

・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	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・消費税増税があったにもかかわらず売上が落ちないこと、求人を申し込んでも応募がないことなどから、景気は良くなりつつある。ただし、経営面に関しては石油製品価格の高止まりに加えて、人件費の上昇や追い打ちをかけるような電力料金の値上がりなどから収益が取れなくなっている。
		百貨店（売場主任）	・ファッションアイテムにおいては、秋冬物の売上推移から今後への期待値が高い。また、外国人客による売上が前年比116%と増加していることから、10月の国慶節の際にはさらなる拡大が見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・当店自体の景気回復はあまり感じられないが、北海道新幹線のPR効果から、街全体での景気回復傾向が感じられるため、今後についてはやや良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・新型車の発表が近づいており、これを機会に売手、買手ともに雰囲気が変わり、販売量が上向いてくることを期待している。また、今後、車検対象車が増加に転じてくるため、サービス部門の売上増加にも期待している。
		スナック（経営者）	・数字的にはあまり良くないが、地方においても現政権の経済対策の効果がこれから少しずつ出てくることを期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・一般企業の報奨旅行、スポーツ大会イベント、コンサートが分散して予定されているため、稼動が上向くとともに、客単価を押し上げることになる。
		旅行代理店（従業員）	・10月以降の下期における個人客の動きが堅調であり、団体客も前年以上の動きがみられることから、ビジネス客、観光客ともに需要拡大の方向に向かう。
		旅行代理店（従業員）	・先行数値が良いため、今後についてはやや良くなる。
		設計事務所（所長）	・今の傾向が続けば景気は良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・食料品の値上がりや10月に予定されている電気料金の値上げなどの影響で消費に勢いが感じられない。
		商店街（代表者）	・一般消費はなかなか回復が見込めない。一方、観光に関しては、外国人観光客が依然として順調に推移しており、対象国も東南アジアで広がっている傾向がみられることから、冬場にかけて順調に推移する。
		百貨店（売場主任）	・長期予報によると、今後は例年と変わらない秋らしい天候になるとみられること、消費税増税から半年が過ぎ、衣替えの季節を迎えることから、特に9月の秋物のニット、カットソー、ジャケット関連の動きが活発になることを期待している。また、9月には食品売場、婦人服売場のリニューアルも控えていることから、集客が増加することも期待できる。ただ、客の消費動向にはまだつかめない部分がある。
		百貨店（販売促進担当）	・電気料金の再値上げが発表されたこともあり、今後は客の生活防衛意識が高まり、消費に対する目がシビアになる。
		百貨店（販売促進担当）	・売上の前年回復が遅々として進まず、年内での回復には疑問があるものの、年末商戦への期待感がある。
		百貨店（役員）	・ガソリン価格の高騰、10月からの電気料金の値上げが発表されたことなどにより、客が生活防衛に入っている感があり、消費行動が活発化する気配が感じられない。
		スーパー（店長）	・高価格商材の動きが良い反面、低価格商材の動きが悪く、消費の二極化が進んでいる。また、電力料金の値上げを控えて、客の生活防衛意識がさらに高まることになる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響が大きい。増税以降、消費マインドが大きく落ち込み、いまだに回復しておらず、来客数、販売量とも上向いてこない。
		スーパー（役員）	・お盆後の状況から、6～7月の数値に戻ってしまう傾向がうかがえる。さらに、家庭用電気料金の値上げや各商材の値上げが次々と発表されていることから、消費者が毎日の食品を節約するようになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・秋物商戦は良い方向になるが、ガソリン価格の高騰や電力料金の値上げが響くことになる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税後の持ち直しが予想よりも早かった反面、客の様子から消費が伸びている実感がないなど、幸先の良い動向がうかがえないため、現状維持で推移する。
		家電量販店（店員）	・季節柄、暖房商品に動きが出てくることを期待している。
		家電量販店（地区統括）	・4Kテレビの需要もそう期待できず、起爆剤となるような新製品もないため、このまま低迷を続ける。
		乗用車販売店（経営者）	・依然として、消費税増税による反動減からの本格的な回復が見通せない。
		乗用車販売店（従業員）	・天候不順による物価の高騰に加えて、電気料金、灯油価格などの値上げの影響が懸念される。
		乗用車販売店（従業員）	・北海道の場合、景気が良くなることに難しい面がある。増税を前にした駆け込み需要など、何らかの要因がないと、なかなか財布のひもが緩まない。
		自動車備品販売店（店長）	・4月以降、客の動向に変化が感じられないため、今後、景気が良くなることが見込めない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・景気が上向くような経済対策が特に見当たらないため、今後も変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・観光シーズンを迎えて、来客数が伸びているが、観光シーズンが終われば、また元の状態に戻るようになる。一方、地元客の財布のひもは固く、まだまだ景気が良くなっているとは感じられない。
		高級レストラン（スタッフ）	・格安ランチ本が出版されたことで、駅周辺の店では500円でランチを食べられるため、割引をしていない高級店にとっては打撃となる。外国人観光客に関しては、ここに来て中国人客が増加に転じてきたため、ここ数年、東南アジアやイスラム各国に向けてきた目をどのように変更するか判断に迷う面がある。
		観光型ホテル（役員）	・10月中旬の紅葉時期までの予約状況を見ると、引き続き個人客と外国人団体客の集客が好調であり、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・景気の回復は一旦止まった感がある。さらに、エボラ出血熱やデング熱といった病気が流行するかもしれないといった不安感が客の旅行熱に水を差すことになる。
		タクシー運転手	・この先の事前予約状況が前年並みであり、同業他社や関連会社においてもなかなか良い話がないため、今後も変化がないまま推移する。
		観光名所（従業員）	・今月の落ち込みは、台風などの影響によるものであり、そうした影響を差し引くとほぼ前年並みの状況にある。この先も特に需要が増減するような要素は見当たらないため、ほぼ前年並みで推移する。
		観光名所（職員）	・電気料金の値上げなどがあるため、北海道経済を取り巻く環境は今後も改善されないと見込まれる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅や車に関しては、消費税増税後に落ち込んだ需要がいまだに回復しておらず、受注状況が非常に悪い。この先も回復する見通しは立っていないため、変わらずに推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・当商店街から約1キロの地域に大型スーパーとドラッグストアの出店が予定されているため、来街者が減少することが見込まれる。
		商店街（代表者）	・消費が中折れの段階に来ている。また、消費税率の10%引上げという問題もあるため、景気としてはあまり良くない状況にある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・消費税増税後の傾向として、単価の低いものを中心に売れるようになっているため、量が売れても売上が予算を達成しないということが続く。また、将来の消費税率10%への引上げを見据えて、今から生活必需品以外の支出を抑えようとする消費者心理が働き、今後の景気について、あまり良くない影響が出てくる。
		スーパー（店長）	・マスコミで騒がれているほど、景気が上向いている実感がない。収入も増えないなかで、原材料価格の高騰により、物価ばかりが上昇しており、消費者の生活がますます苦しくなってきたため、商売の方もなかなか景気が上向いてこず、今後も苦しい状況となる。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税の影響が大きい。

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（企画担当）	・電気料金値上げの動きや非生鮮食品の実質的な値上げ傾向に加えて、消費税増税にともなう家計負担の増加が消費者の財布にじわりと影響してきている。足元の売上をみても、勢いに欠ける状況が続いており、今後についてはやや悪くなる。	
		スーパー（役員）	・電気料金の値上げやガソリン価格の高止まりの影響が大きく、年末に向けて、節約志向が強まるとみられる。	
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税や電気料金の値上げなどの影響により、今後も客の節約志向が続く。	
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・現状から変化するような要因が見当たらない。	
		タクシー運転手	・例年、9月から雪の降る時期まではタクシー利用が少なくなる。今年は大きなイベントも予定されていないため、これから2～3か月は、タクシー利用が減り、売上も減ることになる。	
		タクシー運転手	・消費税増税後の反動減が落ち着いてきているなど、現在、景気が持ち直してきている状況にあるようだが、これから冬に向かうなかで、各消費品目の値上げや光熱費の値上げ、来年の消費税増税の動向といった重要視される問題が次々と控えているため、今後の販売量の動きについて警戒感を持っている。	
		タクシー運転手	・日に日に売上が減っている気配がある。物価が上昇しているせいか、客の利用が少なくなっており、観光客の減る2～3か月後の景気はやや悪くなる。	
		パチンコ店（役員）	・北海道経済においては、今後の電力料金の値上げが鍵となってくる。今回の値上げにより、中小企業がどれだけ耐えられるかが心配であり、今後についてはやや悪くなる。	
		美容室（経営者）	・ガソリン価格の高騰や食料品の値上がり傾向、今後の電気料金の値上げなどがあるため、客が出費を差し控える動きがみられる。今後は今よりも景気が下向くことになる。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今年の観光シーズンもほぼ終わることから、輸送量が著しく減少することになる。	
		住宅販売会社（役員）	・新築分譲マンションの価格高騰が止まらない。その結果、新築分譲マンションを購入できるだけの所得がある需要層がかなり減ってきている。今後、消費者の所得が伸びない限り、分譲マンション市場は縮小に向かうことになる。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・今後については、周辺住民が買い控えをする時期となり、旅行者も中心部を訪れずに周辺の観光地や温泉に向かう時期となる。また、当地周辺での全国規模、全道規模の大会なども計画されていないため、今後の売上の増加は見込めない。
			コンビニ（エリア担当）	・客から電力料金の値上げに非常に危機感を抱いているといった話を聞く。冬場に向けて、無駄な消費を抑制する客の行動が明らかであり、消費税増税の影響と相まって厳しい年末商戦が見込まれる。
コンビニ（オーナー）	・アジア人観光客の来店は堅調であるが、地元客の購買が非常に悪い状態になっているため、今後については悪くなる。			
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響が薄らいでくる。	
		輸送業（支店長）	・すでに事業計画に盛り込まれているような案件の見直しについては、特に不安材料はない。ただし、今夏は集中豪雨による被害が多発しており、こうした天候不順が今後の農産物出荷に影響を及ぼすことが懸念される。	
		通信業（営業担当）	・この先も案件数に関してはおう盛な需要が見込まれる。	
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・下期に新規案件が出てくる予定がある。ただし、景気が悪くなれば縮小あるいは中止の可能性があり、全体的な景気次第という様子見の部分もみられる。	
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共工事前倒しの効果がここ3か月で顕著に表れることになる。	
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先の仕事量が確保されていることで、今後の一般商品の販売量や売上、設備案件の受注額の増加が見込めるため、今後への期待が持てる。		
変わらない	食料品製造業（経営者）	・プラス要因とマイナス要因があり、全体としては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	
		食料品製造業（従業員）	・今以上に客先の動きが良くなることは期待できない。	
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・今後に向けて、景気が良くなる理由がない。	
		建設業（経営者）	・工事の最盛期を迎えて、人、物、金の稼働が上向いてくるが、作業員や機械の不足から、工程面や原価面で厳しい状況が見込まれる。	
		建設業（従業員）	・新たな人員の確保が難しいこと、コスト面で厳しくなることが見込まれるが、当面は現状維持で推移する。	
		輸送業（営業担当）	・今月の月初めは雨が多かったが、その後は気温の高い日が続いたことで、農産物の生育状況がすこぶる順調であり、農産物の順調な輸送が期待できる。特に、てん菜は朝夕の温度差が大きかったことで高糖度が見込まれ、輸送量の増加が期待できる。	
		金融業（企画担当）	・個人消費については、賃金がある程度上昇しても物価上昇分をカバーできないため、消費マインドが慎重さを増す。建設関連については、工事が最盛期を迎えるが、人手不足がネックとなる。観光関連については、オフシーズンを迎えるが、外国人観光客の北海道人気が続く、例年を大幅に上回る。	
		司法書士	・現段階においては、景気回復どころか、下向き傾向に転じているようにみられる。特定の業種のみが横ばいで、全体的には期待できない状況にある。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・燃料価格や資材価格の高止まり、人手不足などのマイナス要因が解消しないため、今後も景気が上向くとは思えない。	
		やや悪くなる	金属製品製造業（従業員）	・前月から引き続き、住宅の建築確認申請及び住宅着工件数が落ち込んでいるため、今月よりやや悪くなる。
			建設業（従業員）	・今後については、消費税増税を見越して駆け込み着工した建築工事が竣工を迎えることになる。また、建設単価の上昇で着工を見合わせた工事も多いため、建築工事の総量が低下することになる。
司法書士	・消費税増税とともに物価が上昇しているため、マンション建設などではセメントを始めとした資材価格が上がり、着工件数が減少しているなど、景気回復の兆しがみえない状況にある。			
	悪くなる	—	—	
	良くなる	—	—	
雇用 関連 (北海道)	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・地域経済を支える農畜産業及び公共事業関連による需要に期待が持てる。ただし、少子高齢化と若年層の都市部流出が相まって全業種で人材確保が厳しくなっている傾向がある。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・個人消費関連では、ファッションや飲食、ホテルなどで比較的堅調に推移しているため、年末に向けてさらなる雇用の拡大が期待できる。	
		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、各業種ともにみられ始めており、労働力確保が企業の課題となってきた。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・一部の有名企業を除けば、人材の採用の遅れが企業の動きを鈍らせ、せつかくの業績拡大のチャンスを人材不足によって生かすことができない状況に陥ることが懸念される。また、求職者においては、就職活動が緩慢になっていることで、就職のチャンスを逃すことが懸念され、失業期間の長期化が心配される。	
		人材派遣会社（社員）	・人気のない業種の人材が充足しない限り、現状のまま推移する。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・食品製造や食品関連卸、専門技術サービス業、学習支援関連、道外の製造業務請負業などでの求人減少が目立つほかは、特に大きな動きがみられない。今後については、最近の大雨の影響がどのように表れるか次第になる。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・公共投資などにより景気を支える要素もあるが、景気が上向くほどの要因はまだ見当たらない。むしろ、消費税増税や人件費の増加、求人難による下振れリスクを懸念している。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここ3年ほどは、堅調に前年を上回って推移してきたが、消費税増税の影響が随所に出てきていることで、今後は若干の弱含みで推移する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税後の反動減による影響はみられないが、電気料金の値上げにより消費者の購買意欲が落ち込むことの影響が懸念される。また、企業の採用活動も、内定辞退にともなう追加採用の動きが秋から出てくることになるが、大きな採用枠は見込めないため、2～3か月後も現在と大差のない状況となる。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・円安にともなう燃料価格の高騰に加えて、原材料価格の高止まりや人件費の高騰、電気料金の値上げ予定など、中小零細企業を取り巻く環境は依然として厳しい状況にある。
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)	良くなる	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・夏休みやお盆休みの客の動きが上向きであった。消費税増税前の駆け込み需要の反動による景気の減退は、今後は回復していくのではないかとみている。
		タクシー運転手	・悪くなるような要素は今は見えない。客の会話も前向きであり、このまま良い方向に進むのではないかとみている。
	やや良くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・我々の業種は、多少の変動はあるものの、そんなに大きな変化があるということはない。必要な物は買われていることから、これからは元に戻って良くなっていくとみている。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響がほぼ無くなるとみている。前年の消費税増税前の駆け込み需要では秋冬物に関してはほぼ影響はなく、季節が変わるこの時期に需要を見込んでいる。
		百貨店（売場担当）	・客の関心は秋に向かっており9月になれば購買心が出てくるとみている。特に重衣料は百貨店の強いところであり、早い段階で秋物の反応も出てきている事からも気温が下がれば売上も上がってくる。
		百貨店（経営者）	・食料品、生活用品の回復傾向には力強さが感じられる。また、衣料品も秋物になれば不安定な天候でも回復傾向が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・カウンターフーズ系のプラス一品の販売が好調であり、秋冬商材である中華まん、おでんの初動も良い事から、更なる単価向上に期待している。
		家電量販店（従業員）	・来客数は少ないものの高単価の商品が売れている。
		乗用車販売店（経営者）	・車両販売の下げ止まりがみえ始めており、改善の方向に向かうとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・10月に新車が発表予定であり、ここで一気に集客をはかって販売増を狙いたい。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車投入の効果を期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・そろそろ消費税増税前の駆け込み需要の影響が少なくなるのではないかとみている。
		住関連専門店（経営者）	・客の動向をみると買い控えから買換え需要で来客数が増えているので、現在よりは若干良くなる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・米などの農産物の作柄にもよるが、全体的に平年以上が期待できそうであり若干は良くなるかとみている。ただし、まだ楽観視はできない状況である。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税の影響はほぼ無くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・寒くなると魚がおいしくなる。また、気温が下がると人出がでてくるので、例年通りであれば段々と良くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・ここところ少しずつではあるが順調にきているので、今後もやや良くなっていくのではないかとみている。
		スナック（経営者）	・7～8月は売上が落ち込み、かなり厳しい状況が続いていたが、お盆休みが終わり給料日を過ぎた頃から少し動きが出てきている。この先は少し盛り返してくるのではないかと期待している。
		都市型ホテル（経営者）	・小人数のグループでのレストラン予約が以前より活発になってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・観光シーズンとなり宿泊の予約状況はだんだんと上向ってきており、宿泊に合わせたレストランの企画を実施することにより、来客数の伸びを期待している。また、宴会の予約状況も上向きである。
通信会社（営業担当）	・商戦期を迎えるため良くなる。		

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
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月間に開始した新サービスで徐々に加入者を増やしている。年末に向けて新たなサービスを提供し、営業活動を本格化するため新規加入者増加に期待が持てる。
		観光名所（職員）	・秋口にこれまでにないイベントを企画しており、来客数は増加すると見込んでいる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・このまましばらくは良い状態で推移するとみているが、原材料費と人件費の値上がりによる粗利率の低下を懸念している。
		住宅販売会社（経営者）	・3年以上の長期で取り組んできた大型不動産が複数契約となる予定である。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・小売業界全体の景気が回復基調にあるという情報に期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・来客数の増加する要因が見当たらないなかで、天候が急変することが無いように期待したい。
		商店街（代表者）	・当地は豪雨災害や水害も無く順調に推移している。しかし、全国では大変な豪雨災害が発生しており、そのような全国的な事情が消費の買い控えに繋がっていくのではないかと懸念している。また、来年度に予定されている消費税率10%への引上げに向けても先がみえない状況である。
		商店街（代表者）	・節約で消費者は購買意欲が湧いていない。
		商店街（代表者）	・6～7月で消費税増税の影響もほぼ沈静化したかにみえたが、天候不順の影響でお盆をはさんだ8月の稼ぎ時が不振だったことから、この影響が当面続きそうである。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・現在の経済指標は大企業及び大都市周辺の数値である。地方ではまだまだアベノミクスの効果の実感がわいておらず、こちらに対応できないと変わらない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・いつもと変わらない商品の動き、売上であり、この先も変わらない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・8月が消費税増税後で売上が1番良い状態であるので、このまま推移するのではないかと。良くなりもしないがひどく悪くなるとも判断しかねる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・6月が大変に悪く更に悪化が続くのではと危惧をしていたが、6月を底として改善が続いている。消費税増税直後は売上の動きに過敏に反応していたが、ここまで経過して基調判断すれば悪影響があるとしても営業努力で解消できる程度という感触である。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・秋にかけても売上は低迷するとみている。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響は無くなっているものの、個人所得に変化がみられるわけではない。全体的な動きも慎重なままであり、報道と実生活との乖離が見受けられる。
		百貨店（総務担当）	・なかなか景気が上向きになるという要素が見当たらない。さらに、ガソリン価格の高騰や物価が上昇してきているなかで、慎重な客の購買行動はしばらく続く。
		百貨店（営業担当）	・景気の回復が地方にまで届くには、まだまだ時間がかかりそうである。
		百貨店（経営者）	・生活防衛としてシルバー層が衣料品の買い控えに流れているマイナス面と、景気回復に伴う所得の増加による高額商材の消費回復というプラス面があり、ほぼ現状と変わらない傾向が続く。
		百貨店（経営者）	・来客数、客単価の減少は早期に回復するとは考えにくい。特に衣料品は客の動きが鈍いのが実情である。
		スーパー（経営者）	・消費者はややブレーキを踏みながら買物をしている。急激に崩れることはない。
スーパー（経営者）	・天候不順の影響で農産品、水産品の中にやや異常な高単価品がみられるものの、特に大きな消費改善要因もみられないので、消費動向は同様の推移で続いていく。		
スーパー（店長）	・ここ数か月で競合店が相次いで出店し、今までに無い逆風が吹いている。さらに、競合店は次々と新たな仕掛けを打ち出しており、当社も当然対抗策を打ち出しているものの、簡単には元の水準に戻りそうもない。今後も競合店の新規出店予定があるためますます厳しくなる。		
スーパー（店長）	・競合店の状況は変わらず、横ばいのまま推移する。		
スーパー（店長）	・消費税増税後は客の財布のひもが固くなっている。まだまだ今年いっぱいには影響が残るとみており景気は変わらない。		

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（営業担当）	・都市部のスーパーの景気は良いが地方は良くないという業界内の話がある。都市部と地方の景気は格差がはっきりと分かかれており、その傾向は今後も続く。
		コンビニ（経営者）	・例年、夏をピークに売上は下降傾向になる。ただし、来客数は減少しているものの客単価、買上点数共に堅調に推移しているため、プラスマイナスゼロというところである。
		コンビニ（経営者）	・周りにあまり景気のいい話は出ていない。
		コンビニ（エリア担当）	・大きな変化要因が無く売上の回復が見込めない状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店加速の状況は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・見通しとして明るい材料が無い。
		コンビニ（店長）	・天候不順もあり、一進一退の状況であることに変わりはない。好転に繋がる事象が見当たらないのでこのままの状況が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・次の消費税増税が控えており、消費者の財布のひもは一層固くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・小売価格が落ち込み傾向にあり、更には仕入価格の上昇で利益が減少して価格競争が激化している。この状況がいつまで続くか見通しがたたない。
		衣料品専門店（経営者）	・客は来年の消費税率10%への引上げが頭にあるようである。
		衣料品専門店（経営者）	・単価が高くなる時期であり厳しいなかでも数字が取れる。
		衣料品専門店（店長）	・上半期は消費税増税で厳しかったという話を同業界、流通業界から良く聞いている。その分を取り返そうと世の中は動くだろうが、秋になったからといって、客が春に引き締めた財布のひもを緩くするとは考えにくい。相変わらずにらみ合いの厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・エルニーニョの影響で暖冬になることが懸念される。
		衣料品専門店（店長）	・景気の回復がみられないために、今後もスーツの売行きが伸びるとは考えにくい。
		衣料品専門店（総務担当）	・この1年間に変化が無く、景気回復の兆しは今後もみられない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後は来客数が前年を下回っている。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の影響は夏を境にほぼ無くなると期待していた。しかし、回復に少し時間が掛かっており、当初の楽観的な見方からは慎重になっている。また、復興需要や客のマインドは先の見通しが少しはあるものの、今は足踏み状態である。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後の影響は薄れてきているが、天候に左右される商品の動向が不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要や新型車発表、東京モーターショーなどのイベントが多かった前年と比べると、販売増への糸口が見えない。
		乗用車販売店（従業員）	・今後2～3か月で急に新規の来客数が増えるとは考えにくい。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減の出口はまだしばらくは見えてこない。
		自動車備品販売店（経営者）	・従来の繁忙期が当てはまらなくなっている。多くの同業者が先の見通しに絶望感を持っており、好材料が何ひとつない。
		住関連専門店（経営者）	・売上が良くなる事を期待しているが、周囲の状況などを判断すると、良くなる感覚がつかめないでいる。
		住関連専門店（経営者）	・景気が上向いている市場の経済とは異なり、当店はこのまま変わらないで推移するのではないかと。
		その他専門店 [パソコン]（経営者）	・企業間での取引が少ないと聞かれるなか、従業員達の給料に変化は無く、一般生活は財布の中身が厳しい状況が今後も続く。
		その他専門店 [靴]（従業員）	・消費税増税以降は消費が冷え込んでいる。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・病院用の白衣については個人買いではあるが若干伸びている。顧客のニーズを掴むことが年々難しくなっており、季節感が薄れているなかでいったい何がどのタイミングで動くのかを慎重に判断しなくてはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・例年これからの3か月は冬場の需要期に向けて原油価格が堅調に動き、仕入価格も徐々に値上がり傾向になる。そのため、需要の減少と相まって大きな回復は見込めない。数量指定の給油が増えており、このままの状態でも年末まで推移しそうである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後も燃料油価格は高いレベルで推移することが予想され、自動車の使用が増えることはない。
		高級レストラン（支配人）	・予測できない天候、いまだ解決の兆しも見えない海外情勢、消費税率10%への引上げに対する不安など、明るい展望は望めそうもない。
		一般レストラン（経営者）	・現状は変わらない。消費税率10%を決断する頃に変化があるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・まだ秋の予約がぱっとしているわけではなく、今後どのようになるのか見通せないのが本音である。今の状況がしばらく続いていくのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・エリアの新規開発があるわけでもなく、客のライフスタイルが変わる要因も無いため景気は変化しない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・週末に満室にならないことが多い。単価を安く設定して対処しているものの、それでも部屋が埋まらない状況が9月も続くとみており大変苦慮している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・秋以降は全国的に祭りやイベントが無く、紅葉などもすべて天候に左右されている。良くなる要因は無く現状のままであるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人需要が落ち込む時期であるが、今年は輪をかけてこの先の予約状況が芳しくない。価格勝負では非常に厳しいので、施設、料理、サービスの3つの充実で価値感のある価格の商品開発と提供が要求される。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。
		旅行代理店（店長）	・先行受注が前年並みであり好条件は見当たらない。
		旅行代理店（従業員） タクシー運転手	・余暇、レジャーへの消費傾向が薄い。 ・日用品、雑貨、食料品などは消費税の影響は抜けているが、改善まではされていない。良くなる具体的な要因が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・新聞報道では景気は上向いているというが、前年末から見ても低迷しており、全体的に景気が上向いているとはいえない。
		通信会社（営業担当）	・景気が良くなる材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・消費税率10%の話になり、コスト削減の要求が多くある。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税は定着しつつあるが、今後良くなっていくとまでは判断できない。
		観光名所（職員）	・若干の落ち込み分をフリー客でカバーしつつも、団体客の予約状況は特に変わりのない様子である。この先も特に明るい材料はないものの大きく落ち込むこともないとみている。
		遊園地（経営者）	・秋に向けて回復の期待はあるが、燃料費の高止まりや様々な値上げの影響が懸念される。
		競艇場（職員）	・客を呼び込むためのCMなどの広告展開は中央団体が行っている。自社でのイベントなどで新規集客の底上げを目指しているが販売商品にあまり興味を持ってもらえていない。
		美容室（経営者）	・ボーナスなどが入り単価的には上がったが、来客数は今年の1月前後からずっと前年比95%が続いている。そういう状況に変わりが無く強いて言えば低迷が続いている。
		設計事務所（経営者）	・相変わらず先は見えないが、大きく変わることはない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・周辺の経済状況では上向いているという話であるが、我々のゾーンの実態経済は非常に悪くなる傾向にあるとみている。
		商店街（代表者）	・4月の消費税増税は、食料品など生活必需品の実質的な値上げを招いて、多少は上がった給与やボーナスをひとのみにした感がある。そのため、消費税率を10%に上げると1～2年前の状況に戻ってしまうのではないかと懸念が増している。消費者は今後の消費税がどうなるのかにかなり神経質になっている。
		スーパー（総務担当）	・スーパー間の競合と、ガソリン代、電気代の値上げなどにより来客数、売上点数共に減少しており、この傾向はまだ続く。
		スーパー（営業担当）	・前年よりもガソリン、灯油が値上がりしており、冬期に向かって今以上に光熱費が家計を圧迫する。

