

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	—	—	
		商店街（代表者）	・観光客の客単価が若干ながら上昇しており、回復基調がうかがえる。外国人観光客は秋に向けての予約状況が好調なことから、今後も好調に推移する。しかし、一般販売に関しては劇的に増加する要素がない。企業にとっても、電気料金値上げ、原材料価格高騰、資材価格高騰などの影響が出始めており、価格転嫁に苦心している様子が多くみられる。	
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・東南アジア及び中国圏の観光客によるにぎわいが出ているが、日本人の観光客が少ないため、本当の景気回復にはもう少し時間がかかる。一方、経費面では石油製品価格の高止まりで諸経費がかさんでおり、びっくりするくらい負担が増えている。	
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・7月は売上の多い月であるため、数字上、2～3か月後に売上がさらに良くなることはないが、そうした季節要因を取り除けば、明るい予測ができる。	
		百貨店（売場主任）	・今後も外国人客の増加が期待できる。一般客においては、秋物商材への切替えにともない、季節商材を新たに購入することが期待できる。	
		スーパー（店長）	・夏ギフト、浴衣、アウトドア用品など、季節商材の動きが良いことに加えて、これから需要が上向きになるランドセルの初動も良い。また、これらの商材では、低単価商材よりも高単価商材の動きが好調であるため、今後についてはやや良くなる。	
		衣料品専門店（経営者）	・会議やスポーツなどの全国大会が数多く開催される予定であることに加えて、豪華客船の寄港も秋の終わりまで25隻が予定されている。また、こうした訪問客の消費金額は大きいいため、観光バスやタクシー、飲食店、水産物産店、100円ショップなど、すべての消費動向に良い影響が生じることになる。	
		乗用車販売店（従業員）	・今はそれほど景気が良いわけではないが、2～3か月後は時期的にも悪くない時期であり、決算期を迎えることもあるため、今後は間違いなく売上が増加する。	
		自動車備品販売店（店長）	・客の購買金額が前年とほぼ変わらなくなってきたことから、客の消費税増税に対するイメージがなくなってきたことがうかがえる。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・上海からの直行チャーター便による外国人観光客の集客が好調である。音楽やスポーツなどのイベントも動員が増加傾向にあるため、今後についてはやや良くなる。	
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況が良いため、今後についてはやや良くなる。	
		旅行代理店（従業員）	・来客数は増えていないが、買上単価が上昇しているため、今後についてはやや良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・この夏の購買動向をみても、秋物に関して、今後の消費税増税を見越した駆け込み需要が生じたり、購買意欲が増すような動きが出てくるとは到底思えないため、今後も変わらないまま推移する。
			商店街（代表者）	・現状からは、景気が良くなることを期待しているが、再度、消費税増税が行われる可能性があることが心配な材料である。
百貨店（売場主任）	・8月から秋物が立ち上がってくるなかで、消費税増税から半年近く過ぎること、長期予報で前年と同様の秋らしい天候が見込まれていることから、秋物の動きが期待される。特に今年は繊維物やニット関連の動きが良くなるとみられており、販売体制の確立により売上の増加が期待できる。			
百貨店（売場主任）	・世間一般の景気動向と比べて、当地の景気は非常に悪く、今後も変わらないまま推移する。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・当初は7月ごろから徐々にプラス基調になると見込んでいたが、セールを過ぎても客の購買意欲が回復していないため、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減からは徐々に回復しているものの、期待していたほどの力強さには欠けることから、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（役員）	・消費税増税の影響が、今後もまだ残るとみられる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響は大きい。改善傾向ではあるものの、回復するまで時間がかかる。
		スーパー（役員）	・売上は月を追うごとにやや増加しているが、原材料価格などの値上がりにより、生活必需品すべての小売価格が上昇傾向にあること、消費税増税が消費マインドを下げていることから、現在の状況がもう少し続くことになる。
		スーパー（役員）	・ガソリン価格、電気料金など、値上がりするものが多いため、客の消費が活発になるとは思えない。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上の回復が見込めないため、金額面では回復の動きが鈍い面がある。また、盆までは天候要因に依存する部分が大きい。
		コンビニ（オーナー）	・外国人観光の増減により景気が変わってくることになる。
		衣料品専門店（店長）	・客との対話を大事にしているが、今月は少し明るさのある人が多かった。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の収まりどころがつかめない。
		家電量販店（地区統括）	・家電に関しては、新ジャンルの商材が少ないため、消費税増税前の駆け込み需要の反動が今後も続く。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の登録台数は前年並みとなったが、先行指標である足元の受注台数は依然として前年水準を下回っており、本格的な回復が見通せない状況が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	・時期的な動きが出てくることは期待できるが、金額的な水準は期待できない。
		乗用車販売店（役員）	・新型車が出るまでは現在の傾向が続く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・風邪などでも病院で診察を受ける傾向が続いており、このまま消費者の一般医薬品離れが続く。
		高級レストラン（経営者）	・好景気になるような材料が見当たらない。土地柄、農業関係の事業者が頑張っていることで、多少は好影響があるかもしれないが、飲食業への影響は小さい。
		高級レストラン（スタッフ）	・秋冬の予約が思わしくないうえ、客層が変わってきているため、現状維持できるのかが心配である。食品の産地表示など、マスコミによる外食不安の影響も心配される。
		観光型ホテル（役員）	・足元の動きは良いが、8月以降の予約人数に力強さがなく、大きな売上増加とはならない。一方で、電気料金、重油価格、人件費などが軒並み上昇傾向にあるため、利益に関しては厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・タクシーの利用は天候に左右されるが、乗務員が集まらず、タクシーの稼働が落ちているため、会社の売上は前年より減少することになる。
		タクシー運転手	・今後に大きなイベントが控えていることから、多少は期待している部分もあるが、現状から、この先もあまり大きな変化はみられない。
		タクシー運転手	・例年、この時期になると売上が伸びてくるが、今月の売上は期待したほどではなかった。夏休みなどの影響により、観光客の入込が増加することを期待しているが、2～3か月先の景気は変わらない。
		タクシー運転手	・利用客の声から、消費税増税による利用控えが多少あることがうかがえるが、問い合わせや見積依頼が減っていないことから、今後も変わらない。
		通信会社（企画担当）	・来店状況などの客の動きから、しばらくは今の競争環境が続く。
		観光名所（従業員）	・豪華客船の寄港や外国人観光客の好調な入込が観光面でプラス要因となっており、今後の予約状況などから、現在の好調さが続くと思われるものの、天候不順が多くなっていること、鉄道会社の不祥事やトラブルなどを受けて鉄道を使った入込が弱含みにあることなどのマイナス要因もあり、全体としては変わらないまま推移する。
		観光名所（職員）	・電気料金の値上げや物価上昇など、消費者の負担増だけが先行しており、景気が良くなるという実感が全くわからない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		美容室（経営者）	・客の購買意欲には安定感があるため、何か大きな出来事がない限り、現状維持の状態が続く。		
		住宅販売会社（経営者）	・消費は回復基調にあるが、住宅市場は人件費の高騰、資材価格の値上がりなどで低迷しており、今後も注意が必要な状況にある。		
		住宅販売会社（従業員）	・変わるような要因がみられない。		
		住宅販売会社（役員）	・分譲マンションの販売価格の高騰はしばらく続く。この価格上昇はマンション需要に悪影響を及ぼすことは確かであり、当面、デベロッパーの慎重な分譲マンション供給体制は変わらない。		
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税後、客の状況がやや変化している。バーゲンの売上が不振だった店舗も多くみられ、展示会や催事などの売上也厳しいという声が多いことから、今後についてはやや悪くなる。		
		商店街（代表者）	・今後は、当地最大のイベントである夏まつりが終了し、消費が落ち込み始める時期となる。全国規模の大会などの予定もないため、例年並みの観光客の入込があっても、今月と比較すると、身の回りの景気は落ち込むことになる。		
		商店街（代表者）	・世間では景気が上向いているとの報道も多々みられることから、期待している面もあるが、今年の売上がまだ前年実績を上回っていないことが実態としてある。消費税増税、物価上昇、燃料価格高騰など、さまざまな要因があることから、今後についてはやや悪くなる。		
		スーパー（店長）	・ガソリン価格の上昇や、今後値上げされるとみられる電気料金など、物価高への懸念が消費者の警戒感を強めており、客の買い方がよりシビアになってきていることから、今後についてはやや悪くなる。		
		スーパー（企画担当）	・販売単価は上昇傾向にある反面、買上点数がやや減少しており、既存店ベースの売上も6～7月と低迷気味である。米、ドリンク、酒、加工食品など、家庭内備蓄がなくなっているとみられるような商材の売上も回復していないことから、買い控え傾向が強まっていることが表れている。		
		コンビニ（エリア担当）	・競合店が徐々に特売価格を下げてきているようであり、夏以降も厳しい状況が続く。消費税増税の影響は大きい。		
		家電量販店（店員）	・8～9月は起爆剤になるような要因がないため、今後についてはまだ期待できない。		
		その他専門店〔造花〕（店長）	・ガソリン価格などの物価上昇により、購買意欲が低下することが懸念される。		
		高級レストラン（スタッフ）	・元々、景気回復の兆しがみえないなかで、消費税増税があり、じわじわと効いてきている。また、賃金も底上げにはまだ時間がかかるようであり、景気が回復するような気配が感じられない。		
		旅行代理店（従業員）	・8月はビジネス需要が低下傾向となっている。9月は羽田便の座席供給量が前年より減っているため、伸びが期待できない。		
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・観光最盛期のピークを過ぎ、旅客、車両ともに輸送量が減少する。		
		悪くなる	○	○	
		企業動向関連 (北海道)	良くなる	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・下期の案件の話が増えてきている。
			やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・ボーナス増額の影響が若干出てくることを期待している。
				家具製造業（経営者）	・今後については、消費税増税の影響が薄らぐことになる。請負物件の需要は引き続き堅調である。
輸送業（支店長）	・計画、工期が遅れているが、今後は本来の動きが出てくることになる。				
通信業（営業担当）	・この先の新規案件数が増加傾向にある。また、周囲から人手不足、人件費上昇といった話も聞こえてきており、景気は緩やかな上昇基調にある。				
その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・今後の景気は緩やかな回復傾向を維持し、政府の規制緩和も徐々に進むだろうと思われる。				

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	
	変わらない	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・一般商品の販売量の増加は期待できないが、ものづくり補助金が適用される顧客の設備案件が多数あり、その分が上乗せになる見込みである。	
		食料品製造業（従業員）	・特に変化が見込まれるような案件がないため、今後も変わらないまま推移する。	
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・悲観するほどの状況ではないが、良くなる見通しもない。	
		建設業（経営者）	・工事の最盛期に入るが、機械、職人が不足しているうえ、資機材の単価も上がっているため、工程及び原価に影響が出ることが懸念される。	
		建設業（従業員）	・現在の人員不足及びコストアップが当面続くことになる。	
		輸送業（営業担当）	・天候が良いこともあり、小麦、てん菜、たまねぎ、ばれいしょなどの農産物の生育状況が順調であり、今後への期待が持てる。	
		金融業（企画担当）	・観光は外国人観光客の増加で堅調に推移する。個人消費は消費税増税の影響が薄れるが、ガソリンや電気料金などの諸物価が上昇していることもあり、横ばいとなる。建設関連は堅調だが、資材価格や人手不足による人件費上昇で収益が圧迫される。	
		司法書士	・国の経済政策がどの程度地方に浸透するかについて、今秋以降に状況がみえてくることになり、景気の良い、悪いもその時点でみえてくることになる。	
		コピーサービス業（従業員）	・最近、安い物を購入しようとする取引先の姿勢が目立つようになっており、こうした状況がしばらく続くことになる。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・現状の景気を押し上げるような要素が見当たらないため、今後も変わらない。	
やや悪くなる		金属製品製造業（従業員）	・消費税増税後の建築確認申請及び住宅着工件数が伸び悩んでいるため、今後についてはやや悪くなる。	
		建設業（従業員）	・建築単価の高騰により、入札不調や民間プロジェクトの中止が相次いでおり、来期に向けて仕事量の不足感が建設業界に漂い始めている。	
		司法書士	・電気料金の再値上げが予定されているため、景気回復どころか、景気の落ち込みが見込まれる。また、再度の消費税増税の可能性もあり、一般市民の懐具合は悪くなるばかりであり、今後の景気回復は考えられない状況にある。	
悪くなる		—	—	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—	
		やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・盆明けから年度内に人材を確保しておきたいという動きが高まることが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・労働力不足の影響は有資格者を求める業種のみならず、すべての業種でみられ始めており、労働力確保が企業の課題となってきた。	
	変わらない	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数が増加傾向にあり、従来、契約社員での採用活動しか行っていなかった企業が正社員採用を行うなど、しばらくは採用活動全般で良好な状況が続く。	
		人材派遣会社（社員）	・求人、求職者の増加は今後も続く。しかしながら、求人は、営業職などの企業の業績拡大に関連する職種や専門技能が求められる職種が中心であり、経験者であっても年齢の高い求職者は排除され、採用に結び付いていない。一方、若年求職者の希望職種は事務系であり、求人企業とのミスマッチが発生している。結果的に、企業は希望の人材を採用しづらく、業績の回復につながらない傾向がうかがえる。	
		人材派遣会社（社員）	・求人数の動きから、上向くような要因が見当たらない。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・有効求人倍率の高さと求人広告受理件数の動きが単純に結び付かなくなってきた。一方、人材確保が困難になってきている状況については、企業や業務内容による差が出てきている。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・業種により、求人数の増減にばらつきがみられるが、全体として大きな動きはみられない。人手不足の状況に変わりがないため、どうにか対応しようとしているのが現状である。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大都市圏の状況は分からないが、地方都市に関してはまだ景気が良くなっている実感がないにもかかわらず、募集しても人が集まらなくなってきた。人手不足により、生産性が上がらない状況も懸念される。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大都市圏の状況は分からないが、地方都市に関してはまだ景気が良くなっている実感がないにもかかわらず、募集しても人が集まらなくなってきた。人手不足により、生産性が上がらない状況も懸念される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・大きな変動要素がないため、今後については前年実績から多少増減する程度で推移する。
	やや悪くなる	職業安定所(職員)	・円安による燃料価格の高騰が続いていること、消費税増税後の経費上昇分を価格に転嫁できないことなどから、徐々に体力を消耗している企業があり、それらが倒産予備軍となっているため、今後の雇用動向がやや悪くなることが懸念される。
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)	良くなる	タクシー運転手	・乗客からも地元ラジオの投稿でも不景気な話は聞かない。この状況が続くと大変良くなるのではないかと。
	やや良くなる	百貨店(総務担当)	・好調である首都圏の景気が徐々に地方にまわってくる。建設業などでみられる一部需要が、消費、小売にも循環していくことを期待している。
		百貨店(営業担当)	・来客数の落ち込みもなく今後も全体的に景況感は良い。消費税増税前の駆け込み需要で前年比に影響が出始める12月までは景気は徐々に回復していくとみている。
		百貨店(経営者)	・消費税増税後はひと月ごとに回復傾向にある。また、秋物衣料やリビング商品の新製品が従来より多く提案されてきており、消費喚起につながっていくとみている。
		百貨店(経営者)	・消費税増税の影響がほぼなくなるとしており、首都圏の好況感が時差を経て地方にも伝わってくることを期待している。
		コンビニ(エリア担当)	・残暑の予想があるので客足が伸びることを期待している。
		コンビニ(店長)	・本格的な夏になり安定した来客数の増加が見込まれる。
		衣料品専門店(経営者)	・秋物が本格的に立ち上がる。単価が上昇し数字も雰囲気も盛り上がっていくとみている。
		衣料品専門店(店長)	・梅雨明け後にカジュアル用途のニーズが現状よりもさらに増えてくることを期待している。
		衣料品専門店(店長)	・秋になるとスーツの需要が出てくる。その売上で全体の売上も回復してくるとみている。
		家電量販店(店長)	・県内ではまだ建設業界を中心に復興需要があり、新規事業所の開設のために特にプリンターなどの事務用品が購入されているものの、大きな需要ではない。今後は底堅い景気に支えられて家電製品の需要が続くとみている。
		家電量販店(従業員)	・消費マインドは良い方向に流れており今後に期待が持てる。
		乗用車販売店(経営者)	・来客数、商談数が持ち直してきており、10月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動減が解消するのではないかと期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・客の中にはまだまだ潜在見込客が存在している。今は急いでおらず我慢している状況である。9月以降には動き出すとみている。
		乗用車販売店(経営者)	・再度の消費税増税に備えた駆け込み需要が顕在化する。
		住関連専門店(経営者)	・秋口に向けて住宅の完成がみえてくれば需要が出てくる。消費税増税の影響もある程度落ち着いてきており、買い控えていた消費者にも購買意欲が戻ることを期待している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・秋冬物の値上げが確定しているので、その前に駆け込み需要などの動きがあるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・大型催事が控えており来客数の増加が見込める。
		高級レストラン(支配人)	・消費者は使うところでは使っている。
		一般レストラン(経営者)	・消費税増税後でもそれほど影響は受けておらず、客の様子も比較的良いように見受けられる。暑い気候のため客がお金を使うような雰囲気となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・地元には好景気が伸びてきていないので、消費においても買い控えの傾向にある。しかし、この先の下期には我慢の限界のラインを超えて大分動いてくるのではないかとみている。そのためには天候の安定が非常に大きな要因となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊稼働は安定している。一般宴会やレストランの来客数も増加していることで期待感もあり上向いてきている。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税後の様子見が一段落する傾向がみられるのではないかと。
		通信会社（営業担当）	・購買意欲が若干上向いているなかで今後も新商品の投入を続けていくので、客の動きに期待を持っている。
		テーマパーク（職員）	・消費者に消費税増税が定着しつつある。
		観光名所（職員）	・夏休みや秋の行楽シーズンなどに向けて様々な施策を実施して来客数の確保に努めており、その成果に期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原材料、人件費、光熱費の高騰により業績自体は良くはないが、このまま回復基調で進んでいくとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・大手企業の上場企業の業務拡大及び進出があり、大型不動産と大規模建築受注が予定されている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税後の買い控えが薄まることを期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・これまでは先行きに懐疑的な見通しを持っていたが、思ったよりも良い状態であり、このまま続くのではないかとみている。
	変わらない	商店街（代表者）	・来客数が増えてきている時期に売上増になっていない状況の原因を真摯に分析、対処することが今後の生き残りには必要である。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税の影響をあまり受けずに推移しているが、まだまだ景気が安定しているわけでは無い。今後大いに期待をしているが、天候不順や台風などの影響でまた景気が下向く恐れもあるので、日々要注意しながら進めていきたい。
	変わらない	商店街（代表者）	・夏のボーナスシーズンを見越したお中元が今一つ伸び悩んでいる。また、修学旅行者や観光客の財布のひもは例年より固い。
	変わらない	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・出版点数、冊数共に減少傾向が継続している。市場に出回る新製品が変わらなければ現状のままである。
	変わらない	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・公務員や一流企業ではボーナスが出ているが、その影響が繁華街までにはなかなか回っていない。また、近隣の大型競合店が8月で閉店するというニュースもあり、悪い状況に変わりはない。
	変わらない	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・前年の売上は毎月前年比を上回っていた。消費税増税後の4月以降でも好調であった前年とまず変わらないため悪い方向にはなっていない。客の様子や販売量などをみてもまずは必要な物を買うので、このままの状態がしばらく続く。
	変わらない	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減からは立ち直りつつあるが、周囲に積極的な良い話題は少ない。ただし、更に悪化するという雰囲気でもなく、過去の経験からもこのレベルで当面は変わらないのではないかとみている。
	変わらない	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・秋物も全く予想がつかない。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・ガソリン価格が上げ止まりとなったことで、動きはいつもと変わらず客の買物の慎重な様子も変わらない。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・地方では消費税増税後も個人所得に変化はなく、節約志向はしばらく継続するとみている。
	変わらない	百貨店（売場担当）	・消費者の買い方には消費税増税が大きく影響しており、すぐの回復は見込めない。アベノミクス効果も一部の富裕層のみである。
	変わらない	百貨店（経営者）	・消費税増税後の消費者の慎重な買い方は続いており、来客数、客単価共に減少傾向にある。消費回復を実感できない状況はすぐには改善されない。
	変わらない	スーパー（経営者）	・ボーナスにもあまり期待できない。暑くなることを期待している。
	変わらない	スーパー（経営者）	・今月も諸経費の増加で中小企業の収益環境は厳しさが続いている。賞与の増加や有効求人倍率の改善などで消費拡大が期待されたが、依然として消費は停滞しており可処分所得の目減りや買い控えの強まりを懸念している。しばらくは消費に大きな変化もなく推移するとみている。
	変わらない	スーパー（店長）	・競合店への対抗策は講じていくが、集客、売上面での影響は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・消費税増税が生活を圧迫しているという客の購買意欲は変わらない。
		スーパー（総務担当）	・既存店の売上前年比のなかで花、牛肉、酒といったハレ型商品が特に伸びている。一方、ガソリン、電気料金などの値上げが続いているのでトータルでは景気は変わらない。
		スーパー（営業担当）	・客の消費税増税感は一続き変わらない。特に耐久消費財など緊急性の低い商品の購買は伸び悩むとみている。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税後は競合店間で価格競争やポイントなどの販促策による競争が激化しているが、客は unnecessary 商品は買わなくなっている。同業他社や百貨店でも状況は同じであり、日替わりやセールで集客して売上を作るというやり方が通用しなくなっている。
		コンビニ（経営者）	・3か月前に比較して来客数、買上点数共に増加しており、消費税増税は完全に織り込み済みである。客単価が現状維持でも、景気は横ばいもしくは若干上向くのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・今の傾向はもうしばらく継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も継続して競争店の新規出店がある。
		コンビニ（エリア担当）	・今の生活に慣れてCO2削減や省エネに対して特別に節約の意識を持つことが無くなり、普通の行動となってきている。
		コンビニ（エリア担当）	・特にプラス要素は無い。
		コンビニ（店長）	・消費税増税から4か月が経過し、思ったほどの消費の落ち込みはみられないが、来客数はやや減少傾向にある。ガソリン価格の高騰もあるので増加する見通しは立っていない。天候次第ではあるものの、それほど景気は悪くはない雰囲気がある。
		コンビニ（店長）	・夏に比べて売上は落ちるものの、廃棄や光熱費などの経費も下がるため利益はそれほど落ち込まないとみている。既存店に関しては競合店の出店予定もなく例年通りの売上になるとみているが、10月に新店のオープンも控えておりその店の売上にも左右される。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税以降、消費者の財布のひもは一段と固い。必要な物しか買わずに衝動買いもしなくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・お中元は低単価傾向や法人への一本化が増加している。
		衣料品専門店（経営者）	・購買意欲はあるけれど比較的消極的である。消費者は最低限必要なものは買い揃えなくてはいけないと諦めている。
		衣料品専門店（総務担当）	・この1年間は売上高が1割減の状態が続いており、景気が良くなる要因が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・季節商材の動きが例年に比べて遅い。
		家電量販店（店長）	・天候との兼ね合いもあるが、お盆商戦に期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響はもう大分無くなっているものの、なかなか販売量が増えていない現状もありあまり変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新規の客の来場が極端に少なくなっており、それが急に増えるというのは非常に考えにくい。
		乗用車販売店（店長）	・販売数減、収入減共に消費税増税の影響から回復しているが、今以上の好要素は見当たらない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税やあらゆる商品の値上げ、年金の引き下げなどにより所得格差が大きくなっている。景気が上向きだと伝えられるが消費には反映されないのではないかと。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元だけをみれば農作物の作柄など悪い要素がなければ今と同じ水準とみている。しかし、他の地域の新規取扱をかなり積極的に増やす必要がある。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・客は今後慎重になっていくとみている。材料費の高騰、納期の遅れ、職人の不足など、仕事に携わる関係が安定していない面もあり、一通りこなしてから手を出そうとしている。今まで同様に良くなる見込みは少ない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・ガソリン高騰などが家計を圧迫し、嗜好品である我々の商品の消費は抑えられてしまう。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税後は商品の売れ方が変わっている。客のニーズを早く捉え、売場に反映しなければ売上を確保できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・中東情勢が不安定な状況が改善される見通しが見えないため、高値での様子見がしばらく続くとみている。ウクライナやパレスチナ問題などが悪化し、このまま需要期である冬場に入りそうな懸念が強い。原油価格も高値で動きそうなため、消費マインドの冷え込みが一層強まりそうである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・猛暑により燃料消費が増え販売量の増加が見込める。しかし、節約志向と相殺され変化は望めない。
		高級レストラン（支配人）	・広がる格差に末端の我々にはなすすべがない。
		一般レストラン（経営者）	・このまま特に変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・生活スタイルが10年前と大きく変わっておりお金の使い方自体が変化している。部分的に良くなっているかもしれないが、全般的に景気の上向きを感じることは難しい。期待はしているが良い状況は続かない。
		一般レストラン（経営者）	・これから暖かくなるので良くなるかとみているがそれほど大きな変化にはならない。大きな事が無ければ3か月先も変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・お盆までは消費が控えめになる傾向がある。例年であればその時期を過ぎれば少しずつ景気が回復していたが今年は前年よりも人出が少なくなっており、景気は現状とさほど変わらないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今年の七夕は曜日の関係上で入込が少なくなっている。前年並みの状況をなんとか維持できるよう努めているが、来客数、単価共にしばらくは一進一退の状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みの予約状況はお盆に集中している。出だしも遅く手ごたえが弱い。売上が前年よりやや下回りそうな推移をしており良くなる傾向はみられない。紅葉もきれいな時期にピンポイントで直前予約が集中するので、前後は動きが鈍い。
		観光型旅館（スタッフ）	・夏休みが終わると、紅葉の時期までは例年落ち着いた状態になる。予約状況をみると変わらずに良い状態を保つとみているが、更に伸びて良くなるという程ではない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先の3か月間は法人需要が落ち込む時期であるが、今年は輪をかけて予約状況が芳しくない。目先を変えた企画などを打ち出しているが目に見える効果は出ていない。ホテル業においては回復にはまだまだ時間がかかるようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・各部門で改装を予定している。それに伴い工事期間中は減収となるがリニューアル後の増収に期待している。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税の影響は落ち着いてきており、今の状況を維持していくとみている。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響はまだ続いており、はっきりとした改善の見通しが立っていない。
		通信会社（営業担当）	・当面はこのままの景気水準で継続していく。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・帰省などで一時的に支出するであろうが例年並みであり、地方は好況感に縁遠い。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響が大きく、顧客からもいい話は聞かない。
		観光名所（職員）	・周辺施設のイベントや流行具合が落ち着けば客は戻るとみているが、それまでは今の状況が続く。
		遊園地（経営者）	・今後の天候にもよるが、ガソリン価格の高騰、物価上昇を乗り越えられれば前年並みをキープできる。
		競艇場（職員）	・現状維持が長く続いており、今後2～3か月で大きな変化は起こらない。
		美容室（経営者）	・今月の回復は賞与時期ということもある。今後は戦争などによる石油単価の上昇も懸念されるためあまり楽観視できる状況ではない。
		美容室（経営者）	・最近ではエステや着付けの新規客がほとんどいない。新規の客が増えないと売上にはなかなか影響しない。
		設計事務所（経営者）	・相変わらず先がみえない状況である。
	やや悪くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・これから先もたばこの売上はだんだん減っていく。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税になり企業の給料も上がっていない。工場も閉鎖する所が出てきておりこれからの動向としては悪くなっていくのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・中央の賃金や企業の利益増加の記事が目立つが、地方にはほとんど影響がなく物価だけが上がっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・繁忙期を外れて動きも落ち着くとみられる。良い時と悪い時の波が大きく、まだまだ景気の上昇を継続的に感じるには程遠い。
		スナック（経営者）	・思ったより納涼会の件数が少なく売上もあまり伸びていない。さらに、お盆休み明けは売上の大きな落ち込みが予想されるのでかなり厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・8月の入込は良好であるが9～10月は前年比を下回っている。日帰り客は奮闘しているものの、宿泊客と違って単価が低く売上増に繋がっていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業、団体などの利用は回復気味である。しかし、レストラン、宿泊、婚礼などの個人利用に関しては依然として来客数、売上共に前年を下回っており、来月以降の予約状況も前年以下の状況が続いている。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響により乗車率が非常に低下している。また、お盆を控えて乗り控えが目立っている。
		通信会社（営業担当）	・天候不順と中国工場の問題があり、物価の上昇や消費税増税でじわじわと悪い方向で一般市民に向かっている。40～50代の失業率が上がっており、稼ぎ頭の年代の雇用改善をしないとますます景気が悪くなっていく。
	悪くなる	商店街（代表者）	・当店のような高単価の店の回復はしばらく期待できない。
		スーパー（経営者）	・8月のお盆商戦を経て節約志向がさらに強まり、商品価格、原価などの値上げをなかなか転嫁しづらい状況にあって、客はさらに価格に敏感になり安い物を買う傾向にある。
		スーパー（店長）	・基幹店のすぐ側に大型店の出店があり、来客数、売上共に苦戦している。今のところは基幹店以外の店舗で売上をカバーしている状態である。さらに、今月末には当社の売上上位店舗のすぐ側に競合店が出店する予定であり、価格競争は激しさを増してパイの奪い合いは更に激しくなる。
		衣料品専門店（店長）	・大分緩やかになってきたとはいえ消費税増税の影響はまだまだ残っており、復興の特需である程度膨れ上がったマーケットの前年の数字を追い越していくのはなかなか厳しい。
		自動車備品販売店（経営者）	・月を追う事に下がる一方であり、好材料が何一つ見つからない。
		高級レストラン（経営者）	・大企業中心の収益が地方の末端までに届くには相当の時間が掛かり、良くなる見込みはない。
		企業動向 関連 (東北)	良くなる
繊維工業（経営者）	・良くなるとみているが、原油高、電気料金などの値上がり、労働者不足などが大きく懸念される。		
やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）		・廃業した同業者の顧客を引き継いだため、その分はプラスに転じるものの、大きく伸びる要因が見当たらない。
	電気機械器具製造業（企画担当）		・会社の構造変化に伴い上半期から下半期にかけて給与体系も変わる。その影響は基本的にプラスに働くため景気はよくなる。
	金融業（営業担当）		・前向きな資金需要が出てきている。
	広告代理店（経営者）		・大型生活用品店の開業により地元商店街の動きが活発となっており期待している。
	広告代理店（経営者）		・業界全体の動きが活発になっている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）		・地方まで到達した好況の影響を継続させようとする企業の販促活動が消費者の良いマインドを継続させる。
	金属工業協同組合（職員）		・消費税増税前の駆け込み需要の落ち込みから持ち直してきており、受注案件が増加傾向にある。特に半導体製造関連などの秋口の案件が増加傾向にある。
変わらない	農林水産業（従業者）		・8月のお盆前のももの収穫は例年より2～3日早くなり、盆前の単価が取れそうである。また、お中元の注文も例年通りであり期待している。
	食料品製造業（経営者）		・7月はお中元セールがあり、8月は七夕、お盆とトップシーズンを迎える。しかし、お中元セールの流れをみる限り景気に関係なくこのまま8月以降も推移していくとみている。
	食料品製造業（総務担当）		・お盆後の落ち込みは織り込み済みである。
	食料品製造業（営業担当）		・良くなる要因も無く状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工の先行きについては回復基調がまだみえていない。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・猛暑の影響で人の動きが悪くなり、景気に変化は無いのではないかとみている。
		土石製品製造販売（従業員）	・取引先の雇用状況はまだまだ改善されていない。一時的に景気の上昇がみられても、全体が回復されるまでには時間がかかる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、輸出環境が大きく改善されることはないが、国内需要は少しずつ戻ってくるとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・秋頃まで受注を見込んでいるところが多い。
		建設業（経営者）	・将来は物価の上昇や受注単価の厳しさなどが見込まれるので不安もある。
		建設業（企画担当）	・工事消化はピーク状態が続いている。技術者、労務などすべてにおいて不足している状況はしばらく続く。
		輸送業（経営者）	・6月が物量的に底だと思っていたが、今月になっても増える見通しになっていない。かなり厳しい状況にある。
		通信業（営業担当）	・好転する要素は見当たらないが、臨機応変に顧客の反応に対応していけば現状は維持できるものとみている。
		通信業（営業担当）	・デフレ脱却、地域格差解消、震災復興。これが進まなければ状況は変わらない。
		金融業（広報担当）	・景気の変動要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・東北の夏祭りに向けた気分の高揚感が続く。
		司法書士	・消費税増税の影響による景気の低迷から脱したものの、不動産売買件数としては例年に戻った程度であり、大きく変動する要因が見当たらない。
		公認会計士	・建設関係は人手不足、資材不足で人件費や資材費の高騰が続いており、この状況が落ち着かないと本格的な景気回復は難しい。小売りは消費税増税の影響が次第に和らぎ、徐々に売上が回復していくとみている。
		コピーサービス業（経営者）	・建設業は作業員の不足が続いており、竣工時期にも影響が出てきている。それに伴い、凶面のコピーサービスなどの業務に影響が出て先送りとなっている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・秋の季節商材に期待するも大きな魅力となる商材は見当たらない。
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・安定した状態がこのまま推移する。		
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・燃料価格の高騰とそれに伴う農業関係資材価格の高騰が今後も続くともみている。	
悪くなる	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・今は円安が定着してガソリンなど身近な物の価格が上昇している。それが原因で消費に敏感になり一般の買上が減少している状況があるのではないかと。これからは景気が良くなるとはなかなか考えにくい。	
雇用 関連 (東北)	良くなる	○	○
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・都市圏の景気が上向き基調を維持すれば、季節従業員などの求人数も上昇し地方経済にも波及する。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月を上回る傾向は続く。
		職業安定所（職員）	・6月に開催した新卒者向け求人説明会には前年より4割多い企業が参加しており、企業の採用意欲はおう盛である。
		民間職業紹介機関（職員）	・正規社員の求人増まで結びつくかは不明であるが、製造業に回復傾向がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・大卒の採用の振替をしているが、今年ほどの企業も応募者の量、質に不満を持っている。前年は内定者辞退が多かったという不満もあり、来年は応募者母集団の形成を更に強化していきたいという企業の声がある。そのことから景気は今後も良い状況が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・今後もまだ不確定、不安要因がある。
		人材派遣会社（社員）	・登録者数の伸び悩みは今後も続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人状況も業種によりばらつきが見られ、全体的に良い方向に向かっているとは言えない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・周りの経済状況に良くも悪くも変化はみられない。
	職業安定所（職員）	・求職者数の減少や有効求人倍率の上昇などの傾向が数か月連続で継続している。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数は約2年間ほぼ同数で推移しており、これから2～3か月は同じ数値で推移するとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高水準で推移しているものの求職者数の減少やミスマッチによる未充足求人が多く人材確保が困難な状況が続いている。今後の景気への影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・建設関係、食料品製造関係、医療介護関係で人材不足が続く、業務の停滞や受注を増やせないなどの問題も継続している。さらに、燃料費の高騰、電気代の値上げなどにより負担が増える傾向がみられており、大きな景気回復要因にはなっていない。
		職業安定所（職員）	・現在のところ大規模な企業整備、新規創業などに係る求人計画や雇用調整計画の動きはみられず、大きな動きは無い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・9月までの見通しによる上期通算の営業利益は黒字計上であるものの、計画比数%の実績でしかない。
		アウトソーシング企業（社員）	・数字が若干落ちてきているので、悪くなるとみている。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・動向的には、消費税率10%についての動きが再燃する秋口から更に落ち込むとみている。また、中東危機、資材の高騰、原油の高騰そして東京の給与ベースの高騰もあり、被災地側ではそれに対応しきれなくなっている。その反動が秋口から出てくるのではないかとみている。
悪くなる	—	—	

