

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	○	○
		商店街（代表者）	・11月初めにマラソン大会が開催され、5000人を超える参加者があるため、当市中心部ではホテルのみならず、飲食、交通、土産などで売上増加が見込まれる。また、11月下旬には集客力のあるクリスマスイベントの開催が決定しており、衣料品以外の業種での売上増加が期待できる。
		家電量販店（地区統括）	・歳末に入り、消費税増税の影響が落ち着くことを期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・大型のコンサートやイベントの開催が予定されているほか、10月から翌年3月にかけて、上海からの直行チャーター便の設定があるため、宿泊客数の増加を見込んでいる。
		旅行代理店（従業員）	・旅行需要は減少していないため、東京便の供給座席数が前年並みになれば、売上が伸びる。
	住宅販売会社（経営者）	・政策金利の超低金利を継続することで、株価や不動産の動向が上向き、消費マインドが徐々に上向くことを期待している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税率の今後の動向がはっきりしていないため、買回り品、特に高額商材に関しては客の様子見が続く。
		商店街（代表者）	・客のマインドは、まだデフレの中にあり、インフレの方向に動く気配はないため、今後も変わらない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・毎月のことだが、売上が良かったり、悪かったりを繰り返している。特に、良くも悪くもない状況が続いているため、2～3か月先も同じ状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・来客数の動きから、商品購入に対する客の意識は回復傾向にあるとみられるが、回復のスピードはゆっくりとしたものとなる。
		百貨店（売場主任）	・現在、外国人観光客の受入体制を整えており、10月以降の外国人観光客の来店が期待できるため、売上の悪化傾向が止まり、ほぼ現状維持で推移することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・売上が徐々に回復傾向にあったが、9月は8月よりも悪化しており、一本調子の回復には至っていない。来客数は回復傾向を維持しているが、購買率が大きく悪化しており、衝動買いが生じていない状況がうかがえるため、今後も厳しいまま変わらない。
		スーパー（店長）	・11月に電気料金が値上げされることになれば、客が生活防衛に走ることになる。ただ、高単価商材や高機能商材、高品質商材などが売れている状況から、全体としては変わらない。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の消費行動は、必要な物を必要な量でしか買わないなど、消極的で慎重なものに変化している。価格に対してもよりシビアになっている。ただし、安全性や健康志向をうたった商材、機能性商材、話題商品、新商品へのニーズは高いため、全体としては変わらない。
		スーパー（役員）	・来客数の低迷はこのまま続く。また、各カテゴリーで商材の値上げが発表されているため、今後も値上げラッシュが続くことになる。今後も燃料価格が上昇し、電気料金の再値上げが実行されれば、客の財布のひもはますます固くなる。消費者の所得が増えるまで、しばらくは現在の状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・外食業の営業時間短縮などにより、新たな需要を期待できるエリアがある。また、漁業などの1次産業の状況は流れが変わっており、悪くないものになってきている。一方で、年末に向けて競合他社やディスカウントストアの出店が予定されているため、総合的な状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・当市では年末に向けてコンビニエンスストアで1店、ディスカウントストアで1店の出店が予定されており、競合店が増加することになる。一方、市外では競合店出店の動きもなく、さんまが豊漁なことから漁業関係者による需要が期待できる。市内が悪く、市外が良くなる見込みであるため、全体としては変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響に加えて、ガソリン価格や灯油価格の上昇、予定されている電気料金の再値上げの影響が懸念される。
		衣料品専門店（店員）	・良くなる理由がない。
		家電量販店（経営者）	・特に売上増加に貢献するような材料もないため、厳しい状態が今後も続く。
		家電量販店（店員）	・暖房機、白物家電などは例年並みの買換え需要が見込めるが、薄型テレビなどのAV商品の需要が見込めない。
		乗用車販売店（従業員）	・この先、市況が良くなるとは思えない。特に当地は市況が上向くまでまだまだ時間がかかる。
		乗用車販売店（従業員）	・特に目立った材料もないため、前年以上の売上は期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・北海道という土地柄もあるが、毎年、冬に向かうにつれて、少し景気が落ち込む面があるため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（役員）	・消費者のマインドが冷え込んでいる。ガソリン価格の高騰に加えて、灯油価格の上昇など、寒くなるにつれて身近の生活に影響を及ぼす材料が目立ち、車の購入まで消費が回ってこないことが懸念される。秋以降の新型車の効果に期待するしかない。
		自動車備品販売店（店長）	・タイヤ販売の時期を迎えるが、高額なこともあり、価格にシビアになっている現状から、より低単価の商材が動くことになる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・冬季に向けて暖房用の灯油の販売が始まるが、価格が高騰しているため、節約志向がさらに強くなる。
		高級レストラン（経営者）	・今後、消費税率がさらに上がるかもしれないため、客の財布のひもは固いままである。
		スナック（経営者）	・繁華街の人出が少ないため、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・この先の予約状況、問い合わせ状況ともにベースが変わっていないため、今後も変わらない。
		通信会社（企画担当）	・競合他社の値引きが激しく、対抗するために単価を下げざるを得ないため、販売量増加が相殺されて横ばいでの推移となる。
		観光名所（従業員）	・今後2～3か月、当地域の観光に特に目立ったプラス要素もマイナス要素も見当たらないため、変わらないまま推移する。
		観光名所（職員）	・今秋の電気料金の再値上げの可能性や来年の消費税増税の可能性など、懸念材料が多々ある一方で、景気回復の実感がないため、今後も変わらない。
		美容室（経営者）	・現役世代に少し生活のゆとりが出てきた反面、年金生活者は年金の目減り感が出てきており、客の来店頻度が少し長くなる傾向が出てきている。
		住宅販売会社（従業員）	・変わるような理由が見付からない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・これから冬を迎えるに当たり、円安の影響で灯油が値上がり傾向にあるため、家計が圧迫される心配がある。また、何よりも電気料金の大幅な値上げが検討されているため、家計のみならず、企業にも負担が重く押しかかることが懸念される。特に、製造業の工場では、何千万円単位の負担増になることもある。こうした状況下で、さらなる値上げや消費意欲の減退が危惧されており、消費に多大な影響が出るとみられる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・石油製品価格の高止まりに加えて、円安や電気料金の再値上げの申請、最低賃金の改定などの影響により、冬にかけて景気が悪化することになる。零細企業においては現政権の経済対策の効果もまだ出ていない。
		百貨店（売場主任）	・長期予報によると、今後3か月は例年と変わらない気温で推移するとみられるため、秋物及び冬物のコートへの期待感があるが、現状からは11月以降のおせち、クリスマス商材、歳暮などの需要が非常に厳しい状況で推移するとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・これから冬本番を迎えるに当たり、燃料費が家計に占める割合が高くなるなかで、灯油価格の高止まりに加えて、電気料金の再値上げが見込まれることから、身の回り品以外の出費はますます抑えられる。
		スーパー（店長）	・販売量、売上ともに、7月以降、右肩下がりであるため、先行きの景気の動向について、不透明感を払しょくできない状態にある。
		スーパー（企画担当）	・電気料金の再値上げをめぐる動きに加えて、ガソリン価格や灯油価格の値上がり、消費税増税にともなう3%分の負担感などが家計を徐々に圧迫してきている。財布のひもは徐々に固くなってきているというのが小売現場での実感である。
		スーパー（役員）	・今冬の灯油価格が値上がりする模様であることから、光熱費の出費が増えることが見込まれ、客の節約志向が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・光熱費の支出増加により節約志向が強まるため、クリスマス商材や年末商材の単価が低下する。
		衣料品専門店（経営者）	・電気料金の再値上げが認可されれば、各消費物価の上昇とあわせて消費者の負担が増す。
		乗用車販売店（経営者）	・今月は自動車の登録可能日が前年より1日多かったため、前年を上回る販売を期待していたが、期待外れに終わった。また、消費税増税前の駆け込み需要は前年の10月以降に本格化していたため、増税後の反動減が続けば、前年比はますます悪化することになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・高級飲食店の景気回復は先が遠い。中国人観光客が増加傾向に転じるなど、明るい話題もあるが、高級店への効果は多くない。一方、厨房では人手不足が深刻化してきており、今後、料理の満足度が下らないか心配である。募集しても人手が集まらない状況はチェーン飲食店のブラック企業化が叫ばれてから起きているが、最近になって、その傾向が強くなっており、他店からも年齢の若い人の応募が減っていると聞いている。
		高級レストラン（スタッフ）	・各種料金の値上げがあるため、今後についてはやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・ボーナス時期を迎えるが、実質的に上向きになるかは不透明である。ボーナスの支給状況が悪ければ、景気は冷え込む公算が強い。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響がまだ続いている。
		旅行代理店（従業員）	・自分自身でも日常の買物で消費税が内税ではないことで購買意欲がそがれることがよくあるため、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・例年、10～11月はタクシーの利用が少なくなる時期であるが、現在も景気が良くなっていないため、例年と同様に売上が減ることになる。
		タクシー運転手	・消費動向が非常に不透明な状況にある。消費税増税以降、円安による消費品目の値上げが続いているなど、不安材料が多く、今後、冬にかけて消費の低迷状態が続くことになる。
		タクシー運転手	・これから観光客の入込が減ってくる。電話注文も減少傾向になっている。これまでタクシーを利用していた客も節約するようになっており、他の交通機関を利用したり、自家用車に乗せてもらっている。
		通信会社（社員）	・電気料金の再値上げが申請されていることを要因として消費者の節約意識がさらに強くなる。資材価格などが上昇傾向にあり、原油価格も高止まりしているため、冬場の支出増が見込まれるため、景気の悪化が進む。
	悪くなる	観光型ホテル（役員）	・貸切バスの新たな運賃・料金制度の導入により、特に当地のような主要空港から遠い地域では、国内の団体客や道内の湯治客、地元の法人客などにおいて、費用が予算を超過することが生じ、今後、オフシーズンにかけて集客がさらに困難となる。先行予約状況も非常に悪化している。また、物価高に加えて、大幅な電気料金の再値上げの申請が認可されれば、急激に収支が悪化することになる。
		旅行代理店（従業員）	・円安傾向がさらに進行しているなか、エボラ出血熱やイスラム過激派によるテロ予告などの要因もあり、現状の海外旅行の需要が改善する見通しが立たない。
		その他サービスの動向を把握できる者【フェリー】（従業員）	・観光シーズンが終わったため、輸送量が極端に減少することになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（役員）	・人件費の増加と円安による建築資材価格の上昇により、建築費用が今よりもっと高くなり、分譲マンションの価格もさらに高騰することになる。その結果、分譲マンション市場は縮小することになる。
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）	・中長期的な展望は別として、あと数か月で消費税増税後の反動から脱却するとみられる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・引き続き現政権の経済対策の効果が持続する。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・今後の受注見通しが、今のところ横ばいであるため、今後も変わらない。
		輸送業（営業担当）	・農産物の作柄が良いため、今後の本州向けの輸送量に期待できる。ただし、一部引請料金の見直しを荷主にも実施してもらったが、燃料価格が高止まりしており、運転手不足と合わせて厳しい経営環境にある。
		輸送業（支店長）	・スポット需要を取り込みたくても人の確保が追い付かない。また、運賃改定もまだそれほど進んでおらず、今後も優先してコスト管理を強化していかなければならない状況に変わらない。
		金融業（企画担当）	・年末商戦を迎えるが、物価の上昇から消費マインドの慎重さは変わらない。人手不足は多くの業種に影響を及ぼしており、人件費も増加している。さらに、円安による原材料価格の上昇が企業収益を圧迫する。外国人観光客は円安の加速と免税店の拡大から増加する。
		司法書士	・今後については、消費税率の再度の引き上げの可能性があることなどから、大都市圏は別として、景気が悪化していく可能性がある。ただし、どの程度悪化するのかまでは予想できない。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・これまでの1年間、景気が良くなるという期待感があり、実際に業績も上向いていた。しかし、今後、さらに良くなるという期待感の薄さ。むしろ、今の状態が続くかどうかという不安の方が大きい。顧客との打ち合わせのなかでも、先行き不安から新規開発を見合わせるケースが出てきている。また、先行き不安を払しょくするには、今の景気対策では弱すぎる。中小企業にも好況感を浸透させるためには、今の景気対策とは違う観点の政策が必要である。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・燃料価格や原材料価格の高騰に加えて、電気料金の再値上げが見込まれるなど、顧客を取り巻く環境は悪化の一途をたどっており、景気が回復するような要素は見当たらない。
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先の仕事量が十分に確保されているため、今後も販売量を確保できる見込みである。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・中東情勢とアメリカの金融緩和の縮小が、ボディーブローのように効いてくるのが懸念される。
		建設業（経営者）	・手持ち仕事量はほぼ横ばいで推移するが、冬季を迎えるなかで、日照時間の減少、降雪による除雪、低温による暖房養生などにより、生産性が低下するとともにコストが増加することになる。特に、設計単価と実態にかい離が生じることで損益面が厳しくなる。また、人手不足も解消する見込みがない。
		建設業（従業員）	・準大手建設会社では、現在稼働中の建築現場の多くが年内、もしくは年度内に終了するが、その後に新規着手する現場が少ないため、今後についてはやや悪くなる。
通信業（営業担当）		・これまでの1年半程度、景況感の良い状態が持続していたが、取引先及び周辺企業の設備投資、業績拡大もそろそろ踊り場を迎える兆候が感じられる。しばらく続いてきた当社の業績拡大も今後はやや下ぶれを始めると思われる。	
司法書士		・円安、ガソリン価格の高止まり、灯油価格の上昇の影響が懸念される。仮に、消費税率を10%に上げるとの結論が出されれば一層の景気後退となる。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	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、労働力の確保が企業の課題となってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・回復するような要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・次年度以降の病院施設や大型建築物の着工、公共事業への期待感もあり、当面は現状のまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・予断を許さない状況下ではあるが、今後も概ね現状維持で推移する。ただし、円安が進み、電気料金の再値上げが実行されれば、景気の悪化につながりかねない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・年末商戦に向けての人材獲得が始まる時期であるため、これ以上消費マインドが低下しなければ前年並みで推移する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前月、今月と2か月続いて、募集広告の売上が前年を下回ったことから、これまで続いた求人の増加傾向が一服することが懸念される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税の影響も特にみられず、北海道を支える観光産業も好調ではあるが、今以上に景気が上向き要因も見当たらない。企業の採用意欲は引き続き上向きではあるが、学生の就職活動の動きが悪く、閉そく感は否めない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・人手不足感は相変わらず続いているが、景気の先行きへの不透明感や再度の消費税率引上げに対する不安が増している。	
	職業安定所（職員）	・円安傾向が一層進んでいることを背景に、燃料価格の高騰や原材料価格の高止まりが起きていることに加えて、人件費の高騰、電気料金の再値上げの予定など、中小零細企業を取り巻く環境は依然として厳しい状況が続いているため、今後についてはやや悪くなる。	
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	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・引き続きイベントなどの慌ただしい時期となる。同時に、物販店、飲食店の新規出店があり期待が持てる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・引き続き布団づくりの注文がきている。
		百貨店（経営者）	・現在は、都市部と地方、製造業とサービス業、大企業と中小企業など、立地や職種において景気拡大局面の時間差が発生しているが、景気の大きな流れでは、いずれ格差は解消される局面が来るとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上が少しずつ回復している。
		衣料品専門店（経営者）	・10～11月は今よりも良くなると思うが12月はあまり期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・秋らしい陽気になり、クールビズからスーツを着てネクタイをするモードになってきている。出だしから季節にふさわしい気温になれば買換えのニーズが高まり、スーツも売れるとみている。
		家電量販店（従業員）	・話題性のあるテレビの新機種が各メーカーから順次発表されている。客の認知度も上がってきており、年末に近づくにつれて来客数が増えて購入単価も上がり、少しずつ上向きになっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・市場が動き出してきており、10～11月は期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率10%への引上げによる、増税前の駆け込み需要があるかと期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税のことは話に出てこなくなっており、個人客の注文が少しずつ伸びてきている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・年末に向けての販売量の動きは多少なりとも伸びてくるとみている。しかし、いったい何が必要とされているのか読めず、なるべく在庫は増やさずにいる。ネットなどの競合で商売の形態が変わってきており、対応できなければ後は厳しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・年末商戦に伴い、客の購買意欲も高まるとみている。
高級レストラン（支配人）	・忘年会などの特別な利用が増えると思っている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		一般レストラン（経営者）	・これから寒くなり忘年会シーズンも迎えるので、やや良くなると期待している。		
		一般レストラン（経営者）	・毎週とって良いほど週末に大きなイベントがあり、街中には人が増えてきている。それによって客の購買意欲が高まるとみているので、今後は少しでも良くなるのではないかと。		
		観光型ホテル（経営者）	・11～12月の入込予定数は前年比10%増となっている。		
		都市型ホテル（経営者）	・秋口から年末に向けての宴会需要が高まっており、日々の予約状況も好転している。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月からは当地で全国的なイベントが始まる。人の交流が多くなりお土産などの買物も増えていくので、この先の波及効果も少なからずあるのではないかとみている。どこまでばん回できるかは不明だが、今現在よりはかなり良くなると期待している。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・秋の観光シーズンに向けて来客数が増えてくるとみている。また、今年はクリスマス、年末に向けての対策を早めにおこなっている。		
		通信会社（営業担当）	・毎月、解約者数が徐々に減少し続けている。また、10月からは年末キャンペーンの効果も期待できるので、新規の契約者が増加していくとみている。		
		テーマパーク（職員）	・客の消費が消費税増税前と同等になりつつある。		
		観光名所（職員）	・震災を境に少しずつ伸びてきていたが、ここに来てフリー客などの動きが良くなり、V字回復の角度が上がってきている。このまま10月の状況も良ければ大分景気は良くなっていくのではないかとみている。		
		住宅販売会社（経営者）	・来月より、長期営業物件が順次契約予定である。		
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・この先良くなることに期待を込めて取り組むしかないと感じている。		
		変わらない		商店街（代表者）	・相対的な比較の場合、相変わらず低調な状態で推移していくとみている。一方で絶対的にみた場合、年末に入って多少の需要が見込めるものの、これも不透明な状態である。
				商店街（代表者）	・年末にかけて悪くなるという心配はそれほどないが、逆にいえばそれは好転する気配が今のところないということであり、このまま経過していきそうである。物価の上昇はマイナスにはなっても絶対にプラスにはならないことを実感している。この辺がいわゆる経済指標とは違うところかもしれない。
商店街（代表者）	・今後は秋物商品の動きが活発化していく。また、紅葉シーズンによる個人の観光客や出張者の宿泊などがみられており、こうした客の購買力、特に飲食に関する効果を大きく期待している。				
商店街（代表者）	・他力を当てにせず自力で集客しなければならない。				
商店街（代表者）	・消費者の財布のひもが緩まないままで年末年始へ向かいそうである。				
一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末まで行事もなく、来客数はこのままで推移する。				
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・先行きが不安であり、客は不要なものは購入しない。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・4月に消費税増税となったが、その3%の上乗せ部分が売上に全然反映されていない。むしろ前年より売上が減っており、5か月が経ってもなかなか元に戻っていない。この状態が年末まで続くのではないかと危惧している。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店の客には健康志向があり、そのための出費にはしっかりと対価を払う傾向がみられる。それは今後とも変わらないので良い方向に推移するのではないかと。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の購買意欲は順調であり、景気はこのままゆっくりと回復していくといえるが、過去の経験では直近数か月の業績回復から楽観的見通しを立ててもそう上手くは行かない事がほとんどである。そのため、慎重に見通した場合今後も景気は変わらないとみるのが妥当である。				
百貨店（売場主任）	・寒さの兆しが早く冬物の動きは良くなるとみている。しかし、光熱費などの値上げの発表で生活防衛意識が強まっており、必要な物しか買わないという傾向も強くなる。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・株高、円安の基調のなかで、地方の経済がどこまで恩恵を受けて消費に回っていくかは不透明である。特に身近である小売りは物価高が影響して先行きが不透明であり、上がる要素も極端に悪くなる要素もない。
		百貨店（営業担当）	・12月以降は前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が発生し、3月に向けて前年比マイナスの実額が増加するとみている。ただし、反動減を除いた景気の基調はそれほど変わらない。
		百貨店（営業担当）	・消費税率10%への引上げに対する不安があり、また、自身の所得アップに期待が持てない。
		百貨店（売場担当）	・全体の消費傾向はまだ回復に向かっているとは言い難い。客の買い方も賢くなっている今、百貨店の得意とする重衣料の売上が大きく伸長するとは考えにくい。しかし、とある海外ブランドについては、来年で国内ライセンスが切れることから、それまでにコートなどの重衣料を購入しようとする客が増える見込みであり、既に夏から動きが出ている。