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	
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境が悪化している。	
		コンビニ（店長）	・7月の電気料金はかなりの高額請求がきている。これほどこの店でも同様であり、この電気料金の値上げは一般家庭のマインドにも非常に悪影響を及ぼしている。そこに今年の4月からの消費税増税のダブルショックがあり、客のマインドは下がっている。原油価格の高騰や消費税増税の影響もあるが、目下の課題は電気料金の値上げである。いずれ減らしていくとしても今はまず原子力発電所の再稼動をしてもらい電気料金を下げてもらいたい。	
		コンビニ（店長）	・季節による気温の低下に比例して来客数は緩やかに落ちていく。イベントや競合情報も無いため前年同様の動きになるとみている。ただし、ここ数か月間は来客数がそのまま単価が上昇しているのが前年よりも客の購買力は上がっており、今後の売上に良い意味で影響するのではないだろうか。	
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・例年、お盆を過ぎると販売量も減少する。それに加えて、何もなければ消費者は動かないという雰囲気はぬぐえず好景気の実感はない。	
		高級レストラン（経営者）	・秋になれば少し良くなるとみているが、あまり良い材料はなく楽観視はしていない。	
		観光型ホテル（経営者）	・夏休み後の一段落か、9～10月の入込は前年を多少下回っている。	
		観光型旅館（経営者）	・イベントなどでは来客数も動くが、それ以外はあまり動きがない。また、土日の予約が少なくなっている。	
		観光型旅館（スタッフ）	・引き続き予約状況は低単価志向であり、付帯をつけても高単価商品は敬遠されている。販売量を低単価商品で増やすやり方は現時点で限界がある。旅行シーズンも終わり冬季に入るのでは下がっていくのみである。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人客の、レストラン、宿泊などの利用は前年を下回っている。また、予約状況も回復には至らずやや厳しい状況が続いている。	
		タクシー運転手	・次の消費税増税が頭にあるせいか、客の財布のひもはなかなか固いようである。	
		通信会社（営業担当）	・求人が増えてきているもののマッチングした雇用は少なく、相変わらず失業者は増えている。特に40～50代の失業者が増えており、また、上場企業も50歳以上の所得を減額している現状を耳にしている。お金がかかる世代にしわ寄せが来ており、景気を良くするには今後は高齢者などの活用を重視する必要がある。	
		美容室（経営者）	・年配の客が多く来店するが、消費税増税で物価も上がる一方であり、なかなか働いていた時のようには美容院に来られなくなったと会話している。	
		悪くなる	スーパー（経営者）	・ガソリン価格が高止まりのまま灯油を使うシーズンへ突入し、更には消費税の再増税が現実のものになれば、今まで以上に儉約、節約志向が強まるとみている。
			コンビニ（経営者）	・景気が悪くなる一番の原因は、消費税率が8%になりそれに伴い商品類が値上がりしていることである。また、ガソリン価格が高騰していることも大きい。
企業動向関連 (東北)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスが取れて、やや改善が進む。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事に関する問い合わせが増えてきている。ここ2～3か月は上昇傾向が続くのではないかと。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・新規製品開発が活発化してきている状況が今後も続いていくとみており、その結果が我々の業界全体の業績を押し上げる可能性に期待している。	
		輸送業（経営者）	・現状はかなり厳しいがそろそろ物量増に期待している。	
		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）	・発注の引き合いがやや多い。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・製品の物流が順調である。	
		金属工業協同組合（職員）	・半導体製造装置、蓄電池、医療機器関連などの引き合い及び受注見込みがみられる。ただし、コストダウン要請及び材料費、電気料金、燃料費などの経費の高騰により収益は期待できない。	
	変わらない	農林水産業（従業者）	・秋りんごの生育も順調なので、秋の贈答用の注文数も期待が持てる。	

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
		食料品製造業（経営者）	・牛タンの人気は相変わらず高い。しかし、円安や原料高が続く限りなかなか客の反応はプラスには転じにくい。ただし、消費税増税については4月より内税表示をしていることもあり、客はようやく慣れてきた様子である。
		食料品製造業（営業担当）	・辛うじて前年の売上高をキープしている状態であり、当面の間は現状のまま推移するとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年、今後は低迷する時期になる。
		建設業（経営者）	・現在の景気はしばらく続くとみているが、今後は物価問題も出てくるので不安である。
		建設業（従業員）	・復興道路関係なども含め、コンスタントに発注が推移していく。
		建設業（企画担当）	・工事消化のピーク状態が続いているが、技術者、労務者不足と東京オリンピック関連工事による影響に不安がある。
		通信業（営業担当）	・顧客への臨機応変な対応のために、単価にこだわらず地道な営業活動が今後も必要である。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		広告代理店（経営者）	・運送会社の運賃値上げにより印刷物などの納品コストが上がっているが、顧客に対しては価格を据え置いているため、利益を圧迫している。
		司法書士	・親子間の贈与に対する非課税枠の拡大などの施策方針を見極める状況がしばらく続くとみている。
		公認会計士	・小売り関係は消費税増税による売上減少が止まり、徐々に回復するとみている。しかし、建築関係は資材高騰、人件費高騰の状況が変わらず、何とか利益が出る程度である。
		コピーサービス業（経営者）	・大きな案件も少なく、小口案件などの通常取引もなかなか活性化されていない状況で先がみえない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・今年に入って前年より悪くなっている。景気は大会社だけが良く中小企業や地方はほとんどが悪くなっている。景気が非常に悪く常に不安な状況が続いているのが一般的であり、それが商売や地域の不安にみんな繋がっている状況である。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・飲食店向けの出荷の伸び悩みが気掛かりである。大型小売店での販売促進策などに期待したい。
その他企業〔企画業〕（経営者）	・工務店業界では、復興に伴う住宅建築需要は施主の予算の関係からローコスト住宅に流れる傾向がしばらく続くとみている。		
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・今後も天候予測が不透明であり、大幅な回復は期待できない。
		食料品製造業（総務担当）	・今後は一部の原材料の価格高騰が予定されている。労働者不足も現実になりつつある。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・3か月先までの受注残と件数が減少しており心配している。
		土石製品製造販売（従業員）	・予想外の悪天候で、数件の新規発注工事が保留とされている。しばらくは道路補強工事などでいっぱいになりそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、国内需要はある程度戻ってくるとみているが、アセアンを中心とした海外の需要に陰りが出ており、輸出環境は悪化していく。
		輸送業（従業員）	・首都圏への集約化は一層加速していく。
		金融業（広報担当）	・売上の伸び悩みが続くとみている。
		広告業協会（役員）	・今後は地元企業からの広告出稿は期待できない。中央からの出稿は明るさが少し見えているので後半に期待している。
		経営コンサルタント	・消費税増税の際の便乗値上げを怒る消費者は少なくなく、消費税増税の影響は長引くと予想している。
悪くなる	○	○	
雇用関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今の大学3年生に向けて、1年半先の採用を見越したインターンシップを各企業がかなり積極的に実施している。前年の2～3割増の企業が始めており、今まで以上に景気は上向くのではないかとみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・サミットの誘致を期待している。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は12か月連続で前年同月を下回っており、新規求職者数が減少し新規求人数が増加する傾向は引き続きとみている。

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
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・現状の改善や2～3か月先に寄与する効果的の案件が乏しい。
		人材派遣会社（社員）	・消費税の再増税などの不確定要因が多く慎重である。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の増加は今後も大きくは見込めない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2～3か月先に景気上昇の要因があるとは考えにくい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・首都圏の季節従業員募集の広告は好調であるが、地元企業の雇用は業種により偏りがある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、月間有効求人数共に、多少の増減はあるがほぼ同じような数値で推移しており、3か月後もこのまま推移するとみている。ただし、来年3月末に関連会社で派遣なども含め約400名の企業整備の予定があり、懸念材料となっている。
		職業安定所（職員）	・新規学卒求人も増加していることから、景気は変わらないというよりやや良くなるのではないかと。
		職業安定所（職員）	・受注は回復傾向にあるものの、人材確保が困難な状況が続いている。原材料費や燃料費の高騰などのため、収益は伸び悩んでおり、景気の回復の見通しは立っていない。
		職業安定所（職員）	・今のところ管内の雇用情勢に大きな変動要因は見受けられず、このままの状態が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・求人状況は安定した状態にあり、大幅な新規創業の情報や企業整理などの動きは見られない。ここ数か月は同様の状況が続くとみている。
	民間職業紹介機関（職員）	・求人は若干増加するが、例年の通り退職者の補充にとどまる傾向にある。	
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費動向、景気動向のバロメーターである求人数が前年度に比べて4割減となっている。消費税率10%の再増税への対応もあり、秋口から厳しくなる見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後も人手不足が解消される見込みが無く、地方経済が活性化される要素が見当たらない。
職業安定所（職員）		・求人数は増加傾向にあるものの正社員求人は少なく、ミスマッチが生じている。	
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	商店街（代表者）	・大河ドラマ人気で頑張れそうである。
		一般レストラン（経営者）	・特に県外客が多くなっていることと、地元客の動きも良くなっているため、先行きも良くなる。
	やや良くなる	百貨店（店長）	・動きが戻っていない最後の商品群である宝飾、呉服、美術などの売上がこれから上がって来ると期待できるような、いくつかの兆しが見えてきていることからの判断である。
		スーパー（総務担当）	・まだ悪いとはいえ、消費税増税直後に比べると少しずつ改善してきているので、今後は景気も上がってくる。
		コンビニ（経営者）	・環境問題等で町内行事が多いこと、販売が上がる商材が増えていくことを考えると、景気はやや良くなる。
		コンビニ（店長）	・8月後半の思いがけない気温低下により、客足がかなり減少した。3か月後は平年並みの気候で推移すれば、客も平年並みに来店すると考えている。ただし、イベント時だけはある程度にぎわいがあっても、商店街への近隣住民の来店は年を追うごとに減っている状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・11月には新型車が発売する予定があり、来年4月以降に購入する軽自動車は自動車税が増税となるため、軽自動車の駆け込み購入が始まり出すと考えられるので、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月後は新型車が続々と出るため、通常であれば今よりは必ず良くなる。これで良くならなければ本当に不況である。
		乗用車販売店（統括）	・新型車の導入が予定されていることと翌年に控えた更なる消費税増税に対する駆け込み需要が始まっていくのではないかとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・今まで数か月間あまりにも悪かったので、それよりは明らかに良くなる。販売もやや戻ってくると期待している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	・販売量は前年並みかやや回復する。		

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
		スナック（経営者）	・予約の動きが少し上向いてきたので、このまま進んで欲しいと期待を込めての回答である。
		旅行代理店（営業担当）	・夏に伸びなかった分、秋のシーズンに期待している。
		遊園地（職員）	・前月オープンした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客の来園を期待している。
		美容室（経営者）	・今月に入って設備投資や支店の開設、独立開業したいという従業員からの融資相談が急増している。
	変わらない	商店街（代表者）	・大型店では既に来春入学用のランドセルが並んでいて、客が注文したり買ったりしているが、路面店では一向に客が振り向いてくれない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・月末になって気温が下がり始めたので少しは活気が出ると期待したが、暑さの影響等による野菜、その他の値上がりで、客は控えめである。当業界も売行きが悪いために相場が下がってきている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・今後の天候にもよると思うが、客から購買意欲が感じられないので変わらない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響、物価の上昇、公共料金、ガソリンなど石油製品の値上がりがあるので、まだ消費は停滞が続くのではないかと思う。
		百貨店（販売促進担当）	・物価は上昇しているが、可処分所得の増額は見込めず、生活防衛意識は更に強まると思われる。特に、中間層についてはこの傾向が顕著である。
		百貨店（販売促進担当）	・家計に占める、生活に必要なコストが上昇している中で、それ以外への消費は依然としてシビアであるため、今後2～3か月では変わらない。
		百貨店（店長）	・地方では消費税増税後、完全に以前の状態に戻ったとは言えない。
		百貨店（店長）	・5月以降、売上、来客数共に前年割れが続いており、大きく売上を落とすことはないが、増加の兆しもなく、当分この状況が継続する。
		スーパー（経営者）	・競争の構造は変わらない。
		スーパー（店長）	・大きな変化のない通常の秋となると予測している。売上の面にも利益や資金の面でも耐える時期と思っている。
		スーパー（商品部担当）	・6～7月と比べ、来客数、買上単価など、すべてにおいて大きな変動が見受けられないため、先行きも変わらない。
		コンビニ（経営者）	・8月は天候にもものすごく左右されてしまった。昨年は花火大会の時に大雨に見舞われて災害特需のようなものが発生した。今年は雨の予報だったので見物客がかなり少なかった。今後も天気次第といった感じがしている。
		コンビニ（経営者）	・来客数が戻ってこなければ良くならない。
		コンビニ（店長）	・まだ若干催し物などが残っているので、当店近辺では大きく変わってくるということはない。
		衣料品専門店（経営者）	・夏の天候不順で客足が伸びなかった。早く9～10月の旅行シーズン、秋物商戦に突入したい。民主党政権時のような高速道路料金値下げやガソリン価格の引き下げなど、消費拡大につながる施策を打ち出してほしい。
		衣料品専門店（統括）	・夏場はお盆にかけて、全国各地で大小さまざまな祭りが行われる季節である。今まで祭り関連の商品を扱っていた店の閉店が大分あるようで、今年はあちこち探して当店に来たという客が多かったような気がする。
		家電量販店（営業担当）	・消費者の購買意欲を刺激するような施策、出来事がないため、変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・当地の自動車メーカーは、最近の円安で一段と好況である。その上になお、「部品メーカーの協力によりコストダウンを行いたい」とプレス発表をしている。これから先は産業構造がどうなるのか分からない。
		乗用車販売店（経営者）	・やはり漠然とした将来への不安が大きい。
		乗用車販売店（営業担当）	・人口減少の影響が自動車業界にも見え始めている気配がある。新しいユーザーがなかなか増えないのと減車傾向が気になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・今月はお盆月で販売台数が伸び悩んだが、9～11月は極端な伸びも極端な落ち込みもない。購入しようという人はある程度購入しており、消費税増税からも何か月かたっているので、飛躍的な伸びはないが、落ち着いた販売台数で推移していく。
		乗用車販売店（管理担当）	・原材料、燃料価格の高騰が続き、原価が上がり売価に影響を及ぼす。
		住関連専門店（経営者）	・必要な物は必要になった時に購入し、買いだめ等は行なわない。相次ぐ自然災害等により、消費に対して抑制してきている気がする。消費マインドを刺激するような政策、制度が必要なのではないか。
		住関連専門店（店長）	・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は見当たらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・消費税増税後の価格の変化に対する防衛行動と、天候不順が重なって来客数が減少している。この傾向は今後も当分変わらない。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・消費量が横ばいで推移しているので大きな変化はない。
		一般レストラン（経営者）	・お盆の前と後とでは客の動きに差がありすぎる。また、地方の場合はこれから農繁期に入っていくため、例年客足が落ちる傾向にある。まだ好景気を感じている人は少ない。
		一般レストラン（経営者）	・好調な会社とそうでない会社の二極化が進む。好調でも人手不足のために仕事を十分に獲得できない状態がある。
		スナック（経営者）	・変わらないという回答をしたが、これ以上悪くならないようにという意味でのちょっと下向きな回答である。なかなかアベノミクスで給与が上がってこないのも、先の見通しもない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年の3月に北陸新幹線の金沢延伸が完成すれば、ちょうど名刺の御開帳もあって非常ににぎやかになると思うが、2～3か月後では工事の段階なのでまだ前年と変わりはない。
		都市型ホテル（営業担当）	・今月は結構良い傾向にあったところもあり、今後3か月後、できればより良い稼働をと思うが、そこまでの材料は今のところ見当たらない。ただし、逆に悪くなるような決定的な要因もないので、まずは現状維持ができれば良いかと考えている。
		都市型ホテル（副支配人）	・前年と比べ、団体客を中心に予約が伸びてきているが、更に良くなると言い切れるまでには至っていない。少なくとも、前年を上回っている現状のまま推移して欲しい。
		旅行代理店（所長）	・例年と比較して、宿泊施設での団体の先行予約が鈍化している。さらに、天候異常により紅葉への影響も想定され、時期が読みづらい状況である。
		タクシー運転手	・駅近辺の駐車場が月極めで4～5千円、1日2～3百円で利用できるため、地方ではタクシー利用者の増える要素がない。
		タクシー（経営者）	・6～8月の3か月間、夜の動きが変わらないので、この先も変わらない。
		タクシー（役員）	・客の反応から変わらないと判断している。
		通信会社（経営者）	・地域に密接した形態の企業は人口減と共に右肩下がりになるのは必至である。当地では全くと言っていいほど客の消費意欲は感じられない。地方が元気でなくては本当の意味での好景気とはいえないので、地域格差を何とかしてもらいたい。
		通信会社（経営者）	・地方の景気は良くなっている感じは少ない。今後もこの傾向が続いていく。
		通信会社（営業担当）	・季節的にお盆休み等で出費して財布のひもが固くなる時期なので、大きな変動はなく現状のままで推移する。
		通信会社（局長）	・緩やかな景気回復基調は実感できていない。大きな変化があるという期待感もない。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響よりも天候による影響が強く、前年実績を確保するだけでも大変な状況である。
		観光名所（職員）	・観光事業が主な産業である当地は、天候により客足が大きく左右される。今年のような悪天候が続くと厳しい。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上がほぼ同額で推移しているからである。

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
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・しばらくは今の状態のままで推移し、変わらない。
		その他サービス [立体 駐車場] (従業員)	・一部テナント、旅行代理店の売上がやや増加しているものの、来客数、販売量共に変わらないという予想なので変わらない。
		その他サービス [イベ ント企画] (職員)	・中東情勢の悪化など、燃料価格の高騰が続いており、先行きは不透明である。
		設計事務所 (経営者)	・2～3か月先まではある程度仕事の依頼がある。
		設計事務所 (所長)	・今月と比べても大きな変化はないと思うが、決算期を迎えるのでイベント等、集客向上のためにいろいろと考えたい。
		設計事務所 (所長)	・建築価格の高騰により、実際の建築まで至らないという状況はまだ1年くらいは続く。
	やや悪くなる	商店街 (代表者)	・秋の商店街イベントの準備が動き始めたが、小学校の運動会と重なるので集客に苦慮している。
		一般小売店 [青果] (店長)	・消費税増税後、特に5月の連休明けあたりから当店だけでなく取引先の料理屋などもかなり落ち込んでいる。この状態は今後も続くのではないかとみている。
		スーパー (統括)	・円安、原油高が輸入原材料、輸入品の値上げを招き、食品全般に及び値上げは避けられない情勢になってきている。年末に向かって景気全体を押し下げているのではないかと懸念している。
		コンビニ (経営者)	・ここ1年の間に競合店の出店が相次いでいることが理由である。
		コンビニ (経営者)	・秋に向けて気温が下がってくるので、例年のことであるが来客数、売上高が落ちてくる。消費税増税が徐々にボディブローのように効いてきており、客の買上点数も若干減っているという状況を加味すると、先行きはやや悪くなる。
		衣料品専門店 (販売担 当)	・消費税増税後、身の回りの必需品までじわじわと値上がりしてきている。ここへきて生鮮食料品なども天候の影響もあって上がっているが、いろいろな意味で増税の影響が出て値上げやむなしというような品目も相当増えてきている。値上げは微増ということであったとしても、当店の扱う婦人衣料に関しては今後もやや落ち込んでいくという予測を立てている。
		一般レストラン (経営 者)	・昼、夜共に客数がなかなか伸びてこない。
		一般レストラン (経営 者)	・消費税増税がじわじわと消費動向に影響を与えている。客の財布のひもは非常に固いという印象である。
		スナック (経営者)	・客の動向から判断すると悪くなる。
		観光型旅館 (経営者)	・今月は予定よりも売上が7%ほど良いので、今月と比較すると2～3か月先は悪くなる。
		旅行代理店 (副支店 長)	・消費税増税の影響がここにきて出ているのか、客の財布のひもが厳しくなっている。また、バス運賃等の法改正や高速料金の割引廃止、燃料価格の高騰によるコスト増から旅行費用も上がり始めている。今後は値上がり感による旅行離れが懸念される。
		タクシー運転手	・1回当たりの運航に対する単価がやや悪くなっている。
		ゴルフ場 (支配人)	・県外来場者が減少傾向にあるため、県外来場者への依存比率が高いゴルフ場による県内エリアの集客合戦が進み、客単価下落につながっている。
		美容室 (経営者)	・9月に開催される祭礼にこの町の人々はお金を使い、祭礼が終わると、町は死んだようになってしまう。年末まではその影響で売上は期待できない。
		住宅販売会社 (従業 員)	・消費税増税などにより、別荘等の高額消費には慎重な姿勢がうかがわれる。
		住宅販売会社 (経営 者)	・地価の変動もなく、売り物件の不足によって選択できる物件がないことから顧客の動きも少ない印象である。8月は例年動きが鈍いが、好転する要因も少ないことから、先行きも悪くなると予想している。
	悪くなる	商店街 (代表者)	・消費税増税の影響が出てきているので、この先も客がお金を使わなくなり、ますます悪くなるのではないかと心配している。
		一般小売店 [乳業] (経営者)	・消費意欲が改善される要因は全くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般小売店〔衣料〕 (経営者)	・雨がたくさん降ったが、広島のような災害は発生することはなかった。ただ、やはり購買意欲は低下しており、あまり良くなるような要素もない。	
		衣料品専門店(経営者)	・当地では中心市街地活性化法に基づいた沿道整備が進められており、来年度末に計画道路の60%が整備完了の予定である。しかし、その途上にある現在は、来街歩行者、自動車等が軒並み減少し、固定客率が100%近い当店でもその影響は大きく、やむを得ず閉店する予定である。	
		家電量販店(店長)	・年末に向け発売される新商品の動き次第で決まりそうだが、話題の商品は少ない。	
		通信会社(経営者)	・地方の景気全体が冷え込んだままである。この状況がいつまで続くのか、業種の拡大や変更さえも検討しなければならない。	
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・主要取引先の輸出量が増加傾向にあるため、先行きは良くなる。	
		その他製造業〔環境機器〕 (経営者)	・前月までと変わらず良くなる予定である。	
(北関東)	やや良くなる	化学工業(経営者)	・10～11月納期の物件の引き合いがあり、受注になる見通しである。現時点ではレースガスも比較的堅調に推移する見込みのため、2～3か月後は今月よりは良くなる。	
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・例年の年末商材受注のほか、新製品の動向、体験教室の予約を見込んでいる。	
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・秋以降多少良くなるのではと思われる。	
		電気機械器具製造業 (経営者)	・新規取引先がやっと動き出すようになるので、その分が売上に計上され、やや良くなる。	
		建設業(開発担当)	・当社は公共工事主体の建設業である。公共工事の受注額は前年比8%増、消費税増税の影響が大きい民間工事は同20%減となっている。首都圏の建設需要の増加や東日本大震災の復興工事の影響から材料費や人件費が高騰しているため、品不足や人手不足が生じている。当社の工事原価も上昇しており、受注は確保できているが、賞与支給ができない状況が続いている。	
		輸送業(営業担当)	・定番の季節商材等の入替えにより家電、雑貨、インテリアなどの物量は前年並みに持ち直す予定であるが、燃料高が続き、コスト負担も厳しくなっているため、利益は薄くなる見通しである。	
		金融業(経営企画担当)	・小売業では消費税増税の影響が薄れ、消費は徐々に回復する。製造業についても受注状況が改善するとの声が多い。	
		広告代理店(営業担当)	・秋の販促計画が前年より1割程度多くなっている。前年秋が悪かった分、今年は前年を上回るのには確実である。	
		変わらない	金属製品製造業(経営者)	・7月は6月より仕事量が増えたが、8月はお盆で休みが多くなるので、売上は少なくなる。これからのことは安定していないので、先を見通すのは難しい。
			一般機械器具製造業 (経営者)	・従来の顧客からの受注量は全く変わらない。
	一般機械器具製造業 (経営者)		・新規案件の積み増しは見込めるが、従来の仕事が伸びる見込みが薄く、全体としては変わらない。	
	電気機械器具製造業 (経営者)		・取引先の状況に大きな変化がみられない。	
	電気機械器具製造業 (経営者)		・当分現在の状況が続くので、営業の継続は欠かせない。	
	電気機械器具製造業 (営業担当)		・受注量、生産量共に毎月平均化しており、横ばい状態が続いている。	
	精密機械器具製造業 (総務担当)		・主に公的研究機関向けの製品を開発し、販売促進に努めているものの、引き合いが少なく、受注量が低迷している。今後もしばらくは同じような状況が続くと考えている。	
			輸送用機械器具製造業 (経営者)	・取引先や競争相手の様子、受注量等にこのところあまり変動はないが、1～2か月先は大幅に落ちるか上がるかも分からない状況である。
			建設業(総務担当)	・下半期に向け、工事があっても作業員不足で受注できない状況も考えられるため、特に現状と変わらない。
通信業(経営者)			・景気が変わる要素がない。	
金融業(調査担当)			・個人消費の回復力が弱いほか、政府の景気対策が一服したこともあり、大幅な改善は期待できない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（役員）	・市場のパイが少ないために競争が激化して利幅が取れないということと、電気料金や原油価格の値上がりりが相当響いている状況を勘案すると、売上は上がるものの利益はさほど出ないということから、先行きは変わらない。
		新聞販売店〔広告〕 （総務担当）	・建築会社は前年に比べて忙しいということだが、これも消費税増税による駆け込み分が多いとのことである。小売店主、量販店店長の話では、この先も横ばいで推移するのではないかということである。
		司法書士	・今のところ期待していた大きな設備投資などの動きはあまりなく、賃貸店舗が動いている程度である。まだ大きな動きはすぐには期待できないようである。
		社会保険労務士	・売上等は多少伸びていくと思われるが、原料高がどこまで続くのか分からないので、先行きは不透明である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・情報化投資は抑えられていた期間が長かったために、今後引き合い、受注量は増えると見込んでいる。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・本格的に景気回復していない現状において、もう一押し景気回復してもらいたいところが、消費税の10%への増税や国際情勢での原油価格高騰など、先行きに不安なことが数多くある。
		不動産業（経営者）	・不均衡が助長され、経済の流れが停滞しがちだと実感することが多い。
		不動産業（管理担当）	・当社で使用する道具や資材が値上がりしているが、今のところ消費税増税分しか上乗せできないところが多いため、利益が減ってしまう状態が続く。
		経営コンサルタント	・先月から消費税増税後のマイナスの影響が次々と現れており、懸念が現実のこととなったため、さらに設備投資や個人消費の落ち込みが予想される。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・すべての資材が値上がりしているの、とても利益を出せる状況になっていない。特に、原料価格は更に上がって前年の2倍を超えていると考えているので、先行きはますます厳しくなる。
出版・印刷・同関連産業（経営者）		・相変わらず毎月の資金繰りに大変な苦勞をしている。	
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）		・6月以降、業界の活気が戻ってこない。消費税増税の影響がじわじわと浸透してきている。増税直後は古い在庫も多く、価格を抑えてきたが、それも限度に近づいて価格を上げざるを得ない。ぜいたく品のため大型の景気浮揚策がとられない限り、動きは鈍い。	
雇用 関連 (北関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・派遣人材の確保には苦勞しているが、自動車関連で増産のために派遣受注が増えている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・製造業については、自動車、電機電子、家電等も含めた製品の売上製造はほぼ前年並みと見込まれる。衣料品については秋物衣料も早々と出始めているようなので、若干期待するところがあるように思われる。住宅等と造成関係、災害復旧等については建築関係の人手不足はあるが伸びるという期待を持っているようである。
		人材派遣会社（支社長）	・東日本大震災復興、オリンピックなど、住宅、建設業界を中心にオーダーが入るものの、人選面では対応できず、成果が出にくい。引き合いの強さに対し、結果を出すためのフローができていない。雰囲気としての景気感覚は維持できると思うが、雇用のミスマッチは埋まりそうもない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数、条件がますます厳しくなっている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・まだ少しの間は様子を見ないと、正社員募集が長期的になっていくかは分からない。
		職業安定所（職員）	・最近では求人数が落ちてきている。
		職業安定所（職員）	・地元企業からも全体的には人手不足気味という話が聞かれるが、先行きが不透明なため、安易に雇用できないのが実情である。燃料費の高騰や、原材料費、電気料金の値上がり等、経営環境が悪化し、厳しい経営を迫られている企業が多い。
		職業安定所（職員）	・業種により異なるが、東日本大震災関係の復旧、復興の受注は顕著である一方、コストアップや特定関連部門の海外シフトによる雇用調整も懸念されるところである。

