びは少なく、前年を守るのが精一杯の状況である。それも、相当の努力をしないと守れない状況になっている。また、民間企業の設備投資も少なく、価格競争になることが多くなってきている。		
その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・労働者の環境はなかなか向上しておらず、給料がほとんど上がらないという状況である。また、定職に就いていない若者も多く、食費をいかに少なくするかということに苦心しているようである。		

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
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・酒類の値上げについては、年内は一部の銘柄のみとの動きから、年内中は順調な出荷が見込まれる。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先の住宅会社の景況が良いところで推移しており、この先1年ぐらいはこのまま推移する見通しである。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新品種の設定投資や出荷の状況を見ると、一進一退の状況である。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・ふじりんごの収穫は間もなくだが、相次ぐ台風で落下、障害が例年より多くみられる。年末の贈答品に該当するものが少なくなることが予想され、単価が下がることが心配である。
		繊維工業（経営者）	・景気は天候により大きく左右される。
		土石製品製造販売（従業員）	・燃料費の高騰が続く限り、工場稼働や運送にかかるガソリン代が大きな痛手である。だからといって、その分販売価格の値上げをする訳にはいかない。社内でも福利厚生施設を少なくするなどしており、景気が良くなるといえる状況にはない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・政府の方針で大企業が給与を上げれば、そのしわ寄せは下請の中小企業にいくだけである。結果としてさらにコスト低減を求められ、利益率が悪化、もしくは赤字で出荷という状況に陥るのは明らかである。大企業の人件費が高すぎるのが日本の現在の製造業の問題点の一つではないか。
		広告業協会（役員）	・マスコミ各社によるイベントも年末までは目立ったものはないため、この状況でいくと年末までは期待が持てない。季節的要因による年末売り出しに賭けるしかないようである。
		司法書士	・消費税増税の駆け込み需要による業務も終了するため、新規の受託の減少が予想される。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・政府が減反政策の見直し検討に入ったことにより、米価格のさらなる下落が予想され、米卸業者が前倒して価格を下げてくることが予想される。
雇用 関連 (東北)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要対策による短期的人員増強が見込める。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ホテルの新設や郊外型大手流通の進出がこれからもあり、募集も始まっている。これが仙台圏市場の活性化につながれば上向き傾向は続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年4月の消費税増税までは、消費行動が活発になりそうである。
		職業安定所（職員）	・求人の増加はそれほどでもないが、求職者の減少が大きい。求職者の減少は、在職中の求職者が減少しているということが要因である。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数は事業主都合離職者の減少により減少傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人意欲はあるものの、消費税増税をにらんで、本当に良い人材でないという状況が生まれている。採用枠数名のところその10倍くらいの応募があっても、採用ゼロという企業があるが、それは先行きに対して少し悲観的な動きもあるからだろうとみている。悲観的な動きがある一方で、求人数は多いこともあり、変わらないと判断している。
		アウトソーシング企業（社員）	・今のところ来年度の話も大きな変化なく進みそうである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気浮揚への期待感はあるが、消費税増税の影響がどうなるかが不透明である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が8年ぶりで1万人を超えたが、一方で生産拠点を海外に移すために工場を縮小したりだとか、老舗のタクシー会社が燃料費高騰の影響を受け破産手続きに入るなど、失業者が増加するような動きもあり、景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数が増えず、求職者数が減少しているにもかかわらず有効求人倍率が低いままの状態にある。
		職業安定所（職員）	・今のところ求職者が大幅に増加する要因はなく、企業の求人意欲も高いことから、求人数は引き続き高水準で推移し、しばらく継続する。
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は続くとみられるが、賃上げが期待できず転職を希望する求職者が増加する。求職者の増加も予想されるため、雇用情勢の一層の好転は難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求人数は高止まりで推移している。これから更なる新規求人数の増加は考えられず、当面はこのままでいくものとみられる。ただ、11月から3月まで製造業の事業所で89名の解雇が出る予定なので、その辺りが懸念材料である。
		職業安定所（職員）	・求人動きや求職者の動きについては、今後2、3か月、大きな変動はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・特定業種については相変わらず求人数が多いが、全体的にみると変わらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・営業外収益が前年比倍以上のため、経常利益は前年並みをキープしたものの、収益構造が改善する兆候がない。
		人材派遣会社（社員）	・景気回復への期待感は薄れている。加えて、消費税増税等も決まり、先行きが不透明である。賃金上昇もまだまだ見込めない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年の11月、12月は選挙関連の出稿があったが、今年はそれに代わるものが今のところない。今後の動きに期待しているが、それをカバーする出稿までは厳しい。
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）	・朝晩大分冷え込んできたが、その分ホット商材が動いている。これから観光シーズン、クリスマス、年末年始と、攻めるチャンスはたくさんある。
		コンビニ（経営者）	・年末に向けて売上が稼げる商品が増えてくことと、イベント等があるため、来客数が増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから消費税が上がるので駆け込み需要があり、良くなる。当店ではエコカー補助金と同じくらいの駆け込み需要があると踏んでおり、そのために準備しているところである。
		一般レストラン（経営者）	・最近、週末には県外客が多く来店している。消費意欲が高まってきている感じがする。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店（店長）	・天候も低めの気温で安定するので、これまで動かなかった重衣料に期待できる。
		百貨店（店長）	・高品質の商品の売行きは継続する。シニア層の外出需要も持続されている。
		スーパー（店長）	・現在、買上点数及び単価が上がり調子なので、年末商戦も含めて良くなる。
		スーパー（経営企画担当）	・12月の賞与支給額が上れば、個人消費も一時的には多少は良くなるのではないかと。ただし、4月からの消費税増税はかなりマイナスに作用すると思われる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前に必要な物は早めに購入すると思われる。
		家電量販店（店長）	・映像商品でテレビが伸び始めているので、年末に向けて期待できる。その他、期待できる商品としては、エアコン、スマートフォン、パソコン、調理家電などがある。
		乗用車販売店（経営者）	・来年4月に消費税が上がる前の駆け込み需要がある。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要があると思われる。
		乗用車販売店（管理担当）	・消費税増税に伴い、3月までは駆け込み需要が見込まれるが、冬のボーナス支給により需要動向は変動すると思われる。
		乗用車販売店（統括）	・3か月以内に新型車の発売が控えているため期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の駆け込みと新型車の発表で、受注、整備共にやや良くなる。
		住関連専門店（経営者）	・企業の賞与の時期であり、消費税増税前の駆け込み需要も追い風となるが、周辺企業の景気が向上してきているのが、一番大きな要因であるように思う。銀行等の会合や商工会議所等のデータを見ても、D I 値等の数値として出てきている。
		住関連専門店（店長）	・年末商戦や消費税増税前の駆け込み等で高額商品の動向が良くなる。
		スナック（経営者）	・選挙後は、少し上向いてきているようなので、このまま回復してくれると良い。人通りはそれほど悪くないので、何とかかなるだろうと思っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・少しずつ予約も入ってきているので、先行きはやや良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・これから秋のシーズン、年末年始を迎え来客数の増加が期待できる。
		観光型旅館（経営者）	・実質経済成長は今までと同様だが、物価が上昇しているため名目での経済成長が見込めることから、景気が良くなったような気分になる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・11月後半から12月、1月と、忘新年会などの催しがある。例年に比べてそんなに期待はできないが、一番お金を使う時期なので、人や単価の動きがあると期待している。
		都市型ホテル（営業担当）	・忘年会シーズンや年末の関係でこの先2か月ぐらいは伸びていく。年明けの1月は結構苦戦する月なので、年が明けてどうなるかは状況を見ないと分からないが、この先2～3か月ということではとやや良くなるという判断である。
		旅行代理店（営業担当）	・年末年始にかけて旅行需要は増加する傾向があるので、やや良くなる。
		遊園地（職員）	・新規イベントの開催や、外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客が来園すると期待している。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・売上などから考えると、少しずつ上がっているように感じるので、今後も急激ではないが少しずつ上がっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘は高額のため、消費税増税前の一時的な駆け込み需要が予想される。
		変わらない	
一般小売店 [家電] （経営者）	・エコポイントや地上デジタル放送移行の時のように、消費税関連でのセール等を期待しているのか、消費者の動きはまだ鈍い。この先2～3か月では消費税絡みの売上、収益は見込めない状況である。		
一般小売店 [青果] （店長）	・ここ何か月かはしばらく低迷維持という感じで、売上の動きも、野菜や果物の単価の変動のみで、来客数の増減の動きもほとんどない。		
百貨店（営業担当）	・衣料品の売上改善状況が見られないこと、堅調であった化粧品、洋品雑貨などの売上も鈍り始めたため、厳しい。		
百貨店（販売促進担当）	・地方都市では大幅な冬期賞与増も期待できず、消費が改善する見込みは少ない。ただ、消費税増税前の駆け込み需要は必ず来るので、その部分は期待できる。		
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税に向けた先行消費行動が少しずつ表れてくると思われるが、景気が好転する材料は見当たらないので変わらない。		
スーパー（総務担当）	・小売業ではアベノミクス効果がまだほとんど見えない状況であり、その波も来年の消費税増税で来る心配がしない。		
スーパー（商品部担当）	・ここ数か月間の来客数、売上などに著しい変化はなく、小売商品の値上げや消費税増税などが控えている状況を考慮するとこの先も変わらない。		
コンビニ（経営者）	・店舗前が4車線になり、反対車線から車が入って来られず、商売に影響が出始めているためである。		
コンビニ（経営者）	・2～3か月では競合店との関係がまだ解消できる状況にはならない。年末商戦が始まるので、その分はある程度頑張れると考えているが、まだ業績が上向くほどではない。		
コンビニ（経営者）	・年末年始の商戦を迎え、4月に消費税が8%に上がるという心理的影響から、客の心理は控え目な傾向にあると感じる。この状態で8%というのは末端消費者には悪影響が出るのではないかと。		
コンビニ（店長）	・競争相手が出店して2か月ぐらいたが、まだ来客数や売上が戻ってくるような状況にないので、今のままで変わらないのではないかと見ている。		
衣料品専門店（販売担当）	・身の回りの物が値上がりが続けており、この状況は2～3か月先も変わらないので、客の財布のひもが固いのも続く。天候や、今月のように年金支給月といった後押しがあれば幾分は違うと思うが、それ以上の期待はあまりできない。そのような形で、2～3か月先も現在の流れのまま推移していく。		

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
		乗用車販売店（経営者）	・地域全体では、当分現在の景気動向のまま推移すると思う。ただし、消費税増税と、地元の大手メーカーが1～2年後にアメリカで新工場建設など増産体制を整備すると共に、一次下請の協力会社も数社が付随して進出するので、来年あたりに消費マインドが冷えることが心配である。
		乗用車販売店（営業担当）	・商談が出てから契約までの時間が今までより短くなったような気がする。今後に期待したい。
		乗用車販売店（販売担当）	・ミニ展示会などで集客を図っているが、来場数は極端に少ない。また、その半分は冷やかしかである。この先2～3か月について、取り巻く環境で良い要素が何もないので、このままあまり良くない状態が続くのではないかとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・今月が今までより良いので、今月より良くなるとは思えない。せいぜい同じぐらいか少し下がるかというところである。
		住関連専門店（仕入担当）	・売上を確保するために利益を削る流れはこれからも当面変わらない。特に、海外からの仕入品の価格上昇もあり、利益率の確保が困難な状況は今後も続く。
		一般レストラン（経営者）	・ここ何か月かは良くも悪くもない状況が続いている。それほど悪くはないが、どうしても良い方向に向かう兆しは見えないという状態である。アベノミクスということでいろいろな経済対策が打ち出されているが、なかなか地方まではその影響が出てきていない。
		スナック（経営者）	・これ以上悪くなって欲しくないという意味での変わらないという回答である。地方にはなかなか景気回復の実感が伝わってこない気がする。
		観光型ホテル（営業担当）	・観光地の宿命で、これからオフシーズンを迎えるため、宿泊予約の伸びは鈍い。年末の宴会予約は比較的好調である。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊、宴会共に先の予約状況は前年とほぼ変わらない。
		タクシー運転手	・都市部でタクシー利用客が増えたとしても、地方では限られた人だけで、利用客が増える要素は見当たらない。
		タクシー（経営者）	・利用客が少ないのでこの先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・家や車など高額品は増税前の駆け込み需要があるだろうが、当地域は高齢者が多いためか、大型商品も特に動いているようには感じられない。むしろ増税後の買い控えの方が大変心配である。
		通信会社（経営者）	・消費税増税も決まり、ますます節約志向になり解約が増えるのではないかと心配している。
		通信会社（局長）	・景気回復に対する期待感も薄れつつあるように見受けられる。企業の業績回復と給与支払いの増加が必ずしも連動していない。
		テーマパーク（職員）	・台風などの天候不順が続き、紅葉シーズンの誘客にも大きく影響が出る恐れがある。
		ゴルフ場（支配人）	・予約は順調であるが、相変わらず周辺コースとの競合で平日、土日共に客単価が落ちている。地場産業を始め、全業態、コンベの活発さはない。
		美容室（経営者）	・これから先、いかにして固定客を引き止めて来店させ、単価を上げるか努力しなければ競合店に負けてしまう。単価を上げるためには何をしたら良いかを模索している状況である。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・月ぎめは2～3か月後、年末年始を含め、法人、個人共に予約状況は横ばい、前年比で見ても同じなので、変わらないと判断している。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・賃金の値上げ等が叫ばれているが、まだまだ反映はされていない。
		設計事務所（所長）	・週末や月末にイベントを計画して集客方法を考えないと、今月より景気が良くなる見込みがない。年末に向けて検討しなければいけない時期に来ている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・小売店の売上にはアベノミクスは全く関係なく、年々売上は減少するばかりである。大手が上昇しているのと反対に、先細りしていきそうである。
		商店街（代表者）	・郊外に大型複合店がまもなくオープンする。商店街の近くなので影響が大きいのではないかと不安である。
		商店街（代表者）	・取扱商品の中で、メーカーによっては値上げをしている物もあり、運賃が高くなっているため、客からの少ない注文に対して運賃負けしてしまうようなこともある。給料は上がっていないのに、物価が上がり、これからは大変である。

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	
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費志向が変わり、贈答市場の縮小を感じる。	
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・地方の一般家庭の消費意欲が伸びるような要因が現時点では見当たらない。	
		百貨店（店長）	・いわゆるアベノミクスの効果が地方に波及してこない中、消費税増税による駆け込み需要もあるだろうが、個人は消費税増税後に対する警戒感も出てくるのではないかと。	
		スーパー（統括）	・電気料金、ガソリン代の値上げが実感として押し迫って来ており、収入が増えない中で直接家計支出や企業経営に影響を与え始めるため、先行きに不安がある。	
		コンビニ（経営者）	・ここ半年ぐらいの間に競合店が2店オープンしているのが悪くなる原因である。	
		コンビニ（店長）	・今月中旬に全国ネットのテレビで町の見どころ、食べどころ等が紹介され、しかも放映日が町おこしイベントの開催日程とちょうど重なったため、予想以上の人出があり、店への来客数もかなりあった。これが10月全体の景気を引き上げており、この状況が続けば良いのだが、一過性と思われるので、悪化するのではないかと考えている。	
		衣料品専門店（統括）	・夏から秋にかけてはいろいろな行事やお祭り、イベントが盛んに行われた。これから年末年始にかけては、本来であれば非常に売上が上がる時期だが、それも過去の話であり、今は大変厳しい社会情勢、経済情勢なので、期待できるようなことは少ない。	
		高級レストラン（店長）	・景気回復の恩恵を受けている企業はごく一部しかなく、末端の個人商店は回復とはほど遠い状態である。	
		一般レストラン（経営者）	・ほぼ変わらないと思う。この先の消費税や雇用のことなど考えると、不安感から、あまり良くなるとは考えづらい。	
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンになるので、当然ながら下がる。消費税増税前の駆け込み需要も期待できるシーズンではない。	
		旅行代理店（副支店長）	・消費税増税で駆け込み需要がありそうだが、あくまで駆け込みなので、その後は恐らく低迷する。旅行費用が全体的に上がってしまうことも懸念材料である。海外旅行は前年並みの水準であるが、年末年始の受注に期待している。	
		タクシー運転手	・運行回数が減少している。特に、夜の動きが悪い。また、単価も低くなっている。	
		ゴルフ場（業務担当）	・ここ2～3か月、単価の下落が止まらず、なかなか売上が伸びない状況にある。特に10月については、他のゴルフ場も同じだと思うが、土日に台風が襲来するなど悪天候がつづき、入場者が少なくなり、売上も悪くなっている。将来的にはセルフ化が進み、キャディ付きのプレーが少なくなっていくことで、その分だけ客単価が下がり、入場者を確保できても売上が伴わないという方向にある。	
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上がほぼ同額で推移している。	
		美容室（経営者）	・当地域は景気回復になっていない。ボーナスが支給されない企業が多いことも関係している。客の話では、子どもの教育も奨学金を利用し、卒業後自ら返すと言うので進学させることにしたという話もある。個人の収入が伸び悩んでいる中、親の貯蓄は生活費に回っており、消費が伸びるとは考え難い状況である。	
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前とその後しばらくは設計依頼が少なくなると思われる。	
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税に関連して値上げするか値下げするかを見極める時期になりそうである。買い控えが進むと思われる。	
			一般小売店〔衣料〕（経営者）	・地元商工会議所では10月1日より3億3千万円のプレミアム付き商品券を販売し始め、28日ごろには全部売れたということだが、まだ当店には買上が回ってきていない。いろいろなことを考えると、あまり良い時代、世相ではないと感じている。
			スーパー（経営者）	・小売業界はデフレ脱却に至っていない。
		一般レストラン（経営者）	・昼夜共に客数が減少し続けているので、今後の見通しも悪くなるのではないかと考えている。	
	通信会社（経営者）	・同業他社が相次いで倒産、閉業している。蓄えの食い潰しも底を突いた感が強い。地方の景気はまだ回復の見込みはない。		
	設計事務所（所長）	・2、3か月後は実際には現在の工事が完成間近となり、その間は忙しいだろうが、その後の予定はかなり厳しい。		

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	
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）	・販売業者やソムリエ等、関係者間で国産ワインを見直す風潮が強まっている。これから新酒の季節に入り、1,000円以上の100%国産ワインの人気のますます高まるものと考えられる。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・毎年のことながら年末商材対応で一時的に売上は回復するが、依然厳しい状況には変わらない。クリスマスイベント対応の出張教室等は期待できると見込んでいる。	
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・落ち込んでいた売上が前年並みに近づいてきている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規取引先の開拓も手ごたえがあるようになってきたところであり、少しではあるが従来品の増量も続いている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連を中心に試作開発案件が増加するとともに、一般的に仕事量の拡大を見込んでいる。確実に仕事が動き始めている。	
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・11月、12月は展示会も多く企画されているので、増税前の需要に期待している。	
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・環境装置の展開は順調に推移している。昨年から進めている太陽光事業の計画が、順調にいけば県内6か所、約5メガの契約になる。大手電力会社との連携になった場合、借入れと売電の関係だが、来年度でほぼ完成となるため、やや良くなる。	
		建設業（開発担当）	・公共工事は労務単価が上昇したので、以前に比べ発注額が高くなり、利益計上は回復している。また、アベノミクス効果による公共工事発注も今後期待できるとみている。民間工事も消費税増税が確定したので、駆け込み需要が期待できる。今後、営業に力を注いで受注に結び付けたい。	
		金融業（経営企画担当）	・サービス業においては富士山の世界遺産登録効果が更に大きくなると期待している。	
		金融業（役員）	・一部の業種が景気を支えているわけだが、その恩恵が地域の零細企業や下請、賃金に反映してくれば、消費を押し上げて、若干だが良くなるという気がする。	
		広告代理店（営業担当）	・駆け込み需要でやや良くなる。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・建設会社では職人が足りずに工期が間に合わない、これからの工事は工期が長くなると話しており、仕事は切れ目ないようである。消費税増税、東日本大震災などが要因ということである。	
		経営コンサルタント	・引き続き、建設業、地場の小売店、飲食店、企業向けサービス業、製造業の下請などに上昇感があり、個人消費は増えていく期待がある。また、設備投資に意欲的などころも徐々に増えてくると思われる。	
		司法書士	・少しずつ良くなっていると実感しているが、その他に周囲を見ても期待感が大変大きく、ここ5～6年とは少し異なる期待感なので、少しずつ良くなっていくのではないかと考えている。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・商談が増えつつあるので回復する。	
		変わらない	金属製品製造業（経営者）	・周りでも良くなっている気配はなく、当社でも景気が良くなっているという実感はない。早くそういう実感を味わえたらよいと感じている。
			一般機械器具製造業（経理担当）	・地方では景気が良くなったというような実感はなかなかかわかない。
			電気機械器具製造業（経営者）	・納入先では来年3月までの販売量は高い状態で、それ以後がゆっくり落ちるだろうという予想を立てている。この先は消費税関連で特需の発生やその反動減が来るかもしれないが、現状のところはまだ全然見えていない。いずれにせよ海外調達が主流となり、日本でのものづくりが少なくなるという大きな流れは変わらない。
電気機械器具製造業（経営者）	・今月末に予定されている、取引先の下期計画発表次第なので何とも言えない。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・来年4月から消費税8%ということで、病院、公共工事の仕事量は増えているが、民間工事は少なく、受注内容も厳しい状態が続いており、景気が良くなるとは思えない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注先が十数社あるが、非常に落ちている会社もあれば、普通の会社、ちょっと上向きの会社もあり、この半年はこの十数社で何とか乗り切っている。この先も、良い会社、悪い会社、受注の多い、少ないがあり、2～3か月先はどうなるか全く分からない状況である。
		建設業（総務担当）	・年度末までは、特に状況は変わらないのではないかと。
		輸送業（営業担当）	・今後は冬場の暖房器具、こたつ、カーペット、ヒーター等や雑貨が前年並みに動く予定である。中でもインターネット通販向けの物量は大変伸びている。ただし、円安で利益が薄くなっている状況が続いている。
		通信業（経営者）	・消費税増税、諸物価の高騰、福島第一原子力発電所の問題等々、先行きの不安が多すぎて、庶民は気軽にお金を使えない状況である。政治家、官僚だけが生活不安も感じずにのんびり暮らしており、国会議員の定数削減の話などどこにいったのかと感じている。
		金融業（調査担当）	・建設業の駆け込み需要が一巡するためである。
		不動産業（管理担当）	・資材の値上がりや経費等の増加が続いているので、工事請負の受注額を上げようと先方に依頼はしているものの、なかなかそれに応じてもらえないような状況が続いている。今後も値上げ交渉はなかなか難しい状況である。
		社会保険労務士	・一部の製造業は回復傾向にあるが、全体の給与所得等が上がっていかないと、サービス業などは今の状況が続くものと思われる。
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・灯油などの需要期に入り、価格も高騰しているため、利益確保が難しくなる。また、市場に量を売だけのキャパシティがない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年内に紙代が上がるということで、利益が薄くなるのではないかと大変危惧している。
		化学工業（経営者）	・鉄骨加工、金属加工の分野が全く回復しないため、来年1月以降のメイン商品の生産が低調になりそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・いかに生き残るかが問題であり、先行きは全く不明である。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力の大手メーカーの3か月見通しでは、受注量の水準は高いままで大きな変化はない。ただし、9月以降コストダウン要請を受理したという状況の中、原材料価格が上がってきているので、売上の水準は高いものの、収益は減益基調に入ってきている。この先一層、コスト削減のための施策を展開しなければならぬ状況である。
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず資金繰りが大変である。	
雇用関連 (北関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・秋冬物等の衣料品、ギフト用も含めた食品関係に少しずつ動きが出始めている。住宅関連についても消費税増税前の駆け込み需要で動きが出始めている。自動車関連や電子については、募集傾向からしても一進一退という状況である。
		人材派遣会社（社員）	・取引先の宿泊施設では、今後の予約が増えている。ホテルなども稼働が増えることを見越し、予算や売上の情報を上向きに設定するようになってきている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今のところ、仕事に関する活気ある話はあまりない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は4～6月にかけて早期退職の追加実施などもあり、7月は前年同月比10.9%増、8月は8.1%増、9月は13.0%増と、依然として増加傾向にある。対して新規求人状況については7月が前年同月比4.3%減、8月が9.2%減、9月は6.0%の増加となっているが、企業訪問時などに事業主に話を聞いても、新規求人などは厳しい状況である。管内主要企業が吸収合併されたことから、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）	・地方では景気回復感希薄である。材料費、燃料代の高騰など、不安がある。
		職業安定所（職員）	・企業に景気が回復してきているという実感がなく、2～3年はまだ上向かないだろうという企業が多い。逆に、円安の影響による原材料価格の高騰や、ガソリン価格の値上げに影響を受けている状況である。