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・長い梅雨が明けてからは、売上が前年比114%、乗客数は同109%と好調である。残暑がどれくらい続くかということもあるが、秋の品ぞろえも視野に入れつつ取り組みたい。
		一般レストラン（経営者）	・乗客数からみても、単価をそれほど気にせずに注文している客が多くなっているため、この先も景気回復を感じる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・県外客の出費に比べ、遅れていた地元客の財布のひもが緩むのを期待している。
		百貨店（店長）	・日用品や衣類、雑貨を中心に売上が前年を上回るアイテムが多く出てきているからである。
		スーパー（総務担当）	・衣料品や住関連品の売上が悪いのは、消費税増税の反動の影響も若干あり、また、7月中旬まで気温が上がってこなかったことによる売上悪化のためでもあるので、今後は改善してくると予想している。
		コンビニ（経営者）	・幾らか客数が伸びてきているので、多少は良くなるのではないかと。
		衣料品専門店（統括）	・夏本番に入り、花火大会、夏祭り、七夕など各地でいろいろな催しが行われ、にぎやかになっている。秋に向けても多少は祭りがあるので、良い状態のまま持続するのではないかと。
		家電量販店（営業担当）	・消費税増税の影響も徐々に小さくなっていくと見込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・そろそろ景気も回復に向かっていくとみている。
		乗用車販売店（販売担当）	・今が最低なのでこれ以上悪くなるとは思わない。徐々に販売量は伸びてきているので、希望的観測論では良くなってほしい。今は来店してもなかなか購入を決めてくれず、サービス入庫での修理についても、出費を渋り、本当に直さなければならぬところしか修理しない。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税の影響が現在よりも少なくなると考えられるためである。
		観光型旅館（経営者）	・時間の経過と共に消費税増税の影響が減ってきている。また、ガソリン価格の高騰や、高速道路料金の割引縮小により、首都圏から近い当県への観光客は増えてくると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから多少でも景気が良くなってくれば有難い。今のところはそう高望みはできないので、希望的観測である。
		都市型ホテル（営業担当）	・3か月後ぐらいになると今の状況よりはやや良くなってくるかと思う。夏の時期にはレジャーによる集客、秋口に向けてはスポーツシーズンの団体宿泊等に期待できると考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（営業担当）	・夏から秋にかけて旅行需要は増加傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・家族旅行の機会が増える時期であることや、景気の影響を受けている職種の収入増で、前年と比べ出費増の傾向が見込まれる。
		遊園地（職員）	・新規施設による集客や外国人観光客の継続的な増加により、今後も引き続き多くの来園客が期待できる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・来客数等が増えており、今後しばらくは少しずつではあるが良い状態に向かうのではないかと考えている。
		美容室（経営者）	・高校卒業の生徒へのガイダンスでは、専門学校へ入学するより就職しようと考えている生徒が多く、少し景気が良くなったかなと感じている。
	変わらない	商店街（代表者）	・零細企業が大手企業の恵みを受用できるのはいつのことか。ことに地方の景気上昇はまだ先のようにみえる。
		一般小売店 [精肉] （経営者）	・台風のシーズンになり、湿った空気によって気温が上がって暑さが続くため、当分の間、人の動きは悪い。そのため相場も変わらない。
		一般小売店 [家電] （経営者）	・消費者は衝動買いや必要のない出費を控えている。商品の購入に至っても商品価値を考慮して購入する消費者が多くなってきており、購入量の少ない中での大型店との価格競争はより厳しくなりそうである。
		一般小売店 [家電] （経営者）	・まだ猛暑に期待できる。また、太陽光発電等についての客の関心もまだ非常に強いような気がする。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税、電気などの公共料金、ガソリン価格の高騰により実質的な手取りは減っているため、景気はそう簡単には上向いていかない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後、緩やかな景気回復を予想していたが、いまだ回復を実感できる状況に至っていない。地方都市では賞与増等の明るい話題もなく、今後の見通しが期待できる与件も見当たらない。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数は前年と大きく変わらないなかで、売上が落ち込んでいる。消費税増税後は価格に対する感覚がますますシビアになってきている。
		百貨店（店長）	・消費税増税の影響は徐々になくなりつつあるが、客の消費行動は慎重で、消費に勢いはない。
		百貨店（店長）	・客の動向を見ると、飲食店、書店はにぎわいがあるが、セール期間中のファッション関係の店への入店者が少ない。食品、飲食関係の売上は良くなると思うが、物販関係は現状のままが続く。
		スーパー（店長）	・今のところは悪い与件が見当たらず、身近な範囲では大きな変化はないと判断している。
		スーパー（統括）	・今回の消費税増税の影響はほぼ解消されたが、今後の景気を左右する原油高、外交問題、不安定な海外情勢に加え、2015年10月の再増税論議の活発化が景気全体を押し下げるのではないかと懸念している。
		スーパー（商品部担当）	・リニューアル店舗の売上増は見込めるものの、既存店における来客数増加が見込めない状況や、食品メーカー始め商品の値上がり傾向が強く販売増が見込めないため、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・客数が戻らない限り良くならない。
		コンビニ（店長）	・つい先目のように大きく気温が上がるとかがあれば、水物や冷たい物が引っ張る形で良くなると思うが、そうでもなければ特別景気が変わってくるような感じはない。
		家電量販店（営業担当）	・4月以降景気は回復していない。
		乗用車販売店（経営者）	・内閣の支持率が落ちて来ている。国債の大量発行や強引な政治手法で今後更に低迷に向かってしまう恐れもあり、景気の判断は難しい。
		乗用車販売店（経営者）	・更なる消費税増税に関連して、エコカー減税の廃止などといった自動車関連の税制の動きによっては新たな駆け込み需要もあるのではないかと考えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・ガソリン価格への不安からここに来て燃費や性能はもちろんのこと、ディーゼル車の相談も目立つようになっている。台替えに期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3か月先というところ、田舎では8月はお盆月で元々そんなに販売台数が伸びる月ではない。消費税がまた上がるという話もあるが、まだ今のところは現在の売れない状態のまま推移していく。
		住関連専門店（経営者）	・経済的にも政策的にも、明るい話題程度のものでいいので新しい対応策が必要になってきていると感じる。消費税の更なる引き上げに対して、消費者の警戒感が強まってきている。
		住関連専門店（店長）	・日用品を取り扱っているが、1人当たりの買上点数が増えていない。今後も良くなる材料が見当たらないため、変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・ガソリン価格に代表される物価上昇に対する防衛意識は今後も継続され、特に、生活品に対する節約傾向は当面続くと思われる。
		一般レストラン（経営者）	・景気回復は東京一極集中で、地方の方まではなかなか来ない。景気回復をいまだ実感できないでいる。
		一般レストラン（経営者）	・好景気を感じているのはほんの一部で、末端まで少しでも好景気を感じられる時が本当に来るのだろうかという状態である。弱い立場は弱いままにならないような対策が必要である。
		一般レストラン（経営者）	・やや良い状態が継続すると考えられる。
		スナック（経営者）	・良くなっていきそうな気配がないが、悪くなっていく感じもないので、もう少しはあまり良くない状態が続く。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないようにという意味である。地方でも良くなるようなアイデアはないのだろうか。なかなか努力だけでは景気は良くならない。
		都市型ホテル（副支配人）	・ガソリン価格高騰の影響で遠出を避ける傾向にあるため、ファミリー客の問い合わせを含めた予約は例年と比べ低調である。
		旅行代理店（所長）	・秋口の団体の動きが鈍い。
		旅行代理店（従業員）	・円安が進みすぎているからである。
		旅行代理店（副支店長）	・現状は夏休み等で個人客の動きがあるが、バスの運賃改正により、秋以降の旅行代金が値上がりするため、バスを利用する団体等については客離れが懸念される。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響もあまりないようだが、販売量もそれほど変わっていない。
		タクシー（役員）	・原材料の高騰からの判断である。
		通信会社（経営者）	・LPガス販売部門については、輸入価格、販売価格共に高止まりで、100%転嫁できずにいるため、利益はひっ迫する一方である。政策で円安に誘導して一番あおりを受ける電気やガスといったエネルギー事業は2016年の規制緩和で更に競争を強いられるようになる。化石燃料の中東依存度を下げ、人口減少に歯止めを掛けるような対応を取ってもらいたい。
		通信会社（経営者）	・ガソリンなどの値上がりにより、消費意欲が減り、節約志向が強まっている。
		通信会社（局長）	・これから猛暑、残暑で販売しにくい季節に向かっている。また、消費税増税後の消費抑制マインドがじわじわと現れ始めている。
		テーマパーク（職員）	・屋外施設であることから、天候に左右され易いため、ここ数年、ゲリラ豪雨など夕立への心配が絶えない。
		観光名所（職員）	・当地への鉄道アクセスの一つである路線が大雨の災害で不通となっている。しばらく復旧せず、影響が懸念される。世界遺産認定地への客の流れも若干の影響があるかもしれない。
		ゴルフ場（支配人）	・旧盆予約は相変わらず遅い。予約状況は例年並みだが、7月後半の梅雨明けで売店、レストランの飲料売上が急に伸びている。また、周辺で民事再生コースが発生する模様である。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は、入場者は前年比少々プラスであったが単価が伸び悩み、売上が伴わない状況である。向こう3か月についても、引き合いはほどほどにあるが、売上が伴わないので収支の改善はなかなか見込めない状況である。販売もこのところ鈍っており引き合いが少なく、今のところ収益の改善、プラス要因はあまり期待できない。
		競輪場（職員）	・G1レースの売上が期待したほど伸びなかったからである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向		美容室（経営者）	・やや悪い状況のまま落ち着いてしまう感じがしている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・欲しい物を買いたいという客の状況は変わらない。単価等も横ばいなので、将来を考えても変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・依然として世界情勢は混乱を極めており、先行きは不透明である。
		設計事務所（経営者）	・先の依頼も数件あり、状況はほとんど変わらないと思われる。
		設計事務所（所長）	・今後の景気はあまり期待できないが、夏のイベントを多く取り入れ集客を狙い、受注につながるよう努力したい。
		住宅販売会社（従業員）	・土石流による災害で電車が不通となっていることから、中京、関西圏からの入込に支障がでることと、ガソリン価格の高止まりの影響などが懸念される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・暑い日などは人の流れが郊外の大型ショッピングセンターに向いているようで、夕方の一時だけ商店街に常連客が来てくれるというところである。土日は早めに閉店する店も増えてきている。
		商店街（代表者）	・世間では景気が悪いということが浸透しているようで、余計な物を買うような雰囲気はない。休みに入ると子どもたちをあちこち連れて行くのにお金がかかるので、我々のような小売店の商売は良くない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・相変わらず地方の景気が上向くような対策が打たれていない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・商業だけでなく、地元の工業関係についても、大手企業の本社の経常利益等は最高利益ということだが、下請関係では良い話を聞いたことがない。
		コンビニ（経営者）	・8月までは現在の調子でいくと思うが、9月以降になるとやはりある程度販売量が落ちることが予想される。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月先は客数も減り、気温が高い時に売れる商品が売れなくなっていくのでやや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・当店は古い街中の中心部立地のため、7月中は夏祭り等のイベントが比較的天候に恵まれ、予想以上の来店客があった。しかしながら3か月後は通常に戻るなので状況は悪くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・通常の年であれば、残暑があっても8月下旬から9月くらいには薄手の秋物から消費が伸びていくところだが、残念ながら現状から考えると4月以降今まで我慢していた人はもっと我慢してしまいそうである。9月に入って極端に寒くなればまた別だが、経済環境は悪化している。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の駆け込みの影響からまだ脱していないようである。今後は暑さの継続が鍵となる。他に良い材料が見当たらない状況である。
		乗用車販売店（従業員）	・受注残が減少しているので、収益見通しがマイナスで推移している。
		自動車備品販売店（経営者）	・都市部では景気が良さそうだという話だが、地方では良い話がほとんどない。車の購入やその他価格に対して消費税が決定的にネガティブな印象を与えており、客の財布の締め付けが一層厳しくなっているため、先が読めない。
		高級レストラン（店長）	・消費税増税の影響は当然あるが、それ以上に電気、ガソリン、仕入材料の大幅な価格上昇により採算が悪化している。
		スナック（経営者）	・毎年のことだがお盆やお盆明けは売上が落ちる。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪いのでこの先も悪いと思う。
設計事務所（所長）	・当社だけのことかもしれないが、前月より少し下降気味である。		
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税特需の分が一気に反動で来たという印象が強い。増税で景気に急ブレーキが掛かったような気がしている。		
悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・小中学校は7月下旬から8月後半まで休みで、商店街の売出しが7月初旬からお盆明けまで行われているが反応はない。観光客は来ているようだが、買物をするような様子は見られない。これらの状況からあまり良くはならないと思う。	
	タクシー運転手	・地方ではタクシー業は良くならない。	
	通信会社（経営者）	・地方の景気は悪化の一途をたどっている。特に、消費税増税による影響がじわじわと締め付けている。	
企業 動向	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先である国内自動車完成メーカーの輸出量が増加しているため、先行きも良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北関東)	やや良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・本業の環境装置の商談も年間目標の予定通りに順調な受注があり、太陽光発電の事業についても大手電力会社との連携で来年の夏までめどが立ってきている。
		食料品製造業（営業統括）	・国産ワインに関するニーズは関係業者ばかりでなく和食関係者にも認知されてきており、国産ワインコンクールの開催も更に後押しし、順調に伸びつつある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年末商材の動きがあると同時に、夏イベント出店の依頼も例年より増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注見通しによると3月並みとまではいかないが、3月以降半分に落ちてしまった受注量が、2～3か月後には8、9割まで回復してきそうである。徐々に良くなっていく感じがしている。
		建設業（開発担当）	・公共工事はアベノミクス効果で受注額が前年比大幅増と、有難い状況が続いている。ただし、東日本大震災復興と東京オリンピック効果で東京都市部の建設ラッシュが一気にきて人件費が高騰し、受注してもいかに利益を計上するかという不安材料がある。建設業は10年以上縮小してきたため、作業員が高齢化し、材料供給施設も減少しているという問題がある。
		金融業（調査担当）	・駆け込み需要後の反動減の影響が薄らぐほか、建設業では公共工事量の増加、製造業では底堅い海外需要も景気の下支えになるとみられる。
		金融業（経営企画担当）	・小売業で、今後は前年並みかそれ以上の売上が見込めるとの声が多い。
		司法書士	・進出してくる企業等の相談は増えているので、少しは上向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）	・引き合いの状況から推測すると、今後は受注量、販売量共に増加すると見込まれる。	
	変わらない	化学工業（経営者）	・受注量等はあまり変わらないと予想している。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・現状維持に努めている。
		金属製品製造業（経営者）	・6月は仕事量が少なかったが、7月は多くなっている。得意先の都合によるので、先の見通しを立てるのは難しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここ2～3か月については全く変化がないが、新規取引先より具体的な製品について提示があり、話し合いを開始した。受注につながるかどうかは4、5か月先の予定ではあるが、営業努力の表れとして期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・期待していた中国向け建設機械関連の仕事は、いまだに在庫調整が終わらず、数が戻る見込みもないため、先行きは現状と大きくは変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・来月以降、新機種生産等、新しい動きの計画がないので、下期に期待したい。
電気機械器具製造業（経営者）		・新製品が増産されることを願うが、まだ不透明である。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・生産量は現状維持で推移していく。		
精密機械器具製造業（総務担当）	・落札による大手得意先からの受注があり、明るい兆しは見えつつあるが、受注量、販売量共にまだ低調に推移するものと判断しており、景気が良くなるとは考えていない。		
輸送用機械器具製造業（経営者）	・現在はやや良い状況だが、いつ悪くなるか、このまま継続して良い状況が続くのか、2～3か月先のことは全く分からない。		
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・来月はお盆休みもあり売上は伸びない。月の終わりに大きな卸の展示会があり、その売行きが秋からの商戦を占うことになる。卸では秋口からの商戦用に受注は確保できている。		
建設業（総務担当）	・公共の発注見通しを見ると今後仕事量は出てきそうな感じではあるが、資材等も更に高騰しそうなので、何ともいえない。		
輸送業（営業担当）	・今後は行楽シーズンに入り、特にバーベキュー用品や炭、園芸等のエクステリアの物量が増える見込みである。また、ネット関係の物量も増えそうである。しかしながら燃料高や高速代の見直し、車検、保険の負担高により利益の確保は厳しくなりそうである。		
金融業（役員）	・一部の業種については売上が増えているが、逆に材料費や人件費が上がっているので利幅は非常に縮小している。		