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
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業により業績のばらつきが目立つが、総じて変化がない。地方では、消費税増税の影響が吸収されていない感が大変強い。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・例年に比べ求人数の状況は良い。特に、正社員としての求人も多い。しかしその反面、就職試験のレベルは高いようで、企業と求人者のミスマッチはいまだに変わらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者） 職業安定所（職員）	・9～11月は仕事量が減る予定である。 ・円高による輸入材料費の高騰が、じわじわと中小企業の経営を圧迫している。材料費が3割上がったという事業主の声も聞かれている。
	悪くなる	—	—

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・季節の行事や敬老会などの注文が減少したり、また、秋のイベントなども縮小したりしているので、売上確保が難しい。
		コンビニ（経営者）	・コンビニは、接客などを工夫、研究していけば、まだ伸びるのではないかと考えている。
		旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行の動きが活発で、週末は当然のことながら、平日にかけても飛行機、宿泊の予約状況が良い。特に、大阪方面はテーマパークの影響もあり、宿泊の予約がほとんど取れない。
		タクシー運転手	・相変わらず道路工事が都内の至る所で行われている。地下鉄駅の耐震工事、水道管の取換え、電気工事等、2020年東京オリンピックの誘致が決定されてからますます多くなってきて、必ず好景気につながる、景気は良くなる。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は秋の紅葉シーズンになる。トップシーズンで断続的に旅客が増えるため、期待している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・8月にイベントを行ったが、非常に反応が良かった。消費者のマインドが外に向かってきている兆候である。更にイベント攻勢を予定しているが、情報への反応がとても良い。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・見込み客が多くみられるようになったため、今後は少し良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・冷夏予想に反して暑い夏が来たが、それも一段落するため、消費者の購買意欲が上がるのではないかと考える。
		百貨店（広報担当）	・10月から外国人旅行者への免税品目が拡大されるため、前年比で2けた以上の免税売上が見込まれる。そこに焦点を合わせ、外国語の話せる販売員の増員や免税カウンターの拡充などを実施している。加えて、既存客も夏以降には消費税増税の影響が更に薄まることが見込まれる。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税の反動減の影響が徐々に薄らいでくる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費動向はさほど変化がない可能性はあるが、重衣料などの動きに期待もあり、単価上昇で売上高は多少上向きになるのではないかと予測している。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税後の動きをみていると、景気回復はしているもののその足取りは緩やかで、今後急激に良くなるとは考えづらい。雇用は改善しているものの、賃金増がもっと地方や中小企業にも広がらないと、景気の力強さは戻らない。
		百貨店（副店長）	・正価品の動きが鈍くないため、秋物の立ち上がりとともに集客をかけて動きをつければ、秋以降はプラスに転じるのではないかと。
		百貨店（計画管理担当）	・緩やかな回復基調は保たれている。
スーパー（店長）	・前年に比べて客がかなり戻ってきているため、3か月後についても今の客が来れば、売上は上がると見込んでいる。ただし、点数が前年をやや下振れしており、特売や安い物をメインにしても、客が必要としない物については買わないため、本来ならば良くなるかと回答したいところだが、やや良くなるとした。		
コンビニ（エリア担当）	・中国の食品偽装問題による風評被害が、時間とともに下火になるためである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・大手企業から少し景気が良くなってきているようなので、実感はまだないが、これから我々のような小さな小売店にまで波及してくることを願っている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響が底を打っているからである。
		家電量販店（経営企画担当）	・将来の景気回復への基礎的な条件はそろっていると考えるが、ガソリン価格、電気料金の高止まりが続く、消費者も必要なものと必要ではないもの見極めがはっきりとしているので、今後も市場の変化を注意深くみる必要がある。
		家電量販店（統括）	・新製品の発売による需要増が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の投入で来店客が徐々に増えてきている。既存客の台替えも含めて販売量の増加が見込める。
		乗用車販売店（総務担当）	・下期はサービス需要が期待できるため、新車、中古車の販売減を最小限に食い止め、売上増を見込んでいる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の様々な経済関係の政策が功を奏しているからである。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・秋の食材が多く出れば、良くなるのではないかと思う。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響によって暇だったが、これからは徐々に回復して戻ってくる。
		一般レストラン（経営者）	・例年、8月は年間で売上が一番落ちるため、2～3か月先の景気は若干良くなり、客足が少し伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の気分的にも大きなマイナスがなくなったという安心感があるようである。内閣改造があり、景気最優先ということなので、その辺も含めて若干良くなるような気がする。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は秋の旅行シーズンとなり、特に、法人関係がこれから伸びてくるため、今月と比べるとやや良くなる。また、個人も国内の宿泊が伸びると見込んでいる。
		タクシー運転手	・お盆を過ぎて、会社の動きが元に戻ってきた。オフィス街の金融関係を中心とした大規模な建替えを見ると、希望を感じる。
		通信会社（経営者）	・解約者数が減りつつある。
		通信会社（経営者）	・今後も好調な加入が続く見込みである。
		通信会社（社員）	・4月の年度スタートはスロースタートであったが、7月ごろから順調に推移している。マイナスとなる要因も特に見当たらないため、このままの推移を想定している。
		ゴルフ場（支配人）	・引き続き、予約状況は順調である。以前に増して予約の埋まり方が早い。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・大手競合センターが値上げを行うので、多少期待できる。
		設計事務所（経営者）	・現在動き出しているプロジェクト以外にいくつか具体的に動き出しそうあり、打ち合わせを行う予定がある。
		住宅販売会社（従業員）	・8月なので契約にはあまり至らなかったが、今後、秋口にかけて良くなっていく。都内のアパート用地の仕入は好調だが、地元の戸建て用地の仕入れに苦戦している。
		住宅販売会社（従業員）	・客の対応が慎重である。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街の理事会で聞いたところ、飲食の方はさほど影響がないが、物販の方がなかなか思うような数字が取れず、売上が前年よりも下回っているという意見が多かった。消費税増税の影響をまだ感じている。
		商店街（代表者）	・最近の天気は豪雨など、日本の気候が変わった感じがする。これからも続く大変なので、何とか普通の状態に戻ってほしい。
		商店街（代表者）	・食品関係が非常に良くなっていくのではないかと。飲食は1割ぐらい上がり、民間会社の方もかなり景気が良いと聞いているので、非常に期待している。1割ぐらいは伸びてくるのではないかと考えている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・秋商戦で数々のキャンペーンがあるため、小物商品から4Kテレビまでいろいろと取り組んでいる。ケーブルテレビのデジタル化が来春までなので、そういった需要にも期待している。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・天候のせいなのかといろいろ考えているが、原因はさっぱりつかめない。需要が落ち込み、悪い状況である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・今までと変わらない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・消費増税を受け入れざるを得ない感じで、8%に慣れてきた。当店のような必需品と言われるものでも増税分を上乗せすることが非常に難しく、来年10%になると非常に厳しい消費になるのではないかと。何とか打破したいが、厳しい環境である。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・良くなる材料も悪くなる材料もなかなかみつからないため、変わらない。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・消費増税前の駆け込み需要があったこともあり、8月は大口のスチール家具などの案件が例年より少なくなっている。今後、大口の案件が出てくるかもしれないし、そのまま全く出てこないかもしれないので、どちらとも言えない。全く希望がないということではなく、まだ確定ではないが、いくつかの案件はある。
		百貨店(売場主任)	・物価高や正社員の増加が少なく、まだ派遣社員中心の雇用形態であるため、規制緩和などがなければ変わらない。
		百貨店(総務担当)	・給与は若干増えているが、それ以上に物価が高くなっているため、実質賃金が下がっている状況の中で、今後の消費税10%への増税で当分は変わらない。プラスマイナスゼロという状況が続く。
		百貨店(営業担当)	・ゲリラ豪雨など天候不順の影響で、婦人服、紳士服、子ども服、服飾雑貨共に動きが悪い。ただし、食料品は安定している。
		百貨店(営業担当)	・この夏の不振でメーカー、特に、中小のアパレルにおいて、更に商品量を減らす可能性が高い。そのため、売上は上がらない。
		百貨店(営業担当)	・人手不足による人件費高騰、原材料費の高騰、天候不順に伴う生鮮品の値上がり等、先行き不透明感による購買意欲の低下が懸念される。来年の消費増税の判断を行う時期に差し掛かり、マスコミによる景気判断の報道に購買意欲が左右されてしまうことに懸念がある。全体としては、消費増税後の落ち込みは徐々に解消され、ほぼ横ばいが続く。
		百貨店(営業担当)	・実質賃金が増えていない企業が多く、生活商品の需要は大きく増えるとは思えない。
		百貨店(営業担当)	・消費増税による高額品への影響は月ごとに薄らいできてはいるものの、当初想定していたスピードには至っていない。その反面、衣料品などの主力商品は売上を伸ばしつつあり、全体としては大きな変化はない。
		百貨店(店長)	・予想より消費増税の影響が長引いている。秋から回復するかは疑問である。
		百貨店(販売管理担当)	・先物買いが顕著である婦人服において、レザーやツイード素材の商品が動き始めるなどの好調要素はあるものの、一方で、最終値下げのセール品でも思うように購入しない客が多いというマイナス要素もあることから、商材の景気は、総合的には現況と変わらない。
		スーパー(販売担当)	・客の買物の様子をみていると、広告初日の目玉や日替わり、ポイント何倍の日などの特典の付いた商品、特典の付く日には多く来店するようだが、通常時は買い回りをしているのではないかと思う。
		スーパー(経営者)	・単価が上がっているものの来客数が減っているため、その分が相殺されて売上は前年並みとなっている。この状況はまだ続くと思うが、単価が下がると売上も下がる可能性があるため、決して良い状況になるとは思えない。消費税が3%上がり、その影響がこれから出てくるのではないかと思う。
		スーパー(店長)	・季節の変わり目でもあり、季節商材は一時的に上向きになることもあるが、全体の底上げまでには至らないため、しばらく同じような状況が続く。
		スーパー(総務担当)	・今後の天候予見にもよるが、頻度性の高い商品がまだ動きがない中、客の可処分所得、実質賃金が上がっていないという報道もあり、前年同様の商品の販売では売上回復は見込めない。
		スーパー(営業担当)	・現在の円安、株高の状況が堅持できれば景気もこのまま堅調に推移するが、世界情勢で円安、株高が崩れるようなことがあれば、相当景気に影響を及ぼしてくる。
		スーパー(仕入担当)	・圏央道の開通で当県へのアクセスが良くなり、物流網が構築されると競合他社がどんどん入ってくることが懸念材料である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（仕入担当）	・競合各社のチラシ売価が消費税5%時の価格に近付きつつある。競合店は今後も増えるため、価格訴求は今まで以上に強くなる傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・アベノミクスで大企業が良くなっているようだが、末端まではまだ浸透していない。これからも浸透しないと思う。
		コンビニ（経営者）	・近隣に業務スーパーが開店したことやドラッグストアの改装で来客数が減少し、単価が落ちている。
		コンビニ（経営者）	・来客数をはじめ、全体的に少し落ちてきているように感じる。
		コンビニ（経営者）	・例年、これから先は来客数が少しずつ減っていき、12月に少し良くなるという感じである。客の動き、販売量の推移等でそれほどぶれることはないが、ずっとマイナスで動いており、そのマイナス幅が変わらない。固定客はきちんと来店し、いつものような買い方をしてくれている。
		コンビニ（経営者）	・最低賃金の見直しの時期になり、経営の不安はあるが、大きく下がる要素も見当たらないためである。
		コンビニ（経営者）	・近隣は高齢者が多いため、消費税増税で差支えており、買物も減っている。
		コンビニ（商品開発担当）	・競争店の出店も多く、来客数が大きく減少しており、客数回復につながるような話題も見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税10%の増税見通しや、実質所得が上らないと消費に回ってこないことから、今と変わらないか、更に落ちる可能性もある。
		衣料品専門店（経営者）	・当店で9月に重要な催しがあり、その動向によって今後どうなるかが予測できる。変わらないと回答したが様子見である。
		乗用車販売店（経営者）	・市場が冷え込んでいるようである。消費税増税の反動減は確実に起きている。
		乗用車販売店（営業担当）	・話はあるが最後の成約には至らないケースがある。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月は相当落ち込んでおり、これは一時的なものではなく、今まで受注した分が次々と納車されて市場にトラックが回ってきたようである。政府の予算や本当の東日本大震災の復興需要の実施が行われないことには、トラック関連の景気はなかなか良くならない。今後2～3か月については政府から明白な設備の政策が発表されていないため、変わらない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税後、受注量は前年比マイナス20%強で回復していない。来場者は前年並みだがサービスでの来場が多く、新車に関しては経済性の高いハイブリッド車は支持されているものの、総量が伸びていない。今後も不透明だが保有があり、法人需要も良いので個人消費に更に期待したい。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後の動向次第ではあるが、上向きになるのはかなり難しいと感じている。
		住関連専門店（営業担当）	・基調はあまり変わらないが、昨年度下半期は消費税増税を見越した駆け込み需要が起こっているため、前年度との比較では厳しい数字になる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・年末に向けて販促を前年よりも強化していくためである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税前は賃金上昇の流れもあり、消費が活気付いていたが、浮付いた気分も収まってきて、消費税増税の影響も重なり、消費者の財布のひもが段々固くなってきている。
		高級レストラン（副支配人）	・宴会予約は芳しくなく、前年を維持する程度である。
		高級レストラン（支配人）	・2～3か月後ではまだ客単価等が上がるとは思えない。
		一般レストラン（経営者）	・ホテル群を挟んで繁華街と反対に位置する当店にも、観光客増加の影響が少し出てきたが、全体的には依然として不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・全体では前年を上回っているが、7店舗中の2店舗が全面改装したため、他の5店舗は前年を割っている。まだ厳しい状況である。
		一般レストラン（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の問題も解決しておらず、災害が起こったり、オリンピック開催があったりと先の予想がつかない。基本的にはそう変わるものではない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年10月に更なる消費税増税があるかによるが、増税前の消費動向がどうなるか不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約も思うように伸びておらず、月によっては前年を大幅に下回っている。ガソリンをはじめ価格高騰の影響が出ているのか、ランチは前年並みに推移しているが、単価の上がるディナーの販売が低調である。景気が良くなる要素が少なく、変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・天候不順等も加わり客の出足が鈍ってきたこと、今のところあまり予約等がないため、あまり変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・9月の販売予測はあまり良くないが、10～11月の販売見込みが前年比で120%を超えているためである。
		タクシー運転手	・景気が良くなっているとはあまり感じられない。暑い夏が終わり、涼しい秋になると健康のために歩く人が増え、短距離の客も減る。
		タクシー運転手	・良くなる兆しを感じない。
		タクシー運転手	・消費税増税の尾をまだ引いており、皆、財布のひもが固い。景気回復まではしばらくかかるのではないだろうか。
		通信会社（経営者）	・下期修正予算にて8月から当初予算比116%程度の獲得が必要となり、かなり厳しい状況となる。
		通信会社（総務担当）	・大雨による災害の影響等による消費の冷え込みも考えられるが、相対的には変化がない。
		通信会社（営業担当）	・契約数からみても堅調に推移しており、引き続き同じような傾向は続く。
		通信会社（営業担当）	・生活必需品や光熱費、ガソリン等の値上げ傾向で、悪くなる要素はあっても良くなる材料は乏しい。
		通信会社（経営企画担当）	・将来の商談状況から、変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・景気回復策を講じることにより、国の借金が増えていく。この流れでは無理があるように思う。
		ゴルフ場（支配人）	・現在の経済環境の改善が、それほど進んでいくとは考えにくいためである。
		パチンコ店（経営者）	・客数は増えているものの、低玉貸しといってお金をあまり使わない台で客が遊技するため、売上はさほど変わらない。
		美容室（経営者）	・特に客の動きに変化はないため、変わらない。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	・全体的な景気の回復が遅れていることと、株価の低迷等もあり、自動車の販売量に対するプラス要素がない。例年並みにいけば良いと考えている。
		その他サービス [保険代理店]（経営者）	・ここ半年における顧客の動向は、ほとんど変わらない。景気が良くも悪くも変化がなく、これからも大幅な増収は見込めない。
		その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・7月ごろに景気が上向いて来るような感じがしたが、夏休みなどでお金を使ってしまったのか、入庫台数が増えない。
		設計事務所（経営者）	・公的物件における指名はあまり良いものがない。数はあるが規模が小さく、10人の社員を抱える当社としては大変厳しい。そのため、民間に力を入れており、今月になって受注に結び付く物件が4、5件増えてきた。顧客の様子等をみながら更に営業を頑張りたい。全体においては変わらないが、多少なりとも民間で良い方向がみえている。
		設計事務所（所長）	・今のままで作業が続くため、しばらくの間は安定している。
		設計事務所（所長）	・建築の場合は具体化してから1～2年は変わるものが多く、動きが出たからといってすぐに景気が良くなるものではない。
		設計事務所（職員）	・この先、消費税10%前の契約に向けた駆け込み的案件が増えるとは思われず、横ばいではないか。
		住宅販売会社（経営者）	・現在の悪い状況がいつ改善されるか全く見通しが立たない。政府が対策を打たない限り、当分この現状が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・景気がやや良い状況で変わらない。年度末に向けて客の動きが出てくると予想している。そろそろ消費税10%への増税前の駆け込み客が動いてくるのではないか。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅の販売価格は購買可能額の上限に近付いていると思うため、変わらない。
		その他住宅 [住宅資材]（営業）	・大型物件など先行きの明るい話が少ない。価格帯も下降傾向にあり、全体的な売上増も見込めない。