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
		職業安定所（職員）	・前年同期比では、景気を持ち直し感のはっきりと数値に出ているが、現在は横ばい状態である。11月末には大手企業の人員整理が予定されているが、その影響で求人数が減少しているといったこともないため、全般的にはしばらく横ばいで推移するのではないかと考えている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業では自動車関連に明るさがあるが、一般製造業は先行き不透明感があり、正社員の新規採用に慎重な姿勢は改善されていない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・県内の9月末の高校生就職内定率が48%と発表され、リーマンショック後の5年間で最高となった。リーマンショック前は60%で、まだまだ及ばないものの、今後も内定率が伸びていけば景気回復が実感できるのではないかと考えている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・長期の派遣業務は減少傾向にあり、短期にシフトしている。
		人材派遣会社（営業担当）	・正社員希望の求職者が増える一方で、新卒、第2新卒との競合があるため、条件が一段と厳しくなると予想される。
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）	・希望も入っているが、国会、アベノミクスなどを聞いていて、そろそろ成果が出始めるのではないかと。また、歳末にかけて景気が良くなるという見通しを立てている。
		コンビニ（経営者）	・暮れが近付くと、必然的に買物をする客が多くなるので良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めるため、購入する人も増えると感じている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックの件もあり、政治も安定しているのでとても好感度である。イベントなども個店単位でのモチベーションが上がっているのがよく分かる。クレジットカードの取扱高も前年同月より伸びており、良い方向である。
		百貨店（売場主任）	・来年4月から消費税増税が決定したので、この2、3か月先に関してはクリスマスやボーナス需要で購買量が増え、景気はやや良くなる。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税の4月前までは良くなる。特に3か月後は1～2月なので、景気は今よりも高まっていくのではないかと。高額品を中心に販売量、1人当たりの単価共に来年の3月までは現在よりも良くなる。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税までは景気の回復傾向が続く。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の関係もあり、一時的に伸びるだろう。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、最近のトレンドが若干下がってきているので、その動きと相殺されてしまう。年末年始にかけて、グロスとしては若干伸びていくことを期待しているが、年末の各社賞与次第で、環境は大きく変化する。商品の動きとしては、単価の上昇により売上が伸びると予想されるが、市場の拡大による売上増は厳しい。
		百貨店（営業担当）	・今年の冬は寒くなるとの3か月予報もあり、防寒衣料が活発に動くと予想され、問屋、メーカーからの増産情報を多数入手している。
		百貨店（営業担当）	・消費税率引き上げによる駆け込み需要により、高額品は好調を維持する。
		百貨店（販売管理担当）	・引き続き高額品は好調に推移すると思われ、消費税増税前の駆け込み需要がより顕著に現れるなどのプラス要素もある。
		百貨店（店長）	・全体的なムードは悪くない。
		百貨店（管理担当）	・2020年東京オリンピック開催に向けて景況感が上向いているため期待している。
		百貨店（営業企画担当）	・宝飾品、特選など的高額品の動きは引き続き堅調である。衣料品の不調は一時的な要素が大きく、賞与増や賃上げの動きにより家計にまで景気回復の実感が広がれば、消費税増税までは良い動きが続く。
		百貨店（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は年末に向かって大きくなる。お歳暮やクリスマスは前年より良くなる兆候がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・3か月後になると、消費税増税前の駆け込み需要が出てくると思われ、今非常に厳しい衣料品、あるいは住居関連品等の売上が一段と上がってくると思う。食料品は堅調に推移しているため、このままスライドして全体的に売上の底上げがあり、景気が良くなるような気がしている。
		コンビニ（経営者）	・近隣のスーパーがオープンして1年を迎える。直近数か月、客の利用の仕方が変わってきたようで、離れていた客が戻ってきている。
		衣料品専門店（経営者）	・来年4月の消費税増税までに、駆け込み需要と量より質の高付加価値商品の品ぞろえのため、店内改装をして閉店・開店セールで売上を上げる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前で秋冬物の駆け込み需要があると考えられる。
		家電量販店（営業統括）	・ボーナス商戦に向けて、販売金額は増加していくと予測している。白物家電の中でも高級調理家電の動きが良くなってきている。高級IH炊飯器、スロージューサー、掃除ロボットなど高機能で付加価値の高い商品を購入する客が増加している。
		家電量販店（統括）	・消費税増税前の駆け込み特需と、現在のOSのサポート終了によるパソコン特需という2つの大きな需要に期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・販売の方はあまり芳しくないが、来年4月から消費税が上がるということで、来月あたりから車の販売が伸びることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込みの客が増えて販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（販売担当）	・全体的に建設関連の車両については動きが良く、価格も高い。ただし、架装メーカーが間に合わないために現状の中古市場はとて値段が上がっており、売り手もいないがなかなか買い手もつかない。いずれにしてもオリンピックを踏まえて建築関係は良くなっていくので、やや景気が良くなるだろう。しかし、平ボディ、ウイングなどの車両は在庫過多の状況なので、全体的な流れは建築が引っ張っている。
		乗用車販売店（店長）	・客は消費税8%に対する割高感を感じているようである。ただし、有料サービスの入庫については前年割れが顕著である。そこを相殺しても本当に少ししか景気は良くならないのではないかと。
		乗用車販売店（渉外担当）	・燃費や維持費を重視した経済性の高いハイブリッド車に人気があり、ハイブリッドの高級車から小型車まで販売量が安定して伸びている。この傾向は続くところと捉えており、景気もやや良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・回復していかないと厳しいためである。
		住関連専門店（店長）	・一時的ではあるが、消費税増税前の駆け込み需要がある。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税増税が控えているので、それまでは現状のままである。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の施策が今のところは的確だからである。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・年末ぐらい良くなってもらわねばと思っている。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・年末商戦となり、新ハードの発売もあるため、市場規模全体は現在よりは当然拡大する。
		高級レストラン（支配人）	・企業は業種により好不調がはっきり分かれており、この傾向はしばらく続きそうである。近隣の企業は比較的好調なので、この先はやや明るい見通しである。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月先は1年で一番忙しく、売上の伸びる12月があるので今よりは少し景気が良くなる。しかし、1月になると急に落ち込むので、伸びはほんの少しである。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税もあるが、2、3か月先は少しずつ良くなっていくような気がするし、そう願っている。また、冬のボーナスがどれだけ良くなるかにもよると思う。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税前ということで、駆け込み需要等である程度良くなることは確実だが、4月以降が非常に心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会関係は法人の新規取り込みができたところもあるものの、経費の見直しで中止になる会社もあつたりとまちまちである。宿泊は近隣での大型イベントは今後も予定されており、それに伴う予約は取り込めている。最近ではインターネットで安い料金が掲示されるのを待っている傾向が更に鮮明になり、他社の料金を見ながらの神経質な展開になるが、増えると感じている。レストランも忘年会を実施する会社が減少している中、10名前後の問い合わせが入り始めているが、日が集中しており、重なるとすぐに他の店舗に変更してしまう。また、料金も安い方に流れてしまうため厳しい状況はある。特に親しい友人との忘年会、クリスマス向けに高単価の料理の予約も入り始めている。
		旅行代理店（経営者）	・2020年東京オリンピックの決定、来日外国人観光客の増加など追い風の材料が増えている。
		旅行代理店（従業員）	・前年の同時期より忙しくなっているためである。
		タクシー運転手	・9月の完全失業率がやや改善したという発表や、通信機器会社の好決算など、景気回復の耳寄りなニュースが入る昨今、デフレ脱却に向かって徐々に景気は良くなる。
		タクシー運転手	・11月後半ごろから徐々に良くなる。12、1月は1年で一番忙しい月で、忘年会、新年会と何かと飲む機会も多くなり、また、東京オリンピックも決まり、暮れは今まで以上に期待が持てそうである。
		タクシー（団体役員）	・年末年始には忘年会、新年会の需要があり、ボーナス、クリスマス商戦で必ず景気は良くなる。
		通信会社（経営者）	・下期は、入居開始と加入が連動すると考えられ、また、ライバルの携帯電話会社の新型スマートフォン発売開始の影響もないためである。
		通信会社（経営者）	・ボーナスが昨年より良くなるという期待から、消費が若干上向く。
		通信会社（経営者）	・東京オリンピック決定で上向いた雰囲気も落ち着いてしまったので、今後は新たなアベノミクスの成長戦略に期待したい。
		通信会社（営業担当）	・低価格化した商品を中心として、全体に持ち直す傾向になっていく。
		通信会社（営業担当）	・来年に消費税増税があるが、客は景気は良くなると感じているので、将来の景気は良くなる。
		通信会社（局長）	・1年を通じて消費するほどの景気回復感はないが、年末年始や新入居時期の消費意欲は期待できる。
		通信会社（局長）	・当社の新サービスの発売と不動産繁忙期と重なることでの時期的要素も含まれるが、確実に契約数は伸びる公算がある。
		観光名所（職員）	・今月は特に悪いため、2～3か月後は閑散期に入るものの、若干良くなると期待している。
		ゴルフ場（支配人）	・日々のコンペの組数は少なくなったが、コンペ自体の数が増えている。
		美容室（経営者）	・台風など天候によって変わるかもしれないが、良くなると思う。全体の動きとして来客数が増えている。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	・来年4月からの消費税増税、ガソリン代の値上げ、エコカー減税の存続などの問題、また、来年4月以降の車両購入費用が上がってくるのではないかということも含めて、省エネ車を中心とした需要の盛り上がり期待できる。
		その他サービス [フィットネスクラブ]（マネージャー）	・消費税増税前はやや上向きを示すと思うが、増税後の落ち込みをかばうまでにはいかない。
		設計事務所（経営者）	・当事務所では完全に上向きだと思っている。社員の増強等を図り、現在の行政の仕事、また民間の仕事を一生懸命頑張っている。特にホームページ等により、新しい顧客の獲得に努力している。入札においても他社と比較することなく当社の金額を考えて入札している。年末に対してこれからどうあるか更に考えていかなければならないが、上向きを信じて頑張っていく。
		設計事務所（経営者）	・顧客からの仕事の話は出ている。
		住宅販売会社（経営者）	・大企業の業績は回復してきているようであるが、中小企業に関しては、まだ回復の兆しが見えない。中小企業向けの景気対策や個人消費が増えるような対策に期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込みの反動がなくなってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・現在の状況を考えると悪くなる要素がなく、どこまで伸ばせるかが重要である。ただし、消費税増税前の駆け込み需要や被災地への派遣で建築の大工が不足しており、工期が遅れているのが懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・今後、請負物件は工期の点から来年3月末までの引渡しは困難となってくるが、分譲住宅などの売買物件は駆け込み需要が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・自動車関連や住宅関連は消費税が来年の4月に上がるということで、前倒しで受注がやや多く発生しているということだが、我々の商売については全くそういったことがなく、逆にそちらの方にお金がいってしまって、マイナスの方向にいつているようである。
		商店街（代表者）	・毎年11月になると天候が一応安定するが、今年はまだ台風が発生するような状況なので、非常に心配している。急に寒くなっているので、どのような天候になるのか分からない状態が続いている。
		商店街（代表者）	・衣料品関係はスーパーより安い価格の物が売れているような状況であり、利幅が取れない。また、近隣にディスカウント食品スーパーができたため、先行きが非常に思いやられる状況で、3か月先までめどが立たない。
		商店街（代表者）	・消費税引き上げの4月までは、それまでの駆け込み需要で景気下支えになるのではないだろうか。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・報道などで景気が上向きになっているとあり、期待感はあるが、まだ不透明な部分があるので、今後もあまり変わらない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・3月までは今のような状態が続く。特に、工事のあるものは工期の点でも気を使うので、商品確保の点でも早めに勧めようと思っている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・店の周りが工事中であり、工事現場の塀などができているので、客はそこを避けて通るようであり、人通りは少ない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・良い方向で変わらない状況を期待している。非常に厳しい状況ではあるが、日差しが少し見えてきた。プレミアム付き商品券の関係もあり、ずっと続くとは思っていないが期待はしている。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・天候不順で中止の行事も多いので、期待はできない。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・アベノミクスがあり、また、消費税増税前の駆け込み需要があるのではないかと予想されていたが、今のところない。全くないわけではないが、それほど大きな特需にはまだ成り得ていない。あまり変化がないのではないかと思う。
		百貨店（総務担当）	・良くなる要素がない。ただし、固定客の買上は良く、それに支えられており、今後いかに新しい客に来店してもらうかがキーポイントとなる。
		百貨店（広報担当）	・来年4月の消費税増税までは、実用品の買いだめや高額品の購入などが続き、前年以上の売上が期待される。また、現政権によるサラリーマンの賃上げ圧力など収入アップの雰囲気も後押しして、しばらくはこの状況が継続される。
		百貨店（広報担当）	・今の好調な販売動向が、このまましばらく続くものとみている。
		百貨店（営業担当）	・上旬は例年に比べて気温が高く、中旬から下旬にかけては台風の襲来と雨により婦人服、紳士服、子ども服の秋冬物衣料品の動きが悪かった。現状では景気より天気の影響が大きい。また、来春の消費税増税に対する駆け込み需要は、まだ先と思われる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費に対して慎重な現在の状況が急激に好転することは考えにくく、厳しい状況は今後も続く。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税前の期間は高額品が好調な傾向が続く。
	百貨店（計画管理担当）	・客の動向をみても、消費税増税決定を受けての駆け込み需要や、東京オリンピック開催決定などの明るい話題がありながらも、実感として景気が良くなるような兆しは感じ取れない。	
	スーパー（経営者）	・今の状態が続くと思うので、2、3か月先もあまり良くない。さらに消費税が増税されるので、その近くになったら駆け込み需要はあるが、その後は反動があるのでどちらにしても客の消費状況は悪くなり、悪い状態がこのまま続く。	

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
		スーパー（店長）	・本来ならば、やや良くなると答えたかったが、今期に入って近隣に競合店が3店舗オープンしたので、オープンしてから1年たたないとなかなか数字の回復は見込めないと思っている。そのため、3か月後の景気については変わらない。
		スーパー（店長）	・原材料の値上げ等で売価に反映せざるを得ない状況で、消費者はより一層価格にシビアになってくる。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税が決定したが、当店のようスーパーでは頻度性の高い物、日々の物を中心に販売しているので、消費税増税に向けての買上動向はまだ先のように思う。景気が良くなっているという話は聞いているが、実際に可処分所得、身の回りの品物を買う自由に使えるお金はなかなか増えていないように思うので、このまま厳しい状況が続く。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税に関する景気の状態がまだよく分からない。成長戦略が具体的にどのような形で効果が出るのか、この点が相当大きく関わってくるのではないかと思う。
		スーパー（仕入担当）	・来年4月からの消費税増税の前で今年の年末はボーナス需要で住居関連、家財、自動車、衣料品、旅行、娯楽等への消費が予想され、食品中心のすぐに消費される物への支出は減ることが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・近隣にコンビニがまた1店増えて、来客数も多少減っている。
		コンビニ（経営者）	・来店客の年齢層も以前に比べて大分高齢化してきた。そのため、小分けで食べきってしまう物、日持ちのする物の売行きが大変良い。それに反して大袋の商品、賞味期限が短い物はなかなか売れなくなってきている。これからもこのような傾向で小口化、賞味期限が長くなおかつ必要な物、食べきってしまう物、日常的に必要な物が増えていくのではないか。このような変化に対応して本部の方も動いてくれば、このまま行けるのではないかと思う。
		コンビニ（経営者）	・アベノミクスも何となく失速気味だし、様々な重要案件が目白押しになっている。内外の情勢が厳しいので、なかなか難しい。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこを含めてダウントレンドに変化がないため、変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・天候等の外部要因で客の行動が読めない。また、セール商戦の前倒しも不安要素である。
		衣料品専門店（経営者）	・二極化がはっきりと進んでおり、一部の収入増の人は目的があればまとめ買いをするが、多くの顧客はまだ変化がなく、日常の物価上昇に対処するため生活防衛が中心となっており、今までとあまり変化がないのではないかと思う。
		衣料品専門店（経営者）	・若干高級品も売れるが、まだ安定した販売の動きではなく、様々な値上げが出ているので、年末にかけてどうなるのか読み切れない。
		衣料品専門店（経営者）	・最近の天候不順やサラリーマンの給料アップが実感できない状況など、景気の先行きはなかなか読めない。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税が上がる4月までは、大きい物はもう既に売れていて景気は上がっているとは思いますが、末端の衣料品は、多少買い急ぎという人が見えるとは思いますが。4月以降の3か月は必ずその反動が影響して、30%ぐらいダウンするのはもう目に見えている。
		家電量販店（店員）	・これから先に関しては4Kテレビまたはタブレットパソコン系が動かない限り、家電量販店が危機に陥る可能性がある。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の影響がもっとあるかと思っていたが、特に動きがなく期待感が消えてきた。
		住関連専門店（統括）	・伸びる要素はまだなく、消費税の様々な問題もあるが、ここ2、3か月は今の状態が続く。
		高級レストラン（店長）	・忘新年会の予約状況も例年と変化がない。
		一般レストラン（経営者）	・低価格の風潮だが、価格に見合ったものなら美味しい物を食べたいというニーズはある。
		一般レストラン（経営者）	・アベノミクスはまだ我々のような小さな飲食業には届きそうにない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（スタッフ）	・景気自体は良くない。株が上がったと言っているが、株は雇用も生まないし、下落するリスクもある。一般の人の給料はそれほど上がるわけがないので、給料が上がらなければ、当店のよう飲食店は良くならないし、回ってくるのは一番最後である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約は相変わらず動きが鈍く、予想が立て難い状況である。宴会では忘新年会のシーズンとなるが、週末中心で全体的に良い状態ではない。レストランも個人消費が戻ってきておらず、年末イベントも苦戦している。可もなく不可もない不安定な状況が続いている。
		旅行代理店（経営者）	・2、3か月先の予約はまだ全然入ってきていないので、どうなるのか見当が付かない。やや良くなって欲しいという希望はあるが、あまり変わりはないのではないかと思う。
		旅行代理店（従業員）	・申込み、売上実績が前年比8割程度で収まっている。
		通信会社（社員）	・年末年始は加入促進の時期ではあるが、消費税増税が確定したため、全体の料金が上昇することに対し客の反応がどうであるか不明である。したがって、現在順調にきている加入が大きく上振れることはなく、変動しないと考えている。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月は1世帯当たりの契約金額が横ばいであり、興味のあるサービスには加入するが、必要のないサービスは解約となる傾向が続いている。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税による一部の駆込み需要は考えられるものの、賃金の上昇は当面ないので、影響はあまりない。
		通信会社（経営企画担当）	・現在において受注を主と考えると、3か月後の上向き傾向がない。
		ゴルフ場（従業員）	・2、3か月で今の状況が変わるとは思えないが、期待はある。
		パチンコ店（経営者）	・この先年末にかけて徐々に良くなって欲しいが、消費税増税などがあって、何となく遊ぶお金を節約しているような傾向があるため、もしかしたらやや悪くなるかもしれない。しかし、希望を込めて変わらない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ここ3か月と比べても生徒数の増減はない。また、有料の特別授業に対してもお金がないということで、追加受講することが少ないため、景気はあまり良くない。生徒の親も非正規労働者等が多くなってきているようである。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・アベノミクスなどに対して期待していたが、数か月前から少しも良くならない。近隣の商店でも景気が良くならないとこぼしている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・消費の低迷が続く、売上が引き続き悪くなると思う。顧客の消費意欲が感じられない。
		設計事務所（所長）	・民間の動きがないと、景気が良くなったという感じはしない。後半もこのような建設環境が続く。
		設計事務所（職員）	・消費税増税前の駆け込み案件は落ち着いてきた。建設費は現在も上昇を続けており、オリンピック対応も考えると更に上昇すると想定されるが、景気上昇につながるのか見通せない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注については、消費税増税前の駆け込みの反動は続くと思うが、売上は駆け込みの案件がまだ上がってこないで、景気の状態は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の請負契約の駆け込みも一段落したとはいえ、来年3月までに完成している建売の購入を考える客が動くと思える。冷静に考えれば税制や政策により増税後もかなりのメリットがあるため、客も焦らずに検討するのではないかと思う。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・客を回っていると、年内の仕事量は確保できているという話を聞く。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・最近はお茶が忘れられてしまっているようである。ペットボトルのお茶の時代になってしまっており、若い人は急須を見たことがないという。冬場になればいくらか上向くのではないかと期待している
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・客の話を聞いていると、消費税増税のため購買意欲など非常にマイナスになっている。それが徐々に現実になってくるということで、消費が冷え込む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
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・会社のコスト削減に歯止めがかからない現状があり、さらに個人の購買意欲が低迷してくると、お茶屋業界はますます厳しい時代が続くそうである。一部のお茶屋が閉店するといった話も聞く。これから風邪がはやる時期も到来するが、何か一つ追い風になる事項が広まらないと、お茶の良さが今一つ理解されず、コスト削減の対象になってしまうのが残念である。
		スーパー（店員）	・最大の要因は消費税増税である。また、年金負担、医療負担等が増え、実際の可処分所得は減ると思われる。一番切り詰めやすい食材を販売しているスーパーにおいては、直接的なダメージが予想される。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税がどう関係してくるか不明である。
		コンビニ（経営者）	・客の購買傾向が激変し、高付加価値商品の売上が増加する一方、低価格商品へのシフトも著しく、先が読み切れない。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税も控えており、節約傾向が続くことが予想される。
		衣料品専門店（店長）	・収入が増えない中で増税と輸入品の物価上昇が始まっており、明らかに購買意欲が下がってきている。消費税増税直前には若干の駆け込み購入があると読んでいるが、それを考えても良くなるとは思えない。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・新しい店がオープンしても最初だけは売上が取れるが、徐々に客が少なくなって、回遊しているだけになっている。また、来客数の動き自体もあまり良くない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税も決定し、先行き不透明感から消費意欲が低迷しているようである。増税前の特需を期待したい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・11月以降、近隣で競合するショッピングセンターの改装、あるいは新規開業が相次ぐためである。
		一般レストラン（経営者）	・これから暮れにかけては例年少しづつ売上が上がってくるので、悪くはなっているが少し期待している。ただし、工事関係の人の話を聞くと、消費税8%前の駆け込み需要があった来年3月まではかなり忙しく、飲みに行っている暇もないとのことである。4月以降で若干懐が豊かになった分が消費に回ればと少しは期待している。
		旅行代理店（従業員）	・今月に入り、2、3か月先の問い合わせの電話本数、見積依頼件数共に極端に減ってきている。
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は12、1月になる。12月は忘年会の動きがまだあるので、団体の需要を取り込みたいと思って動いている。また、年末年始が非常に長い休みとなるので、海外旅行を中心に長期の客の動きが結構出ている。ただし、1月になると新年会等の需要は少し見込まれるが、今は宿泊を伴わない会食のみの動きが非常に多いので、なかなか旅行業への売上アップにはつながらないが、今月と比べたら将来的にはやや良くなる。
		タクシー運転手	・建築業界や不動産など業種によって多少は良いという話も聞くが、飲食関係があまり良くなく、金曜日にもかかわらず早々と客が帰ってしまう。
		タクシー運転手	・あと2か月でお正月を迎えるが、既に様々な物の値上がりが始まっていることから、客は減少している。
		ゴルフ場（支配人）	・生活物資の値上がりがみられ、生活を切り詰める傾向が続く。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・消費税増税が決定してから、来客数が以前にも増して悪くなってきている。今後少なくとも4月までは、増税した時の生活費の負担増への不安から、余暇活動への出費はますます厳しさを増してくるものと思われる。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、耐久消費財や大型レジャーに対するものが大きいため、その反動で自己の身の回りの景気は変わらないか、やや悪くなることが推測される。
		設計事務所（所長）	・消費税が来年4月以降から上がるということで、駆け込みでの仕事はかなり増えていると言われているが、決して楽観を許さない状況である。このまま仕事が増え、景気が良くなるということは、消費税増税後の反動がかなり出るのではないかと予測している。
	悪くなる	一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税が上がるのが決まり、駆け込み需要があるのかと思っていたが、それもあまり期待できないし、消費税が上がればもっと悪くなるような気がする。