		百貨店（経営者）	・衣料品が好調だけに期待できる面もあるものの、総じて高額商材の動きは厳しく、全体的な売上の向上にはまだ時間がかかる。これに対し、前年以上の販売促進策は講じるが、どれほどのレスポンスがあるかは不透明である。
		百貨店（経営者）	・乗客数、購買単価共に持ち直しておらず、消費者の購買意欲はすぐには改善しないとみている。
		スーパー（経営者）	・円安によるエネルギーコスト、物価上昇を懸念している。さらに消費税率10%への引上げが決まったら怖い。
		スーパー（経営者）	・一時的に電気料、ガソリンなどの燃料費の若干の値下げ、最低賃金の改定など、消費にプラスの要因があるが、反面、米の価格低下や一部加工食品の値上げの報道もあり、消費改善に繋がる強い要因はないように見受けられる。よって、今後も同じ推移がしばらく続く。
		スーパー（店長）	・お盆が終わり消費者の財布のひもがかなり固くなってきている。ガソリン、灯油も価格の高止まり感が強く、冬に備えるためにますます節約志向が高まりそうである。
		スーパー（店長）	・光熱費の高騰や、新米価格などの下落による農家所得の低下など、客の景気先行きの不安要素である。小売業全般としては景気回復の好材料は見えてこない状況である。
		スーパー（店長）	・年末商戦を迎え、各企業においては賃上げも終わりボーナスが支払われる時期である。しかし、食品メーカーなどの各社において、原材料の価格高騰もあり値上げが予定されている。そのため、いかに年末商戦といえども客の財布のひもは固くなるのではないかと。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響はまだ続く。
		スーパー（営業担当）	・消費税率10%への引上げが検討されはじめ、雰囲気的にまた値上がり感を思い出させている。また、ここにきて乳製品などの値上がり報道や、冬期を迎えて光熱費の負担増が消費を足踏みさせている。
		コンビニ（経営者）	・単価が低下しているなかで、買上点数は前年を下回っているものの、3か月前と比べれば上昇している。来客数は前年より増加しており、値上げの影響が一巡すれば持ち直すのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・大きな変化要因が無いため状況は変わらない可能性が高い。しかし、順調に販売数を伸ばさせているカウンターコーヒーやスーパー代替の生鮮品、日配品の伸長次第では、トレンド改善もあり得る。
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境が変わりはなく、現状が好転する要素は見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・状況に変化がない。
		コンビニ（店長）	・相変わらず電気代が重くのしかかっている。そこにきて、政府が最低賃金のアップを強制的におこなっているような状態で、店側としては非常に厳しくなっている。原油価格も相変わらず高値であり、プラス要因が全くみえない状況で非常に厳しい秋冬になるのではないかと。
		コンビニ（店長）	・暖房を使用するシーズンに入るが、燃料価格が高止まりしている現状のままでは、節約志向も依然として高いままである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・円安や原材料高の影響で、輸入品の防寒衣料が前年より15%ほど高くなっている。販売実績のあるアイテムの苦戦が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・地方が潤う対策が急務であると同時に、我々も知恵を絞り打開策を見出したい。
		衣料品専門店（店長）	・秋物商品の立ち上がり早いなどの前あたりは良いものの、実需型の客層の動きをみてみないと今後の動向は予測しにくい。
		衣料品専門店（店長）	・景気の回復が感じられず、ビジネスマンのスーツ、コートなどの買い控えが続く。
		家電量販店（店長）	・景気を刺激するような対策がない。
		家電量販店（店長）	・家電製品のなかでも、冷蔵庫、洗濯機は春から少しずつ客単価が上がってきていたが、消費税増税の影響からの改善がやや伸び悩んでおり、ここにきて前年を少し下回っている。
		家電量販店（店長）	・数か月前から来客数が変わっていない。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税引上げを見据えた駆け込み需要が始まる可能性もあるが、前年度の消費税増税前の駆け込み需要ほどのインパクトはなく、しばらく新車販売は滞るとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ2～3か月で客の動きが急に良くなるとは考えにくい。
		乗用車販売店（店長）	・新型車などの話題もなく、ここしばらくは新規客の来場数の減少が続くとみている。既存客からも景気浮揚に繋がる話は聞こえてこない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の影響は薄れていくとみている。しかし、円安の状況や物価高などを考えると良くなるまでは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・9月は、今まで抑えていた広告宣伝をかけることで売上を伸張させようとしたが、なかなか耐久消費財は動きが鈍いというのが現実である。また、他店もリニューアル、処分市などを展開しており、競合相手からも押されている。
		住関連専門店（経営者）	・周囲の話では、給料の大幅な増額といったことはあまり聞かないが、消費税増税で極端に消費が少なくなったという話もあり聞かない。また、当店の売上自体もほとんど大きな変動もなく推移しているので、しばらくはこのままの状態が続く。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・職人が非常に不足しており、受注があっても工事ができずに売上に結び付かない状況が数か月間続いている。今後も即座に改善の見込みが立たないことから、市場のお金の流れがかなり鈍い。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末に近くなると消費者の購買意欲が高まっていくのが例年の動きであるが、今年は、消費税増税、価格高騰、商品の値上げなど消費者にとっての不安要素が多く不透明である。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・冬の天候次第である。気温が下がり、降雪、積雪とならないと長靴やスノートレーニングシューズが動かない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・冬場の需要期に向けて、ここしばらくは収益回復を図るうえで価格形成がうまくいくかどうかの重要な時期である。現状のままであれば、かなり厳しい状況にならざるを得ない。さらに、需要も下振れしており厳しい状況が続いている。中東情勢と相まってここしばらくの価格の動きが流動的であり、これから先3か月の見通しは何とも予測がつけづらい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・変化の兆しや大きな変動要因がみられない。
		高級レストラン（経営者）	・景気が良いのは輸出を中心とした大企業のみである。零細企業は非常に良くないままの状態が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・新しい政策が出るような気配も特に無さそうなので、あまり変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・うちのレベルのレストランになると、世の中の風潮に敏感に影響を受けると思っている。景気がこれから良くなるという雰囲気が出てくると来客数は増えるだろうが、期待はできない。あまり良くなれないというマスコミの影響もかなりあり、今後も苦しい状況が続いていく。思ったほど給料が上がらないとか、材料費が高騰していることもあり、洋食屋としては厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・ここまでの景気アップに対する政治の対応不足は、地方への対応の不具合にも繋がってくる。客の会話からは、消費税増税をするのであれば段階はいらなかったのではないかと、という声を聞いている。
		スナック（経営者）	・この先2～3か月は客が増えるような要素や材料がない。次のボーナスが出るあたりまではこの状態がだらだら続くのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・7～9月の状況が次の消費税引上げの判断材料とされるなかで、9月も消費低迷が続いている。この先の予約状況も芳しくなく、10月はそこそこの数があるものの11～12月は遅れている。ホテル業においては回復に時間がかかるようである。
		旅行代理店（経営者）	・個人旅行の需要が、伸びなかったり持ち直したりと月によって極端な動きをしている。今までのように動向が読めずに先行きは不透明である。しかし、年末の販売量がこれから伸びていくことは期待している。
		旅行代理店（従業員）	・まだまだ様子見の傾向は続く。
		通信会社（営業担当）	・中小企業の人手不足は建設業、製造業に打撃を与えるのではないかと。労働者の確保と賃金のマッチングがされないと更なる経費が重なるため、経営者は慎重になっており、12月までは景気は足踏み状態であるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税率10%への引上げとなるまでは景気は横ばいに推移する。
		通信会社（営業担当）	・現状から脱却するような良い材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・消費税率10%への引上げが決まれば、その反動による駆け込み需要で高額な消費財が売れていく事は想定されるが、他の消費は現状と変わらない。
		観光名所（職員）	・冬にかけてもイベントを開催して閑散期の誘客を図る。
		遊園地（経営者）	・ガソリン価格の上昇に不服感があるものの、他の物価の値上がりは継続しており、消費の先行きはまだまだ見通せない。
		競艇場（職員）	・今月はやや景気が良かったものの、大口顧客に頼ったものであり来客数が増えているわけではない。トータルでみるとこれから先の景気に変化はない。
		美容室（経営者）	・消費税増税後、生活の流れも落ち着いてきている。東北においてプラスの外的要因はあまりみられないので、戦争など政治的な部分で影響されなければ現状のままで続けるとみている。
		美容室（経営者）	・客との会話でもあまり変わらないという話が多い。
		設計事務所（経営者）	・住宅以外の仕事もなかなか決まっていけないので、2～3か月は現状維持でいくとみている。
	やや悪くなる	スーパー（総務担当）	・消費税増税の影響がじわじわ出てきている。1人当たりの買上点数の落ち込みが特に大きく、来客数も落ち込んでいる。スーパーは回復の兆しがみえない状況である。
		スーパー（営業担当）	・平成26年度産の米の概算金が暴落している。下落率も60キロでマイナス25%前後と今までになく大きく、農業県の景気に与える影響は大きい。
		コンビニ（経営者）	・競争激化で客足が伸びない。要の土曜日でも平日並みの来客数になっている。
		コンビニ（エリア担当）	・小売店増加による売上の低下が懸念される。
		コンビニ（店長）	・雪が降ると来客数が減るので売上も減少し、更に除雪代や光熱費などが経営を圧迫してくる。コンビニ全体の売上の前年比が下がってきているようなので今後は懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・米の価格が下がったため、今年の冬は厳しくなるとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・米の農協補償価格が前年より大きく下落していることにより、さらに消費が落ち込む懸念がある。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の価格の下落など、地元の農業従事者にとって大きなマイナス要素が出てくるとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・本来であれば忘年会、新年会などの一番の繁忙期であり、特に特定日など埋まっていなくてはならない日でもまだ空き状況が多くみられている。直近まであらゆる手段で営業をしないと前年割れするような状況が続いており、売上全体の足を引っ張っている。そのため、先行きの不透明さが増大している。

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	
		観光型旅館（経営者）	・紅葉期の予約状況の動きが前年よりも鈍い。先立って予定を立てるのではなく、その時になってから日帰りの行楽で済ませようという客の雰囲気が強い。	
		観光型旅館（スタッフ）	・このまま低単価商品で客室が埋まると、売上が上がっても収益性が悪くなり、良い結果にはならない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況も芳しくない。	
		旅行代理店（店長）	・先行受注の状況はやや悪くなっている。	
		タクシー運転手	・消費税が増税され、さらにまた来年も税率が上がるという観念が頭から抜けず、ますます客の財布のひもは固くなっていく。	
		タクシー運転手	・客は、消費税率10%への引上げについてかなりの不安を感じているようである。	
		通信会社（営業担当）	・来年に予定されている消費税増税を客が意識しはじめており、値下げ要求が多くなってきている。	
		美容室（経営者）	・景気は回復しているものの物価も上昇しており、客も気をつけて買物をしているようである。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・例年、米の収穫が終わると消費行動が伸びるが、今年はあるきたこまの米価下落の影響を受けるのではないかとみている。	
		悪くなる		一般小売店〔書籍〕（経営者）
スーパー（経営者）	・米価の引き下げ、急速で過度な円安、灯油高などがあり、また、消費税率10%への引上げが発表される見通しであるため、景気は悪くなるとみている。			
コンビニ（経営者）	・高齢化が進み、なかなか若者が帰ってこない状況で高齢者が亡くなれば人口も減少していく。消費税もそうだがこの現状が大きく悪循環をおこしている。			
企業 動向 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	—	—	
		食料品製造業（総務担当）	・売上は微増している。増産のための人員が不足しているが、人員は市場で取り合いになるため100%の確保ができていない。	
	木材木製品製造業（経営者）	・住宅需要がやや回復していくとみている。		
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・これから年末、年度末に向けて、売上が増えていくとみている。		
	電気機械器具製造業（営業担当）	・年末に向けての受注増に対して、人員の確保や増員をするところも見受けられるので若干は良くなる可能性がある。ただし、年度末の見通しが立っていないところも多い。		
	建設業（従業員）	・下半期も、おおむね現在の傾向のまま推移するとみている。しかし、見通しにある複数の大型建設事業の発注が予定通り進めば、若干の上向きになるものと見込んでいる。		
	輸送業（従業員）	・生鮮品の出荷が継続される見込みである。		
	広告代理店（経営者）	・受注量が増えている。		
	公認会計士	・建設業関係は、相変わらず売上、利益共に前年比より落ち込んでいるものの、受注状況は順調である。小売り関係も消費税増税の影響を脱しつつあり、若干上向くのではないかとみている。		
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年末に向けて、地元では新規飲食店の開業などの話が出てきており、外食での消費需要に期待している。		
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・10数年ぶりに新卒者の採用を予定している。		
	変わらない		農林水産業（従業者）	・なし、ぶどうの販売単価は前年程度である。ふじりんごの生育も順調で、品質、販売単価共に期待が持てる。
			食料品製造業（経営者）	・為替で円安が進んでおり、原料等の仕入れに影響が出てくる可能性を懸念している。
食料品製造業（営業担当）			・首都圏向けの売上が増加している分、東北で売上が減少している。結果として今後も大きな変化は見込めない。	
繊維工業（経営者）			・大企業の景気は良いようであるが、零細中小企業は人手不足や原材料、電気料、燃料費などの価格上昇に苦慮している。	
土石製品製造販売（従業員）			・これから冬に向けて、積雪のある地域では雪が降る前に道路補修工事などを終わらせてしまいたい、このまま燃料費や原材料費が上がったままでは、利益にならない工事ばかりである。	
一般機械器具製造業（経営者）			・自動車部品については、自動車の国内販売の動向、輸出環境共に変わらないとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・電子機器メーカーの新製品開発の谷間の期間となるため、ここ数か月は変化のない状況が続く。	
		建設業（経営者）	・今後は、受注価格の低下、資材の値上がり、技術者、特に若者の技術者不足が心配である。	
		建設業（企画担当）	・工事消化のピークの状態が続いているが、東京オリンピック関連工事の発注時期と、急激な円安の影響に不安がある。	
		通信業（営業担当）	・今後とも顧客ニーズに応じていくためには、日ごろからの継続的な営業活動が必要である。	
		通信業（営業担当）	・政治次第である。	
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。	
		金融業（広報担当）	・状況が変化する材料がない。	
		経営コンサルタント	・消費者の意識と商品価格との間の「相場観」がなかなか合わない状況が続く。	
		司法書士	・地方では景気を左右する要因に乏しく、不動産取引などを活性化させるには至っていない。	
		コピーサービス業（経営者）	・数件の受注案件はあるものの新規での受注はなく、新規の受注に結び付くような商談も発生していない。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅展示場への客足が鈍化している。積極的に商談に入る客も少なく、しばらくは模様眺めが続く気配である。	
		金属工業協同組合（職員）	・受注量は企業間によりばらつきが大きい。総じて現状維持となっている。しかし、年度初めに予想した程の受注量の増加には至っておらず、先行きは不透明である。	
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税率の上げ幅ほどに賃金は上がらなかった。また、夏の天候不順もあり消費が落ち込んでおり、全体的に景気は悪くなるとみている。
			輸送業（経営者）	・現時点で、大口荷主の生産計画に減産の予測が出ており、先行きに良い材料もなく心配している。
広告業協会（役員）	・不動産、自動車販売、流通小売は今後とも期待できない。前年の地元球団優勝のような経済的波及効果も期待できないので、この先は厳しい状況が続く。			
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・震災から3年半経過しているが、とにかく地場産業、基幹産業である水産関係は半分も戻っていない状況である。消費税の問題、先行きの景気の問題なども非常に憂慮している。			
悪くなる	農林水産業（従業者）	・今後も米価は下落傾向にある。		
雇用関連 (東北)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新卒採用の動きに着目している。平成28年4月入社採用に向けての動きがスタートするが、新卒採用を実施すると表明している企業は前年とほぼ変わらない。すでに3月の合同会社説明会への予約が殺到しており、残席わずかかの状態である。企業が意欲的に新卒採用をしている。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣登録者の伸びは、今後も大きく期待できない。	
		アウトソーシング企業（社員）	・今後もこれといった大型の仕事の依頼が来ていないので変わらない。	
		職業安定所（職員）	・求職者数の減少はあるものの、求人数の増加がない。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数共にほぼ同数で推移しているので、当面はこのままの状況で推移していく。新規求職者数は前年比3か月連続減少、有効求職者数は前年比6か月連続減少と求職者は減少傾向となっている。	
		職業安定所（職員）	・求人倍率も米国の大手金融機関の破たん以前に戻っており、これ以上の伸びしろはないとみている。	
		職業安定所（職員）	・人材不足が継続している。建設、水産加工、介護福祉関係のいずれの職種でもまだまだ人が足りずに、生産量を伸ばせない、十分に施設を稼働できない、在職者の負担が大きいなどの状況が続いている。また、求人数、求職者数の大きな変動要因も見込まれていないため、この状況は続いていく。	
		職業安定所（職員）	・求人の状況は依然として安定した状態にある。また、現在のところは規模の大きい新規創業及び企業整備の感触はなく、求人数の動きとしては同様の状況が続くとみている。	
	民間職業紹介機関（職員）	・新卒採用は良くなっているが、業種別でみると相変わらず偏った傾向にある。		
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税がボディブローのように効いてきており、加えて異常気象により夏場の物の動きがみられない。国外では産油国の紛争、病原性ウイルスの流行など、景気に大きく作用する事象が相次いでいる。更なる増税をすれば景気が一気に冷え込むことが懸念される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・急激な円安の影響でガソリンを始め生活用品が値上がりしている。売上が伸び悩むと、企業はますます採用意欲をなくすのではないかと心配している。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・首都圏において建設資格者の募集があるが、県内にはもう人材がいない状況である。自動車関連企業の募集には動きがあるものの、新聞では反応があまりみられないため、今後の求人募集の掲載がネットなどに絞られるのではないかと心配している。
		職業安定所(職員)	・今年5月から毎月伸び率の幅が小さくなっていて新規求人数の前年同月比が、今月はとうとうマイナスに転じている。
		職業安定所(職員)	・今後、大手電気機械器具製造業や繊維工業などで雇用調整が予定されており、求職者数の増加が見込まれている。
	悪くなる	人材派遣会社(社員)	・主力取引先が悪化しており新規受注も弱含みであるため、2～3か月先の見通しは暗い。

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)	・地域外業者との競争となるが、これから2～3年は大河ドラマ放映の影響で売上増に期待できる。
		コンビニ(経営者)	・年末年始に向かって客が必要とする商品が出てくると、イベント性が高くなることで関連商材が売れるため、先行きは良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・客の動き、特に県外客の伸びが前月に続き良くなっている。
	やや良くなる	百貨店(店長)	・今までの安い物への志向から、上質で価値あるものへのシフトが如実に感じられ、購買金額を押し上げる一因となってきている。この動きは今後更に加速するものと考えている。
		スーパー(店長)	・気温が早く低下したため、秋冬商材の売行きはすこぶる良く、間違いなく売れる状況である。
		スーパー(総務担当)	・消費税増税後、数値は悪いものの月ごとに改善してきているので、今後の数値には期待できるが、10%への消費税増税実施の方向が強まれば、状況は変わるかもしれない。
		コンビニ(経営者)	・行楽の秋、食欲の秋など良い商品がたくさんあるので売り込んでいきたいと考えているが、天候が問題である。天候に左右されない店づくりを考え、いろいろ試行錯誤してきたが、ゲリラ豪雨みたいなのが来るとやはり客はぱたっと止まってしまう。豪雨の前後、どのように客や売上を回復させるかが課題になっている。
		コンビニ(店長)	・今月は後半がかなり落ち込んだ。天候不順だけが原因ではないと思う。深夜が大変静かになっていて、できれば閉めたいほど状況が悪くなっている。年末商戦に向けて予約活動を活発に行えば、いささか好転するだろうと考えている。
		乗用車販売店(経営者)	・下期には新型車が出てくるため、販売増が見込まれる。
		乗用車販売店(販売担当)	・来客数、販売量が少しずつ増えている。以前はイベント時に全然成約が決まらなかったが、このところ少しずつ決まるようになってきたので、今後は消費税の更なる増税を控えて販売が伸びると見込んでいる。
		乗用車販売店(統括)	・新商品の投入が計画されているため、やや良くなる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・2～3か月先はちょうど忘年会シーズンに当たり、年間の売上でも大きい部類に入るので、今月よりはやや良くなるのは間違いないが、果たして忘年会、新年会等にどのくらい集客できるかは課題である。一生懸命努力していきたい。
		旅行代理店(営業担当)	・年末年始にかけて旅行需要は増加する傾向にあるので、やや良くなる。
		美容室(経営者)	・美容専門学校の入学数について、昼間の生徒の推薦者が少なく、通信制の入学者が非常に増えている。高校生の就職がスムーズに進んでいるため、昼間の推薦者が少なくなっているようである。
変わらない	商店街(代表者)	・円安が進んでいくと輸入品がますます高くなって、物価が上がり、買物を渋るようになってくる。	
	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・ニュースで紅葉が早く見ごろになると言っているので、出かける機会が増えてきそうである。買物に力を入れてもらえるよう各店頑張れば、何とか現状維持くらいはできそうである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・現在のところ、特に客が期待するような商品等がまだ少ないため、変わらない。
		百貨店(営業担当)	・景気は上向きつつあるようではあるが、原材料等の高騰によって、なかなか目に見えて回っては来ないような気がするので、現状のままという形だと考えている。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税による影響は解消しつつあるがいまだに継続している。現状のトレンドから脱却できる要因は見当たらず、今後2～3か月は現状維持と見込んでいる。
		百貨店(販売促進担当)	・気温の低下に伴い冬物衣料の動きも活発になってくると思われるが、全体的に好転させる材料には乏しく、変わらない。
		百貨店(店長)	・消費税増税後の最悪期は脱しているが、力強さはない。
		スーパー(統括)	・急激な円安ではあるが、原材料以外の年末商材の値上げの話は少ないため、消費動向は現状のまま推移し、消費の冷え込みを招くほどの落ち込みはないと考えている。
		スーパー(商品部担当)	・一般食品や輸入品などの値上がり、ガソリン等の高値安定の状況に変化がないことと、市町村の人口減を考えると難しい状況である。