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税、社会保険料の負担増で給与の伸びでは支出の増大をまかないきれず、また、30年前にはなかった家計費に占める携帯電話料金や子どもへの過度な教育、衣食住の費用の増大が、家計の可処分金を確実に減少させているのではないだろうか。以前より生活に余裕がなくなった社会になってしまっている。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・祭礼など夏のイベントも一段落し、消費が落ち込む。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・年金受給者や給料が上がらない人にとっては、消費税増税で苦しくなるのが目に見えている。株などが上がって資産家は景気が良いのだろうが、全体でどうなのか分からないし、難しい。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・ここ数か月の暑さにより、冷茶の売上以外は飲料缶やペットボトルに軍配が上がっている。販促営業している自分さえ、冷たい自動販売機に頼ってしまう次第である。残暑でむし暑い日々が早く去ることを期待している。
		スーパー（店長）	・現状では客単価は上昇しているものの、来客数減は依然として変わらない。更なる消費税増税等を見込み、客は欲しい物は買うが、特売などの安い時、ポイント還元時に集中する傾向があり、なかなか通常の商売では難しい。
		コンビニ（経営者）	・全くと言っていいほど従業員の応募がなく、今まで経験したことのないような人手不足である。各店共にクレームをつける客が増え、競合店の出店ラッシュもあって一部店舗の閉鎖を考えているところである。
		コンビニ（経営者）	・天候に左右される日々が続いているため、不安定である。
		衣料品専門店（経営者）	・隣県の縫製工場が6月で廃業、繊維問屋の規模の縮小等がここ数か月よく起きてる。仕入価格のインフレ、小売価格のデフレという状況に陥っている。
		衣料品専門店（経営者）	・残暑等の天候により秋物商戦が読みにくい。メーカーも秋物商材は品ぞろえが悪く、仕入も難しい。
		衣料品専門店（店長）	・気温や天候などの影響を差し引いて売上推移をみると、あきらかに実用品以外の購入数量が減ってきている。価格での訴求力が落ちてきている。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなる要素は世の中には1つもない。給料が上がらないのに物価は上がり、主婦の財布のひもはきつくなるばかりである。このような状況で、どうして景気が良くなるのかが分からない。
		家電量販店（店員）	・小売業界において生き残りをかけているものの、実際は景気が平衡または上向きかというところではなく、前年と比較し厳しい状況になっている。家電量販店も市場の景気に左右されるため、2～3か月先はやや悪くなると見越している。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は駆け込み需要の反動減がまだ続いているようで、2～3か月は景気が悪い。
		住関連専門店（統括）	・消費税8%を段々身近に感じてきた雰囲気なので、買い控えがまだ続くのではないかと。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・持ち上がる要素が見当たらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新店やリニューアル等で十分な魅力が備わるとレスポンスを発揮するものの長続きはせず、更なる消費税増税等でのマインド低下を考慮すると、現状維持が精一杯である。所得は上がれど支出も上がっているため、体感ベースでは金銭的なゆとりは生まれていない。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明な中、より低価格のサービスへの切替えが進んでいくため、会社全体の収益は悪化する傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・家計の支出が多くなっているため、収入を増やすことが必要である。収入が増えなければ、客は将来の生活に不安を感じて貯蓄するか買い控えをする。現状から収入が増えるとは思えないため、今後の景気はやや悪くなる。
		通信会社（局長）	・法律の改定により、競合他社の卸サービスが普及しだすと当社、当業界にとってはマイナス面が大きくなるため、先行きに不安要素がある。
		通信会社（管理担当）	・早くも次の消費税増税に対する警戒心が一部顧客から出てきている。現時点で予想はできないが、影響はある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事開催や来場の予約状況は堅調に推移しているが、更なる消費税増税が決定した際の消費マインドへの影響は気になるところである。	
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数もこの夏期講習では減少している。他の塾も体験の回数を増やすなど、実質的な値下げ競争のような状態なので、今後も厳しい。	
		設計事務所（所長）	・仕事量ももっと出てこないと思われ、景気が良くならない。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注量20%減により売上に影響が出てくる。住宅展示場等の集客が落ちているため、受注の回復に期待が持てない。	
		住宅販売会社（従業員）	・施工量の減少に加え、相変わらず続いている資材価格高騰、人手不足を吸収できるとは考えられず、粗利は間違いなく減少していく。	
		悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・残暑が続いている。消費税増税による買い控えでお茶とりの売上は前年同月を下回っている。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため安売りの傾向にある。客はたくさんの店の中から、その日一番得をする店に行く。店側では各種サービスにより利益が圧迫されている上、更に最低賃金の上昇、光熱費の値上がり、社会保険等の負担増により賃金の増加幅よりも控除される金額が多く、結局手取りは少なくなってしまう。競合店も含め、利益を上げ給料を増やすことはしばらくは無理である。	
スーパー（総務担当）	・更なる競合店の出店予定が連続で2社あり、今以上に来店客の減少が想定されるため、業績は悪化する。			
一般レストラン（経営者）	・日本全体の景気が良くなっているという実感が全くない。高所得者は分らないが、一般庶民は外食自体を控えているのではないだろうか。			
一般レストラン（経営者）	・来月の宴会数が今月よりもかなり減っている。			
美容室（経営者）	・高齢化のせいか、街全体が静かになっているような気がする。			
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が薄れてくる。	
		化学工業（従業員）	・国内向けは下げ止まり傾向ではあるものの、中国、タイ向けの受注は上昇傾向にあるため、先行きは良くなる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここどころ見積が増えてきていることと、何個か試作品を作ったが、それが量産になってくる兆しがあるため、いくらか良くなっていくのではないかと期待している。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・省エネ商品を中心にかんがりの見積を出しているため、それらが今後、受注に結びつく可能性が高い。	
		建設業（経営者）	・次の消費税増税までは忙しい。	
		建設業（従業員）	・9月以降の受注量が徐々に増えてきているからである。	
		建設業（営業担当）	・東京オリンピック開催まで資材、施工費が上昇すると予想される中、少しずつ受注量が増えてきている。人材不足と予算超過の渦中でどのように顧客との合意ができるかがポイントであるため、今後、徐々に景気が良くなっていく。	
		輸送業（経営者）	・組合から、10月までに燃料が10円50銭値下がりするという連絡が入ってきた。我々の命をつなぐ答えが出てきたと感じている。	
		通信業（広報担当）	・消費税増税の影響が薄れるためである。	
		不動産業（総務担当）	・オフィス市場は良くなると思うが、マンション市場は高額物件は売れるものの、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が伸びないという二極化現象が続いている。ただし、モデルルームの来場者がやや増加傾向にあるので、期待している。	
		広告代理店（従業員）	・取引先で新型車の予定があり、そのPR等で予算を掛けそうである。	
		広告代理店（従業員）	・新規の受注が発生したためである。	
		税理士	・アメリカで日本車、東南アジアでは日本製品が売れているなど、日本の現地法人は業績が良いものの、中国はバブルがいつはじけるかなど不安定なところがある。日本の大企業は海外で利益を得ているため良いが、中小企業まではあまり来ていない。アベノミクスで政治主導になり、引っ張っていくのではないと思う。	

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
		経営コンサルタント	・土木工事を行う会社社長は、「仕事は順調に増えており、この状況は今後も続くのではないかと。ただし、人材の確保が悩みで、これまでと同様のことをやっているには限界があるため、試験的に活用してきた外国人の技能実習生の受入れを本格的に考えようとしている。政府の制度改革にも期待している。」と話している。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・受注残がまだあるため、やや良くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・8月以降、高速インターネット環境整備に関わる受注数が伸びてきており、今後も一定期間はこの傾向が継続する。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・まだ消費者の買い控えが続きそうである。
		食料品製造業（営業統括）	・天候に左右されることが多く、先行きが不透明である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・先月末には少し明るい話が聞かれたが、8月に入ると夏休み状態になり、9月の仕事の話すら客とできていない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材高騰の影響が徐々に出てきて、当面は厳しい状況が継続するので、特段良い変化はない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人需要がやや前向きになってきている。需要には直接結び付かないが、問い合わせの電話やメールが結構来ている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスの効果は全く出ていない。国内の中小企業の設備投資意欲はまだ進んでおらず、銀行が中小企業にお金を貸さないという話を聞いている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・ここにきて新型の量産が始まったが、まだ利益を生むまでの力強さはなく、今後の見通しは楽観できない。
		金属製品製造業（経営者）	・景気対策の効果は短期的なもので終わってしまうように感じている。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量が順調であり、しばらく続きそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・当社は下請企業のため、客先次第で仕事が決まる。客先の新規開拓をして仕事量の確保に努めているが、競争が激しく、利益が出ない。これからは研究開発関係の仕事に力を入れて、営業活動をしていく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・まだ全体的な回復がみられていないためである。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・大きな変化や特別な事情がないため、大きくは変わらない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響による消費の鈍化は、当業界では少し遅れて顕在化する傾向にある。
		建設業（経営者）	・中小企業に対する景気対策がなかなか実施されていない。
		建設業（経理担当）	・商談は次々と出てくるが、相変わらず予算が少なく、喜んで受注できるような案件がない。
		輸送業（経営者）	・景気対策についての新しい施策が講じられ、良い方向に向かっていけば景気は上向いていくが、現状のレベルでは難しく、変わらない。
		輸送業（総務担当）	・10月以降に新規業務など売上が大きく増加する見込みがないため、上向く要素が見当たらない。
		金融業（統括）	・好材料があまり見当たらない。
		金融業（従業員）	・仕入価格の上昇を販売価格に転嫁しきれていない中小企業が多くみられる。特に、建設業における材料価格の上昇傾向が著しく、人手不足も深刻であり、業況回復の足かせとなる恐れがある。
		金融業（支店長）	・各取引先の今後の受注傾向について聞いたところ、それほど受注の見込みも増えるわけではないということと、小売業等は消費税増税の影響が和らいではいるが、それほど戻っていないということから考えると、まだ時間がかかる。
		金融業（役員）	・大規模災害等の暗い話題が多く、少し給与が増えたとしてもぜいたくをしようという気にならないようである。消費は相変わらず低調である。
		金融業（支店長）	・投資家は相場の先行きを見極めたいという意向が強く、当面慎重に対応することが予想される。
		不動産業（経営者）	・新築物件でも苦勞しており、現在も新しく建てる客から相談を受けているが、なかなか良い提案ができない。同じような状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・年末商戦に向けて、既に広告などのプランニングはおおむね仕込み終わっているため、会社的にも仕事のにも変わらない。
		税理士	・しばらくは安定した推移を予測している。良い材料もないが悪い材料も見当たらない。
		経営コンサルタント	・好転する材料がみえない。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注量の回復傾向がみられるが、秋口より原材料や燃料等の値上げがあり、利益圧縮方向に変わりはない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規契約の予定もあるが、解約が決まっている物件もあるため、2～3か月後も変わらない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・特に業界全体での大きな案件の話もないし、例年同様である。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社のような小規模業種では、先行きの下降線は当然のことのように思われる。これまでの淘汰では済まされない状況が予想され、生き残りより新規事業への緩やかなシフトへの方向性を考えざるを得ない。
		輸送業（経営者）	・取扱量の増加要因が見当たらない一方、燃料価格の高止まり、人手不足が深刻さを増しており、経営への悪影響は避けられない。
		輸送業（総務担当）	・荷主の輸出が計画どおりに推移している。国内出荷が増えてこないと採算が取れないが、燃料価格の高値状態が続いているため、経営的には非常に苦しい状況である。燃料価格は下がる気配がなく、先行きの不安材料である。
		広告代理店（経営者）	・どのクライアントも年間計画どおりに推移しているものの、クライアント自身の実績の改善がみられず、下半期の受注計画が上方修正される可能性は全くないためである。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像による広告は減少傾向にあり、原料が高騰しても値上げは考えられないため、やや悪くなる。
	悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・原油や材料、人件費の高騰で企業の収益性を圧迫し始めている。
		建設業（経営者）	・良くなる要素がないことと、更なる消費税増税のためである。
雇用関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月後半から10月にかけての予定、計画が相当来ているため、それが全部入れば相当の盛り上がりがある。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・受注数は順調に推移しており、登録者数が増えていけば成約が増える見込みが高い。
		人材派遣会社（営業担当）	・労働人口は流動化の流れになり、人の動きはますます盛んになる。求人数は上昇していき、採用数も若干ではあるが右肩上がりに推移するのではないかと思う。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用手法の多様化が進み、インターンシップや内定を辞退せず入社する学生の割合を高めるために、新規に予算をかける企業が増えるのではないか。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業にしても一商店にしても、消費税増税後の慎重な取り組み姿勢から、この秋からは攻めに転換しようとしている機運を感じる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数はフルタイム、パートタイム共に増加しており、例年の傾向から10月にかけて求人数は増加を続けることが推察される。一方で、新規求職者の減少幅は小さくなったものの、引き続き減少していく。
		職業安定所（職員）	・建設工事増加に伴う交通誘導警備員、タクシー利用客増加に伴う乗務員募集などの大量求人が目立つようになったためである。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は今後も続き、大量解雇等の求職者の減少が止まるような目立った要因は現在のところ見受けられない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・引き続き、求人に対する採用が厳しい状況が続きそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣から業務委託への切替えを考えている企業が出てきている。採用数に増減はなく、急ぎの話ではないので、差し当たり影響はない。
人材派遣会社（支店長）		・引き続き求人数は前年と比べて高い水準で推移している。	
求人情報誌製作会社（営業担当）		・求人数がここ1～2か月減っており、この状況が9月も変わらないのではないかと思う。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・世の中の景気は一般的に良くなっているようだが、身の回りではそれほど実感はない。
		職業安定所（職員）	・製造関係の企業では売上は増加しているものの、原料価格の高騰で収益は減少してきているとのことであり、景気が上向くとは思えない。
		職業安定所（職員）	・求人数が増えても相変わらず非正規求人も多く、賃金の増加が見込まれないためである。
		職業安定所（職員）	・一部に人手不足感が強いが、特に、中小企業の事業主から今後景気が良くなる実感がないと言われるためである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求職者は中期的な観点で求人探しをしており、年齢層も幅が広がっている。企業は海外でも仕事のできる人材を探しているが、適材は少ない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・特徴だった新たな動きはみられない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人環境が継続的に順調なため、採用の応募数に苦戦する企業が多くあり、この流れは当面続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の求人意欲に衰えは感じられない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・来年度、倫理憲章の見直しに伴い、採用数確保が難しくなることを予想して、採用数の若干の増員を計画している企業もあるがそれほどの数ではなく、従来の計画どおりでの募集企業が多い。
		やや悪くなる	
人材派遣会社（社員）	・アベノミクスの実効性の有無がそろそろ判明してくるからである。		
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東海)	良くなる	百貨店（売場主任）	・店頭には、秋・冬物の新作商品が登場し、靴売場は景気とは関係なく売上も上がってきている。客への案内ハガキを出しているが、新しいブランドも増えて客も靴を多くの種類の中から選ぶことができるので、来客数が増えるの見込んでいる。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税後の反動減から、まだ前年並みには回復していないため、しばらくは緩やかに回復していくと考えている。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・消費者は、生鮮食料品を中心に価値のある商品やおいしいものを求めており、そういった商品は今後も継続して売れていくように感じる。
		スーパー（支店長）	・次の消費税率引上げを見越して、先行きは少し購買動向が上向きになるのではないかと期待している。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・周辺の同業他社の状況を見ても、消費税増税に伴う買い控えは収まってきたように思える。そのため、今後は若干の景気回復が見込めるのではないかと考える。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車種の相次ぐ投入が見込まれており、需要の喚起を期待する。
		乗用車販売店（従業員）	・客の様子や問い合わせ件数など全体的な動きが良い。欲しいものや必要なものには金を支払うという状況である。
		乗用車販売店（従業員）	・9月からは増販期に入り、商談件数の増加を期待している。新型車種の発表もあり、市場の盛り上がり期待している。しかし、ハイブリッド車でも従来のような活発な商談は見られず、客の財布のひもは非常に固い。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が3車種発表される予定なので、販売台数も自然と増えてくるものと考えている。
		住関連専門店（営業担当）	・民間設備投資の増加に伴って大型リニューアルやリフォーム工事が増加し、冷え込んでいる新築住宅についてもこれからは増加傾向となる。
		高級レストラン（役員）	・秋は毎年、台風や大雨等の影響で予約客の来場に影響が出る可能性はあるが、予約数は堅調に推移している。
		スナック（経営者）	・季節柄、毎年お盆を過ぎた時期から多少予約も入り、先行きは良くなるという期待を持っている。
都市型ホテル（経理担当）	・レストランの利用客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
		旅行代理店（従業員）	・天候不順や災害等の予期せぬ事態が起こらない限り、甲子園の観客数にも表れているように、手近な手段でプチ旅行を楽しむ旅行者が増えると考えられる。秋になり天候が安定する季節に入ると、プチ旅行を楽しむ人が更に増えると思う。
		通信会社（営業担当）	・設備投資が、一時的に増加する。
		ゴルフ場（企画担当）	・各ゴルフ場とも、2か月先の入場者の予約数は好調である。前年同日以上の予約が入っているため、前月や今年よりも良くなると思う。特に遠隔地のゴルフ場で好調なため、見通しが明るい。
		美容室（経営者）	・今月はパーマ、カットの来店がもっとであると期待したが雨で少なかったため、これから3～4か月先の正月に向けては、秋の気候も良い時期を挟んで客足も回復すると思う。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・秋の入学シーズンの新規需要に期待している。
		設計事務所（経営者）	・小さな案件が主流のままではあるが、少しずつ規模の大きな案件も出始めている。
	変わらない	商店街（代表者）	・販売量が若干多くなっている店も見られるが、販売単価には依然として変化はない。
		商店街（代表者）	・会社関係や事業所関係等、領収書を求める客が少ないことが、売上の減少につながっている。業務上の進物需要が相変わらず伸びない状況が続く。
		商店街（代表者）	・良い商品は高くても納得すれば購入するという流れが続くように感じる。
		商店街（代表者）	・消費税増税に伴う生活防衛意識が高まり、特に高額品の購入にはちゅうちょがみられる。
		商店街（代表者）	・今月は1か月を通じて受注があり好不調の波は少なくなっている。再び悪化の方向に進む可能性もあるが、このままのペースを持続できれば、2～3か月後もそれほど落ち込みはなさそうである。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・次の消費税率引上げへの道標がどう続くのか、見極めたい。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・景気が良くなる材料がほとんど見当たらない。地方の中小小売業ではこのまま厳しい時代が続く。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・季節的要因もあるのか、この2～3か月は底である。客も支出に関してメリハリをつける傾向があり、家電商品にはあまり金をかけようとはしない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・客足が前年に比べて減少する傾向は、今後も続く見込みである。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・今後、天候が安定し季節感が出てくれば、多少良くなるかもしれないが、当地の地場産業の不振もあり期待薄である。薬局としては、今後は処方箋調剤や冬に向けて風邪薬等の需要増加を期待する。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・財布のひもは固く、3か月先を見通しても変わらない。客の中でも業況が良い人はよくて悪い人は伸びない。2つの客層が混在する状況は3か経っても続く。全体的な底上げにはまだ至っていない状態である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・天候不順の影響で切り花が高騰している。売上を伸ばすのは非常に難しい状況が続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税後、金の使い方が慎重になり、その傾向が今後も続く。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・秋に向けて季節的な要因での上昇はあるが、景気の良くなる要因がない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどの間では販売量は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・天候異常で何を着用すればいいか判断しづらいため、衣類の動きは良くない。秋・冬になっても引き続き同じような動きになる。
		百貨店（経理担当）	・足元のトレンドから見れば、景気はやや良くなるとの見方を持つが、消費税率の再引上げに関する議論の萌芽がみられる中、慎重な消費行動に起因する押し下げ圧力によって、景気は現状維持にとどまると考える。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税の影響がようやく薄まってきている感はあるが、まだ先行きは不透明である。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税に伴う負担の増大と現実の所得の上昇幅とのギャップを実感する中で、夏休みやお盆等のイベントも終了し消費税率10%への引上げの判断時期が近づくことから、客の消費態度は一段と慎重にならざるを得ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・冬のボーナスはやや減少傾向とのニュースもあり、なかなか景気回復の実感がわからない。特段のイベントがなければ購買のきっかけにはならず、苦戦が予想される。
		スーパー（経営者）	・地政学的な問題が発生している。
		スーパー（経営者）	・ここ2～3か月の状況には大きな特徴はみられないので、現状のままで続くと思われる。
		スーパー（経営者）	・この先、物価は上がるが、生活者の所得が上がらず景気は横ばいが続く。消費税増税の影響は、当初は3か月ほどで解消すると思っていたが、その倍近くの期間を要してようやく落ち着いてきた状態である。物価は上がるが、生活者の所得は上がらないため、3か月先でも景気はなかなか良くならない。
		スーパー（店長）	・天候不順等で農産物の価格が高騰している。今後も各種商品等の値上げが計画されているので、先行きは不透明である。現状から考えると、好転はしないものの極端に落ちることもないという感じである。
		スーパー（店長）	・食品スーパーでは、今後予定される消費税率引上げにも、大きく左右されることはないと思う。
		スーパー（店長）	・肉や野菜の価格高騰はしばらく続くと思える。また、不漁によるサンマの価格高騰も予想される。そのため、売上は確保できても来客数は減少し、厳しい状況がしばらく続くと思える。
		スーパー（店員）	・客の動きがずっと変わっていない。安いものだけ購入する客が多く、普段の客の流れは良くならない。
		スーパー（商品開発担当）	・消費税増税後、商品単価は上がっているが来客数、買上点数が減少しており、売上はなかなか回復しておらず、この先も活発な消費が戻っているような実感が無い。
		スーパー（販売担当）	・日々の変化が大きく先行きが全く分からず、予想もつかない。
		スーパー（営業企画）	・来客数の伸びがないので現状以上の数値は期待できない。年内は同様の傾向が続くと思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・購買意欲はあるものの、無駄なものは購入しない傾向は今後も継続すると思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲は少しずつ上向き傾向であるが、競争店の出店による影響が常に心配される。
		コンビニ（エリア担当）	・鶏肉加工品の騒動も収まって売上也回復傾向にあり、加えてキャンペーン等の施策や新商品の好調さで、何とか現状を維持することが可能と思われる。
		コンビニ（店長）	・来客数が減り続けていることと、客の購買意欲が回復していない状況で、このまま変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	・デザート商品においては、消費税増税後の買い控えから脱却の兆しが見られない。この流れは当面続くと思える。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・介護医療用品には、それほど強い需要の伸びが期待できない。
		家電量販店（店員）	・新製品が各種登場する時期であるが、どのような製品かは現時点で不明のため何とも言えない。消費税増税後の反動減も収束したように感じるので、前年並みではないかと予想する。
		乗用車販売店（経営者）	・マイカーの買換えに積極的な様子はなく、同じ車を長く乗り続ける傾向がうかがえる。
		乗用車販売店（従業員）	・この先、夏の異常気象の影響も受けて、あまり景気が良い状況とはならない。
		乗用車販売店（従業員）	・客の動きや販売状況からは財布のひもは固く、既存ユーザーに新車購入を促してもなかなか見積提示の段階にまでたどり着かない。新型車種の発売や改良の予定もなく、先行きの増販を見込める要素がない。
		乗用車販売店（従業員）	・現状維持がもうしばらくは続く感がある。ただし、軽自動車税の増税が取り沙汰されるようになると、販売量は増えてくと思う。現状でも来店客の7割近くが軽自動車を検討しているので、今後の動きに期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・今の販売動向を見ていると、先々も変化があるとは考えにくい。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税後から2～3か月は影響が緩和していくと感じたが、7月以降は販売現場に失速感がある。
		乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税後の反動減は薄れつつあるが、地方では、まだまだ景気は回復基調にあるとは言えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・経済的に良いニュースをあまり耳にしない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比1.4%のプラスで、来客数は5.7%プラスと、消費税率引上げの影響から脱しつつある。
		一般レストラン（経営者）	・来客数等が良くなる要因が見当たらない。
		スナック（経営者）	・今より多少は良くなるであろうが、消費税増税で値上がりする商品が多い中で個人消費は下がり続けているので、なかなか景気は良くならない。繁華街に人が戻ってくるにはまだ時間がかかり、売上の増加は見込めない。
		観光型ホテル（販売担当）	・遠方からの団体宿泊客の受注は順調に推移しているが、一般宴会の取り込みが弱く、現時点では、現在よりも景気が良くなるとは思えない。
		都市型ホテル（従業員）	・地元開催のイベントの効果で引き続き予約がある。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊、宴会需要ともに、先の予約数の積み上がりが悪い。
		旅行代理店（経営者）	・天候が回復し、世界情勢も安定してくれば、観光業も活発になるのではないかと思う。
		旅行代理店（経営者）	・今後の景気の動向によって消費税増税が検討されるので、先行きの消費は伸びない。
		旅行代理店（経営者）	・客は余裕のある層と予算ぎりぎりの層に分かれており、後者の客層ではインターネット上の安い商品によって価格破壊が起きている。
		旅行代理店（経営者）	・客の財布のひもは固い。
		旅行代理店（従業員）	・気象庁の中期予報のように例年並みの天候であれば、客の動きは悪くないが、前年のように台風が多数上陸すると数字は大きく変わってくる。
		タクシー運転手	・客は、高いタクシーを使うよりも他の移動手段を選ぶ。
		タクシー運転手	・夜の繁華街の飲食街には人出が少なく、客の増える兆しがない。景気が良くなった等とマスコミ等では言っているが、街なかには人出が少なく静かである。
		タクシー運転手	・2～3か月後もこのままで推移するので、あまり景気には変化はないと思う。
		通信会社（企画担当）	・自然災害を始め様々な分野で暗い話題が多く、直接的な要因ではないかもしれないが、心理的な面からも景気が回復する兆しを感じられない。
		通信会社（サービス担当）	・携帯電話会社の通話料金一定等の新サービスにより固定電話の解約は増えており、今後も解約が増加する。
		通信会社（営業担当）	・年末も近づき、これからの状況には大きな変化はないと思う。
		美顔美容室（経営者）	・キャンペーン商品を購入する客はいつも決まっているので、例年と比べあまり変化はない。
		美容室（経営者）	・ニュース全般を通じてあまり明るい話題もなく、客の消費傾向としては、ますます無駄遣いをしなくなる方向にある。
		美容室（経営者）	・都市部では景気が良くなっているが、地方ではまだまだ良くならない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉用具レンタル市場は低価格指向に遷移しているため、新商品を出しても従来品の価格水準が維持できず、厳しい状況に陥っている。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護事業に関する制度は、予算面からも変化しているが、人材の力量によるためか、民間事業会社の収益状況は改善していない。
		設計事務所（職員）	・先行き、消費税率引上げが優勢とみられるが、増税に合わせて何らかの対策が求められる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・賃貸物件の賃料も売買物件の価格も、低額な物件に反響が集中しているため、景気が上昇傾向にあるとは思えない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・4～8月の動向を見る限り、行楽シーズンの11月までの団体旅行での土産品の購入単価は、確実に下がると予測する。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・輸入原材料の値上がり相変わらず続いている。消費税増税等に伴う物価の上昇や天候不順による生鮮品等の値上がりに実質収入の増加が追いついていない現状から見ると、景気回復には相当時間がかかる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画担当）	・4月以降、月によって前年実績を上下するという不安定な状況が続いており、はっきりとした景気の回復を確信できる要素は見当たらない。消費税増税前の駆け込み需要の反動があるため、トータルで前年実績を超えることは難しくなると思われる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響が消えず、景気が回復する要因も見当たらない。
		百貨店（販売担当）	・夏休みが終われば来客数は下がる。また、お盆の時期の様子から、高額商品はなかなか売れる見込みが立たない。
		スーパー（販売促進担当）	・今秋には、近郊に競合の食品ショッピングモールの出店計画があり、食品部門を中心として厳しい状況となると思われる。
		コンビニ（企画担当）	・新聞紙面から伝わる雰囲気は悪くはないが、実態的には良くならないのではないかと思いつめている。景気回復には、構造改革として根本的な仕組みを変える必要があるのではないか。一例として、為替相場が円安となって関連する一部の産業では利益が出ている。東京オリンピックや震災復興も、一過性のものに終わると考えた方が自然であると思う。
		コンビニ（店長）	・雨続きでイベント中止の影響が出そうである。また、スーパー等での飲料品の格安販売の影響がある。
		コンビニ（店長）	・目的買いの人が多く、余分なものは買わないという節約志向が依然として続く。
		衣料品専門店（経営者）	・客の高齢化に伴い、購買意欲も低下している。これから気候が良くなって外出する機会が多くなることを願っている。
		家電量販店（店員）	・現在の傾向は、まだまだ続くように思える。季節的要因として、あまり暑くない晩夏から秋を経て、あまり寒くない冬を迎えるように思う。気候の影響は、家電消費の冷え込みと直結する。
		家電量販店（店員）	・海外要因としては、輸出の伸びが影響する。国内の要因を考えると、消費税率が引上げとなった一方で所得が横ばいという状態で、実収入が減っていることを実感する人が増えており、節約ムードが今後もずっと続く。
		乗用車販売店（経営者）	・これから年末にかけて出費も増えるため、財布のひもは一段と固くなりそうである。必要最低限の出費だけに抑える傾向にある。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏休み等での特別な動きが終わり普通の生活に戻るため、それほど商品は動かない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税の影響が解消されていない中で、次の消費税率引上げがどうなるかにかかっている。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・アベノミクスという言葉が先行していて、大手企業等では恩恵を受けているかもしれないが、まだまだ裾野まで浸透するには、相当な時間がかかる。恩恵の有無で格差が広がる可能性を危惧している。
		観光型ホテル（経営者）	・地域経済を意識した景気浮揚策、成長戦略が見当たらない。何らかの政策もなく時間だけが経過しても良くなることはないので、自然な流れとしてやや悪くなると判断せざるを得ない。
		都市型ホテル（経営者）	・新たな消費税増税に対する懸念や心配が、景気回復の重石になっている。
		テーマパーク（職員）	・日本中で自然災害が多く、秋になっても旅行シーズンが来たようには感じられない気がする。
		テーマパーク（職員）	・高速料金の改定や天候不順などで、先行きも良くなると期待できる材料がない。
		観光名所（案内係）	・5～8月にかけて徐々に悪くなっているが、この傾向がそのまま年内は続く。
		理美容室（経営者）	・客との話の中では景気が上向いているような話も聞くが、給料が良くならなければ景気は良くならない。
		住宅販売会社（経営者）	・低価格の物件しか売れず、客も減少している。
		住宅販売会社（従業員）	・受注残が減少しているため関連事業者も不安になっている。客は消費税率が3%上がった分の負担増加を思った以上に大きいと感じるようで、住宅を購入するよりも修繕や改築で我慢する傾向がより強くなると思う。
	悪くなる	スーパー（店員）	・大雨による影響でレタス等の葉物野菜の価格が通常の約2倍になっており、この状況がしばらく続くと見ている。さすがにこの価格では購入意欲は低下すると思われる。