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
		新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・幾つかの店の話では、消費税増税に対する顧客の心理的負担はかなり軽減されてきているようだが、景気が良くなるとの確証はつかめていないということである。
		経営コンサルタント	・消費税増税の影響が徐々に表れてきて、設備投資や個人消費が足踏み状態になることが懸念される。
		社会保険労務士	・中小企業の賞与について、今まで出していたところは出したが、出していなかった事業所まで出すというところまでではないので、そんなに変化はない。
	やや悪くなる	通信業(経営者)	・ガソリン価格の高騰が物価に響いてきそうな気がしている。
		不動産業(経営者)	・将来の基幹となる業種での景気が委縮しており、拡大しているのはせつな的な業種である。先細り感がぬぐえない。
		不動産業(管理担当)	・今のところ、受注が増えたり、テナントの新規入居予定の話が全くないので、今後も良くない状態が続く。
	悪くなる	広告代理店(営業担当)	・広告宣伝は減る一方である。
食料品製造業(製造担当)		・光熱費もすべて上がり、利益を出そうにも出る状況にない。特に原料が上がりすぎて、今の価格帯が続けば、当業界は危機的状況に陥る。販売価格の値上げが生き延びていく鍵となる。	
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・毎月の資金繰りが本当に大変である。
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)	・長期に渡る公共事業の受注が得られたようなので、年末に向けて活発化してくると思われる。食品については結構暑さも厳しいので、値段が高騰する物が出てくるとみられ、まだ安定とは言い切れないところである。製造業は比較的募集も安定した様子なので良くなる。
		人材派遣会社(管理担当)	・暑くなり麺類の需要が増え生産計画が上がり、食品製造関連の派遣が増えると予測している。
		職業安定所(職員)	・すべての産業ではないが、事業主から人手不足であるという話をよく聞くようになった。
	変わらない	人材派遣会社(支社長)	・直接雇用というキーワードで進む方向がはっきりしてきているが、なかなかマッチングは進んでいない。紹介料を支払うことについて、当たり前という感じが定着しても、結果が出ないため、ますます人手不足感は出ると見込まれる。
		求人情報誌製作会社(経営者)	・まだ月によって景気の格差があり、もう少し先の動向を見ていかなければ回復したのかは分からない。
		職業安定所(職員)	・管内の求人数については、大手企業の影響を排除すると、ここ1年ほどほとんど変化がない。一部を除き製造業の仕事量は増えているが、直接雇用には慎重である。
		職業安定所(職員)	・求人数が少しずつ増加しているものの、伸びが緩やかになってきており、しばらく足踏み状態になると見込まれる。
		民間職業紹介機関(経営者)	・不況業種から好調な業種への労働者移動については、若年者は職業訓練等によりシフト可能であるが、中高年は希望賃金や経験相違等が大きな障壁となり、実態として困難な状況が続いている。
	やや悪くなる	人材派遣会社(経営者)	・今は大変忙しいが、3か月先に大きな仕事が終わり、その後の仕事がまだ決まっていないため、少し心配である。
		人材派遣会社(営業担当)	・中小零細企業の夏の賞与がこれから支給されるだろうが、減額あるいは出ない会社があるため、消費も見込めない。
		職業安定所(職員)	・4月からの消費税増税に加え、燃料価格の高騰によるコスト上昇などで業績や生産性への懸念が予想される場所である。
	悪くなる	—	—

4. 南関東(地域別調査機関：(株)日本経済研究所)

(—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	家電量販店(経営企画担当)	・消費税増税後の反動減の影響は、ほぼ消えたとみている。
		一般レストラン(経営者)	・客の雰囲気が大変良くなってきて、単価も段々と上昇し、来客数も増えてきている。堅実な値段のもの、しっかりしたものを売っていけば、客にも認めてもらえるということである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや良くなる	観光名所（職員）	・2～3か月後は9～10月で祭日が多く、観光地のため旅客が増えると期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・梅雨明けは遅かったものの、結構な暑さで売上に影響してくるものと期待している。
		百貨店（総務担当）	・夏のセールは比較的好調だったことから、秋冬物の販売時期には顧客の購買意欲が更に向上すると考えられる。
		百貨店（広報担当）	・景気の先行きは不安定であるが、表面上は株価や金価格が上昇気配で安定し、百貨店の顧客は資産効果で購買意欲は継続するものと考えられる。また、雇用も業種でばらつきはあるものの順調で、社会的にもこのまま景気が上昇傾向になる要因がそろっている。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税の反動減は一部商品にみられるが、売れている商品の1品当たりの単価は前年を上回っており、売上もおおむね前年を超えてきていることから、先行きはやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・天候予見も影響するが、消費マインドは維持されているため、秋商戦には期待している。
		百貨店（店長）	・小売に関しては予想より厳しい推移だが、秋にかけては全体の商況は悪くないため、期待が持てる。
		百貨店（営業企画担当）	・当初の想定より時間はかかっているものの、消費動向は回復基調にあり、賃金、雇用情勢も改善に向かっている。ただし、その足取りは力強いものではないため、海外情勢や国内の政治情勢の変化で株価や景気が影響を受ける懸念が残る。
		百貨店（副店長）	・夏の天候にもよるが、ジャストシーズンの商品が動いていけば、クリアランス、催事と連動して売上を上げていくのではないかと。
		百貨店（計画管理担当）	・4月以降、徐々に戻りつつあるため、緩やかな回復基調が続く。
		スーパー（店長）	・若干希望的な観測もあるが、競合店等の大きな要因はないため、前年並みの予算を立てている。何とかいろいろな知恵を出しながら頑張って、3か月後は前年実績、予算共にクリアしなければならぬと考えているので、今よりはやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・世の中のムード的なものがあり、アベノミクスの成長戦略が評価されるのか疑問はあるが、やや良くなる。
		家電量販店（統括）	・秋の新製品が市場をけん引するであろう。
		乗用車販売店（営業担当）	・下半期に向けて新型車種の攻勢があるため、期待を込めてやや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今まで建築関連のトラックは異常な高値だったが、ここに来て多少落ち着き、正常な値段になりつつある。それでもまだダンプカー、ミキサー車、クレーン車の需要は高く、価格も乱高下しているが、ある程度正常な値段で継続していくと思うので、やや良くなっていく。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税後、ハイブリッド車は引き続き好評だが、受注総量が前年15%減と思うように伸びていない。ボーナス需要も思ったほどではないものの、来場者は増加傾向にあるため、今後は期待も込めてやや良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・今後、回復傾向にないと年度業績に支障をきたすため、何としても回復してもらいたい。
		住関連専門店（営業担当）	・ボーナスの増加やデフレ脱却の兆しが報道される等、まだ実感できるほどではないが景況感、消費マインドは今後、徐々に上向いていく。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・上昇のテンポがやや鈍と思う。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・秋になれば商品も増え、また違ってくると思う。
旅行代理店（従業員）	・予約状況はまだ前年の半分であるが、国内の大型団体旅行が前年に比べ増えている。		
タクシー運転手	・6年後の東京オリンピックに合わせてか、都内では至る所で道路工事が行われている。ガソリン、物価の高騰は物ともせず、今後景気は良くなるとのメディアの情報に流され消費する。		
タクシー運転手	・梅雨明け早々に暑い日が続く、近くで悪いと言ってタクシーに乗り込む客が増えている。暑さしのぎに良いのかもしれない。これから花火大会、祭り、暑気払いなどの機会が多くなり、タクシーの利用も増える。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・大手と中小企業の客の様子だが、悪くなっていると答える客がほとんどいなくなったため、今後を期待している。
		通信会社（経営者）	・景気は気分である。シニアはお金を持っており、使いたくて仕方ない人も大勢いて、我慢ができずに使おうという気分を抑えられなくなってきた。
		通信会社（管理担当）	・スマートフォン教室からタブレット教室が主流になってきている。利用世代の増加を好意的にとらえ、やや良くなるとみている。
		通信会社（総務担当）	・夏季レジャーやお盆効果で少し景気が上向く。
		ゴルフ場（支配人）	・夏が終わる9月からの予約数が順調に推移している。今年の来場者数は前年の15%増を見込んでいる。
		ゴルフ場（支配人）	・第1四半期の様子から、来客数の増加傾向が顕著で夏場を中心に同じ傾向が続く。
		パチンコ店（経営者）	・4～5月ぐらいの消費税増税の影響から落ち着いてきており、客の足がこちらに向くようになってきた。徐々に客数も増えてきているので、2～3か月先は期待も込めてやや良くなる。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・東日本大震災時から3年がたち、当時、新車登録された車の車検整備の需要がようやく上向いてくるのではないかと。また、秋以降、いくつかの新車の発表によって業界の景気も若干上向くと考えている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・上半期の売上は消費税増税の影響で期待できなかったが、9～10月については大分落ち着いた状況になり、消費意欲に期待が持てる。下半期は総合的に経済が上向き傾向になると考えている。
		設計事務所（経営者）	・顧客のプロジェクトの多くがゆっくりとした時間のかかるもののため、すぐに身の回りの景気に結び付くとは考えにくい、利益に直結するものではないことを計画しているということは、先々のことを考えられているということではないだろうか。
		設計事務所（所長）	・徐々にではあるが新しい計画が成約へと向かっている感がある。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は数か月消費が落ち込むと言われており、その後、大企業は景気が回復すると思う。しかし、我々中小企業においては依然、不況の中に取り残されてしまっている。中小企業向けの景気対策を期待しているところである。また、個人の所得も増えていないので、その対策も必要である。希望的観測を含めてやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・今より悪くなることはないという楽観的な考えと、来年の消費税増税前の駆け込み需要がそろそろ期待できるのではないかと思ひ、やや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・当分、景気の落ち込みはなく、都内の売りアパートは今後も順調に販売していけると考えている。次の消費税増税のタイミングまでは良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・5～6月よりはいくらか回復してきているといいながら、やはり消費税が3%上がった影響がまだあるのは否めない。もう少し回復してくれると有り難いが、なかなか思うようにいかない。
		商店街（代表者）	・最近の天候は大分昔と変わってきており、35度以上の日が続くようになると、非常に人の出が悪くなる。これからは売上を上げるのが大変である。
		商店街（代表者）	・消費税増税やガソリンなどが非常に上がっているということで、変動をどうみていくか非常に難しい判断で、そう変わらないのではないかと思う。
		商店街（代表者）	・梅雨に雨が多く降り、当商店街は屋外型のため影響があった。天候にもよるが、からっと暑い夏が来たら梅雨の分をばん回すのかもしれない。今のところ全体的には消費はおとなしい。
		商店街（代表者）	・アベノミクスが掲げる経済成長好循環が、末端の商店街に波及してこない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費者も必要なものは購入するが、ガソリンや食料品などが値上がりしているため、ぜいたく品や急ぎではないものは購入しないのではないだろうか。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・道路工事の計画線に入っているため近隣の店が壊され、商店街近辺は空き店舗ばかりになってしまっている。人の流れが変わっているようで、良くなるということはない。

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〔家具〕 (経営者)	・消費税が8%になって景気が少し悪くなるのかと思ったが、段々と消費税に対して慣れてきたようである。ただし、景気が良くなってはいかないので、現状維持であれば良いと思っている。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・売上向上は第一目標だが、印材やケース等の値上がりりが非常に多くなってきており、それを小売価格に反映することが難しく、悩んでいる。利益を非常に圧縮されつつある。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・良くなって欲しいという希望と最近、中国の食品問題が話題になっているが、責任を持って専門店が販売をしていけば、客はついてくるような感じを持っている。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・適度な夏の暑さで来客数が極端に減るというような猛暑でもなく、良い状況である。ただし、秋口にどうなるかよく分からない。少し前は消費税増税での変化があったが、現在は落ち着いており、景気が良い状況が持続していく。
		百貨店(売場主任)	・中間層に賃金上昇の恩恵が行き渡るまで、やや時間がかかると思う。規制緩和などの進展次第である。
		百貨店(総務担当)	・かなり好業績を収めている業種もあるが、全般的にはまだ業績回復できないところも多く、前年を上回るようなペースになるには、まだ全体の環境が整っていない。物価は上がってきたが、個人の所得がなかなか上がっておらず、このまま同じような状況が続く。
		百貨店(総務担当)	・現状から考えると当店で消費が良くなる具体的な要素はなく、今後も同じように推移する。
		百貨店(営業担当)	・梅雨明けが遅れたことと夕方のゲリラ豪雨の影響もあり、婦人服、服飾雑貨を中心に低調である。夏本番となる8月に夏物衣料、服飾雑貨の動向に期待したい。
		百貨店(営業担当)	・良くなる兆しは見られない。価格競争はまだ行われており、取引先は在庫を持たない傾向が強くなり、売れるものしか作らず、あえて挑戦や無理はしないメーカーが多くなっている。そのため、商品数の減少を招き、確実に売上は上がらない構図になっている。
		百貨店(営業担当)	・天候による商品動向の波はあるものの、全体的には緩やかな回復基調にある。街中では特に、外国人観光客が増加を実感できるほどあふれかえっている。東アジア系というより東南アジア、ヨーロッパ系が中心とみられる。8～9月は猛暑で外出を控える傾向があるが、過ごしやすくなる秋口からはアパレルをはじめ、堅調に推移する。
		百貨店(営業担当)	・消費行動が上向き条件はまだはっきり見えていない。少子化対策等では、子育てが終わっている団塊世代のミセス層には魅力がない。景気刺激策の更なる強化がなければ変わらない。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税によるマイナス影響は、これまでの状況をみていると落ち幅は小さいものの戻るスピードが鈍く、回復まではまだ時間を要する。
		百貨店(販売促進担当)	・現在の厳しい状況は、数か月続いていく。
		百貨店(販売管理担当)	・クリアランス時期には消費税増税の影響は払しょくできると想定していたが、いまだに大きな影響を受けており、高額品だけでなく、日用品や最寄品についても回復する兆しが見られない。
		スーパー(経営者)	・小売業の場合、この暑さでは消費が鈍るため、年末ごろには良くなる。
		スーパー(販売担当)	・広告の商品や日替わりの安い商品などを買い回り、価値のある商品、単価の高い商品などはあまり買わずに必要最低限の物だけですぐレジに並んでしまうという状況が多くみられる。
		スーパー(店長)	・日々の購買動向にさほど変化はみられないが、必要最低限の買物で済ませる状況は続いており、好転する気配はみられない。
		スーパー(総務担当)	・頻度性の高い物の売上があまり伸びておらず、食料品についても生鮮関係、更に乾物、調味料などの生活必需品も伸びていないというような状況である。収入の増加というようなニュースが流れている割には、スーパーでは客の購買意欲がみられていない。今後もこの状況が続く。
		スーパー(営業担当)	・当分の間は回復基調で好調な状況は継続される。しかし、世界的な情勢で円高、株安に振れてくると、将来への不満の高まりから景気が落ち込むことが予想される。

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
		スーパー（仕入担当）	・消費税増税後、4月が大きく落ち込み、5～6月と回復してきたが7月が来客数減となっているため、8～9月も同じように推移すると思う。
		スーパー（仕入担当）	・秋以降、競合店の出店が続き、オーバーストアの状態になることが予想されるため、価格志向が強まり、販売価格の見直しが必要になると思う。
		コンビニ（経営者）	・近隣に業務スーパーがオープンしたため、来客数、単価共に割れている。しばらくはこのまま続く。
		コンビニ（経営者）	・どちらに向くかまだ不透明なためである。
		コンビニ（経営者）	・プライベートブランド商品、コンビニカフェ等の高付加価値商品の伸びは今後も続くと思われるが、超人手不足の解消のめどが立たず、時間給を大幅に上昇しても人手不足解消に至らないため、一部店舗の閉鎖を模索中である。
		コンビニ（経営者）	・前年と比べると下がっているが、今年の流れから判断して変わらないと回答した。来客数、単価共に若干下がっており、下げ幅が急に大きくなるということはないが、この傾向はまだ続く。上がるという予想はどうしてもできない。
		コンビニ（経営者）	・夏が平年並みの暑さになり一安心も、単価からみると不安はある。9月まで暑さが残れば客の動きに期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数トレンドに大きな変化がみられないためである。
		コンビニ（店長）	・コンビニが周辺に集中し、また、大型スーパーの出店もあり、厳しい状況である。
		コンビニ（商品開発担当）	・高単価商品の動きが少し良くなってきたが、来客数減は依然として続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・昇給、ボーナスなどの話もなかなか聞こえず、帰省、旅行などの外出を自粛している様子で、景気回復はまだ先のようなのである。
		衣料品専門店（経営者）	・原材料等の値上がりで秋物の値上げの話が大変多く来ているため、不安材料が多い。
		衣料品専門店（経営者）	・石油や様々な原材料が上がり、消費動向がどうなるかというのは9、10月にならないと分からない。若干、品物の流れは良いが、値段が上がるとどうなるのか心配である。
		衣料品専門店（経営者）	・生活必需品の値上がりや消費税増税により、衣料品の購買意欲が落ちているように感じる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車整備は順調で良くなっているが、販売は先月まであまり良くなかったものの、今は良くなっている。しかし、来月も良くなるとは限らない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車を購入しようとしている客の動きがまだ悪く、なかなか成約に結び付かない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が発売になっても販売量が増えることがないように感じる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・良くなる要素がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税によって、消費者がお金の使い方を厳しく選別しているのかもしれない。
		高級レストラン（副支配人）	・秋以降の宴席予約状況もあまり芳しくない。法人名での宴席予約でも、最終的には個人の財布から費用が捻出されており、会社からの支出の割合は低い。
		高級レストラン（支配人）	・料理単価等、1人当たりの単価を上げて大丈夫なほどの勢いがまだ感じられない。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先はあまり変わらないと思うが、10月ごろになるので少しは売上が良くなる。景気もとても良くなってきたという感じはしない。客の使う金額も1～2年前とあまり変わっていない。
		一般レストラン（経営者）	・このところオリンピック関連の講演や催しが行われているが、周りの反応は今一つである。
		一般レストラン（経営者）	・思ったほど消費税増税の影響は少なかった。飲食店7店舗を運営しているが、3店舗は前年を大きく上回っており、2店舗は変わらず、残りの2店舗は大きくマイナスで、まだ厳しい状況である。
		一般レストラン（経営者）	・円安でガソリンや様々な輸入物が高い感じがする。仕入商品も高止まりのまま変わらず、景気が良かったという実感はあまりない。一生懸命働いていても利益が少ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（スタッフ）	・オリンピックで建築関係が進んだとしても、さほど良くはなく、貿易赤字でどうやって回していくのだろうか。悪くはないが、良くもなっていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年10月に消費税が更に上がるまでは変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約を見ても動きが鈍く、特に10月は前年と比べて落ち込みが激しい。消費税増税に加え、原材料の高騰などマイナス要因が多く、景気が良くなる気配も感じられない。観光シーズンを迎え、直近の動きに期待したい。
		旅行代理店（経営者）	・現状維持が精一杯である。
		旅行代理店（従業員）	・前年比での見込み及び進捗が思わしくなく、売上は93%である。
		旅行代理店（支店長）	・2か月後の9月は非常に厳しい動きになっているものの、3か月後の10月の出足はやや良いため、両方を考え合わせると変わらない。
		タクシー運転手	・今のところ変化が感じられないためである。
		タクシー（経営者）	・燃料の高騰や保険料の値上げなどの外的要因を警戒し、消費は抑えられる。
		タクシー（団体役員）	・梅雨明け後の猛暑により、今後利用客増が多少期待できるものの、夏休みを控え、出費が抑えられる。
		通信会社（経営者）	・獲得は好調が続いているが、営業マンおよび訪問系の客サービスの人員確保がかなり難しくなっている。
		通信会社（経営者）	・相変わらず客の料金に対する目が厳しい。
		通信会社（社員）	・良くなる要因もないが、悪くなる理由も想定されていないため、現状のまま推移する。
		通信会社（営業担当）	・同業他社との競争が激しくなっており、状況に大きな変化はみられない。
		通信会社（営業担当）	・客から所得が増えているような話を聞かないため、しばらくは景気は横ばいのように思う。
		通信会社（営業担当）	・新聞折込等を実施しても大幅にレスポンスが増えているわけではなく、今後も横ばい状況は続く。
		通信会社（局長）	・4Kテレビの普及がトリガーとなっているが、配信元の仕様面等が決まっていないこともあり、当分の間、普及までには至らない。
		通信会社（営業担当）	・景気回復につながる材料が見当たらない。日々の暮らしの中で、物価の上昇傾向を感じる場面が多くなり、意識的に消費を引き締める傾向となっているのではないかと。
		ゴルフ場（従業員）	・景気が上昇する国の政策がみえておらず、実感もない。
		美容室（経営者）	・消費がすごく落ち込んでいる。安い方へと客が流れている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣にマンションの計画が数件持ち上がったため、空き店舗の契約が決まった話などが出てきているため、今後2～3か月先ではまだ景気は持ち直さないとと思うが、来年には良くなる。
		設計事務所（職員）	・大型案件が少ない一方、中小規模案件が多い傾向も変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が伸びていない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・依然として住宅関連の資材の受注低迷が続いているため、明るい材料はない。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・厳しい暑さがまだ続きそうで、ガソリンや食品などの値上がりで、消費が冷え込むのではないかとと思う。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・連日の暑さでエアコンの売上は良いものの、AV機器関係の売上が悪い。秋口からの売上が心配である。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・7月ほどの景気は見込めない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・当店の客は年金受給者の割合が多いため、じわじわ効いてくるのではないかと心配している。客の業種によって大分景況感が違ってくるが、悪くならないことを願っている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・夏のむし暑い時期が続くとお茶の販売量は低下傾向が続くが、夏場の冷たい麦茶だけでなく、水だし煎茶ティーバックなどの注文も少しずつ増えているものの、ペットボトルの手軽さには歯が立たない。
		スーパー（経営者）	・2月ごろから大分良くなってきたが、今月は落ち込みが出てきた。この傾向が続くのではないかと思っているため、景気の上振れがあれば良いが、このままでは下降気味である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・乗客数は横ばいながら、客単価上昇に伴う売上確保はできている。今後、生活防衛が進み、割引日、ポイント日、還元日などに購買行動が集中していくと思う。平日の来客数は横ばいか減少傾向である。
		コンビニ（経営者）	・天候に左右されやすく、景気が良い時は天候に関係なく売れたが、駄目な時はとてつもなく駄目になる。
		コンビニ（経営者）	・7月のようにいつまでも高気温が続くとは思えないが、相乗効果で全体的にアップする。
		衣料品専門店（経営者）	・現状の猛暑だとセールが苦戦し、晩夏初秋物の対策が不安である。予想以上に財布のひもが固く、更に行楽に費やす分、衣料に回る予算がみえない。
		衣料品専門店（店長）	・景気が良くなってきているという報道があるが、給料などの収入が上がってこない状況でガソリン価格や材料費が早くも上昇しているため、実際には売上が減少してきている。
		衣料品専門店（営業担当）	・8月も猛暑が続き、9月は残暑が続くため、人が出なくなり、秋物が売れるわけでもなく、夏物も夏枯れしていくため、売上はかなり厳しくなる。
		家電量販店（店員）	・消費者が必要な物は問題なく動くが、家電量販店全体としてみると販売量は減少していく。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税が家庭内で浸透しきっていない模様で、買い控えから脱却することができないのではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・一番気になるのは競合店だが、秋に決定される消費税の動向により、多少の影響が出ると思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・更なる消費税増税や税制改革に伴う負担増が消費マインドの足かせとなるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・夏場で売上が下がり、秋に負担がかかってくる。秋が最悪の状況になると思う。
		タクシー運転手	・所得が上がっていないため、消費が滞ってくる。所得が上がらないと回らないところが多いのではないかと。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・2～3か月先は夏季の反動によって落ち込む時期にあり、原油価格や原材料費の高騰が景気全体に及ぼす影響も懸念される。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ここのところ夏期講習も以前と比べ少なくなってきている。問い合わせの数も減っているため、大手等が進出しているせいかもしれないが、ここ3か月ぐらいは下降線をたどっている。上り坂になる傾向はみられない。
		設計事務所（経営者）	・行政の仕事が診断業務から大規模改修に移り変わり、仕事の取り合いが顕著にみられている。一般的な増改築も単価が非常に上がり、資材の高騰が目につく。近隣の工務店及び設計事務所においても仕事が激減している。この先についても想像がつかず、仕事が多いところと少ないところの二極化が進んでいる。オリンピックの景気に影響されている感じがする。営業が非常に難しい時期になっている。
		設計事務所（所長）	・設計はびたりと止まってしまっている状況だが、それが続くと先行きが非常に厳しく、大変なことになるのではないかと。
		設計事務所（所長）	・単価の状況がつかめず、厳しい状況になっている。景気は良くなる方向ではなく、近い将来悪くなる。大企業ばかり良く、中小企業は悪い方向にいつている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注が落ちているため、受注残が減少している。このままでは売上に影響が出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量の増加がみられない中、建築資材や労務費の上昇により粗利が減少しており、利益確保が困難になってきている。
		悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）
一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、客の奪い合いでデフレから脱却できない。		
スーパー（総務担当）	・競合店がオープンして1週間以内だが、直近で更に1店舗オープン計画があり、今後の見通しも厳しい。		
旅行代理店（従業員）	・バス代が新料金制度へ移行し、高騰が予想されている。予算のない団体旅行は今後、行われぬ可能性が高い。		
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（経営者）	・国の施策もあり、次の消費税増税前までは設備投資が盛んになることが考えられる。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税後の反動減から回復する。