		コンビニ(経営者)	・隣にできる建物の前の分離帯が取れるのを祈っている。
		コンビニ(経営者)	・これから冬場に向かって、やはり来客数が少なくなる。年末商戦にかかってくるので、その分はプラス要因になると思うが、プラスマイナスいろいろ考慮するとあまり変わらないという判断である。
		コンビニ(経営者)	・消費税の影響もあるが、働く主婦と高齢者のニーズに合わせることで消費の拡大は可能と考えている。コンビニも生鮮三品、宅配、手軽な総菜の拡大、きめ細かな対応でまだまだ需要の掘り起こしは可能である。
		コンビニ(店長)	・今月は工事があって大分良くないが、それ以外は特別大きな変動がある予定もないので、あまり変わっていかないような気がする。
		乗用車販売店(経営者)	・ガソリン価格が高止まっているため、消費者は車関係の出費を抑えているようである。
		乗用車販売店(営業担当)	・走行距離も多く台替えしたいが車にまでお金が回らないと客が話しているので、まだ厳しい状況が続く。
		乗用車販売店(販売担当)	・ミニ展示会やチラシ、電話などで宣伝は行っているが、さほど客に伝わらないようで、来客数、販売台数いずれも横ばいである。良くなる要素は見当たらない。販促がうまくいかない限りは、このままの低い水準で推移するのではないかと。
		乗用車販売店(管理担当)	・地方の中小企業の景気は依然厳しい状況で、生活必需品の衣食費用は増えているが、ガソリン価格の高騰や円安による輸入品高騰により消費者の財布は厳しくなっている。
		自動車備品販売店(経営者)	・周辺であまり事業が行われていないので活気が感じられない。消費税増税で皆が神経質になっており、消費に関しては消極的である。今後の消費税の行方によっては、更なる購買意欲の低下も見込まれるので不安である。
		住関連専門店(経営者)	・地方の民間レベルでは景気を刺激する材料が不足している。一般消費者は消費税増税の圧力を感じているのではないかと。
		住関連専門店(店長)	・気候、気温などの要素により変動はあると思われるが、特に良くなる要因はない。
		住関連専門店(仕入担当)	・円安が進行し、先行きの不安を感じる。消費税増税と円安による仕入価格の上昇、販売価格への転嫁など、懸念材料が多い。
		その他専門店〔燃料〕 (従業員)	・販売量は堅調に推移すると考えている。
		一般レストラン(経営者)	・東京一極集中という言葉があるが、東京はオリンピックを先に控えて今後も伸びていく一方だと思うが、地方は景気の良さをなかなか実感できない状況が続いている。
		一般レストラン(経営者)	・地方ではまだ物価上昇に合わせた単価を設定しにくい状態のままである。
		スナック(経営者)	・上向いていくきっかけがつかめない。通行量も少ないまま、宴会も入らない。元気が出るようなニュースが欲しい。
		スナック(経営者)	・地方は本当に良くない。周りに聞いてもあまり良い話が出ない。地方はどうしたらよいのか迷っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（営業担当）	・この先3か月については、例年ホテルとしては稼働が上がる時期だが、例年と比べて変わらない状況だと思うので、例年どおりということでは変わらない。特に変動するような大きな要因もない。
		都市型ホテル（副支配人）	・現在の予約状況から判断すると、年内は現在のような前年を上回る状況で推移して行くと思うが、更なる売上増を期待できるほどの材料は見当たらない。
		旅行代理店（所長）	・現在、行楽シーズンで観光客の来訪が多いが、この傾向はしばらく継続できそうである。
		タクシー運転手	・地方では、料金が安いせいかタクシーを利用する人が増えないので変わらない。
		タクシー運転手	・10～11月はほぼ変わらないが、12月は忘年会のシーズンになるので動きが多少良くなる。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが悪いのでこの先も変わらない。
		タクシー（役員）	・円安が進み燃料価格が上がっているため、先行きが不透明である。
		通信会社（経営者）	・今後、物価上昇や円安の影響が懸念されることから、一層節約志向が強まるのではないかと考えている。
		通信会社（営業担当）	・今後の更なる消費税増税について様子を見ながら傾向が強くなる、消費に対して慎重になっている。
		通信会社（局長）	・これ以上悪くなるのは困るが、かといって良くなる期待感もない。
		テーマパーク（職員）	・来客数や売上が増加すると思える材料が乏しく、逆に消費税増税や円安などの外的要因の影響を受けそうで、良くなると思えない。
		観光名所（職員）	・ツアーの入込が伸び悩んでいる。貸切バスの新運賃制度も影響しているのではないだろうか。
		ゴルフ場（支配人）	・天候の安定する秋のゴルフシーズンを迎えたが、曜日による予約のばらつきが目立つ。また、相変わらず20～30代のゴルファーが少ない。
		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。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・人数、予約状況共に現在の数字で推移していくものと思われる。単価についても依然横ばいで変わり映えがしない状況で、変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・消費税増税、中東情勢の悪化等、不安定な要素がぬぐい去れない。
		設計事務所（経営者）	・計画物件も多くあるので、忙しい状況が続く。
		設計事務所（所長）	・決算月を迎えたがあまり成果が得られなかった。年末に向けて早めに手を打たないと悲惨な状況になりそうである。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・円安と物価の上昇に収入が追い付かないという会話が、店頭でよく聞こえてくる。
		商店街（代表者）	・来店客の会話の中では、いつも給料が上がらないし、物価が高くなる、消費税も上がったということで良い話が1つも出ない。これでは購買力は落ちてくる。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費意欲が上がる要因がない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・急激な円安によって輸入品がかなり上がっている。ガソリンや電気代などもこれからますます上がっていくので、やや悪くなる。
		百貨店（店長）	・ガソリン価格の高止まり、10月以降の商品値上げや内容量減少が予定されており、消費意欲の減退が見込まれる。
		スーパー（経営者）	・競争環境と人材不足から、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・近隣に競合店がまた1軒増えたことが大きな原因である。
		衣料品専門店（統括）	・お祭り関連の消費時期は10月で終わる。これから暮れに向けて、本来であれば年末年始は購買意欲が増す時期であるが、節約ムードが非常に強いと感じている。
		乗用車販売店（経営者）	・円安が続伸している。輸入品に頼る日本はこれから食料を始め原材料の高騰に悩まされるのではないだろうか。また、地元の自動車メーカーが取引先に対し5%のコストダウン要請を行っており、当然そのまま2次、3次請けにも波及しているため、徐々に景気が悪くならなければよいと考えている。
		高級レストラン（店長）	・景気回復の話題や実感は都市部や大企業だけで、逆に地方や中小企業は消費税増税や値上げラッシュで以前より悪化しているように感じられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・各種団体が予算不足を理由に飲食費を削っている。葬祭の件数は増えているが直葬、家族葬といった費用のかからないものに移行しており、通常の葬儀が減少している。
		スナック（経営者）	・毎年のことながら、10～11月と売上が下がるため、やや悪くなる。
		観光型旅館（経営者）	・10月の集客があまり良くない。年々冬の集客が悪くなっているため、今年も良くない傾向を予想している。
		旅行代理店（従業員）	・為替変動の状況が変わらないためである。
		旅行代理店（副支店長）	・天候不順が心配である。夏までは順調に伸びてきたが、ここにきて客足が鈍くなっている。また、バスの運賃改正による旅行費用の値上げのために募集型企画旅行の集客も悪く、催行率も落ちている。今後もバスの運賃改正と消費税増税の影響が懸念される。
		設計事務所（所長）	・今は工事費の予想が非常に難しい、と言うより工事を請けてくれるところがない。このままではもし設計依頼があっても工事に結び付かず、今後ますます依頼が少なくなってしまうそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・都会と地方との格差は拡大していく傾向にあり、地方の景気は停滞する。
悪くなる		住宅販売会社（経営者）	・年末に向けて、各業種共に不景気感があり、消費はより鈍くなると予想される。住宅は高価な商品だけに影響が大きい。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・近隣に新しくスーパーが outlets し、競争から安くなったりで一般家庭は喜んで来ているようである。観光客もそれなりに来ているが、小売店まで影響が出てきて良くなるようなことはない。今後もあまり良いことはない気がしている。
		衣料品専門店（販売担当）	・客は自分へのご褒美などで買物をしようと思うが、家に帰ると生活必需品の値上がりを実感するため、じんわり真綿で首を絞めるような感じでそれが効いてきている。これからもこの雰囲気が続いてしまいそうなので、更に悪くなるような様相である。
		家電量販店（店長）	・顧客の様子では差し迫って必要な物はないようで、強いて言えば季節商材の買換えと買い増し、これからは暖房商材が鍵を握ると考えている。新発売のスマートフォンが好調に推移しているのは明るい材料である。
		通信会社（経営者）	・LPガス販売については、このまま円安が続けば輸入関連企業はますます経営困難になる。円安による物価上昇で販売店も消費者も不利益を被っており、何のためのデフレ脱却なのか全く意味が分からない。実態経済が上昇しなければ末端の生活は一層苦しくなるばかりである。
企業動向関連 (北関東)	良くなる	通信会社（経営者）	・いまだに地方では景気回復の兆しが見えない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先である自動車完成メーカーの輸出が増加傾向なので良くなる。
やや良くなる		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・太陽光発電事業については、各発電所で大手電力会社との契約が完了し、工事代金も振込済みで確定しているため、先行きも良くなる。
		化学工業（経営者）	・引き合いが増えており、営業活動中の物件で受注できそうな状況もあるので、少し上向くと見込んでいる。
		建設業（開発担当）	・公共工事受注は前年比8%増と、アベノミクス効果があり、有難い状況である。ただし、10年以上続いた低迷のため、事業自体が縮少してきており、作業員の高齢化が進み、若い働き手がいない。また、好景気の影響で労務費、材料費が高騰し、以前に比べて工事利益が下がってきている。今後も円安の影響で合材など輸入関係製品の上昇が続くとみられるため、工事利益が更に下がるのではないかと心配している。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始の商戦は例年どおり良くなることは変わらない。特別良い材料はないが、この時期の消費行動が停滞してしまつたら、地方経済は終わってしまう。
		経営コンサルタント	・消費税増税後の反動減が表面化しており、当分、予断を許さない状況である。今後は設備投資や個人消費での回復が期待される。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・消費税が10%になると悪くなるのではないかと心配である。
		食料品製造業（営業統括）	・スパークリングワインはやや好調に推移しているが、低価格品は輸入ワインにおされて苦戦を強いられている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品及び教室の新体験メニューの展開でクリスマス商戦に期待感がある。		
		金属製品製造業（経営者）	・8月はお盆休みもあって仕事量が少なくなった。9月の売上がどうなるかは少し期待している。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・当分受注量に変動はないようだが、採算性の悪い状態でこう着しているので困っている。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状では主要取引先の動向に変化がなく、新機種等のプラスの要因は見当たらない。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・大きな変化はないが、受注が薄く厳しい状況は続く。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・この先数か月間は現在と同じ状況が続くと思われる。ただし、円安傾向により材料価格の高騰が懸念される。		
		精密機械器具製造業（総務担当）	・受注件数、受注量共に増加する見通しは不透明で、景気が上向きとは判断できない。今後もしばらく同様の状況が続く。		
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今のところこの2～3か月は取引先等の販売量も多く良い状況だが、2～3か月先は全くなくなるかも知れず、先の見えない状況である。		
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくは現状維持と考えている。		
		建設業（総務担当）	・恐らく現在の状態のまま、年度末まで進行していく。		
		輸送業（営業担当）	・季節商材の冬物家電やインテリア関係の物量は例年並みに確保できる予定である。また、インターネット通販の物量が大変伸びている。しかしながら円安による燃料高も予測されるため、厳しい状況が続くそうである。		
		通信業（経営者）	・円安がどこまで影響してくるか分からないが、2～3か月では変わらない。		
		金融業（調査担当）	・改善に向けた材料が見当たらないため、変わらない。		
		金融業（経営企画担当）	・円安並びに消費税増税等により物価が上昇傾向であるが、大半の労働者は賃金上昇に至っていないので、徐々に消費が落ち込むと予想している。		
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・商店会の地図パンフレットを作成することになり広告出稿を募ったが、予定の7割ほどしか集まらなかった。趣旨には賛同してくれるのだが、余裕がないとの理由が大半である。		
		司法書士	・世界遺産富岡製糸場の関係で連日街中にあふれるほど人がいるが、やはり特定の土産物屋、飲食店が中心で、周辺の景気が上昇するところまではつなげていない。一進一退という部分もある。		
		社会保険労務士	・医療福祉関係は新規に事業立ち上げなどがあるが、それ以外では新規開業の話はあまり聞かない。		
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数共に特段の変化は見られない。		
		やや悪くなる		一般機械器具製造業（経営者）	・国内インフラ整備関連で数年先まで好調を見込んでいる取引先が数社ある一方で、全く回復が見込めない取引先や国内の減産を明確にしている取引先が多い。また、取引先より内製化を進める話もあるため、仕事量は減少傾向にあり、新規開拓できなければ近々で数字を上げていくことは困難である。
				電気機械器具製造業（経営者）	・物の売行きが悪いからなのか、年末にかけていろいろな会社が生産調整をするような雰囲気である。いつもは年末にかけてかなり需要が上がるが、今年は反対に水平飛行かそれよりも下なので、当社の売上は総じて前年比2～3割くらい落ちる見込みである。
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・百貨店や催事などでの販売は低調である。地金の高止まりや急激な円安で輸入材料が高騰しているが、それらを納入価格に転嫁できない状況である。				
金融業（役員）	・市場のパイが少なくなり競争が激化し、受注単価が大きく下がっている中で、原材料、人件費が上がっているため、収益の確保は非常に厳しいという状況である。				
不動産業（経営者）	・消費を控えて慎重になっているように見受けられ、更に拡大していく傾向にある。				
不動産業（管理担当）	・今まで業務を受託していたところが移転することになり、今後の受注は未定である。交渉が長引いた場合には受注減となる可能性がある。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・為替の影響で、原料価格の高騰が避けられないが、商品原価の値上げはなかなかできず、仮に売上を伸ばしても利益は出ない状況である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず資金繰りが大変である。
雇用 関連 (北関東)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・今すぐではないが、また来年少し忙しくなる予定なので楽しみに頑張っている。
		人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話の下取り検品業務が増えるためである。
		人材派遣会社（支社長）	・10%への消費税増税により、消耗品パーツのストックや不動産、自動車などの駆け込み需要、オリンピックへの整備需要など、関連業界の動きなどはばん石で、引き続き中途採用には積極的なので、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・お盆休みの影響もあり、電機、自動車関係の部品製造の子会社は少しずつ持ち上がってくると考えている。ここにきて車両も含めて中小企業の生産が好調で、少し動きがはじめてきている。食料品関係についても、天候が安定して伸びてくると見込んでいる。依然として医療、介護関係のスタッフ募集は多く、まだ厳しいようである。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・現状では周辺の経済状況を見ても、今後2～3か月先に上向きになることは望めない。
		職業安定所（職員）	・業界により状況は異なるが、生産に対して下期の受注が伸び悩んでいるとか、コストアップの影響を受けて利益が薄いなど、依然不透明感がみられる。2～3か月前と比べて求人数の伸びはある程度落ち着きが出ているため、変わらないという判断である。
		職業安定所（職員）	・求人数は若干増加していると思われるが、その増加度合いは数か月前に比べ減少しているように思われる。また、人手不足とする企業も一時期より少なくなっているように感じられる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・高校生の求人開始時期になっても例年どおり大学生が職を求めている。1つの求人に対して複数の求職者が応募し、企業側も非常に厳しい目で選考している。求人は出すが、企業に合った人材を採用するという状況は変わっていない。
		職業安定所（職員）	・収入減が予測される。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・小売業の減少が著しい。また、製造業は短納期の仕事が多くなっており、人材不足で残業等が増え、採算が悪化している企業もある。	
	職業安定所（職員）	・複数の企業で大規模な人員整理が計画されているためである。	
	職業安定所（職員）		
	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	コンビニ（経営者）	・コンビニのため、消費者ニーズをいつも考えている。当店の客が大勢来てもらえるように、いろいろと知恵を絞り、買いやすいように商品陳列や品ぞろえをして販売に奮闘している。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の12月になれば、忘年会などの予約が入るため、前年並みには期待できないが、今よりは少し良くなる。
		観光名所（職員）	・2か月後は1年の中でもトップシーズンを迎える。今月よりかなりの旅客が来ると期待している。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税の影響が薄れてくる。
		百貨店（広報担当）	・インバウンド需要が前年比2けた増の勢いで拡大しており、円安傾向と10月の免税品目拡大効果で、今後は更なる拡大が想定される。また、一般の客もセールなどでの衝動的な購買は減少傾向にあるが、価値を認めたものは高額でも購入する傾向にあり、全体の売上は前年を維持している。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税の反動減からはほぼ回復してきていることと、商品の1品当たりの単価が上昇していることから、先行きはやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・おせち、お歳暮、クリスマスなど消費機会が多く控えている時期でもあり、希望的観測も込めてやや上向きになる。
		百貨店（計画管理担当）	・年末商戦でクリスマスやおせちなどハレの商材が盛り上がることで、一気に景気回復の波が来るのではないかと期待を込めている。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の影響が落ち着くためである。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税後の落ち込みが6月ぐらいまでで終わり、7月以降は伸びると予想されていたが、8月までは非常に厳しかった。9月は回復が見込まれてきた。12月に向けて、プロ野球のセールや様々な行事、イベントがあるため、4～8月ごろに比べたら、客の買い方はかなり回復してくる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響は薄らぎ、少し明るさがみえてきたため、これから最盛期に向かうので購買意欲に期待している。
		衣料品専門店（営業担当）	・来月の10月は1年で一番売れる月のため、その後も継続して好調だと思う。客の様子から今年の秋冬物の購買力が感じ取れる。
		家電量販店（店員）	・2～3か月先は現状と変わるところはないため、よほど変わらない限りは上がりも下がりもしない状況が続く。
		家電量販店（経営企画担当）	・為替が安定し、天候不順等の影響が最小限という前提で、賃金アップの好循環が都市部だけではなく、地方にも行き渡る時間も考えると楽観シナリオで良いと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の投入やCMの効果で販売量の増加が見込まれる。年末に向けても期待できる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・毎年、受注量が多い9月にしては前年比マイナス15%と悪く、特に、個人消費や来場者が低迷している。10月は新型車発売と車検母体量も多く、新車の検討機会が増えるため、楽観視はしないが新車販売はやや良くなるとみている。
		乗用車販売店（総務担当）	・10%への消費税増税前の駆け込み需要が前倒しすると予想しているためである。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の打ち出す政策が的を得ているからである。
		一般レストラン（経営者）	・天候異変や突発事故はあるものの、周辺開発による人口増加が営業にやや良い影響を及ぼしているように感じる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響もなくなりつつあり、消費者も新しい消費税率に慣れてきているようである。法人が良くなれば、接待費及び個人の消費などで経済的にも良くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向かって良くなっていかなくては困る。更なる消費税増税が心配である。
		一般レストラン（経営者）	・12月は忘年会の予約が入るため、今よりも景気が良くなると信じている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年度に消費税が10%になると思われるためである。
		旅行代理店（経営者）	・希望的観測でやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・3か月先の販売予測が前年比120%のためである。
		旅行代理店（従業員）	・秋は団体旅行のピークのため、1年で一番受注が多くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・商品造成がうまくいっている。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月先は11～12月になり、11月は特に予算が大きく、法人の団体旅行を中心に動く月である。ただし、円安が進んでおり、11月は海外旅行の団体が非常に多くなっているため、収益面では若干不安である。国内旅行については紅葉シーズンで1泊の社員旅行を中心に増えているが、1泊から日帰り旅行へシフトしている感がある。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の影響も薄れる。
		通信会社（経営者）	・現在は加入が好調であり、今後も引き続き好調さは継続しそうである。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣にマンションやオフィスの建築が予定されてきたことと、年末で買物客が少しは増えるためである。
		設計事務所（経営者）	・プロジェクトが少しずつ進んでおり、それに伴って当事務所への発注につながるためである。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が上向きになってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・夏を過ぎ、10～11月は例年良い傾向にあるため、景気は良くなる。県内の戸建用地はなかなか仕入できないが、都内のアパート用地は順調に進んでおり、現在は来季の販売在庫に向けて仕込み中である。販売も都内の方が活発である。

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
	変わらない	商店街（代表者）	・最近の天候不順によってとにかく来客が減っている。悪くても平均的なところにまで戻り、何とか天候も回復してほしい。
		商店街（代表者）	・客は価格に非常に敏感になっている。肉屋では特徴を出そうと一生懸命努力しているが、グラム当たり1割ぐらい値段が違うため、どうしても安い物を求めてスーパーへ流れてしまう。あまり良くなる状況にはない。
		商店街（代表者）	・クレジットカードの取扱高だけを見ると、少し良いような印象があるものの、世の中全体のマインドが低下しているため、飲食などの低い価格帯で苦戦が続いている。ぜいたく品や物販は意外と好調である。