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	
		コンビニ（エリア担当）	・先行きは乗客数が伸びない。コンビニは他の小売店と比べれば割高な点があるので、そういう部分がこれまで以上に敬遠されている。単価の高い商品の売上は厳しく、これからもそういった状況が更に続く。	
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で低成長下における低単価志向が浸透している。	
		理容室（経営者）	・個人消費が大幅減となり、余分な金は使わないようである。	
企業 動向 関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・主力製品の受注が急回復したことに加えて、新規大口受注も決定し、3か月くらいは多忙となりそうである。	
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・秋の需要期に向けて農産物、果実関連製品の受注量、販売量が増加する。	
		化学工業（総務秘書）	・仕事が増え賃金も上昇傾向にあるため、強気の商売、大型取引の増加という好景気への動きが進むと思われる。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・安全保障の面や中国の景気等に不安はあるものの、それ以外は安定しているため、この先数か月は緩やかな成長が続くと思われる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・パチンコ業界では、年末に向けて設備投資の期待が高まっている。新設店、改装店向けの需要が期待できる。	
		輸送業（エリア担当）	・今後も荷物量は増え、配送単価も回復しつつある。輸送業界としてはこの流れを守っていきたい。	
		金融業（従業員）	・2～3か月で大きく動くような話はなかなか耳にしないが、製造業等では多少なりとも良くなる見込みがある。	
		金融業（法人営業担当）	・個人消費では消費税率引上げ後の反動減が緩和し、国内自動車販売の持ち直しが期待される。	
		金融業（企画担当）	・個人の資産運用は海外資産への投資が多く、円安による資産増大効果が大きい。法人決算も予想は控えめながら、増益基調にある。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・年内の仕事は確保したという事業所や受注量が以前より増えてきている事業所等、売上が伸びているところが多い。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・当面、生産能力を超えて大変忙しい状態が続く。次の新製品開発にも取りかかっているため、一層の繁忙が考えられる。金融面における公的な支援が、更に必要と感じる。	
		変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	・次の消費税率引上げに関する議論も激しくなる中で、消費者の生活防衛意識は更に強くなるような気がする。
			化学工業（人事担当）	・少しは良くなるのではという期待感はあるが、その理由となる事象が見当たらない。
			鉄鋼業（経営者）	・年間の仕事量全体は平準化して、さほど大きな伸びは見込めないと感じる。前年比では1～3月の受注は良かったがそれ以降はほぼ前年並みで推移している。今後もこの流れで推移しそうである。
金属製品製造業（従業員）	・材料値上げや現場の人員不足から計画の見直し・延期が生じ、かえって仕事量の急な減少につながるかという懸念はある。			
一般機械器具製造業（営業担当）	・3月頃のような高いレベルではないが、受注量はほぼ前年並みであり、為替相場の水準も悪くはない。			
一般機械器具製造業（経理担当）	・販売量、受注量の維持が見込まれる。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が好転する要素が見当たらない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・消費税増税等に伴い国内景気は完全に停滞あるいは減退している。企業の中でも輸出関連企業は、国内減少分を輸出と為替差益でカバーできるが、国内だけの経済環境を考えると悪化している。			
電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量は増加し、売上も伸びているが、まだ順当に利益を確保できるまでには至らない。			
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・景気が良くなるという話でも悪くなるという話も聞かないので変わらない。			
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・やや良いという状況が今後も続く。足元の為替相場からも輸出は安定しているであろうし、米国の景気も底堅いと聞いているので、輸出向け引き続き良い。			
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・上半期を通じての売上高は、年初予算とほぼ変わらないという予測である。			
建設業（営業担当）	・抜本的な改革や積極的な予算措置がないので、まだすぐには変わらない。			
輸送業（経営者）	・多少荷動きが良くなったとしても、人手不足と燃料費高騰によるコストアップで苦しい状況が続くものと思われる。			

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	
	やや悪くなる	輸送業（従業員）	・海外の政情不安で輸出に陰りが出たり、原油価格の高止まり傾向が続くなど懸念材料が多い。	
		輸送業（エリア担当）	・特に景気変動する要因が見当たらない。	
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主等からは、明るい話が聞こえてこない。	
		輸送業（エリア担当）	・生活者の身近にあるタクシー業界で回復の動きがないということは、財布のひもが固いということである。儉約指向が続き、すっかり染みついてしまっているのではないかと。多少景気が上向いても財布を開かない状況が続いているので、景気には伸びがない。	
		通信会社（法人営業担当）	・先行きには、消費税率を更に上げるかどうかの決断が控えている。引上げる際には十分な対策をしないと、景気は落ち込むだろう。	
		不動産業（経営者）	・個人の買い控えの動きが気になる。また、消費税率引上げの動向を注視している。	
		不動産業（用地仕入）	・2～3か月の間には販売価格が上昇・下降するような材料が見当たらない。	
		不動産業（管理担当）	・受注量が伸びない一方で人員募集のコストがかかり人件費は高騰している。将来的には景気が良くなるかもしれないが、すぐには変わらない。	
		広告代理店（制作担当）	・新規受注がやや増えそうだが、紙等の原料代が値上がり傾向にあるので、数字的にはほとんど変わらないと思う。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・朝刊の購読中止の流れは止まったが、消費税率の引上げが実行されると、夕刊やスポーツ紙は壊滅状態になる。	
		公認会計士	・先行きの消費税率引上げによる消費の減少が予想される。電力料金値上げに際しての電力会社の経営改善が見られない。また、経営改善支援補助金等の中小企業向けの施策が表面的・形式的であるため、それを担う会計事務所やコンサルタントは表面的、予算消費的なサービスしかできない。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・人手不足により作業要員が確保できないと仕事そのものが受注できず、先行きは微妙な状況になってきている。	
		悪くなる	印刷業（営業担当）	・取引先や協力会社が廃業になるなど良い話を聞かず、中小企業にとってはかなり悪い状況となっている。
			金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数も減少しており、頭打ちの状況が続くと考える。
			建設業（経営者）	・景気対策が現実的な課題とのバランスを欠く部分があり、特に不動産・建設業が受けている。何らかの実効的な対策が急務である。
	行政書士 会計事務所（職員）		・燃料費が高くなる一方で、運賃が上がらない。 ・消費税の負担増加に加えて石油製品や輸入商品の価格上昇により、生活は苦しくなる。	
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費税増税の影響で徐々に景気が減速している感じがする。	
雇用関連 (東海)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・下期の引き合いが増えている。	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・来月からは良くなるが、派遣先の予約状況は例年並みで特別良いというわけではない。	
		人材派遣会社（支店長）	・新規採用者数は変わらないものの、退職者数が3か月前と比べて80%と減少していることから、今後は売上・利益ともに回復に向かうものと考えられる。	
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・消費税増税後の反動による新車販売の落ち込みは限定的なものと考え、今後は緩やかではあるが右肩上がりだと推測する。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・集中豪雨等の自然災害が頻発しており、復興に伴う建設系の求人はより活発化するであろう。人材募集は困難を極め、その解決策として正規雇用での採用を増やす企業の増加が見込まれる。	
		職業安定所（所長）	・円安傾向が緩やかに続くと思われるため、輸出型企業が多い地域にとって良い傾向である。当管内の雇用情勢も同じような傾向になると思われる。	
		職業安定所（職員）	・海外景気が引き続き好調で、オートバイの需要が持ち直しつつあることが好影響となる。また、為替相場も安定した状態を維持している。	
		職業安定所（職員）	・一般求人も新卒者を対象にした求人も前年同月比で増加している。ただし、一般求人は、給与の高い製造業や情報産業から、内需関連の介護、サービス業等の低い給与の業種にシフトしているため、今後、影響が出てくるかもしれない。	

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	
		職業安定所（職員）	・求職申込が減少傾向で安定している。新規求人の申込数には増減があるが、建設業等で初めての企業からの求人が増えている感じがあり、全体として増加傾向にあると思われる。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・企業全体では慎重な動きが想定されるが、補助金等を活用した中小企業が人材獲得に成果を出し始めることを期待する。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・文系学部の学生に対して、前年には見られなかったIT関連や技術系企業からの求人が増えてきている。	
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・採用に関して積極的な企業が増えてきているように思う。	
	変わらない		人材派遣会社（社員）	・引き続き人材不足の状態が続いており、急には改善しない。
			人材派遣会社（営業担当）	・当地では企業の採用意欲が止まった感がある。派遣人材に関して増員要請は少なく、契約更新時の入替えのみで推移している。
			人材派遣会社（営業担当）	・国内での自然災害や世界情勢を見ても紛争等が多く、良い材料があまり見当たらない。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気回復の期待感はあるものの、大きく動きそうな要因が見当たらない。
			職業安定所（職員）	・消費税増税の影響はほとんど残っていないが、消費者の購買意欲は若干落ちてきている。また、原油価格が高止まりし、企業収益がなかなか上がらない。しかし、管内の製造業などは忙しい状況がまだ続くとのことで、全体の景気としては、現状維持になると思われる。
			職業安定所（職員）	・求人数は前月比では減少しているが、前年同月比では増加している。
	やや悪くなる		民間職業紹介機関（営業担当）	・中途採用ニーズは旺盛であるが、企業の採用要件の高さはそれほど変わっていないと考えられるため、人材需給のアンバランスさが引き続き課題として残る。
			人材派遣会社（社員）	・今後も、退職した派遣スタッフの業務については、派遣スタッフの発注ではなく自社社員で担うケースが増える。
	悪くなる		—	—

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	良くなる	通信会社（営業担当）	・新商品発売もあり、販売は好調に推移する。
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・北陸新幹線開業に向け、主だったホテルや飲食店は改装などに注力しており、その効果も出始めている。あるホテルでは、来客数こそ減少したものの客単価が大きく上がったので利益は前年を上回ったとのことである。
		百貨店（営業担当）	・今までのように全体的に悪いというところから、生活密着商品や食品といった物の動きが、かなり良くなってきている。ぜいたく品と言われている一般的な高額品についても、下げ幅が2割程度から1割程度に戻っていることから、この先については、全体的に前年を少し超えられるような消費傾向があるとみている。
		百貨店（営業担当）	・秋を意識した商材の動きは、8月半ばあたりから始まったため、既にそういった商材の動きが良いことから、客の購買意欲がこのまま続けば、状況は良くなる。
		スーパー（店長）	・今は価格が安い商品と、おいしいものを食べたいという客のニーズが、非常に混在している。その中で、当店では今後も少しでも良いものを提供していくことで、客のニーズに合っていくのではないかとと思う。
		乗用車販売店（経営者）	・各社新型車を発表してきたので、市場は今よりは動く。
		スナック（経営者）	・国内や国際的にもマイナス要因が起きると、現状が変わったりもするが、忙しいところに期待して現状よりも良くなると思う。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の受注量は前々年、前年を上回っているが、個人客がまだまだ戻ってきていないので、個人客が戻ってくることを期待している。
		通信会社（役員）	・消費税増税が家計に与えた緊縮マインドもようやく薄れつつあり、通信サービスの新規獲得件数も今後、順調に増加していくと期待している。

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
		住宅販売会社（経営者）	・消費税率10%への増税を前にして客が動いている。
		住宅販売会社（従業員）	・土地や建物の問い合わせが増えつつあるため、成約に向けて期待したい。
	変わらない	商店街（代表者）	・涼しくなる時期次第で動きが変わるが、大きな変化は期待できない。
		商店街（代表者）	・秋冬ものが先行して売れ始めているのは明るい話題だが、昨今はメーカーのリスク回避で在庫も少なく、リピート生産をするまでの景気の勢いもないため、売れ筋商品は品薄状態である。売上増とまではいかないだろう。
		商店街（代表者）	・消費者には経済の先行きに不安感があり、少しでも将来に備えようという意識があるようだ。そのため、生活に必要なものは購入するが、不要なものは買い控える傾向にある。ただし、最近は食品関係の問題があったことから、消費者は少し高くても安全、安心なものを購入するようになってきている。全体の景気状況、販売状況は、あまり変わらない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・気象状況が悪い中、それなりに売上はとれている。今後も気象状況によって突発的な要素はあると思うが、購買意欲は衰えないと思われることから、それほど景気は左右されないのではないかと考えている。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・売上見込件数が横ばい傾向である。時期的に売上は良くなるかもしれないが、継続が見込めない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・今より悪くもならないし、良くもならない。
		百貨店（売場主任）	・平年並みの気温で推移した最終夏物商戦も一段落し、秋物商材へとシフトしていくが、ライフスタイルの大きな変化に乏しい。景気回復への期待感はあるが、原材料の高騰など、市場価格が上昇傾向にあり、単価が上昇する一方で、販売点数のダウンが想定される。
		スーパー（店長）	・いくぶんかは、客の買上単価が上がりつつある。しかし、今年の天候状況が悪く、農産物を中心に高値傾向が続いていることから、客の日々の買物がより慎重になっている。状況はさほどの変化はないと考える。
		スーパー（総務担当）	・必要なものしか購入しない節約志向は今後も続く。
		スーパー（総務担当）	・来年の新幹線開通に期待でき、大きな不安要素がないことから現行の流れが続くと思われる。
		スーパー（統括）	・3か月後の状況は大きく変わらない。好転する要因もマイナスの要因も、今は見あたらない。その中で、売上高を大きく左右するのは、やはり天候によって青果物価格がどうなるかということである。全体としては、肉や魚などの生鮮品については、現在好調に流れていることからそのまま維持しつつ、一部青果物の動きによって変わってくるとみている。
		スーパー（店舗管理）	・景気回復の要素が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・中国産の鶏肉偽装問題も、当社についてはすべて国産でまかなうということが決まり、その方向でも良くなってくるとみられる。今月は天候不順の影響があったものが、少しは解消されてくるのではないかとと思われる。そう考えれば、悪くなることはないのではと考えている。
		コンビニ（店舗管理）	・燃料費や食材等の原材料価格の値上がりが利益を圧迫する。しかし、本年度の米の価格は数年前の安価な水準に戻ることで予測され、こまごまとした原材料価格の値上げをすべて打ち消してくれると期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては今後も好転の兆しはなく、苦しい状態がしばらく続きそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・現状は円安、ガソリン高、天候不順、収入が増えないなど悪い状況であり、なかなか景気が回復しない状況が続くと思われる。医療費用や保険負担を始めとする価格上昇を止め、収入を増やす方策を考えないと現状を打開できないと思っている人が多いようである。当地としては、新幹線開業の波及効果に期待している。
		家電量販店（店長）	・売上が伸びるような変化はみられない。12月も苦戦しそうだ。
	家電量販店（店長）	・消費税増税の影響がまだ続いている。故障してからの買い替えが多く、現在利用している物に不満があっても我慢して使い続ける客が多い。特に携帯電話などのデジタル商材の実績が低迷している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・新規の乗客が減っており、良くなる要因があまりない。
		乗用車販売店（役員）	・前年は消費税増税に伴う駆け込み需要があったため、比較すると大変厳しい数字になるが、各社新型車投入等の予定もあり、これまでよりは好感度が得られる市場になるとみている。
		自動車備品販売店（従業員）	・スタッドレスタイヤの市場需要は前年比で増加すると予測されているが、例年と比べて動きが遅く、前年の暖冬も含め、買い控えも予想される。
		住関連専門店（店員）	・消費税増税後の買い控えは緩和に向かっていると考えるが、反面、家計に占める固定費が増加傾向にあることを考慮すると、趣味や娯楽等に使える変動費の割合も低下し、耐久消費財への反動は継続することが予測される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかく、今後状況が良くなる兆しはみえない。世間では良いところもあるかもしれないが、私たちに影響が回ってくるには、まだまだかかるのではないかと思う。状況が良くなると言える日がきてほしいと思っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・引き続きガソリン代、電気代などの生活コストが高いままであり、消費、景気的好循環を期待するがまだまだ実感がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ガソリン価格の上昇もあり、販売量が好転する要素が見当たらない。
		一般レストラン（店長）	・一本調子の方向性はみえず、一進一退である。
		観光型旅館（経営者）	・秋の観光シーズンに向けて大型団体の受注に成功している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン部門の売上の動きが弱い。天候不順により、野菜を中心に仕入価格も高騰しており、消費者心理にも影響すると考えている。来年の更なる消費税増税決定が、年末にかけて消費行動への悪影響をもたらすことも心配している。
		旅行代理店（従業員） タクシー運転手	・しばらくは客の様子見が続く。 ・特別な変化もなく、利用客数も増える要因がないことから、大きな変動がなく変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・夏のボーナス商戦に期待したが、大きな変化がみられなかった。ここ数か月、販売量は横ばいの状況が続いており、今後景気動向に変化がみられるとは考えにくい。
		通信会社（役員）	・2～3か月先に特段状況が変化するようなイベントや要素が現時点ではない。
		その他レジャー施設（職員）	・今年度に入ってから売上が伸びておらず、客が秋に向けての販促に反応するかどうか読めない。
		美容室（経営者）	・地方では給料がアップしたという話はあまり聞いたことがなく、景気は現状のまま推移すると考える。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数の伸び悩みを勘案した場合、今後の対応策いかにあるが、来年の消費税率10%への引上げを見据えた時の受注額がどちらへ振れるのか、見極めが難しい。仮に良い方に振れても今の受注額を確保するのが精一杯であるとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・次回の消費税増税に伴う駆け込み需要は想定ほどではないと感じており、今後も期待できそうな雰囲気がない。消費者の価格に対する厳しさはますます強くなっており価格と品質を選ぶ目にどれだけ企業が合わせられるかがより問われそうだ。
		住宅販売会社（従業員）	・契約を締結できても、値引き等で厳しい内容となることが予想される。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・消費税増税後、店全体が思うように前年売上を達成できず、全体的に悪い状況のなか、今後ももう少し買い控えが発生すると思われる。
		コンビニ（店長）	・8月が不景気の下げ止まりと感じたのは、8月全体の売上の中で盆明けの客足が極端に下がる時期に、前年より下がらなかったのが最大の原因である。ただ、盆前の客足や、常連客の給料日が集中する月末の客足を見ていると3か月前とそんなに変わった印象がなく、景気が良くなるようには感じられない。
		衣料品専門店（総括）	・物価全体が上がっているなかで、客が衣料に使える金額が減少している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・市長の突然の辞職により10月5日に市長選が行われることになったが、選挙があると会合や接待が減るので売上が厳しくなることが予測される。
		一般レストラン（統括）	・物価の値上がりに今春の消費税増税が重なり、少しずつ割高感を感じるようになってきた。現在も買物に対し必要なものと不要なものを選択する消費者の目が更に厳しくなってきたと感じる。よって売手側は原価上昇を販売価格に転嫁できない状況である。
		観光型旅館（スタッフ）	・3か月先までの予約仕入の伸びが弱い。その結果予約保有は8～9月が前年同月比90%で推移している。10月以降は今のところ前年比101～110%で推移する見込みである。
		都市型ホテル（役員）	・コンベンション関係が北陸新幹線開業後に移行しているため、状況はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・当地の大きな祭りが今年は平日開催であることから、人出が少なくなるとの見込みである。
		通信会社（職員）	・規制緩和による異業種から競合参加が見込まれる。
		テーマパーク（職員）	・先行の予約状況を見ると、やはり秋の団体シーズンについてもバス料金の値上げの影響か、前年同月と比べ予約が1割近く減少している状況である。また、5月まで好調だった海外からのインバウンドの予約や問い合わせについても、ここに来て少しブレーキがかかっている状況にあり、むこう3か月については団体を中心に、やや悪くなる傾向にある。
	悪くなる	コンビニ（経営者）	・2年ほど前に競合店が出店したが、8月末日にも競合店がオープンとなり、3大チェーンのそりい踏みになることから、ますます厳しい状況になる。
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・国内景気の回復及び輸出が多少増えそうなこともあり、アベノミクス効果が地方の中小企業にも到達することを期待している。
	変わらない	一般機械器具製造業（総務担当）	・国内市場は補助金が採択されたユーザーなどからの引き合いもあり、今後も期待できる。
		金融業（融資担当）	・足元がボトムとの考えがベースにあるが、10%へのさらなる消費税増税の決断をする時期に向けた、相応の経済対策も期待されることから、状況はやや良くなるとみている。
		繊維工業（経営者）	・来春の受注状況は前向きな動きがみられる。
		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既に終わっており、この業況は今から半年以上続くとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り方から、状況は変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・為替も安定しており、海外からの需要は、現状どおりおむね順調に推移していくとみている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・引き続き、特に一般店や中小店からの販売は厳しい状況が続いているようで、景気が上向きになる要因や確信がまだ見つかからない状況である。
		建設業（経営者）	・手持ちの官庁工事、民間工事とも、年末工期の工事の完成に向け忙しくなるであろうが、資機材不足、材料運搬車両不足、交通誘導員不足、専門工事業者の確保難などの要因から、工程遅れによる採算の悪化が懸念される。
		建設業（総務担当）	・当面は業界全体の施工能力に余力が少ないことから、受注価格競争は緩和状態が続く、現状維持で推移する。
		輸送業（配車担当）	・今後急激に景気が上向きになるとは思えない。
		通信業（営業担当）	・当社は通信機器の保守をターゲットに販売取組をしているが、万が一の時の保険といっても余裕がないのが実態である。プラスアルファの商品が好転するのはまだ先のことのように思える。
		金融業（融資担当）	・景気が拡大する方向性だとは思いますが、個人消費がやや足踏みしている報道や統計も一部みられる。
		不動産業（経営者）	・法人、個人を問わず期待感があつたが、客からの問い合わせが少ないという話が多い。
		司法書士	・新しい事業の動きがあっても社会福祉関係、医療系、既存の設備の拡大といった限られた分野でしかない。
やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・今後は販売量の減少に加え、輸入原料の上昇やエネルギーコストの上昇など、収益力を圧迫してくる要因が増えており、一層厳しい状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		税理士（所長）	・客の動きをみていると、デフレ的な心情からくる取引価格の決定が多くみられる。値下げや円高、円安による材料費の値上がりで、どうしても人の価値、付加価値に対してなかなか価格がつけられず、給料が上げられない。負のサイクルが中小企業の現場でもみられるので心配である。
	悪くなる	新聞販売店〔広告〕 （従業員）	・業種問わず、チラシの出稿量が落ちている。特に住宅、不動産関連のチラシの出稿落ちがいつまで続くのか、見通しが見えない状況である。
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社 （編集者）	・新幹線開通に伴う駅前周辺の求人が増えそうである。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年比で3か月ぶりに増加したため、今後についてもやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・求職者側の派遣システムへの関心が依然として薄れている。登録者件数が減少している。
		人材派遣会社（社員）	・この先も求人数の大幅増加に対し求職者数は減少しており、有効求人倍率の上昇傾向は続きそうである。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・企業の求人意欲の高さは感じられるが、求人広告の増加にはつながらない。今後もこの状況が続く。
		職業安定所（職員）	・材料費、燃料費高騰の影響により利益が少ないとの事業所の声が依然としてある。
		職業安定所（職員）	・サービス業からの求人が多いが、全体的に求人の動きは落ち着きつつあるため、今後も状況は変わらないとみている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・人材派遣や人材紹介を希望する応募者が減り、人材採用に苦慮している。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	乗用車販売店（販売担当）	・来年10月には更なる消費税率の引上げがある可能性がある。気が早いかもしれないが、し好品である輸入車の購入を検討している客は、再増税まで視野に入れている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これからの3か月は、いろいろなイベントを用意して集客を図る方針であり、来客が増加すれば商機はある。
		百貨店（売場主任）	・秋物の動きも良く、後は客の購買意欲が高まってくる。
		百貨店（売場主任）	・来月で耐震工事が終わり、食料品売場以外は改装されるので、新しい客が増えると期待している。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響が一段落し、高額品の動きも活発化する気配がある。ただし、海外の特選ブランドを中心に、円安基調の継続による値上げが懸念される。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税の影響が少しずつ薄れていき、秋物の動きが活発化してくる。
		百貨店（企画担当）	・今後は免税品目の拡大もあり、外国人客の売上は更に増加する。現在は前年割れしている現金顧客についても、気温が低下する10月ごろには、増税の影響が薄まってくる。
		百貨店（営業企画）	・婦人服や化粧品、時計などの商材の動きが良くなってきている。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税による悪化からの回復傾向も含めて、ファッション関連が良くなると予測している。富裕層、ニューファミリー層の来店頻度は多く、店頭売上は順調に推移している。特に、富裕層による高額品の購入は2か月前から回復傾向にある。ブライダル関連も、増税前の駆け込み需要は半年前の成約が中心であったため、今後は通常の動きに戻る。少し問題が残るのは、住宅関係の動きであり、それによって関連商品の需要が左右される。
		百貨店（商品担当）	・月を追うごとに、消費税増税後の落ち込みが小さくなっていく。
	スーパー（店長）	・今夏は台風や悪天候の日が多かったにもかかわらず、来客数、単価共に改善しており、これからの景気上昇が期待される。不動産や自動車、家電など、消費税増税からの回復に時間がかかるものは、長いスパンで判断しなければならない。	
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響も落ち着き、年末に向けての需要の拡大が期待される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画）	・秋冬商戦へと移行し、客の消費意欲が拡大する。また、ボーナスが出る12月には、早くも次の消費税増税をにらんだ消費の動きが出てくる。
		スーパー（社員）	・競争条件の厳しくなっている店舗が多いが、客の消費意欲は全体として堅調である。要望にきちんと応えていくことで、消費を取り込むことができる。
		コンビニ（経営者）	・相変わらず、プレミアム商品など的高額商品の売上が好調に推移しており、今後も客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（店員）	・近くにあるコンビニが閉店予定で、今後は客が当店に流れてくる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋冬物スーツなどのオーダーが順調に入り、2～3着のまとめ買いも多くなっている。
		家電量販店（経営者）	・今後、駆け込み需要の反動減は落ち着いてくる。さらに、賃金のベースアップやボーナス増により、年末商戦も盛り上がる。
		乗用車販売店（経営者）	・今月はお盆などで、人にもお金にも動きがみられた。水害もあったため、今後の予測は難しいが、良くなることを期待している。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税の影響は落ち着いており、自分の趣味に関するような商品は良くなっている。ただし、日用品に関しては、以前に比べて節約が定着している。
		高級レストラン（スタッフ）	・9月以降は人事異動も多く、団体予約が増える。
		高級レストラン（支配人）	・台風、大雨などの天候不順にもかかわらず、中旬から下旬にかけて販売量、来客数、単価のすべてが伸びている。
		一般レストラン（経営者）	・新たな取組を試行中であり、キャンペーンによる販促も行う予定であるため、客単価は低下するとしても、来客数の増加が期待できる。
		一般レストラン（経理担当）	・客単価が徐々に上昇し、来客数も増えているなど、客の雰囲気はかなり良くなっている。堅実な値段で、しっかりとした物を売っていけば、客に認めてもらえる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・観光客の増加が見込まれるほか、景気の回復による消費の増加にも期待できる。
		観光型旅館（経営者）	・予定どおりレジャーに出かけられなかったことで、別の消費につながっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊収入が、料飲収入の減少をカバーする状況が続く。宿泊は、ビジネス客の動きが出ているところに、今後は観光客が加わる。宿泊は利益率が高いため、たとえ総売上が減ったとしても収益は高止まりする。
		タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約が比較的順調に推移しており、この傾向は今後も続く。
		テーマパーク（職員）	・夏休みが終われば客層も変わってくる。今夏の天候不順が秋の行楽シーズンの紅葉にも影響するが、例年以上の集客に期待している。
		遊園地（経営者）	・先行き不透明な状況であれば、対策を講じてあまり客の反応はないが、最近では営業施策に対する客の反応が、明確にみえるようになってきている。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・マスコミ報道では、先行きの見通しは総じて悲観的であるが、消費者レベルの感覚とずれていると感じる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンド客の動きが堅調であるため、天候が安定すれば業績自体は改善する。
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。		
変わらない		商店街（代表者）	・週末の客足の引きが早い。月後半の売上も伸びず、この傾向が長らく続いている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税率が10%に上がれば厳しくなるという客が多い。近い将来にその動きが出てくることから、明るい見通しは持てない。給料やボーナスが良かったという声も聞かれず、年配客の関心は自分の健康が中心であるため、景気の底上げは進まない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・消費税率引上げの影響が落ち着き、しばらくは今の状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・9月は連休があるため、少し持ち直すのは10月に入ってからとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・今後の景気回復には期待していない。商品の販売ルートが小売店からインターネットに移行しつつあるなか、町の小売店である当店が、これまでどおりの商売を続けていくことは極めて難しい。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・今の景気の状態からみると、ほとんど変化はない。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・本当に良くなるのはまだ先の話である。
		一般小売店〔酒〕(社員)	・懸念されていた消費税増税の影響はなくなってきているが、これ以上の改善はあまり望めない。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税の影響は現状よりも緩和されるかもしれないが、収入が増えない限り景気は良くならない。また、取引先も新規出店や商品の新企画に消極的な姿勢がみられ、経費削減による収入確保という姿勢が顕著になってきている。このような状況では景気が大きく改善されるとは考えにくい。
		百貨店(売場主任)	・最近の自然災害など、国内消費に関するマイナス要素が多過ぎる。東日本大震災の復興も含む諸問題の早期解決が必要であり、消費税の増税どころではない。まずは国内経済の立て直しのための景気対策が求められる。
		百貨店(売場主任)	・高額品が売れる一方で、来客数は微減となるなど、低単価品で販売量を稼ぐ商売は苦戦が続いている。トータルでは売上が横ばいで推移するトレンドが続く。客は百貨店も使えば、100円ショップやインターネット通販も使う。目的ごとに使い分けており、今後もその傾向は強まっていく。
		百貨店(営業担当)	・食品の売行きには活気がなく、大きな改善が見込めない。
		百貨店(営業担当)	・消費税率が上がる3月までに購入が増えた高級ブランド品も、そろそろ次の新しい商品を買おうという客の動きが感じられる。今後は他店との競合が更に激しさを増す。
		百貨店(服飾品担当)	・都心の特化型店舗の一部では、消費意欲のおう盛な客が来店しているものの、全体的には節約志向が強まっており、顧客の意識が前年どおりには戻らない。また、特化型店舗でも決して楽観できず、現状は購入がみられる顧客は商品関係の仕掛けではなく、気分を盛り上げる仕掛けなどの効果であり、消費意欲を喚起するアクションがないと厳しい状況である。
		百貨店(外商担当)	・消費税増税の駆け込み需要の反動減が顕著にみられた宝飾品や海外ブランド品の売上は、緩やかに回復していたが、7～8月になって停滞しているように感じる。景気については一進一退の状態である。
		百貨店(マネージャー)	・首都圏の話を知っていると、所得の増加が顕著に感じられるが、関西では所得の増加がみられない。また、海外からの観光客にも、観光地としての人気はあるが、商業施設としての来客は少ない。
		百貨店(販促担当)	・極端に不安定な天候により、先行きが読みにくくなっている。天候不順が継続すれば、来客数に影響が出るほか、買物心理も冷やしかねない。ただし、高額品以外は消費税増税の影響がほぼない状態であるため、適度に冷え込めば状況は好転する。
		百貨店(サービス担当)	・今年は秋の気配が早く出てくると予想されるため、秋物衣料の早期展開などで売上の増加に貢献できる。また、来客数の状況に変化はなく、今後も一定規模の売上は確保できる。
		百貨店(商品担当)	・季節の変化で購買意欲が喚起され、消費は活発になると思うが、物価の上昇と収入の伸びが連動せず、先行きの消費税増税の不安もあるため、景気の好転はなかなか期待できない。
		スーパー(経営者)	・4月に消費税率が上がり、3%分の値上げが毎日の食料品の買物に響いている。
		スーパー(経営者)	・アベノミクスの腰折れ感が強く、景気回復の動きも一部の企業にとどまっている。社会全体の回復感はなく感じられず、景気が回復する兆しもみられない。
		スーパー(店長)	・消費税増税の駆け込み需要の反動が落ち着き、食品を中心に回復がみられる一方、天候不順やガソリン価格の高騰といった悪い材料も多い。今後、景気回復が確実に進むことは困難であり、楽観視できない状況にある。
		スーパー(店長)	・夏場のピーク時でも積極的な購買行動はみられず、節約意識が強い。先行きは不透明であり、財布のひもが緩みそうな気配は感じられない。