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	
(南関東)		食料品製造業（経営者）	・建設関係の客の来店頻度が段々高くなってきている。会社関係の需要が増えていきそうなので、良くなっていく。	
		食料品製造業（営業統括）	・今年は冷夏が予測されていたが猛暑が続く見込みになり、飲料を中心とした売上、来客数増に期待する。	
		繊維工業（従業員）	・今までとは違って、少しはオリジナル商品も手にとって見てもらえるようになってきている。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・6～7月と続けて悪かったものの、7月末になり、話が少し出てきている。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の季節的な状況により、やや良くなる。	
		金属製品製造業（経営者）	・受注は好調でしばらくは続きそうである。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品が軌道に乗り始めたことや、秋から冬にかけての暖房シーズンに入り、当社の商品も引き合いが増えてきている。	
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響が長引いていることに加えて、猛暑による暑さで外出機会が減っている。	
		建設業（経営者）	・全般に忙しく動いている。先の話もよく聞くようになってきている。	
		建設業（従業員）	・受注量から2か月ぐらい先は景気が良くなっている。	
		建設業（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要で仕事量が増え、4月より当社も含め各企業の給与支給額も増えていると聞いている。景気回復の兆しが見えてきていると感じている。	
		輸送業（経営者）	・百貨店への売上は今のところまだそれほど高くはないが、これから上がってくると思うので、景気はやや上向く。	
		通信業（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要やOSサポート終了に伴う更新需要の反動減による影響が徐々に薄れていく。	
		金融業（統括）	・徐々に景気回復の傾向が出てきており、今後もそのような傾向でいく。それほど大きな伸びはないため、若干上がると思っている。	
		金融業（支店長）	・消費が戻ってきたということが一番大きく、様々な業種の売上も伸びるため、景気がやや戻ると思う。	
		金融業（役員）	・小規模企業事業者や地方都市にまでアベノミクスの効果を訴える方法は、確実に人々の心を前向きにさせつつある。	
		不動産業（従業員）	・商業用賃貸物件の問い合わせも多く、駅周辺の空き店舗がなくなっている。今後も続くと思われる。	
		税理士	・上場企業等がリーマンショック前の利益に戻ったと新聞等でみるが、それが中小企業まで全然来ていない。一つにはアジアなど海外に外注して、日本の中小企業に来ていないということもあると思う。アベノミクス効果で政治から変わっていくような気配があるので、その動向を見守りたい。	
		税理士	・消費税増税前の買い置きもなくなり、消費に拍車がかかる見込みである。	
		経営コンサルタント	・市内企業のアンケート調査を行った団体職員の話では、今年は約半数の企業が賃上げをしており、上げ幅を拡大している企業が、ここ5年で最高であったという。そして、各企業とも人事戦略の位置付けを上げている。こうした動きは、経済界全体に広がっていくのではないかと。消費の面にもその影響は出てくるとのことである。	
		経営コンサルタント	・中小企業向けの景気促進施策、補助金などの効果が出てきそうである。	
		変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は事務関係のゴム印の間屋への支払が多かったものの、会社設立の印鑑が通常8本ぐらいのところ5本と少なく、まだ楽観できないため、見通しは変わらない。
			化学工業（従業員）	・ガソリン、軽油の価格上昇により運送費の値上げがあり、経費は増加しているが受注量は相変わらず横ばいで、景気が良くなるとは思えない。
			プラスチック製品製造業（経営者）	・当社の受注は減っても増えてもいないが、同業他社で廃業する会社が出てきているので、先々の見通しは良くない。
			プラスチック製品製造業（経営者）	・医療容器や化粧品容器の受注は2～3か月先まで確保しているため、消費税増税の影響で落ち込んだ住宅関連部品の受注が回復してくれば利益アップにつながる。
			金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興関係とオリンピック向け関連の合理化設備の話があり、仕事が決まれば3～4年ぐらいは良い方向に向かうのではないかとと思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経営者）	・新しい受注も何件か来ているが、見積を出しても安くないと取れず、皆単価が安い。赤字になってしまうような状況のため、あまり良くない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・中小零細企業がアベノミクスの影響をほとんど受けていない。ボーナスを払えるようなところはほとんどない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・日本は底力が強いので、何かがあっても大きく良くなったり悪くなったりということはない。
		建設業（経営者）	・中小企業に対しての対策は明解になっておらず、実施されていない。アベノミクスでは無理だと思う。
		建設業（経営者）	・消費税が10%になるかによって大きく違ってくる。
		輸送業（経営者）	・そうあってもらいたいという気持ちで変わらないと回答したが、良くなるかどうかは分からない。
		輸送業（経営者）	・燃料価格の高騰や人手不足への対応等の経費は減少の兆しがみえず、現況が長期化する感が強く、経営の先行きに大変懸念している。
		金融業（従業員）	・消費税増税による影響は限定的であり、多くの企業においては緩やかな業況回復が続く見込みである。ただし、仕入、原材料価格の上昇傾向が続いており、収益を圧迫する要因となることが懸念される。
		金融業（支店長）	・新たな設備投資もあるがキャッシュフロー範囲内での投資であり、現預金を取り崩して充当しているケースが多い。銀行借入も伸び悩んでおり、もう一段の景気回復までは至っていない。
		不動産業（経営者）	・現在と同じような状況が続く。古い物件をたくさん抱え、苦勞している。
		不動産業（総務担当）	・相変わらず郊外型のファミリー向けマンションの売行きは悪く、完成して半年経過しても2割ほど残っている。売切るには思い切った値引きが必要と考え始めている。
		広告代理店（経営者）	・今月の状況が、しばらくは続きそうである。
		社会保険労務士	・良くなるという要素が全く見当たらない。
		経営コンサルタント	・原材料の値上がりが懸念される。
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先である国内製造工場などが活気付く方向性がまだみえない。		
その他サービス業〔警備〕（経営者）	・8月はお盆休みに入るのでひと段落すると思う。		
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材等の原価高騰と比例した売価設定を行えば良いが、現実には厳しい。どこかのタイミングで切り出さないといけないと感じている。
		建設業（経理担当）	・現在稼働している現場が完了した後の新しい工事受注が不透明な状況で、先行きはあまり良くなさそうである。
		輸送業（経営者）	・経費負担が増えているので、今後も厳しい。
		輸送業（総務担当）	・国内出荷が計画未達のままで、8月下旬ごろから動く見込みだが、微増で推移しそうである。燃料価格の高騰がこのまま続けば、経営環境は苦しくなる。
		輸送業（総務担当）	・取引先より物流コストの見直しの話があり、また、固定費増や燃料費の高騰等先行きが不安である。
		広告代理店（従業員）	・他社へ移動の仕事が目立っているためである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・現場の作業員を募集をしてもなかなか応募がなく、人手不足が深刻化しているようなので、この先、募集等の費用が増えてくる。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋口にかけて例年の事業がなくなるなど、良い方向性ではない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国経済や地政学的な問題が山積みなため、やや悪くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・6月以降、受注数が伸びなくなってきており、今後も受注件数が徐々に伸びていくような見込みはない。
悪くなる		精密機械器具製造業（経営者）	・原油価格、電気料金の高騰と材料価格の上昇により利益がマイナスとなる状況が今後も予想される。製造業は販売価格になかなか転嫁できず、資金繰りの悪化も予想している。
雇用関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・お盆明け以降の9～10月にかけて新規事業展開の計画が約20社あるので、それが入れば相当の盛り上がりがある。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用は大学3年生の3月スタートという新システムに企業、学生共どこまで順応できるのか。混乱が予想されるが、その分、マーケットは活性化するとも考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・消費税増税後の消費動向、企業動向が落ち着いてきた感がある。8月は別として、9月以降から本格的な業務拡張や売上増対策の求人が増えるのではないかと思う。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の多くが望んでいる正社員求人が前年同月に比べ増加しており、この傾向は続くと推察している。
		職業安定所（職員）	・大手運送会社が11月に大型食品冷蔵倉庫を稼働させるため、かなり多くの求人募集をする。また、産業用機械器具製造会社では大半を輸出しているが、為替レートが安定しているため、引き続き好調を維持できそうだと聞いている。
		職業安定所（職員）	・今後も更なる求人の増加が見込まれる。現時点では大型倒産等の情報もないので、この先も求職者の減少傾向は継続する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・主要職種の人材要望は根強く、成長領域では人材不足が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・入社する人数の予測を考えても、企業の採用意欲がおう盛な状況に大きな変化はない。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・製造業とサービス業の経営者と話をしたが、どちらもそれほど景気が良くなるとは思っていない。アベノミクスで若干取引が増えたりしているが、今後、継続的につながるかどうかということは全く不透明であるということである。
		人材派遣会社（社員）	・派遣、紹介共に企業からの依頼は今後も見込まれるが、人材不足でマッチングが難しい状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・顧客の人材ニーズは堅調なためである。
		人材派遣会社（社員）	・景気の変動は年単位だと思うため、変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・受注は前年より2けたパーセント増えているものの、登録数が少なく、前年と比べても3割超ダウンという月もあり、厳しい。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響はなく、むしろ求人数は増えている。しかし、採用側が求めるスキルが高い傾向があり、逆に求職者側は仕事を選ぶ傾向があるため、結果として派遣での採用数は思うように伸びていない。採用側が未経験者でも受け入れて育てる等、意識を変えなければ、しばらくはこの状況は継続しそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材市場の動きが出始めており、求人数は増加傾向にある。ただし、このままの状況が続くと、半年後には更に求職者の確保が困難になり採用数に影響が出て、人材市場の景気は若干厳しくなるのではないかと思う。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数、求職者数共に高い水準ではあるものの、横ばいのためである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が減っており、8月も同じ傾向になる。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・良くなる要素があまり感じられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、増加率をみると最近1年で最も小さい。
		職業安定所（職員）	・求人への応募がないために賃金の見直しをする求人者も出てきてはいるが、まだ景気が良くなっているとの実感は得られていないようである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・充足採用にとどまっており、増員の話は聞かない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数は依然高止まりであり、採用基準も広がってきている。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・事前の求人公開計画より新規募集、増員計画などの要請が少なく、さほど変化はみられない。
			やや悪くなる
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックで盛り上がり、これからますます景気が良くなる。
		スーパー（経営者）	・来客数、客単価ともに上昇している。
		都市型ホテル（営業担当）	・悪くなる要素が見当たらない。消費税率が10%になるまでは、このまま好調が続くような雰囲気である。

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
		旅行代理店（従業員）	・余暇・レジャーに関連しては、大阪方面への旅行が著しく増えている。百貨店の新装開店やテーマパークの新アトラクションなど注目の人気スポットへ足を運ぶ方が多い。また、スポーツイベントも満員御礼が出ているように、観戦に出かける人も増えている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・場所によって販売量が多くなっているということは、全体としても先々良くなる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・都市部では徐々に良くなっていると聞いているので、少しずつでも地方部まで波及して段々良くなっていく。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・消費税増税以来低迷している消費が、徐々に回復してきている。
		百貨店（売場主任）	・駅前という事で旅行中の方や出張のついでに買物をする方が多いことと、夕方からの客の購買意欲が高く、今月の売上も良い。少しずつではあるが、値段が高い商品を購入する客が増えているので景気が良くなってきている。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税の影響を最も受けた4月と比較すれば、高額品や化粧品などに対するマイナスの影響は薄れている。また、顧客の購買意欲はそれほど低くないが、衣料品を中心にメーカー側での生産調整のためか商材不足の感がある。
		百貨店（経理担当）	・好調な企業業績に基づき増加した夏の賞与を裏付けに、夏休み期間中におけるレジャー消費の拡大が見込まれる。
		百貨店（営業企画担当）	・7月初めから後半に向かって徐々に回復傾向が見えており、高額商材については特に回復傾向にある。ただし、販売数は増加しておらず、しっかりと根をはった回復感はまだ見えていない。
		スーパー（経営者）	・売上が良いところも徐々に増えてきているので、先行きは多少今よりは良くなる。
		スーパー（店員）	・7月の大雨の影響がどう作物に影響するか見極めが必要だが、先行きは良くなると思う。
		スーパー（総務担当）	・梅雨も明けこれからは夏物の食品や雑貨品の売行きが伸びてくる。
		スーパー（支店長）	・商品の販売数量が増えてきている。
		コンビニ（店長）	・暑い夏が終わり食欲が戻ってくると、食料品が売れるようになってくる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・秋物商品の生産がスタートしているが、各アパレルの動きも活発化しているため、期待が持てる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・現在の来客数の落ち込みは、消費税増税の反動によるものと考えられる。あくまでも、気候によるものが要因であると考えられる。ある程度気候が安定してくると、当店の顧客の中心層である高齢者の来店も戻り、多少の回復傾向が見込める。
		家電量販店（店員）	・前回の消費税増税時には、増税の影響も8、9月はそれほど残っていなかったため、期待感も含めて良くなるのではと思う。
		乗用車販売店（経営者）	・10月以降は各社の新型車が続々と投入される予定なので、需要喚起が期待される。また来年4月以降に取得する軽自動車に適用される自動車税の増税も、購買意欲を高めそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・ここしばらくの流れは緩やかな回復に向かっている。大きく実感できる事があるわけではないが、やや良くなっていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響はまだ残る様子だが、徐々に消費も回復するものと思われる。
		乗用車販売店（販売担当）	・四半期決算期である9月が含まれるので、少し改善される。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、新築住宅の着工数の落ち込みがまだ続くが、秋口から年度後半にかけては持ち直しが見込まれる。公共投資は増加しており、民間設備投資関連とともに秋口にかけて上昇が見込まれる。
	その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・下見客から購入決定につながれることを見込む。	
	高級レストラン（役員）	・猛暑による出控えが懸念材料ではあるが、予約客数が前年同期をクリアする割合が高くなってきている。	
	都市型ホテル（経営者）	・デフレを脱してインフレに向かうという期待を持っている。	
	都市型ホテル（経理担当）	・宿泊客数の増加が見込まれる。	

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
		タクシー運転手	・今が悪すぎるため、先行きはやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・今後も、既存設備の有効利用により、投資の削減に期待ができそうである。
		ゴルフ場（企画担当）	・9月入場者予約数は例年並みの予約数を確保しており、今よりは良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・8月からホームケアキャンペーンが始まるので、先行きの売上はアップする。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・夏季休暇を終えてからの秋口需要に期待している。
		設計事務所（経営者）	・わずかではあるが案件数が伸びつつある。しかし、依然として設計料の値引き要求が激しい。
	変わらない	商店街（代表者）	・当面は、現在の状況で推移する。客単価は落ちているが、来客数は落ちていないので大きくは変わらないと思う。
		商店街（代表者）	・買物客が必要最小限の物しか買わないことが問題である。
		商店街（代表者）	・夏場のエアコン需要に関しては、前年並みに推移しているが、テレビ、冷蔵庫、洗濯機といった商品は消費税増税前の駆け込み需要の反動で、売行きが良くない。トータルでみると変わらないと感じている。
		商店街（代表者）	・消費税率や物価が上がった分だけ支出が増えるので、消費者は生活防衛をしている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・消費税増税以降ずっと悪い状況が続いている。良くなる要素が見当たらず、しばらくはこのまま続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・現状のまま落ち着いた状態で推移する。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・新聞紙上では決算が増益と書かれているのは大手企業のみである。中小企業、特に小企業は最悪の状態である。当地の商店街では人がほとんど歩いていない。店主達からは不景気、不景気の言葉ばかりである。商店街としては客をハッとさせるような企画をタイミングよく、切れ目なく打っていないといけませんが、金の余裕もない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客層が混在している。一部の良い業界の客から収益、売上を確保しているが、大半を占める零細企業は接待交際費、広告宣伝費が拡大しておらず、まだまだ贈る客を絞り込んでいる。プラスの部分とマイナスの部分の合わせると変わらないという状況が、3か月先も続いていく。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税率が8%になった影響がある。しばらくは現状から変わらないと思われる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への客足は依然として厳しく、来店しても金の使い方がシビアである。食事をして飲料はアルコール類を頼まず無料の水だけで済ませる。これでは客単価は上がらないが、こういう傾向が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・徐々に遷宮効果も薄れていくが、当社においては商品開発など進めて現状を維持していきたいと考えている。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・暑さの影響もあり、なかなか百貨店等にまで足を運ぶ人が減っている。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは販売量は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響は薄らいでいるが、買い控え自体は続いている。前年実績をクリアするまでには、なかなかならない。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税の影響が一時的に和らいだようにも感じたが、客の様子を見ていると、まだまだ続きそうな感じである。
		百貨店（販売促進担当）	・景況感が不透明で海外情勢も良くないため、当分は今の情勢から好転するのは難しいのではないかと考えている。
		百貨店（経営企画担当）	・当初は冷夏が予想されていたが、暑い日が今後も続くようであり、引き続き夏物需要も堅調と想定され、消費マインドは底堅く推移すると考えている。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込みでやや背伸びして購入した商品の品質を実感し、消費者にとってはそれが継続して品選びの基準になっている。量ではなく質への選択基準の固定化と、吟味する購入行動に変化しつつあることから、今後何か大きな価値観を揺さぶるようなインパクトが生じない限り、当面は現状から大きな消費量の向上は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・消費税率が上がるかどうかにより状況が異なるが、もし10%引上げが決定した場合は、今後多少の駆け込み需要も見込める。しかし4月に税率が上がったばかりの上、増税前にかなりの駆け込み需要があったため、今年3月までのようにはならないと思う。
		スーパー（経営者）	・秋には物価が少々上がるが、消費者の大多数は手取り額が上がっていないため、消費は弱く景気も横ばい傾向となる。消費税増税から半年となるが、給与は上がらないにもかかわらず、消費税等や各種保険料等は確実に上がり、消費に回せる金額は確実に下がっているため、景気の上昇はなかなか望めない。
		スーパー（店長）	・販売単価は消費税増税直後よりは下げた形になりつつある。今後は各種商品の値上げ等が予測されているので、あまり大きな変化はない。景気も変わらない。
		スーパー（店長）	・企業の業績の好調さがそのまま従業員の待遇改善にはつながっておらず、消費にも今一つ大きく踏み出すことができない。
		スーパー（店長）	・商品価格の高騰は徐々に落ち着く傾向にあるが、買上点数の増加は望めない。消費税増税に伴う家計支出への負担増加が徐々に響き、買上点数や購買意欲の回復は期待できない。
		スーパー（店長）	・一部の商品カテゴリーにおいて価格政策の強化を継続することによって、来客数の減少に歯止めをかける計画である。
		スーパー（店員）	・競合店ができると客は流れてしまい、客1人当たり買上単価は上がらず、必要な物、安い物だけを購入するという感覚がずっと続いている状況なので、良くなっていく方向にはない。
		スーパー（販売促進担当）	・当地域では流通業の店舗が過剰で、新規出店の計画はないが、既存店舗の淘汰が進んでいる。景気の改善傾向がみられない。
		スーパー（商品開発担当）	・値下げ等の販促を行えば一時的に改善するが、継続して改善している商品カテゴリーが見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・売上増加につながるような良い状況はみられない。
		スーパー（営業企画）	・無駄な物は買わずに、良い物を吟味して必要な物には金をかける傾向は、しばらくは変わらないと思われる。
		コンビニ（企画担当）	・自店の来客数の状況からみると、現状が続くものと思われる。
		コンビニ（店長）	・状況が変わる要素が見つからない。
		コンビニ（エリア担当）	・無駄な物は購入しない傾向は当面継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・価値のあるものに対する客の反応は良くなってきている。しかし、全体として上向きの兆しがみえない上、中国関連の食品に対する不信感が既に見受けられる。
		コンビニ（エリア担当）	・売上伸長が厳しい中、コーヒーなど企画商品や新商品等の好調さで、何とか全体の売上を維持することになりそうである。
		コンビニ（店長）	・企業動向が先行き不透明になりつつあるという話を聞く。客の動きや買物の仕方をみても、良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（経営者）	・当店のスタンスとして、欲しい物がある時はあそこに行けば何かあるという品揃えをしているので、何年ぶりかに来店するという客も結構多く有難い。
		家電量販店（店員）	・この時期は暑さによって売行きが左右されるが、それ以外の要因では変化はみられない。ただ4Kビデオカメラは高価格であるがよく売れている。
		家電量販店（店員）	・海外向け業種にとっては円安が続くことがプラスであるが、国内的には利益が市民に還元されていない。消費税増税により、日々の出費が切実な問題となっており、将来的にもそれを見越して生活防衛が更に強くなっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・客との話の中では、次の消費税増税の前に車を買換えようという声もあるが、先が見えないため買い控えをしている人もいるので、良くなるとも悪くなるとも言えない。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰も取らず良くなるとは思えない。消費税増税前に新車購入の動きは終わったため、修理が必要な車両が少なくなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が高騰し続けており、低燃費車を選ぶ流れは変わらない。そのなかでも、客の好みはますます細かくなり、販売競争は更に厳しくなると思われる。

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
		乗用車販売店（従業員）	・ずっと悪い状態が続いている。その先は、これ以上悪くなることはないが良くなる要因もみられないので、悪い状態がまだもう少し続く。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入等、販売台数の増加が見込める要素が今後も全くない。消費税増税の影響か、来客数が大幅に減少しており、なかなか客足は回復しない。
		乗用車販売店（経理担当）	・新型車を除けば前年を下回る受注状況であるため、まだまだ厳しい状況が続く。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・これから2～3か月先は、賞与とは無関係な月で、夏休みも終わりがく普通の日々となるので変化はみられない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・アベノミクスの効果も一段落となり、景気の踊場であろうかと思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・大手小売店グループを含む企業の業績等が芳しくない。
		一般レストラン（経営者）	・来客数等が良くなる理由が見当たらない。
		スナック（経営者）	・多少ボーナスや賃金がアップしても、消費者の財布のひもは依然として固いままである。企業の交際費等がもっと使えるようになれば景気も良くなるが、個人客の売上では限界があるので、まだまだ繁華街の商売は厳しい状況である。
		スナック（経営者）	・年配の客が多い店では、酷暑の時期になるとどこも客足が減り、元気がなくなり寂しくなる。
		観光型ホテル（経営者）	・3か月先の予約状況を見る限り更に悪化するという懸念はないが、一般消費者の金回りが良くなれば回復の期待が持てる。猛暑が続けば9月ごろでもまだ夏の余韻で客足が伸びる。
		観光型ホテル（販売担当）	・8月の予約状況にも前年ほどの勢いがなく、夏休み期間中は心配な面もあるが、9月の宿泊団体の予約本数は前年を超えており、トータルで見ると先行きも変わらないと判断する。
		都市型ホテル（支配人）	・客は価格上昇には敏感である。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税の影響があるのかどうかは分からないが、客のムードとしては盛り上がりには欠ける。
		旅行代理店（経営者）	・円安の効果で外国人観光客や輸出が増えても、エネルギーの輸入に伴って国富は減少している。高齢社会における国づくりとはどのようなものかを長期政策として実行評価し、政策実行者の責任を問う形にしないと、税金の無駄使いばかりで景気を持続的な回復は難しい。
		旅行代理店（経営者）	・秋の連休や慰安旅行、忘・新年会の問い合わせは多いが、料金単価が低いので、利益が少ない。秋以降の海外旅行の問い合わせも増えているが、販売高は確保できていても利益率がどうなるかは不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税の影響がまだ当分続きそうである。
		旅行代理店（従業員）	・旅行商品の内容には格差が広がってきている。ゆとりのある客は高額商品、一般の客はできるだけ低額商品となっており、その傾向が強くなっていく。
		タクシー運転手	・夏のボーナス時期以降も前年と同様で人出が少ない。人出が少なく飲みにも出てこないという状態では良くなっているとは言えない。
		通信会社（サービス担当）	・景気回復のための新しい施策等がなければ、このまま変動がないと思う。
		通信会社（営業担当）	・客の様子からみると、2～3か月はこのままとされる。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響も落ち着いてきたが、客の様子は、金を出す時には出すが財布のひもを締めていることが多い。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響がまだ収まっていない。もう少しすれば良くなるであろう。
		美容室（経営者）	・暑さが続くと、客足は鈍くなって来客数は伸びない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・各種介護用品メーカーが新製品を競い合っているため、しばらくは厳しい環境が続くと想定している。
		設計事務所（職員）	・消費税増税が先行きを考える前提となる。景気が良くなるような要素や政策があるようには感じられない。
		住宅販売会社（経営者）	・所得が上がらないと、単価の高い商品は売れない。今後も単価の安い物が主流となって売れる。
		住宅販売会社（従業員）	・足元の動きが鈍いため、9月の決算期までは特に変化はない気がする。