		商店街（代表者）	・次の消費税増税の決定が確実になるまでは、変化はない。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・水害などの天災により、消費者の購買意欲が落ちているような気がする。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・売れる主力商品がなく、生活家電も年配者には今一つ受け入れられていない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・世の中が、購入意欲をなくすような風潮になっている。ただし、テレビの購入は回復傾向にあるため、年末にかけて期待している。LED照明が大分安価になったので購入する家庭も増えるの見込んでいる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・商店街という環境では客を迎え入れる体制が整っていないため、非常に消極的な意見だが、徐々に衰退していくのではないかと感じる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・10月のイベントや祭事に期待したい。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・お茶の気候になってきたため、ギフト需要で売上が伸びている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・企業は福利厚生費を削ってでもお茶にかかるコストを減らす一方だが、個人同志でお金を集めてお茶を購入しようとする事務所も増えてきており、自費でお茶を飲もうという客は少し高いティーバックや上煎茶を購入する傾向が増えてきている。
		百貨店（売場主任）	・行き過ぎた円安や原材料の高騰により製品の値上げが発生しているが、賃金はそれ以上に増える傾向にないためである。
		百貨店（総務担当）	・ファンダメンタルズの部分では決して良くはなっておらず、給料が若干上向きになっているところが多いものの、その他の費用がもっと高くなっているため、景気が良くなるという実感はあまりない。また、来年10月の消費税増税の判断がこの暮れに行われるが、それによってもかなり景況感が変わってくる。
		百貨店（総務担当）	・大きな良化の兆しはなく、特に、客が消費に向ける要素に乏しく、厳しい状況が続く。これで消費税増税が決まれば、ますます厳しい状況になる。
		百貨店（営業担当）	・残暑がほとんどなく秋らしい天候が続く、台風の来襲も例年に比べて少ないこともあり、婦人服、紳士服、子ども服の衣料関連をはじめ、服飾雑貨、宝飾時計、食料品等、全般的に動きが良い。
		百貨店（営業担当）	・マスコミ等で消費税10%への増税に対する不安、懸念の露出が多くなってきており、客の声にも表れ始めている。
		百貨店（営業担当）	・高額品は前倒し消費から本格的な回復に入っておらず、12月に来年からの更なる消費税増税が決定されれば、今後については決して楽観視はできない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費に慎重な傾向は、今後も続くことが予想される。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響は減少してきているものの、家計に影響する各種の値上がり方を考慮すると変わらない。
		百貨店（店長）	・消費税増税後の影響が大きかった化粧品などが今月からかなり回復傾向にある。気温も例年より低く、衣料品が好調に推移しているものの、食品は売上減が継続している。
		百貨店（営業企画担当）	・今月は天候要因による需要前倒しの要素もあるため、このまま好調が続くかどうかは不透明である。むしろ、年末から年明けにかけて前年の駆け込み需要の反動減を考慮すると、やや悪化する懸念もある。
		百貨店（副店長）	・秋物の動きは堅調ではあるものの、お歳暮を含む年末商戦は弱含みである。集客策を集中して行い、前年を維持したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（販売担当）	・客の買い方をみていると、広告商品の目玉、価格を出した商品、日替わりなどの商品を買回った後にすぐにレジに並んでしまい、その他の買物を控えているような傾向が多くみられる。
		スーパー（経営者）	・今月は天気あまり良くないことと、8月よりも曜日まわりが悪いので、8月より若干落ちているが、基本的には同じなので変わらない。微妙に悪い方へ振れているような感じもしている。
		スーパー（店長）	・本来ならば良いと答えたいが、最近、客は値段を安くしても必要ではない物を買わない傾向がみられる。消費税増税後はそれほど反動減はなかったが、落ち着いてきた現況から3か月先を考えると、このままの状況で年内はいつってしまうのではないかと。努力はしているが、厳しい状況である。
		スーパー（店長）	・農産物の高止まり相場や原材料の高騰による値上げ等、消費者にとってはマイナス要素が多くあるため、しばらく現在の様な状況が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税、各商品の値上げに伴って、取引数は大きく減少している。客が必要な物を必要な分だけ購入する傾向が拡大しており、余分に購入したり、特別安かったとしても衝動買いは減少傾向にある。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税以降、月別の来客数がほぼ一定であり、今後大きく変化する予見もない。
		スーパー（営業担当）	・世界情勢の変化による円高、円安、更には株高、株安の状況によって相当景気は変わってくると思う。特に、将来における不安がまだ払しょくされていないことが懸念材料である。
		スーパー（仕入担当）	・円安の影響で年明けには輸入商品の仕入価格が上昇し、売価も上げざるを得なくなりそうである。
		スーパー（仕入担当）	・競合が増えていくなかで価格志向がより強くなり、無駄な廉価販売が増えてくる。結果として慢性的な価格競争につながる。
		コンビニ（経営者）	・近隣のドラッグストアが店内改装で食料品を半分以上に拡大し、価格も抑えている。また、業務スーパーがオープンしたためである。
		コンビニ（経営者）	・客の動向から少し悪くなりそうな感じもあるが、ほぼ変わらない。
		コンビニ（経営者）	・客の財布のひもが結構固く、消費税増税後、多少落ち込んでいる。これから増えるかもしれないが、確たる見通しが立たない。
		コンビニ（経営者）	・毎週土曜日に野菜市を行っているが、買上点数が8月より少なく、10月の最低賃金の上昇による人件費の膨らみに不安がある。
		コンビニ（経営者）	・身の回りで景気を左右するようなことがない。
		コンビニ（エリア担当）	・プラス材料があまりないように感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数が上昇、下降するような大きな話題もなく、厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・客の反応が悪いので、このままだと不安定である。声に出さないが消費税増税、景気等の不安要素が売上に影響を与えそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・来年から消費税10%への増税が決まっているような雰囲気なので、客は金額を決めて買物をしている様子があり、余分な買物はしていない。
		衣料品専門店（経営者）	・年間客数が少しずつ減少している。先行きが不安である。
		家電量販店（統括）	・急激な円安は企業に悪影響をもたらす。コストに跳ね返り、悪循環となるのではないだろうか。
		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、販売があまり芳しくない。消費税増税前の駆け込み需要が終わった時点から、ずっと悪い状態が続いている。12月までは悪いと思う。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月の決算期だということに来店はもちろんのこと、単価も落ちている。

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（販売担当）	・景気が良いのは一部の大手企業だけで、中小企業の末端にまで回ってこない。特に、トラック関係は中小企業が多く、末端の方になるため、当初の予定と違ってきており、ユーザーもあまり景気が良くないという話をしている。また、仕事量も減ってきており、運送単価の値下がりも出てきているため、一時と比べると、景気はまた落ち込んできている。この状況がまだ続くのではないか。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税10%議論がマスコミに取り上げられ始め、消費マインドにブレーキがかかりそうである。年金を老後に幾ら蓄えておけばよいか、社会保障が不安定で将来が不安のため、迷走状態にあるのではないか。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・良くなる材料がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状は非常に微妙なバランスの上に成り立っている。将来的に大きな変革の要素はない。判断は非常に難しいところである。
		高級レストラン（副支配人）	・宴会予約の推移から変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・来客数、客単価共に現在、特に上向いているわけではなく、2～3か月の短期で上向くとは思えず、また、極端に悪くなるとも思えない。
		一般レストラン（スタッフ）	・2～3か月前から変わっていない。それ以前から悪かったが、さほど悪くはなっておらず、その状態から変わっていない。街の様子も変わらず、店舗の場所にもよるが良い材料はそれほどない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年10月からの消費税10%が決定すると動きが停滞するのではないかと思う。
		タクシー運転手	・夏休みが終わって冬休みや年末に向かっていくところだが、不景気のため客は年末対策で財布のひもが固く、我々にとっては暇な日々が続く。
		タクシー運転手	・良くなる気配がない。
		タクシー運転手	・会社の残業が全体として増えておらず、接待も特別増えている感じがしない。
		タクシー（団体役員）	・例年、9～11月の期間は特に上向き要因が見当たらないため、現状維持と考えられる。
		通信会社（経営者）	・下期に入り予算が上方修正され、獲得は3サービスとも厳しくなる。また、顧客単価の低減が始まっており、売上、利益共に圧迫する要因になる。
		通信会社（社員）	・良くなる理由も悪くなる理由も特にない。ただし、消費税増税が確定になった場合、解約への影響が懸念される。
		通信会社（営業担当）	・契約数が昨年の実績を下回る状況が続いており、回復の兆しがみられない。
		通信会社（管理担当）	・下期は上昇傾向に転じるが、その手ごたえが例年に比べて少ない。
		通信会社（営業担当）	・消費税10%への増税の決定次第で消費マインドに影響がある。しばらくは変わらない。
		通信会社（営業担当）	・最近の傾向から、しばらくは安価なサービスへの需要が高いまま推移する。
		通信会社（局長）	・本格的な4Kテレビのコンテンツの充実がなされない中では現状維持がいいところである。
		通信会社（営業担当）	・年末へ向けて景気上昇を予想させる材料がない。
		通信会社（総務担当）	・夏期特需が終わり、年末特需まではあまり変化がないと思う。
		通信会社（経営企画担当）	・現在の顧客との商談における先の予定を考えると、変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・来場者数が若干増えたとはいえ、これから売上が伸びることへの期待より、またいつ低迷期に戻るかという不安の方が大きい。
		ゴルフ場（支配人）	・年内の予約は前年を上回っているが、1月以降の予約は例年並みである。
		ゴルフ場（支配人）	・客の動きからも今後、良くなる動きは感じられず、平行線のままである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		パチンコ店（経営者）	・現在、客が若干減っているが、低玉貸しとあって、あまりお金を使わないパチンコやスロットマシンはそれなりに入っている。消費税増税も含めて客の財布は厳しく、レジャーに使うお金が減っているのではないかという感じがする。この先は今のまま上がることはなく、下がるかもしれないが、希望も含めて現状維持と回答した。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・消費税増税後の景気の底冷えが顕著化している。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響で、様々なものの買い渋りが出ているようである。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・売上は横ばいである。この時期は入試前の中学3年生が入ってくるため、景気とは関係なく多少売上が上がるが、変わらないということはそれほど良くなっておらず、今後も著しく良くなる傾向はない。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・業種によって好況、不況が大きく出ており、全般的には大企業、中小企業等で大きく変わっている。コストプッシュに弱い中小企業の経営が年末に向かって、どのような状況になるのか予想がつかず、良くも悪くもなり得る。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・現状維持の感が否めない。3か月前と比較しても今月は顧客数、売上額共に横ばいで、現状のままで行けば2～3か月後も見込み客や売上の増加は見込めない。顧客の新たな購買意欲も感じられない。
		設計事務所（所長）	・消費税増税の影響により、今後どのようになるか多少不安はある。民間が動かなければ、実感として良くなったとは言えない。
		設計事務所（所長）	・継続物件の作業が続くため、変わらない。
		設計事務所（職員）	・消費税10%の判断が12月に迫る中、年度内契約に向けた駆け込み需要はあるが、景況観に影響はないように思う。
		住宅販売会社（従業員）	・景気がやや良い状況で変わらない。新築分譲は厳しい状況だが、建替えの二次取得層とリフォーム客が動いている。まだ消費税10%前の駆け込み需要とは思えないが、例年並みに年度末に向かって動きが出てきている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現在の受注量低迷から脱するよう明らかな情報が少ない。
	やや悪くなる	一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要での購買が一巡したようで、まず客が店に入っていない。今後もこの状況が続くと思うため、景気は悪くなる。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・米価が下落しているために、販売価格は下がっていく。客の購買意欲もそう強くはない。客は、スーパー、量販店の価格競争に左右される。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・中小企業の給料は上がらず、年金生活者にとって消費税増税は値上げである。また、石油等も含めて物価も上昇しているため、非常に苦しい。景気が悪くなってきているのではないかと心配している。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・先月同様、外商部の法人関係の売上において百万円以下の案件は数あるが、百万円以上の大口の案件がなくなってきているため、あまり良くない。企業が設備投資に消極的になっているような感じがある。店舗での小売りが良好でも、外商の落ち込みにより全般的に悪い。今後も案件がなかなか出てこないことが不安要素として挙げられ、下向きである。
		百貨店（営業担当）	・円安で商品価格が上がる。その少しの値上げが婦人服消費に大きく影響することは間違いない。
		百貨店（営業担当）	・9月の好調の原因は、昨年との季節感のずれによるものである。秋冬物の高単価商品が早めに動くことにより、前年との比較で売上、購買単価が上昇している。食料品は、グロスサリ一関連の売上が好調であるが、販売価格の上昇によるもので、購買客数は依然として前年に届かない状況であり、樂觀はできない。年末商戦にかけてはボーナス支給によるインパクトが強く、現在の市況を鑑みると、若干厳しくなる。
		コンビニ（経営者）	・天候に左右され、何とも判断しがたい状況である。
		コンビニ（経営者）	・アルバイト、パートの応募がなく、異常とも言える人手不足で店を回すのがやっとである。競合増加と相まって苦しい状況が続いている。
		コンビニ（経営者）	・高齢者には消費税増税がかなり影響している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・変わらないように思えるが、急な円安による輸入品等の値上げがあるため、消費が抑えられる可能性がある。年末まではあまり良くないのではないかと考えている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税後の売上復調を夏ごろと予測していたが、増税の影響が予想以上に大きく感じる。単価が安いだけでは客は反応しない。燃料や電気料金、材料費が確実に上昇するため、下降する。
		乗用車販売店（販売担当）	・先行きの景気に不安を感じる。
		住関連専門店（統括）	・景気が回復する要素が今のところは何もなく、買い控えや必要な物以外は購入しないという動きが大分増えてきており、これからも増えていくと思う。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・円安などで輸入関連商品の値上げが懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・急激な円安で仕入が高くなっているような状況で、消費者の心理的にもこれから高くなるのではないかと防衛本能が働いているような気がする。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末に向け忘年会などの予約も入ってきてはいるが、例年に比べ動きが鈍く、直近での動きに期待したいが競合も多く、厳しい状況が予想される。ゲストからも景気が悪いのでとの話が多く、来年の消費税増税の有無も関係するが、このまま景気回復は見込めそうもない。
		旅行代理店（経営者）	・問い合わせの件数も大分少なくなってきており、来客数も大分少なくなってきている。なかなか思うようにいかない。
		旅行代理店（従業員）	・見積りは来るものの、予約までには至らない。また、予約が入っても例年の団体客であり、新規客が少ない。
		タクシー運転手	・秋は台風が多く発生して早めの帰宅があったり、また、季節的に良い日もあり、少しぐらいの距離であれば歩く人が多くなるため、当然、利用は減る。
		タクシー（経営者）	・消費税増税に対する警戒心が強く、潤っている大企業が経費を使うかどうかは不透明である。知り合いの多くは中小企業だが、景気が悪くなっていると知っているため、今後、財布のひもは固くなると考えている。
		通信会社（管理担当）	・基本料のみならず従量分の価格破壊が進んでおり、依然として厳しい。インターネット回線を利用した通信サービスの品質が向上するにつれて、より便利で安価な商品の提供につながり、消費者にとってはプラスでも、業界としての見通しは厳しい。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・来場者数は今後も堅調に推移すると思うが、物価高等により消費マインドの改善が限定的であることが消費単価の動向から感じ取れる。今後も、劇的にマインドが改善する要素は見当たらない。
		設計事務所（所長）	・消費税8%から10%への増税が決定すると、相当な負担になる。景気が良いような話も出ているが、業種によって相当左右されている。当社のような建築設計、建設関係は人手不足で非常に苦戦している。後継者もいないという中で、景気が良いところは一極集中になっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・受注については住宅展示場等の集客減が続いており、前年割れが続きそうである。売上についても受注残が更に減少傾向のため、より厳しさを増しそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・受注の減少はそのまま今後の売上減少につながるため、収益悪化は避けられない。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年の夏は日照不足で農作物の出来が良くないと言われているため、景気も良くなる。売上、来客数共に前年を下回っている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・私鉄工事の関係で駅前広場ができるという計画があるため、この2～3年は景気は悪くなる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。経営努力、営業努力で前年を上回ることは大変難しい。
		一般レストラン（経営者）	・T P Pの問題などを含め、今のままの政権でいくと何も変わらない。景気は決して上向きではなく、かなり悪くなる。消費税の10%への増税によりとどめを刺される気がする。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅事業においては消費税増税後、ここ2～30年の中でこれほど来客数が激減したことはない。建設業では建設費の高騰で採算が取りづらくなっている現実が、いつ改善されるか全く見通しが立っていない。政府が何か対策を打たない限り、当分この状況が続き、景気はどんどん悪化していく。

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
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（営業統括）	・秋の新商品の動きに期待している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・事前情報では受注見込みの業務が発生しているためである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は変わらないと感じていたが、最近、法人の設立時の印鑑が1本だけではなく3本セットの注文で、しかも、材料がつけではなく、1ランク上の黒い水牛であったりする。ゴム印関係も増えてきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・何点か試作品を製作したため、それが量産で立ち上がってくるのではないかと。やや良くなっていくという見通しを立てている。
		建設業（営業担当）	・消費税増税の影響が一段落し、今まで控えてきた顧客が設備投資を始め、特に、リニューアル関連など内装や設備を改修する工事が増えてきている。
		輸送業（経営者）	・現状の景気からみて、将来的には上昇していかなければ日本の経済はもちこたえることができない。ただし、円安傾向が続いているため、為替の問題で業種によっては非常に潤うところが出てくるのではないかとと思う。
		輸送業（営業担当）	・主力取引先の1社からの受注が増えそうであり、期待している。
		通信業（広報担当）	・消費税増税の影響等が薄れてくる。
		金融業（支店長）	・個人投資家の動きは活発化しており、当面この動きは続く。
		不動産業（総務担当）	・今後2～3か月先も景気が落ち込むような要因は今のところ見当たらないため、今年よりは良くなる。
		広告代理店（従業員）	・継続性はないが、スポット的な受注が出てきている。
		税理士	・アメリカの景気も少し良くなってきて、日本製品や日本車が売れている。中国では様々な問題があって失速するかもしれないので懸念がある。日本ではアベノミクスが引っ張って大企業は景気が良くなってきている。しかし、それが中小企業まで下りてきていない。大企業では海外の下請けを使っており、日本の中小企業に来るかどうかが不透明であるが、アベノミクスで底上げしていることは確かなので、中小企業まで来て少し良くなっていく。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・これからも値上げ交渉で単価を上げていく方針である。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・まだ所得が上がったという実感はないが、出費は確実に上昇しており、あまりお金を使う気にならない。一方、新聞などで景気が良い話はたくさん聞くので、いずれは良い方向に行く。
		食料品製造業（経営者）	・今から消費税10%と言われているので、財布のひもは固いままだと思う。
		繊維工業（従業員）	・ニット製品の輸入比率が96%を超えている。消費者ニーズが低価格帯の商品にあるため、国内製品の伸び率が低迷している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・スポット商品ばかりで先々の見通しができない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末に向けての動きが多少あると思うが、現状のように大きく変化があるとは考えにくい。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・消費税増税分の値上げが進めにくい状況にあり、更に増税となると、今後の見通しは厳しい。
化学工業（従業員）		・秋口から年末の荷動きの傾向を営業に確認しても、受注が増加するような話もない。横ばいの状況が続くそうである。	
プラスチック製品製造業（経営者）		・景気が上向きなのはごく一部の建設関係のみであって、他は全然良くなる気配が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）		・成長分野である医療容器や化粧品容器関連で新企画の立ち上がりや相談案件も増え、力強く感じられるようになってきたものの、仕入や外注、資材の値上げ要請も活発になってきたため、設備投資に踏み切るにはしばらく様子見という状況である。	
金属製品製造業（経営者）		・原材料、副資材等の値上がりが気になるが、受注動向は順調であり、しばらくは続きそうである。	
金属製品製造業（経営者）		・オリンピック関係で建設業界やインフラ関係で仕事が出てきているようである。人手不足のために設備の合理化を考えているため、少しは良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経営者）	・大手企業のみ良くなっているのかもしれないが、中小企業にはまだ還元されていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・次なる商品の開発を急いでいるが、実際売れるかどうかは分からない。当面、それに賭けて準備を急いでいる。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・現在、特別景気が悪い、良いという声は出ていないので、このまま推移していくのではないのか。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税がきっかけとなった感があるが、売上が回復しないというサロンが多い。客の来店周期が低下し、売上単価が下がっているという話を聞く。
		建設業（経営者）	・中小企業向けの地域対策が十分ではない。