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
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） コンビニ（経営者） 都市型ホテル（経営者） 設計事務所（所長）	・近隣に新しくできた競合店の影響が大きい。 ・消費者がお金を使いたくないのか、非常に厳しい状況である。 ・円安による輸入品、食材品の高騰があまりにもひどく、利幅が非常に狭まっている。単価にも転嫁できない状況で、この先消費税増税の問題もあり、お先真っ暗である。 ・消費税増税に対する反動が出てきて、仕事量は減る方向へ向かう。
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（営業統括） 出版・印刷・同関連産業（所長） 出版・印刷・同関連産業（営業担当） 一般機械器具製造業（経営者） 一般機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） その他製造業〔靴〕（経営者） その他製造業〔化粧品〕（営業担当） 建設業（営業担当） 輸送業（経営者） 通信業（経営者） 金融業（統括） 不動産業（総務担当） 広告代理店（従業員） 税理士 その他サービス業〔警備〕（経営者） その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・気温が急激に下がっているため、冬商材の動きに期待したい。 ・来年1月後半から年度末にかけ、多少受注案件が増える見込みなので大きく期待したいが、年度明けの消費税増税からの部分が全く予測できない。 ・個人、法人共に印鑑を必要に迫られてどうしてもという客と、どうでもいいけれども作っておこうという客がいるが、今月目立ったのは、象牙の材料を20年以上持っている、そろそろ作るかと個人の客が来たことである。金銭的に余裕がなければ普通はしないことである。また、会社に関しては設立するからではなく、普段使う用にもう少し欲しいとのことで2件の注文があった。若干資金的に余裕があるところを見ることができた。 ・全体的に受注は増えている。ただし、弱い会社と強い会社ははっきりしており1社9月30日で倒産した。 ・アベノミクスの効果を期待している。オリンピックの誘致など、話題的には明るい。 ・新製品の販売がまずまず順調にきている。まとまった受注残も増えてきたように感じる。 ・今までより引き合いが増加し、成約率も上がってきている。この先、いくつかの成約物件が進んでいるので、徐々に良くなってくる。 ・商談が進みやすくなってきていると感じる。そのため、景気は良くなるのではないかと感じている。 ・年末や消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。 ・アベノミクスの成長戦略により、研究施設や企業へのインセンティブ（行政支援）が少しずつ浸透していき、施工側で設備投資を考え始めている。また、行政でも公設保育所を民間移行し、児童の受け入れを拡大し始めている。 ・政府でも景気のコロ入れ、あるいは緩やかなインフレ傾向ということ非常に打ち出しているため、その効果が徐々に出てくるのではないと思う。 ・アベノミクスに期待している。 ・東京オリンピックも決まり、マインドが大分上がってきている。また、建設関係などは良くなる。 ・マンションは消費税増税前の駆け込み需要が期待されるが、当社が現在販売中の低価格帯のマンションの需要層には住宅ローン減税の方がインパクトがあると思われ、駆け込み需要は一部に限られる。 ・取引先で新製品の発売予定があり、それに向けて消費税増税前の駆け込み需要を狙い、宣伝に力を入れてきている。 ・お歳暮も高額商品が見込まれるなどの報道があり、高級品の売行きが良さそうである。消費者も購買意欲が増すように思う。 ・これから年末にかけて上向きに推移していく。 ・株価が上がってきているためである。
	変わらない	食料品製造業（経営者） 出版・印刷・同関連産業（総務担当） 化学工業（従業員）	・先日、小売店の集まりがあり話をしたが、これから良くなるという人が1人もいなかったため、このままいくのではないと思う。 ・低価格での受注により、薄利での仕事をせざるを得ない状況に変わりはない。 ・毎年年末が近付くと、少しは景気の良い話が出てくるのだが、今年はそのようなことは少しもない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療容器の受注は堅調に推移しそうなので、化粧品容器や住宅関連部品に勢いをつけば、今期の見通しは悪くない。
		金属製品製造業（経営者）	・既存の取引先からの受注量は増える気配はなく、新規の顧客開拓も成果は薄い。自動車関連は良いが、業種間のばらつきが大きい。
		金属製品製造業（経営者）	・価格が下がった分、新しい客先の開拓により仕事量を確保しているが、利益はあまり変わらない。利益を出すのは非常に難しい状況である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラックの方ももう少し上がるかと思うが、リーマンショック以降仕事が半分以下になってしまった。パイが少ないため外国で部品をどんどん作らせれば、半値ぐらいでできるため、こういう時でもまだ在庫調整しているという状況で、当社の方の品物の動きがあまり良くない。変わらないではなくて、分からないというのが本当である。
		建設業（経営者）	・消費税の関係が落ち着くと、今より仕事が減少する可能性もある。
		建設業（経理担当）	・消費税絡みの工事案件も今がピークのような気がする。この先は計画していた案件が落ち着き、その後は仕事量も落ち着いてくる。
		輸送業（経営者）	・過去にあった年末特需は全く姿を消してしまっており、現在のところ好転する材料も特に見当たらず、例月と変わらない動きになる。
		輸送業（総務担当）	・スポット的に売上増にはなるものの、継続的に取引量が上向く兆しがなく、現状維持の状況である。
		通信業（広報担当）	・アベノミクスへの期待はあるが、しばらくは一進一退の状況が続くそうである。
		金融業（従業員）	・建設業や不動産業では、業況回復の気配が感じられる。しかし、その他の業種は依然として厳しい業況が続いており、特に小売業で収益力の低迷が顕著である。政府は企業に賃上げを要請しているが、中小企業には、まだそのような余裕がないのが実情である。
		金融業（支店長）	・アメリカの財政問題が解決されないことには不安感は払しょくできないので、当面回復基調とはならないのではないかと。
		金融業（支店長）	・東京オリンピックが決定して株も少し上がったので、良くなりそうな気配はあるが、実際に仕事の受注状況、先行きの売上等の見込みをみると、あまり変わってないということと、来年、消費税が上がることへの不安材料もあるので、それほど良くなっていない。
		金融業（役員）	・消費税増税等の不安材料はあるが、現状維持は可能だと思う。
		不動産業（経営者）	・昨年の春以降同じ状態である。全般的に客数が減っている。
		不動産業（従業員）	・消費税増税による負担の関係だと思われるが、3月まではこの状態が続く。
		広告代理店（従業員）	・売上や受注に大きな変化はない。
		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	・良い動きが見当たらない。
		経営コンサルタント	・大手の回復傾向などが報道されるが、中小企業の製造業への波及の兆しは、まだ見えない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・先行きに対する懸念が依然として大きく、低迷状態がしばらく続きそうである。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・今月はまとまって仕事があったが、これから先は今のところどうなるのかよく分からない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・インターネット環境整備の受注件数が少しずつ落ちてきており、今後も回復要素が見込まれないことから、当面の間はこの傾向が継続する。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・景気が良くなる兆候は感じることはあるが、まだ具体的に数字になってきていない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・前年度と比較して、大きく減少している業種がある。特にTPPを懸念している農業分野は、既に大幅な需要減少を予測しているかのような動きがみられ、由々しい事態と考える。その一方、異なる業種では極少ない数字だが、上向きの部分もみられる。ただし、マイナスを相殺するレベルには及ばない。

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	
		精密機械器具製造業（経営者）	・大企業の景況感はやや安、原価低減でプラスになるが、中小企業の二次請けクラスでは利益のさらなる減少があるため、仕入先からコストダウン要求され、ねずみ講と同じである。	
		輸送業（経営者）	・燃料等が来月からまた6、7円上がるということで大変困っている。組合と相談しても、まだはっきりした値段がないからそれまで待ってくれとのことだが、10円程度は上がるのではないかとということである。	
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税により、市場では物が売れなくなり、物価が上昇し、宣伝費も引き締められるため、影響を受ける。	
		税理士	・北米の景気が少し回復してきており、それに伴って日本車を中心に日本製品が売れている。新興国の中国が少し落ちてきているが、なによりも日本経済がアベノミクスで良くなっており、東京オリンピックも開催されるということで、国内の気運が高まっている。	
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で忙しくなっているような錯覚をしていたように感じる。3月以降数か月は、反動が来るため景気が冷え込むことをある程度覚悟している。	
		建設業（経営者）	・消費税増税後は悪くなる。	
		輸送業（総務担当）	・東北方面の出荷があっても地方からの備車が集まらない。当社の車両で輸送すれば片道運送のため赤字となる。また、アベノミクスの影響で燃料価格が円安で高値になり、経費増となっている。	
		広告代理店（経営者）	・取引先の問題で約束されていた発注が取消しになると、その余波が3か月後にも及ぶためである。	
	雇用 関連 (南関東)	良くなる	—	—
		やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・企業の採用活動は前年より活発になるのではないかと。来年4月以降の企画提案を求められるケースが出てきている。
求人情報誌製作会社（営業担当）			・年末に向けての採用が活発化している。	
求人情報誌製作会社（営業担当）			・消費税増税前の駆け込み需要、冬の賞与アップなど期待どおりに動けば、一時的かもしれないが全体の景気が上向きになる気配を感じる。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・3か月後は新しい年ということで動きが活発になるような様々な計画、予想を20社以上から聞いているので、相当期待が持てる。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・今後景気が良くなるという見通しがないという人が多い。明るい希望を描けない。	
		人材派遣会社（社員）	・市場では消費税増税や金利上昇等の消費、購買への影響を懸念している。企業の動向が不透明で、先が読みにくい。	
		人材派遣会社（社員）	・求職者確保が難しい状況が続くようである。	
		人材派遣会社（社員）	・会社全体として給与を上昇させる見込みがないためである。	
		人材派遣会社（支店長）	・派遣受注環境は厳しく、受注拡大するような明るい話がない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増加傾向にあるが、時給が上がるような動きはない。むしろ時給減額を要請する企業もあり、本当の意味での景気上昇にはまだ時間がかかりそうである。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は若干増加しているが、求職者数はまだ動きが少ない。そのため、派遣成約数、契約数はさほど増加しておらず、派遣労働者数に変更はない。	
		人材派遣会社（支店長）	・このまま高い水準での求人数が予想される。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きは変わらない。	
		職業安定所（職員）	・景気の動向が読めないで変わらない。	
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率はリーマンショック以前まで戻ってきている。		
職業安定所（職員）	・景気が上向いているという感じが、中小企業にまで波及しているように思えず、最低賃金の改定に伴い、企業側の人件費増を業績向上でカバーするところまでには至っていない。			
職業安定所（職員）	・最近の傾向として、新規求人数のうちパート求人が増加し、フルタイム求人が微減となっている。本格的な雇用情勢の改善には安定した正社員求人の増加が望まれる。			
職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は、本格的に景気が良くなると表に出てこない面があるため、しばらく大きな変化はないと思われる。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（経営者）	・内需拡大の期待から、求人意欲は高まってきていたが、求人数の更なる増加はみられず、応募採用率が高まっていない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・先の見通しは明るくなってきたようだが、採用に関しては慎重であり、人手が足りないというより質の高い人材を求めている。特に海外業務領域では幅広く人材を求めている。
		民間職業紹介機関（職員）	・欧米の政治経済リスクが低まり、国内でも景況感が良くなっており、企業側の採用に対する意識が高くなる傾向は変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人への勢いに陰りがみえない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の新卒求人募集計画について、年度初めの確認時点より募集再開、採用数増員などの企業は若干で、大きな変化はみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・人材業界では、調達のための競争が一層厳しくなっており、費用の増加や効率の低下が予想され、忙しいのに収益が伸びないという状況になると考えられる。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・少なくとも同業他社内では、爆発的に利益が良くなる見込みは今のところない。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)	良くなる	百貨店（販売担当）	・消費税増税が間近となり買いだめをしようとする切迫した心理が高まり、高額品や耐久消費財を中心に消費が活発になる。従来の購買層だけでなく、ほとんどの所得層で駆け込みのように購買が促進されると予想する。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・客1人当たり単価の上昇だけでなく購買意欲が上がっていることに加え、消費税増税前の駆け込み需要も見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・今後は消費税増税を前にした駆け込み需要が期待でき、来年3月までの動きは活発になりそうである。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、マンション、リフォーム工事とも消費税増税前の駆け込み需要が出てきている。また、公共工事、一般のビル設備投資なども増加傾向にある。少なくとも来年3月までは好調が予想される。
		タクシー運転手	・毎年12月は忘年会等で一番人が集まることが多いため、タクシー業は多忙になる。
	やや良くなる	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・これから年末、年始に向かっていくなかで、セール等のいろいろな企画が目白押しであり期待したい。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客とのやり取りのなかでは、消費税率が上がる前の年末年始ということもあり、前年よりは売上が上がる様子がある。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・大企業が大幅良くなっているが、中小企業はまだ実感できるほどは良くなっていない。今後良くなることを期待する。
		百貨店（売場主任）	・靴メーカーでは売上が悪いので在庫を作らないといっている。また、景気が良いのは高額商品が売れている当地だけという人もいる。しかし、ターミナルでは地方から来る客も多く売上は確保できており、これからも売上は伸びていく。
		百貨店（販売促進担当）	・クリスマスシーズンを迎えると、消費税増税前に身の回り品やし好品を購入しようとするモチベーションが高まる。
		百貨店（営業企画担当）	・来年4月の増税まで高額品を中心とする需要は増え、一時的に売上は好転する。
		百貨店（販売担当）	・季節性のない高額商品は、ボーナスと消費税増税前の駆け込み需要でかなりの伸びをみせる。
		スーパー（店長）	・消費税率アップが決定してからは、高額の耐久消費財の需要が高まっているようである。それにつられて、食品販売も3月いっぱいまでは、売上の伸びが期待できる。
		スーパー（店長）	・一部商品の値上げがあるが、消費税率アップまでは消費は上向きそうである。
		スーパー（総務担当）	・ボジョレーヌーボーワインの予約数が前年より増えている。
		スーパー（営業担当）	・消費税率引き上げはマイナス要因であるが、引き上げ実施までの期間は売上に期待ができる。
		スーパー（営業企画）	・消費税増税が近づいて、消費者心理としては駆け込み需要が増える。ただし、食品等の購買頻度の高いものにはあまり変化はなく、かえって節約傾向となる懸念もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スーパー（商品開発担当）	・消費税増税前の駆け込みも含めて、年末商戦等を経て年度内は消費は良くなるというイメージを持てる。	
		スーパー（支店長）	・今は消費税増税前の駆け込み需要で一時的に良いと思われるが、来年度からが心配である。	
		コンビニ（企画担当）	・東京オリンピックの決定、リニア新幹線の路線決定、ソチ冬季オリンピックやTPP（環太平洋戦略的経済連携協定）へ向けての規制緩和など、年末からの先行きについては比較的明るい話題が多い。また、話題となった連続TVドラマの影響で各地方の自力での活性化や、おもてなしの取り組みによる訪日外国人旅行者の増加など、人の動きは今より良くなる。	
		コンビニ（店長）	・気温が徐々に低下し、特に中華まんや温かい弁当等の動く要素が強まり、冬物商品が動くようになってくる。	
		家電量販店（店員）	・消費税増税を前に駆け込みによる購入が増加する。	
		乗用車販売店（販売担当）	・12月にかけて車検や点検の来客数が増えてくる。新型車の導入もあるため来場者は必然的に増え、商談の機会も増える。	
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増えてくるが、目にみえて増えるものではない。	
		乗用車販売店（経理担当）	・新型車効果と消費税増税前の駆け込み需要で、先行きはやや良くなると思われるが本来の景気回復とはいえない。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税を控えて、小売業は一時的に活性化してくるのではと考える。	
		一般レストラン（スタッフ）	・ものの動きや雇用が安定的に動いている。それだけ世の中に動きがあり、景気はプラスに動くかと判断する。	
		スナック（経営者）	・例年11月くらいから年の締めとして忘年会、同期会などがあり、今年も予約申込が出てきている。期待も込めて、来客数は増える。	
		都市型ホテル（経理担当）	・ツアー募集で団体数が増加している。	
		旅行代理店（経営者）	・地方にも好景気が波及し始めてきたように感じる。	
		旅行代理店（経営者）	・期待も込めてであるが、客の様子をみているとやや景気が良くなりそうである。	
		旅行代理店（従業員）	・企業の職場旅行が徐々に増えている。周年行事に記念旅行を行う企業も増えていて業績回復の1つの指標のように感じる。アジア近隣諸国との友好関係が良くなれば、さらにアップする。	
		タクシー運転手	・1年を通じてこの時期だけは客が羽を伸ばす。	
		通信会社（サービス担当）	・パソコンの買換えや電化製品の買換え時等に光回線への変更があれば、景気は良くなるのではないかと思う。	
		美容室（経営者）	・年の暮れから新年にかけては、今年夏に出足が悪かった分、正月前にはパーマをかけようとする人が増えて良くなる。	
		美顔美容室（経営者）	・ホームケアキャンペーンが12月末までのため、キャンペーン期間中にもう1セット購入する客がある。	
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・年末から年度末にかけて工期の迫っている現場を数件受注している。	
		変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税に対する需要は今後ある程度は見込めると思うが、感覚的には大したことはないと感じる。地上デジタル移行前のテレビのように単に需要の先取りで終わって、その後の反動が怖い。
			商店街（代表者）	・来月から再来月にかけて大きくてこ入れするので、少しは良くなると思われるが、現状は非常に良くないので、景気の状態としては横ばいで推移していくのではないかと。
			商店街（代表者）	・年末までは忙しいが、これといった動きがあるわけではない。
			商店街（代表者）	・必要以外のものは見向きもしない状態が続いている。必要なもの以外に興味を示してもらうことが売上高に繋がる。
			商店街（代表者）	・主力商品以外でも1,000円以下の商品の販売比率が上がってきており、この傾向は当面続きそうである。
			一般小売店〔結納品〕（経営者）	・個人消費はまだまだ上向きではなく、小売業等では今の状態が続く。
一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・季節的要因もあるが、単価の低下、販売量の減少など難しい状況である。今月が非常に悪いため、これ以上悪くなることはない。			