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
企業		住宅販売会社（従業員）	・職人不足による単価高騰等により、条件は思わしくない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・あまり変わらないと思うが、少しずつ兆しは見えてほしい。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・見積依頼などの引き合い量を考えると、現状と同じような状況であると思う。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気回復との判断には、もう少し様子を見る必要がある。今までの傾向から、再び少し前の水準まで下がるのではないかと予測している。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・食の安全や世界各地での紛争など世の中の雰囲気が景気にとっては良くなく、客の様子からも良い方向には向いていない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・輸入材料のバターやチーズが今までの6割程度の割り当てしかない状況で、商品も満足に作れない。医療費や住民税が上がってきており、公的年金給付額等もカットされるという状況で、景気回復に結び付くような要素は見当たらない。景気はしばらくはまだ悪い状態が続く。
		コンビニ（店長）	・消費税増税以降、たばこの売上の減少が続いており回復は望めない。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税後、嗜好品の買い控えが顕著である。例えば、生活シーンにはなくても困らないスイーツの販売状況は非常に悪く回復の見込みはない。したがって、当面は客単価が上がらないことが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・所得水準が平均以下の層では、ますます厳しい。
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナス月が終わり思うような販売台数は見込めない。ただ、車の維持に必要な用品の購入量は逆に増えており、こちらのキャンペーンに力を入れていくので、いかに需要を取り込めるかが鍵になる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・夏から秋にかけて更に売上が減少する。
		都市型ホテル（従業員）	・先行きの予約数から、やや悪くなるとみている。
		旅行代理店（経営者）	・いろいろな物が次々に値上がりしているの、その影響がどのように出るか分からず今後の見通しが立たない。
		タクシー運転手	・夏休み中は家族連れの客も多く、暑いのも手伝ってタクシーは毎年好調な時期であるが、9、10月は人の動きも少なくなるためやや悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・消費税や相続税等の増税、憲法解釈の問題やゲリラ豪雨、漁業の異変など様々な面で不安要素が多く社会ニュースでも暗い話題が続き、総じて将来の見通しが悪化してきている。明るい話題が極端に少ないように感じる。
		テーマパーク（職員）	・入館数が減少している。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税や高速道路料金、石油価格の上昇など消費者には厳しい要素がある。
		理美容室（経営者）	・客との話ではボーナスも良くはなく、景気が良いという割に客足はあまり良くない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・ガソリン価格、食料品などの値上がりは徐々にみられ、一方では高速料金の割引率の低下や消費税率の引上げなど、消費に積極的になりにくい状況となっている。時間に余裕ができて、旅行へ行くより老後に備えて積極的に働きたいという女性も多く見受けられる。
	住宅販売会社（従業員）	・リフォームについては仕事があるものの、住宅の新築分が少ないので、先行きは不安である。	
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・どの契約でも慎重な姿勢がうかがえ、厳しい状況が続いている。まだ景気が良いとは思えない。	
	悪くなる	パチンコ店（経営者）	・消費税増税に伴う実質的な客単価の低下は、一層拡大している。
		理美容室（経営者）	・ますます節約ムードになり、まだまだ景気は良くない。
設計事務所（職員）		・設計の建築士に頼む客は個人の客が多いが、年内に必要な人は消費税増税前に大体依頼しているの、今冠婚葬祭など特別に急な事情がある場合を除けば、今年中は新たな建て替え需要は生じない。	
企業	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		
動向 関連 (東海)	やや良くなる	化学工業（総務秘書）	・政府も国民も景気回復を目指すという同じ方向に向かっており、このトレンドはしばらく続く。安保や原発の問題は経済とは少し離れているため、大きな影響はないと思われる。		
		化学工業（人事担当）	・地政学的リスクはあるが、現在の安定感が続けば景気は次第に良くなる方向にあると思う。		
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規案件が実を結んでいけば、3か月後には売上増が期待できる。		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・地域紛争の悪化や中国経済の後退等が起これなければ、現状維持は可能であると思われる。		
		輸送業（従業員）	・この先猛暑によるエアコン、扇風機など冷房機器、猛暑対策グッズ、飲料・アイスクリームなどの食品関係の消費が増えたと見込んでいる。		
		輸送業（エリア担当）	・荷物量は減っているが、大きくて単価の安い物が減ってきており単価は適正になってきている。人件費の増加も、大量採用の新人スタッフが戦力になり始めてきている。ここからは利益が大きくなると思われる。		
		金融業（法人営業担当）	・大手企業を中心とした夏のボーナス増加に伴い、個人消費の回復が期待される。		
		経営コンサルタント	・建築費の高騰でマンション建築は足踏み状態だが、東京オリンピックやリニア新幹線の効果で新築物件の着工件数は確実に上向いている状況なので、景気としては上向きとなっていく。		
		会計事務所（社会保険労務士）	・2～3か月先までは受注見込みがある顧問先が多く、利益も期待できる。		
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・地域全体の企業で案件が発生しているようで、技術者の確保が困難である。パートナー企業でも稼働率が高い。		
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安相場の定着により大きな切迫感はない。努力している会社とそうでない会社との差が大きくなる。中小にとっては新商品を考案することが大事であり、頑張っている会社には、金融面においても従来の方法にとらわれずに支援して欲しい。		
		変わらない		食料品製造業（経営企画担当）	・夏季賞与も前評判からすると期待外れで、今後の消費に影響するものと思われる。
				パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・消費税増税の影響はあまりなく、受注量、販売量は今後も変わらず、景気の先行きも変わらない。
鉄鋼業（経営者）	・9月からは仕事量が増えるという希望的な観測はあるものの、実需が伴っていないためさほどの上昇は望めない。				
金属製品製造業（経営者）	・引き合いは増えておらず、引き続き現状と変わらずに推移すると考える。				
金属製品製造業（従業員）	・忙しい状況は続きそうだが、材料値上げや外注依存のため、利益に直結しない心配はある。				
一般機械器具製造業（営業担当）	・例年夏を過ぎると設備投資に勢いがなくなる。また、3月ごろから受注状況が好調なので、これ以上受注が伸びる要素が見当たらない。				
一般機械器具製造業（経理担当）	・受注、販売量の見込みが比較的高い水準を維持している。				
電気機械器具製造業（経営者）	・主力商品であるパーラーチェアは、2～3か月先も現在と同じように売れる見込みなので現状から変わらない。				
電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きも変化する要素が見当たらない。				
電気機械器具製造業（総務担当）	・受注は拡大してはいるが、獲得競争は熾烈になっており、適正な利益が確保できない。				
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・現在のやや好調な状況がしばらく維持される見込みである。スクラップの値段もやや高めで安定して推移している。				
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・7月に入り消費税増税に伴う買い控えによる販売台数減に歯止めがかかったが、ここ2～3か月では販売台数の増加は見込まれていない。				
建設業（経営者）	・現状でも景気回復を実感できない程度なので、10%の消費税率引上げは、完全に景気を腰折れさせる。				
建設業（営業担当）	・4月や年末がピークの業種であるため、夏から秋は件数が少ない時期という点で変わらない。				
輸送業（経営者）	・トラックの不足がますます進む中で、配送価格の改定は行われると思うが、コスト上昇で帳消しになると考える。				
輸送業（エリア担当）	・特に大きなイベントが予想されないため、このままの調子で貨物は動くかと判断する。				
輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油価格が高値で推移し、下がる気配がない。一方で運賃値上げも思うように進まない。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・荷物の量は、取引先との話の中でも今後2～3か月で何か増えるような要因は見当たらないので、この先の景気はこのまま横ばいである。
		通信会社（法人営業担当）	・消費税率引上げの影響はうまく乗り越えたようである。ただ、この先には、消費税率10%の引上げの判断もあり予断を許さない。米国経済の行方次第という面もある。
		金融業（従業員）	・消費税増税の影響も落ち着き、今後についてはあまり景気が上下するような見通しは持っておらず、横ばいというイメージが強い。
		金融業（企画担当）	・当面、株価や為替相場が大きく動くとは想定されないため、個人の資産効果も拡大せず現状の景気が続くと思われる。企業による前向きな設備投資の話も出ているが、その影響はもう少し先になると思われる。
		不動産業（経営者）	・取引の動きが表面化した場合には既に所有権が移転済みというケースが多い。
		不動産業（用地仕入）	・景気の状態を判断するような要因が見当たらない。
		不動産業（管理担当）	・これからも人件費単価が上がるため、そういう意味では景気はやや良くなりつつある。
		広告代理店（制作担当）	・秋に向けて新規の引き合いがほとんどないため、横ばいの状態が続きそうである。
		行政書士	・貨物は現在の動きが続く。
		やや悪くなる	印刷業（営業担当）
	輸送用機械器具製造業（経営者）		・スマートフォン向けの部品の供給は一段落する。液晶部品の需要は少し増えそうだが、基本的にはその次の世代の製品に期待する。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）		・ガソリン価格等の物価上昇が止まらない感じがする。
	公認会計士		・輸出は外国の景気頼りで国内市場はコスト高で収益性低下が顕著となっている。国内企業の業績は頭打ち、または低下傾向と予想される。一方で給料は上がっておらず、消費は増えないと思われる。
		悪くなる	新聞販売店〔広告〕（店主）
雇用 関連 （東海）	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・有効求人倍率が連続して上昇傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	・9月下旬から、来年度に向けての人材採用が活発になり始めると思込んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・9月に向けて求人数が伸びると思うので、それに伴いやや業況も回復するのではないかと思う。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・為替相場が円安で推移し、国内新車販売台数も上向き傾向にあるため、景気はやや良くなると思う。ただし、自動車生産の先行きの労働力不足に不安を感じる。
		職業安定所（所長）	・消費税率の再度の引上げが決定すれば、少なからず、前倒し生産や駆け込み消費への影響があると思われる。
		職業安定所（職員）	・夏休みになり消費は順調であり、天候不順や災害がなければ、このまましばらく順調さは続くので景気は若干良くなると思われる。
		職業安定所（職員）	・マイナス要因としては、今後予定される消費税増税によって消費の冷え込みが予想される。プラス要因としては、景気が引き続き好調な北米に加え、欧州でも回復傾向にあつて、受注も増加傾向にある。円の動き等が引き続き安定するかが影響してくる。
		職業安定所（職員）	・内需関係の求人は、消費税増税の影響もなく前年同月比で増加が続いている。建設技術者・作業員、介護職などで人手不足感が強まっている。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人企業各社の採用意欲は高まっており、応募者が面接に進む率が上がっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（営業担当）	・お盆時期に転職活動を検討・開始する求職者が増えることが想定され、下期での転職を目指して活動が活性化する時期になる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・経営に関して前向きな課題を持つ中小企業が増加しており、今後はその課題に対する取組みに成果が出てくると想定する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・大学4年生のインターンシップ参加者数が前年同時期に比べて増加している。受け入れ企業でも、その形態が多様化してきており積極性を感じる。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・景気が急に良くなることはなく、確実に良くなるとは言えないが、もう少し後になれば、今やっていることの成果が出てくると思う。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・特に変動要素が見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・紹介すれば採用に至るような有能な人材が枯渇してきており、人材不足が顕著になってきている。
		人材派遣会社（社員）	・季節的には良くなる時期であるが、例年に比べると変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・今年に入って求人数は前年同期を上回っていたものの、7月に入り初めて前年割れとなっている。しかし、7～9月は例年求人数が増加する傾向にあるため、現状と変わらない状況が続くことが予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・引き合い情報の中には中長期的な引き合いもあり、しばらくは現状維持の様子がうかがえる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・雇用吸収力のある産業がなく、安定軌道になっていない。
職業安定所（職員）		・求人状況は緩やかに回復していく見通しであるが、原油価格の上昇など今後の景気に影響することが懸念される。	
職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比で増加しているが、前月比では減少している。		
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・世の中が次第に、良くなるという雰囲気が出ている。ボーナスや給料面で上がっていることも見受けられることから、これから先は少し良くなると思う。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・客単価は低下しているが、販売量が確実に増加していることから、状況は今後も良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・3か月後は3年前の新型車販売時の客が車検を迎える時期となり、買換え需要が見込まれるので、売上増加に期待がもてる。
		乗用車販売店（役員）	・世間全般では夏季賞与も前年比増額となったようであり、景気上昇の気配を感じることであれば消費の喚起になる。政権与党の的確な政策に期待する。
		住関連専門店（店員）	・現状の来客数や成約件数を前年と比較すると、落ち込みからの回復はまだ先のようにみえる。地方での景気回復スピードは、首都圏と比較するとやや遅くまだ時間がかかる。2～3か月後の時期は耐久消費財の需要が比較的増加することを考えると、若干の回復見込みはあると予測する。
		高級レストラン（スタッフ）	・有利な特典付きダイレクトメールを2万通送ったが、その利用期限が9月末までであるため、現在のにぎわいはしばらく継続する。
		観光型旅館（経営者）	・8月の夏休み期間は例年並み、9～10月の予約は団体客を中心に例年以上に確保できている。
		旅行代理店（従業員）	・夏期賞与の支給の効果や新幹線効果などが見込まれる。
		通信会社（職員）	・消費税増税の影響がなくなってきた。
		通信会社（役員）	・サービスの解約数はやや減少傾向にあり、今後とも継続すると予想している。消費税増税の悪影響も一段落しつつあり、現在の獲得数を維持することにより、純増数は今後、増加すると期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		通信会社（営業担当）	・新料金プラン受付は落ち着いてきているが、タブレットなど通話以外のインターネット需要が増えてきているため、その需要に答えていけばそこそこの販売が見込める。
		競輪場（職員）	・年に1度の地元ビッグレースに有力選手の出場が決まり、期待が持てる。
		美容室（経営者）	・5～7月は売上が前年を上回ってきたので、この調子で秋以降も推移すると考えている。
		住宅販売会社（経営者）	・再度の消費税引上げを前に駆け込み需要が発生する。
		住宅販売会社（従業員）	・問い合わせや展示場来場者数は特に落ち込みがない。若年層も年配層も動いているので今後の需要が期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・商談数及び客の動きはまだまだ期待できる。しかし企業間の競合はますます厳しいものになるとみている。
		商店街（代表者）	・商品デザインのトレンドが変化に乏しいため、あまり期待できない。
		商店街（代表者）	・冷夏の予想から一転、猛暑が続いている。すでに衣料品は夏物の売れ筋商品が品薄で、この先売の商品がないといった状況が続きそうだ。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・販売量の回復は期待できるが、諸経費の値上がりが懸念され、結果的に利益は横ばいになる。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・景気が上向く要素も悪化する要素も見当たらない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・格段に良くなる要素もなく、現状が続くと考えている。
		百貨店（売場主任）	・原油高騰の影響で客の消費意欲はゆるやかに減退する。冷夏によるファッションの前倒しが、市場をどこまで刺激できるかが鍵となる。
		スーパー（店長）	・消費税増税後、6～7月は数字がある程度回復してきており、今後もこの状況で進んでいくのではないかとみている。
		スーパー（店長）	・夏のボーナスの状況をみても好転はあまり望めず、周りが言うほど上向きではない様子である。景気はさほど変わりがないと考える。
		スーパー（総務担当）	・来客数の減少には消費税増税の影響以外に他競合店の影響も考えられるため、来客数は現状と変わらない状態が続くと考える。
		スーパー（総務担当）	・8月の盆次第であるが、現状の推移は変わらないと思われる。次の大きな変化は新幹線の開通であるとみている。
		コンビニ（店舗管理）	・消費税増税後の閉塞感は緩和に向かっている。その一方で、様々な食品の価格高騰から、値上げ実施を余儀なくされている。売上への悪影響が懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・現状から好転していくような要因はなく、苦しい状況が続いていく。
		衣料品専門店（経営者）	・7月20日に県内の高速道路が全線開通した。当県にとっては、近年にない大イベントである。気分が解放されて、消費拡大につながる一要素になると期待している。しかし、収入が増えて懐が潤うこともなく、支出が増えて懐がさみしいのでは、消費の増加は夢のまた夢である。
		衣料品専門店（総括）	・ここ数か月やや悪い傾向のまま推移をしている。良くなる兆しは見えない。
		家電量販店（店長）	・気温等の影響もあるが来客数が前年に比べ減少している。客単価は良いが、販売台数が上がってこないため、来客数の改善がないと状況は良くならない。
		乗用車販売店（従業員）	・夏場の自動車のトラブルにより修理車両の増加は期待できるが、新車、中古車販売につながる来客数増加の要因はない。
		自動車備品販売店（従業員）	・集客改善の策、兆しがみえない、また、ガソリン価格も高値安定で、お盆以降も厳しい状況は続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕	・自分自身も、消費税増税後から引き続き、生活コストの値上がりが気になる。食料品値上げ、ガソリン価格高騰と節約儉約意識が根強いままである。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・盆、夏季休暇の商戦についてもガソリン代の高止まりなど、外出、レジャー、買物に関して悪化する要素が多い。		
一般レストラン（店長）	・二極化が進んでいる。もう少し様子を見ないと楽観できない。		
スナック（経営者）	・世間の今の様子では今後も変わらない状態が続くと考えられるが、国政的な異変があると状況はもっと悪くなる。		

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
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は前年比で7月は111%、8月以降は90から98%である。前年を若干下回る水準で推移する見込みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況をみると、10月は婚礼が増えているが、その他部門は特に前年より良い感触はない。一般宴会は景気回復により上向きとの話をニュース等で聞くが、自社に関しては前年並みである。新幹線が開通するまでこの状況は続くように感じる。
		旅行代理店（従業員）	・特定の週末は大変混み合っていて、もう予約が取れない状況になっているが、その他の日は全く動きがない。トータルでは非常に厳しい状態が続いており、今後も同様であると考えている。
		タクシー運転手	・目に見えて悪くなる要因はみられないが、大きくプラスになる要因もない。今後も安定的に推移していく。
		通信会社（営業担当）	・新サービス導入に伴い来客数は増加しているが、販売量には大きな変化がみられない。売上は前年の同時期と同水準で推移している。ボーナス商戦に期待している。
		通信会社（店舗統括）	・特定の新商品は売れているが、それ以外に販売数が上がる要因が見当たらない。
		通信会社（役員）	・消費税増税による影響もなく、近々においてはネガティブな要素も少なく、しばらくは現状の堅調さを維持すると考える。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前に動きがあった反動で、来客数増加は期待できない。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・猛暑が予測されているため、外に出ずに家の中で涼しく過ごす、あるいは家の中で楽しむといった、どちらかというとか中消費的なものが今後進んでいくと思われる。反面、非日常的である郊外への旅行などについては、ガソリン代などの高騰もあり、どちらかというとな厳しくなってくる。総合的には生活防衛意識というのは、まだまだ高まる傾向にあるのではないか。そういう意味からすると、先行きも少し厳しい感じがする。
		百貨店（営業担当）	・夏のセールが終わることから、客の買い回りが落ち着き、消費は落ち込む。
		コンビニ（経営者）	・たばこの売上は、依然として2割近くダウンしたままで回復のめどが立っていない。また、こだわりのアイスクリームやコーヒー、デザートなど一部の商材は売れており、明るさのみえる物もあるが、全体としてはやはり下降気味である。また、ドラッグストアで必要な物を買ひ、コンビニでは足りない物だけを求めにくるという感じも見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・近くに競合店の出店が予定されており、良くなる要素は見当たらない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後の反動は6か月ぐらいと思われるが、現実には1年ぐらいは続きそうだ。
		一般レストラン（統括）	・仕入先からの原料コストアップ提示が少しずつ増えている。売価への反映をいつ実施するかを検討しているが、そのタイミングが難しい状況である。来客数、売上高を維持しても利益をどう確保するかが難しい。その間に利益は徐々に圧迫される。
	都市型ホテル（役員）	・例年、秋頃に全国規模の学会、大会などが開催されていたが、本年は来春の北陸新幹線開業後にシフトしているため、宿泊および会合の需要が低調であり、申込み状況も良くない。	
	タクシー運転手	・夜の繁華街は客足が伸びない状態が続く。	
	テーマパーク（職員）	・バス代の値上がりやガソリン代の値上がり、ETC割引の廃止などで、交通機関のコストが上がっていることから、国内旅行もこれから先の予約状況をみるとやや鈍い傾向にあり、全体としては客の人数は減少する。	
	その他レジャー施設（職員）	・夏場までが入会獲得のピークとなる時期だが、伸びがなく、今後状況はやや悪くなる。	
	住宅販売会社（従業員）	・常設展示場の来場者数は、相変わらず低調に推移しており、下がり基調が止まらない。商談件数が少なく、商談があっても契約が長期化している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	スーパー（統括）	・ガソリン価格の高騰による消費の鈍化が懸念される。また、中国の消費期限切れ肉の問題により客の食に対する意識が強くなるため、小売業界では国産の良い食品をそれなりに売らなければならなくなり、客の購買数量は減少する。また、コンビニエンスストアの数がスーパーと比べて増加しており、夕方以降の客の流れはコンビニの方により向いている。
		コンビニ（店長）	・客が増税後の無駄な買物を控える傾向が予想以上に強い。必要な食料品などの売上は横ばいだが、その他し好品、花火などの趣味雑貨の売上が激減しているため、悪くなるとしか感じられない。おそらく花火等は割安なホームセンターなどで購入していると思われ、無駄な消費を抑える行為が目立っている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・当店は店売りを基本にしているが配達も多々ある。ガソリン代が非常に上昇し、いろいろなものが値上がりしていることから、利益率がかなり悪くなっており、非常に良くない状態である。
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	輸送業（配車担当）	・原油価格の高止まりがしばらく継続すると考えられる。
		繊維工業（経営者）	・円安もあり、輸出の拡大が期待される。また、国内景気が回復すれば内需についても期待できる。
	やや良くなる	建設業（総務担当）	・業界全体が施工能力に余力がなく、受注価格競争は当面緩和状態が続くと思われる。
		通信業（営業担当）	・最近の通信設備の投資状況としては、特に中小企業の需要が出てきた。
		金融業（融資担当）	・海外ではいろいろな不測の事態が起こっているが、国内は比較的安定しており、景気に対して明るい雰囲気にある。単価上乘せが行えるようになってきている部分もあることから、今後も徐々に回復していくと考えている。
		金融業（融資担当）	・大型の設備投資に踏み切る企業が増加しているが、こういったマインドが徐々に浸透してくると期待している。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・現在、海外輸出については引き合いは慎重ではあるが、今後期待したいところである。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・一部、政情不安が懸念されるが、国内設備投資関連の直近の引き合い状況や、為替、株式などの経済環境を見る限り、現在の状況から大きく変化しないと想定している。
		精密機械器具製造業（経営者）	・徐々に消費税増税前の状況に戻ってくると思われるが、特に一般店、個人店では、まだまだ楽観視はできない状況である。
		建設業（経営者）	・受注した工事の完成に向け、かなり忙しい日々が続くであろうが、それは同業他社も同様であり、全県的な資材不足、交通誘導員不足、資材運搬トラック不足などで、価格高騰による採算性の悪化や工程遅れなどが生じ、貧乏暇なしのような状況になる。
		不動産業（経営者）	・7月に入り個人客からの問い合わせが少しずつ出てきており、今後しばらくは、こういった推移ではないかとみている。
		司法書士	・会社の設立の依頼がある一方、会社の解散も多い。
	やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・原料、燃料の高騰、とりわけ原料の高騰により、総平均での原価が右肩上がりであり数字面では益々厳しくなってくる状況である。また、対応策として考えている製品価格の値上げが、得意先からはなかなか承諾を得られず難航しており、さらなる状況の悪化が予想される。
プラスチック製品製造業（企画担当）			・消費税増税の好影響はそろそろ終わり、この第2四半期は少し落ちていくだろうとみている。
金属製品製造業（経営者）		・2～3か月先の受注の入り具合から状況はやや悪くなるとみている。	
一般機械器具製造業（総務担当）		・国内の受注状況が少し足踏み状況になっている。設備投資意欲も一段落した感じがする。	
新聞販売店〔広告〕（従業員）		・量販店の新店オープンの予定が少なく、新築住宅の受注も多くは見込めない状況がまだ当分続くのではないかと考えている。	
税理士（所長）		・消費税率が引き上げられたが、自分の周辺では人件費の上昇はあまり多くみられない。消費税率が上げられる場合は付加価値税と同じであることから、人件費が上がっていかないと、どうしても経済にマイナスになる。今は外的な要因や円安でプラスであるが、国内としては消費需要がこの後上がるかどうかは、非常に心配な状況である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・企業の手不足感解消されておらず、特に即効性のある求人広告商品を求められることも多い。
		職業安定所(職員)	・企業からの求人数は引き続き堅調に推移している。また、しばらく求人申込みのなかった企業からの求人もみられる。
	変わらない	人材派遣会社(役員)	・依然、求職者の有期雇用に対する関心度が上がってこない。企業側も社員登用手段として、一時的な派遣システムを利用するなど考えている。
		人材派遣会社(社員)	・35歳以上のミドルクラスの経験者を対象とした求人数が増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・大きな雇用につながる話はまだ出てこない。
		職業安定所(職員)	・有効求人数は前年に比べ増加しているが、新規求人数が前年比で少し減少していることから、横ばい傾向と判断している。
		職業安定所(職員)	・売上は上がっているが、利益が上がらないという事業所の声が多く、景気が良くなった実感が少ない事業所が多い。
		民間職業紹介機関(経営者)	・人手不足感はあるが、採用、求人活動の増加には結びついていない。
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	

7. 近畿(地域別調査機関:リそな総合研究所(株))