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
		スーパー（企画担当）	・ 乗客数は前年比で90%という動きが続くと予想される。
		スーパー（広報担当）	・ 客単価はある程度維持できているので、前年割れの続いている乗客数が戻れば、売上は確保できる。ただし、当面は劇的な回復が望めない。
		コンビニ（経営者）	・ 今夏はアイスコーヒーが売れているように、今後はホットコーヒーのSサイズが売れ筋になるかどうかにかかっている。
		コンビニ（店長）	・ 9月の気候にもよるが、大きな台風が来なければ、現状維持となる。コーヒーやおでんなど、販売量が増えやすい商品に期待したい。
		コンビニ（店員）	・ 横ばい状態が続いており、今後も大きな変動はない。
		コンビニ（広告担当）	・ 今後2～3か月は、天候不順やアルバイトの不足といった様々なマイナス要因により、厳しい状況が続く。更に悪くなる可能性もある。
		衣料品専門店（経営者）	・ 今後も悪い状況が続くと予想される。冬物になると単価が上がり、気候要因による影響も受けやすくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・ 景気の踊り場にきているように感じる。
		乗用車販売店（経営者）	・ 車検や新車販売の予約がそれほど増えているわけでもなく、横ばい状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・ 例年であれば9月は市場が活発になるため、今後に期待したい。
		乗用車販売店（営業企画）	・ 見通しが立たないというのが、正直なところである。
		乗用車販売店（営業担当）	・ 新車の販売台数が目標に届いておらず、苦戦している。サービス関連では今のところ目標を達成しているが、今後の落ち込みに不安を感じている。
		住関連専門店（店長）	・ 娯楽やレジャーにお金は使っても、生活必需品以外の買い控えなど、購入意欲の低さは相変わらずである。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・ これからは来年の消費税率10%への引上げに対する世の中の反応や、政府の判断によって、客の心理状態が変化する。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・ 良くなる要素が見当たらない。また、食品関係に景気の回復が及んでくるのはまだまだ先に感じる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ 消費者の購買意欲が高まるきっかけが見当たらない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・ 主要顧客である高齢層の間では、物価の上昇で消費の抑制が続くことが懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・ 組合のチラシや冊子で当店が紹介されるが、乗客の見込みは分からない。
		一般レストラン（経営者）	・ 現状よりも大きく改善する要素が見当たらない。
		一般レストラン（店員）	・ 夏場に販売量が落ちることはなかったが、特に新たな材料もなく、このまま平行線をたどる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・ 夏季賞与が支給された後も、販売動向に変化はみられない。そのほかには景気回復の材料が見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・ 今後3か月の先行予約は、まずまずの好調を維持している。ただし、台風や大雨などの自然災害がないことが前提となる。
		観光型ホテル（経営者）	・ 景気回復の動きは大企業に偏っており、中小企業には何の恩恵もないように感じる。これが良くなるまでには、かなりの時間がかかり、今後の政策にも左右される。
		観光型旅館（経営者）	・ 為替レートや原油価格の動向が、景気に及ぼす影響が気になる。
		観光型旅館（団体役員）	・ 最近では、予約の有無が間近になるまで分からない。
		都市型ホテル（支配人）	・ このままの経済状況が続けば良いが、人手不足による賃金の高騰や、燃料・原料価格の高騰による原価率の上昇で企業収益が圧迫され、景気は少し停滞する。
		都市型ホテル（客室担当）	・ テーマパークの新アトラクション効果や、訪日外国人の順調な増加、秋の行楽シーズンと重なることもあり、宿泊は昨年以上の売上となる。
		都市型ホテル（マネージャー）	・ 宿泊部門は秋の行楽シーズンを迎え、更なる外国人観光客の増加が見込めるが、法人需要が主となる宴会部門と、個人消費のバロメーターである食堂部門には大きな変化が見込めない。

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
		都市型ホテル（総務担当）	・関西はテーマパークの新アトラクションなどで注目されていると感じる。宿泊客には観光客や家族客が多く、ほぼ全国一円から来ている。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行は大阪のテーマパークが健闘しているが、関西の旅行代理店にとっては売上につながらない。関東のテーマパークは来客数の大きな伸びが見込めないため、受付金額は前年を下回りそうである。海外旅行でカバーしたいが、エボラ出血熱の感染拡大などが不安材料となっている。
		旅行代理店（店長）	・旅行に関しては消費税増税の影響が落ち着いてきたと感じている。何度も行くほどの余裕はなくなっているが、1回当たりの旅行の予算は変わっていない。逆に賢くなり、うまく店頭やインターネットの安いプランを検討するなど工夫している。
		旅行代理店（広報担当）	・自然災害の影響は予想以上に大きく、長期にわたると感じる。秋の紅葉などの行楽への影響を心配する客も多く、全体的に現状からの大きな変化はない。
		タクシー運転手	・これから景気が上向く要素はなく、現状維持である。
		タクシー運転手	・京都は目立った行事もなく、良くなることはない。
		通信会社（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要の反動減の動きが続く。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設利用者の動きは安定しているが、大きな改善は見込みにくい。
		観光名所（経理担当）	・8月はほとんどの土日やお盆も天候に恵まれず、大型の台風による影響もあって大変であった。ただし、旅行の行き先を、海や山から当地に変更した人が多く、ガラス体験教室などは夏休みの子どもたちでにぎわった。その影響で、売上、来客数共に前年比で約8%の増加となっている。その一方、飲食関連の売上は前年よりも少し減少しているほか、物販の客単価もなかなか上がらない。
		観光名所（企画担当）	・来場客数は前年比で10%減が続いている。これ以上落ちないために、展示物などの入替えや、イベントによる集客増を目指す、現状維持が精一杯である。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の予約状況と客単価の予想を考慮すると、大きくは変わらない。
		競艇場（職員）	・客の様子がここ数か月は落ち着いてきているので、良くも悪くもならず現状のまま推移する。
		美容室（経営者）	・店舗移転のために1か月間休んだが、90%の客が再び来店してくれた。今後も大きな変化はない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・効果がすぐに出るような対策はなく、資本に余裕のある企業も少ない。大企業は何とでもなるが、法人税減税の財源問題などで中小零細を苦しめることがあれば、消費者のマインドも低下し、景気が良くなることはない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・レンタル単独店と、最近オープンした複合店でのレンタル売上の前年比に、明確な違いが出てきている。前年を上回ることを目指し、改装を含めた商品構成の見直しを進めている。
		住宅販売会社（経営者）	・上向く材料が見当たらないが、悪くなる気配も感じられない。一応、デフレ傾向はストップしたと判断している。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅販売の状況は落ち着いている。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税率が10%に上がる際には、前回と同様の駆け込み需要が出てくる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・金融機関の融資姿勢が慎重になりつつあるほか、不動産購入の検討者の動きも横ばいである。
	やや悪くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今まで企画力で生き残ってきたが、秋冬商戦に大きな不安を抱えている。さらに、次の消費税率上げが決まれば、厳しい状況になる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・集中豪雨により、地元の京都では大なり小なり被害が出ている。今後も復旧に向けて、地元経済にはかなりの影響が出る。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・西日本では台風や大雨の被害が大きいと、農畜産物への影響を含めて、今後は景気に何かしらの影響が出る。豚流行性下痢の影響も秋にピークとなることが予想され、それに重なるように大雨が降ったことから、良い雰囲気を感じられない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・涼しくなるまでは、花業界は厳しい状況続く。

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
		百貨店（店長）	・8月末で百貨店が閉店し、市内の百貨店が1社のみとなるなど、明らかに地方経済の衰退が感じられる。
		スーパー（店長）	・家電や自動車への消費税増税の影響はまだ続く。また、昨年冬には宝飾品や衣料の高額商品が売れたため、今年は前年比での伸びが期待できない。食品でも野菜や果物の動きに安定感がないほか、原材料の高騰による値上げも進んでおり、景気の良さは感じられない。
		スーパー（管理担当）	・原料価格の高騰による値上げが続くほか、鶏肉をはじめとする食肉問題の影響も続く。
		スーパー（開発担当）	・天気不順による野菜価格の高騰のほか、アベノミクスに伴う人件費の上昇が進む。
		乗用車販売店（経営者）	・盆明けの動きとしては順調であるが、あくまでも今までの傾向が続いているだけで、今後の好材料とはならない。
		観光型ホテル（経営者）	・婚礼件数の多いシーズンとなるが、1件当たりの規模は年々小さくなっており、昨年と件数は変わらなくても金額は減少する。団体客の食事に関しても、単価が下がる傾向にある。
		観光型旅館（経営者）	・バス料金の改定で団体客の動きが鈍い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、テーマパークや商業施設の人気で高単価、高稼働を維持しているものの、宴会やレストランの集客が伸び悩んでいる。
		通信会社（社員）	・年末にかけての景気動向には好材料が少なく、消費税増税の悪影響が続く。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・9月は人気グループのコンサートがあるので集客は期待できるが、プロ野球シーズンが終了となる10月以降は、企業イベントが中心となるため、集客は減少する。
		美容室（店長）	・この10月に近くで大型商業施設がオープンするため、人の流れが変わるのではないかと不安を感じている。
		その他サービス [マッ サージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期になると来客数が減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・建築費の上昇が続いており、秋商戦で予定されている新築マンションの販売価格は上昇が避けられない。現在の価格水準でも売行きが不振となる案件が増加していることから、今後はより一層厳しくなる。
		その他住宅 [展示場] （従業員）	・住宅展示場への来場者アンケートをみると、住宅購入のための来場が減少し、イベント目当ての客が増加している。
		その他住宅 [情報誌] （編集者）	・新築マンションの価格はますます上昇することが予想され、顧客マインドは悪くないものの、厳しい状況になることが予想される。
悪くなる		一般小売店 [貴金属製 品]（従業員）	・消費税増税の影響が今後も続く。
		衣料品専門店（経営者）	・賃金の上昇が限定的であるにもかかわらず、物価上昇が続くため、悪影響が出る。
		家電量販店（企画担当）	・格安のスマートフォンが発売されたことで低価格指向が強まり、ますますデジカメやパソコンなどの消費にも影響が出る。
		競輪場（職員）	・例年はやや悪くなる程度であるが、今月が良かったため、今年はその反動で更に悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	金属製品製造業（営業担当）	・売上増につながる新規案件が数件ある。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が始まり、徐々に売上が増加する。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・一般消費者に対する販売促進は今後も厳しい状況となるが、企業からの受注は徐々に持ち直してきている。特に、関西では厳しい状況が続いているが、住宅関連資材を販売している企業は活況を呈している。さらに、医薬品などの医療業界では、インターネットでの情報配信やタブレットで閲覧できる環境整備を進めている。
		化学工業（経営者）	・ここへきてようやく大口案件の問い合わせも増えており、少しは良くなってくる。
		金属製品製造業（経営者）	・全体的に受注が増加してきている。
		金属製品製造業（管理担当）	・名古屋駅前の物件が動き始めたため、出荷量は例年の3割増ぐらいの水準になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・前月時点での見通しは良かったが、今月は夏枯れの言葉どおり、売上は大きく減少した。それでも引き合いは活発であるため、今の停滞は一時的なものであり、2～3か月先はやや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新エネルギー関連のインフラ投資に期待したい。電気自動車や窒素供給ステーション関連でも前向きな動きがある。太陽光発電はもちろん、新エネルギーに関して積極的な姿勢をみせている企業は多い。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年末商戦に向けて、各社の4Kテレビのラインナップが出そろうため、テレビ市場が活発になる。
		建設業（経営者）	・毎年のことであるが、9月に入ってしばらくすると動きが出てくる。特に、太陽光発電関連は固定価格買取制度の関係で、今期中に設置、発電を始めたい企業が増えるため、受注が増加してくる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・年末に向けて更なる円安が進みそうであるほか、消費税率の引上げによる悪影響は既に一掃されている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・先月ぐらいから、自動車や戸建住宅、マンションの新築物件の折込広告が増えてきており、新入居を含む秋以降の部数増に期待している。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・消費税増税による反動減からは脱却したと感じている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・例年12月のイルミネーションが増える前に、若干慌ただしくなる。ただし、この動きは季節的なものであり、その後の状況については不透明である。
変わらない		食料品製造業（従業員）	・気候が穏やかになる秋に向けて、食品の需要は伸びてくる。ただし、異常気象が続き、週末ごとに雨に見舞われることになれば、売上にも影響が出る。
		食料品製造業（営業担当）	・今年は残暑が厳しくならない予想であり、気温が低下するため、売上も見込めない。
		繊維工業（団体職員）	・これから年末にかけて、当地タオルの需要期になるが、輸入品の動向が気になるところである。
		繊維工業（総務担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動減が目立っており、消費者の購入が伸び悩んでいるため、メーカーへの注文も控えられている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・忙しい期間が続いているが、配達量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からの増産や減産といった話はない。ただし、大手の取引先は安定しているが、中小企業からの受注は不安定である。
		化学工業（企画担当）	・年末に向けて食品の消費量が増える傾向となるが、原料価格の上昇分を販売価格に転嫁できない状況は変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・良くなる要素と悪くなる要素が相殺し合っているが、雰囲気は悪くない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いの件数は増えているが、実際の受注につながらない。こじばらしくは景況もそれほど良くならない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・中小企業の景気が上向きになるまでには時間がかかりそうである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・戸建住宅やマンションなどを取り巻く環境は、厳しさが続くと思われている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増えていないので、見通しは暗い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・毎年、お盆は仕事があったが、今年は入っていない。同業者も同じような動きとなっている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内は好調である一方、海外では価格競争の激化傾向がみられ、受注が鈍化する可能性が出てきている。また、価格競争への対策も必要となってきた。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大企業を中心に業績の回復がみられるものの、その恩恵が中小企業にまでは回ってきていない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の開発があまり進んでいないため、変化が期待できない。
		建設業（経営者）	・近隣では水害関連の工事が見込まれるが、一過性の動きであり、逆に人手不足によるコストの上昇が懸念される。
		輸送業（営業所長）	・新しい案件が乏しく、先行きがみえない。
		輸送業（商品管理担当）	・消費税増税の影響が出ている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・海外の政情不安や原油高の影響で落ち込んでいた海運業界が、国内企業の好調の後押しにより、今月、来月は業績が改善する。
		通信業（管理担当）	・変化する要素が全く見当たらない。
		金融業（営業担当）	・なかなか低迷状態から脱却できない。
		不動産業（営業担当）	・神戸で事業所が減少してきており、この状況が今後も続く。
		広告代理店（営業担当）	・広告業界では、しばらく大きな動きはみられない。
		司法書士	・8月はお盆休みがあったものの、例年以上に不動産登記の事件数が少なく、これから増加する要素も見当たらない。
		経営コンサルタント	・景気が良くなると予想している取引先は少ない。現在もアベノミクスの変調や天候不順、原子力発電所の停止など、様々な不安定要素を警戒しながら事業を展開しており、この傾向が今後も続く。
		コピーサービス業（店長）	・年末に向けて受注量が増える話もあるなど、比較的好調な状態が続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・景気が大幅に良くなる要素はない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・天候不順による食品価格の高騰など、今後は消費マインドを冷やす材料が多いため、当面は状況の改善が望めない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今のところは受注や見積、設備等の引き合いは出ていないため、大きな状況は変わらない。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の展望がなかなか見通せない。	
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・消費税の増税後は、販売量が前年比で20～30%減少している。これが好転していくような楽観的な予測は難しい。
		化学工業（経営者）	・為替が円安方向に動き、原材料の輸入価格は上昇していくが、販売価格は据え置き状態が続く。
		化学工業（管理担当）	・円安などの影響で原材料高となり、物価が上昇する。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・販売量と受注量が5～7月にかけて減少している。新聞やテレビのニュースをみると、悪いのは我々だけかもしれないが、今後は消費税率10%への引上げなどで更に悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・秋は婚礼シーズンであるが、婚礼だんすやドレスなど売れていない。
	広告代理店（営業担当）	・広告の受注については、先の話も減ってきている。	
	経営コンサルタント	・取引先の業界や関連会社には、明るい兆しはみられない。政府による3本の矢を待つような傾向となっている。	
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (近畿)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・8月はお盆休みがあったが、例年よりも受注数は増えている。また、年度末までの受注も増えてきており、今後も受注が増えていく見込みである。製造業に復調の兆しが出てきた企業もあるなど、景気は上向き傾向にある。
		人材派遣会社（役員）	・人手不足の状況は解消されておらず、引き続き企業の採用意欲が衰えることはない。
		人材派遣会社（支店長）	・毎年のことながら、年末に向けて良くなっていく。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設日雇い求人数は頭打ち状態であるが、1日当たりの賃金は少し上がる兆候が出ている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・雇用形態が若干変わってきたように思われ、今までの派遣で補うという発想から、中途採用で正社員や契約社員を増やす方向へ変わってきている。これは今後の景気が良くなるという経営者の判断によるものである。ただし、供給面については人材不足やミスマッチが続いているため、今後が心配される。
		アウトソーシング企業（営業担当）	・景気が高まる期待感、企業側からはまだ感じられない。慎重に判断する姿勢を崩していないため、横ばいの推移となる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の出稿は前年比で105%となっており、今後もこのまま推移していくと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告の出稿に若干の落ち込みはみられるものの、季節的な動きといえるような緩やかな変化である。この落ち込みは、新聞広告の中長期的な構造変化によるものであり、近い将来の増減はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・消費者マインドに変化はないが、インバウンド効果などによって新しい動きが出てくる。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・新聞への広告出稿量をもても、まだ改善の兆しがみられない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数は増加しているものの、伸びが緩やかになってきている。現在の状況を大きく左右するような要素は見当たらず、新規求人の増加傾向、新規求職の減少傾向はしばらく続きそうである。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率は上昇傾向にあるなど、人手不足の業種がある一方、消費税率が8%になった影響で売上が減少し、資金繰り悪化による倒産や、後継者不足で任意整理となる企業もみられる。
		職業安定所(職員)	・個人消費の落ち込みが緩和し、今後は現状維持もしくは少し上向きになる。
		民間職業紹介機関(支社長)	・既に景気は頂点近くにきている。
		学校〔大学〕(就職担当)	・将来の消費税増税が重石になっているように感じる。
やや悪くなる	人材派遣会社(営業担当)	・消費税率の10%への引上げが決まれば、消費の落ち込みが想定される。	
悪くなる	—	—	