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
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・勢いの良い、人出が多い状態が変わることなく、来春まで続く。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・10月初旬に遷宮が終わり、今がピークと思っている。早くて来年のゴールデンウィーク頃まで、長ければ来年秋の観光シーズンまでは今の景気が続き、その後は緩やかに落ち着いていくであろう。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・地方にはまだまだ良い話は聞こえてこない。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・一部の客ではたくさんの贈答品需要があって売上が伸びているが、大半の客は現状維持かやや下降気味で、全体的には向こう3か月の状況は変わらない。
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・物価の上昇が続いているが給料の伸びがそれに追いついていないため、客は消費を控える行動をしており、景気は横ばいの状態がまだまだ続く。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・男性客の消費がいまだに渋い。なかなか2～3か月でこの状態が変わるとは思えない。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・物価の上昇で、日常の消費を抑える方向にますます進んでいく。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは状況は変わらない。
		百貨店(売場主任)	・財布のひもは依然として固く、どんなものを消費税増税前の駆け込みで買うのかを吟味している。
		百貨店(経理担当)	・紳士服、美術宝飾品等は好調で、ヤング向けや婦人服が不調である。全体としての景気は変わらずという印象である。
		百貨店(経理担当)	・今年は暖冬にはならないという予報ではあるが、今後も売上が天候に左右されることが予想される。消費税増税前の駆け込み需要は、増税直前になるまではあまり期待できない。
		百貨店(経理担当)	・政府の消費税増税決定の表明以降、消費マインドの低下がみられ、不要不急の物品には買い控えが起きていていると感じる。駆け込み需要が発生する来年2月、3月までの間は、景気は後退局面へシフトする。
		百貨店(経営企画担当)	・冬のボーナス商戦に期待したいが、各種商品の値上げなどへの防衛意識なども出てくるのではないかと。
		百貨店(販売担当)	・消費税増税が決定しているが、今のところ駆け込み需要はみられない。これからは高額品などの駆け込み需要が増えてくる。
		百貨店(販売担当)	・加湿器等の季節商材が動きだしている。
		スーパー(経営者)	・式年遷宮に続いて新年へと、来客数の維持に期待している。
		スーパー(経営者)	・景気は、消費税増税前までは良い状態で、増税後の4月からは下がる。来年1月ごろは駆け込み需要があり、景気としては良い状態である。日本からの輸出も、アメリカ方面は良いが中国及び新興国の景気には以前のような伸びはなく、徐々に影響してくる。そのため雇用にもマイナスの影響が表れる。
		スーパー(店長)	・物価の上昇分を簡単には小売価格に転嫁できない状況である。売上也前年比100%を割る状況で、今後ますます利益を圧迫する。景気回復の兆しはみられない。
		スーパー(店長)	・消費税増税に備えているいろいろな購買が始まる。ただ、大型商品の購買は進むが、一般食料品等については通常と変わらないであろう。増税により全体の消費が落ち込む可能性があるため不安である。食品関係については特に大きな伸びはないと思われ、景気が良くなるとは感じられない。
		スーパー(店員)	・年末に向けていろいろと必要なものの買出しが始まる時期となるが、消費税増税のニュースが財布のひもを固くしているような気がする。
		コンビニ(エリア担当)	・今月のように前年同期をクリアできない状況が、当面は継続する。
		コンビニ(エリア担当)	・売上の伸びは客単価のアップが要因であり、来客数の伸張も多少はあるが、まだ低い。
		コンビニ(商品開発担当)	・景気回復は感じられない。プチゼいたく流行や高付加価値・高額商品の動きは良いが、その反面、通常購入するものを節約する動きは相変わらずである。
		衣料品専門店(経営者)	・バーゲンだからといって誰も彼もが買ってくれる時代はとっくの昔に終わっている。
		家電量販店(店員)	・家電新製品の発売が続々と発表されているが、特に反応がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税を気にする客が増えている。
		乗用車販売店（経営者）	・良い悪いのどちらかに大きく振れる材料が見受けられない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車購入の動きがしばらくはある。
		乗用車販売店（従業員）	・基本的にあまり良くない状態が変わらないまま続く。ただ、消費税増税に対する特需がこれから増えてくるが、その反動が目に見えているので、景気は下向きになるのではないかと。
		乗用車販売店（従業員）	・ハイブリッド車中心の販売により、まだ店頭の活気は続く。しかし、客との話のなかでは、身の回りの生活用品の物価が少しずつ上がっているため、今後が不安で車の購入どころではという声を聞く機会が多くなっている。段々と市場の動きが重くなっていくように感じる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響もあり来年3月までは好調が続くと思われる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比7.1%の減少で、特殊要因を除くとマイナス2.4%である。来客数は、前年比で3.6%のマイナスである。
		高級レストラン（役員）	・年末年始はかき入れ時であるが、宴会予約は例年と比較して動き出しが遅い。
		一般レストラン（従業員）	・周辺では相変わらず低いレベルで安定していて、アベノミクスの効果は全くない。
		観光型ホテル（経営者）	・広い地域から集客する宿泊営業はやや良い状況が続く。地場産業の漁業や水産加工業は、原材料費や仕入れ価格の高騰を製品価格に転嫁できず景気が悪くなっており、すぐには改善できないため、飲食部門では停滞傾向がしばらく続く。
		観光型ホテル（販売担当）	・11月は特需もあってかなり伸びるが、年末・年始はこれといった特需もない。一般宴会も件数はあるが中身が薄くて売上に貢献せず厳しい。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、変わらないと判断する。
		都市型ホテル（支配人）	・悪くなる要因は少ない。
		都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税の影響がどうなるのかわからないでいる状況、あまり変わらないと思われる。
		旅行代理店（経営者）	・クリスマス、年末・年始商戦が早まっていて予約は混み合っているが、ボーナスの支給状況で動きを決める層は、今後の見通しがどうなるかわからない。
		旅行代理店（経営者）	・円安による一斉値上げの浸透で、財布のひもは固くなる。輸出型産業には恩恵があるが、すべて輸入に頼る日本は賃上げどころではなくとも思われる。
		旅行代理店（従業員）	・旅行市場は、消費税増税による駆け込み需要が期待できないため、販売量が変わることはない。
		タクシー運転手	・半年前や3か月前から同じような状況が続いているため、3か月先も変わらない。
		通信会社（営業担当）	・今後も、現在の状態が続くように思われる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の関連で、来年2月、3月は多少動きがあると思うが、しばらくは変わらない。
		テーマパーク（職員）	・営業面、周辺の状況ともにプラス材料がない。
		ゴルフ場（企画担当）	・今月の入場者数は少なく、これから先も冬に入っていくので、入場者数は少なくなる。しかし、予約状況から考えて、通常の天候が続けば入場者は前年以上となる。
		美容室（経営者）	・現状は少し景気が悪くなっており、この状態がそのまま続く。消費税増税により、客の来店サイクルは長くなる。
		美容室（経営者）	・客と話をする、まだまだ先がみえず将来に対して不安が残るようである。消費税増税もあって、あまり金は使わない。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・秋口の需要が安定して続いている。
		設計事務所（職員）	・受注状況にしても、客の話を聞いても、景気が良くなるという傾向はない。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の仕事量の多さが、消費税率のアップによる駆け込み需要であれば3か月後までが限界であり、その後の需要は下がることが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が不明であるが、横ばい状況が続く。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・良くなる要素がなく、厳しい状態が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・例年にない天候不順とともに、砂糖などの原料の高騰、輸入品の値上げ予定などで、非常に厳しい。
		スーパー（経営者）	・ジリ貧状態がひと休みであった先月に比べ、さらに状況が悪い。今後もこのような状況が続き、緩やかに悪くなることが見通される。
		スーパー（店員）	・単価の安いものの購入が増えているだけで、それ以外のものが売れない状況が続く。
		スーパー（販売促進担当）	・近隣に競合商業施設がオープンする11月からしばらくは、客の動きが厳しいと思われる。
		コンビニ（店長）	・商品が売れない。購買意欲も上がっていない。
		コンビニ（エリア担当）	・電気料金の値上げや最低賃金引き上げによる人件費の増加、他社の出店攻勢などにより売上・利益を圧迫していく。
		コンビニ（エリア担当）	・弁当など主要商品の数字が悪く衝動買い用商品も売れなくなってきており、今もかなり悪い。客は財布のひもを締め、競争店も出てきており、ますます厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・野菜の高騰などで客は消費を引き締めている。今後もこの状態が継続する。
		家電量販店（店員）	・消費税が増税となり収入も増えていないため、景気が良くなるのは難しい。
		乗用車販売店（従業員）	・販売単価の動きはそれほど低くないが、値段を安くしても売れず、利益が出ない。来月再来月も動きが良くなるとみる自信がない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前には少なからず販売台数が増えるだろうが、今現時点では増販が見込める要素が少なく、年内はかなり厳しいと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・年末から特別仕様車、新型車が発売されるが、消費税率が上がるタイミングに合わせてどれだけ需要を取り込めるかが鍵になる。来客数が減ってきているので、工場への入庫も含めて、今まで以上にキャンペーンを打つ必要がある。それ程厳しい状況である。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税増税による年度内受注後の売上の低下が影響する。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税を控えて一時的には良くなるかもしれないが、基本は変化ないので変わらない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税が近くなるにつれ、落ち込みは必至である。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税でどのような変化が表れるか疑問がある。
		旅行代理店（経営者）	・客の目線が消費税増税の影響を受ける商品に向いている感じがある。業界によって一長一短だが、とりあえず4月を迎えないと先が読めない。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税を決定した影響か、当社のように毎月恒常的に料金のかかるサービスを手始めに、節約ムードが高まっているのではないかと。
		テーマパーク（職員）	・外国人の客は多いが日本人は少ない。
		観光名所（案内係）	・物価上昇などで、良くなる理由が見つけれない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が低価格競争に向かっている。
		理美容室（経営者）	・世間では景気が上向いていると聞くが、客の話では、この地域では景気が上向きとは思わないとのことである。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・仕入れコストの上昇を販売価格に転嫁しづらい市場環境にあるため、メーカーの価格改定が増えてくると、利益への影響が心配される。
		設計事務所（経営者）	・企業案件は相変わらず低調なうえに規模が小さくなっている。個人住宅案件は少ないままである。消費税の関連で特別な動きはない。
		住宅販売会社（経営者）	・現在完成している建物や平成26年3月末までに引き渡せる物件はまだ売れるが、それ以降となる物件については先行き不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・年末の忙しい時期に入ること、注文住宅は現行の消費税率となる年度内完成には完全に間に合わない時期となることで、客足がさらに減少すると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	悪くなる	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・この先、事業の縮小、廃業で年を越せない企業もありそうで、先がみえない。良い方向に向かっているとは思えない。	
		一般小売店〔時計〕（経営者） 理容室（経営者）	・生活者の暮らし向きが苦しくなるため、小売業も苦しくなる。 ・財布のひもはこれからもなお固くなる。	
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）	・企業の業績回復による賃金アップは、多少の差はあれ全体的な底上げが期待される。さらに消費税増税を控え、駆け込み需要の期待も強まることから、年度内は比較的明るい材料の方が目立つ。	
		化学工業（人事担当）	・来年4月に消費税率の変更があるので、今から2、3か月後には高額品の購入が増え、少し景気が良くなる。	
		化学工業（総務秘書）	・長い不況で失ったものを、これから取り返すというマインドが国内を覆っている。政権交代から、東京オリンピック招致の成功やリニア新幹線計画など景気回復に向けた上昇指向を、当面途切れさせたくはないという気持ちがみなぎっている。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米国の金融引き締めが先送りの見通しがでてきたので、ここ数か月間は受注も堅調に推移すると思われる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・パーラー業界の取引先の景気が良くなっており、それにもなって当社製品のパーラーチェアの売行きが見込める。	
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画が増産傾向に向かってきている。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・工場ラインの増設による。	
		輸送業（従業員）	・アベノミクス効果で消費税率増税までは景気上昇のムードが高まっているが、物流業界としては依然として高止まりの燃料費が懸念材料である。ガソリン価格は高止まりで、荷主に要請している燃料サーチャージに対して、以前に比べ理解度が上がっており徐々に収益が増えている。	
		輸送業（エリア担当）	・到着荷物はさらに伸びているため、時給を上げてそれに対応する人員を募集している。	
		輸送業（エリア担当）	・荷物が動き出して来たためか、備車（車両不足等の際に他社から借りる車両）を集めるのに苦労している。	
		金融業（従業員）	・為替相場や株価の状況から、景気は若干上向き傾向にある。	
		金融業（法人営業担当）	・消費税率引き上げ前の駆け込み需要を見込み、自動車が増産体制に入っており、部品メーカーも当面生産が増加する。	
		行政書士	・荷動きがやや良くなるとの期待がある。しかし、燃料や労務費の増加、受注単価の改善が厳しいため伸び悩みがある。	
		会計事務所（職員）	・来年4月からの消費税増税の決定が景気を押し上げ、消費者心理をおおるので、来年3月までは事業者としては景気上昇の感がある。しかし、年金生活者やサラリーマン等の労働者にとっては預貯金の切り崩しや借金などで賄うしかないので厳しくなる。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・取引量が増えている顧問先が多く、設備投資も増えてきている。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新規案件のために活動中で、候補案件が多少なりとも発生している。	
		変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・飲食店の集客が、やや増加しているとの話は聞くが、当社の受注にまでは至るかどうかわからない。
			窯業・土石製品製造業（社員）	・新規顧客の開拓で明るい材料もあるが、価格競争の激化、中国製品の浸透などマイナス要因も多い。
			鉄鋼業（経営者）	・受注量や販売量に上向きムードはあるものの、メーカーからの原料や仕入れ単価は既に大幅に値上げをされており、粗利率は低下している。競合先の単価が上がらないため値上げ分を客へ転嫁することができず、厳しい状況となる。
金属製品製造業（経営者）	・引き合いは低調であり、今後は横ばいの状況である。			
金属製品製造業（従業員）	・供給サイドが不足しているためか、それなりには忙しい。			
一般機械器具製造業（経理担当）	・受注動向からみて、年内については高水準を維持する。			
一般機械器具製造業（営業担当）	・年末年始は世界各地で大型の休暇があり、毎年10月から1月にかけて設備投資の動きは鈍くなる。しかし、為替相場はまだ円安傾向にあるため、商品の売行きは悪くない。			

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
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・大きな変化の見込める要素がない。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・仕事量が全体的に減少しているため現状より良くなる見込みはない。消費税増税前までは現状を維持できる。
		輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・完成車メーカーの内示から今の好調さが2～3か月後までは続く。メーカーが市場とするアメリカもASEANも今の状態が2～3か月後までは続く。
		建設業 (経営者)	・アベノミクスの効果は、一般市民にはまだまだ程遠く当社の客には効果がない。工事量も全く増えてきておらず、先の見込みも難しい。
		建設業 (営業担当)	・月全体では仕事量が増減するため、消費税増税後までは何ともいえない。
		輸送業 (経営者)	・消費税増税の来年4月までは、実需、在庫とも現状の水準を維持する。
		輸送業 (エリア担当)	・経済の先行きが不透明なこととアジア新興国との競争から、企業は慎重な姿勢である。
		輸送業 (エリア担当)	・景気が上向いているような印象はない。消費税増税により荷物の量は増えてくるが、それは購入や消費の前倒しであって景気の上向きさを反映しているわけではない。消費税が増税となる来春には荷物の量が減るのではないかと。
		金融業 (企画担当)	・引き続き不動産の物件は動くと思われるが、米国の金融緩和も遠のき、しばらくは株も円も動かない。今後の企業の決算動向によっては株価上昇がありうるが、大きく景気が良くなるとは思えない。
		不動産業 (経営者)	・今後は引き合いが多くなるが、案件はそれほど以前と変わらない。
		不動産業 (管理担当)	・オフィス仲介の引き合いがこれから先もないため、変わらない。
		広告代理店 (制作担当)	・消費税率が上がる前の駆け込みで、広告出稿は少しずつ出てきてはいるが、景気自体に影響はない程度である。
		その他サービス業 [広告印刷] (従業員)	・まだ景気の盛り上がり弱い感じがする。実際の売上増加に結び付いていない。
		その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	・国内の仕事が外国へ移す傾向が強くなっている。国内に留まる企業にはより一層の努力が求められる。中小企業の倒産により、商品のゴミ化が起こっている。新しい仕事を作る必要がある。
やや悪くなる		紙加工品 [段ボール] 製造業 (経営者)	・夏場に多かった食品向け段ボール箱の需要は、冬場に向けては確実に減少していく。
		パルプ・紙・紙加工品 製造業 (総務担当)	・景気は悪い状況がこのまま続き、受注量・販売量の動きはやや悪いであろう。
		印刷業 (営業担当)	・原材料は高くなり、一方で客からは値下げの依頼があり、あまりにもバランスが悪い。前よりもひどい状態になっており、このまま続くと大変なことになる。
		電気機械器具製造業	・周りでは消費税の増税による駆け込み需要はみられない。電気料金のアップもあり、むしろ、4月以降の景気の先行きがどうなるかの模様眺めが続き、経済としては停滞が続くのではないと思う。
		建設業 (経営者)	・消費税増税後が不透明であるため、消費者マインドは下降気味である。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・消費税増税が決まり読者の負担が増えることで購読状況が確実に悪くなる。
		公認会計士	・中小企業従業員の給料は上がる見込みがない。また、燃料、原料高の影響で、中小企業の収益性は低下する見込みである。さらには、消費税増税の駆け込み需要の反動が予想される。
悪くなる	—	—	
(東海)	雇用関連	民間職業紹介機関 (営業担当)	・遷宮による観光客の増加が継続するなど、当地区に関しては今後も景気の回復が期待できる。また、消費税増税前の駆け込み需要に向けた自動車の増産等も期待される。
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・派遣先では法人利用も戻り、プライダル関係も好調で良くなる。
		人材派遣会社 (社員)	・有効求人倍率の上昇傾向がまだ続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		人材派遣会社（営業担当）	・企業が中途採用を増やしてきている。		
		人材派遣会社（支店長）	・本年度末まで大手自動車メーカー各社の生産台数計画は増加が見込まれている。増産等にもない求人数も比例し、引き続き回復に向かうと考える。		
		人材派遣会社（営業担当）	・例年、下期のシステム開発案件は上期に対し増加傾向にあり、今年度は例年より立ち上がり早いように感じる。		
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・国内自動車生産は今後も増産体制が続き、忙しい。		
		職業安定所（職員）	・新規求人全体に占める正社員の割合は今年度に入って40%前後（8月は40.6%）であったが、9月には43.9%まで改善している。前年同月比では、8.1ポイントの改善である。		
		職業安定所（職員）	・製造の請負業を中心に求人が出始めている。企業もまだ様子見で直接雇用には至っていないが、景気は上向いている。		
		職業安定所（職員）	・年末年始を迎えることと消費税増税に関する駆け込み需要が若干予想されるので、一時的に良くなる。		
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年まではみられなかった傾向として、文系（語学系）学生でも、システムエンジニアやシステム開発職種などで採用されている。		
		変わらない		人材派遣会社（経営企画）	・大きく景況感に影響する材料は見当たらない。
				人材派遣会社（経営者）	・求人はほとんどなく、あってもニーズがピンポイントで、それに対応する人材がいない。マッチングが非常に難しい状況のためビジネスにならず、売上が全く増えない状態が1年ほど続いている。
人材派遣会社（社員）	・引き続き、中途採用に資する有能人材に対する人材紹介ニーズが高い。				
職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向から横ばいになりつつある。				
職業安定所（職員）	・新規求人数及び求職者数に、あまり変化がない。				
職業安定所（職員）	・求人数はピークを打ったようだが、月末時点の雇用保険被保険者数は、前年比で増加傾向となっている。				
民間職業紹介機関（営業担当）	・転職希望者の推移には、これまでとそれほど大きな変化はない。				
その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・良くなったり悪くなったりの繰り返しで、結果的には変わらない。				
やや悪くなる	—	—			
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・いろいろな値上げが多いが電気料金の値上げは決定的に影響するであろう。そのうえで消費税率が増税となる4月からは、大変なことになるかと思う。			

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）	・新規取扱メーカーのスマートフォンの在庫確保のめどが立てば、販売数は伸びると考えている。また、ボーナス時期も近く、安定した販売が見込めると想定している。	
		やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が続くと予測され、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
			一般小売店〔事務用品〕（店員）	・販売量や受注量の増加が見込まれるなか、同時に消費税率引上げ前の駆け込み需要も期待される。
			百貨店（営業担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要による売上の増加が期待される。
			スーパー（総務担当）	・消費税率引上げまでは、現況を阻害する要因が少ないことより、やや良い状況が続くと考えている。なお、今後2～3か月先の状況については、今月より全体としてはやや良くなると想定している。
			衣料品専門店（総括）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要により、一時的に金回りは良くなると考えている。
			家電量販店（店長）	・商品単価の上昇傾向に加え、新築に伴う家電一式の購入が増加していることより、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
			乗用車販売店（従業員）	・来月イベントを企画しており、当該イベントに伴う来客数の増加により、新車販売の売上の増加を期待している。
			乗用車販売店（役員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要により、来年3月までは好調に推移すると見込まれる。