(-:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	百貨店(服飾品担当)	・客の消費スタイルが、本当に自分の欲しい物にはお金をかける形にはっきりと変わっている。早くも入荷した秋物商材の動きは順調で、特に高額な商材には買い控えが感じられない状況である。
		乗用車販売店(販売担当)	・消費税増税後の反動も薄れ、財布のひもが徐々に緩んできている。景気対策も充実しているので、良くなってほしいという気持ちが強い。
	やや良くなる	百貨店(企画担当)	・テーマパークに新アトラクションがオープンしたことにより、阿倍野地区の大型商業施設との相乗効果が期待できる。
		百貨店(企画担当)	・外商の上位顧客については、消費税増税前の駆け込み需要の反動も一巡したとみられる。また、今後は現金顧客の購買意欲も緩やかに回復するため、数か月後は現状よりも好転する。
		百貨店(営業担当)	・書店を新たに導入したため、来客数の回復を期待している。
		百貨店(営業企画)	・消費税増税前の駆け込みで売上が大幅に伸びた化粧品や保存食品などは、反動減が長く続いていたが、ようやく回復基調となっている。
		百貨店(売場マネージャー)	・現状はボリューム品が苦戦しているものの、気温の関係で回復してくると思われる。食品は百貨店が強く、安心安全の観点から売上が伸びると予想されるほか、リビング関連や高額品も既に回復傾向にあるので、今後は良くなっていく。
		百貨店(外商担当)	・先月ぐらいから、客との会話で消費税増税の話がほとんど出なくなったことから、現在は景気への影響はほとんどないと考えられる。今後は政策や株価、燃料高などに大きく左右されるものの、消費マインドは上向いていく。
		百貨店(売場マネージャー)	・昨年の10月は気温や天候要因の影響が大きかったが、今年も気温は平年を少し上回ると予測されているため楽観視できない。また、アパレルメーカーも春夏商材の消化があまり進んでいないといわれており、秋口は生産がシビアになる。化粧品やプライダル関連の動きは回復の見通しであるが、消費者のシビアな動きは継続しそうだ。
		百貨店(マネージャー)	・海外からの旅行者の増加など、景気を後押しする材料があるため、徐々に回復する。
		スーパー(店長)	・ガソリン価格の高騰など、景気の先行き不安を高めるマイナス要素はあるが、緩やかな回復の兆しが出てきている。楽観視はできないものの、今後は景気回復の動きが進む。
		スーパー(店長)	・気候条件にもよるが、季節も変わるため、新しくスタートできると信じている。景気の改善が感じられず、確かな材料もあまりない状況であるが、先行きに期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・中国での食肉の期限切れ事件の影響もあり、食の安全に対する意識が更に高まることで、単価の上昇による売上の増加が期待される。
		スーパー（店長）	・7月後半からの暑さにより、アイスクリームや飲料系の販売量が急激に伸びている。今後はお盆商戦も控え、果物セットなどの高単価商品の販売が始まる。中国の食肉の期限切れ問題もあり、土用の日のうなぎなどは、高単価であるが国産がほぼ100%という状態であった。これからは更に、国産、安心・安全などのキーワードが重要と感じる。
		スーパー（企画）	・食料品は堅調な動きを維持するほか、季節が変わることで、衣料品、住居関連と共に消費が回復するのではないかと。ただし、消費者による企業の選別の動きは更に顕著となる。
		スーパー（社員）	・実用衣料、消耗雑貨や加工食品など、日常的な購入商品に大きな変動はみられないが、イベント開催日や土日は生鮮食品やこだわり食品の動きが活発である。後は賃金の増加などが消費の拡大を後押しすると期待している。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品といった高額商品の売上がますます好調に推移し、客単価の上昇につながることが期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋冬物オーダースーツについての問い合わせが多い。
		家電量販店（経営者）	・駆け込み需要の反動減を脱し、通常の消費に戻る。
		乗用車販売店（経営者）	・今までも特定の業者が良くなることはあったが、最近は一般的に景気が良くなってきているように感じる。
		一般レストラン（経理担当）	・客単価が上昇しつつあり、予約客も増えてきている。海外からの観光客についても堅調に推移している。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・企業決算が良く、賃上げも実施されたことで、消費者の購買意欲は高まっている。景気回復に向けた企業の足並みもそろっている。
		観光型ホテル（経営者）	・8、9月の先行予約状況はやや良くなってきている。特に要因は把握できていないが、テーマパークの新アトラクション効果などもあると考えられる。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税増税後の駆け込み需要の反動減も影響が薄れてきており、景気は回復基調に戻りつつある。その反面、人手不足や人件費の高騰、ガソリン価格の値上げなどによる利益の圧迫は続きそうである。
		タクシー運転手	・流し営業での営業収入は順調に推移しており、企業関係の予約も引き続き順調である。
		タクシー運転手	・タクシーや建築関係など、末端の業界が忙しくなってきたため、今後の景気回復につながっていく。
		遊園地（経営者）	・夏休み以降、多方面からの来場が見受けられ、客単価も高水準を維持できている。夏ならではのレジャー関連消費に期待が持てる。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると、今月と来月は悪くなっているが、2～3か月先の予約は悪くないので、やや良くなるのではないかと予想される。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・順調に予約が入っており、日々のコンサートも立ち見が出るほどである。当ホールの収益にはならないが、グッズの売上が1公演で億単位になることもあると聞いている。
		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。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場数は、消費税増税の駆け込み契約の反動で、今期は前年比で2割近い落ち込みを示していたが、徐々にではあるが回復傾向にある。
	変わらない	商店街（代表者）	・集客のためのアクションがないなど、商店街の悪い部分が出ている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税率が上がって、価格表示が外税となり、レジで余分に支払っていると感じている客が多い。年金も含めて収入を支出が上回っているため、不安感からますます財布のひもは固くなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・売上が増える要素はみられないが、この数か月は客単価が前年比で平均3～5%上昇する状態が続いている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・消費税増税の影響がまだ残っているのか、買物が非常に細かい。

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〔衣服〕 (経営者)	・例年、秋冬は衣料品業界が待ち望むシーズンであるが、ここ数か月の様子を考えると、冬だからといって全く期待できない。更なる消費税増税前の最後の冬ということもあり、冬物衣料にどれだけの動きがあるのか予想が立たない。また、時代の変化に伴って販売ルートが大きく変わってきており、我々のような小さな店舗にとっては、そういった変化をどう乗り切るかが大きな課題である。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・変わる要素があれば教えてほしい。
		一般小売店〔雑貨〕 (店長)	・近隣に大きな道路ができ、その道路沿いにコンビニが2店舗オープンしたことで売上が落ちていたが、消費税率の引上げで更に追い打ちをかけられている。
		百貨店(売場主任)	・高額品を中心に、消費税増税前の駆け込み需要の影響はまだ数か月は残り、電気代、ガソリン代などの上昇による負担感もあることから、景気の好転は期待できない。
		百貨店(売場主任)	・当初は消費税増税の影響が今月辺りから薄まると予測されたが、確かに改善傾向にはあるものの、客は決して消費に積極的ではなく、むしろ支出を抑える傾向が続いている。収入が増えない限り、支出は増えない状況であり、ここ数か月で景気が大幅に改善するとは考えにくい。
		百貨店(売場主任)	・東日本大震災の早期復興や雇用の安定など、もっとインパクトのある景気対策が求められる。
		百貨店(売場主任)	・耐震工事が9月まで続き、10月はオープンに備えた工事となるため、見通しは厳しい。
		百貨店(営業担当)	・優良顧客の海外高級ブランド品や美術品の引き合い、買上については、他社との競争が更に激化すると思われるが、全体的には回復に向かう。
		百貨店(店長)	・今後の景況感については不透明な部分もあり、消費税増税や人材不足によるコストアップが足かせになる可能性もある。
		百貨店(販促担当)	・非常に見通しが立てにくい状況にある。購買心理を把握できていないのが現状であり、対策が立てられそうにない。新たな企画を繰り返し、動きのかぎを探る展開となりそうである。
		百貨店(サービス担当)	・これから本格的に暑い時期に入るので、アイスクリームなどの冷菓商品の展開場所を前年よりも増やし、清涼感の演出を強化することで売上の拡大に努める。
		百貨店(商品担当)	・世帯収入の増加を実感できないなか、公共料金の値上げやガソリン価格の高騰、消費税率の再引上げなどで先行きに不安があるため、ヒット商品が出ても、そのほかの商品を買い控える動きが増える。
		百貨店(商品担当)	・雑貨類や洋服など、原料価格や人件費の上昇で、秋以降は値上げが避けられない業界が多い一方、客単価はそれほど上がっていないのが現状である。
		スーパー(経営者)	・競合店との競争が激しく、今後も現在の状況が継続する。
		スーパー(経営者)	・日々消費する食品への節約志向は、消費税増税によって強まっているように感じられる。
		スーパー(経営者)	・春以降、パート社員の採用が非常に難しくなっており、特に都心に近くなれば時給が前年比で1割以上アップしている。転職を防ぐために既存のパート社員の時給も上げざるを得ない地域もあるため、都心に近いほど共働き世帯の収入は増える。
		スーパー(店長)	・ワンランク上の商品を購入する傾向と節約志向とが共存している。節約してワンランク上の商品を買いたい、大量には購入しない傾向が続く。秋物の出足が遅れると、衣料品全体の景気後退感が強まるが、良い物をそろえることで在庫は減る方向となる。
		スーパー(店長)	・今月との比較では大きな変化はない。
		スーパー(企画担当)	・競合状況などの外部環境も落ち着いてきているので、先行きは良くも悪くもならない。
		スーパー(経理担当)	・売上は引き続き堅調に推移しそうであるが、中国の食品の期限切れ問題などで安全性への不安が拡大すると、総菜や外食などへの悪影響が懸念される。
		スーパー(管理担当)	・原料価格の値上がりによる物価上昇の傾向に加え、鶏肉などへの風評被害も懸念される。
		コンビニ(経営者)	・人気のひき立てコーヒーによって、客が客を呼ぶ期待があり、来客数が増えると共にプラスワンの購入が見込まれる。

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
		コンビニ（店長）	・コーヒーなどの認知度が上がれば、販売はもう少し伸びそうであるが、商品の単価は安い。更にほかの商品との連携が出てこなければ、現状維持が精一杯である。
		コンビニ（店員）	・現状では景気が良くなる要因は見当たらない。
		衣料品専門店（販売担当）	・多くの客は現状維持で推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・景気全体が踊り場となっているような気がする。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス直後の動きの悪さからして、今後を悲観したい気持ちになるが、車のアクセサリ商品には動きが若干みられる。カーナビやオーディオ商材については今後に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少なく、車の車検や点検の予約状況もあまり変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ3か月は受注の動きが鈍く、しばらくはこの状態が続くそうである。
		住関連専門店（店長）	・物価の上昇や輸入食品の安全問題など、消費者が不安になるニュースや事件が多発しており、景気回復の実感がない。客との会話でも、消費が楽しくない、お金を使いたくないといった消極的な雰囲気が感じられる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・これから3か月間の景気の状態が今のままであればよいが、今よりも悪くなり、更に消費税率10%への引上げが決まると苦しくなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税の影響は徐々に薄れている。ただし、医薬品業界は同じ商品を販売する同業他社も多いため、更に競争が激化している。今後は消費者目線の取組などによる差別が必要であり、知恵の出し合いとなる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・外食関連の伸びは、景気全体が良くなった後に出てくる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・販売単価は低下する可能性があるものの、販売量は特に変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・外国人観光客が目立つが、レストランの利用は少なく、3か月前と比べても販売量、来客数共に大きく減少するなど、景気の好転につながる要素はない。
		一般レストラン（経営者）	・残暑がまだまだ厳しくなりそうである。商店街の人通りはまばらで、近隣の大型ショッピングセンターに人が集まると予想される。
		一般レストラン（店員）	・このまま夏は良い状況で稼働するほか、固定客の来店頻度も変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・現状はデフレ状態から脱却できていない。期待できるのは欧米人の客が増加していることであり、街中では東アジアや欧米の観光客が多いため、宿泊の増加につながることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・バス料金の改定で、ツアー客の入込や集客の見込みが立たない。
		観光型旅館（経営者）	・景気回復が地方まで届いていないほか、ガソリン価格の高騰や高速料金の一部値上がりで客足が遠のく。
		観光型旅館（団体役員）	・当ホテルは海水浴場に近いが、夏本番であるのに予約の動きが非常に遅い。週末でも空室があるため、景気が上向くとは言い難い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は好調が続いており、単価も確実に上昇している。飲食部門のマイナスを宿泊がカバーするという傾向が、地区全体のホテルで進んでいる。
		都市型ホテル（客室担当）	・宿泊部門だけをみると、世界情勢が悪化して訪日外国人が減らない限り、悪くなる要素は見当たらない。
		都市型ホテル（マネージャー）	・客室部門では訪日外国人の増加傾向が続く見通しであり、好調に推移する。一方、宴会部門や食堂部門は先行き不透明であり、季節的な要素よりも個人の消費マインドや中小企業の業績に左右されるため、景気が良くなるとは思えない。
		旅行代理店（経営者）	・予約受付が年間で最も増える6月後半～7月にかけて、昨年を下回る流れとなっている。テーマパークの新アトラクション人気、関西の旅行代理店の足を引っ張ることが懸念される。
		旅行代理店（店長）	・今は良いが、今後はどうなるか分からない。旅行については先行きが見通せない。
		旅行代理店（営業担当）	・海外旅行需要には不安要素があるものの、おおむね堅調な推移が続く。

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
		タクシー運転手	・今は下り坂とも感じられるが、今後は横ばいでの推移が見込まれる。
		通信会社（経営者）	・消費税増税による物価の上昇などで、消費者が買い控えを行っている。
		通信会社（社員）	・景気回復の兆しは少しみえてきたが、ケーブルテレビの加入との連動性はあまり期待できない。
		通信会社（企画担当）	・今後の景気回復の状況次第で変わる。
		観光名所（経理担当）	・7月は雨が少なかったほか、それほど暑くもないなど、天候要因は良好であった。大きな台風の影響はあったものの、売上は前年比で10%強のプラスとなり、来客も若年層のグループが増えてきている。体験教室の人气が引き続き高く、売上は前年比で30%近く伸びているため、今後種類を増やす予定である。何となく景気が良くなっていると感じている。
		観光名所（企画担当）	・秋の団体シーズンの取り込みを強化するほか、個人客向けの販促を行い、来場者の確保を図っていく。
		競艇場（職員）	・良くも悪くもなく、現状のままで推移する。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間中となり、8月にはプロ野球が6試合開催され、9月には人気グループのコンサートもあるので、昨年並みの来場者を見込んでいる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・海外旅行などの方が、やや堅調な動きとなる。
		美容室（経営者）	・この暑さでカットの客は増加したが、パーマは減少気味である。周囲では空き店舗の売却が2件出ている。
		美容室（店員）	・客の来店サイクルが一定になりつつあるため、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）	・特に、レンタル売上の前年比は更なる悪化が予想されるため、人気を集めているブックカフェの強化を図りたい。
		住宅販売会社（経営者）	・今の状態が通常なのではないかと感じているため、市場や経済を刺激する材料がなければ、現状のままで推移する。ただし、次の消費税率の引上げ前に何らかの刺激がなければ、後退する恐れがある。
		住宅販売会社（総務担当）	・次の消費税増税までは現状維持が続き、増税前にまた駆け込み需要が出てくると感じる。
		その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・新築マンションの品薄感から、中古物件の動きが活発になったり、中古の流通価格に上昇の兆しが出ている。全体的には横ばいで推移すると予想される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・競争激化と消費税増税の影響で、売上の減少が継続する。
		一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・消費税増税以降は販売量が減少しているため、引き続き悪くなる。
		一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・中国の食肉の期限切れ問題による影響が少なからず出るほか、豚肉をはじめとする相場が高いことも良くない材料である。通常の景気の動きとは関係のない部分で、業界全体が厳しくなるが、それに伴って牛肉の価格もかなり上がってくる。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・大型店の安売りが続くため、来客数は減少し、販売価格も落ち込む。
		一般小売店〔花〕（店長）	・この暑い時期が終わらなければ集客は難しい。9月の前半までは来客数、売上共に悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・ガソリン代の高騰、猛暑による電力使用量の増加などで、ますます消費者の財布のひもは固くなる。物販の催事や来店を促進するイベントにより、来客数を維持していくしかない。
		百貨店（売場主任）	・厳しい販売状況が続くなか、近隣に大型のショッピングモールが出店するため、一時的であったとしても、客足の鈍ることが予測される。
		スーパー（店長）	・原油価格の高騰による物価上昇が懸念される。
		スーパー（開発担当）	・原油高のため消費者は行楽を控えるほか、関連商品の値上げが進む。
		コンビニ（広告担当）	・原材料や石油価格の高騰から、日常的な購入商品の価格高騰が定着してきている。
		家電量販店（店長）	・梅雨明けが遅く、夏の期間が短かった影響が出ている。また、エルニーニョ現象の影響で、今冬の天候が予測しにくい。
		家電量販店（企画担当）	・新製品のヒットが見込めず、商品単価も下落しているなど、回復傾向がみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・製造業を中心に、円安効果やアベノミクスによって最高益を上げている企業もあるが、まだまだ中小零細企業には恩恵が回ってきていない。今後も中小企業の業績が急回復する可能性は低く、しばらく景気は下向きの動きとなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の販売台数やサービスの申込がかなり落ち込んできている。この状態が続くと、2～3か月後は更に悪くなる。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・主要顧客である70代を中心とした層については、消費の好転はなかなか望めない。
		高級レストラン（スタッフ）	・例年、夏期休暇の後には予約が減る。
		一般レストラン（経営者）	・盆以降は9月後半ごろまで期待できない。
		一般レストラン（スタッフ）	・7月の不調は雨が多かった影響と考えられるが、消費税増税の実感が出てきたことも、消費マインドに悪影響を及ぼしている。
		観光型ホテル（経営者）	・客の収入が増えるわけでもなく、特に良くなる要素が思い当たらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税後の4～5月は落ち着いていたが、6月からの小宴会の需要が居酒屋やビアホールに流れている。立食パーティーも料理数で調整し、前年度の予算に近づけるといった要望が多い。
		都市型ホテル（総務担当）	・テーマパークのイベントが一段落することにより、集客力が弱まる懸念がある。
		旅行代理店（広報担当）	・期待と話題を集めたテーマパークの新アトラクションがオープンし、一息ついた感があるほか、夏休みに例年よりも消費を増やした家庭が多いため、その反動で引き締めの動きが出てくる。
		テーマパーク（職員）	・夏のイベントで集客を図っているものの、なかなか集客には結び付かない。近隣の施設で大型のアトラクションがオープンしたばかりなので、この夏は集客に苦戦しそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの販売価格が上昇傾向にあり、購入意欲の減退が見受けられる。今後も建設費はしばらく上昇することから、販売価格の上昇によって売行きは鈍化していく。
		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）	・倒産件数が増加する。
		悪くなる	
高級レストラン（店長）	・消費税増税の影響か、客の動きが悪くなっている。		
競輪場（職員）	・アベノミクス効果があった昨年でも悪くなったため、良くなる要素が見当たらない。		
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が動き出し、売上、利益共に増えていく。
		金属製品製造業（営業担当）	・新規の受注もあり、更なる増収が見込める。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・そろそろ良くならなければ困る。新製品も2～3品出ているが、売行きは今一つである。さらに、中国の食肉の期限切れ問題の影響もこれから出てくる。
		食料品製造業（営業担当）	・今年の夏は残暑が長引く予想であり、飲料水の売上も昨年を上回る。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療業界は安定しており、電子化された情報の提供方法を提案することで、まだまだ拡大していく。レジャー業界やビジネス向けの格安ホテル業界も、引き続き販促に力を入れる方向である。
		化学工業（経営者）	・落ち込んでいた売上が、ここへきて少しずつ回復してきている。得意先との会話でも、お盆明けぐらいからは動き出しそうな話が出てきている。
		金属製品製造業（経営者）	・各業界での受注の内示や、予想が上向きつつある。
		金属製品製造業（管理担当）	・9月から名古屋駅前再開工事の納入が始まる予定である。工期が1年以上となるため、その間は売上の増加が見込める。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量が若干ながらも増加傾向となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・弱気な中でも、新しい技術を求める顧客が増えている。ただし、新製品の開発というよりも、製品の歩留まり向上を目的としたものが多い。国内の大手企業はかなり雇用者に負担をかけているが、一時の自信を喪失した状態からは少し回復したように見える。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・増加傾向にある引き合いを、確実に受注へ結び付けていく。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・秋までこのままの株価で推移するとは考えにくい。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・7月は折込件数がやや回復している。8月は毎年数字が良くないので判断が難しいものの、秋ごろからの復調を期待している。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・4～7月前半までの動きは、駆け込み需要の反動減の影響である。さすがに8月以降は元に戻り始めると予想している。
変わらない		食料品製造業（経理担当）	・社会保険料の負担、地方税や所得税などの増加が、徐々に実感として出てくる。
		繊維工業（団体職員）	・回復までには、もう少し時間がかかりそうである。
		繊維工業（総務担当）	・現在も、円安による海外からの仕入コストの上昇分が十分に吸収できていない。ただし、取引相手国の見直しも進んでいるため、今後は徐々に改善していく。
		繊維工業（総務担当）	・取引先ごとに製品を分けていけば、販売量が確保できるはずであるが、消費者への販売がうまくいかなければ注文が増えない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達には忙しいが、毎月の配達量は変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大きな変化はないように感じるが、ガソリン価格の上昇によって運送コストが上がることを懸念している。
		化学工業（管理担当）	・個人の消費意欲が上がってこない。
		化学工業（企画担当）	・原材料価格が高騰しているが、販売価格へ転嫁できていない。猛暑で食品の消費が落ち込んでいるため、販売量の増加による利益の確保も当面は難しい。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・現状維持となるか、持ち直すことが予想される。今が底であると思われるほか、季節の切り替え商品が動き出す。
		一般機械器具製造業（経営者）	・最近引き合いが増えているが、ここ数か月の間に受注につながるかどうかは不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3年前に比べて円安であるが、慎重に投資するという姿勢は変わらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・リニューアル物件向けの受注量は確保できているが、新規着工向けの受注量は厳しい状況が続く。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・特に良くなる要因がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・特に大きな物件もなく、明るい材料がない、横ばい状態が続きそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・いつもお盆に入る仕事在今年はない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果により、大企業を中心に好決算が続く、給与、賞与もアップしているが、我々中小企業には、その恩恵はまだ届いていない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の開発が進んでいないため、今のところは変わる見込みがない。
		建設業（経営者）	・10月以降に向けて、7～8月は少し受注が落ち着くと考えられる。ただし、政治の動きや東京オリンピックなどの外部要因によって状況が変わる可能性もある。
		建設業（経営者）	・今後は東京一極集中や東日本大震災の復興本格化により地域格差が広がる。全国に景気回復の動きが広がることで、中小企業に設備投資意欲が出てくることを期待したい。
		建設業（経営者）	・案件数は多いが、相変わらず受注するには厳しい価格となっている。
		輸送業（営業所長）	・関西国際空港での輸入貨物の配送が減少しており、回復の兆しがみられない。
		輸送業（営業担当）	・必要な物は売れているが、余分な物を買わない傾向がみられる。
		輸送業（商品管理担当）	・消費税増税が影響しているようで、販売量が減少している。
		金融業（営業担当）	・各企業の今後の受注について、現状では予想しにくく、前年との比較では対応できない。

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
		不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が撤退する動きはこれからも続くと思われ、景気は底の状態が続く。
		広告代理店（営業担当）	・急激には良くならないものの、少しずつ回復の兆しが出てくる。
		司法書士	・登記の件数は相変わらず少なく、案件もあまりないことから、現状維持の状態が続く。
		経営コンサルタント	・昨年から行われてきた助成金がそろそろ終了となる。まだこれを有効活用しようとする企業は多く、景気を刺激する効果はある。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今の状況が変わる要素はない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・原油価格の高騰が続くなか、外出機会が減少するほか、節約志向が更に強まることが懸念される。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・消費税増税の余波がどの程度続くかは予測できない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後については、見積りや設備投資も含めて変化はない。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の取引先の動きには期待できない。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・取り立てて大きなプロジェクトもなく、イルミネーションの設置が増える11月ごろから動きが出てくる。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・電気料金とガス代の値上げが、相当大きく影響する。
		輸送業（営業担当）	・建設材料のほか、各種の部品工場の製造は増えているが、それ以外はほとんど製造量が落ちている。
		通信業（管理担当）	・日照りが続いているため、野菜価格が高騰する。
		広告代理店（営業担当）	・夏物の需要期が終わり、秋物に移行していくが、この間のイベントや販促の機会が例年に比べて少なくなっている。
		経営コンサルタント	・消費税率の引上げの影響はやや落ち着くと思われ、それに伴って業績も徐々に上向く。
悪くなる	広告代理店（営業担当）	・5～7月の売上は月を追うごとに前年比が悪化し、先行きが読めない。	
雇用 関連 (近畿)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・業種によってはまだまだ厳しいところもあるが、全体的にどの業種も依頼件数が増えてきており、今後の見込みも良い。また、求人数は増えているが、求職者が不足していることから、安定した仕事に就いている人が多いと判断できる。
		人材派遣会社（役員）	・人手不足で事業縮小の動きが加速すれば話は別であるが、東京の好景気が大阪に波及してくれば期待が持てる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の景気も良くなってきているようで、不動産、医薬品業界の動きが目立っている。不動産は特に相続税の改正もあり、各ハウスメーカーの動きが活発である。
		職業安定所（職員）	・来春の新規高卒求人は、製造業、小売業、サービス業を中心として、前年よりも大幅に増加しているなど、若年労働力の確保に積極的な企業が増えている。また、人材確保のために賃金をアップする事業所もみられる。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用意欲が減退する動きはみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・医療機関に限れば順調に回復しているように感じる。病院の建て替えなども増えている。
		変わらない	人材派遣会社（経営者）
	人材派遣会社（営業担当）		・景気が上昇する要因が特に見当たらない。
	人材派遣会社（支店長）		・しばらくは、急激に良くなるとは考えにくい。
	アウトソーシング企業（営業担当）		・シニア層を中心とした個人消費は増えているが、貿易収支は黒字に戻っておらず、メーカーの黒字もリストラによるものが中心である。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）		・新聞の求人広告をみる限り、変化はほとんどない。海外事情や大手企業の動向にかかわらず、この先も景気は変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・どのような世代、職種でも安定した収入が確保でき、最低限の生活が維持できる環境の整備が必要であり、特に高齢者の増加に伴う就業対策が急務となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・製造業などでは依然として求人需要は多い。今以上の需要は期待できないかもしれないが、しばらくは今の状態が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・労働者不足が求人への抑制につながる構造は続くが、賃金が上がれば景気は良くなるため、その点は注目される。ただし、当地域では賃金が上がる見込みは当面ない。
		民間職業紹介機関（支社長）	・投資や資金の動きが一巡したのか、求人、求職者側双方に疲労感がみられる。人手不足による生産への影響や景気の減退を懸念している。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・新聞の広告量からみると、この先1～2か月は落ち込みそのような状態である。