		建設業（経営者）	・年明けの受注に向け、営業合戦がし烈になりそうである。下請企業でも来年が心配である。
		建設業（経理担当）	・消費税増税でも以前より事業計画を立てていた物件は次々と発注してきそうである。ただし、予算は1年から1年半前のため、現在の物価まで金額を上げての発注を望みたいところだが、なかなかその差が埋まりそうにない。
		輸送業（経営者）	・何としてでも良くなってもらいたいという願いを込めての回答である。
		輸送業（総務担当）	・国内出荷量は今後増えても微増で、計画を大幅に下回っている。燃料価格の高値安定、高速道路料金の割引が大幅に減った状況でも運賃の値上げができないのが実態であり、厳しい経営環境である。
		輸送業（総務担当）	・年末に向けて新規案件が出ているものの、短期的で売上、利益を大きく伸ばすものではない。また、燃料費高騰などでコスト増や人手不足感があり、先行き不安は続きそうである。
		金融業（従業員）	・取引先の全業種において業況改善の動きが鈍っているようである。特に、不動産業では安定的に取引を確保している企業と商品物件の入手に悩まされている企業との間で差が出てきており、今後の業況悪化が懸念される。
		金融業（支店長）	・取引先の受注状況をヒアリングすると、まだ安定的に受注が増えているとは言いきれず、今後も現状の売上等が続くため、変わらない。
		金融業（役員）	・建設、輸出関連、観光業等、景気を底上げしてくれそうな業界に期待したいが、消費者は円安による物価上昇を心配し、大きな買物を控える傾向にある。
		不動産業（経営者）	・新築同様、古い物件はそれ以上に苦戦している。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		税理士	・それほど好材料はなく、現状維持できれば良い。
		経営コンサルタント	・同じ中小企業でも業種によって業績の差が大きくなっている。建設業の社長の話では、仕事は次々に来るが人手が確保できず、無念の思いで断っているという。その一方で主婦の財布のひもが一向に緩まないと嘆いている。こうした状況はしばらく続くのではないのか。
		経営コンサルタント	・国内製造に対する大手の意図的な活動とそれを支える国の施策、消費者の動向がないと良くなる条件がそろわない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・今後も同様の動きがみられることが予想され、厳しい状況が続くが、アベノミクス効果やオリンピック効果で上向いていくことを期待したい。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・見積案件はあるが、成約につなげていない。解約物件もないため、2～3か月先も現状維持だと思う。気になるのは人手不足で、募集をしてもなかなか人が集まらず、募集費用が上がってきている。
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いる。今月は先月よりは伸びてはいないが一定の受注件数を維持できており、今後もしばらくはこの傾向が続く。		
やや悪くなる		金属製品製造業（経営者）	・自動車排出ガス規制が終了した後の需要減が考えられるため、来年の消費税増税前までは需要の先行となり、規制終了と増税後の反動減を考えると来年度下期は不安である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在の経済状況が特別良くなる方向に向いておらず、はっきりと日常の取引上に出ている。
		輸送業（経営者）	・これから年末に向かっての3か月は取扱量の増加時期となる。しかし、現在までの取扱量の推移をみると、期待どおりにはいかない。
		輸送業（経営者）	・下期に期待したいところであるが、先行き不透明である。

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
		広告代理店（経営者）	・景気は当地域にはまだ回って来ていないし、最初から来ないことが決まっていたのではないかという思いもある。
		広告代理店（営業担当）	・世の中の物価がじわりじわりと上がっている。消費税増税前後にブランド品が値上がりし、さらにここへきて、各ブランドでまた値上げしている。さすがに少しは影響してくると思う。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税の問題や現在の円安傾向などが続くようであれば、今後も材料費や輸送費などが高くなるため、良くない傾向にある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国の経済が減速していきそうなので、やや悪くなる。
		悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）
		建設業（経営者）	・ここで消費税が10%に上がると、やはり経済は止まると思う。
雇用 関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末にかけて23社から様々な事業計画を聞いており、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（営業担当）	・今後、求人数は景気回復感に伴い増加してくる。労働市場全体は活性化して景気回復感があるが、派遣ビジネスのみをみると、派遣労働者が正社員求人へ応募する等で労働者の減少感が出てくると思われる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒、中途、外国人採用で提案を求められることが増えてきている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・大型ショッピングモールのオープンをはじめ、既存専門店のリニューアルなど、今秋は地域に活況をもたらす動きがある。
		職業安定所（職員）	・正社員の新規求人数が前年同月比で今年度最も増加している。
		職業安定所（職員）	・夏休みが終わると同時に新規求人が前年より大幅に増加しているためである。
		変わらない	人材派遣会社（社員）
	人材派遣会社（社員）		・求人数などから景気が若干減速してきている印象を受け、この状況が2～3か月先に改善されるような材料が見当たらない。
	人材派遣会社（社員）		・景気が良くなるような施策は打っていないためである。
	人材派遣会社（支店長）		・求職者数が増えず、仕事はあってもなかなかマッチングしない。
	人材派遣会社（営業担当）		・抵触日を迎えて契約終了になり、次の就業先で仕事内容や環境が合わずに辞めてしまうケースが目立つ。今後、法改正になった時に同様のケースが増えることが懸念される。
	人材派遣会社（支店長）		・求人数がここ3か月横ばいのためである。
	求人情報誌製作会社（営業担当）		・7～9月は求人数の動きが増加も減少もしていないため、当分は変わらない。
	求人情報誌製作会社（広報担当）		・身の回りで景気が良くなる要素があまり感じられない。
	職業安定所（職員）		・管内の企業が雇用調整を予定しており、今後の不安定要因となっている。
	職業安定所（職員）		・パートタイム求人は引き続き伸びているものの、フルタイム求人が前年同期比でマイナスに転じており、この状況はしばらく続く。
	職業安定所（職員）		・新規求職者数の減少は今後も続くと思われるが、経済状況の変化によっては急激に変化することも考えられる。
	職業安定所（職員）		・求人数は前年同月比で増加傾向を続けているが、増加率が縮小している。増加率の高い産業は労働者派遣業と常に人手不足の状況にある医療、福祉であり、景気が上向いているとの判断材料が乏しい。
	民間職業紹介機関（経営者）		・インフレ懸念が強く、人件費の固定化を避ける傾向は続く。正社員採用要件は厳しい。
民間職業紹介機関（経営者）	・期待していたような安定した成長には不安がある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（職員）	・不動産や建設業界では、媒体の費用対効果が落ちてきており、応募者が集まらないため、採用のニーズはあるが、掲載費用を抑える会社も出てきている。建設コスト増、人件費増でコスト削減による利益創出の話は出ているが、全体の状況としては大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用者数共に堅調な状態が続いている。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・事前調査の採用募集予定より、新規採用、追加募集などは微増であり、大きく雇用が拡大している様子はみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・様々な企業の経営者と話をしたが、今後、一過性で良くなるのは、戦争が始まっているため、ロケット砲弾やミサイルのシャーシーを作っているところではないか、他は円安でやや悪くなると心配する経営者が多かった。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックが開催されるまでは、景気は上向きになる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・秋冬に向けて内装関係の商品は需要が増えるので、やや回復する。
		スーパー（経営者）	・例年、年末年始は参拝客の増加が見込まれるため、今年も期待している。
		スーパー（店員）	・天候にもよるが、秋の季節商品がこれから出荷されるので徐々に良くなると思う。
		スーパー（総務担当）	・さんまや秋鮭等の魚介類は入荷量も単価も安定しているので、これからの季節には売上増加が期待できる。
		スーパー（支店長）	・消費税増税の影響が少し落ち着いて、消費が増えてきていると感じる。
		スーパー（販売担当）	・これから年末商戦に入り、ボーナスも出るので客が増える方向になる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・客単価が上昇していることから、客の財布のひもは緩んできています。必要な物であれば、多少値段が高くても購入してもらえる。その動きは、景気の回復と言えるのではないかと思います。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車種が投入される予定のため、今後の動きには期待ができる。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的に良くなってきているという感触に変わりはない。販売価格も高く単価の動きは良いので、売れ筋車種の相場は少し上がっている気がする。他社でも同様の話を聞くこともあり、自動車業界は上向いて行くという楽観的な見通しである。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響が小さくなってきているので、年末に向かっては少し良くなる。大規模地震等の自然災害が起きなければ、それなりに良い方向に行くのではないかと期待する。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社が取扱う輸入車では、初の前輪駆動方式で価格的にもお買得な車種と、人気SUV（スポーツ用多目的車）シリーズの新型車種が発売予定である。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税後の反動減が緩和されつつある。
		住関連専門店（営業担当）	・公共工事が多くなっていることと、民間新築住宅では持ち家、マンションともに受注が増加傾向にある。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・客は年末年始に向けて年越しの準備に入り、買物も増える。
		都市型ホテル（経理担当）	・ツアー宿泊客が増加している。
		旅行代理店（経営者）	・経済に関してはそれほど悪い材料もないので、少しは上向きになると思う。
		旅行代理店（従業員）	・10～11月の国内団体旅行はとても好調である。特に貸切バスを使った旅行商品は好調で、どの日でもバスは満車状態である。それくらい旅行に出かける人がいるというのが実態である。人が動けば消費も活発になり、経済は成長すると予想する。
		タクシー運転手	・11～12月頃になれば一段と寒くなるので、冷え込みとともに乗車客が増えるため今よりは良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		美容室（経営者）	・これからは気候も良くなり行楽、結婚式シーズンを迎え、その先には正月が控えており、期待を込めて売上高は良くなってくると思う。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・働く場として介護職より条件的に良く安定している製造業へと人が流れている。所得が増加する分、消費も増加するものと思われる。
		設計事務所（経営者）	・規模は小さいが案件数が増えている。
		商店街（代表者）	・客の購買意欲は、この先の消費税増税等の動きも見据えており依然として低い。したがって今の状況からは先行きも変わらないように思われる。
		商店街（代表者）	・必要な物以外は買わない状況がずっと続いている。客単価の低さは際立っており、売上高が増加しない要因であると見通している。
		商店街（代表者）	・地方の商店街も、さすがにもうこれ以上は寂れることはない。一方で、良くなる要素は全く感じられず、商店数は増えず後継者も育っていないため、現状からは変わらない。
		商店街（代表者）	・現在の経済環境は、当面変わらないと思う。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・小売業にとって良くなる材料がないので、先行きもこのままの状況が続く。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・基本的には変わらないが、世の中の流れがどう動くか見通せないように感じる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮が終わり、当地の環境が大きく変化する要因は当分ない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・大規模ショッピングセンターや大型衣料品チェーンの決算指標からも、消費は完全に落ち込んでいる。客の様子を見ても本当に必要な物しか買わない。世間のムードは大企業寄りでは中小企業にとっては逆風である。今後においてもプラスとなる要因が見当たらない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・幅広い客層の中で客は二分化しており、良い客からの売上は伸びている。一方で来店しなくなる客もあり、客の中身は入替わり流動している。競合店でも客の獲得に努力をしているため、トータルで見ると売上を伸ばすまでは至らず変わらない。3か月先も同じような状況が続いていると推測される。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・しばらくは必要な物以外には金を使わない厳しい状態が続くものと思われる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税率が引上げとなってから消費者の金の使い方は一層シビアになっている。食事中心の飲食店ではアルコール類は注文されず、無料の水だけを頼む客の声が多い。そのようなやりとりからも、日常的な外食に対する支出はますます控えられる傾向にあると思う。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前年の秋は遷宮でにぎわったので、比較をするとどうしても下向きに感じるが、単純に現状と比較すれば、先行きは行楽シーズンを迎えて忙しくなるため、相殺すれば変わらないと見る。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・景気の先行きがはっきりせず何とも言えない状況なので、あまり変わらないと思う。
		百貨店（売場主任）	・やや寒くなってきたからといってすぐにブーツが売れるわけではなく、客の様子からは下見客が多いと感じる。今月接客をしたが購入しなかった客が次回も来店してくれるように心掛け、今後の売上につながると思いたい。この秋は単価の高い靴の売行きが良くないので、売上高が今以上に増えるかどうかはわからない。
		百貨店（売場主任）	・気候の変化に合わせて、秋物に動きが出てきている。これから、前年並みの動きになってくるのではないかと思う。
		百貨店（企画担当）	・消費税率引上げの影響は弱まってくるが、増税前の駆け込み需要の反動が今後も続いていく可能性が高く、前年実績をクリアすることは困難と思われる。
		百貨店（経理担当）	・先行きが悪くなるとは思わないが、良くなる材料が見当たらない。気温が順調に下がって冬物衣料品の動きが活発になると、全体の雰囲気も良くなるのではないかと期待する。
百貨店（経理担当）	・女性ヤング向けの衣料が不調である。		
百貨店（経理担当）	・足元のトレンドから見れば、やや良くなるとの見方もあるが、先行きは燃料価格の高止まりや消費税率の再引上げの問題から、もうしばらく消費者の様子見が続くことが予想され、景気は現状維持にとどまる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・天候に恵まれて購買が前倒しとなった秋物商品では、その反動が起きる恐れがある。また、消費税増税と物価上昇の影響が、相対的に単価の高い秋冬シーズンのファッションを中心に表出しないかと懸念をしている。
		百貨店（販売担当）	・物価が上がっているが、それに伴って給料も上がり暮らし向きに余裕が出てきた、という実感は持てない。消費税増税後の落ち込みは予想より長引いており、良くなるきっかけも見当たらない。
		百貨店（経営企画担当）	・天候や気温の変動が大きく、購買意欲が高くなる要因も見つからないものの、これまでの動きから消費は底堅く推移すると考えている。
		スーパー（経営者）	・各店舗からは、今後は良くなるような話も悪くなるという話も聞かないので、現状のまま推移するのではないかとと思われる。
		スーパー（経営者）	・賃貸している店舗では、今までは新しいテナントが決まるとあまり日を置かずに入居があったが、最近は、設備投資に慎重な姿勢が非常に強まっているため、話を聞いてからオープンまでが大幅に遅くなっている。その傾向が強まっているため、3か月先の12月頃では、まだどの企業の売上も順調に上向きとはならないと思う。
		スーパー（店長）	・売上高は前年を上回っているが、来客数は前年比約99%で推移しており、不安要素と感じている。
		スーパー（店長）	・これから様々な商品の値上がりが続く状況である。値上げが行われると、当面は物の動きが若干止まることになる。年末年始に向けては、冬のボーナスの状況によって、大きく変化すると感じている。
		スーパー（店長）	・景気の先行きに対する不安がすべて解消されたわけではなく、そういった状態では、消費も盛り上がりには欠ける。
		スーパー（店長）	・消費税増税による商品の値上げや相場高による見せかけの売上高の推移が当面は続くものと予想する。値上げが一巡した頃から、景気は本格的に厳しくなると予想する。
		スーパー（店員）	・競合店がこの先更にオープンすることもあり、良くなる要素はなかなか見つからない状況である。
		スーパー（営業企画）	・この先の消費税率引上げまでは今の様子が続くように思われる。
		コンビニ（店長）	・特段プラスにもマイナスにも判断すべき材料がないので、変わらないと思う。
		コンビニ（エリア担当）	・当面は今の状況が変わらずに続くように感じる。
		コンビニ（エリア担当）	・高付加価値商品に対する反応は良くなってきているが、まだまだ来客数が上向き気配がない。
		コンビニ（エリア担当）	・年末商戦に突入することから客単価アップ施策をメインに展開するが、トータルの実績改善には及ばない見通しで厳しい状況である。
		コンビニ（店長）	・来客数の動向や客の購買行動を見ていると、これから先が良くなることは考えにくい。先行きの消費性向は良くても現状維持で、前年よりも多少悪くなるかもしれない。
		衣料品専門店（経営者）	・多少価格が高くて納得すれば買う客層はあり、底堅い。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・秋冬物衣料品の動きが、まだ鈍い。
		家電量販店（店員）	・これから各種新製品が出てくるが、あまり目立った変化はないと見込まれる。
		家電量販店（店員）	・家電製品の平均寿命は7年ぐらいなので、家電エコポイント制度の頃に売れた商品が買換え時期を迎えるまで、あと1、2年はこの状況が続くように思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・誰もが景気の上向きようなイメージを持ってない。もっと社会全体で明るいイメージを持てるようにならないと、景況感は上がらないと思う。
		乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスの効果等で大手企業等一部の層では上向きにあるようだが、相変わらず大半の家計にとっては恩恵はなく、むしろ消費に対して消極的になっている様子が伺える。
		乗用車販売店（従業員）	・これから秋物のセールから冬のボーナス商戦へと続くが、当社扱いの車両では新型車種の投入予定はなく、いかに客の購買意欲を捉えるかが重要となる。1件当たりの商談にかかる時間が延びてきており、市場環境は厳しくなっていると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・新車の発表等といった販売増加が見込める要素はないが、消費税増税から半年が経ち、ようやく販売台数が回復してきていると感じる。
		乗用車販売店（従業員）	・足下の状況では、この先に何か大きく変わるようなトピックスが具体的に思い浮かばない。
		乗用車販売店（経理担当）	・年末にマイナーチェンジを控えている車種もあるので若干の期待感もあるが、現状から大きくは変わらない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・少子高齢化の影響か、団塊世代を含む高齢者の消費に頼るいびつな経済状態である。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・来客数は数か月前と比較すると安定しているが、今の状況が続くだけで、身の回りで感じる景気は今とさほど変わらないと思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・経済動向には変化が少ない。
		高級レストラン（役員）	・忘新年会の予約獲得時期であるが、ほぼ前年並みの滑り出しである。特に景気の回復感はない。
		一般レストラン（スタッフ）	・当地区では、社員の採用には依然として苦勞をしている。引き続き景気は良いのではないかと。
		スナック（経営者）	・今後も毎月連休があるので、夜の遊興費をどれほど使ってもらえるかはわからない。予約も入っていないので、あまり期待はできない。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊需要はやや上向きであるが、昼食・夕食需要が少しずつ減少する傾向は、地域経済に頼るところが大きい。宿泊に関しては、北関東から関西まで広域の社員旅行、慰安旅行や研修旅行等のマーケットをつかんでいるため良いが、地元客頼りとなっている飲食部門は、県外からの需要を拡大しない限りは増えない。このような状況が続いているため、総合的には変わらないと見ている。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらないと見ている。
		都市型ホテル（支配人）	・円安を背景に食材・飲料費や光熱費が大幅に上昇しているが、価格には転嫁できない。サラリーマンの出張費に余裕が生まれるほどには、景気は良くなっていない状況である。
		都市型ホテル（営業担当）	・秋以降も予約数は高水準で推移しており、短期的には変わりはない。
		旅行代理店（経営者）	・国内では天候が不安定で、海外では空爆等のニュースもあり今後どのような影響が出るのかは不透明で、先を見通しづらい。
		旅行代理店（経営者）	・財布のひもが緩むような政策等が実行されないと、景気は上昇傾向には転じない。
		旅行代理店（経営者）	・景気がすぐに回復しそうな兆候は感じられないので、良くなるような実感はない。
		旅行代理店（従業員）	・今のところ大きな値上げの予定もなく、消費者のマインドも落ち着いてきているので、この先も落ち込むことはないと思われる。
		タクシー運転手	・夜の繁華街では人出が少ない状態が長い期間続いているので、この先2～3か月の間には変わらない。
		通信会社（営業担当）	・設備増強に伴う工事発注が増加する傾向は、現状のまま当面は続く。
		通信会社（サービス担当）	・スマートフォンやタブレット端末の普及により、固定電話の解約が今後も増える。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響や光熱費・通信費等生活費を見直す動きが出てきているため個人客は悪くなるが、この先、企業向けが回復してくると思う。
		テーマパーク（職員）	・先行きの材料として、周辺地域で開催されるウォーキングイベント等に期待したい。
		ゴルフ場（企画担当）	・足元では数か月ぶりに入場者数、売上高ともに前年同月を超え、これから11～12月中旬まではゴルフシーズンになるので、入込客はこのままの順調な推移を見込んでいる。
		美顔美容室（経営者）	・ホームケアキャンペーン中であるが、これまでホームケア商品を購入しない客は、なかなか購入に踏み切らない。
		美容室（経営者）	・客の中では消費税増税の実感が強まっており、それに伴い財布のひもがかなり固くなってきているように感じる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・競争相手が提供しているサービスに追随したとしても、受注額の増加が見込めるかどうかはわからない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（職員）	・給料が上がるというような話を聞かない。周りの状況や政府の対策を見ても、この先、状況が劇的に変わるようには思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気回復を後押しするような要因を何も感じられない。金利だけは最低水準を維持しているため、その点が後押しになればと期待する。すまい給付金に対する世間の関心は非常に低く、高額な住宅の購入に関して対象者を年収で制限したのは適切ではないと感じている。
		住宅販売会社（従業員）	・景況感が改善する要素が特に見られない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・設備投資に関する企業からの引き合いは一定水準の件数があるが、個人からのリフォーム等の引き合い件数が激減している。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・原材料の高騰等により複数の取引先から値上げ要請がある。今後は、自店の販売価格も上げないと利益が圧迫されて大変なことになる。しかし、値上げをすれば売行きは下がる恐れがあり、総合的には景気の更なる悪化は避けられないように感じる。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・イベントや商品開発等販促活動による底上げを図らないと、現状維持すら難しくなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料や野菜を始めとした身近な商品の値上げが続き、あらゆる商品の値段が次々に上がっていくように感じる。客の様子からもこれまで以上に慎重で抑制した買い方が目につく。このような状態では、景気回復は程遠いと感じる。