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		
		自動車備品販売店（従業員）	・高額商品の問い合わせが増加しており、客においては消費税率引上げに向けて購入する商品を絞り、まとめ買いを予定しているように見受けられる。		
		住関連専門店（店長）	・来年の3月まで、消費税率引上げによる駆け込み受注は一層増加すると予想する。		
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・この先寒くなり、販売量が増加してくると思われるため、景気はやや上向きになっていくと考えている。		
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・来客数の伸びはあるが、客単価の上昇は起きていない。1組当たりの買上点数も伸び悩んでいるが、ボーナス及びクリスマス商戦における売上の増加を期待している。		
		一般レストラン（店長）	・曜日により多少の変動はあるが、予約の重なることが発生していることにより、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。		
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税率引上げ後には厳しい状況が待っていると想定しているが、現状は、外食産業においても当該税率の引上げに伴う駆け込み需要が発生しており、当面は当該動きが継続するものと予想している。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と予想する。		
		旅行代理店（従業員）	・2020年に開催される東京オリンピックの決定により、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	・年末に向けて気温が下がり天候が悪くなると、利用者の増加が見込まれる。		
		通信会社（職員）	・冬から春にかけて、買換え、乗換えないし新規購入への検討が進むと期待できる。		
		通信会社（役員）	・企業業績回復による冬期賞与の増額や来年度に向けたベースアップの話題が出てきており、当該話題に伴う個人消費の高まりのなかで、取扱商品の契約数の増加を期待している。		
		競輪場（職員）	・年末にビッグレースが控えており、売上及び来場者数ともに増加が見込める。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率の引上げについては、来年4月1日は確定しているが、平成27年10月1日においても実施することが予定されているため、現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結時期は9月末で終了したが、今後も需要が次第に回復し、平成27年10月1日に予定されている当該税率の引上げ時期まで同様の傾向が続くものと想定している。特に、新築に対する減税措置などが客に浸透することにより、一定の回復が期待できると考えている。		
		変わらない		商店街（代表者）	・トレンドも弱く、大きな変化は期待できない。
				商店街（代表者）	・急激な気温の低下による秋物衣料の不振に加え、寒さにより外出を控える動きもみられ、財布のひもは固く、厳しい季節の変わり目となってきている。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。
一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・年末に向けて繁忙期を迎えるが、報道されている食品偽装問題の行方次第においては、おせち商材に影響が出ることが懸念される。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。				
百貨店（売場主任）	・消費税率引上げ前の需要に期待感はあるが、当該税率の引上げ前の婚礼に伴う引き出物ギフト商品などに拡大傾向はみられず、当該傾向は同税率引上げ直前まで続くとは予想しているため、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考えている。				
百貨店（営業担当）	・消費税率引上げに対する客の反応は特に無い。2020年の東京オリンピック開催の決定などによりムードは盛り上がっているが、ファッション衣料に関しては必要なものを慎重に選んで購入する傾向に変化はみられず、今後も当該流れが続くと考えている。				
百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要は見込まれるものの、個人収入が増えないなかで景気が良くなるとは想定し難い。				
スーパー（店長）	・現状を勘案すると、今後売上が増加する要素が見付からない。				
スーパー（店長）	・前月からの食品の原材料の値上げに伴う販売価格の上昇に起因するのか、売行きは今一步の状態となっている。なお、景気も今一つであり、状況は変わらないように予想する。				
スーパー（総務担当）	・景気の回復感が感じられないため、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。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店舗管理）	・食料品の値上げや消費税率の引上げなど、一般消費者にとって明るい要素は何も無い。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。
		コンビニ（経営者）	・価格の安いものはドラッグストアやスーパーマーケットで購入し、コンビニエンスストア独自の商品についてはコンビニエンスストアで購入するという傾向が顕著になってきているように感じている。当該傾向により、コンビニエンスストア業界においても、しばらくの間はこれまでと同様、厳しい状態が続くと予測する。
		コンビニ（経営者）	・これまでの動向においては良くなる要素もこれ以上悪くなる要素も無いことより、今後3か月間においても、現状と変わらず推移するのではないかと予測している。
		コンビニ（店舗管理）	・今月は、前年同月より米の価格の値下がりに伴う利益率の改善を期待していたが、他の食材価格の高騰により当該改善効果は吸収されてしまった。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。
		衣料品専門店（経営者）	・末端の消費者には景気回復の動きが感じられず、見通しが明るくなるとは予測できない。
		家電量販店（店長）	・現状、客は買物を急ぐ様子は無く、消費税率引上げの前月までは駆け込み需要は見込めないと想定しているため、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。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げの決定により、春先需要の前倒し受注はこのまま推移すると考えている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・少しでも景気が良くなってほしいという希望はあるが、業界ではこの先短期間で景気が良くなるとは感じられない。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・可処分所得が増加しない状況においては、健康食品やダイエットといった商品の購入が拡大するとは考えにくく、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）	・今後に期待したいところではあるが、気掛かりな状況が払しょくできない感じがしていることより、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。
		観光型旅館（経営者）	・11月以降の予約についても前年同月と比較すると順調に伸びていることより、今後2～3か月先の状況については今月とほとんど変わらないと想定している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の予約については、例年と変わらない状況にある。
		旅行代理店（従業員）	・企業の営業姿勢に積極性がみられるが、個人については消費税率引上げの決定直後であることより、収入の増加の見込みが不透明な現状においては財布のひもは固く、旅行へ関心が向いていないと感じている。なお、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		タクシー運転手	・消費税率引上げ決定後、売上は落ち込んでいる。今後1か月間で、売上がある程度回復することを期待しているが、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。
		通信会社（営業担当）	・販売量及び契約数ともに最近数か月は横ばい状況が続いているため、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）	・新機種に関する問い合わせも少なく、大きく良くなる要因は見当たらないため、今後2～3か月先の状況については変わらないと想定している。
		通信会社（役員）	・有効求人倍率は上がってきているが、賃金への効果はまだ先とみている。したがって、2～3か月先の状況は変わらないと判断している。
		テーマパーク（職員）	・2～3か月先の予約状況は、ほぼ前年同月並みに推移している。国内の個人客の動きも今のところ安定しており、この先も変わらない状況が続くと考えている。
		美容室（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要により、美容業界においては消費を抑制する傾向が発生すると予想しており、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考えている。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動向より、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
	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、受け渡しが来年4月以降の場合には8%の消費税率が適用されることを考慮すると、客の動きが活発になるとは予測し難い。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費税率の引上げを念頭に置いた買い控えの動きが既にみられており、今後の売上状況については厳しいと感じている。
		百貨店（営業担当）	・現状はお歳暮などギフト関連が動きだす時期ではあるが、お歳暮の予算や送付先を減らすといった声が多く、また、早期割引や送料無料などの付加価値の高いものに集中する傾向がある。なお、当該状況のなかにおいては、お歳暮商戦に大きな期待は望めないと考えており、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		コンビニ（店長）	・コンビニエンスストア業界においては、客の絶対数は変わらないにもかかわらず、店舗のみが異常に増加していることに伴い、競争が激化している。昨今の景気回復などはあまり関係が無く、業界全体における総売上は増加していると思われるが、店舗ごとの売上は前年同月を下回る一方である。当該状況により、当店においても景気が良くなっていると実感することはできず、今後も売上は減少する一方であると想定している。
		衣料品専門店（経営者）	・自動車、住宅及び旅行などの関連業者においては業況が良いと聞くと、当地では有力企業においても賞与の増額のみであり、中小や零細の企業に関しては当該動きもみられない。また、消費税率の引上げについては良い評判は聞かれず、多くの人が収入増には結び付かないと考えており、今後業況が改善するとは考えられない。こうしたことより、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。
		高級レストラン（スタッフ）	・当地における一部教員の不祥事が発生したことに伴い、当地内のすべての教職員における年内の学校外での飲食の自粛を求める方針が当地の教育委員会から示されたことにより、忘年会の予約のキャンセルが相次いでいるが、当該キャンセルの穴が容易に埋まらない状況にある。したがって、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		観光型旅館（スタッフ）	・宿泊予約状況は9～11月は前年同月比106～120%と好調であるが、12月以降は同89～98%となっており前年同月を下回っている。なお、こうした状況は忘年会プランを投入した後も改善されていない。
	その他レジャー施設（職員）	・会員数の純粋増加が見込めない。	
	悪くなる	スーパー（統括）	・消費税率引上げを受けて、家、車及び家電などの大型商品に関しては消費意欲も高まると想定されるが、食品はその余波を受けて、逆に節約傾向になると見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場の来場者数は、現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結時期に伴う軽減措置期限にかかわらず徐々に減少してきており、当該期限が切れがことを考慮すると、来月以降は大幅な落ち込みを示し、好調であった反動が必ず出てくると想定している。
住宅販売会社（従業員）		・冬場のリフォーム工事及び現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結時期の終了に伴う新築工事の減少が予想され、また、周囲の経済状況は改善していないことにより、受注の減少は避けられないと考えている。	
企業動向関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・期待感が先行する感じではあるが、受注の増加への動きに期待している。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・今後3か月間で一層の受注量の増加が見込まれることより、業況は現在よりやや良くなると予測している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内においては消費税率引上げ前の駆け込み需要や来年3月末の決算前における受注が予想され、一方、海外については引き合いも多く、今後も受注の増加が見込まれる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・既存商品に加え、年明けに向けた新規取引先への新製品の量産加工を開始する計画を立てていることにより、生産総量は今後増加すると予想している。
建設業（総務担当）	・施工技術者や協力業者の施工能力に限界があり業況の改善は限定的と想定されるが、見積りや入札の機会は増加が見込まれる。		

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
		輸送業（配車担当）	・来年4月の消費税率引上げに伴い、年初前半については受注が活発になり、当該状況と並行して物量も増加すると考えていることより、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。
		通信業（営業担当）	・今月は、客のニーズへの対応や問題点の解決により、値引きをすることなく価格を抑えての販売量の確保が可能となった。今後も当該対応の実施を継続していくことを展望していることより、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		金融業（融資担当）	・期待感が強いのかもしれないが、引き続き政府の政策次第では景気は改善に向かうと予測している。
		金融業（融資担当）	・株式市場においては大きな落ち込み傾向はみられず、また、当地においては北陸新幹線開業への期待が高まりつつあることより、当面の間は上述の傾向などに伴う派生効果が想定される。
		司法書士	・太陽光発電や電気自動車用充電設備付駐車場など、新しい事業に関する依頼が増えていることより、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		税理士（所長）	・販売業においては客の財布のひもが固いという話が聞かれ、収入の早急な増加が見込めないことや消費税率引上げの反動を危惧し、経営者及び消費者が委縮しているように感じられる。なお、ほかの業種では、しばらくは忙しい状態が継続する模様であり、全体としては今後改善していくと予測している。
		変わらない	繊維工業（経営者）
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・今後2～3か月先の受注状況より、当該時期の状況は変わらないと予想する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・消費税率の引上げの影響により駆け込み需要はあるが、新興国の景気減速や多少の円高への振れが発生していることにより輸出については厳しくなってくると考えている。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。
		建設業（経営者）	・例年以上に年末までの工期の工事に追われる多忙な日々が続き、余裕が無い仕事を実施することに伴う利益の損失が発生し、増収にはなるが利益については横ばいになると予想している。
		不動産業（経営者）	・10月に入ってから、法人及び個人ともに問い合わせが減少しており、今後大きな変化は見込めないと想定している。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・売上については、前月は前年同月を上回ったが、今月は現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結時期が終了したことに伴い、消費税率引上げ前の駆け込み需要を促す住宅関連のチラシの投稿が止まったこともあり、前年同月を下回っている。なお、先行きがみえない状況にあることより、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。
		食料品製造業（役員）	・原料価格及び燃料費ともに高値で推移するものの、その後の大きな値動きは無く、今後とも現在の状況が続いていくことも想定される。ただし、素材の値上がりの影響が包装資材などのメーカーにおいて影響が始め、副原料及び包装資材において値上げ申請が出てきており、今後影響を及ぼすことを懸念している。
		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）	・県内の有効求人倍率は、9月まで8か月連続で上昇し、当該月においては7年8か月ぶりに1.2倍を超えた。当該要因としては、特に建設業における人手不足感が大きい模様であり、求人広告については製造業やサービス業が目立っている。なお、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると想定している。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は変わらず、今後も当該傾向が続くと考えている。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と予想する。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加により、雇用失業情勢の改善が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税率引上げが決定したため、特に高価格品を中心とした駆け込み消費が増加すると予想する。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・業務多忙期間である12月の要員を確保するための需要の増加が予測されるが、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。
		人材派遣会社（社員）	・最近客先より、足元の景気が回復しているとの声がある一方で、先行きの見通しは不透明であるとの声も聞かれるため、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。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大量雇用につながる話題が出てきていないことにより、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。
		職業安定所（職員）	・製造業の求人数は多少増加しているが臨時的な求人も多いことより、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。
	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	一般小売店〔酒〕（社員）	・消費税増税前の年末ということで、高額商品の動きは活発化することが予想される。その流れは3月末までは続くともみられるが、4月以降の消費の先食い感は否めず、その対策が必要である。
		百貨店（マネージャー）	・消費税の増税直前に消費が活発になることは間違いない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税に伴い、高付加価値モデルを中心とした冷蔵庫、洗濯機、エアコンなどの生活家電やリフォームの需要が、最盛期の7、8月と同水準になると予測される。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末商戦に向けて、販売量が増加する見込みである。
		高級レストラン（スタッフ）	・忘年会、クリスマスシーズンは、一番の稼ぎ時なので、きっちりやっていきたい。
		通信会社（社員）	・ボーナスシーズンに入ってくるが、パソコンの買換えや4Kテレビの需要増などの好条件が出てきている。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・10月はプロ野球の試合がなく、来場者数は少ないが、11～1月にかけては多くのコンサートが開催されるので、集客増が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・季節商材の強化で客単価が上がる。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・クリスマス、正月商品の売上が伸びるため、業況の回復が多少は進むが、継続は見込めない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・年末年始には少し期待感がある。良くならないと年が越せない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・月末からは売上が良い雰囲気になってきているので、この先は景気が良くなる。	
百貨店（売場主任）		・大きく改善する要因はないものの、長期予報では気温が例年よりも低くなるため、防寒商品の売上に期待が持てる。さらに、特殊要因として消費税率アップによる駆け込み需要が増えてくると予測されるため、現状よりはやや良くなる。	
百貨店（売場主任）		・9月の売上が前年比プラス2%、10月はマイナス5%ということで、10月に比べるとやや持ち直すと思われるが、消費税増税の問題もあるため、どちらに動くかは分からない。ただし、気温が下がってファッションが動き出すと、食料品の買い回りも伴って良くなっていく。	
百貨店（売場主任）		・10月は来客数、販売点数共に減少したが、高額品は堅調に推移している。ファッション関連も購買単価は継続して上昇傾向にあることから、今後は消費税増税前の駆け込み需要で消費が喚起され、景気は好転する。	
百貨店（企画担当）	・クリスマスやおせち料理などの商品は好調であるため、今後は良くなっていく。		
百貨店（企画担当）	・競合店の出店による影響が一巡するほか、4月の消費税率の引上げまでは駆け込み需要が見込まれるため、景況感は好転する。		

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
		百貨店（営業担当）	・消費税率が上がる前の駆け込み需要に拍車がかかるが、ごく一部の超優良な富裕層顧客の買上が中心であり、全体的には横ばいとなる。
		百貨店（営業担当）	・この冬が寒くなるという予報どおりであれば、高額衣料品に期待できる。
		百貨店（商品担当）	・消費税増税が決定したため、大型商品や高額品の駆け込み需要の動きが出てくる。また、冬のボーナスが増加する見通しであるため、年末年始商戦には期待している。
		百貨店（服飾品担当）	・取引先からは、消費税増税の駆け込み需要に向けた提案商品が多く寄せられている。特に、消耗品である化粧品では大きなボトルの企画、アクセサリなどでは高額品やプライドル商品などの早期購入を促す企画提案などが多数きている。
		百貨店（外商担当）	・客が景気の改善を実感しており、消費税の増税が実施される4月までは好景気が続く。
		百貨店（売場マネージャー）	・11月後半から12月にかけては、企業のボーナスが増加傾向となるほか、一気に気温が低下すれば、冬物需要にも活気が出てくる。また、年明けは高額品を含め、消費税増税前の駆け込み需要が本格化する。
		百貨店（売場マネージャー）	・企業の賞与支給に関する明るいニュースが聞かれるほか、消費税増税前ということもあって、絶対に必要な物や高額品への関心が出てきている。特に、お墓や美術品などへの関心がみられ、今後2、3か月は更にその傾向が強まっていく。
		スーパー（経営者）	・これから11、12月と、1年の締めくくりの年末を迎えるにあたり、大型商材などが動く。
		スーパー（店長）	・買上点数の増加による売上の回復は、これまでも全体の景気回復につながることが多かったため、先行きに期待できる。消費税増税前の駆け込みはまだなく、関東のようにオリンピック関連の好影響が出てくるのも関西ではまだ先であるため、長期的な景気回復にも期待している。
		スーパー（店長）	・消費税増税が確定し、大型商品を中心に増税前の駆け込み需要が始めるため、来年3月までは回復傾向の流れとなる可能性がある。
		スーパー（店長）	・消費税増税の直前となり、購買が増加する。耐久性の高い商品のなかでも、1ランク上の商品が売れることが予想される。特に、寝具や重衣料での仕掛けが有効となりそうで、ボーナスの増減の問題はあるものの、気温が下がれば更に上向く。
		スーパー（店長）	・年末商戦に向けたクリスマスケーキやおせち料理などの予約状況は、前年よりも良い状態である。鍋商材なども、気温の低下により顕著な伸びがみられる。
		スーパー（経理担当）	・消費税の増税に向け、徐々に需要の先食い傾向が高まることが予想される。反動減はあるものの、食料品、日用品においても多少のプラス効果が期待できる。
		スーパー（社員）	・食品部門を中心に、普段の客の買上が堅調となっている。夏以降、特に催事日は来客数も多くなり、店頭をみると活気を感じる。今年はこれから年末年始にかけて、前年よりも消費が盛り上がることを期待している。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品などの高単価商品の売行きは好調が持続すると思われ、来客数が少し戻れば売上は増加傾向となる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客からは、少しずつ景気の状態が良くなっているという声が聞かれる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一層増えてくることが期待される。
		家電量販店（店員）	・一時的な動きに終わる可能性は高いものの、多少は消費税増税の駆け込み需要に伴って景気が良くなる。
		家電量販店（企画担当）	・パソコンの基本ソフトのサポート終了に伴う買換え需要が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・外車業界は年末に向けた買換えなどで良くなるが、最近では高額な車の動きが減少し、標準的な車にランクを落として乗り換える傾向がある。
		乗用車販売店（経営者）	・原子力発電所の問題はまだまだ解決が難しいが、この状態に慣れてきた感覚がある。現状は変わらないものとして、アベノミクス効果で消費を楽しむ傾向が出てきているため、年末にかけて景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率が上がる前に新車を購入しようとする客が増え、新車の販売が少し増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車、中古車共に販売が上向きになっている。このままのペースでいけば、3年後、5年後の車検が増える。
		乗用車販売店（販売担当）	・来月には新型車が発表されるので、受注量は確保できる。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税を控えた年末商戦となり、今までと同様に節約しつつ、買いたい物は少々高くても買う動きに期待したい。
		高級レストラン（支配人）	・観光シーズンとなって予約も徐々に増えている。10月の売上を考慮すれば、3か月先の景気はやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・ウェディングパーティーの安定した受注を目指すほか、年末商戦や、ウェディングの下見、小規模なパーティーの獲得で景気が上向きになる。
		一般レストラン（経営者）	・当店は自営業者の客が多いが、最近では外食の回数が増え、週末の予約が増加している。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・来客数、客単価の回復傾向は今後も変わらない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税の増税が決定したので、4月までは駆け込み需要が出てくる。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税前の最後の年末年始になるため、消費が活発になる。
		観光型旅館（経営者）	・かにのシーズン到来に向けて、少しは回復する。
		観光型旅館（経営者）	・忘新年会シーズンとなり、業績の良い企業は財布のひもが緩くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の先行予約は良くないが、これまでの傾向から、好調は続くと思われる。一方、宴会は忘新年会や周年記念の大型会合の先行予約もあり、順調に推移することが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は年末年始がほぼ満室で、宴会もクリスマスを除く忘新年会の需要が好調である。食堂部門についても、クリスマスと年末年始の特別メニューが好調に推移している。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊稼働率が高水準で推移しており、宿泊予約も好調である。
		旅行代理店（店長）	・旅行に出かける際の単価が上がっている。
		タクシー運転手	・世の中の景気回復傾向をふまえて、企業関係の予約が確実に増加し、安定してきている。
		タクシー運転手	・肌寒くなり、それに伴って酒や鍋物の宴会などが増えてきているため、帰宅時の需要は少しずつ上向いてくる。
		タクシー運転手	・秋の紅葉関連で客が増加する。
		通信会社（社員）	・新機種が発売となるほか、冬商戦の最中ということもあり、現在よりも良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・予約が少し早目に入るようになってきている。単価もわずかではあるが上昇しているため、今後も良くなるのではないかと感じる。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・突発的な天災、大事故が起こらない限り、悪くなる要素は考えられない。
		美容室（店員）	・年末の予約状況は比較的良好。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
		住宅販売会社（経営者）	・アベノミクス効果の浸透や、東京オリンピック開催決定による消費マインドの高まりが、関東から関西にも広がることを期待している。
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅ローン減税の拡充などもあり、消費税増税後も落ち込みは少ない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・不動産の取引案件は少し増加傾向にあるほか、一般住宅についても多少は購買意欲が高まっている。
	変わらない	商店街（代表者）	・ここ数か月は同じ状況が続いており、変わる様子がみられない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・商店街では、勤め先が電機関係という客は、今年度の始めから残業代のカットや賞与の見送りなどが続いていた。ここへきて、賞与のカットはあるが、年末の賞与は出るなど、明るさが少しは出てきている。その反面、電子部品関係に勤めている客には、まだ明るさがみられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・好転する材料が全く見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・神戸市は市長の交代で、最大の需要期を前に市政に変化が出てくれば、景気にも好影響を与える。昨年の選挙に引き続き、期待感が高まると思われるが、実際の足元の景気は厳しい。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・消費税増税の駆け込み需要を期待しつつ、販売量や消費者の様子をみていると、消費者の購入場所がこれまで以上に町の商店街から大型店、あるいはネットショップに変わってきている。景気が回復しても、商店街という販売形態の根本を考え直さなければ、小売店が集まる地域の景気は回復しにくい。その結果、地域による景気の良し悪しの格差が更に広がる。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・今後も現状のままで推移する。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税や社会保険料の負担増、物価の上昇などのマイナス面が、徐々に広がることが懸念される。
		百貨店(売場主任)	・国内景気向けの特別対策や、東日本大震災の復興の早期実施が求められる。
		百貨店(店長)	・都市部では景気回復の動きもみられるが、地方ではなかなか回復の恩恵を感じられない。
		百貨店(商品担当)	・前回の消費税増税前と同じような動きになる。
		百貨店(サービス担当)	・本格的に年末商戦が始まり、ボーナス増などの景気の良い話題が流れているため、冬物商材の売上が好調に推移しそうな予感がある。ただし、大手ホテルの食品表示問題が様々な食料品の販売などに影響し、買い控えが発生することも懸念される。
		百貨店(外商担当)	・年末商戦のほか、消費税増税前の駆け込み需要に期待できる。特に、高額品や住宅関連商材などの売上が増える。
		スーパー(経営者)	・景気に明るさがみられるものの、パートタイマー主体の求人増で、消費が活性化しているとはいえない。確かに良い物も少しずつ売れてきているが、円安、原料高で値上げされた商品の売行きは昨年を下回っており、スムーズに価格転嫁できる状況にはない。本格的な回復は、賞与や賃金がいかに増えるかにかかっている。
		スーパー(店長)	・消費税増税が発表されてからの客の反応は、業種によって様々である。量販店の立場でいえば、駆け込み需要は増税1～2か月前まで期待できず、当面は大きな変化はない。
		スーパー(広報担当)	・消費税増税の影響や、経済対策に対する消費者の反応が不透明である。
		スーパー(販売担当)	・競合先との価格競争もあり、平均単価が下がっている。購入点数は増えても、平均単価が落ちていて、昨年の売上を超えられない。
		コンビニ(経営者)	・季節的に売上が減り気味となるが、おでんや肉まん、フライドチキンなどのファストフード商品や、新製品のひきたてホットコーヒーなどを充実させることでカバーする。
		コンビニ(広告担当)	・来年1、2月は消費税増税前であり、まだ日常の買い回り品などは買占めなどの影響もなく、大きな変化はない。
		コンビニ(店員)	・近くのコンビニが閉店し、そちらの客が当店に来店するようになったが、徐々に落ち着いてきている。
		乗用車販売店(経営者)	・利益率が悪くなっている。仕事自体は増えているが、依然として苦しい状態に変わりはない。
		住関連専門店(店長)	・コンスタントな受注の動きがみられるが、一時的なものかどうかの判断はまだ難しい。単なる消費税率引上げ前の駆け込み受注であるという懸念も残る。
		その他専門店〔食品〕 (経営者)	・消費税増税による様々な影響が出てくる。
		その他専門店〔医薬品〕 (経営者)	・景気の動向が大きく変わるようには思えない。DMやチラシなどに力を入れ、来客数の増加に向けた販促を予定している。
		その他専門店〔スポーツ用品〕 (経理担当)	・業績が改善しなければ、給与への反映は難しい。コストアップのみが目立つ昨今では、給与に反映するまでには時間がかかる。
		その他専門店〔宝飾品〕 (販売担当)	・販売側の仕掛け次第かもしれないが、消費税増税に対する駆け込み需要の兆しはまだみえそうにない。
		一般レストラン(店員)	・若い世代の顧客が多いため、良くなる可能性もあるが、大きな変化はない。
		観光型ホテル(経営者)	・思わぬ台風の影響や大雨で、客の動きが鈍くなっている。これらが落ち着くと少しは良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・先行きの予約は今のところ好調に入っているが、11月は元々年間で最も稼働率が上がるため、あまり上積みは見込めない。今後2、3か月先の景気は、今と大きく変わらないが、昨年よりは確実に良い。
		観光型旅館（経営者）	・年末年始には客足が増えることを期待しているが、現状は見通しが不透明である。ただし、ガソリン価格の低下や、消費税増税前の駆け込み需要には期待している。
		観光型旅館（団体役員）	・消費税の増税問題、建物の耐震構造チェックなどへの危機感を感じている。消費単価も前年比でも非常に伸び悩んでおり、9、10月は前年同月比で500円程度のマイナスとなっている。
		都市型ホテル（支配人）	・アベノミクス効果で景気は良くなっていると聞かすが、まだまだ我々の所までは影響が及んでいない。
		都市型ホテル（マネージャー）	・今後も海外からの観光客を中心に、客室部門が好調に推移すると思われるが、宴会部門の法人需要が大きく増えるとは予想しにくい。
		都市型ホテル（客室担当）	・これまでと変わらず、客室部門は順調に予約が入っている。宴会部門も、忘年会、新年会の予約が堅調に推移している。
		旅行代理店（経営者）	・今後は消費税増税後の商品が中心になってくるが、その動向が読めない。関東のテーマパークのイベントも終了するので、反動減を心配している。
		通信会社（企画担当）	・業況に影響を与える要素がない。
		観光名所（経理担当）	・3月のリニューアル効果を、この秋まで何とか引っ張ることができ、売上全体としては前年比で10%増となっている。これから閑散期に入るが、冬のイベントなどを予定しているため、このまま増加傾向を維持したい。
		観光名所（経理担当）	・今月は当市街地の各所で、毎年恒例の様々なイベントが行われた。例年よりもかなり暑かったが、天候にも恵まれてかなりの人出となり、売上、来客数共にほぼ前年並みとなっている。店舗によって客の増減がみられたが、体験教室がかなり伸び、メインのガラス館も今月は伸びている。その反面、飲食店舗の売上は増えていないが、客単価が少し上がってきている。来月からは数店舗の大きなリニューアルが始まるが、リノベーションの感覚で何とか更なる客の増加を目指している。
		遊園地（経営者）	・現状の客の消費行動をみる限り、来園者数や客単価は前年比で改善しておらず、まだまだ景気好転に向けた顕著な動きがあるとは考えにくい。
		競輪場（職員）	・前年は政権交代の影響などでやや上向きであったが、ここへきて消費税増税の決定や物価の上昇で消費の傾向が変わってきたのか、アベノミクスの恩恵は感じられない。ただし、ボーナスの支給時期であるため、多少は期待が持てる。
		競艇場（職員）	・今月の単価の低下は一過性のものであり、1人当たりの購入単価は回復基調にある。今後もこの動きは変わらない。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・当面は大きな変動要因が見当たらない。
		美容室（経営者）	・駅前の店に空きが出ると、人通りの少ない商店街から移ってくる。その結果、商店街はどんどんシャッター街になっていくため、駅前でありながら北と南で格差が広がっている。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・各家庭の所得には変化があまりないため、節約志向も大きくは変わらない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・本屋とカフェを軸にした店舗は全国的に好調であるため、そういった店舗を関西エリアでも出店していく。
		住宅販売会社（経営者）	・都心のマンション販売は順調な様子であるが、郊外の建売住宅はそれほど需要が増えずに苦戦しており、今後も同様の動きが続く。
		住宅販売会社（経営者）	・新築住宅の動きは、契約のタイミングの問題で落ち着いてきたが、工期の短い改修工事が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・関西圏では明るい材料が極めて少ない。
	やや悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・東京オリンピックの開催が決まり、建築関係のコストが上昇している。新規出店を計画しているが、割高になる様子である。