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	－	－
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・衣料品の動きが良くなっている。正価品に限れば、売上は7月中旬から前年を6%上回っており、正価品の売上に今後の手ごたえを感じる。
		百貨店（営業担当）	・夏物のセール時期の分散化によりピーク時の売上が減少しており、8月以降の夏物の売上につながる。
		スーパー（店長）	・今後の天候が景気に影響する。
		スーパー（店長）	・景気をV字回復させるまでの材料はないが、景気は少し良い。
		スーパー（総務担当）	・少しずつ客単価の上昇がみられるので、季節要因も相まって売上増加が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・昼食時に営業で外回りするサラリーマン客が増えている。仕事が増え、人の動きが出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響も一段落し、夏のボーナス支給により客の購買意欲が高まる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・景気回復や8月の国内旅行予定者数が過去最高となる等の市場動向が、当社にもプラス影響を与える。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入があるので、景気は多少上向く。
		乗用車販売店（店長）	・客にも消費税増税に慣れた感じがあり、上期決算に向けて多少期待が持てる。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算商戦に突入し、また新しい商品も導入予定なので、販売量が増える。
		その他専門店 [ファッション雑貨] (従業員)	・今後は近隣の競合店舗がなくなるため、売上の増加が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・客が消費税増税に慣れつつあり、増税自体よりも日常生活を大事にする意識に変わるので、今より景気は良くなる。
		スナック（経営者）	・8月も今月の状態が続けば景気が少し良くなっていく。
		その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (支配人)	・売上は少しずつ増加しており、行楽シーズンには売上は前年並みに戻る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客単価が上昇している。消費者が商品購入時に良いものを購入し、飲食時に良いものを食べることで、景気の好循環につながっていくと思われる。
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税の影響がだんだんと薄らいでいる。
		タクシー運転手	・8月は企業のボーナスもだいたい出そろった時期で、お盆というプラス要因もある。
	変わらない	商店街（理事）	・景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。客からは消費税増税への違和感を感じないが、景気の停滞はしかたがないという心境にみえ、客の購買意欲は上がりも下がりもしない。
		商店街（代表者）	・近所にたくさんのコンビニができ、通常の販売店はなかなか太刀打ちできない状況が続いている。来客にも変化が出ている。
		商店街（代表者）	・地元の観光業は出雲大社の大遷宮で上向きであると言われる。建設会社等は公共工事は増えているが、工事原価が上がっているため、収益は良くないようである。

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
		商店街（代表者）	・8月も今月同様に景気の大幅な上昇はないものの、穏やかに回復する。
		商店街（代表者）	・地方の家庭では収入は増加せず、ガソリンの値上げ等が家計を圧迫する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・この1～2か月は低価格の印鑑を購入する客が多く、客にあまりゆとりを感じない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・都会は景気が良いようであるが、田舎にはまだまだ波及していない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税増税や円安による原材料の高騰と個々の商品の値上げが今後も懸念される。
		百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素が見当たらないので、しばらくはこの状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・今よりは悪くはならないだろうが、6～7月と原因不明の売上の落ち込みが続いており、今後についても全く展望が開けない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響は薄れてきているが、客の購買状況を見る限り、まだまだ景気が良くなる要因が見つからない。
		百貨店（販売促進担当）	・盆商戦や秋商戦が立ち上がるが、客の価格意識と節約志向は継続する。景気が上向くには時間がかかりそうである。またガソリンの高騰は帰省客を対象とした商売にはマイナス影響がある。
		百貨店（購買担当）	・クリアランスセールでいいものを安く提供しているが、客は商品を吟味して買おうとする姿勢が強い。客の立場にたてば給料は上がっていないので、財布のひもは固く締めた状態が今後も続く。アパレルの仕入れ先からは、商品を抑え気味に製造していると聞く。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響がまだ残っている。身の回り品においても、こだわり品や高機能品は動くが、通常の商品は動きが悪い。セールを開催しても客は安くても不必要なものは買わない傾向が継続する。
		スーパー（店長）	・今のところ良くなる材料が見当たらない。
		スーパー（店長）	・客数が前年比で減少する状態はこのまま2～3か月は続く。
		スーパー（店長）	・景気が上がる要素も、下がる要素も見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・一時的かもしれないが、客が戻りつつある。ただ、相変わらず低価格の商品を求める客の方が多く、客単価は上がらず、先行きに一抹の不安を感じる。
		スーパー（管理担当）	・今後の景気は読みにくいが、現状維持ではないかと思う。ただ、ディスカウント店等、相次ぐ競合店の出店により客数の減少と客単価の低下が起これ、売上の減少が懸念される。
		スーパー（営業システム担当）	・消費税増税の影響は薄れているが、当初の予想に反して現在も買物に対する慎重な姿勢が続いており、これからも継続する。
		スーパー（販売担当）	・客数と客単価はともに先月、先々月より悪く、良くなる要素が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・徐々に売上は上がってきたが、今の状態がしばらく続く。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業に勤める客にとっては景気が上昇しているようにはみえない。
		家電量販店（店長）	・売上の大きな部分を占めていた太陽光発電関係が影も形もなくなりつつある。今後、何でカバーするか悩ましい。
		家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動減からは回復すると思われるが、大きく成長が見込まれる商品が見当たらないため、前年並みで推移する。
		家電量販店（企画担当）	・駆け込み需要の反動減は収まったが、景気が良くなる理由が思い当たらない。
		乗用車販売店（統括）	・今期中は消費税増税の影響が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車が登場したが、商談が長引いている。客からはガソリン相場の話題が頻繁に出て、節約志向と高燃費車重視が顕著になっている。当社には特化した車種が乏しいため現状が続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・当業界だけかもしれないが、消費税増税に伴う景気の悪化を正面から受けている。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・良くなる要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では景気回復が進まない。公共事業で土木建築業は景気が良いと聞くが、地方全体の景気はなかなか上向かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕(所長)	・すべての業種で改善されるわけではなく、客単価が上がる業種と下がる業種の2極化が進み、トータルでは現状から変化しない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(運営担当)	・ここ最近、客数の動きが良くない。しばらくは景気は横ばいで推移する。
		高級レストラン(スタッフ)	・客数は前年並みになってきたが、予約状況があまり良くないので、お盆の状況を注目している。
		一般レストラン(経営者)	・地方の中小企業の社員にとっては収入が増加した実感はなく、今後も厳しい給与状況が続くため、消費はますます落ち込む。
		一般レストラン(店長)	・現状の伸びは維持できると思うが、それ以上の伸びを期待できる要素がない。
		一般レストラン(外食事業担当)	・行楽需要は安近短となる。景気は今後の天候に左右される面が大きいですが、今の流れから大きくは変わらない。
		観光型ホテル(宿泊予約担当)	・団体の受注は伸び悩んでいるが、小グループや個人の受注動向によっては現状維持の可能性はある。
		旅行代理店(経営者)	・もう少し企業が元気にならないと景気は良くならない。
		旅行代理店(営業担当)	・決定的な景気対策がみられない。
		タクシー運転手	・当市ではイベントを開催し、入り込み客を増やそうとしているが、昼間のタクシー利用客は増加していない。
		タクシー運転手	・人の動きは出てきたが、タクシー利用は増えない。全国的にも当地でも、自動車関連企業を中心に景気は上向いているが、タクシー業界の景気は変わらない。
		タクシー運転手	・7月はボーナス支給月なので、本来であれば2~3か月先の売上は今月より確実に悪いはずであるが、今月の売上が伸びていないため、3か月後も景気は変わらない。
		通信会社(社員)	・販売増につながる問い合わせが増えない。
		通信会社(企画担当)	・商品に関する関心度や引き合いは消費税増税以前の平常に戻っており、今後もこの傾向が続く。
		通信会社(総務担当)	・7月の販売実績をみても客の購買意欲が感じられない。
		通信会社(広報担当)	・商品の購入ではなく安い料金への変更が多く、購入の動きはあまり増えない状況が今後も続く。
		通信会社(営業担当)	・景気浮揚は次の消費税増税への懸念で相殺される。
		通信会社(販売企画担当)	・3か月後はボーナス商戦も終わり、冬商戦までの谷間となる。
		テーマパーク(管理担当)	・消費税増税後の物価上昇やエネルギーコスト増加等により、景気回復につながる要素が見当たらない。
		テーマパーク(業務担当)	・秋の行楽などで多くの来客を期待しているが、ガソリン高騰などの懸念材料がある。
		ゴルフ場(営業担当)	・天候にも左右されるが、景気は全体的に上向き傾向である。
		美容室(経営者)	・景気が良くなる材料が思い浮かばない。
		美容室(経営者)	・3か月後では家計のやりくりに変化はないが、今後、収入の増加がなければ客は節約志向に走る。
		美容室(経営者)	・消費者は消費税増税に慣れてきたのか気分は安定してきているように見えるが、客の消費傾向は良くも悪くも2極化している。
		その他サービス〔介護サービス〕(介護サービス担当)	・ここ数か月、身のまわりで景気の変化が感じられる場面はなかったので、よほど大きなきっかけがない限り2~3か月後に景気の変化があるとは考えにくい。
		設計事務所(経営者)	・収入等の増加はないが、消費者は必要なものについては購入意欲を持っている。
		設計事務所(経営者)	・建設費が高騰しており、設計完了後、見積をとってもなかなか契約に至らない状況が今後もしばらく続く。
		設計事務所(経営者)	・現在も建築関係の人手不足が続いているが、秋口から着工予定の大型建築物が多いので、スケジュールどおりに工事を進められるか心配している。
		住宅販売会社(従業員)	・来年10月に予定されている消費税10%が実施されるか延期されるかはっきりしなければ、客は住宅購入を決断できない。
		住宅販売会社(販売担当)	・景気動向に大きな変動要素はなく、まだ現状維持が続く。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・節約しているのか、本当に金がないのか判断しにくいですが、客から欲しいものを買おうと思う気持ちが感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・子供服専門店は、少子化、オーバーストア、デフレとインターネット販売の四重苦にあえいでいる。消費は回復しておらず、デフレ傾向も変わっていない。予定どおり2%の更なる増税が実施されたらどうなるか、危惧している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・当社としては業態を変えるか、販路を新規に開拓していくか、早急な企業努力が必要と感じる。しかし周辺の景気はそれほど悪くはなっていない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客は衣食住の日常消耗品の購入をどうしても優先するため、当店の売上に影響する。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税に伴うメーカーの生産縮小の影響がこれから店頭に出てくるため、7～8月の新商品の入荷が絞り込まれている。
		百貨店（営業推進担当）	・当店の商売環境は人口減少や高齢化が進展するため将来的にも厳しく、また周辺のインフラ整備が、かえって人の動きを地域外に向かわせるストロー現象が顕著になっている。
		スーパー（業務開発担当）	・猛暑で飲料や冷菓は前年並みに伸びるが、野菜等の単価上昇と客の消費意欲の減退が売上に影響する。
		スーパー（財務担当）	・客の節約志向と競合他社との価格競争激化により消費者が買いまわり、客数が減少し客単価が下がる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・生活必需品は買わざるを得ないが、それ以外の商品を購入する客は見込めない。
		家電量販店（店長）	・3か月後の10月は、客数が減少する時期で冬のボーナス前でもあり、また消費税増税の反動もまだ残っている。
		家電量販店（販売担当）	・特需が期待できない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・ガソリンなど生活必需品が値上がりし、家計が厳しくなっている。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・前年の秋は出雲大社の大遷宮で景気が良すぎたので、比較対象とならない。景気は現在と変わらずやや悪いまま推移する。
		観光型ホテル（支配人）	・夏休み期間中の宿泊予約は低調である。予約が入っても格安プランが中心で、消費意欲が改善している感触はない。
		都市型ホテル（企画担当）	・9月以降の先行受注は、宴会と宿泊がともに前年を下回っている。レストランでも高額店舗の客数が落ちていることもあり、景況感は厳しい。
		都市型ホテル（総支配人）	・出雲大社の大遷宮効果が徐々に薄らぎ、観光客の前年比での減少が顕著になり始めている。
通信会社（工事担当）	・今後は閑散期に入るため、申込件数の減少が見込まれる。		
設計事務所（経営者）	・東京一極集中の是正に本気で取り組まなければ地方崩壊を食い止めることはできない。従来どおりに地方に公共投資を積み増す政策では、何ら成果を期待できないばかりか地方崩壊が加速してしまう。		
住宅販売会社（営業担当）	・夏の暑い時期は客の動きが鈍る。		
悪くなる		スーパー（店長）	・消費税増税と石油製品高騰の影響で単価が上がり、日々購入する食料品の買い控えが予想される。また、買物の回数が少なくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税だけでなく品物の値上がりが家計に影響しており、ますます客の購買意欲が低下している。
		自動車備品販売店（経営者）	・お盆を過ぎると、消費者の財布のひもは更に固くなり、売上が伸び悩む。
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）	・次の新車立ち上がりが控えており、当社も繁忙が続く。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・5月終わり頃より真アジの水揚げが好調で、港にも活気が出ている。このまま大漁が続いて欲しいが、燃料油の高騰がどこまで続くか心配である。
		化学工業（経営者）	・主要原料の苛性ソーダ値上げ分の転嫁交渉もほぼ決着し、期待を込めて景気は浮揚する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け工事案件の生産と出荷を計画しており、生産水準は現在よりも上方で推移する。
		建設業（総務担当）	・受注の引き合いは今後も続く。
		輸送業（支店長）	・個人消費が前年を上回るようになってきている。消費税増税後の堅調な動きは今後とも続く。
		通信業（営業企画担当）	・昨今の情報漏えい事象により、セキュリティ関連商品について客からの問い合わせが開始している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	金融業（貸付担当）	・夏のボーナスが増額支給されているところもあり、夏場の消費動向は活発になる。最近、中古住宅の売買が多くなっていく気がする。カネが動けば景気循環も好転し、2～3か月先の景気も良くなる。
		食料品製造業（総務担当）	・例年、7～8月は売上が伸びない時期であるが、どうか7月は予算を達成できそうである。
		繊維工業（統括担当）	・アベノミクス効果をずっと期待しているが、まだはっきりとした効果は表れていない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・住宅関連は低調な状態が続く。
		化学工業（総務担当）	・全体としては景気は上向いているが、当社のような素材産業は、まだまだ恩恵が小さい。
		鉄鋼業（総務担当）	・客企業の稼働状況はおおむね好調に推移する。
		鉄鋼業（総務担当）	・さらに景気が良くなるというよりは、今の繁忙状態が当面高位安定する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・材料の値上げと人手不足でコストが上がった分を販売価格に転嫁できない状態である。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・今後半年間の受注の内示は、月々の変動はあるものの、全体数量としては変化が小さい。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・採算性の高い案件が少ないため、収益面は依然厳しい状況が続く。
		建設業（経営者）	・3か月後に景気が下がることはない。ただ長期的にみれば、建設業界では技能者が減る一方で補充が十分でなく、不動産業界では高齢者が死亡した後に引き取り者がいない空家が増える等、いろいろな心配材料がある。
		通信業（営業担当）	・内需の拡大など消費が伸び悩んでいるように、企業の設備投資もそう伸びるとは判断できない。
		金融業（自動車担当）	・為替が安定するなかで、好調な北米経済がけん引役となつて、低燃費車の輸出好調が続く。自動車部品メーカーの受注も好調を維持する。
		不動産業（総務担当）	・2～3か月後は賃貸物件の需要時期ではないため、現在からあまり変わらない。
		やや悪くなる	
非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連において、中国勢にシェア拡大の流れがみられる。		
金属製品製造業（総務担当）	・住宅機器のOEM先が浴槽の拡販を計画していたが、計画比30%の減少となっている。消費税増税後の反動が想定より大きいとのことで、当社も減産が避けられない。		
電気機械器具製造業（総務担当）	・個人情報漏えいが社会問題となった影響を受けて、受注が減少する。		
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・原材料が高騰しているなか、製品価格に転嫁できるものは良いが、値上げできないものは赤字覚悟で生産しなければならず、将来の消費税10%化を考えあわせると見通しは非常に暗い。		
輸送業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減からの回復が見込みよりも遅く、扱い数量がやや減少しそうな見通しである。		
広告代理店（営業担当）	・夏の販売促進商戦も過ぎて、客からの受注量の動きが少し悪くなる情報も入っており、現状より悪くなる方向で推移する。		
会計事務所（職員）	・関与先の中小零細企業では、賃金ベースの増額は思ったよりも少なかった。そうしたことから、夏場以降の消費動向は不安定な要素が多いと思われる。		
コピーサービス業（管理担当）	・コピーサービスはITの進歩浸透に伴って出力や電子化等のサービスへと変わり衰退事業となっており、当事業には良くなる要因はない。		
悪くなる			
		建設業（総務担当）	・物件数はあるが、現場管理の人員不足等により受注を見送らざるをえない状況が続く。この状況がピークを迎えるのは半年先と予想している。
雇用関連 (中国)	良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・既存の客の予算はなかなか増えないが、新規の客からの引き合いは多い。当社は新卒採用事業が中心であるが、中途採用の相談も増えている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・県内では大型商業施設の開業に伴い様々な産業が発展すると予想する。

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
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・例年どおりであれば秋口から年末にかけて求人が積み上がる傾向が強く、現時点でそれを否定する材料は見当たらない。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・大型ショッピングモール出店のインパクトは大きい。交通面の混乱が予想されるが、人材派遣業においても具体的対応策を打ち出せない。学生の就職支援や女性の復職支援について具体策を急いで決める必要がある。
		職業安定所（雇用開発担当）	・新規高校卒業予定者を対象とする求人の伸び率が前年同月比5割を超えるなど、各企業の採用意欲は一般求人とともに高くなっている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規出店の計画を聞き、人材派遣業者からは受注増加との情報を得ている。
		民間職業紹介機関（職員）	・地元の自動車産業が好調を維持しており、県を挙げた観光プロモーション活動も全国的に注目を集めており、観光業が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気自体は上向きになっているが、最低賃金上昇の影響を考えあわせると、今後の景気は停滞する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の中途採用意欲は依然として高水準で採用が困難な状況が続いており、今後は新卒者の採用意欲が一層高まる。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・求人数自体は増えていない印象があるため、3か月程度では大きな変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復に加え、大型ショッピングモールの出店テナントによる採用活動が始まり、人手不足が深刻化している。パートの時給引き上げや正社員化など、地場企業で人材を囲い込む動きが加速しつつある。一方、この動きは企業利益の足を引っ張る懸念がある。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・12か月連続で求人倍率は1倍を超えているが、これは求職者の減少によるところが大きく、身のまわりの景気が良くなっている実感はない。
学校〔短期大学〕（学生支援担当）		・現状から変わりそうにない。	
その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）		・求職者のうち、在職者の多くはパートや嘱託などの非正規労働者が中心で、正社員への転職希望が少なくない。離職はせず、在職しながら改善傾向にある労働市場をみて求職活動をしている。	
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）	・政府や日銀の政策がぶれなければ、徐々にデフレから抜け出せ、一歩前に進むのではないかと。
		コンビニ（店長）	・帰宅途中の来店時間のピークが少しずつ遅くなっている。夕夜間の弁当、おにぎり、ファストフードの販売が増加している。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数、販売量ともに低調。
		住関連専門店（経営者）	・景気は多少とも良くなっているとの報道や、一般消費者にもそういった動きがみられるので、今後を期待したい。
		タクシー運転手	・四国霊場開創1200年の今年は、お遍路さんも増え、今より良くなるとみている。
		競艇場（職員）	・8月のお盆レースを控え、今後やや良くなるのではないかと。
		商店街（事務局長）	・夏頃には消費税増税の影響も落ち着くと予想していたが、もう少し時間がかかると感じている。
	変わらない	商店街（代表者）	・地方経済の回復にはまだ時間を要する。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来店客数が減少傾向にある。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・予約が低調。予約をしない当日購入のお客が増えており、見込みが立てにくい。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気が低迷したまま、何も変わらない。例年、8月の夏祭りが終われば、売上が冷え込む。
		百貨店（営業担当）	・来店客数は減少傾向にあるが、固定客の購買状況が堅調に推移しており、全体では変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・4～5月は消費税増税の影響による売上減少は想定内に納まるも、6～7月のマイナスは想定を上回っている。8月以降も厳しい状況が続くとみている。
		百貨店（営業推進）	・消費税増税の影響がまだ続いている。
		スーパー（店長）	・猛暑だった昨夏は、客数、販売面ともにマイナスになった。今年も高温の日が続くようなら販売面は苦戦する。
		スーパー（財務担当）	・今後、消費税率引上げによる負担増は消費者行動に徐々に影響してくる。
		コンビニ（総務）	・お盆以降の気温が下がると、飲料等の売行きが悪くなる可能性がある。
		衣料品専門店（経営者）	・売上は気温に大きく左右される。
		衣料品専門店（総務担当）	・顧客の節約志向から単品買いが増えている。消費者心理に変化はなく、景気が良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後の回復は当分ない。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量の落ち込みは年末まで続きそうだ。
		乗用車販売店（従業員）	・消費者の動きは鈍く、しばらくは厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・先の動きが良くなると予想できない。
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税で、4～7月の新車受注が落ち込んでいる。10月以降の新型車投入までは大きな動きもなく、上半期は難しいと判断している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税の影響は薄らいできたが、消費に対する慎重な姿勢は変わらない。
		その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	・良くなる要素がない。
		観光型旅館（経営者）	・8～10月の予約状況は前年並みにとどまり、増加要因はない。
		都市型ホテル（経営者）	・8月はよさこい祭りなどイベントが多いが、予約状況は例年並みである。
		旅行代理店（支店長）	・関西圏テーマパークの新アトラクションオープン等で旅行への関心が高まっている。しかしガソリンの高値が続いていることから、マイカー利用の近場旅行の減少が懸念される。
		通信会社（企画）	・高額商品の引き合いは続くともみているが、「良くなる」と言えるほど顕著な動きが現れるとは考えられない。
		通信会社（営業担当）	・労働力不足が深刻である。
		観光遊園地（職員）	・ガソリン等、燃料価格の高騰が景気回復の妨げになる。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況から、3か月先も現状とあまり変わらない。
		美容室（経営者）	・顧客の節約志向は根強く、消費マインドが低い状態が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・現状の来客数が3か月先に売上に反映されることから、良くなるとは考えられない。
		やや悪くなる	
スーパー（企画担当）	・燃料価格高騰による配送費上昇が商品価格の値上げにつながると、一般消費者の消費マインドの低下に拍車をかける。		
スーパー（統括担当）	・消費税増税の影響は一段落していると言われるが、これから消費者の生活面に少しずつ影響を与えていくだろう。		
コンビニ（店長）	・繁忙期の夏場としては売上、来店客数が頭打ちの状態、今後の好転要因にも乏しい。		
その他専門店〔酒〕（経営者）	・年間を通じて7月と8月は、年末に次いで売上が伸びる時期なので、その先は少し落ちる。		
スナック（経営者）	・景気とは関係なく、夏は客の入りが悪い。		
通信会社（営業担当）	・冬の新商品発売前の時期は、販売面は低調になる。		
美容室（経営者）	・客足は今月は好調であるが、2、3か月先までは続かないだろう。		
悪くなる		設計事務所（所長）	・建設費高騰により、新設を見送っていた顧客が待ちきれない状況となっている。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が残る。
企業動向	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・価値のあるものは多少高くても購入する動きが強まっている。