		百貨店（販売促進担当）	・海外の地域紛争や国内のニュース等明るい話題がなく、悪化している景況感が改善するような要素が見られないため、じり貧となる可能性が高い。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が前年末に始まっていた部門もあり、今年の年末年始においては、来客数、客単価の両方で苦戦が続くと予想される。
		スーパー（販売促進担当）	・当店の近くに、競合大手小売業グループ系の食品ディスカウントストアが10月オープン予定であり、食品や一部生活用品に影響が出ると思われる。
		スーパー（商品開発担当）	・原料価格の上昇や円安等で商品の値上げが相次いでおり、ガソリン価格も高値が続いていることから、特に買物での自動車利用が多い当地域では影響があると考えられる。
		コンビニ（店長）	・消費税増税のほか電気料金やガソリン価格等の値上がりで、財布のひもが固くなっていると感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税の影響がいまだに厳しく、販売単価と来客数は悪化している。電気料金、ガソリン代の上昇や物価高で日々の生活の負担は増加する傾向から、当面はこのまま厳しいものと予想する。
		家電量販店（店員）	・大企業や輸出型企業にとっては円安は良い材料であろうが、それ以外の、特に輸入関係企業においては大変な状況である。政策的には冬のボーナスを何とか上げようとする方向にあると思うが、年末に向けて物価は上昇する中、社会保障制度も弱体化するという昨今の情勢で、客の様子からは、より単価の低い品物で済ませようという動きが見られる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響が徐々に大きくなっている。金のかかる車に対する支出を少しでも節約しようという動きが現れている。
		一般レストラン（経営者）	・気候が少しずつ寒くなると冬物衣料等に支出が回り、外食や外飲みには金を使わないと考えられる。
		一般レストラン（従業員）	・毎年夏場が忙しく寒くなるにつれて売上は落ちていくため、この先は少し厳しくなりそうである。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税率引上げの議論が本格化すれば、明らかに消費は減退していく。
		観光型ホテル（販売担当）	・2～3か月先の婚礼の受注件数が、現時点で前年より半減しており非常に悪い。この時期の婚礼部門のマイナスは事業全体に大きく影響し、宿泊部門や一般宴会で補うことは至難であるため、業況としては悪くなると感じている。
		都市型ホテル（経営者）	・来客数や客単価の動きから見ると、景気は後退局面にあると感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・先行きの為替動向と消費税増税実施の見極め、依然として続く工場の海外流出や団塊世代の退職による人材不足等、政府が先送りとしてきた様々な問題の影響が一気に吹き出す可能性がある。
		通信会社（企画担当）	・来年に向けての消費税増税の動きをちらほらと見聞きするようになり、先行きの不透明さが広がっていると感じる。
		テーマパーク（職員）	・当地方の間近で起きた火山噴火等の影響が懸念される。
		観光名所（案内係）	・気候の影響が大きく、秋が秋らしく冬が冬らしくなれば客足は回復するかもしれない。しかし、気候の先行きはわからない。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、様々な商品の価格が上がって、段々と生活が苦しくなっていくのではないかと感じる。
		美容室（経営者）	・当業界では先行きも景気は良くなるらない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築の相談が減ってきている。
	悪くなる	コンビニ（企画担当）	・輸入品の価格の上昇により物価は上昇し、その一方で所得は減少する。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体として、低単価による薄利多売化が進んでいる。
		理容室（経営者）	・景気が良くなりそうな見通しが立たないので、消費者は支出を控える。
		住宅販売会社（経営者）	・家庭の所得がなかなか増えない。また所得水準が低い人が多く、住宅の売行きが悪い。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費税率が8%になってから景気回復の見通しが立たず、サービスの低価格化が進んでおり売上状況も厳しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先の業界では年末に向けて新店舗開設やリニューアル等設備投資の増加が見込まれるため、主力製品であるパーラー用チェアは、オリジナル製品、OEM製品ともに出荷の増加が期待できる。
		企業動向関連 (東海)	良くなる
やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・希望的観測としては引き続き良くなって欲しいが、実際には不安材料が多い。年末に向けてのタイミングで再び消費税率引上げの話が出てくると、景気は一気に冷え込みそうな気がして怖い。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・例年11～12月は物流が活発な時期である。今のところはあまり先行きに不安な情報もなく、受注量・販売量ともに増加する見込みである。	
	化学工業（総務秘書）	・経済面では為替相場が最も大きく影響する。やや急激な円安傾向との意見が多いが、大企業の多い輸出型産業は恩恵を受けており、総合的には景気に対するメリットとして働くと思われる。大企業を支える中小企業を守るよう、大企業自身が配慮することが肝要である。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・円安基調が続いているので、輸出品が前年並みで推移すれば為替差益の効果もあり業績は向上すると思われる。	
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客の生産計画は、この先増産傾向にある。	
	会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先では受注が順調なところが多い。新たな設備投資の話もある。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・下期に向けて計画から製造工程へと進んでいき、開発規模も大きくなるので売上拡大にも貢献する見込みである。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・当地域においては円安の定着が大手自動車メーカーへの追い風となり、先行きも大きな変化はなさそうである。しかし、そろそろ物価上昇が懸念されるので注視する必要がある。安定的に成長していくと考えるが、何が起きるかわからないので、不測の事態も念頭に置く必要がある。	
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・消費税率引上げの動向がはっきりしない等、先行きが見えない。
		化学工業（人事担当）	・世界レベルでの大事件が起きなければ、先行きも変わらないと考える。もし海外でテロ事件等が起きれば、国内の景気は一気に悪くなるであろう。
窯業・土石製品製造業（経理担当）		・新設住宅着工件数の動向による。	
窯業・土石製品製造業（社員）		・円安で受注量が増えてきたが、輸入原料の値上げの話が始めており、販売価格への転嫁が必要となる可能性がある。しかし、それでは製品の価格優位性が失われてしまう。	
鉄鋼業（経営者）		・業況が上昇する要因が全く見当たらない。客からの新規物件等の話も弱含みで、上向きとなる要因がこれといって思い浮かばない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い状況は変わっていない。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが動き出し、引き続き忙しくなる。納期調整等で混乱しそうである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・毎年夏までは中国向けの大量受注があり、秋から冬にかけては受注が減っている。今年も、受注量が例年同様の水準で推移している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・販売量、受注量ともに現状を維持する。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今のところ好転する要素が見当たらない。為替相場の変動が大きいと現状より更に悪化する可能性もある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・為替相場の動きによって今後良い方向となる可能性もあるが、今のところは何とも言えない。
		建設業（営業担当）	・公共向けの事業は、年度単位での予算が取れるか取れないかで動向が決まるので、この先1～2か月では景気回復が実感できない。
		輸送業（経営者）	・コスト面の改善も賃料の引上げも進まない状況での荷量の増加という傾向は、短期的には解消されないと考える。
		輸送業（従業員）	・円安が進み食品等の輸入原料や製品価格が上昇し、支出が控えられる。原油価格はやや下がってはきているが、円安の影響が大きく期待したような値下げ幅にならない等、明るい話題に乏しく景気が良くなる要素がない。
		輸送業（エリア担当）	・客が単価が上がってもより良いサービスを望むほどには、景気はまだ回復していない。
		輸送業（エリア担当）	・国際貨物は為替相場の影響を受けるが、関係者は現行の為替レートから変更するか様子見の状況である。
		輸送業（エリア担当）	・今月後半から荷動きが活発化してはいるが、この動きが長続きするかどうか心配である。
		輸送業（エリア担当）	・3か月前と比べて荷物量が増えていない点を見ると、将来に渡っての荷物量の増加、つまり景気回復による物流の活発化は感じられない。年末に向けて荷物量は増える時期だが、それは例年の動きであって例年以上に荷物量が増える要因は見当たらない。したがって景気が良くなるとは思えない。
		通信会社（法人営業担当）	・大企業の好況感が中小企業まで広がらない状況に、先行きもさほどの変化はない。まして一般家庭の主婦層にまで好況の波が届くとは、現時点では考えられない。
		金融業（従業員）	・ここ数か月の中で見ると、特に大きな動きもなく横ばいで進んでいくような雰囲気である。
		金融業（法人営業担当）	・自動車部品メーカーでは、円安の進行で原材料価格は上昇するが、販売量の増加はさほど期待できない。
		金融業（企画担当）	・株高、円安傾向が続けば、当面は現状の景気が続くと思われる。
		不動産業（用地仕入）	・景気を左右するような要因が見当たらない。
		不動産業（管理担当）	・社会全体では良くなっている部分と悪くなっている部分があり、今後も同様に推移するため、現状から変わらない。
		企業広告制作業（経営者）	・消費者は賃金が上がらないため支出をする気が起きない。法人税を納めていない企業も多く、税収増加も期待できない。
		広告代理店（制作担当）	・年末に向けてのイベントや新規企画等の実施は、予算等の関係で実現が難しそうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税率引上げ後の購読中止は、増税前の購読者の12%に達し、この先も購読再開は不可能である。
		経営コンサルタント	・不動産開発の動きは頻繁に見られるようになってきたが、地価の動きには元気がなく足踏み状態となっており、先行きの動向は不透明である。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・自分の周囲では景気が悪くなる話ばかりである。良くなりそうな気配は今のところ全く感じない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・これまで伸びていた受注量が下がりつつある。加えて急激な円安の進行は、部品を輸入し国内で機器を生産する中小企業にとっては影響が大きく、受注減と同時に利益の確保がやや難しくなっている。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーから、ロシア向けの生産台数が減ると聞いている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売数の低下により、下期計画が下方修正となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（経営者）	・建築コストの高騰や人件費の上昇等で、実益がない状況である。
		公認会計士 会計事務所（職員）	・監査法人・税理士法人の顧問先の業績が悪化している。 ・T P Pで、輸出よりも輸入の増加が避けられそうにない。為替相場を懸念するが、貿易収支が赤字の状況でこれ以上の円安には問題がある。輸出型企業が円高の時期に海外へ生産拠点を移動させたことが貿易収支悪化の要因となっている。
	悪くなる	建設業（経営者）	・来年度の消費税増税を決定すれば、必ず景気の腰折れにつながるものと考える。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・閣議決定で来年4月からの派遣法改正が明確になったため、これから企業側での派遣人材の活用方針が明らかになると予想する。
(東海)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今月が悪すぎたので、この先はやや良くなる。予約状況も例年並みになっている。
		人材派遣会社（支店長）	・直近3か月における派遣スタッフの稼働者数に対する契約終了比率が低下している。また、契約終了事由において、企業都合の割合が減少傾向にあることから、景気は回復傾向にあると考える。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・為替相場が円安に進み、輸出向けの自動車生産数の推移が若干であるが良くなると見込む。
		職業安定所（職員）	・天候も安定してきたので食品関係は良くなると思われる。ガソリン等燃料価格も少しずつではあるが下がってきている。また、年末に向けて消費の活発化もある程度は期待できる。ただし、為替動向の影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・海外景気は引き続き好調を維持し、オートバイ需要も持ち直しつつあることも好材料に判断する。ただし、最近の円安傾向の影響を慎重に見守りたい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・10～11月は、賞与受給後の年明けを転職時期の目標とする人が活動を始めるため、求職者の伸びが見込まれる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中小企業向け補助金の採択企業が決定し、今後は補助金を活用した企業運営が拡大すると見込まれる。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・急に良くなることはないが、かと言って悪くなることもないと感じる。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・大きく変動する要素がない。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用での人材紹介の依頼が引き続き増加傾向にあり、人手不足が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度内の求人活動はいったん落ち着き、来年度に向けての求人に切り替わると見込んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・エンジニア分野で稼働する派遣スタッフが不足してきている。そのため、今後は契約が伸び悩むように思われる。
		人材派遣会社（営業担当）	・経済を動かすようなインパクトのある前向きな材料が見当たらない。
		職業安定所（所長）	・米国景気が好調であり、2～3か月は現状のまま推移すると思われる。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は変わらないが、正社員としてより非正社員での求人が増加しており、先行きが不透明となっている。
		職業安定所（職員）	・管内景気の緩やかな回復基調を背景に、事業者の業況も改善に向かうことが期待されるが、事業者との会話の中では、消費税増税前の駆け込み需要の反動が長期化することへの不安を感じる。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比でやや増加しているが、前月比では微減傾向である。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税に対する抵抗感から消費を控える雰囲気が蔓延しつつあると感じる。企業も余分な支出は控えているようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（支社長）	・円安の進行による物価上昇、消費税増税の影響がある。
	悪くなる	—	—

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕 (店長)	・大まかには景気が良くなっていると思う。8月のように週末ごとに台風が来るようなことがあれば一時的には悪化するが、全体としては非常に景気が回復してきていると思われる。	
		一般小売店〔鮮魚〕 (従業員)	・当地に限っては、環境のうわべだけでなく、もっと底の部分で上に向かう気配が感じられる。	
		百貨店（営業担当）	・一般の消費者については、買い控えがそろそろ限界にきているのではないかと。一部の高額所得者の中には、かなり高級な、昔で言うぜいたく品と言われている購買行動がみられるが、全体の底上げはまだまだだと思ふ。一部の層がかなり高額品に購買を示し始めているということからすると、今までよりはやや明るい兆しかなという気がする。	
		家電量販店（店長）	・来客数は変わらないが、商品単価のアップは大きく見込めそうである。	
		乗用車販売店（経営者）	・各メーカーで宣伝量が多くなり、新型車の発表も予定していることから、状況は少し良くなるとみている。	
		乗用車販売店（役員）	・専売扱いの新型車種が発売され、受注も順調に伸びているため、メーカーからの在庫状況にもよるが、9月以降下期には期待できる状況である。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・前年より早く秋めいたおかげで季節衣料、寝具などを中心に、需要が高まっている。しかし、このところの円安、ドル高報道が手痛い。	
		タクシー運転手	・来月からいくつかのイベントがあり、それに期待している。	
		通信会社（役員）	・年末に向けてテレビの買替え需要が増加する時期であり、これに合わせた新たな契約の獲得増に期待している。	
		通信会社（役員）	・娯楽サービスであるケーブルテレビの加入も徐々に増えているところを見ると、客の意識が変わってきているように感じる。	
		住宅販売会社（経営者）	・消費税率10%への引上げ予定の影響で、駆け込み客の動きが活発化する。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率10%への引上げ予定と、来年3月の北陸新幹線開業で、より客の動きが活発になってくる。	
		変わらない	一般小売店〔事務用品〕 (店員)	・現在、客の動きが横ばいのため、年末に向けて良くなると思えない。一時の動きを期待するがそれは時期的なものであり、景気が左右するほどのものではないと思う。
			一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・物価が上昇しているが家庭の収入は大半が増えておらず、現状と変わらない。
			百貨店（売場主任）	・大きな期待感が乏しく、株価が高値安定に入る12月以降でないと活発化しないであろう。
			百貨店（営業担当）	・北陸新幹線開通に向けて、リニューアルオープンしているショップが多々あり、そのショップに合わせて客の動向も、購買意欲が増すと考える。
			スーパー（店長）	・ここ数か月間の推移をみても、あまり変わらない状況であり、この先も現状とあまり変わらないのではないかとと思う。
			スーパー（店長）	・ここ最近の状況では、今年は特に台風などの天候不順があり、野菜の相場は高騰し、水産物の入荷も不安定な状況である。それらの影響がかなり出てきているのが現状である。
			スーパー（総務担当）	・売上高が前年を上回るようになってきたが、相変わらず来客数は前年を下回り、客単価の上昇でカバーしている状態が続いている。
		スーパー（総務担当）	・商品の値上げは今後も続くと思われるが、当面景気は現状推移と思われる。北陸新幹線開通により景気が良くなる面はあるが、それを除けばいずれ消費は少しずつ落ち込むように思われる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（統括）	・3か月後については、今の状況で言えば、良くなる状況の要素もないし悪くなる状況の要素もなく、先はみえない。このことにより変わらないとみている。ただ気になるのは、東京オリンピックや東北の復興で、トラックドライバーの賃金が増える中で、運送費の上昇がどの段階で食品の単価に反映されて物価が増えるかということで、そうなると多少下がり気味になると思う。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーなどは新規客もぼつぼつ来ているようで明るい材料だが、既存のコーヒーを買っていたが、100円のコーヒーが出たことによって、値段を下げて100円コーヒーを買う客もいる。また、目的買いをするだけという客も相変わらずいることにより、今後3か月は来客数は微増、客単価は今より微減するのではないかとということで、変わらないと思う。
		コンビニ（経営者）	・近隣に密集するかたちになった競合店とひとつのパイをめぐる、せめぎあいがあるのではないかと考えている。
		コンビニ（店舗管理）	・コンビニの主力商品のひとつであるカップ麺の値上げも予想され、消費者の価格への意識も高まる。安価に販売している業種に流れる可能性が予想される。
		衣料品専門店（総括）	・都会や大企業では所得が増えているようだが、中小企業で所得が増えなければ足元の景気が良くならない。
		住関連専門店（店員）	・年末に向け、本来家具の動きが活発になるところではあるが、食材の価格高騰や、年末から年明けに向けて家計の支出が大きくなる中、耐久消費財については買い控えが予想される。ここ数か月、単価の伸び悩みが続き、安価な商品に流れる傾向がある。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・いつも言うのだが、これ以上悪くならないということを前提として変わらないと言っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・給与所得アップが、消費につながっている感覚が足元にはまだない。バーゲンセールなどの売れ行きは依然として悪い。
		高級レストラン（スタッフ）	・観光シーズンに入るが、来年の北陸新幹線開通を見込んで例年より若干予約が少なく、3か月先までの予約数は前年同月比98%の受注状況である。
		スナック（経営者）	・個々の客層や業種にもよるが、高齢の客が多い当店では頭打ちであり、期待ができない。
		観光型旅館（経営者）	・10月以降も団体を中心に取込みができており、前年より売上増が見込める。
		観光型旅館（スタッフ）	・9～11月の予約保有は前年比87～95%で推移している。北陸新幹線が開業する事による手控えも出ていると考えられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円安が進んでおり、輸入品の値上がりも止まらない。実質所得の伸びは一部の客のみ実感しているようで、身の回りで景気が良くなった実感はなく、食料品やガソリンなどの価格の高止まりで今後の景気は見通せない。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門において、ビジネス客およびインバウンド客が増加傾向にある。レストラン部門は個人の慶事が増加傾向にあるが、レストラン婚礼の微減などにより、全体では景気動向は変わらない。
		タクシー運転手	・消費者の財布のひもはなかなか固く、タクシー利用という面に関してはシビアのように感じられる。特別大きなイベントがない限りは利用客は増えないと考えられることから、あまり変わらないと思われる。
		通信会社（職員）	・現状では右肩上がり期待できないが、大きな落ち込みを予測させる要素も現段階ではない。
		通信会社（営業担当）	・人気機種が発売になり来客数は増加したが他の機種に動きがなく、前年と比べても販売量に変化がなく、今後も増加するとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・新商品発表時期に差し掛かり、ボーナス商戦もあるため現状と変わらないくらいの販売が見込まれる。
		競輪場（職員）	・先月末に地元のビッグレースが終了し、今月は一段落した動きとなったが、年末に行われるビッグレースまでは同様の動きが継続する。
		その他レジャー施設（職員）	・10月に入会強化のための販促を強化予定。会員向けには継続啓蒙のイベントを実施し会員の減少をくい止める。
		美容室（経営者）	・特に地方においては、景気の回復が感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・リフォームを含め、受注額は消費税増税前の水準に戻りつつあるが、12月の消費税率10%への引上げの決断如何でどう動くか読めない。また、大幅な短期間の円安が資材高騰に拍車をかけており、収益面、決算数字の悪化は避けられない。
		住宅販売会社（従業員）	・契約件数、契約金額共に減っており、実家のリフォームと新築を比較する人も多くなった。景気が上向く雰囲気は全く感じられない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客は、この先の景気が良くなるのかどうかを見極めようとしているようだ。買物は、必要なもの以外はあまり買わないようにしている。商店街の店主の話では、売上はよくなっていないとのことである。
		衣料品専門店（経営者）	・経費が上昇している割には、売上、利益とも確保できていない。非常に厳しい状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・給料は上がり物価は高くなり、先行きは期待できない。ガソリン高と、寒さに向かって灯油高が消費者心理を悪くしていくと思われる。お金を持っていて気分が良ければ、羽を伸ばすようにもなる。
		乗用車販売店（従業員）	・人員不足もあり、しばらくは厳しい状態が続く。
		自動車備品販売店（従業員）	・商戦期の商材が滞留しており、冬商戦に向けた新規導入が厳しい。頼りのスタッドレスタイヤも前年の暖冬から、買い控えの声もすでにあり、厳しい状況が予想される。
		一般レストラン（店長）	・消費税増税の影響は想定内かと思ひ、希望的に見ていたが、持ち直しの兆しがみられない。