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〔時計〕 (経営者)	・すぐ近くの大型商業施設のリニューアルが進んでいる。クリスマスや年末年始に合わせて、プレオープンなどのイベントが催されることを考えると、店の景気が良くなるとは考えにくい。
		一般小売店〔貴金属製品〕 (従業員)	・消費税増税の決定で客が身構えている。
		一般小売店〔花〕(店長)	・毎月、販売量が減少しているような気がする。来年の消費税増税による景気後退が非常に怖い。
		百貨店(売場主任)	・消費税率アップ直前の3月には、駆け込み需要が予測されるが、今のところは客単価が上がっていても、来客数の減少が続いている。販促策などで消費マインドを刺激しても、なかなか来客数が増えないことから、アベノミクス効果は一般の消費者にまで浸透していない。
		百貨店(販促担当)	・消費税増税の影響から、ある程度価格の高い商品や耐久消費財などの動きは期待できる半面、生活防衛心理から不要不急の日用品の買い渋りも懸念される。消費に対する明るい話題が少ないなか、冬のボーナス支給額の増加企業も一部に偏っているため、今後も低迷した状態が続く。
		スーパー(経営者)	・消費税増税が発表され、大きな買物が増えているのか、日用品への消費が減少しているように感じる。
		スーパー(店長)	・消費税率アップ前の駆け込み需要が、どの程度発生するのか疑問である。
		スーパー(開発担当)	・復興所得税などで若干ながら収入が減っている。大企業は景気の良い話があるが、中小零細企業は賃金も増えないため、景況感は良くならない。
		スーパー(管理担当)	・消費税増税を前に、一時的な消費の増加は望めるかもしれないが、それ以降の展望がみえない。
		コンビニ(店長)	・たばこの販売は、今後も値上げや消費税の増税に伴って落ち込んでいくと思われるが、それに代わる商品でカバーしても、今以上の売上はなかなか難しい。
		コンビニ(店員)	・店舗の事情により、酒とたばこの販売が1か月半ほど休止するため、来客数、売上の減少は避けられない。
		衣料品専門店(販売担当)	・消費税の増税を話題にする客が増えており、今後は買い控えが進むかもしれない。
		その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・徐々に物価が上がってきており、それに加えて消費税の増税を控えているため、影響が出てくる。
		一般レストラン(スタッフ)	・既に始まっている値上げの影響が家計を圧迫し、外食需要が縮小する可能性が大きい。
		一般レストラン(経理担当)	・消費税の増税に家計が慣れるまでは多少時間がかかる。特に、毎日の買物に響く商品の増税なので、早い時期から値上げへの警戒感が強まり、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。
		旅行代理店(広報担当)	・年が明けると、消費税増税の実感がより出てくるため、耐久消費財などにお金流れ出す。就職内定率が少し良かったので、学生による旅行は好調に推移するが、落ち込みは補いきれない。
		タクシー運転手	・消費税の増税が消費能力を減らすほか、災害のためにお金をためる人も増加している。
		通信会社(経営者)	・消費税増税により、地方の消費や経済の低迷が進む。
		通信会社(企画担当)	・取引先の販売環境の好転が見込めない。
		テーマパーク(職員)	・消費税増税の影響を考えると、楽観視はできない。企業業績の改善が社会や従業員に還元されるまでには、どうしてもタイムラグが生じるほか、先行きの推移自体が不透明である。
		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・消費税増税の駆け込み需要により、9月は各社の契約数が前年比で5割以上も増加した反動で、10月以降は客足がパタッと止まっている。
		その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・不動産関連の価格は大きく上昇し始めており、販売価格に転嫁せざるを得ない状況になってきたため、消費者の行動は悪化に向かう。
	悪くなる	スーパー(店長)	・人口の減少などで、特に30～49歳までの客の構成比が急激に低くなっている。
		スーパー(企画担当)	・1月に競合店がオープンするため、来客数の10%、売上の15%程度の影響が出る。
		衣料品専門店(経営者)	・客が洋服を買い控えている。

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
		衣料品専門店（経営者）	・今冬は厳しい寒さが予想されているが、それ以上に景気は冷え込む。消費税増税前の駆け込み需要にはあまり期待ができない。
企業動向 関連 (近畿)	良くなる	化学工業（企画担当）	・年末年始の食品の需要増加に向けて、販売量の増加が見込める。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税の増税までは駆け込み需要で荷動きが良くなる。
		金属製品製造業（営業担当）	・公共投資に関する新規の案件が増えている。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・これからクリスマス、年末年始に向けてのイベント商戦が始まるため、景気は今よりも良くなるはずである。
		繊維工業（団体職員）	・地域ブランドのタオルへの需要が、徐々に増加している。国産品としての安心、安全、高品質といった評価や、環境に関する取組が多少なりとも浸透しているようである。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量が多く、配達が間に合っていない。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の効果が出て、売上、利益共に増収が見込める。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・年度末に向かって仕事量は増えていく方向であるが、全体としては受注が減るため、売上の減少が予想される。大学、専門学校では、インターネットを使った入学案内や願書の紹介を増やしていく傾向が出てきている。いずれにしても、安定受注が今後も続くとは考えられない。
		化学工業（管理担当）	・アベノミクス効果が出てくる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・早期に回復が進むかどうかは、政府や民間金融機関の姿勢次第である。特に政府の動きには期待しており、米国の大型金融機関の破たんの際も、金融、財政面での支援は効果があった。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・年末に向けては、住宅並びに施設向けの省エネ改修商品が引き続き出荷好調となり、年明けには消費税増税前の駆け込み需要も見込める。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末が近づいてくると、例年受注が増加する。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・消費税の増税が決定し、年明けごろから特に高額商品の駆け込み需要が増える。
		建設業（経営者）	・現在の受注に加えて、年末に向けての需要が期待される。ただし、業種によっては人材不足が懸念されるので、工期、価格の推移に不安がある。
		輸送業（営業担当）	・通販関連の荷物が多過ぎて、人手不足が生じているが、来月には補充される見込みである。
		輸送業（営業所長）	・年末になれば、食品関係でルート配送増便の話が出てくる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・アベノミクス効果が徐々に出てきている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・早々にクリスマスに向けての折込広告が入り始めているため、年末にかけての折込件数の増加を期待している。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今冬は気温が低くなるとの予想から、本格的に冬物商材が売れる。駅ナカでも、飲食各店は鍋料理やスープに力を入れているほか、スイーツ店でも温めて食べるパイなどの投入を予定している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・オリンピックに向けての受注が出てくる。
		変わらない	食料品製造業（従業員）
	食料品製造業（経理担当）		・原材料の値上げが迫ってきており、油断できない。
	繊維工業（総務担当）		・売上の大半を占める中国からの輸入靴下の仕入価格が、円安の影響で2けたのコストアップとなっている。昨年の厳しい値引き要求で決定した価格では、赤字になる商品が出てきている。アベノミクスは、輸入量の多い靴下会社には悪い要因にしかっていない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）		・消費税増税の駆け込み需要が、来年の2月ごろから出てくると思われるが、4月以降は増加した分の調整があるので、変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・現在が底であると思うが、底の部分がしばらく継続する。また、建築関連の案件が動いているが、家電関連は元気がなく、今後もそのまま推移する。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・販売量、受注量共に動きがなく、変わらない。	
		金属製品製造業（管理担当）	・受注予定の物件が遅れているため、大きな売上は見込めない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電の分野そのものが停滞しているため、今後も状況は悪いままで推移する。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・オリンピックの招致により、国内全体が数年間は良い方向に動くため、景気が良くなる。	
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税増税に向けた駆け込み需要による、一時的な需要増は見込まれるが、4月以降の需要先食いの懸念は大きく、景気が良くなるとの判断は難しい状況である。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・中小企業の景気回復はまだまだ先のようなものである。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内は引き合い件数の伸びがみられず、海外での引き合いも条件の厳しいものがみられる。	
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品もなく、売上が増える見込みはない。	
		建設業（経営者）	・現状は季節変動要因を除く好材料には期待できない。しばらくはこのままの状況が続くと予想される。	
		建設業（経営者）	・消費税増税の駆け込み受注が一巡した後、3月以降の受注がどれだけあるのかが不透明である。東京オリンピックや東日本大震災の本格復興関連の工事で、地域間の格差はますます広がるのが予想される。	
		輸送業（商品管理担当）	・消費税増税の影響については、この2～3か月は動きがない。動きが出てくるのは、増税前の1～2か月と思われる。	
		通信業（管理担当）	・回復する兆しがない。	
		金融業（営業担当）	・消費税増税による景気への影響に注意が必要である。	
		広告代理店（営業担当）	・東京、名古屋、九州に比べ、大阪は広告出稿の前年比の伸び率が低い。	
		広告代理店（営業担当）	・大きく伸びる要素が見当たらない。	
		経営コンサルタント	・受注の低迷がしばらく続く。	
		司法書士	・相変わらず今月も案件数が少なく、案件もあまりないなど、良くなる要因も悪くなる要因も見つからない。	
		経営コンサルタント	・今回の消費税率アップは、実施前の消費刺激効果が低く、実施後の消費抑制の方が大きくなるのではないかと感じる。	
		コピーサービス業（店長）	・安価なサービスが好まれる傾向は変わっておらず、今後も厳しい状況が続く。ただし、客からの問い合わせ件数は増えており、良くない動きばかりではない。	
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・来年には消費税率が上がるが、駆け込み需要にはあまり期待できない。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資関係の見積や受注につながるような変化がない。	
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・先行き不安が大きく、よく分からない。	
		やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・消費の前倒しの動きには大いに期待しているが、目前にならなければ駆け込む気分にもならないようで、商品の動きはゆっくりしている。
			化学工業（経営者）	・大口の案件がないわけではないが、その大口案件でカバーできないほど、全体の受注量が落ちている。
			一般機械器具製造業（設計担当）	・景気が良くなったようにみえるが、底上げではなく上辺だけの動きである。
輸送業（営業担当）	・良くなる条件はないので、このまま良い状況が続くとは思えない。			
悪くなる	○	○		
良くなる	—	—		
雇用関連 (近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・全業種にわたって派遣依頼が出てきている。意外な所からも正社員ではなく紹介予定派遣依頼があり、消化できない状態となっているが、今後はますます拍車がかかると感じている。年末から年度末にかけて、ますます忙しくなる。	
		人材派遣会社（支店長）	・今月から徐々に、年末に向けた注文も増加してきている。特に、物流業、製造業、販売業などが忙しくなってくる。	
		人材派遣会社（支店長）	・消費税増税への対応案件が徐々に始まっている。	

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
		アウトソーシング企業 (営業担当)	・支払給与を上げざるを得ない印象がある。給与が増えれば、消費も増えてくる。
		求人情報誌製作会社 (企画担当)	・悪くなることはない。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・来年4月からの消費税増税に向けて、増税前の駆け込み需要に便乗する広告の増加が期待される。
		職業安定所 (職員)	・主要産業別の新規求人数をみると、弱い動きであった製造業が3か月連続して前年を上回っているほか、製造業以外のすべての産業でも前年を上回っている。
		職業安定所 (職員)	・消費税率が引き上げられるまでは駆け込み需要が増加する。
		民間職業紹介機関 (職員)	・建設日雇い労働者不足を引きずりながらも、この方面の求人はまだいくらかは増える余地があるのではないかという見方も出ている。
		学校 [大学] (就職担当)	・年末にかけて、求人の増加傾向が続くことを期待している。
	変わらない	人材派遣会社 (役員)	・求人数に比べて求職者の集まりが良くない。より良い条件の求人に入者が集中しており、売手市場の様相が一段と強まっている。
		人材派遣会社 (営業担当)	・派遣業務の求人は多いが、求職者の安定志向は高まっており、企業側の意向とマッチしない。社員への登用を前提で人を採用できるほど、体力のある企業は少ない。景気の先行き不安感から、雇用調整を派遣で行っている企業が多く、特に景気の上向き感はない。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・求人広告はやや減少しており、中小企業が主体の関西は景気回復がまだまだという印象である。アベノミクスやオリンピックの東京招致による経済効果は、円安とともに外需関連の大企業には波及しているものの、内需中心の中小企業が圧倒的多数を占める関西以西には波及していないように感じる。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・マンションを中心に不動産関連の駆け込み需要はあったが、それ以外の業種では特に動きがみられない。
		職業安定所 (職員)	・今後も求人はしばらく増加傾向で推移すると思われるが、来年の消費税増税実施後は、求人や雇用面に影響が出てくることを心配している。
		職業安定所 (職員)	・求人企業からは、応募者が少ないために紹介の督促があるほか、採用条件の引上げや応募条件の緩和を行うケースも目立っている。働く側としては、意に沿わない労働条件で我慢しなくても、求人が増えていることから、様子見の傾向もみられる。今後、人手不足感が更に広がると思われるが、景気が良くなるかどうかは不透明である。
		民間職業紹介機関 (支社長)	・雇用改善の動きが賃金にまで波及していない。
民間職業紹介機関 (大学担当)	・現在の状況からは平行線の状態が続く。		
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	

8. 中国 (地域別調査機関：公益社団法人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始まりつつある。
		乗用車販売店 (店長)	・消費税増税前の駆け込み需要のため、客の動きが活発で、まだこの動きは続く。
		乗用車販売店 (副店長)	・消費税増税前の駆け込み需要、初売り、新車投入等の要素があり、追い風である。
		その他専門店 [海産物] (経営者)	・出雲大社大遷宮の集客力はすごいとつくづく思う。
		観光型ホテル (スタッフ)	・繁忙期を迎え、現時点での予約状況は前年同様である。前年は大河ドラマの影響があったが、今年は景気回復の影響が大きい。
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・客は消費税増税は既成事実と考え、冷静に受け止めている。来街者が増えてきており、景気が上向きつつあると期待する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・出雲大社大遷宮効果の継続や、消費税増税前の客の消費動向に期待する。
		百貨店（営業担当）	・毎月の売上目標に対しては厳しい状況であるが、前年の売上はクリアしているので、今後も期待する。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の需要で景気は上向く。
		スーパー（店長）	・外部環境に大きな変化はないが、消費動向は上向きである。来年の消費税増税前の買い貯めも考慮すると、一時的に景気は良くなる。
		スーパー（業務開発担当）	・食品全体が値上がり傾向にあるものの、客の来店頻度は低下せず、買上点数も以前より増えている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は回復傾向で、客単価も数円ではあるが、上昇している。豪雨などがなければ上昇傾向が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・特売品のみを購入する傾向ではあるが、来客数は増える。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費税増税前の駆け込み需要で、年度末は盛り上がる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税が決まり、増税前の駆け込み需要が年末から年度末まで期待できる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前に購入する客が増える。
		家電量販店（販売担当）	・年末商戦がある。
		家電量販店（企画担当）	・せっかく景気が良くなりつつあり、今のタイミングでの増税は疑問に思うが、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（統括）	・新型車攻勢と、前年は10月以降にエコカー補助金が終了した反動減があったため、今年は前年をかなり上回ると予想する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込みが徐々に増えている。このまま来年3月までは継続する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の影響で、駆け込み需要が発生する。
		自動車備品販売店（経営者）	・前年比は不安であるが、季節商材が動くので現状よりは良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・消費税増税の影響から、今後2～3か月の売上は一時的に伸ばしていくものの、増税後は一服し、消費者の買い控えが出ないか心配である。
		一般レストラン（外食事業担当）	・忘年会や新年会が増えるため、来客数は増加する。食べ放題を中心に全体的にメニューを変更し、客にわかりやすい価格で提供するので、売上は上がる。地方都市では忘年会や新年会は必ず実施する傾向にあり、予約も仕掛けるのでニーズは必ずある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼関連で、消費税増税前の駆け込みの問い合わせがある。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が想定される。
		タクシー運転手	・新しい取引が始まり、売上の増加を期待している。
		タクシー運転手	・繁忙期に入り、予約などが増加する。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税については、耐久消費財等の駆け込み需要後の冷え込みと、その規模が問題となるが、一定以上の消費余力のある層が、増税はやむを得ないと判断していることから、緩やかな景気上昇は継続する。
		テーマパーク（業務担当）	・年末年始に向け、旅行や客の購買意欲向上など、景気上昇につながる要因が多くなっていく。
		設計事務所（経営者）	・年内は、消費税増税絡みの受注増の消化がある。
変わらない		商店街（代表者）	・商店街の通行量自体が減少気味で、客単価も下がってきていることから、今後も厳しい。
		商店街（理事）	・オリンピック開催が決定したが、地方では身近な話題ではない。景気がせめて現状のまま推移すれば良いと感じる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要や、アベノミクスの経済政策により、今後2～3か月先までは景気の好調さは変わらない。
		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）	・日用品の値上げが響いたまま新年を迎える。富裕層でない一般消費者は、厳しいまま生活防衛を続ける。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・まだまだ先行きに不安があり、客の財布のひもは固い。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立の印鑑、名刺の注文が少なく、企業は活発に動いていない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・消費税増税が決まったが、収入が増えない現状では、客の財布のひもが固くなるのは目に見えている。
		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）	・新聞等で騒がれる景気回復を肌で感じる事ができない。アパレルの低迷はいつまでも暑かったせいと思いたい。今後、気温が冷え込み、秋冬物が一気に売れるのを待つばかりである。
		百貨店（営業担当）	・今後の気温低下がポイントになるが、良くて現状維持で、今以上に景気が上向く要素が見当たらない。気温低下が遅れたり、株価下落などのマイナス要素が出てくると、客の購買意欲は大きく低下する。
		百貨店（購買担当）	・消費税増税が近づき、大きなイベントであるクリスマスに客の購買意欲が高まる。気温に左右される衣料品関係は、暖冬であれば売上は落ちる。
		百貨店（売場担当）	・お歳暮やクリスマス商戦については、現状維持もしくは微減を予想するが、地元百貨店が閉店した後、初めての年末商戦であり、動向が読めない。
		百貨店（電算担当）	・10月の売上は前年比マイナス4%で、最近にない大きなマイナスである。長雨等の影響で、雑貨、婦人衣料、呉服、食品等が厳しい状況で、来客数も減少している。消費税増税前の消費意欲に期待する。
		スーパー（店長）	・消費税増税が決まったが、食料品関係の販売量はそれほど変わらない。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の特需に期待したい。
		スーパー（販売担当）	・一時のように特売品しか売れないといった状況は脱し、高額商品も売れるようになったが、販売量が伸びない。総体的に、客の財布のひもはまだまだ固い。
		スーパー（財務担当）	・収入の増加が期待できないため、客が節約し、買上点数や来客数の減少が続く。
		スーパー（管理担当）	・客数、客単価ともに上昇傾向にはあるが、消費税増税の影響を考えれば、このまま継続維持できるかは疑問である。
		コンビニ（エリア担当）	・売上は若干上向きになっているが、この状態でやや停滞すると思われる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税増税に伴う客の購買意欲の抑制を懸念する。販売促進活動と来客数がリンクしなくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見えてこない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待するが、販売量はそれほど増えない。
		乗用車販売店（総務担当）	・客との会話は、東京モーターショーの話題で盛り上がっているが、販売には直接結び付かない。商談で盛り上がるのは来春以降になるとと思われる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・変わる要素が見当たらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・アベノミクスの第3の矢、成長戦略の具体的な内容がよくわからない。個人所得拡大の実感が得られない状況が続き、消費税増税の心理的影響が拡大してくれば、年末年始の消費動向に影響する。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約状況は悪くないが、個室利用、家族、個人利用に関しての先行きは判断できない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税が影響して、景気は良くも悪くもならない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税は規定路線と受け止められているようで、大きな動きはない。飲食業界では、新規店舗の開店が地方でも進み、需要の分散化が起きている。
		スナック（経営者）	・政府は景気が良くなっているというが、地方では全く上昇傾向が見えてこない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・周りの競合店でも客の動きが悪く、10月に入ってからその傾向が強くなり、客数が増える要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		観光型ホテル（支配人）	・宿泊予約、忘年会予約は前年並みで推移し、クリスマスケーキ、おせち料理の受注予測も前年並みを見込んでいる。		
		旅行代理店（経営者）	・旅行会社にとっては、消費税増税の決定など、好材料がない。		
		タクシー運転手	・年金支給日と忘年会がある日だけが忙しく、他の日は変わらない。		
		通信会社（社員）	・新規の問い合わせ等に変動はない。ただし、スマートフォンの新機種の発売など、新しい要素があり、通信サービス利用拡大については、若干期待している。		
		通信会社（企画担当）	・販売の動きは落ち着いており、年末までに変化が起こる要因がない。		
		通信会社（通信事業担当）	・インセンティブの大きな他社サービスへの乗換えなどが多く、新規獲得以上に解約が多い状況が続いている。		
		通信会社（総務担当）	・割引商品等の新サービスを打ち出したが、販売量増に直結しない。		
		通信会社（工事担当）	・申込件数は横ばい、ないし減少傾向にある。		
		通信会社（広報担当）	・販売数にも売上にも変化は見られない。		
		テーマパーク（管理担当）	・全体的に景気が良いように報道されるが、地方に影響が出てくるにはもう少し時間がかかる。		
		美容室（経営者）	・商店街には閉店している店舗もあり、来街者が増える兆しもないので、景気が良くなるとは考えられない。		
		美容室（経営者）	・客の様子は、忙しい割には収入が増えず、遊びの時間や機会もないようである。		
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ニュースでは景気が上向き傾向と報道されるが、私の周囲では、ここ数年、景気の変化は全く感じられない。		
		設計事務所（経営者）	・観光業界は、観光客増加で元気が良いようにみえるが、銀行への返済が優先され、観光業界にとって、実際の効果があるか疑問である。住宅関連は、仕事の発注単価が依然厳しい。		
		設計事務所（経営者）	・消費税増税後の住宅関連の政策が具体化すれば、現在の好況は続くが、現在、人手不足などから建築物価が高騰し続けていることが不安材料として大きい。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込みは落ち着きつつあるが、忙しい状況はもう少し続く。		
		住宅販売会社（営業担当）	・今後の住宅ローン利率の変動がメイン要素で、需要が左右されると思うが、現段階では判断できない。		
		やや悪くなる		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・業界の売上は減少傾向にあり、今後も同業者の閉店が続く。
				百貨店（販売促進担当）	・今後、月を追うごとに、消費税増税前の先行購買の期待が増すが、家電や住宅関連等、一部の商品に限られる。むしろ、4月の増税を見据えた購買自粛の強まりの方が懸念される。
				百貨店（売場担当）	・10月は子供服ブランドメーカーの倒産が発生し、昨年11月にあった防寒衣料の特需の反動もある。原材料高により商品は高めの値段設定となるが、来年4月の消費税増税までには冬物を在庫処分する必要があるため、早めのバーゲンセールなども考える。
百貨店（営業推進担当）	・中心市街地の空洞化が進み、当社1店舗での集客はより困難を増している。今後もこの状況は当分続く。				
スーパー（店長）	・食費の節約志向、買上点数や来店回数数の減少が見受けられる。また、客は競合店の価格に敏感に反応しており、今後も、今の客数や買上点数、単価を確保することは非常に厳しい。高齢者対応も大手に先をいかれており、世代別でも取りこぼしが懸念される。				
スーパー（販売担当）	・自動車や住宅関連は好調であるが、食品関係は節約傾向にある。				
衣料品専門店（経営者）	・客の購買意欲が低下している。				
その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方は年金生活者が多く、日用品も価格が上がると、消費は鈍る。アベノミクスがなかなかプラスに働かない。				
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できるのは、高額品のみで、衣料・服飾関係は低迷する。				