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
関連 (四国)	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・原材料高騰により商品単価が上昇基調であることや、品質重視の販売が少しずつ増えてきており、売上が伸びると見込んでいる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・これから秋需要が始まるので、今までよりも良くなってくる。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船以外のスポット受注に期待感を持っている。
		通信業（部長）	・消費税増税の影響は落ち着いている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・消費者による小売店の選別が続き、消費者ニーズを把握できている小売店しか支持されないであろう。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外の状況に注視する必要はあるが、全体的には大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光や再生エネルギーの関連事業のピークはこれからであると判断している。ピークの後には必ず下降があるが、今のところ順調な受注状況を継続している。
		建設会社（経理担当）	・手持工事は確保できているが、予算が合わない上に職人不足、資材不足による値上げ等もあり、利益が見込めない。
		建設業（経営者）	・年間の仕事量を見通せる状況になりつつあり、現状においては悪くなるとは想定していない。ただ、昨年度同様に入札不調等で腰折れする懸念は払拭できない。
		建設業（経営者）	・3か月ぐらいで今の状況は変わらない。
		輸送業（支店長）	・天候に左右される貨物は扱っていないから、猛暑による特需はない。生産調整が入った場合、景気回復に時間を要する。
		金融業（副支店長）	・物価は上昇しているが、個々の収入が追い付いていない状況では景気は変わらない。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税以降、得意先の広告費は削減が続いている。得意先へのヒアリングでは、景気回復が遅れているとの意見が多い。
		公認会計士	・顧問先からは、投資に消極的で、消費税が10%になることへの心配や懸念をもっているとの声がよく聞かれる。
やや悪くなる	電気機械器具製造業（経理）	・主として海外市場向けの受注において微減傾向が続くと予測している。	
	輸送業（営業）	・8～10月は発送到着貨物ともに取扱量が著しく減少する閑散期となることから、燃料価格が高止まりのまま推移すると、厳しい経営状況になる。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入るため、求人数の増加が見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税分を年間広告予算から差し引いている企業が大半なので、帳尻を合わせるために8月まではある程度低調になると予想している。9月以降は動きが出てくるかもしれない。
		職業安定所（職員）	・退職者が減少し、最低賃金の増加など雇用条件の改善があれば景気に反映されるのではないかと期待している。
		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、前年同月比0.18ポイント上昇している。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・景気回復のカンフル剤となるような要素が見当たらない。雇用に関しても、大幅に人員を増やす企業は見当たらない。
		人材派遣会社（営業）	・人材が不足していることから、企業の事業強化は消極的に感じる。
		民間職業紹介機関（所長）	・各企業とも採用については、ハローワークや求人誌など、幅広く求人活動を行っているが、これまでは少なくとも2、3名の応募はあったが、最近ほとんど応募がないという声を聞く。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求職者不足が深刻な問題になってきており、求人とマッチングできるスタッフを確保できない。
		求人情報誌（営業）	・企業の人材不足が続き、景気が良くなる見通しが立たない。
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	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	
動向 関連 (九州)	やや良くなる	商店街（代表者）	・実需期である観光シーズンに入るので、人の動きが良くなってきて購買につながる。	
		商店街（代表者）	・消費税増税後の影響も少なくなるので、2～3か月後にはきっと良くなる。	
		商店街（代表者）	・通年通り、お盆を過ぎると売上が上昇する。季節的なものもあり、キャンペーンを打ち出す企業が増えるため、製造業の増加が見込める。	
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響が緩和される。	
		百貨店（販売促進担当）	・大々的なリニューアルを計画しており、来店客増を見込んでいる。	
		百貨店（企画）	・今月が悪かった反動で良くなることを期待したい。	
		スーパー（店長）	・このまま暑さが続けば季節商材の動きが良くなる。ただし、生鮮品の高騰が買い控えにつながるか、単価増に傾くかは読みづらいところである。	
		スーパー（店長）	・消費税増税後、毎月確実に右肩上がりで見込んでいるので下期も上昇する。	
		コンビニ（エリア担当・店長）	・競合店ができてちょうど1年になるので、前年と比較すると大分回復する。天候もこのまま暑い日が続くと、冷たい飲み物や氷菓、アイスクリーム等が売れ続けるので、全体的に言えば前年よりも少しは回復してくる。	
		コンビニ（販売促進担当）	・通年の夏と比べてボーナスが若干上がった状況のなかで、購買意欲も若干上向きそうだ。	
		家電量販店（店員）	・7月ボーナス商戦の状況を見ると、消費税増税前の買込めの影響がなくなったと考える。8～10月に関しては若干プラスで推移する。	
		家電量販店（総務担当）	・地域から賞与の支給が遅いため、8月後半までは需要が期待できる。	
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の影響も和らぎ、徐々に回復へと向かう。	
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリンの単価が上がり、燃費の良い車にしようという客の声をよく聞く。	
		乗用車販売店（総務担当）	・9～10月の秋の増販期に入る。消費税増税の反動減もなくなり新車販売台数が上向く。	
		住関連専門店（店長）	・今年の夏は猛暑が続いており、明確な購買動機がないと外出を控えるようで、来客数に影響が出ている。2～3か月後は気候が良くなるので、来店客数も増えてくる。	
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・暑さが尋常ではないので、例年以上に外出を控える人が増える。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・エルニーニョの影響も今のところなく、梅雨明けも平年並みとなり、盛夏物を中心に動き出している。昨年より梅雨明けが遅れた分、これから取り返しができる。	
		都市型ホテル（販売担当）	・予約の段階で8月はやや良い傾向にある。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門では個人商品の販売が好調に推移しており、若干ではあるが単価も上昇傾向にある。	
		ゴルフ場（従業員）	・人手不足であったが採用できるような状態になり、客の増加に対応できるような体制も徐々に整えられる。売上も見込めるので明るい材料になっている。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・診療報酬改定から半年が経過するため、負担増感も緩やかになる。秋口に向かい、退院等により利用者増や利用回数増が期待できる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・例年8月は年間で一番売上が非常に低迷する月である。
			商店街（代表者）	・3か月先は秋物の需要を期待しているが、消費税率の問題が再燃するであろうことから、消費者の動向は非常に読みづらくなっている。町を挙げてのイベントを開催しても来客数の増加は一過性であり、地方の中心商店街は苦境が続く。
			一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・魚の状態が良い時期に入るので、売れることに期待を込めている。
			一般小売店〔生花〕（経営者）	・7月よりは涼しくなるので、ギフト用の生花需要は少し見込めるが安定しない。安定的な納品先、顧客を頑張って見つけたいとかなり厳しくなる。

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
		百貨店（営業担当）	・クレジット催事効果もあり、家電、特選食器が好調である。また、自家需要の快眠ショップ、精肉・鮮魚など食品は堅調である。お中元ギフトは、猛暑等で店頭ギフトセンターが苦戦しているが、通販ギフト・ゆうパックギフト・インターネットの店外受注が伸びている。単価は維持しているものの、お届け件数の絞り込みでの受注減がある。堅調な自家需要から、秋の紳士・婦人衣料定価品への需要喚起が見込める。また、クレジット新規会員の募集も好調で波及効果が期待できる。
		百貨店（店舗事業計画部）	・秋物も冬物も短いピークに商戦が集中しており、端境期となる10月は厳しい見込みである。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税前の購買量に戻っていない。特に、化粧品等で回復の兆しがみえてこない。
		百貨店（業務担当）	・必要なものについては決して動きが悪いわけではないが、消費購買欲が高まっているという客もいない。必要なものだけ、必要な時に買うという動きはしばらく変わらない。
		スーパー（経営者）	・賞与等が思うように伸びていない。
		スーパー（店長）	・雇用等の問題を含め、将来に向けての不安が払しょくされない限り、景気は好転しない。競合店の出店などにより、競争がますます厳しくなると予想される。
		スーパー（店長）	・今後、販売量が増えることはない。8月はお盆の時期になるが、販売量が伸びきっていない状況なのであまり変わらない。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税後も、食料品を中心に昨年を若干上回っている状況が続いている。一方、衣料品・住居用品はかなり流動的な状況にある。
		スーパー（総務担当）	・来年、さらに消費税が増税されれば、消費マインドは更に悪化すると懸念される。小売企業にとって客数確保は生命線であるが、イベントやセール等の集客コストと客数がマッチせず、収益が悪化している。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税の影響がほぼ収束し、この傾向が続く。
		スーパー（業務担当）	・衣食住すべての部門において、例年と大差なく販売動向トレンドは推移しているが、原価の高騰により値上がりした商品群は、加工食品や紙類をはじめとして動きが鈍い。
		スーパー（統括者）	・消費税増税の影響なのかは分からないが、業界的にあまり良くない状況にある。
		衣料品専門店（店長）	・先月と今月、商店街イベントやスタンプシールのイベントを開催しているが、来店客数が少ない。
		衣料品専門店（店長）	・良くもなく悪くもなく、落ち着いた。
		衣料品専門店（店員）	・売上は前年並みが続いているが、客の話題には旅行や観劇の予定などが増えてきている。
		衣料品専門店（取締役）	・10月は実需期に入る。春、夏物よりも単価の高い秋物に対して、消費税増税の影響で顧客がどのような購買行動をとるか判断つかない。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の影響は相当強く出ている。大企業においては7月のボーナス、ベースアップ等かなり実施されているが、地方の中小企業においてはほとんど増加していない。消費税増税の悪影響のみが出ている。今後も改善される見通しはほとんどない。
		衣料品専門店（チーフ）	・2～3か月後は秋冬物の新作が入ってくる。秋冬のほうが単価が高く買い控えが増えるなか、客数も減少しつつあるため、かなり厳しい状況を迎える。
		家電量販店（店員）	・ようやく暑くなりエアコンが非常に売れており、前年の売上もクリアしている。ただ、黒物家電であるテレビやOA機器、パソコンが伸び悩んでいる。エアコンのピークが過ぎると、今以上の売上は期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・置き家具の売上は、消費税増税前の水準に戻っていない。夏場を過ぎて、秋からの需要に期待したい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・販売量自体は若干の増加が見受けられたが、従来からの固定客が目立つ。新たな客と離れる客は同じくらいの割合なので、2～3か月先の売上は、横ばいの状態と推測する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・夏休みなどで当地を訪問した自動車利用のファミリー顧客、なじみの地元顧客の話から、安近短ではあるが、自動車旅行を楽しむ様子がうかがえる。また、秋の行楽シーズンの連休に旅行を計画している人もおり、今後の燃料油需要に期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・お中元購入の件数は昨年と変わらないが、単価が下がってきている。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・電気料金やガソリン、食品関連の値上げなどで、衣料品の消費が落ちている。ただし、外国人観光客の集客が望める施設では来場者増、売上増であり、インバウンド効果が出ている。
		高級レストラン（専務）	・自然災害や暑さの影響で人が出歩かず、客数が減っている。
		高級レストラン（支配人）	・数か月先の予約数をみる限り、変わらない様子である。
		居酒屋（経営者）	・長期間景気低迷が続いているので、簡単には回復しない。
		観光ホテル（総務）	・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）	・今月同様、11月ごろまではイベント、学会等の動きが活発で、週末は宿泊が一切取れない状況である。
		旅行代理店（従業員）	・夏休みの国内旅行は近場の宿泊やU S J 人気に関西などが好調で、前年をやや上回っている。海外はハワイの減便が大きく影響し、前年を下回っている。
		タクシー運転手	・景気上昇と下降それぞれの要因があるため、当面は変化が少ない。
		タクシー運転手	・今年は自家用車、レンタカーの利用が特に多い。
		タクシー運転手	・会社関係の予約状況は大変良いが、一般客の稼働がどうか分からない。
		通信会社（営業担当）	・行政が広域W i - F i の整備などを通じて観光客誘致を進めているが、それ以外の部分でマイナス要素が多い。
		通信会社（総務局）	・当社の販売形式は直販ではなく代理店制を取っており、夏休み・お盆等により動きが鈍くなるため良くなることは考えにくい。
		美容室（経営者）	・秋口のおしゃれシーズンになるので、顧客の気持ちが少し変わって商品が動く。消費税増税後、客の購買意欲は上がっていない。次の消費税増税が控えているため、さらに購買意欲が低下する。
		住宅販売会社（従業員）	・不動産の宅地分譲と注文住宅請負は、客の出足があまり良くない。次の消費税増税を控えているが住宅取得の緩和策が出るため、駆け込み需要はない。高額商品の買い控えが出ているようだ。
		住宅販売会社（従業員）	・4～6月の月平均契約棟数と7月が同数のため、この傾向が秋口まで続く。
		住宅販売会社（代表）	・次の消費税増税が消費者の頭にあるので、住宅の新築、リフォーム等はこれから1年間、駆け込み需要で受注が増える。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税が購買欲に影を落としている。都心部や現役世代の消費は若干持ち直していると報道されているが、年金生活者については所得が減る一方で、物価の値上がりで購買力が落ちるのは当然の成り行きである。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・例年、暑くなると地元の野菜が少なくなるため、県外の商品を中心に販売していくことになる。物量も少ないということで、ここ3か月位はかなり厳しい状況が続く。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・得意先が閉店するので、やや悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・客は消費税増税にも慣れてきているようだが、高価な商品はしっかり検討してからでないと購入しない。
		百貨店（売場担当）	・付近に新たな商業施設が9月中旬にオープンする。当百貨店と競争するような品ぞろえをしてくるので、売上は前年をキープするか、もしくは前年割れが続く可能性がある。他の店舗では、近くにスーパーより少し大きい商業施設ができ、食品関係は若干影響を受けている。9月以降についても単価はそこまで落ちないが、購買客数及び入店客数の減少が懸念される。
		スーパー（店長）	・衣料品はかなり苦戦しており、この状況が8月も続く。食料品は、野菜の相場が安いために青果の売上が厳しい。ギフトは昨年よりかなり売上が落ちており、前年比80%位で推移している。消費税増税後、耐久商材の動きはかなり良くなっており、住まい関連用品は前年比110%位で推移している。
		コンビニ（店長）	・今年の夏は例年に比べて気温が低くなりそうなので、売上が下がると予測する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		一般レストラン（経営者）	・若干ではあるが客数や客単価が下降気味であるため、決して良くなっていない。		
		観光型ホテル（スタッフ）	・売上のベースとなる披露宴の問い合わせが、少し減少している。		
		タクシー運転手	・平日夜の歓楽街は、サラリーマンが少なくなっている。客が少なくなっているため、消費税増税が影響し落ち込みが顕著になっている。		
		通信会社（企画担当）	・市場が飽和気味で顧客獲得競争が激しく、企業間競争における打開策が見いだせていない。		
		競馬場（職員）	・前年比でみると来客数が芳しくない状況が続いている。		
		美容室（経営者）	・客からあまり良い話を聞かない。		
		理容室（経営者）	・気温の上昇による来店間隔の短縮で来客数が増え、少し良くなっている。10～11月になると少し落ち着き、お正月前にならないと来客数は増えない。		
		音楽教室（管理担当）	・受験期にはいるので、やめる生徒が出てくる。		
		設計事務所（所長）	・売上が伸びない。消費税が更に上がることで皆ちゅうちょし、建て控えているようだ。このままでは売上が落ちて、景気はやや悪くなる。		
		設計事務所（所長）	・手持ち資料が先月に比べて減っている。2～3か月後に今の結果が出るので、やや悪くなると判断する。		
		設計事務所（代表）	・原材料費、施工費が上がっている。		
			悪くなる	高級レストラン（経営者）	・8～10月の暑い時期、まだまだ客は動かない。当店のような企業相手の割烹料亭は、暑い時期に動きがない。フグが出だす9～10月の少し涼しくなった頃に一般客が動くようになる。2～3か月先はまだ悪いと判断する。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—		
		食料品製造業（経営者）	・現時点では受注が比較的好調である。季節的に繁忙期に入っていくため、やや良くなる。		
		家具製造業（従業員）	・東京オリンピックを控え、ホテルや飲食店の出店や着工が増えている。インフラ整備も進み、新しく建設される駅周辺の再開発などの物件情報が多く入っている。このまま伸びていくのは間違いない。		
		鉄鋼業（経営者）	・4月に受注した物件の納期は7月ごろまでのものが大半である。秋口以降に着工となる建築物件の交渉は、夏場から始まる見込みである。そのため、徐々に引き合いが出てきている。		
		金属製品製造業（事業統括）	・人手不足にて工程遅延が多発しているものの、案件数は増加傾向にある。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・夏が過ぎて秋口になると景気の状態は若干上向きになる。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いや見積等の連絡が徐々に増えてきており、今後仕事量が増える。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・他力本願では中小企業にとっては対応できない時代がきているので、自力でなんとか乗り切っていく気構えを全社で今作りつつあるところである。		
		電気機械器具製造業（取締役）	・仕事量が増加し、社内で人員採用の希望が出てきている。		
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産量が増加する。		
		その他製造業（産業廃物処理業）	・相場の不安定さはあるが、取引先の増産体制は変わらず安定しているので期待が持てる。		
		通信業（経理担当）	・消費税増税による影響が沈静化し、株価も動き出した。		
		金融業（従業員）	・海外経済の先行きにやや懸念を抱く先もあるが、中国など海外からの観光客は増加してきている。また、夏季賞与が増加するなど、所得環境が好転してきており、自動車の販売も回復傾向を示している。		
		経営コンサルタント（社員）	・商品の流通が活発になってきている。		
			変わらない	農林水産業（経営者）	・円安傾向で輸入物もあまり入ってこなくなっているのに加え、国内生産はあまり増えそうにはない。若干の上下はあるかもしれないが、秋口から年末までは今の状況が続く。特に秋口は冷食メーカーにとっては年末の需要に合わせた生産期であるので、より一層引き合いが出てくる。
				農林水産業（営業）	・供給量が増えず、需要の一部をカバーできていない。

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
		食料品製造業（経営者）	・先月やや持ち直したかにみえたが、今月は昨年と比較して業績がやや振るわなかった。景気が好転する材料に欠けており、地方の景気回復の兆しは一部を除いて不透明である。当分現状維持で推移する。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口の新商品も徐々に決まっているが、ガス、電気、石油製品等の原材料の値上げで、内部的な収益をプラスにすることが難しい。
		精密機械器具製造業（従業員）	・これまでは夏場に向けて、エアコン等の半導体部品の受注が増産となっていたが、今後の計画が見直されている。
		建設業（社員）	・官公庁の発注が第2四半期、第3四半期に集中するが、前年度の忙しさに比べると明らかに工事は少なくなっている。業者として早期の発注を期待する。
		輸送業（総務）	・毎年お盆前の駆け込み需要はあるが、年々減ってきている。
		通信業（職員）	・顧客の省エネ意識は高くなっているが、初期投資と回収年数を考慮して断念するケースが多く、なかなか受注に至らない。
		金融業（営業）	・現在の比較的高い水準での設備投資意欲は、当面続くと考えられる。現在より良くなるが、景気はまずまず良くなると思える。
		金融業（営業担当）	・建設業における人件費上昇や物販の不振が、中小企業経営者の不安材料となっている。今後も景気は変わらないものと考えられる。
		金融業（調査担当）	・景気回復の足取りは続いている。設備投資の需資が拡大すれば、景気判断を上方修正したい。
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居状況が横ばいに推移しており、今後も継続する。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税以後、新聞折込チラシの累計受注枚数は、前年比95%と5ポイント下がったままである。7月の受注額・枚数も前年同月比95%で、そろそろ回復してもよい時期であるが変わらない。
		広告代理店（従業員）	・今期に入って広告数はずっと前年割れ状態である。
		経営コンサルタント	・新しい事業に取り組むよりも、現状維持、改善、コスト削減に力を注ぐ企業が多い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・落ち込みの要因が明確にできないので、解決の方法を見つけるのが難しい。案件の落ち込みは前年比2～3%程度であるが、収益、利益に影響があるので、8月がこの調子だと非常に苦しい。
その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・取引先の様子から、受注活動は比較的好調に推移している。身の回りでは、消費税増税前に家や車を買換えた人が多く、大きな買物はないかもしれないが、飲食する機会は増加しており、少し消費が向上している。		
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・お中元商戦は序盤ではあるが消費税増税等が影響し、動きが悪い。
		繊維工業（営業担当）	・受注量は特に変わらないが、運賃の上昇への処置・対策ができない場合は悪くなる。弊社では、取引先も巻き込んで対応できそうだが、同業者は大変困っている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・取引先の8月の稼働日からすると、余裕を持たせるために翌月へ回される可能性が高い。
		建設業（従業員）	・見積案件が少ない。職人不足で受注したとしても、工期に間に合わせる事が難しくなっている。そのため、受注に結びつくことが厳しくなっている。
		輸送業（総務担当）	・円安が続いており、円高になるまではあまり良くなるはない。
悪くなる		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・現在、高齢者、障がい者、児童などの福祉に関する調査の指定年度が同じため、調査の発注量が多くなっているが、次年度、これらの調査はないため、極端に仕事が減ると予想される。
雇用関連 (九州)	良くなる やや良くなる	○	○
		人材派遣会社（社員）	・雇用が売手市場になっても、人材を見極める企業は、単に職を探している人は雇用しない。売り手市場に踊らされて、中小企業が人員の確保に走っているが、中身の無い雇用になってしまう。
		職業安定所（職員）	・消費税増税後、企業に特段の影響は見受けられない。人手不足の業種では、雇用を促進するために、賃金等労働条件を改善しようとする動きがみられる。

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	職業安定所（職業相談）	・求人数は引き続き増加傾向にあり、求職者数も引き続き減少している。また、新規高卒求人も昨年度より出足が良い。
		人材派遣会社（社員）	・応募者数、注文数ともに少なくなり、いつ回復するか分からない。10月ごろになれば、お歳暮対応の注文が出てくるが、現段階では客も何とも言えない様子である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・アルバイト・パートの賃金も徐々に上がり、地元企業の採用は一段と厳しくなっている。労務倒産も考えられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・車、電機などの大手製造業の求人が増えておらず、新聞での求人も増える兆しはまだみえてこない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が減少し、新規求人が増加する傾向はまだ続くとみられる。月間有効求人倍率は当分0.8～0.9倍台を推移していく。
		職業安定所（職員）	・消費の堅調傾向は維持されるが、製造業において、原材料の高騰、燃料費の高騰等の懸念材料が聞かれる。
		民間職業紹介機関（社員）	・夏場は依頼が減少する時期であり、現在、イベント特需も大きな案件は入ってきていない。官公庁の就職支援事業の案件に期待している。
		民間職業紹介機関（支店長）	・景気回復に人材需要が連動していない状況が続いている。第1四半期の実績は、前年同期比1～2%程度の増加にとどまっている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人に関しては、更に良くなる要素が見当たらない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・現在企業は、採用活動を終了すべく活動を活性化しているため、10月ごろはある程度落ち着いた状況となっていると予想される。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (沖縄)	良くなる	百貨店（営業企画）	・8月はギフトの前倒しで前年並みと見込んでいるが、2～3か月先は入域観光客増の効果や店舗一部改装効果など、期待できる。
		コンビニ（経営者）	・お年寄りの米や乾物類の消費量が増加してきている。
		衣料品専門店（経営者）	・やはりこの夏休み期間の8月中が良くなると思われる。
		通信会社（店長）	・景気がプラスの方向に向かっている感覚はあるので、今後秋から冬に向けての新商品の発売を契機に客のニーズを捉えた提案ができれば、販売数のアップは期待できる。
	変わらない	観光名所（職員）	・前年は台風が来なかった分大変好調であったが、今年も現段階の予約は良い。台風が来なければと願う。
		一般小売店〔菓子〕	・変わる要素が見つからない。
		スーパー（販売企画担当）	・ガソリンの値上がり等により仕入単価がアップしているので、販売単価も継続して上がると考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	・量販店をみても単価の低く値ごろ感のある商品は相変わらず売れる。客自身が商品の買い分けを明確にしている。今後、競合店等の出店もあるためパイの奪い合いが予測されるが、最終的に商品力で差が出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・国内観光客及び外国人観光客とも順調に推移し、県経済の安定はしばらく続くと判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・街に、地元の人出が少なくなっている感じがする。購買客も、以前より少ない状態が続いている。まだ、地元の経済は様子見だと考えられる。
その他専門店〔楽器〕（経営者）		・外国人の購買は偏っており、お土産品や県産品、伝統工芸品など文化歴史的な品物は購入されない。価格競争もあり、厳しい状況が続く。	
その他専門店〔書籍〕（店長）		・特に改善策も見当たらず、落ち幅を抑えるに必死である。	
		旅行代理店（マネージャー）	・消費税増税の影響は薄まりつつあるが、飛行機、宿泊、運送機関が消費税を上回る値上げ感があるので、消費者としては辛いところが残る。
		ゴルフ場（経営者）	・今のところ好転する要件が1つも見当たらないというのが現状である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（代表取締役）	・投資ファンドなどの購買行動はあるものの、消費税増税や再増税の可能性を控え一般の方々の消費行動は大きくは変わらないと思われる。
		住宅販売会社（営業担当）	・集客の絶対数は足りているが、他社含む客の検討期間が1～2か月程、長くなっている。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者） 観光型ホテル（マーケティング担当）	・知事選の影響で、来客数減になるとみられる。 ・現段階の予約状況から推測できる稼働率は、前年実績を若干下回る見込みである。今後台風の発生が起これともう少し稼働率が下がってしまう。
	悪くなる	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・飲食に限って言えば、消費税増税の反動も落ち着き、売上自体は戻ってきているが、人件費の高騰、食材仕入れ価格の上昇、燃料費その他で収益率が極端に落ちている。
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・引き続き観光客の増加が見込まれ、景気の上向きによる消費の増加が期待できる。
		輸送業（代表者）	・那覇空港滑走路増設工事は始まったばかりで、離島全体の需要も堅調なうえ台風シーズンを迎え需給関係は一層縮まってくると考える。
		輸送業（営業）	・倉庫不足や人手不足を補うため、収益の厳しい荷主に対する受注価格の値上げが進んでいくと思われる。
		会計事務所（所長）	・秋の知事選挙までは、経済の状況は大きく変わらないとみている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・横ばいの見通しである。
		建設業（経営者）	・引き合い件数が横ばい状態である。
		通信業（営業担当）	・家電関係の景気が回復しない状況では、景気が上向きになるとは見込めない。
		広告代理店（営業担当）	・景況感としては高まるように感じているが、民間企業の販促投資は、相変わらず慎重に推移している。逆に、県外及び海外資本の企業進出が活況を呈していることに危機意識が強まっているようにも感じる。地元企業を顧客とする弊社のような企業としては、厳しくなる可能性を感じている。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	
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）	・前年同月比において微増ではあるが、若干求人件数が増えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・秋採用企業の動きが前年に比べ多くなっている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・依頼は多いが、人材確保、選定に苦慮しており、それは他社も同じ状況と聞く。売上、利益への後押しが大きく変わる状況ではない。
		人材派遣会社（総務担当）	・正規雇用へのニーズの高まりからなのか、企業からの受注案件や登録者数も減少しており、派遣業界に影響が出てきている感があり懸念している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人企業数の増減が少ない。
	やや悪くなる	○	○
悪くなる	—	—	