8. 中国(地域別調査機関:公益社団法人中国地方総合研究センター)

(-: 回答が存在しない、○: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	良くなる	自動車備品販売店(経営者)	・3か月先には冬のボーナスが予想できるので、冬物商品等が動き始める。
		一般レストラン(経営者)	・現状の景気の悪さは一時的と考えられるので、景気は持ち直す。
		ゴルフ場(営業担当)	・秋に向けて来客数は伸びてくる。異常気象がなければ、基本的に景気は上向き傾向である。
		競艇場(職員)	・11月中旬のレースで売上が見込める。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・8月は天候が悪かったが、今後は行楽シーズンに入るので、観光客が増加し需要が掘り起こされる。
		百貨店(営業担当)	・今すぐ着たいものを買う求める客の動きは今後も変わらないが、客単価は前年より上昇する。
		スーパー(店長)	・8月は雨が多く、景気は3か月前とほぼ変わらなかったが、天候さえ回復すれば9~10月は景気が良くなる。
		スーパー(総務担当)	・客単価の前年比が上向いてきているので、景気の先行きは期待できる。
		コンビニ(エリア担当)	・3か月先は暑さが一段落しており、また年末商戦も始まるので景気は上向き。
		コンビニ(エリア担当)	・9月は残暑が厳しくなると予想され、中食や飲料などの売上が上昇するので、今月に比べれば景気は多少良くなる。
		家電量販店(店長)	・9月に入ると決算セールが始まり、来客数が増加して単価も上昇するので、今月よりも景気は良くなる。
		家電量販店(企画担当)	・販売量の微増が今後も継続し、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店(業務担当)	・新商品が投入されるため、売上の回復が見込まれる。
		乗用車販売店(営業担当)	・新型車導入を控えており、それに伴う需要の増加がある。
		住関連専門店(営業担当)	・新築物件の引き合いが増えてきている。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕(従業員)	・店舗がリニューアルし、客の秋物への反応も良いため、集客が期待できる。
		スナック(経営者)	・もうすぐ地元で大型ショッピングモールが開店するので、人の移動が多くなり、景気も少し良くなる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕(支配人)	・観光シーズンになれば客の動きも良くなる。ガソリン価格も下がりだしたので、行楽客の動きに拍車がかかる。
		都市型ホテル(総支配人)	・秋の観光シーズンを迎え、入域観光客が増える。

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
		都市型ホテル（企画担当）	・大型ショッピングモールの開業直前の消費需要が期待でき、コンベンション関連の開催も前年を上回る状況となっている。
		住宅販売会社（営業担当）	・そろそろ消費税10%を前に購入を検討する人が出始める。
	変わらない	商店街（理事）	・現状以上には悪くならないが、良くなる要素もない。
		商店街（代表者）	・2～3か月先に全体の消費マインドが現状から上昇する要素はない。アベノミクス効果は薄れてきており、更なるテコ入れが必要である。
		商店街（代表者）	・客は景気の先行きに不透明感を持っており、消費が活発になる様子は見当たらない。
		商店街（代表者）	・地方では消費者の収入が増加しておらず、相変わらず客は消費税増税分を負担に感じている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・建設業界のお中元需要が増えたと感じるので地域経済をけん引して欲しいが、それ以外の業界は景気が良い感じがないので、景気は現状から大きくは変わらない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税増税と円安による物価上昇で、客の動きは良くならない。
		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、しばらくは今の状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税から5か月が経過し、客の購買意欲は回復しつつある。8月のような天候不順等の特殊要因がなければ今月以上に悪くなることはない。
		百貨店（営業担当）	・景気は徐々にではあるが回復傾向で、数値には表れないが上向いていく。
		百貨店（販売促進担当）	・秋商戦が本格スタートするが、消費税増税とガソリン価格の高騰を中心とした諸物価の上昇は、消費マインドへの影響が大きい。また4月の消費税増税後、来客数は月を経るごとに減少率が拡大しており、消費の回復にはまだ時間がかかる。
		百貨店（購買担当）	・秋物商品の動きは良いが、天候で左右されるので、今後の景気を判断するのは難しい。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響はさすがに薄らいでくるが、本格的に客の購買意欲が向上するとは考えにくく、現状の厳しい状況は変わらない。
		百貨店（売場担当）	・大雨による物価の上昇と当市北部の土砂災害の影響で、まだまだ消費マインドの冷えは続く。
		百貨店（営業推進担当）	・今夏の不安定な気候の影響から衣料品が不調で、お中元も伸び悩み、当社にはかなり痛手となっている。秋に向けて当社には天候の安定が不可欠である。
		スーパー（店長）	・良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
		スーパー（店長）	・今後の天候次第で秋物の販売が左右される。
		スーパー（店長）	・政治状況やまわりの雰囲気からは景気が良くなる要素が見受けられない。
		スーパー（店長）	・景気が良くなると判断できる材料が乏しい。
		スーパー（販売担当）	・ここにきて消費税増税の影響が顕著になっている。客の低価格志向が強くなり感じられる。特に若い世代を中心にリサイクルショップやネットオークションで購入する傾向が強まっており、来客数を増やし客単価を上げることが難しくなっている。
		スーパー（管理担当）	・ディスカウント店がオープンする影響もあり、今以上に良くなるとは考えにくい。
		スーパー（営業システム担当）	・次の消費税増税の判断がどうなるかで変わる。
		スーパー（販売担当）	・客は消費税8%に慣れてきているが、同じように節約も当たり前になっており、今後も売上は伸びない。
		スーパー（財務担当）	・天候不順の影響もあるが、客の来店頻度が低下している。現在は単価の上昇により売上は前年を上回っているが、今後は悪化する可能性がある。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上が増加している。販売する種類を増やしたことが大きな要因であるが、全体の売上も良くなる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・景気のよし悪しの要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がみえてこない。特に中小企業の景気は良くならない。
		家電量販店（店長）	・客の財布のひもが固く、新製品が出ても客は目を向けない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動減がまだ続いている。今後も多少の影響が残る。
		家電量販店（販売担当）	・年末まで、このまま景気は停滞する。
		乗用車販売店（統括）	・8月までの状況からみて、今期中は厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・来客数や販売数はともに横ばいで、依然厳しい状況が今後数か月は続く。広告宣伝効果は出るが、さほど大きくないため、見通しは楽観できない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上の増加要素が見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・客は消費税増税にも慣れ、秋からは消費が戻る。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・景気は良くなる。落ち込みがひどくなければ良しとする。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・客は買物の選択が明確で、メリハリのある消費が感じられる。すべての業種で景気が上昇することは考えられない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・客の収入は増加しておらず、売上が大きく良化する要因はない。当地の土砂災害の影響で買い控えの風潮が広まる可能性もあり、今は今後の景気を判断できない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年並みであるが、予約の伸びは鈍く、来客がこの先増える見通しは立たない。
		一般レストラン（経営者）	・地方では景気回復の実感がなく、実質賃金もほとんどの会社で上がっていない。また雇用情勢は悪化する傾向にあり、企業は賃金のベースアップに慎重にならざるを得ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の来客数増加が当面は継続する。
		旅行代理店（経営者）	・韓国や中国との外交関係の影響で、旅行業界にとって最悪の状況が当面続きそうである。
		旅行代理店（営業担当）	・天候不順の影響が大きい。
		タクシー運転手	・タクシー業界の客数は天候に左右されやすい。今夏は天候不順であったが、今後の台風時期も同じような動きになるのではないと思われる。また日中の車の動きは良いが、夜の動きにあまり変化がみられず、景気は変わらない。
		タクシー運転手	・当社は現在1人勝ちの状況で景気は良いが、今後も続くかどうかはわからない。
		タクシー運転手	・客が多いのは雨が多いためであり、景気の上昇は今後も期待できない。
		通信会社（社員）	・売上増につながる新たな問い合わせ件数に変動がない。
		通信会社（企画担当）	・最近消費税増税の影響は特に感じない。
		通信会社（総務担当）	・最近の販売実績からみると、今後も販売量の増加は見込めない。
		通信会社（広報担当）	・販売量に目立った動きはなく、増減がない状況である。
		通信会社（販売企画担当）	・長雨による食料品の高騰が懸念される。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税増税が原因なのか、全国的にも地方でもテーマパークの来客数が伸びず、売上が落ちている。
		美容室（経営者）	・同業者の10人中9人は景気が良くなることはない判断している。
		美容室（経営者）	・現状のままでは来客数や売上の増加は望めない。業界以外の人から、利益を上げる良い方法を提案してもらえると、料金を上げやすくなり売上も増加し、当店の景気も良くなって消費に回すことができる。
		美容室（経営者）	・販売量は減っているが、技術サービスの売上は増加している。客は来店頻度を必要最低限に抑えていると思われる。
		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みられないことから、今後2～3か月で変化があるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・年内は小康状態が続き、大きな変化はない。
		設計事務所（経営者）	・木造住宅のリフォーム等の動きがあり、景気は少しずつ持ち直してきている。
		設計事務所（経営者）	・引き合いが増えている反面、建築物価が高止まりのままであるため、仕事が思うようなスケジュールで進まない。したがって仕事量が増えている割には利益が増えない。
		設計事務所（経営者）	・アベノミクスの化けの皮が剥がれてきている。規制緩和と東京一極集中の解消が全く進んでいない。

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
		住宅販売会社（従業員）	・ 次回の消費税増税に向けて駆け込み需要が再び始まる可能性はあるものの、時期的には年明けからと考えられる。
		住宅販売会社（販売担当）	・ イベントへの来客数は例年並みで、今後も大きな変動要素が見当たらない。すまい給付金や税制優遇措置への客の反応は薄く、有効な景気対策になっていない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ 熟年世代は消費税の負担をあまり感じていないと思っていたが、実は重税感を持っているようで、景気は後退しつつある。
		商店街（代表者）	・ 客の買い控え傾向は続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 不順な天候が今後も続くようであれば、景気に悪影響がある。
		スーパー（業務開発担当）	・ 天候不順や食肉の価格上昇が続けば、客の節約志向が一層強まり、消費が落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・ 災害による人的・物的被害は残念に思うが、異常な天候は農業生産者にも経済的に深刻な打撃を与えており、これからの景気への影響は大きい。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・ 世間には景気が良くなっているという声があるが、当業界は来客数が減少したままである。本当に景気が良くならないと来客数は増えてこない。
		乗用車販売店（店長）	・ 土砂災害の影響で客の動きは鈍くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・ 悪くなる要素はたくさん挙げられるが、良くなる要素は見出せない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・ 生活必需品が値上がりしており、大企業が少ない地方では消費税増税の影響が続く。
		一般レストラン（店長）	・ 大雨による土砂災害の影響で予約のキャンセルが出てきている。一般客への影響も出始めているので、来客数は2～3か月は落ち込む。
		一般レストラン（外食事業担当）	・ 来客数の減少が続いていることに加え、長雨の影響による野菜の高騰や肉等の食材の値上がりがあるが、売価を上げることはできないので粗利率が下がる傾向にある。またアルバイト等を募集しても人材が集まらず困っている。
		観光型ホテル（支配人）	・ 9月以降の予約状況は前年同期比で10～20%のマイナスである。主因は婚礼部門であるが、宿泊部門も伸びてこない。10月からは台湾との飛行機の直行便が中止される予定であり、プラス材料がない。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・ 先行受注も減少しているなか、先は見通しがきかない。
		都市型ホテル（企画担当）	・ 当市北部の土砂災害や天候不順による野菜等の物価上昇の影響で、特に高単価販売のレストランの来客数が落ち込む。
		タクシー運転手	・ 客の様子をみても、今後の展望が開けない。
		通信会社（営業担当）	・ 消費税増税の影響が徐々に始まっている。
		通信会社（工事担当）	・ 契約申込件数が減少している。
		テーマパーク（業務担当）	・ 当市の土砂災害や各地で起こっている大雨災害が今後数か月は影響し、イベントの中止や客が外出を控える傾向などが懸念される。
	悪くなる	○	○
企業動向関連 (中国)	良くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 鉄鋼向け的大型工事の受注や補修用の新規受注も入っており、生産量は増加する計画である。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・ 資源保護のために2か月間休漁していた沖合底引き網船が、8月15日に来年5月末までの9か月間の予定で出漁し、当漁港は活気が始まっている。今期の大漁を願うばかりである。
		木材木製品製造業（経理担当）	・ 消費税増税から時間が経過し、次の消費税増税前には再び駆け込み需要が期待できる。
		建設業（総務担当）	・ 業界全体でも受注状況が改善してきたため、競争物件において応札業者数が減少している。
		通信業（営業企画担当）	・ 情報セキュリティに関して客の関心が高まっており、今年度中はセキュリティへの投資が想定される。
		金融業（貸付担当）	・ 消費動向や企業の受注環境は改善されつつある。収益環境は原材料や燃料費の高騰などで依然として厳しいが、これから年末にかけて消費増大が見込まれるため、2～3か月先の景気は良くなる。
		金融業（自動車担当）	・ 今後も為替水準の安定から、自動車の輸出は好調が続く。低燃費車の販売好調が継続し、自動車業界は増収増益が続く。
		不動産業（総務担当）	・ 賃貸物件の需要時期であるので、来客数や成約件数は増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	広告代理店（営業担当）	・客からの情報では受注が増えるとの内容と、あまり変わらないといった話の両方がある。業種により様々な方向があるなかで、当社全体としては景気がやや良くなる方向で進行する。
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税後は売上が落ちた時期があったが、今年の夏は例年ほどには売上が落ちなかった。市場の流れがわからず、何が売れるかつかみどころがないため若干心配であるが、秋から冬にかけては前年並みの売上は確保できる。
		化学工業（経営者）	・景気は思惑どおりには好転せず低水準で推移しており、取引先もやや静観状態にある。
		化学工業（総務担当）	・一部の業界は例外として、経済全体が上向いて行くような実感は得られない。
		鉄鋼業（総務担当）	・最近の受注金額は横ばいで推移している。秋と冬の計画も今期とほぼ同水準と予想する。
		鉄鋼業（総務担当）	・秋以降も需要は期待できそうであるが、鋼材市況が今後も維持できるかどうか懸念材料である。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界からの受注が30%増加するとみている。しかし他業界の受注は芳しくないため、全体としては今のままで変わらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・仕入価格の高騰により、景気の先行きが見通せない。当面は市場の動きをみながら、現状維持で頑張るしかない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの内示は安定している。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・当面は受注単価の改善が見込めず、景気は変わらずに推移する。
		建設業（経営者）	・建築工事関係は学校や公営住宅の耐震補強等の公共工事があるが、工事に従事する技能者の確保が難しいという問題が今後も継続する。景気は最悪ではないが、あまり楽観視できない。
		輸送業（支店長）	・燃料の軽油価格が高騰し、輸送コストが上昇している。なかなか運賃に転嫁できない面があり、今後の見通しがつかない。
		輸送業（経理担当）	・今後の受注は増加しておらず、当面は現状のまま推移する。
		通信業（営業担当）	・消費税増税後の反動減、天候不順や自然災害などが影響し、景気の回復感はまだ程感じられない。
		会計事務所（職員）	・自動車関係はまずまずの業績であるが、いつまで続くか予測できない。円高に振れると状況はすぐ覆るだけに、不安感をぬぐえない。
		やや悪くなる	
非鉄金属製造業（経理担当）	・輸送用機器関連では生産量に変化はないが、販売単価が下落している。		
電気機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の状況について回復が見込めない。		
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・材料費や原油の高騰による製造原価の上昇、各種公共料金の値上げが相次ぐものの、まだまだ製品価格への転嫁が難しい。		
コピーサービス業（管理担当）	・コピーは専門業者が行う必要性は皆無であり、将来の需要は先細りするのみである。受注量が減少して絶対量を確保できないため新規設備投資ができず、生産性悪化とコスト高に拍車がかかる。事業自体が赤字体質となっており、はっきり言って将来性はない。		
悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・原材料の値上げが続く一方、商品価格に転嫁できていない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量が減少傾向である。
		建設業（総務担当）	・どの工種の業者も手持ち工事をたくさん抱えるため、物価上昇を考慮した業者との事前交渉が困難な状況である。結果として業者の言い値が優先するため、当社の発注金額が上昇し、利益を圧迫する。
雇用関連 (中国)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・人材不足で企業の採用活動に一層拍車がかかり、結果的に賃金を上げる可能性がある。政府の女性と外国人の活用施策で人材不足が解決することを期待している。
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・現在は求人数が落ち込んでいるが、秋から年末にかけて生産拡大や売上獲得に向けて、再び求人が伸びる。

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）	・新たに新卒採用活動を開始したいという企業からの引き合いが増えている。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・企業には警戒心もあるが、採用数を増やす動きが引き続き多いため、しばらく求人業界は景気が良い。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・次年度の新卒採用に関する見込みが今より更に具体化されて、良い方向に向かう可能性が高い。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規求人数と月間有効求人数はともに前月を上回っており、また新規求人のうち正社員求人の割合も46.8%となり、前年同月から12.3ポイント上昇している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・9か月連続で求人倍率が1.2倍を超えており、今後急激に景気が悪化するとは思えない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・駅前の大型ショッピングモールの再開による相乗効果が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数は一部大手企業では増えているが、中小企業では停滞傾向にあり、全体としては上向きにはならない。
			人材派遣会社（経営企画担当）
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税とガソリン価格などの値上がりの影響で、消費者は生活防衛に走り、消費が伸び悩んでいる。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人数は高止まりで、求職者数は下げ止まっている様子から、今後も現状が継続する。
学校〔短期大学〕（学生支援担当）		・変化する要因があまりみられない。	
		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あり、正社員への転職希望者が少ない。離職を踏みとどまり、在職したまま改善傾向にある労働市場をみながら求職活動を続けている。
やや悪くなる	—	—	—
悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・当地の土砂災害の復興に目途が立っておらず、しばらくは経済の立て直しが必要とされる。	

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	スーパー（店長）	・各種品目の値上がりはしばらく続くともみている。また、野菜等の相場の影響もあり、景気は上向くのではないかと。
	やや良くなる	スーパー（財務担当）	・景気回復の地方への波及が期待される。
		コンビニ（店長）	・夕夜間の来客が増加している。この時間の来店客は購買力が強い。節約意識からの変化が始まっていると感じる。
		乗用車販売店（営業担当）	・8月4週目の土・日（23～24日）には来店客数、商談件数が多少上向き傾向にあった。9月はユーザーの購買意欲が増すことを期待している。
		タクシー運転手	・9月からお遍路関連の乗車客が増えてくる。10月、11月とお遍路のピークを迎える。
		通信会社（営業担当）	・冬モデルの新商品発売とともに、上向きになるとみている。
		競艇場（職員）	・本場開催が多く、場外発売もSGレースがあり本場と合わせて売上増加が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・相次ぐ消費税アップの強行など、急速な経済政策が重なり、混乱を招く可能性がある。
		商店街（事務局長）	・レジャーやエンターテインメントなど家族で楽しめるものには財布のひもを緩めるが、若い人を中心に身の回り品購入や外食には消極的な消費行動が続いている。また、地方都市は閉塞感が拭えない。
		商店街（代表者）	・まだ顧客動向が流動的で、2、3か月先も変わらない。
一般小売店〔文具店〕（経営者）		・来店客数、販売金額とも、大きな変化がみられない。	
一般小売店〔生花〕（経営者）		・例年、秋は贈答品が動かないので、大きな変化は無いとみている。	
百貨店（販売促進担当）		・依然として、衣料品や高額品の不振が継続している。	
スーパー（店長）		・食品類の消費は順調に回復しているが、日用品や衣料品は低調なままである。また、燃料費や電気料金が依然高止まりしている。	

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
		スーパー（企画担当）	・生鮮物の価格が落ち着けば状況は元に戻るだろうが、決して伸びのある消費にはならない。
		スーパー（企画担当）	・現状の消費状況が継続するとみている。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるが、大きく良くなることはない。
		衣料品専門店（経営者）	・来年に再度消費税増税となれば、駆け込み需要が起き、多少ながら秋冬物が売れることも考えられるが、現状は変わらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・1人当たりの買上点数が減っており、景気回復とはいえない。
		家電量販店（店員）	・冬のボーナス商戦まで回復する要素が無い。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響が大きい当地域では、新車受注台数の回復は当分見込めない。
		乗用車販売店（従業員）	・夏のボーナス商戦は芳しくなかった。秋から年末にかけて、販売量の増加を期待しているが、新型車の投入もなく話題が乏しいのが残念である。
		乗用車販売店（従業員）	・良くなる気配が見えず、もう少しこの状態が続くだろう。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要があつて多少は売れたが、消費税増税後は厳しい状況が続いている。
		観光型旅館（経営者）	・9～11月は、例年並みの予約状況である。地元関係の利用は期待できない。全国的には少し景気が良くなっていると聞くが、あまり変化は無いのではないか。
		旅行代理店（支店長）	・天候不順が続けば、旅行需要への影響が懸念され、先行きが見通せない。
		通信会社（企画）	・現状は平年並みの問い合わせ件数に落ち着いている。このまま変わらないとみる。
		通信会社（営業担当）	・上半期前半は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられた。この反動はしばらく続くとみている。
		やや悪くなる	
美容室（経営者）	・景気回復の兆しが見えず、消費マインドも低いままである。		
美容室（経営者）	・特に変化がない。		
設計事務所（所長）	・人材不足や材料高で、引き合いがあつても、消化できない状況が出てくるのではないか。		
商店街（代表者）	・消費税増税の影響が続いている上に、8月の災害と天候不順による消費減退が重なり、今後ますます景気が悪くなるのではないか。		
百貨店（営業担当）	・5～6月は、購買動向も良くなり、徐々に回復傾向に向かつてきていたが、7～8月は、鈍くなってきた。		
衣料品専門店（経営者）	・消費行動に慎重さが増して行くのではないか。		
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響がまだ残る。		
乗用車販売店（役員）	・消費税増税で4～5月は新車の受注が落ち込んだ。7、8月も状況は変わらず、これ以上伸びは期待できない。10月以降は新型車の投入もあつて、今の状況より良くなるのではないかと期待している。		
その他専門店〔酒〕（経営者）	・お中元時期が終わると、2か月くらいは暇になる。		
スナック（経営者）	・景気に関係なく、9～11月の客の動きが極めて悪くなる。		
都市型ホテル（経営者）	・宿泊者数が低調で、天候不順がかなり影響している。消費税増税分を価格に転嫁したいが、できない状況である。		
タクシー運転手	・8月は雨の影響等で客数、客単価ともに良くなかった。このままでは9月以降も低調に推移するとみている。		
通信会社（支店長）	・円安の進行によるガソリン価格の高止まりや、電気料金の値上げ、輸入関連商品の値上がりに対して実質賃金が上がっていない。		
悪くなる			
		コンビニ（店長）	・コンビニ業界は、かつて無いほどの出店ラッシュが続いている。自社、他社共に競合激化しており、現状のこの地域の消費動向からみても、既存店個店の売上増加は望み難い。
企業動向関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） 鉄鋼業（総務部長）	・台所商品の出荷が最も増加してくる時期なので、受注量は活発になってくるとみている。 ・造船会社が2015年納期を前倒しすれば、当社への受注も本年中に発生する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電設備の受注が多い。今後も前月比10%増程度で推移していくと予想する。
		建設業（経営者）	・8月の台風・大雨災害の調査や対策関係の仕事が出てきている。従来からの公共事業にこの災害対策関係が加わり、業界は多忙である。この成果が表れる数か月先の業況は良くなっているとみる。
		通信業（部長）	・料金プラン改定直後の勢いを維持しており、しばらくはこの傾向が続く。
		食料品製造業（経営者）	・現状、業務用冷凍食品などの商品の発注量がやや上向いているが、これ以上急激に上向くとは考えられない。
		繊維工業（経営者）	・消費者の購買状況は悪くはない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・引き続き海外の状況に注視する必要があるが、全体的には堅調に推移すると見込んでいる。
		建設会社（経理担当）	・職人不足や天候不順などで、工事の遅れが出てきている。
		建設業（経営者）	・受注は公共工事、民間ともにあるが、人材不足は2～3か月では解消しない。
		輸送業（経営者）	・予算の膨張は将来の不安をあおりマイナス要因。
		輸送業（営業）	・8月は記録的な大雨や日照不足の影響から、食品関係に限らずあらゆる商材の消費が著しく鈍化している。9月以降に消費が上向くかどうかは今後の天候次第であろう。
		通信業（総務担当）	・消費税が10%に引き上げられると、どのような影響が出るかわからない。
		金融業（副支店長）	・物価は上昇しているが、収入が追いついていない状態で景気が良くなるとは思えない。
		広告代理店（経営者）	・景気回復に伴い広告費増加を期待しているが、地元企業の得意先には慎重な意見が依然として多い。
		公認会計士	・設備投資計画がある顧客が非常に少ない。将来の為替の動向等に注意を払っているようだ。また、原料高に不安を抱えている顧客も多い。
	やや悪くなる	農林水産業（総務担当）	・向こう1～2か月は市場の取扱量は少な目とみる。回復時には需要縮小による軟調市況が懸念される。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・各種経済指標の悪化が物語るている。
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告全体の売上は相変わらず厳しいが、求人広告は昨年来の好調レベルを維持しているため、経営者は積極経営に転じる時期を探っているのではないかとみる。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、前月比0.01ポイント、前年同月比0.14ポイントと、ともに上昇している。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税後、さらなる増税を見据えた政策のなかで、企業の雇用情勢は依然として引き締めた状態から大きく変わらないとみている。
		人材派遣会社（営業）	・人手不足は解決に至っていない。企業などの経営不振により景気回復は見込めない。
		職業安定所（職員）	・失業者が減り、在職者が増加しているが、さらなる景気好転につながる賃金上昇はみられない。
		職業安定所（職員）	・4月以降、新規求人数がわずかながら、増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（所長）	・企業を訪問するなかで、設備投資を増やしたり、積極的に採用を増やす動きは少ない。企業によっては、他社の様子見のところが伺える。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人数減少の歯止めがきかない。小売関係の求人は増加傾向にあるが、就労に繋がりにくい。
		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 動向 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・地域の祭りがあるので食品や衣料品関係は良くなる。
		商店街（代表者）	・想像を超えた悪い状況は続いているが、消費税増税の影響も徐々に少なくなっていく。
		商店街（代表者）	・7～8月の乗客数の伸びと合わせて、客単価が3か月前より上昇しているためやや良くなる。
		商店街（代表者）	・これから企業がキャンペーンを打ち出し始めるため売上が見込める。
		商店街（代表者）	・秋の早まりも感じられ天候の回復とともに乗客数、売上共に持ち直すかと期待している。