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	
		都市型ホテル（企画担当）	・需要の落ちる閑散期に入り、前年と比較しても団体予約などの先行受注は減少傾向にある。個人客は上半期の状況から見れば、若干の伸びが期待できる。	
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税が確定し、一般的には物販の駆け込み需要が見込まれるが、当ホテルでは前回の消費税増税時に飲食が落ち込んだ経験がある。	
		都市型ホテル（総支配人）	・出雲大社大遷宮効果も徐々に薄れる傾向にある。	
		テーマパーク（営業担当）	・消費税増税に向けた動きなどが報道され始めると、家計節約の流れになる。	
		ゴルフ場（営業担当）	・12月は忘年会シーズンでもあり客足が伸びるが、1月は寒くなるため客が減る。	
		競艇場（職員）	・電話投票売上と協力他場売上が10月以上に見込めない。	
		美容室（経営者）	・美容室やディスカウント店の増加、消費税増税、過疎化など、いろいろな要素が少しずつ影響してきている。	
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要も一息つき、しばらく民間工事は様子見となる。	
		住宅販売会社（販売担当）	・消費税増税前の駆け込みから、増税後を考慮してあせらず検討する姿に客の様子は変化しており、今後は、売上に結び付くまでにやや時間を要すると思われる。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・売上が前年より非常に悪く、デフレ傾向が強まっている。客の生活防衛は強まり、景気は良くならない。
			商店街（代表者）	・政府は、消費税増税について50%以上の人が賛成と思っているのだろうか。商店街としては、商店街の存続をも左右されかねないと、来年4月以降の売上に大変な不安を持っている。
			自動車備品販売店（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。消費税は上がるし、負担は増えるばかりで、大企業や金持ちばかりを優遇しても、購買のすそ野は広がらない。
			その他専門店〔時計〕（経営者）	・景気が良くないうえに消費税増税となれば、ますます高額なし好品は売れなくなる。
		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）
やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）		・消費税増税前の駆け込み需要が影響する。	
	化学工業（経営者）		・今後、自動車向け資材を供給している取引先の増産計画に比例し、当社の受注量が徐々にではあるが、増加基調にある。	
	化学工業（総務担当）		・国内需要の回復を期待している。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）		・鉄鋼向けは現在の水準が継続する見込みである。焼却炉向けも現在までの受注が、2～3か月に渡る納入予定で、納期に合わせて製造するため、現在の生産水準が維持できる。	
	鉄鋼業（総務担当）		・自動車向け、建設向けの需要が好調に推移しており、今後、各製鉄所がフル操業体制になり、生産量が増加する。	
	金属製品製造業（総務担当）		・ものづくり補助金や消費税増税前の駆け込み需要の効果がある。	
	電気機械器具製造業（総務担当）		・消費税増税前の駆け込み需要がある。	
	建設業（総務担当）		・資材等の高騰を懸念して、客は早期に発注する傾向にある。	
	輸送業（支店長）		・電子商取引が順調に伸びており、大口の通信販売会社との取引が数社始まる予定である。	
	通信業（営業企画担当）		・客との商談のなかで、消費税増税に向けたマンション、自動車等の事前購入の話題が多く出る。	
	金融業（貸付担当）		・来春、給料のベースアップなどが実現されれば、景気は良くなる。消費税増税前の駆け込み需要もある程度、期待できる。人・物・金が動くようになれば、景気は回復する。	
	変わらない		食料品製造業（総務担当）	・OEMやプライベート・ブランド商品を委託されることによって、当社商品の売上がそちらに流れる傾向にある。
			繊維工業（統括担当）	・この数か月では目立った変化は期待できない。
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り、輸送用機器関連もおおむね堅調である。地金・為替相場は米国の財政問題が落ちつき、大きな変動はない。		
電気機械器具製造業（総務担当）		・マスコミによる景気上昇の報道が1人歩きしている気がする。地方や中小零細企業にとってみれば、よそ事である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・客の新製品発売に伴う受注が、引き続き好調である。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・製品部門単位では浮き沈みがあるが、全体としては変わらず推移する。
		建設業（経営者）	・公共工事が増えつつあるので、若干ではあるが良い状況が続く。
		輸送業（総務担当）	・客から受注量が増えていない。
		通信業（営業担当）	・賃上げなどで、大手企業動向が中小企業に波及することを期待したい。消費税増税を見据えた年内、年度内の設備更新など、短期的な需要拡大を見込む。
		金融業（自動車担当）	・北米向け自動車販売の好調に加え、欧州経済が回復基調にあり、低燃費車の輸出は当面、高水準を維持できる。
		広告代理店（営業担当）	・受注量及び取引先の動向からみて、あまり変動がない状況である。良い受注の見込みもあるが、受注の減少傾向も出てきており、総合的には変わらない。
		会計事務所（職員）	・物流関連業界の動向は、この1～2か月の先行きの見通しがあまり良くない。一般の消費の動きも鈍いため、年末まではこのままの状態が続く。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要もほとんど期待できず、良くなる見込みは見当たらない。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・高水温の影響で、1～9月は、前年より水揚げ数量が4万t減少し、前年の74.1%、水揚げ金額は4億2400万円減少し、前年の89.1%である。今後も高水温の影響があり、水揚げが増加する可能性は小さい。
		食料品製造業（総務担当）	・原材料高騰の中、商品単価の値上げができていない。
		鉄鋼業（総務担当）	・上半期の大幅な増産により、市場流通在庫が飽和している反動で、一時的には景気悪化の動きがある。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・発注元が利益追求のため海外工場へのシフトを図っており、現状は今までどおりであるが、来年以降は減産の方向で動いている。
輸送業（業務担当）		・気候が安定すれば業務も計画通り実施でき、売上も回復する。	
悪くなる	不動産業（総務担当）	・賃貸需要の時期ではないこともあり、やや悪くなる。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。	
雇用 関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（広告担当）	・雇用の促進に少しずつでも積極的に取り組んできている企業が、大企業から中小企業にも広がっている。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・今まで取引のない企業からの問い合わせが増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・経営者のやる気があちこちで散見され、当面は、新たな取組に挑む会社が目立つ。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年3月までは、消費税増税前の駆け込み需要が、衣料、自動車、旅行などで発生する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・正社員の有効求人倍率が、4か月連続で前月より上昇している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規に求人を出す事業所が増えており、求人倍率も3か月連続で1倍を超えている。
		職業安定所（雇用開発担当）	・有効求人数は増加し、求職者が減少していることから、有効求人倍率は上昇し続けている。今のところマイナス要因は見当たらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・地元の自動車メーカーの業績上方修正など、製造業が好調である。おう盛な人材採用意欲の下、採用条件を緩和する動きも一部に出てきた。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・このまま推移する。
		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は、製造業、医療・福祉、卸売・小売業、サービス業など、主要産業で増加したことから、全体では前年同月比で3割増となり、新卒労働市場に明るさがみられる。

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
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・現在の景気は上向きで、かつ政治状況・経済状況は安定しているが、今後、来年4月からの消費税増税、給料のベースアップ、法人税減税など、それぞれ上向き・下向きの要因が発生するため、採用の景気は引き続き変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・依然として先行きが不透明で、良くなる材料が全く見当たらない。
		人材派遣会社（支社長）	・現状では、求職者が求める長期の雇用安定というニーズと企業の繁忙時期だけ雇用というニーズが一致しておらず、雇用状況の大きな改善は難しい。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・法律改正の影響などが見込まれるが、はっきり見通せない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・景気対策の効果が停滞している感があり、年明けからの景気上昇につながる要素がみえない。
	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 (四国)	良くなる	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・年末年始を控え、賞与も支給されることから、少しは景況感が上向くのではないかと。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・最近の仕入価格の高騰は厳しいが、需要があるうちは少しの値上げなら、商品は売れると考えている。ただし、消費税増税の後は分からない。
		スーパー（店長）	・2014年に入ると、消費税増税前の駆け込み需要が発生し、景気が良いように感じるが増えると予想している。
		スーパー（財務担当）	・冬のボーナスが若干増加すると予想している。また、消費税増税前の駆け込み需要が若干あるとみている。
		コンビニ（店長）	・引き続き、建築業者の購買力が力強い。500円の弁当では安すぎるから、880円の弁当の注文を受けた。価格に敏感な主婦の利用も増えており、時間の節約なのか、重い商品を近くで購入する動きもみられ、それが出来る経済状況なのだと感じる。
		衣料品専門店（経営者）	・今は売上も来客数もかなり低調であるが、年末にかけて多少は良くなるのではないかと。しかし、来年、消費税が増税され、また厳しくなると予想している。
		家電量販店（店員）	・今後、ボーナス・年末年始・新生活準備と需要が増える期間を迎えることと、消費税増税前の駆け込みが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・受注台数が前年比120%で推移している。消費税増税前の駆け込み需要も期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税に伴い、3月までは駆け込み需要が発生すると予想されるが、4月以降は反動による売上減少が心配である。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の増税に伴う駆け込み需要が少し出てきており、来年3月までは良い方向にあるとみている。
		乗用車販売店（役員）	・新車の受注が増えてきている。今後も消費税増税に伴う駆け込み需要により、受注、販売状況は上向いていくだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末は、お歳暮用品などの需要がおう盛で、お正月用品の需要もある。今より景気は良くなるかと考えている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・衣料品の客単価が若干上がってきている。
		タクシー運転手	・12月と1月は、人の移動、飲食の頻度も増えるとみている。
		通信会社（企画）	・現状が続くと思われるが、3か月前に比べて若干鈍化しつつあるように感じられる。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売が続く、来店客数・販売数が上昇すると想定。
競艇場（職員）	・11月から1月に掛けて、大きなレースの開催が予定されており、かつ本場開催も多くあることから売上増が期待できる。地元レーサーが活躍すればさらに売上が伸びる。		
美容室（経営者）	・この調子で良くなる気がする。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
	変わらない	商店街（事務局長）	・消費マインドは春頃から高まっていると感じられ、生活の中に少し贅沢な部分を取り入れる動きはあるが、全体的には商品やサービスに対して、十分なりサーチを行い、慎重な様子が窺える。また、消費者がT P Pの動向に関心を持ち、価格が下がりそうな商品に高い興味を示している。		
		商店街（代表者）	・中小零細企業や一般家庭にはアベノミクスによる景気浮上策が見えてこない。増税と市場価格の値上がりだけが先行する結果を招きそうだ。		
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来店客の動向から考えて、良くなるとは思えない。		
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・良くなるイメージも、悪くなるイメージも持てない。		
		百貨店（営業担当）	・単価の高い物は売れているものの、通常の客の動きにやや低調な感じがしており、全体としては変わらない。		
		スーパー（店長）	・景気に影響を与える要因が見当たらない。		
		スーパー（企画担当）	・商品の値上げが続くので買上単価は上がると予測するが、客数の伸びは厳しいものがある。		
		コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるが、消費が増えるような施策が全くないため変化しない。		
		衣料品専門店（総務担当）	・依然として景気のいい話は聞こえてこない。収入が下がっている顧客もおり、厳しい状況が続くとみている。		
		家電量販店（店長）	・景気が上向いた実感もない中で、消費税増税が決まり、客の財布のひもは更に固くなっていくのではないかと。		
		乗用車販売店（従業員）	・自動車に関する税金の行方がはっきりするまでは、販売面で変化はないと思う。駆け込み需要もその後の落ち込みを考えると、ありがた迷惑などところがある。		
		住関連専門店（経営者）	・販売量は相変わらず伸びないと予測している。		
		観光型旅館（経営者）	・3か月先が今より良くなっているとは思えない。政治の状況にもよるが、今の状態が年末から年初にかけて続くのではないかと。		
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況が低調なため、現状と変わらないとみている。		
		旅行代理店（支店長）	・来年の消費税増税により、旅行の駆け込み需要が期待できるが、台風の襲来や天候不順が続けば低迷することも心配される。		
		ゴルフ場（従業員）	・今月が悪かったから、今後の景気は、今よりは良くなると思う。11月以降の予約を見ると、昨年よりは伸びている。		
		美容室（経営者）	・年末に向けて多少上向く動きがあると思うが、相対的には悪いまま変わらない。		
		設計事務所（所長）	・建築費の高騰で事業をやめる人と、新しい投資をする人と、両方いる。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・今月の秋物商戦の遅れから、秋冬物の立ち上げがかなり遅くなる。同時に、12月、1月のバーゲン待ちの客が多くなるため、かなり厳しい冬物商戦になってくる。4月の消費税増税が、消費者のマインドを低下させる大きな要因になる。
				一般小売店〔酒〕（販売担当）	・地方では景気の回復など他人事で、生活は全然良くなっていない。富裕層は消費税増税までに、大きな買い物をする人が多いのではないかと予想する。中間層以下については好品の酒類などを含め、贅沢はしないだろうとみている。
コンビニ（店長）	・売上増加が見込めない中、他チェーンの出店攻勢により一層の競争を強いられて来ている現状で、改善は期待できない。				
タクシー運転手	・冬はお遍路の仕事も減り、街で働くしかないが、今の街の状況は景気が良くなるような雰囲気がない。収入面で今よりもすごく悪くなるのではと不安に思っている。				
観光名所（職員）	・閑散期であり、季節的には厳しい時期を迎える。				
悪くなる		衣料品専門店（経営者）	・アベノミクスの影響で物価が上昇し、買い控えが始まっている。		
		スナック（経営者）	・12月になれば、期待できるが、閉店が相次ぐとの声を多く耳にしている。		
企業動向関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・消費税アップに伴う経済対策への期待感を感じる。		
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内消費は消費税増税、東京オリンピックも睨んだ前倒しの需要が期待される。一方、輸出関連は受注回復傾向にあり順調に推移すると期待しているが、海外での地域差は大きく、動向を注視する必要がある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・今後も小売店からの受注は好調に推移し、消費マインドは確実に上向いている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・例年、12月は一番多く出荷できる時期で、業界では年末に向かって出荷量は増加してきている。但し、当社では一部商品（トイレットペーパー）の取扱を止めるため、全体での売上高では対前年を下回るとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電関連の受注が増加傾向にある。最近では、50kW未満の小型機種（一般家庭向け等）の受注が増えており、企業向けの大型機種も徐々に受注を増やしている。今後、向こう何か月、何年続くかは予想できないが、これまではない期待感を持っている。
		通信業（部長）	・新商品も発売され、冬商戦に向け販売は活発になる。
		金融業（融資担当）	・特に悪化する材料はない。都市部での景気回復が地方まで波及するのではとの期待感はある。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・一般消費者の賃金が上がらないため、小売店の売上増は当面見込めない。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船関連受注の回復は年内見込みなし
		建設会社（経理担当）	・受注量は増加傾向にあるが、資材価格値上がりや職人不足による賃上げ等も予想され、利益は横ばいで、景気はあまり変わらないと考える。
		建設業（経営者）	・人材不足とともに、材料費や人件費が高くなっている。
		建設業（経営者）	・事業量は増えているが、各社とも処理能力に限界がある。急に人材や資材・設備を増やすことも出来ず、下請等も不足しており、現状では受注増が困難な状況になりつつある。事業量は多いが、それが受注増に結びつけられず、景気も変わらない。
		輸送業（経営者）	・収益を従業員の給料へ転嫁するにはまだ難しい状況。原材料の高止まりなど、内需中心の会社には厳しい状況が続く。
		輸送業（営業）	・燃料油価格の高止まりが経営を圧迫する状態が続く。仕事を間接受託する受注の多層構造が適正運賃の收受を阻害する状態を作り出している。下請運送業者は今後も厳しい運営を強いられる。
		広告代理店（経営者）	・一部の県外大手得意先は販促広告費が増加しているが、家電販売等の得意先は売上低下に伴い販促費が削減されている。今後、消費税増税前の販促費増加が見込まれるのは一部得意先に限られ、多くの地元企業は現状では未定。結果として、あまり変わらないとみている。
	公認会計士	・経営者は、消費税増税後の需要減少を非常に気にしており、その対応に追われているように見える。しばらくの間、景気は変わらないと判断する。	
やや悪くなる	農林水産業（総務担当）	・現在の高値が継続すると、2か月先(年末)には、受注量の減少が懸念される。	
	電気機械器具製造業（経理）	・主要市場の消費動向が、当社予測を下回る見通しとなっている。	
	不動産業（経営者）	・数か月前は消費税増税前の駆け込み需要等の動きがみられたが、今は少し落ち着いてきている。今後、増税後は需要の低下が予想され、我々の業界はやや厳しい状況になるとみている。	
悪くなる	—	—	
雇用関連 (四国)	良くなる	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・増税前の駆け込み需要もあり、消費は今より増えることが確実にみている。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・年末商戦に向けて人員強化の傾向が見込まれ、求人も、増加し消費意欲は高まると考える。しかしながら、季節労働での指数と捉えると、正規の雇用までにはいかないとみている。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増加傾向にあり、少しずつ景気の上昇が期待できる。
		求人情報誌（営業）	・求人数をみると、雇用が促進されているように見えることから、数か月先の景気には少し期待感はある。但し、正規雇用の割合は依然として低く、楽観できない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は前月比0.02ポイント上昇し、前年同月比でも0.19ポイント上昇しており、今後への期待感はある。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・しばらくは全産業とも業績が上がる材料が見当たらず、当面は現状維持に留まると考える。
職業安定所（職員）		・消費税増税前の駆け込み需要に伴う求人増の動きがみられるが、企業の業績回復等、経済全体の景気回復を示す動きとは、少し異なる部分がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・採用する側にも、景気がいつまで続くか分からず、明確な将来ビジョンも持てないことから、非正規雇用しかできないものとする。
		民間職業紹介機関（所長）	・もうすぐ賞与支給の時期になるが、昨年を上回って支給する企業は少ないと思われる。また、来春の賃金のベースアップについても、現状維持という企業が多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・依然として、景気回復への期待感、期待感に留まり、足踏み状態が続くと考える。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、年末に向けて求人数が減少する傾向にある。景気はやや悪くなるとみている。
	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 (九州)	良くなる	商店街（代表者）	・年末に近づくにつれて、当店の売上は良くなる。11月に広告を打ったため反響は少なからずある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来春のベースアップの話やアベノミクス効果で景気が良くなるのではないかと期待感から、多少の購買意欲が増すので、やや良くなっていくと判断する。
		商店街（代表者）	・来年4月からの消費税増税により、客の早めの購入が予想される。また、来客の様子から商況は確実に上向きになっていることを実感している。
		商店街（代表者）	・年末の歳末商戦や消費税増税前の駆け込み需要等に期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・今年の冬は寒さが厳しくなるとの予測で、鍋物商品の販売が増加しそうだ。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後年末にかけてはクリスマスの花や正月の花等の需要の予約があるので少し良くなる。年明けの卒業式シーズンまでの1、2月は売れないので心配している。
		百貨店（営業担当）	・好調のイタリア展に続き、10月下旬のクレジットポイント催事からんだ大催事場の皮革市・化粧品・高額商品が好調である。一方、友の会の満会金券交換の回収は鈍化している。お得なポイント催事を活用した友の会金券や現金確保の姿勢が感じられる。客の話から、次月の北海道物産展、お歳暮ギフト早期受注への期待と消費税増税を考慮した購買が感じられる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増えることを期待している。
		百貨店（売場担当）	・現在、衣料品の動きが少し鈍いが、このままの水準で動くとは考えられない。おそらく11月に入って一気に動く可能性がある。食品は完全に入店客数に比例している。他の大型店舗全て前年割れとなっているので、注視していかないといけない。
		百貨店（営業統括）	・本格的な歳末商戦に入るなかで、消費税増税前の駆け込み販売が各業種・業態で出てくる可能性が大きい。
		百貨店（営業政策担当）	・オリンピックを始め経済を刺激する事象が重なっており、好景気循環への期待値は高いと考える。消費税増税が踊り場にはなるが、中長期的には景気回復に向かう。
		百貨店（店舗事業計画部）	・景気回復により、通常の年末商戦に加え高額商品も多少動く見込みである。高額品の多い他店で先にその傾向が出ており、ボーナス支給頃から本格化する。合わせて消費税増税前の駆け込み要素も若干プラスとなる見込みである。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税を前に消費が一時的に増える期待感が強いが、消費税増税に伴うシステム変更や表示変更に伴う経費がかさみ、トータルとしては大きな変化は期待できない。むしろ、増税後の消費減少の懸念が強い。
		スーパー（統括者）	・過去から今の状況をみて、若干でも上向くのではないかと考える。
家電量販店（店員）	・消費税増税により、この12月のボーナス商戦については前倒しの需要がくると考えるので、景気はやや良くなる。		
家電量販店（店員）	・1997年の消費税増税時にはかなり駆け込み需要があったと聞いている。そのため、年末から来年の春に向けて、今回の消費税増税の駆け込み需要に期待している。		
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。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		家電量販店（従業員）	・寒くなってきたので暖房器具が売れ出す。	
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の駆け込み需要の影響が徐々に現れてくると想定する。	
		乗用車販売店（従業員）	・来年1月になれば消費税増税前の駆け込み需要が出てきて、多くの客の購入が増える。	
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と年末に発表される待望の新型車の効果で、新車販売は活気付く。	
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・2、3か月先になると年末のお歳暮シーズンということで、進物物のコーヒーの需要が出てくる。比較的12月は購入量が増える月になるので、これから11～12月にかけては売上が増加していく傾向にある。	
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎え売上が増える手ごたえがある。また年末年始の商品の購買力も向上していく。	
		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）	・気候による落ち込みは一時的なもので、消費トレンドも持ち直すと考ええる。	
		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がこれからみられる。また、天気の長期予報では寒い冬の実績が出ており、防寒商品への需要増が期待できる。	
		一般レストラン（スタッフ）	・年末にかけて一時的に消費が増える。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・今のところ宿泊予約は順調に伸びてきている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年同時期と比較しても年末のおせち料理の販売が好調に推移しており、なかでも高単価な物から売れている状況である。その他部門でも販売単価が上昇傾向にある。	
		都市型ホテル（総支配人）	・予約の状況も含め、年末にかけて、過去よりは非常に数字が上がると予測できる。	
		旅行代理店（従業員）	・年末年始は海外好調で、国内は前年並みである。特にハワイ・アジアリゾートが好調である。	
		旅行代理店（企画）	・10～12月の国内・海外の申込みは、販売額でどちらも前年同期比110%超で推移している。	
		通信会社（総務局）	・契約数の伸びは期待できないものの、1契約当たりの単価は増加する傾向もみられる。	
		通信会社（業務担当）	・11月は秋・冬新商品発売の勢いがある程度継続し、CMでの話題性とロコミ効果で販売台数が伸びる傾向にあると予想される。	
		ゴルフ場（従業員）	・入場者数に占める海外客がここ数年停滞していたが、今年の暮れに向かって台湾、韓国、上海からの予約が入っており、明るい兆しがみえている。また地元や県外客も若干増えており、少しずつ良くなっていく。	
		美容室（店長）	・結婚式等や年末年始の行事があるので、1年で一番来客数が増える。	
		設計事務所（代表）	・消費税増税前まではやや良くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の受注は9月末をもって一段落した感がある。しかし、建売住宅やリフォーム工事に対する需要はまだ冷めていないようだ。冬の賞与で景気の持ち直し感が出てくれば、2月ごろまでは持ちこたえてくれる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体として、物販業は相変わらず厳しい状況であるようだ。
			商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるだろうが、将来に向けての節約志向が客にあるので、地方までは景気回復の実感がない。
商店街（代表者）	・来客数販売量とも若干ではあるが前月又は前年同期を上回ると期待する。			
百貨店（営業担当）	・10月は天候の要因が強かったが、11月の冬物衣料の動きも多少厳しいようだ。経済が好循環になっていないので、一般的な商品については非常に厳しいとみている。歳末のお歳暮等は高額品が売れそうだとされているが、若干疑問である。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要で売上は若干上向きになることが予測される。しかし、一過性のもので、増税後の反動を加味すると景気回復としてはとらえるべきではないと判断する。
		スーパー（経営者）	・アベノミクスの効果による景気回復の実感是一般庶民にはあまりない。
		スーパー（店長）	・特売日の客数は上昇しているが、全体の売上は減少している。
		スーパー（店長）	・販売現場では価格を上げると途端に販売量に跳ね返ってくる。数か月先の景況感も楽観視できない。
		スーパー（店長）	・買上点数等の増加は、景気とは関係なく、購入量の多いものの組み合わせ販売や、人気商品と不人気商品を組み合わせるバンドル販売の影響である。
		スーパー（店長）	・11月も流れは変わらない。衣料品は天候に左右されているので、秋物が売れていない状況である。冬物商品や暖房用品の売れ行きも天候次第だ。競合店が11月末にできるので、その影響が懸念される。
		スーパー（総務担当）	・年末年始に向け、ボーナス需要と消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財の購入が期待できるが、衣料品の低迷が続く。
		スーパー（業務担当）	・現状では、ほぼ平年並みの売上で推移しているが、例年の季節感に戻ったことが上向きの要因で、特別な売上のプラス与件は見当たらない。
		コンビニ（店長）	・売上客数とも減少傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	・年末になっても景気は悪いままで変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・見るだけでなかなか購入しようとしないう客が増えている。財布のひもはまだ固く締まっているようだ。
		衣料品専門店（店員）	・これから冬シーズンの始まりだが、客の反応は盛り上がりには欠ける。
		衣料品専門店（チーフ）	・消費税増税前の駆け込み需要で客足と単価は伸びていくが、増税後は落ち着いていく。
		乗用車販売店（代表）	・変わるような要因が見当たらない。
		住関連専門店（経営者）	・諸々の物価の値上がりが始まり、先行き不透明で厳しいが、地方では所得が上がる気配がある。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるが、景気の回復によるものとは違う。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・冬場の灯油の小売価格は、昨年並みややや高い価格が予想されており、昨年並みの販売量を予想している。灯油の小売価格が高騰すると他の暖房用品へのシフトが危惧される。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・小売の現場でははっきりした景気回復の動きは現れていない。全体の給料が上がらないと本格的な景気回復はない。
		高級レストラン（経営者）	・11月の予約状況は10月よりまだ入っている。12月は忘年会で週末から埋まってきている。週末だけでなく平日も入ってくれないと大変苦しくなる。
		高級レストラン（専務）	・消費税増税により、不安な状況が続いていく。
		高級レストラン（支配人）	・現在の予約状況は芳しくない。
		居酒屋（経営者）	・今現在の11、12月の予約状況、忘年会シーズンの予約状況をみても、昨年に引き続き厳しいようだ。
		観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より、変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・1年間ずっと右肩上がり個人動きが活発になっている。単価も売上も上がっている。
		タクシー運転手	・今後の景気対策に期待したいが、どのような内容かわからないので、横ばいとなる。
		タクシー運転手	・夜は週末だけ少し増えてきているが、昼が悪過ぎる。
		タクシー運転手	・企業関係の客から、動きが少しずつ出てきて良くなっているという話も聞くようになった。
		タクシー運転手	・消費税増税の決定が客の動きにどのように影響するのかかわからない。
		通信会社（企画担当）	・販売拡大の引き金が見つからない。
		理容室（経営者）	・台風の影響が非常に大きく、天気が悪いと出足が悪くなる。3連休は観光地や行楽地への外出が増え、土日の来店客数が増えない。
		美容室（経営者）	・年末年始の動きに非常に期待しているが、消費税増税により、サービスへの消費が抑制される懸念がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の話がよく出るが、大きい金額の商品は買換えで動くかもしれない。その反面、日用品、飲食店、食料品などはあまり期待できない。		
		一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税増税後の生活に対して、買物においてもある程度準備をしているようだ。かなり買い控えが増えてくるので、なかなか厳しい状況になる。		
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・売上が上がっていく月ではあるが消費者は支出を控えている。消費税増税の影響が落ち着くまで不安である。		
		百貨店（営業担当）	・大型物産展の時はやや入店客数が増えるが、通常の週は入店客数が非常に厳しい。また、物産展で入店客数が増えても各階での買物につながっていない。		
		百貨店（業務担当）	・消費税増税に対する客の反応は、先を買っておかなければという感覚より、防衛のほうが強。貯蓄に向かう気運が強、購買に対する慎重さが強まれば、今後しばらくは明るい動きは期待できない。		
		スーパー（店長）	・消費税増税の問題や、競合店の出店など環境はますます厳しくなると予想される。		
		コンビニ（エリア担当）	・アベノミクス効果は地方では全く関係ない。庶民の給与は上がらず、可処分所得は低い。当店の売上が変わることはない。		
		コンビニ（販売促進担当）	・年金は下がり税金は上がる。携帯料金も結構かかる。様々なもの金額が上がる中で、消費者はお金を残すほうに動くため財布のひもは固くなる。		
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・ネット販売の伸張により来店客数が伸びない。話題性のある商材は一時的に売上が伸び下支えになるが、定価本の伸びは極めて悪く外商販売に頼っているのが現状である。		
		一般レストラン（経営者）	・集客数自体は変わっていないのでそれほど心配はしていないが、客単価が確実に下がってきているのと追加オーダーやアルコールの消費も減ってきている。今後、消費税増税を前に大きな買物が増えると、一番に削られる外食事業としては不安だ。景気に関しては、我々の業態に特化していえばやや悪くなる。		
		観光型ホテル（専務）	・消費税増税の影響が心配である。		
		都市型ホテル（販売担当）	・収入は変わらず、消費税増税の対策費負担が多くなり悪くなる。		
		通信会社（販売部）	・現在新商品発売による影響で良くなっているが、今後は新商品の話題性が落ち着くに伴って需要も徐々に落ちていくと予想される。		
		競馬場（職員）	・来客数の前年同期比が良くない。		
		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）	・4月からの医療報酬改定に伴う高齢者負担増の方針が出ており、若干の利用控えが想定される。		
		音楽教室（管理担当）	・学年が上がると稽古事をやめる方が多いので、それに向けて人数が減る恐れがある。		
		設計事務所（所長）	・2、3か月前に比べて今の手持ちの仕事量はやや減っている。2、3か月前にしか仕事が発注されないで3か月前は悪くなると判断する。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による駆け込み需要は見込めるかもしれないが、景気を支える賃金の上昇が見られないので、消費が冷え込む。		
			悪くなる	○	○
		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）		・10、11月は年末年始用の生産仕込みや需要で引き合いがかなり強くなる。今年の12月は例年になく取引先の動きも期待感があり、需要が伸びそうである。暖冬と我々業界が一番恐れる鳥インフルエンザの発生、風評被害による消費の落ち込みは常に懸念される。		
	繊維工業（営業担当）		・営業活動をしなくても、受注が安定している。		
	家具製造業（従業員）		・今年中の納期で見積を提出している件数や販売金額ともに前年比10%で程度伸びている。商業施設に入れる家具などの需要確実に増えている。		
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）		・年度末に向けて、余った予算消化が予測される。		
	金属製品製造業（事業統括）		・同業他社や取引先の状況をみると受注量が増加している。		