		一般レストラン（統括）	・外食産業において来客数、売上高はほぼ横ばい状況であるが、食材仕入価格アップや、円安による燃料費アップ等、営業利益を圧迫する要因が多い。さらに人手不足が深刻な状況で、営業状態を維持することが精一杯なため、人件費の高騰も食材以上に利益圧迫の要因になっている。
		旅行代理店（従業員）	・何とかこれまでの受注分の団体客で持っているが、こちらも仕入価格のアップ、バス代のアップ、急激な円安で収益率が落ち込んでいる。旅行シーズンが終わった後のこの先が怖い。
		旅行代理店（従業員）	・景気の悪化による冬期賞与への影響が懸念される。
	住宅販売会社（従業員）	・材料等の上昇があり、物価も上昇し個人消費も厳しくなることが考えられ、需要は減ると思う。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・さらなる消費税増税の話がそろそろ再燃し始めてきて、今後、一層の消費落ち込みが予想される。
		コンビニ（店長）	・いままで売上が保ってこれたのは夏の繁忙期があったからだ確信している。今後10月、11月と天気の影響などもあるが確実に今までより売上が下がり、前年比割れにおいても過去の実績からも悪化する。前年比割れが当然のようになってくる現在、当業界で良くなることはあり得ない時代になってきた。
企業動向関連 (北陸)	良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・9月に米国で、10月末には東京で展示会がある。この展示会により受注が増えると予想している。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・数量面ではプラス方向だが、円安によるコストアップがあり、採算面の改善に向け、発注先と交渉するも、十分な回答が得られていない。新開発商品で、新価格を狙うことで、収支の改善をはかりたい。
		通信業（営業担当）	・システムの引き合いも徐々に増えてきている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・秋冬物の消費の状況に期待をしているところである。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・消費税率が次の10%に引上げられるであろう来年10月に向けた影響の見通しはまだついていない。おそらくその影響が出るのは来年の4月以降ではないかと考えており、3か月後は今と変わらない状況になっていると思う。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、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）	・輸出についてはここへ来での円安傾向で、当面は安定的な受注量で推移していくとみている。
精密機械器具製造業（経営者）	・今後の消費税増税問題を含め、販売量の傾向についてはまだまだ読めない感がある。また製造の方では、このところの円安の影響で、一部の原材料の値上げを容認せざるを得ない状況も起こっている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		建設業（経営者）	・手持ち工事量は十分だが、交通誘導員は1か月前から予約しないと確保できない状況である。そのために仕事にかかる日を遅らせなければならない現場も出てきており、これまでと同様ダンプトラックの不足も相まって、休日返上の作業が予想される。	
		建設業（総務担当）	・業界全体の施工能力に余力がないことから、当面は受注価格競争の緩和状態が続く。施工能力が限界で、現状維持が精一杯である。	
		輸送業（配車担当）	・今後急激に消費が拡大するとは、考えにくい。よってしばらく現状の状況が続くと思われる。	
		輸送業（配車担当）	・ドライバー不足が深刻で、自車、他社利用車ともに不足しがちであり、募集しても人が集まらない。	
		金融業（融資担当）	・足元がボトムとの考えや、10%への更なる消費税増税を決定する時期に向けた経済対策期待もあるが、一向に消費マインドが上昇していないことから、来春の賃上げの波及によるマインドの変化が起こるまでは、景気はなかなか上昇しにくいのではないかと考える。	
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線開業などの好感材料と消費税率再引上げによる景気後退懸念の両方がある。	
		不動産業（経営者）	・先行きには少し期待感があったが、個人客からの情報も少なく、また、法人客も少なかったことから、状況は変わらないとみている。	
		司法書士	・商業法人の清算は多いが、個人住宅の建築、分譲マンションの建築についてはまだ堅調である。	
	やや悪くなる		食料品製造業（役員）	・エネルギーコストの上昇と原材料の高騰が顕在化しており、かつ、低価格志向へシフトするなどの販売品目の構成の変化はすぐには変わらない状況である。こうした諸事情への対策の一つとしての商品の値上げも、当初は単純値上げ10%程度を見込んでいたにもかかわらず、周りを取り巻く環境から規格変更が主となり、実質的な効果は1/3程度と低くなっている。
			新聞販売店〔広告〕（従業員）	・業種問わず、チラシの出稿率は前年割れが続いている。チラシサイズも縮小傾向が続き、折込料単価を落とし、販促費を抑えている。この傾向は回復が見込めない状況にある。
税理士（所長）			・消費税と円安により家計が圧迫されていることに加えて、日本国内での労働力の不足が目立っている。中小企業の現場からも言えることだが、外国人労働者の受け入れ態勢をもっと整備するなど、日本国内での工場が外国の企業も誘致できるような環境作りが必要ではないか。このままでは、富、財、知的財産も含めてどんどん海外へ逃げる心配がある。本当に心配である。	
雇用 関連 (北陸)	悪くなる	—	—	
	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今後も求人数が求職者数を上回る状況がまだしばらく続きそうだ。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・北陸新幹線の開通により、当地駅前の各店舗で人の確保が予想される。	
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・相変わらず派遣希望の関心が薄れており、登録者数が激減している。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数は週によっても変動があった。この状況がこの1か月に限ったことなのか、今後も続くかは注視が必要だが、求人市場のこの状況はしばらくは変わりがないと思われる。	
		職業安定所（職員）	・求人窓口では人手が足りないとの話を聞くが、景気が良いといった話は聞かれない。	
		職業安定所（職員）	・依然として材料費、燃料費の高騰により景気が良くなっている実感がないとの事業所の声がある。	
		職業安定所（職員）	・製造業において、受注量はあるが、原油価格、輸入材料の高騰により原価額を価格に転嫁できず、利益面では下向き傾向にあるといった企業や、仕事が海外に流失し特殊な仕事や短納期の仕事だけが残り、収益が上がらないといった声が聞かれる。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・優良な人材の不足が続き、急な回復が見込めない。一方、求職者はいることからスキルの差が雇用の差につながっていると思われる。	

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
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (近畿)	良くなる	百貨店（売場マネージャー） 住関連専門店（店員） 都市型ホテル（客室担当） 競輪場（職員）	・消費税の再増税次第であるが、増税が決定すれば、駆け込み需要があるかもしれない。 ・気温の低下により、秋冬商材の売上増加が見込まれる。 ・観光シーズンでもあり、売上は好調に推移すると予想される。 ・最高グレードの競走が開催されるため、客足や客単価が伸びると思われる。ただし、これが終わってしまえば、悪い状態に戻る。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔事務用品〕（経営者） 百貨店（売場主任） 百貨店（売場主任） 百貨店（企画担当） 百貨店（企画担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（服飾品担当） 百貨店（外商担当） スーパー（企画） スーパー（社員） コンビニ（経営者） コンビニ（店員） 衣料品専門店（営業・販売担当） 乗用車販売店（経営者） 高級レストラン（スタッフ） 一般レストラン（経営者）	・10月から外国人向け免税対象商品が大幅に増えるので、売上増が期待できる。ただし、通常の売上は引き続き苦戦すると思われるので、全体としてどの程度のプラスになるかは予想できない。 ・年末セールを前倒しするほか、購買意欲を刺激するようなイベントを仕掛けるため、やや良くなる。 ・徐々に良くなって欲しいという希望も込めて、先行きに期待している。 ・物価の上昇による影響が懸念されるものの、入店客数や客単価が上向いていることや、10月1日からの化粧品や食料品などの外国人客向け免税対象商品の拡大により、インバウンド客向けの売上の大幅増が期待できる。 ・10月1日に耐震工事が終わり、リニューアルオープンするため良くなる。 ・外国人売上は、免税対象品目が拡大となることで従来よりも売上は増加するとみている。現金売上も、冬ごろには前年並みにまで回復すると予想している。 ・10月の外国人客に対する免税対象商品の拡大のため、このところ入店が増えている外国人向けの売上増が期待される。 ・株価が上がってきているなど、資産家の優良顧客にとって明るい材料もあるため、高級ブランド品や美術品の引き合いは増える。 ・買い控えで少し我慢してきた消費者が、提案力のある商材や、価値のある商材に対しては、やや財布のひもを緩めてもよいと感じつつある。特に、これからは防寒商材が気温の低下と共に売れる雰囲気があり、クリスマスなどの売出しも、効果的な方法を取れば反応は決して悪くないと思われる。 ・年末に向けて、高額品の宝飾品や時計の引き合いが少しずつ増えてきている。海外ブランド品についても、各社で値上げが続いているものの、売上は堅調に推移している。 ・季節の変化で購買品目が変わるほか、消費税再増税の判断や円安の影響などがはっきりしてくる。 ・これまでと同じく低価格商品の動きが良いほか、牛肉や刺身などの生鮮品やデザート商材の動きも良くなっている。これから年末に向けて、昨年以上に消費が活発になることを期待している。 ・プレミアム商品が次々と発売される予定であり、更なる客単価の押し上げが期待できる。 ・広告やのぼりなどを多用し、販売促進に力を入れているほか、品ぞろえを豊富にするなど売場を見直すことで、実績が上がってきている。 ・秋冬物の動きが早くから順調であり、商品への問い合わせも多い。 ・少しずつ個人消費が拡大することを期待している。 ・秋は食材もワインの品ぞろえも充実するので、ゆっくりと食事を楽しむ客が増える。 ・大口の忘年会の問い合わせが早い時期からきているので、大手企業の11月からの忘年会の獲得には期待できそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経理担当）	・消費者の気分にも安定感が出てきているようだ。内閣改造があり、景気最優先ということであるため、若干良くなるような気がする。外国人観光客も今後数年間は堅調に推移する。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税増税の影響が大きかった4月に比べると、少し良くなっているが、まだ販売量、単価共に低水準のままである。
		観光型ホテル（経営者）	・10～11月の先行予約状況は好調である。単価は横ばいであり、館内の付帯売上はやや減少傾向であるが、来客数の伸びがそれをカバーしている。
		観光型ホテル（経営者）	・市制70周年や世界記憶遺産の候補認定など、町を挙げて観光客向けに情報発信をしており、実際にツアーなどの予約が増えている。この勢いはしばらく続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・セミナーの開催数は昨年よりも増加している。一般宴会も大口の忘年会は伸び悩んでいるものの、中小宴会の需要が高まっている。単価の上昇は難しいが、宴席数の増加が見込まれる。一方、客室部門はアジア圏からの観光客の需要が高まっており、予約率、単価共に前年を大幅に上回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調は続くと思われる。特に、冬休みは大型テーマパークの新規エリアの好調が続く。一方、宴会関連は法人を中心に厳しい。パーティープランではいまだに消費税率アップ分が価格に上乗せできず、実質収益が減っている状況である。
		タクシー運転手	・年末にかけての繁忙期に入るため、会社関係の予約が増える。
		通信会社（経営者）	・どちらかといえば好景気という雰囲気は大部分を占めている。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・相変わらず奈良は日本人観光客のほか、中国人や米国、欧州からの観光客であふれている。ただし、夜は誰もいなくなるところが京都との違いである。
		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。
		住宅販売会社（経営者）	・新規顧客が増えてきたということは、2～3か月先の成約見込みにつながり、販売量も増えると予想される。
		住宅販売会社（総務担当）	・10%への消費税再増税前に駆け込み需要が出てくる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・注文住宅に関して、消費税率8%が適用される来年3月末までは、若干の需要回復が期待される。
変わらない		一般小売店〔時計〕（経営者）	・明るい材料がないばかりか、値上げの話が多く、生活しにくいという言葉の口にする人が多い。年末に向けて、最低限必要な物を中心に動きが出ると思われ、余裕のある買物は期待できない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・現状は落ち着いており、年末までは安定した状態が続く。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・原料価格の高騰が続いているが、ここからは年末を見据えて仕入数量は抑えにくくなる。ただし、円安の動きが飼料価格の上昇につながるため、思うように供給を増やせない局面も出てくる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・この時期になっても、国内客は消費税増税の影響で購買意欲が減退しているように感じる。その落ち込み分を海外からの観光客が支えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・衣料品シーズンである冬場を迎えようとしているが、大きな動きは期待できない。有効求人倍率や平均所得などに関して、大阪が全国でトップ10に入っていないことをニュースで知ったが、いかに大阪に元気がないかとショックを受けた。この調子では、他都市の景気が上向いたとしても、大阪の景気が良くなるとは思えない。ましてや、小さな町工場の多い地域柄を考えると、更に景気が悪化していくという不安が大きい。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・消費者に近い業界の景気は本当に悪い。
		百貨店（売場主任）	・天候要因による食料品の値上げや、円安基調による輸入商材の値上げなど、消費者の購買意欲を減退させる要素が多々ある。
		百貨店（売場主任）	・国内の景気対策が早急に必要である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・直近は来客数が増えているものの、購買客数はそれほど増えていない。また、購買単価も上がっていないなど、客の財布のひもは決して緩んでいない。株価が上昇しているものの、不安定な要素を含んでおり、所得の大幅な増加も望めないなか、景気の改善は期待できない。
		百貨店（営業担当）	・ベースとなる食品の回復が遅く、地元自治体の販促策も出足が悪い。また、衣料品によるカバーもできていない。
		百貨店（販促担当）	・年末の消費税率10%への引上げ判断次第で、動きが出てくる。引上げるための株価の上昇圧力が強まれば、高額品などの販売増加が期待できる。ただし、日用品は直近でなければ目立った動きは出てこないなど、全体的には比較的盛り上がりの少ない展開を予想している。
		百貨店（売場マネージャー）	・ほぼ駆け込み需要の反動減は落ち着いたと感じられる。ただし、全体的な購買意欲は高まっておらず、今後も前年割れの状態が続くそうである。前年の実績を確保するためには、免税対象商品の拡大で高まるインバウンド客の需要を、いかに自店に取り込むかがポイントである。
		百貨店（マネージャー）	・地方都市圏の中小企業や自営業では給与水準が上がっており、消費税増税による物価高が打撃となっている感があり、生活雑貨の回復の鈍化に表れている。
		百貨店（サービス担当）	・来月からは、正月のおせち料理の予約や、お歳暮ギフトの早期注文などの商戦が始まるため、来客数の増加に伴う売上増に期待している。
		百貨店（商品担当）	・いろいろな経済指標の動きほどは、景気が好調だという実感はない。外国人客頼みにも限界があり、このような状況で消費税増税が実行されると、一段と減速しかねない。
		百貨店（営業企画）	・消費に力強さが感じられない。
		スーパー（経営者）	・このままの競合状態が続くと予想され、気を緩められない環境になりつつある。
		スーパー（経営者）	・円安の進行や、夏場の天候不順などによる商品の値上げがニューズで取り上げられている。今後、賃金が増加しないままで消費税増税が決まるとすれば、節約志向が一気に高まると考えられる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響がほぼ落ち着いたと思われるが、消費の回復が完全でないところもあり、店頭では景気が上向いている感覚はない。しばらくはこの状況が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響の緩和が進んでいる一方、原料価格の高騰といった様々な問題が発生しており、先行きの不透明感が高まっている。
		スーパー（店長）	・2～3か月後には、前年が消費税増税前の買換えやプチゼいたくが始まった時期となる。買物の勢いが多少戻ったとしても、前年の実績が重くのしかかる。
		スーパー（店長）	・次の消費税増税の話題が出始め、今以上に景気が良くなることは困難であるが、現在のやや良い状態は続きそうである。
		スーパー（企画担当）	・売上、来客数共に、現状のまま推移する。
		スーパー（経理担当）	・食品に関しては、消費税増税前後の一時的な変動を除き、堅調に推移している。ただし、来年の増税が本決まりになった時点で、節約ムードが再度本格化する懸念がある。
		スーパー（広報担当）	・見せかけの景気浮揚に限界が生じている。賃金の上昇などで景気回復を実感できない限り、状況は好転しない。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税後の反動が予測よりも小さく、少しは安心できるものの、相変わらずの原料高など、懸念材料は多いままである。
		コンビニ（経営者）	・消費全体は冬場になると少し落ちてくるが、近隣のマンション建設により昼間の来客は増えてくる。
		コンビニ（店長）	・気温の変化も、ここ数年のように一気に暑い状態から寒い状態に変わらないのであれば、あまり浮き沈みもなく、現状のまま進む。ただし、消費税増税の動向次第では、その後は悪くなる。
		コンビニ（店員）	・現状維持が精一杯で、景気回復の兆しがみられない。
		コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月先は、これといった好要因が見当たらないため、大きくは変わらない。
		衣料品専門店（販売担当）	・賃金のベースアップがない状態で、今後も物価が上がることとなるため、秋冬物に変わってから様子をみる客が増えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（経営者）	・しばらくは消費を抑えようとする客が増える。接客をしていると、日常生活品の値上がりや、老後の生活不安などが響いていると感じる。
		家電量販店（企画担当）	・家電商品の販売量が大きく伸びる要素が見当たらない。電気料金が上昇する気配もあるなか、省エネ家電による単価の引上げや、オール電化、太陽光発電システムの提案で販売量を増やさなければ、厳しい状況が続くと予測される。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の再増税は決定していないが、今のところは上向きで安定している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検など予約は例年どおりであり、今後もあまり変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・数か月前から新車販売は目標台数に届かない状態が続いているため、2～3か月先も変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月前と比べて、受注量はほとんど変化がない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・8月下旬～9月上旬の売上増は一時的な現象であり、現在は落ち着いている。来店客による生活必需品の購入は、引き続き控え目な動きが継続している。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今のままでは何も状況は変わらない。政府が何らかの手を打ち、景気回復の手立てを講じない限り、景気が上向くことはない。
		高級レストラン（企画）	・先行きは不透明で、特別なプラス要素はない。
		一般レストラン（経営者）	・物価の上昇などで財布のひもがますます固くなり、外食の需要は減りそうである。
		一般レストラン（店員）	・年後半は連休が多くなるため、昼食需要は減少するかもしれないが、新規の来店が増えているため、大きな影響はなさそうである。
		一般レストラン（企画）	・消費税増税後の6月ごろから来客数に影響が出始め、8～9月とやや改善しているが、大きな変化はないと予測している。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・円安により輸入食材価格が高騰するなか、追い打ちをかけるようにコーヒー豆も高騰している。原価の上昇で収益が圧迫されており、販売価格への転嫁を余儀なくされている。今後は当然、販売価格の上昇による利用者減が予想されるなど、悪循環に陥ることが懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・今のところ景気の上昇はみられないので、このままの状態が続く。
		観光型旅館（経営者）	・首都圏をはじめとする、遠方からの利用が大半であるため、今後は燃料価格の変動による影響が出てくる。
		観光型旅館（団体役員）	・来客数の動きが悪く、単価の上昇はおろか、現状維持も難しい状況である。
		都市型ホテル（支配人）	・最低賃金が上昇するものの、個人消費の増加につながるのはいささか先になる。冬のボーナスが出てからになるのではないかと予想される。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊部門は好調を維持し、宴会部門も前年をやや上回る水準で推移しているが、レストラン部門では消費税増税の影響が続いている。
		旅行代理店（経営者）	・何とか前年並みを維持したいが、客数は少し減り、単価のアップでカバーしている状態である。円安傾向は海外旅行には逆風であるため、その影響が徐々に出てくるのが懸念される。
		旅行代理店（広報担当）	・天候不順の影響もあり、良くなる要因が見当たらない。暖冬傾向との長期予報もあり、スキー需要などにも期待できない。
		旅行代理店（営業担当）	・4～9月の傾向が変化する要素は見当たらない。
		タクシー運転手	・街に活気がなく、今後は大きな行事もないため、悪化していく。
		タクシー運転手	・夏休みは終わったが、変化の様子は見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・円安効果や株価の上昇により、徐々に景気回復に向かうことが期待される。
		テーマパーク（職員）	・来客数の増加に、売上の増加が追いついていない。遊びに行く程度には財布のひもを緩めるが、必要な物以外は基本的には買わないという傾向が色濃くみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（経理担当）	・9月は前月に比べて、土日が天候に恵まれた。暑さも早く和らぎ、台風の影響も少なかったため、来客数が増え、売上も前年比で10%程伸びている。ただし、様々な業態の店舗を営業しているが、店舗ごとの差が大きく、一貫した判断が難しい状況である。違いが生まれる要因が分からず、苦慮している。全体的な消費動向かどうかは分からないが、財布のひもが固いような感覚はある。
		観光名所（企画担当）	・12月のクリスマス時期には恒例のイルミネーションを実施する。今年は装飾も一新するため、テレビCMなどで周知に努め、集客力の向上を目指す。ただし、昨年のリニューアルによる反動減が大きいため、状況はあまり変化しないと考えている。
		遊園地（経営者）	・良い企画や商品に対する顧客の反応は活発であるが、商品を見る目のシビアさは変わらない。景気が顧客動向に影響を及ぼしているとまでは感じない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンは終了するが、その後も関連イベントが続くほか、人気グループのコンサートも開催されるため、この時期としては例年以上の集客が期待される。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・好材料は特に見当たらない。景気回復の動きに足踏み感が出てきているせいか、連休時の消費の盛り上がりも少し落ちている。
		美容室（店員）	・値上がりしたという意識は客にはないようで、今後も大きくは変わらない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・生活提案をコンセプトに、更なるブランド価値の向上を目指して、今後の新しい旗艦店の出店に期待したい。
		住宅販売会社（経営者）	・公示地価などの上昇に伴う結果が表れておらず、取引量も伸びていない。期待が先行していると考えられ、実際に取引価格が上昇するまでには時間がかかる。
		その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・マンションの販売現場では、まだまだ価格の上昇が客に受け入れられる状況ではないため、足踏みが続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・食品価格が値上がりするなかで、衣料品の買物は二の次になるため、売上は減少する。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・賃金増加の実感がないまま、物価の上昇ばかりが目立っているため、買い控えの流れが進みそうである。