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
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・現在、売上が悪いのは景気ではなく天候の影響である。客が財布のひもを緩めるようなプラス要因がないので、あまり期待できない。
		一般小売店〔精肉〕 (店員)	・涼しい天候が続けば鍋物需要が早まる。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・新規の固定客、納品先を開拓しないと厳しいが、涼しくなるとギフト需要が増えるはずなので2～3か月先は良くなる。
		百貨店(営業担当)	・年末に向けて消費全体が増えていくなか、消費マインドにおける消費税増税の影響も弱まっている。
		百貨店(営業担当)	・現在のほぼ横ばいとなる。
		百貨店(販売促進担当)	・グランドリニューアルオープンのため、多くの顧客来店、新規客の来店が期待できる。
		百貨店(経営企画担当)	・シーズンが変わり秋口から商品の切替えが始まるので、消費税増税前の駆け込み需要の反動減は収まると予想している。
		百貨店(企画)	・リモデルにより売上が上がることが想定される。
		スーパー(店長)	・3か月連続で、売上は前年比で増加している。消費税増税の影響が薄れてきているので、今後3か月も回復していく。
		コンビニ(販売促進担当)	・毎月の販売量の推移をみると、食パンと菓子パン共に伸びが続いている。今後、横ばいかやや増加傾向で販売量が推移するとみている。
		家電量販店(広報・IR担当)	・主要商品の平均単価は上昇傾向にあり、高付加価値の商品が売れている。歳末商戦に向け徐々に良くなる。
		家電量販店(従業員)	・気温が下がることで暖房器具が売れる。
		乗用車販売店(総務担当)	・9～10月の秋の増販期に入る。消費税増税の影響もなくなり車両販売台数が上向く。
		観光型ホテル(スタッフ)	・秋に向けて、国体など大型イベントがあるため動きが活発になる。
		旅行代理店(従業員)	・10月以降の海外旅行は、燃油サーチャージの下落、夏休みの不振の反動の影響が非常に好調である。
		通信会社(業務担当)	・9月は新商品発売により来店客数増が見込まれ、8月に続き販売台数は昨年を上回る。
		ゴルフ場(従業員)	・入場者数については、9～11月まで予約が確実に入っている。ショップでは提案された様々な商品を導入しており、それが売れている。景気が少しずつ上向いているのを実感できる。
		美容室(店長)	・2～3か月先は、旅行や結婚式等で客が動くためやや良くなる。
		設計事務所(代表)	・消費税増税の影響がある。
		変わらない	
商店街(代表者)	・秋口になったら多少天候も安定して、客の出足も回復すると期待している。		
商店街(代表者)	・我々のような末端の零細企業に対して、アベノミクスの効果は全くない。		
一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・年末に向け何とか良くなってほしい。		
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・外販での売上が低迷し、店頭販売で売上が増加しても全体的には横ばいである。		
百貨店(営業担当)	・紳士服飾・雑貨は好調であったが、婦人衣料・雑貨は天候の影響もあり低迷した。自家需要の紳士靴、メンズバッグ、キャラクターカジュアルが好調に推移した。リビングでは、寝具やインテリア、家具・敷物等の自家需要商品が好調である。今後もプチゼいたく気分の買物傾向が継続する。		
百貨店(業務担当)	・秋物は必要になってから買うと言う客が多い。季節商品の提案期になっても商品が動かない。消費に対する考えが慎重になっているのに加え、商品を見極める時間が長くなっている。		
百貨店(売場担当)	・関連店舗の付近にホテル兼商業施設がオープンする。業態が若干バッティングするので、売上は現状の98%程度となる可能性が高い。店舗全体で見ると、ほぼ前年並みと予測する。		
百貨店(営業統括)	・天候不順が続くと予想される。また、株価も伸び悩み、物品購買促進につながる見込みが立たない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（店舗事業計画部）	・先行購入する顧客はまだ少ないので、引き続き天候に左右される見込みである。秋物は少し早目に反応が出ているが、年間を通して長く着られる羽織ものが中心で、買い方は慎重である。
		スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響か高額商品が売れなくなった。
		スーパー（店長）	・客の買上数が増えたり、買上単価が上がる可能性があまりない。
		スーパー（店長）	・来店客数は昨年と横ばいと見込まれる。青果の相場が上がっているため買上単価は上がっているが、買上数は減っている。買上数を多くする努力をすれば売上は昨年並みとなる。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税後、衣料品・住居用品の動きがかなり鈍化しており、その傾向は今後も継続する。
		スーパー（経理担当）	・天候不順による野菜高騰等もあり、やや悪いまま推移する可能性が高い。
		スーパー（業務担当）	・天候不順による影響は、生鮮だけでなく衣料品や家庭用品にも出てくる。特に秋物衣料が不調となれば、売上の前年割れが続くことは避けられない。
		コンビニ（経営者）	・アベノミクスの期待感から消費マインドが上向してきたような時期もあったが、実体経済の動きがない。顧客もその点を気づき始めているので、今後は消費マインドが低下する。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も厳しい状況が続く。客数、客単価もかなり低くなっており何も期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・雨が多く天候不順により客が商店街へ出てこない。イベントを開催しているがさっぱり効果がない。
		衣料品専門店（店長）	・9～10月になっても景気の良い話はない。
		衣料品専門店（チーフ）	・当店の需要は以前と比べ高まることはない。消費税増税の影響により、単価は抑え気味に推移する。ただし、ビジネス向けを対象にしている紳士服業界は購入につながるだろう。
		衣料品専門店（総務担当）	・現状の客の動きをみると、この状況が改善されて良くなることはない。
		家電量販店（店員）	・エアコンが売れる夏が終わり、これから涼しくなると何が売れるのか想像できない。客を待つのではなく、トイレ、洗面台、キッチン等家電のリフォーム関係を仕掛けていかないと利益は上がらない。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の影響がなくなり良くなるという予測もあるが、8月の売上があまりにも低いので、9～10月については様子見という判断である。
		家電量販店（総務担当）	・端境期にあたる9～10月に話題商品が少ない。
		乗用車販売店（従業員）	・今年いっぱい新型車もなく、目玉となる商品がないので苦労しそうだ。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる気がしない。
		住関連専門店（経営者）	・今月は消費税増税前の水準に戻ってきたが、長雨や天候不順等で秋の収穫は良くない。農産物の不良が消費にも影響を与える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・雨が深いということもあり、来客数は若干減少している。ただし、1人当たりの購入単価が上がっているため、売上は横ばいの状態である。天候に左右されない限り、9～10月は昨年とほぼ同じような状態になる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は高止まりから下降傾向にあり、今後、顧客が燃料油の満タン給油に戻ってくるものと予想される。秋の行楽シーズンにおける自動車旅行等の増加で、燃料油やカーケア商品の増販に期待する。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税後の消費の引き締め感は当分続く。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎え旅行客が増えてくるが、客の購入単価が低下傾向にあるため、昨年並みの売上は期待できない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・現状は、梅雨明けが昨年より遅かったため、昨年早々に在庫切れとなった商品が遅れて売れている状況である。良くなる要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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）	・現在、前年実績を上回る実績を上げているのは外国人観光客を取り込めている施設のみで、インバウンド以外に好材料が見当たらない。
		高級レストラン（支配人）	・先の予約が少ない。
		高級レストラン（専務）	・月末に向けて宴会が増え、少し持ち直す。
		スナック（経営者）	・ここ数年、売上、来客数の変化はない。消費税増税を機に値上げをして単価は上がったが、客数に変化はなかった。
		都市型ホテル（販売担当）	・上期の売上はこのままでいくとマイナスになりそうだ。下期の動向はあまりみえないが、9～10月がプラスになれば良くなる。
		都市型ホテル（副支配人）	・11～12月は福岡市内のイベントがたくさんあり、現在、手持ちの予約が昨年の40%以上を記録しているので稼働率が十分に上がる。
		旅行代理店（企画）	・燃油高騰、円安が続き、旅行需要への向かい風となる。
		タクシー運転手	・9月は学校行事が多く、タクシー利用があまり多くない。
		タクシー運転手	・全体的に会社関係の予約は良く入っているが、夜の繁華街の客が大変少なく、店をやめたいという話も聞く。
		タクシー運転手	・この先しばらくは変わらない。
		通信会社（企画担当）	・今のところ、現状よりも改善される明確な情報がない。
		通信会社（企画担当）	・上昇、低迷の要因が見当たらないため、当面は様子見といったところである。
		通信会社（営業担当）	・景気が良い話は一切出てこない。
		美容室（経営者）	・秋後半に向かっ、美容業界はある程度需要が見込まれる。しかし、天候不順で周りに活況がないと、一番大きなターゲットである主婦層がだんだん利用を控えるようになる。
		理容室（経営者）	・暑くなると客は結構動いてくれるが、梅雨のような天候不順で客の動きが非常に悪い。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・株価上昇による資産増加で、高額な有料老人ホームの入居は戻ってきているようだ。しかし、在宅サービスはあまり景気等に影響されず、来年の介護報酬改定の増加もあまり期待できない。
		設計事務所（所長）	・民間の工事が落ち込んだ分、官公庁の工事に期待するしかない。
		設計事務所（所長）	・新規の市場が少ないので変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・北部九州圏は、消費税増税の反動減から徐々に回復しそうだが、南九州は来場者数の動きが鈍く、販売実績は前年比3割減のままで、回復は当面見込めそうにない。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・生鮮品に比べて非生鮮品の販売量が落ち込んでいる。その傾向が2か月続いているので、今後も楽観できない。3か月後もこのまま厳しい状態が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響に加え、競合店の出店計画があるため厳しくなる。
		スーパー（統括者）	・会社全体の業績は厳しくなると考えられ、今後も良くならない状況である。
		コンビニ（店長）	・ガソリンや農産物の価格高騰により、販売量がさらに減少するのではないかと予想する。
		高級レストラン（経営者）	・2～3か月先は涼しくなり忘年会シーズンに近づくが、今のところ問い合わせが芳しくない。9～10月の客がもう少し増えると良くなるが、忘年会頼みの商売は時期が限定されるので厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・質よりも、お得感のある競合店へ客が移っているため、客数が減ってきており、年末まで良くならない。
		観光ホテル（総務）	・3か月先の収入予測より、景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・今のところ景気対策が打ち出される様子がないので、消費者の財布のひもがかなり固くなり、回復するのは難しい。
		通信会社（営業）	・夏商戦が終了し、人・物・金が動き出す冬までの端境期は、現在と比較して若干消費等が冷え込むと考えられる。
		競馬場（職員）	・来場者数の前年度比の数値は引き続き良くない。
		住宅販売会社（従業員）	・年度内の引き渡しを考えた際、10月の契約が注文住宅のタイムリミットになる。客の買い控えや値引き交渉等が厳しく非常に利益率が低いため、見通しは良くない。また、消費税増税も控えており先行きが不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（代表）	・住宅購入の顧客は、高価格帯と低価格帯で買い控えが発生しており動きが鈍くなっている。不動産販売を合わせた中価格帯はさほど影響は出ていない。
	悪くなる	○	○
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・今年消費増税等のマイナス要因はあったものの、中級以上の家具の売上が伸びているため、全体の売上は前年比で毎月伸びている。受注件数は横ばいか若干減少しているが、受注単価が伸びたため、今年全体の売上は前年比で115%程度伸びている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・大型災害などもあり、地図利活用の見直しが必要になってくると想定される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・焼き物関係は夏場が閑散期であるので、秋口にかけて伸びると期待している。商品の荷動きも閑散期の反動が出てくる。企画商品も何件か決まっている。
		鉄鋼業（経営者）	・受注量・販売量共に5月ごろから減少に転じ、同じ状況が7月も続いた。現在、建築工事の遅れも多数あり、出荷の減少になっている。盆明けから少し受注が増えてきたので、秋口から着工される建築物件の材料発注が動き出したようだ。
		電気機械器具製造業（取締役）	・自社の投資マインドが高まっている。
		精密機械器具製造業（従業員）	・はっきりとした理由は分からないが、今月、受注先から11月までの計画でかなりの増産要求がきている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車種投入による初期需要が拡大する。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先の特化した機種が増産体制という情報があり、今後、取引が少しずつ増えてくる。
		建設業（社員）	・前年度に比べ下請の依頼が非常に少なくなっているようだ。いまだに受注できていない同業者もいる。下半期に向けて良くなると信じている。
		通信業（経理担当）	・天候不順により、夏季商品の落ち込みで消費が低迷しているが、季節が変われば落ち込みが解消されて消費が上向くと考えられる。
		金融業（調査担当）	・設備投資への融資が増加傾向にあるのは、取引先の将来に対する見通しが良くなっている証拠である。当面は景気回復が見込まれる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、多くの企業が明るい見通しを持っている。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・注文量は各分野ともかなり多いが、9月は残念ながら原料となる鶏の入荷が極端に少なくなっており、工場稼働に大きな影響が出そう。原因は夏の暑さによる卵の不足で、鶏の出荷が逼迫していることにある。ただ、10～11月になればその反動で原料の発送が多くなり、売上也期待できる。年内の動きは概ね順調にいく。
		農林水産業（営業）	・現状から生産状況等が変わることは予想できない。
		食料品製造業（経営者）	・納入先の集客及び売上状況をみても景気が上向きになったという実感がわからない。客単価はやや増加したものの、客数が一方向に増加しない。周囲の情報からも当分この状態が続く。
		食料品製造業（経営者）	・繁忙期に入るため受注数量も順調である。しかし、生産数量が増えるにつれ食材・資材の値上げの影響が表面化する。また、天候悪化による農作物の価格上昇も考えられ、マイナス要因となり得る。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気にあまり左右されないため、今後も変わらないと判断した。
		金属製品製造業（事業統括）	・人手不足が解消されない限り改善されない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーと話し合いをするが、具体的な案件は出てこない。担当者の見通しがたっていないようだが、もう少し積極的に動いて欲しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合い、見積等から将来の景気に暗さはないが、今後、大きく良くなることもない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・9月になれば少し良くなるという楽観的な見方をしているが、現段階ではよく分からない。
		輸送業（従業員）	・今のところ荷動きは低調のまま推移していく。
		通信業（職員）	・8月は気温が上がらず、このまま秋を迎えれば省エネ関連の受注が伸びない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		金融業（従業員）	・円安による原料・燃料費の上昇や人手不足などから経営環境が厳しくなっている先がみられる。一方、雇用・所得環境の改善などから自動車の販売が回復傾向を示しているほか、海外からの観光客も増加してきている。	
		金融業（営業担当）	・人出不足の状況は改善できる兆しがみえない。売上の増加が利益に反映されるにはハードルが高く、中小・零細企業の業況は変わらない。	
		金融業（営業）	・引き続き高水準での横ばいが続く。どの業界も設備投資意欲は高い。太陽光発電設備に対する投資も高水準である。	
		金融業（得意先担当）	・昨年の災害復旧関連工事の発注の反動減もあり、発注件数が大幅に減少している。今後、業況や資金繰り面において注視する必要がある。ただし、現時点においては現状維持で推移すると判断している。	
		不動産業（従業員）	・市内オフィスビルの入居率が新築既存共に横ばいで推移している。	
		広告代理店（従業員）	・8月の新聞折込受注枚数は、前年同月比90%と想定を超える下落となった。消費税増税後、消費マインドの低調が続いているなか、追い打ちをかけるように、異常気象となった。冷夏は思った以上に当業界に大打撃となった。すべての業種で出稿が控えられたまま、夏が終わりそうだ。	
		広告代理店（従業員）	・この状態を打開する要素がない。	
		経営コンサルタント	・福岡市は特区に指定された。その影響を期待したいが、具体的な内容についてはこれからの検討となっている。当分、効果は期待できそうにない。	
		経営コンサルタント（社員）	・消費者の購買状況が変わっていない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・8月の天候不順が今後、農業製品等を中心に悪影響を及ぼす懸念がある。台風等の影響がなく順調に推移すれば少しはプラスになる。	
		その他サービス業〔物 品リース〕（支社長）	・原子力発電所の再開可否により動きがある。エネルギーコストは依然上昇しており、次年度は省エネ補助金が800億円規模に倍増する。次年度に向けて活発化する。	
		やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・運送代や原油の値上げで、段ボールや糸も値上げとなる。当社は利益を簡単に出せなくなる。また、理解に苦しむが最低賃金の上昇が続いている。
			建設業（従業員）	・見積案件の減少や、型枠工などの人材不足で仕事の確保もままならない。下請単価の増加により収益が圧迫されることが、予想される。
			輸送業（総務）	・長雨による日照不足で農産物への影響が考えられる。
輸送業（総務担当）	・貨物の荷動きが非常に悪い状態である。一部商品の値上げ等もニュースで流れており、今のところ良くなる見込みがない。			
悪くなる	—	—		
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年末になるとお歳暮の需要が出てくる。また、ここ数か月、市内中心部で、国内外の観光客の姿を目にすることが多くなっている。接客業からの注文も増えている。	
		職業安定所（職業相談）	・有効求職者数の減少傾向、有効求人数の増加傾向は続いているため、有効求人倍率は今後も上昇する。	
		民間職業紹介機関（社員）	・量は少なく見積ベースの話であるが、年末に向けて販売・接客の動きが出てきている。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・特に変化の要因が見当たらない。	
		人材派遣会社（営業）	・地方の雇用情勢は上向いているとはいえ、全体的な景気上昇の実感難しい。落ち込むことはないが大幅な上昇もなく、変化はない。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・自社で調査している求人取扱件数から、市場はわずかながら伸びているが、自社の件数は前年を割り始めている。地場企業の求人意欲が低下してきているのが原因とみられる。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞の求人広告は製造業の動きが弱く、求人数の回復の兆しはみられない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響がまだ続いている。	
	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続くとみられる。月間有効求人倍率は当分0.8後半から0.9倍台を推移していく。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・原油価格や原材料の高騰等により先行きが不安定との声が企業から聞かれており、大きな改善は望めない。
		職業安定所（職員）	・企業訪問時に景気動向を聞くと、消費税増税に関してはほとんど影響がないとするところが多く、今後、業況を左右するような動きは特段見受けられないとのことだ。
		民間職業紹介機関（支店長）	・第1四半期と7～8月の求人数は、前年同期に比べて微増ではあるが横ばいに近い。増加傾向がみられない限り現状と変わらない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業の人材採用難は続いており、学校への求人引き合いは強いままである。2～3か月後に急に採用難が解消するとは考えられない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・企業の採用活動は現在活発化しているが、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	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税に合わせた値上げも多い。また夏の天候不順の影響も今後少しずつ出てくる。
	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）	・改装効果とインバウンド拡大等、いろんな要素がミックスされ、良くなる判断している。
	やや良くなる	旅行代理店（マネージャー）	・ピーク料金を避けて旅行をする傾向にあるので、11月～12月前半も動くのではないかとみている。
		通信会社（店長）	・秋以降話題性のある強力な新商品が出ると予測され、年内は好調が続くと期待できる。
		ゴルフ場（経営者）	・これから更に需要は増えると予想しているが、客単価自体がなかなか追いつかないのが現状で、難しい。ただ、現状以下にはならないとは試算している。
		住宅販売会社（営業担当）	・集客の落ち込みは無く、連休がある月にイベントを組めば集客が上がる要素が十分にある。条件の揃った見込み客を選定できそうである。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・上がる材料、下がる材料が見受けられない。
		コンビニ（経営者）	・節約志向で、販売量が落ち込むと見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も国内外の観光客の増加が見込めるため、しばらくは安定した需要があるとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・客数も安定しており、気象条件に影響されなければ現在と同じ水準で推移すると考える。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、同じ調子で、市場にあまり変化が感じられない。セール品等にもあまり関心が示されず、これからもまだ様子見だとみられる。
その他専門店〔書籍〕（店長）		・今月は夏休みということもあり観光客、小中学生の来店が見込めた。来月、再来月は景気の上昇を感じるような要素があまり無く、今月のような数字が出れば良しとし、数字が上がるとは予想しない。	
観光型ホテル（マーケティング担当）		・沖縄県全体としての入域観光客数は好調に推移することが見込まれるものの、現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月後の客室稼働率は、前年実績を下回る見込みである。	
観光名所（職員）		・9月の予約状況は悪い。10月以降は良い。	
住宅販売会社（代表取締役）	・沖縄県内においても住宅地の価格が上昇傾向にあり、土地を所有していない方の住宅建築は、経済的な負担感は大いだとみられる。		
	やや悪くなる	○	○
悪くなる		商店街（代表者）	・商店街の小売店は単価の面で苦戦しているとみている。大型店では単価調整や販売促進で、売上を上げられるが、個人店では難しいところがあり、今後の見通しも大変厳しい。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・今年の8月は好天にも恵まれ各地のイベントも盛大に行われ多くの人出があった。飲食などは順調だが、地域のデパートの閉店や秋の県知事選挙など、景気の足をひっぱる予定が続く。

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
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）	・今後も観光客の増加や、スーパーでの消費の堅調な推移が予想される。
		輸送業（代表者）	・現状でも景気はかなり良いが、与那国島の陸上自衛隊工事が本格化することで、更に上向くものと見込まれる。
		会計事務所（所長）	・外国人観光客も増加している。単価は低いがボリュームが増えている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共工事は横ばい、民間工事は減少の見通しである。
		輸送業（営業）	・新規、既存顧客からの受注量が増えても、倉庫、人材の面で受け入れる余裕が無い。既存の顧客の条件見直しもこれまでの付き合いがあるなかで、実現には長期間要する。
		通信業（営業担当）	・関連企業においては中途採用や人材育成事業での人材確保が盛んに行われており、仕事の確保も進んでいるが、夏の賞与は支給されていない。
		広告代理店（営業担当）	・民間企業の販促投資は、先行きを不安視する傾向が強く、積極的な動きがみえない。相変わらず、行政予算の広告、セールスプロモーション業務に依存せざるを得ないものと推察する。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・新規の引き合い件数が、低調気味である。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・前月に引き続き登録者数の減少傾向がある。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・好調をそのまま維持するとみている。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・これから求人数が減少する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・多くの業界が人材不足を叫んでいる割に、採用基準が厳しく採用に至らない。人材を育成していくことが人材不足の解消につながるとみている。
	悪くなる	—	—