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造関係では良い条件が増えてきた。これを機に社内では品質・コスト・生産量等の維持に対する意識が高くなっている。ただし、コストが低いので、あまりにも仕事が増えるとマイナスになるのではという不安もある。
		電気機械器具製造業（取締役）	・公共事業などの影響で全体の仕事量が増加している。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先は増産体制であると聞く。一部の企業だけで動きのない企業もあるが、現在より少しは良くなるのではないかと考える。
		建設業（従業員）	・見積案件が増えてきている。消費税増税前の駆け込み物件が徐々に増えているので、3か月先までは景気が良くなる。
		輸送業（総務）	・消費税増税前の駆け込み需要があると考え。特に、建設関係は既に増加の傾向である。
		通信業（経理担当）	・年末に向けて、N I S Aや消費税増税前の駆け込み需要などの動きに連動して、景気が引っ張られていく。
		金融業（従業員）	・輸出関連企業のなかには、中国経済の先行きを懸念する先がみられるが、地元ではマンション等の住宅建設が大幅に増加してきている。また、災害復旧工事を含め公共工事も本格化してきている。
		金融業（営業担当）	・建設業を中心に約半年先のまでの受注が確定しているため、2、3か月先も景気の改善は見込める。
		金融業（営業）	・アベノミクスによる設備投資の喚起に企業が注目している。特別減税や特別償却を利用した設備投資は、相応に増加すると考える。
		経営コンサルタント（社員）	・消費者の財布のひもが緩み始めている。見栄えより美味しさを求めている。
		その他サービス業【物品リース】（支社長）	・業績堅調な企業が多く、冬季賞与が12月に支給されれば実感がわく。周りで正月に海外旅行や温泉に行くような話を聞くことが増えた。アベノミクスでベースアップされれば、さらに好景気を実感することができる。
変わらない		農林水産業（従業者）	・畜産物の販売は、消費者がなかなか高い物を買わない状況が続いている。今後も恐らくそういう状況になる。
		農林水産業（営業）	・年末にかけて物量は増えるものの仕入高は続く。一般顧客に資材等の価格上昇を反映させづらい。
		食料品製造業（経営者）	・納入先は主に南九州への観光客であるが、個人は増加しているものの、団体の観光が大幅に減少している。団体への依存度が高いために、業績の悪化は避けられない。
		化学工業（総務担当）	・当社の賃金や賞与に変動はない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状態は以前と変わらない。10月が前年度より良かったので今の状態からいくと順調に受注がきそうだ。新商品の動向次第では良くなりそうだ。
		鉄鋼業（経営者）	・建築物件を中心に鉄筋の受注は増加傾向にあり、今後、土木物件も出そうなので受注は期待できる。しかし、鉄筋加工・型枠工・現場責任者などすべてにおいて人手不足が顕著なため、計画された物件が延期・取り止めになることが心配である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーとの打ち合わせによると明確に良くなるという回答はないが、日々の状況からは若干期待している。
		精密機械器具製造業（従業員）	・突発的な受注増産はあるが、計画そのものはあまり変わらない状況である。
		建設業（社員）	・今のままで推移していく。材料費の不足はないが、単価が上がりつつあるのが現状である。官公庁の入札で不落が発生しているのも心配である。
		金融業（得意先担当）	・災害復旧関連工事に関する発注は今後しばらく続く見通しであり、当面の間は建設業関連の様子は問題ないとみている。
		不動産業（従業員）	・賃貸オフィス物件の入居率が横ばいに推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要を狙って広告出稿が増える要因はあるが、どこまで地方の広告主に波及するかはみえず、前年並みを見込む。
		広告代理店（従業員）	・10月の新聞折込枚数は前年同月比100%と変わらない。マンション販売・通信販売のチラシは前年比105%と増加したが、娯楽産業・流通関連は減少し業種によるバラつきが目立つようになってきた。いずれも諸費増税を睨んだ販促戦略によるものである。実感として景気は良くなる。
		広告代理店（従業員）	・前年比プラスにはならない。

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
		経営コンサルタント	・これからもコスト志向で、コストを抑える傾向が非常に強くなる。
		経営コンサルタント (代表取締役)	・問い合わせや見込み案件数の推移からは、この先大きく変化する兆しが見えない。
		経営コンサルタント (代表取締役)	・消費税増税に備え、一旦駆け込み需要が発生するかもしれないが、その後の反動減を考えると、景気自体はマイナスの方に動いている。
		その他サービス業〔設計事務所〕 (代表取締役)	・国の景気対策が、建設関係で継続的に行われなため、今後景気が良くなるとは言えない。民間では消費税増税前の新築住宅建設ラッシュで景気が良いが、3月を超えると需要は減ることが予測される。
	やや悪くなる	一般機械器具製造業 (経営者)	・今後の引き合いに勢いがみられないが、若干、受注量が低下しているため、季節要因も含め今後の状況を思案中である。
		輸送用機械器具製造業 (営業担当)	・下期の生産数は、若干ではあるが減る計画になっている。
		輸送業 (総務担当)	・円安が荷主の輸入コストを押し上げる要因になっている。今、厳しい状態が続いており、円高になるまではこの状態が続く。
		通信業 (職員)	・12月ごろまで補助金を活用した省エネサービスの需要があるが、補助金期間終了後の目途が立っていない。
		不動産業	・事務所や居住の賃貸に関する問い合わせは家賃交渉が多く、予想以上に低い家賃を探している状況である。
		悪くなる	—
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・景気が給与と連動するには時間がかかるのは当然である。所得税の還付に繋がる制度や地方税の見直しが入らないと実質賃金が目に見えて改善はしない。
		人材派遣会社 (社員)	・下期に向けて求人依頼数が増加する見込みの企業が多く、求人問い合わせの件数が増えてきている。
		人材派遣会社 (社員)	・商業施設の改装オープンにより、かなりの求人が出ている。新規出店もあるので、既存の募集人員以上に応募がある。年末の注文も既にきているので、人材確保が難しいかもしれない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・年末商戦に加え、消費税増税前の駆け込み需要も見込まれるため、求人需要が高まると考えられる。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・企業活動も活発化しており、求人でも地域への波及効果が現れつつある。この流れは消費税増税前まで続きそうだ。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・消費税増税前の駆け込み需要が冬以降以降。求人動向をみても不動産や自動車など価格の大きい物は売れていくので、求人数も増える。
		職業安定所 (職員)	・求職者数はそう増加していないが、求人数が伸びてきているため、やや良くなる。今後も伸びていく。
		職業安定所 (職員)	・9月の新規求人数は、前年同月比で12.8%の大幅増で、建設業、製造業、宿泊業・飲食サービス業、医療・福祉と管内主要産業のほとんどが大幅増加している。
		民間職業紹介機関 (社員)	・半導体部品製造業は工場の稼働率がアップしている様子で、増員依頼が出てきている。
		変わらない	人材派遣会社 (社員)
	人材派遣会社 (営業)		・企業にヒアリングしても、変わらないとの意見が多い。
	新聞社 [求人広告] (担当者)		・消費税増税もあり、一時的に良くなったとしても、また消費マインドは停滞する。
	職業安定所 (職員)		・消費税増税前の駆け込み需要で一部で消費が上がるかもしれないが、賃金が上がらない現状では、全体の消費が上向くとは考えにくい。
	職業安定所 (職業相談)		・求人の増加傾向にも一服感が出ており、雇用情勢は足踏みの状況にある。また求人条件をみると人手不足の建設業以外の賃金は依然として低く抑えられており、本格的回復にはなお時間を要する。
	民間職業紹介機関 (支店長)		・年末年始、年度末繁忙時期の人材需要がそれほど伸びないため、下期になっても注文数が伸びないと予測する。
	学校 [大学] (就職支援業務)		・求人数は前年度より増加しているが、今後の景気を判断する材料としてはやや弱い。採用数の年度末の結果を注視したい。
	やや悪くなる	—	—

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

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・商店街全体が活性化しており、来客数増が見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・相変わらず、街には歩行者は少ないが、確実に買物する客が街に出てきている。また次のシーズンの商品に対する興味を示している客も結構多く、実際に購買客も増えている。
		家電量販店（総務担当）	・増税前の駆け込み需要は高まる。しかし4月以降の反動も大きくなると思われる。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ここ2か月で近隣の新規飲食店舗がかなり増えているにもかかわらず、売上は落ちていない。
		通信会社（店長）	・現在の新商品は話題性やブランド力があり、消費者はこれらに弱いところがあるので、現在は品薄状態の新商品が市場に出回るようになれば販売量が増えることが期待できる。
		観光名所（職員）	・問い合わせが増えてきている。
		ゴルフ場（経営者）	・単価の高い企画が今の段階でかなり組まれており、例年を上回る予定である。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・特に目新しい判断材料が身の回りには無い。
		百貨店（営業企画）	・今年度は前年度に比べ営業時間を延長し動員強化に努めているなかで、順調に買上客数もここ3か月平均で前年同月比5%以上の伸びで推移しており、これを維持できるよう努力している。
		スーパー（企画担当）	・競合の新装開店等で苦戦する店舗もあるが、全体的に前年並みで推移する見込みである。
		コンビニ（経営者）	・大手スーパーでのまとめ買いをする人が増えている。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価の落ちつきもあるが、天候が良かったり、観光客が増加したりと外的要因による寄与があり、売上自体が回復しているとは言いがたい。余分には買わない、予算をオーバーしないという購入スタイルはしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・年明けには消費税増税を控えプラス、マイナスの動きがあるのではないかと考える。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から見込まれる稼働率としては、この先2、3か月間も今月同様、前年同様実績を下回る見込みである。夏場までは良かったが、冬の旅行需要としては、勢いが感じられない状況である。また企業等の団体旅行等の動きも鈍い。
住宅販売会社（総務・企画分野）		・住宅販売については来年3月までは、建売棟販売の需要があると思われるので、今月と比べても、同程度に推移すると考える。また、受注総額や客によっては、住宅ローン減税や、すまい給付金などの税制メリット等の活用で増税後の受注も見込めるため、極端に受注件数が悪くなるとは考えていない。	
住宅販売会社（代表取締役）	・消費税増税に関する9月末までの駆け込み契約などの手持ち工事がある。ただし、駆け込み需要の反動が予想される。また、既に契約した先に関しても職人不足による現場着工の遅れが気になる。		
やや悪くなる	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・修学旅行の学生は多いが、お土産等の売上は数字的には厳しい状況である。台風の影響は今年あまり無かったが、沖縄観光の盛り上がりは薄れていくのではないかと不安である。	
悪くなる	商店街（代表者）	・街中に観光客や地元客の流れはあるが、アベノミクスで言われているような小売店への寄与は無いし、全体的に消費単価が落ちているような気がする。アベノミクスの効果が早く出てほしいと期待している。	
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・ここ3か月の推移を見る限り、年末に向けて前年からの乖離はさらに大きくなると思われる。	
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	○	○
	やや良くなる	輸送業（代表者）	・9月までは観光客も多く全体的に雰囲気も良く、一括交付金活用の影響か小規模の工事が多数執行されており、将来的に良い影響を受ける。
		会計事務所（所長）	・消費税アップ前の駆け込み需要の影響がある。
変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・建設業の人手不足により、工事着工が遅れている。	

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（本社事業本部） 広告代理店（営業担当）	・新規出店後の安定期に入ることあり、取扱量の大幅な増減は無いと考えられる。 ・県内企業の販促投資は、業種業態によって異なるが、おしなべていうと現状維持である。また、先行きも不透明で、大きく伸張する可能性は低いものとみている。
	やや悪くなる	建設業（経営者） 通信業（営業担当）	・今月に入り、新築の引き合い件数が低下している。 ・アベノミクスが話題になっているが、首都圏からの開発案件が受注できるほどには波及していないという見解が営業担当者から出ている。弊社には、むしろ悪くなっているとする見解も出ている。出張へ行けない社員や派遣社員の対処の話も出てきている。
	悪くなる	食料品製造業（総務）	・乳製品関連の値上げの話もあり、材料の値上がりが続くそうである。自社製品の値上げも予定しており、今後売上の減少も心配である。
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）	・求人件数では、前年同月比で20%増加している。ここ数年、前年同月比でマイナスになることが無く、今がMAXだと思いつつも、いまだに増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・観光業、スーパー関係の景気が良くなっているので、求人数も増える。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・大手企業の大幅採用のため、しばらくはどの業界も人員不足に悩まされると予想される。新卒の就職難からは逃れられたと思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・採用無し企業からの求人の動向をみたい。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・従来の事務系、IT関連、金融関連の求人に加え、イベント及び催事場での求人が例年より増加してきている。企業の活発な活動がうかがえる。今の良い状態を保ちつつ推移していくと思われる。
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	