		百貨店（売場主任）	・新たな商業施設のオープンで、エリア間の競争激化が予想される。既に商業施設には過剰感があり、共倒れの可能性を感じる。
		百貨店（売場マネージャー）	・今後の商戦は、9月の立ち上がりに大きく左右されるため、現状からすれば苦戦する。また、去年は消費税増税前で12月から高額品などの消費が増えたことから、売上の前年比は厳しくなる見通しである。消費者の生活防衛意識などもまだまだ強く、給与や賞与が多少増えている企業はあるが、一般的に消費は芳しくない。また、食品関係では生鮮食品の価格上昇の影響が出ており、今後の気候を踏まえると、回復するかどうかは楽観できない。
		スーパー（店長）	・天候不順による野菜の高騰や、個人消費の低迷などの悪材料が多く、景気の失速が懸念される。
		スーパー（店長）	・人口が減少しているからか、来客数の減少が進んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・整備、修理共に、全体的に落ち込んでいる。中古車の動きも良くなく、打開する材料がない。
		乗用車販売店（販売担当）	・販売量は減少するが、一時的なものであり、その後は年末のボーナス商戦に入るので徐々に良くなる。
		住関連専門店（店長）	・不安定な経済情勢に加え、グルメや旅行などの娯楽には支出しても、物品購入は控えたり、安い物で済ませるといった消費者の最近の傾向もあって、売上が増加しない。
		その他専門店〔食品〕 （経営者）	・円安の影響で、食材全般の値上がりが予想される。販売価格への転嫁は難しく、全体的な利益の圧迫が進む。
		その他小売〔インターネット通販〕 （企画担当）	・食料品の値上げが続くなど、消費意欲の向上に結びつきかけが見当たらない。
		通信会社（社員）	・新サービスのリリースで新たな顧客層にアピールしていかなければ、加入者の増加は望めない状況にある。
		ゴルフ場（支配人）	・客の予約や来場の動きは全体的に減少傾向であり、ゴルフ場までのガソリン代や、高速代をはじめとする経費の節約などが考えられる。今後、2～3か月先の景気はやや悪くなると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		<p>その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<p>・オイルマッサージの仕事をしているので、寒い時期になると来客数が減少する。</p> <p>・新築分譲マンションは秋に新規案件が出てくるが、昨今の建築費の高騰もあり、販売予定価格は上昇するため、市況の冷え込みが懸念される。</p>
	悪くなる	<p>一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）</p> <p>一般小売店〔花〕（店長）</p> <p>スーパー（経営者）</p> <p>衣料品専門店（経営者）</p> <p>衣料品専門店（経営者）</p> <p>その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）</p>	<p>・消費税増税による悪影響が続く。</p> <p>・景気が少し良くなったとはいえ、給料がアップした人はまだまだ少数である。</p> <p>・消費税増税の影響が徐々に出てきているように感じられる。日々の食料品購入においても、特に低所得層の消費が落ち込んでいる。</p> <p>・今後も景気は悪くなっていくと思われる。ますます主婦は自分の着る物を節約して、食費に回す傾向が強まりそうである。</p> <p>・円安による物価の上昇が、景気の減退につながっている。今年の秋冬物の価格が上昇しているため、来年の春夏物の展示会では、より一層の価格上昇が予想される。価格が据え置かれている物も、品質が低下しているため、実質的には値上げとなる。</p> <p>・為替の変動が商品の価格に影響を及ぼす。</p>
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・夏が悪過ぎたため、一時的に良くなっているだけであり、本当に良くなるとは考えていない。政治や国の財政にも不安があるため、しばらくは頑張らねばならない時期であると覚悟している。
(近畿)	やや良くなる	<p>食料品製造業（営業担当）</p> <p>繊維工業（団体職員）</p> <p>木材木製品製造業（経営者）</p> <p>出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）</p> <p>化学工業（経営者）</p> <p>化学工業（企画担当）</p> <p>電気機械器具製造業（営業担当）</p> <p>その他製造業〔事務用品〕（営業担当）</p> <p>輸送業（営業担当）</p> <p>広告代理店（営業担当）</p>	<p>・クリスマスや年末の行事に向けて、景気は良くなる。</p> <p>・10月から当タオル産地では需要期に入り、消費税増税分の落ち込みも取り戻せると期待している。</p> <p>・新規事業が動き出したため、徐々に売上、利益共に増加していく。</p> <p>・ある大学では、米国のインターネット通販大手との共同開発で、入学案内やシラバスなどの教材をインターネットで受発注するシステムの導入を目指しており、今後は同様の動きが広がっていくと思われる。一方、医療業界では開発競争が過熱しており、研究開発に関する資料の増加が見込まれる。</p> <p>・秋から年末にかけて比較的大きな案件の問い合わせも入っており、多少景気は良くなる。</p> <p>・年末の食品需要が増加するシーズンとなるため、一時的に販売量や価格の改善が見込まれる。</p> <p>・案件が増えてきており、このまま受注も伸びる。</p> <p>・例年どおり、クリスマスシーズンには少し良くなる。</p> <p>・今まで国外で生産されていた、携帯電話のパネル関係の一部が国内生産に変わり、荷物がかなり動いている。</p> <p>・消費税増税による落ち込みがやっと下半期から回復しそうで、広告の出稿も回復する気配がある。</p>
	変わらない	<p>食料品製造業（従業員）</p> <p>家具及び木材木製品製造業（営業担当）</p> <p>パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）</p> <p>プラスチック製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（経営者）</p> <p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p>	<p>・現状が維持できれば何とかしのいでいけるが、為替の関係で原材料価格が高騰すれば、苦境に立たされる。値上げなどの対策が必要となれば、量販店からも見放され、売上減となるのは必至である。経費節減などの対策も既に実行しており、先行きが不安である。</p> <p>・忙しい状態が続いているが、ここ数か月はほぼ同じ配達量となっている。</p> <p>・円安の進行のほか、食品の原料相場が上昇しているが、大きな変化はない。</p> <p>・来年の消費税率10%導入に向けて、プラス要素とマイナス要素が相殺し合う。</p> <p>・8%の消費税率に一般消費者がまだ慣れておらず、もう少し時間がかかる。</p> <p>・顧客の投資意欲が活発ではないため、今後も不調が続く。</p> <p>・円安が進んでいるため、日本国内の製造は前向きになると思われるが、大きな流れとしては海外での活動が重視される。</p>

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・円安が進み、材料費や人件費、燃料費などが高くなる。受注量が回復しても、収益は厳しい状況が継続する。
		電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・来年3月には、デジタル放送をアナログ放送に変換して放映していた、デジアナ変換サービスが終了するため、年末にはテレビの買い替え需要が出てくる。ただし、特需的な動きであり、景気回復に伴う動きとは言い難い。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・相変わらず、あまり仕事がない。
		輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・国内の案件を確実に受注に結び付け、海外での落ち込みをいかにカバーするかが緊急の課題となっている。
		その他製造業 [履物] (団体職員)	・アベノミクスの効果により、輸出産業を中心とした大企業は恩恵を受けている。一方、中小零細企業は円安による原材料費の値上げ分を販売価格に転嫁できないなど、景気回復の実感があまりない。
		建設業 (経営者)	・今後も東京一極集中や東日本大震災の本格復興により、現場技術員や技能労働者の不足が続き、工事量が増えても受注は難しくなる。
		建設業 (経営者)	・年末にかけて需要は多少増えるが、案件の単価上昇は期待できない。
		建設業 (経営者)	・現状の受注状況から予想すると、大きくは変わらない。
		通信業 (管理担当)	・御嶽山の噴火の影響などで、更に悪くなる可能性もある。
		金融業 (営業担当)	・消費税増税の影響が重くのしかかっている。今後、消費税率が10%になれば、更に景気の動向が不安定になる。
		金融業 [投資運用業] (代表)	・円安があまりに急激に進み過ぎている。何事も急速な動きはリスクを伴う。
		不動産業 (営業担当)	・神戸から事業所が減り続けている。今後も事務所や社宅の需要が減少することで、景気の停滞につながる。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・6～7月は折込件数が回復傾向であった。8月は毎年悪いので、9月に期待していたが、それほど伸びていない。
		広告代理店 (営業担当)	・受注が減ってきており、先行きも読めない。見込み案件が決まらなくなっている。
		司法書士	・案件が少し残っているが、積極的な業務の拡大につながるものではないため、このままの状態が続く。
		経営コンサルタント	・消費税の再増税の判断がどのようになるか、それによって大きく変わる。増税となれば現状よりも悪くなる。
		コピーサービス業 (店長)	・年末に向けて繁忙期となるが、昨年並みの推移となる。年賀状に関しては、若干の増加となることが予想される。
		その他サービス [自動車修理] (経営者)	・政治が大きく動く要素もなく、状況は変わらない。
		その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・今年は秋冬物が店頭に並ぶ時期が一段と早く、早期の完売を目指す傾向にある。最近の秋らしい気候も手伝い、売行きはまずまずとの声がかかる。一方、高額商品が敬遠されている点は変わらず、予想以上に売上が伸びてこない。
		その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	・円安が進行しているため 食料を含めた輸入商品の先高感が強まっている。輸出はそれほど増えず、貿易収支の赤字だけが目立っているため、更に円が売られるという悪循環に陥っている。社会全体が停滞しており、抜本的な対策が必要となっている。
		その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・年内の設備投資や見積りは特に増えることもなく、先行きも昨年並みの状況となる。
	やや悪くなる	食料品製造業 (経理担当)	・中小企業は賞与も給与も上昇の気配が全く感じられない。
		繊維工業 (総務担当)	・取引先では利益率の低下だけではなく、販売量も前年比で20%ほど減少している。消費税の再増税が決定すれば、更に景気が悪化する。
		化学工業 (管理担当)	・円安に伴う商品の値上げが予想される。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・消費税増税による影響だと考えられるが、受注量は5月以降、大幅に落ちてきている。再増税ということになれば、更に悪くなる。
		金属製品製造業 (営業担当)	・東南アジアでの現地調達が進み、注文がなくなる製品が出てきている。
		一般機械器具製造業 (設計担当)	・物価上昇に消費者の収入が追い付いていない。
		輸送業 (営業担当)	・現時点で売上が伸びる材料がないため、昨年を上回ることはない。
		輸送業 (商品管理担当)	・税金や物価が上がるなか、給料は変わらないため、負担が大きくなる。

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
		輸送業（営業所長）	・関東での営業内容を聞くと順調であるが、関西は微増にとどまると予想される。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・上期の売上を元に、下期のメンテナンスの計画を立てるところは、計画が先送りになるのではないかと思われる。ただし、環境共創イニシアチブの補助金に関する補正予算が通れば、逆に上向き可能性はある。
	悪くなる	—	—
雇用関連	良くなる	○	○
(近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・年末に向けて季節的な案件も増えているほか、中長期的な案件も増えつつあるため、今後も求人数は増えていく。また、契約の切れ目となる時期でも、終了となる人は少なく、契約延長する企業が増えているため、人材不足感が強まる可能性もある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・天候条件にもよるが、年末に向けたプロモーションなど、各企業の活発な動きがみられる。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用意欲は高まってきている。このまま良い方向に進んでほしいが、学生の社会に対する期待感の向上が必要となる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今まで求人进行けん引してきた自動車や建設関連の動きが、8月のお盆ぐらいから低調になってきている。ただし、上半期が終わりに近づくにつれて、正社員を採る動きが活発になってくる。
		人材派遣会社（支店長）	・円安基調でもあり、まだ予断を許さない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税の増税が決定するまでは現状維持となる。
		人材派遣会社（役員）	・企業の採用意欲に変化はないが、金融機関の採用意欲については一段落している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞への広告出稿から推測すると、2～3か月後の景気も特に変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人広告に限れば、景気は現状維持としかいえない。ただし、当社でもインターネット広告の取扱は急増しており、当社が扱っていないインターネットの求人広告はシェアを伸ばしている。これらを含めれば、上向きといった判断になるのかもしれない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加から減少に転じたが、雇用情勢が大きく悪化するような動きはみられない。ただし、最近の急激な円安ドル高傾向が気になるところであり、管内の中小製造業など、様々な業種への影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・景気は引き続き、現在と同じような状態で推移する。
		職業安定所（職員）	・新規求人や有効求人の内容をみると、老人保健施設の介護や医療、ヘルパー関連の人手不足が目立ち、そのほかの産業では、採用活動が控えられている。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設業者は確保できる労働者数の範囲内でしか受注しないため、日雇い求人数は頭打ちになっている。期待される賃金の上昇も、まだわずかである。
学校〔大学〕（就職担当）	・景況感は気分の問題だと感じているため、天候も含めて良い方向に動くことを期待したい。		
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入に期待している。
		競艇場（職員）	・2か月後の11月中旬にはG1競走が開催され、売上が確保できる。
(中国)	やや良くなる	商店街（代表者）	・年末に向けた公共投資の実施とボーナスの増額支給により、多少なりとも客の購買意欲が良くなる。
		百貨店（営業担当）	・前年の販売動向と違い、客はバーゲン品ではなく、多少高額であっても気に入った正価商品を購入する傾向に変わってきている。
		百貨店（売場担当）	・株価も少しずつ戻ってきており、クリスマス商戦は活気づく。
		スーパー（店長）	・ボーナス時期になるため、景気は一時的に良くなる。

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
		スーパー（店長）	・天候不順による野菜の高騰が落ち着いてくる。
		スーパー（営業システム担当）	・大手小売店が一時的に閉店しているため、客数が増える。
		コンビニ（エリア担当）	・高単価の商品が少しずつ動くようになっており、年末商戦に向けて期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は徐々に戻りつつあり、景気はやや上向く。
		コンビニ（エリア担当）	・このところ来客数が高水準で安定している。店周辺に限らず地域内で工事関係者が増加していると考えられるので、この傾向は継続する。
		家電量販店（販売担当）	・決算セールと年末商戦に期待する。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス支給の時期にかかり、販売量が増える。
		住関連専門店（営業担当）	・店外でイベントを開催すると、予想外の来客でにぎわっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・館内に大型区画ショップがオープンするので、館全体に好影響が及び、全体としても集客が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・希望を込めて、2～3か月先には消費税増税や土砂災害の影響から脱していただきたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後、忘年会や新年会等の季節に入り、客の動きが出る。
		都市型ホテル（企画担当）	・12月に大型ショッピングモールが開業するため、人の動きが大きく変わってくる。開業景気で市場にも活気が出る。
		旅行代理店（経営者）	・旅行の問い合わせが増えつつあり、今後景気は良くなると期待している。ドルの上昇が多少不安材料であり、1ドル110円程度で落ち着いていただきたい。
		タクシー運転手	・大型ショッピングモールが開店するので、人の動きは増える。
		タクシー運転手	・季節柄、イベントなどが増え、外出の機会も増える。
		テーマパーク（業務担当）	・年末に向けてイルミネーションなどのイベントが多く開催され、人の動きも多くなる。年末年始の買物なども期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・12月には消費税再引上げの時期がはっきりするので、駆け込み購入の動きが始まる。
		住宅販売会社（営業担当）	・涼しくなる秋は客の来場が増える傾向がある。また、そろそろ10%への消費税再引上げに向けて、住宅購入を検討する客が出てくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・円安が進行して家庭での支出が多くなり、家計の負担になっている。まだ気温が秋らしくなく、今後の天候が景気に影響する。
		商店街（代表者）	・年金で生活する高齢者が今後を考えるとぜいたくはできないと話すように、消費者は極力無駄のない買物を目指している。
		商店街（代表者）	・地方では収入が増加する人は少なく、また物価上昇感と消費税増税分の値上げ感が消費者の負担になっている。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・ショッピングモールが12月に開店予定であり、当店は9月末から専門店ならではの新しい企画を打ち出す。売上が減ることなく、できれば若干でも増加するよう販売方針を立てており、大型店開店による影響を抑えるよう努める。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税増税の影響や円安等による商品の値上げが今後も続く。
		百貨店（経理担当）	・毎月、前年並みの売上が達成できるかどうか気をもむ状況が、今後もしばらく続きそうである。
		百貨店（営業担当）	・今秋は前年と違い秋らしい気候であるが、秋物の売上が伸びていない。今後についても、客の買物意欲が格段に上向くとは考え難い。また当地では12月に大型ショッピングモールの開業が控えており、既存店は大きな影響を受けると戦々恐々としている。
		百貨店（営業担当）	・景気が良くなる要因が見つからない。
		百貨店（販売促進担当）	・主要客であるミセス層の動きが上向いてきているのは、明るい兆しである。ただ気候の変わり目が購買を後押ししている感があり、本物の景気高揚かどうかは今後の推移をみないと判断できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（購買担当）	・秋向きの新しい店が改装オープンしても、にぎわうのは1週間程度で、すぐに平常に戻る。なかなか客が財布のひもを緩めるような状況が起きない。2～3か月後の冬商戦は気温の推移に大きく左右される。
		スーパー（店長）	・客は様子を見ながら少しずつ動く状態であり、現状がしばらく続く。
		スーパー（店長）	・良くなるという具体的要因が見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・客単価がここ数か月、高水準で推移していたが、少し伸び悩み傾向になっている。
		スーパー（管理担当）	・売上が伸びない状況が依然続いており、この先も販売増を期待できる要素が見当たらない。かえって景気の悪化が懸念される。
		スーパー（財務担当）	・消費者は収入が増加しないなか、消費税増税による商品単価の上昇を感じるようになっており、客の節約が続く。
		スーパー（業務開発担当）	・売上は商品の値上がりにより前年より3～4%伸びており、その傾向は今後も続くと思われるが、販売点数と客数はともに前年割れが確実である。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店の出店加速や市場環境の縮小化など、外的要因の厳しさが続く。
		家電量販店（店長）	・電機業界では新製品が出てくる時期となるが、ほとんどの商品が売価アップになるため、販売店にとっては難しくなる。
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要素が思い当たらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・土日には整備入庫で多くの客が来店する。車の商談はまだまだ少ないが、展示会としては活気がでてきている。ただ明るい兆しはみえず、前年並みを維持することが精一杯である。
		乗用車販売店（店長）	・現状から大幅に良くなるとは考えにくい、9月の客の動きをみると年内は良い状態が続く。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上がこれ以上増加する要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税、収入減少や人口減少など、様々な悪い要因があるので、現状維持でがんばるしかない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・秋物は立ち上がりこそ良かったが、その後は動きが鈍い。今後も客の節約ムードが続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・大きな好転材料も悪化材料もない状況である。
		高級レストラン（スタッフ）	・8月の土砂災害の影響で市場が冷え込んだ状況が続いている。今後いつかは回復すると見込んでいるが、今はどちらともいえない。
		スナック（経営者）	・日々、景気が良くなると期待しているが、消費税があがっただけで、地方の景気はいまだに良くなってこない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・ガソリン価格は相変わらず高止まりしたままであり、来客数がここ数か月の状況から好転するとは思えない。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・行楽シーズンを迎え、団体や個人客の動向に動きが出るよう期待する。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊関係と宴会関係は回復傾向にある。天候の影響等で食品が値上がりするなど物価上昇傾向にあるため、料飲店では客の買い控えが懸念される。
		旅行代理店（営業担当）	・今後の景気はボーナスの支給動向に影響される。
		通信会社（社員）	・新規の問い合わせに変動がない。
		通信会社（販売企画担当）	・食材等、身近な生活必要経費が増加するため、消費者は通信経費については必要以上には支出できない。
		通信会社（企画担当）	・主力商品であるモバイル系の営業を今後も継続していくが、最近の営業現場では、客は購入時に家計上の強いコスト意識を持っているとひしひしと感じる。
		通信会社（総務担当）	・過去3か月、販売量に伸びがなく、今後も同様に推移する。
		通信会社（広報担当）	・客は値段の安い商品を狙っている様子もみえるので、景気が良くなって客の購買意欲が高まっている雰囲気はない。
		通信会社（工事担当）	・契約獲得競争が激化して申込件数は増えているが、一方で解約件数も増えているため、トータル的には件数は変わらない。

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
		通信会社（総務担当）	・通信サービスが減少し放送サービスが増加する状況が今後も続く。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税増税により市場の動きが鈍い状態が続いている。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約件数は例年どおりで推移している。
		美容室（経営者）	・2～3か月先には大きな影響はないが、高齢化、低所得者層の増加や消費税再引上げなどが景気に少しずつ影響を与える。
		その他サービス【介護サービス】（介護サービス担当）	・客やその家族と話しても、景気の変化がうかがえる話はこの最近一切聞かれず、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）	・消費税増税後に、客が住宅購入を諦める者と引き続き検討する者に二分割となったため、景気は上向きになりにくい。
		設計事務所（経営者）	・材料費を含めて建築費が高騰した状態となり、建築主は予算の組み替えと気持ちの切替えにしばらく時間がかかりそうである。
		設計事務所（経営者）	・消費税再引上げ前に建築したいというクライアントが今後もしばらく続くが、建築費の高騰が不安材料として残る。
		設計事務所（経営者）	・いまだに建築投資しか対策を打ち出せず、東京から地方に権限、人、物や金を移転させる施策がないのでは、地方の景気が良くなる訳がない。
		住宅販売会社（販売担当）	・建築資材の高騰や人材不足により建築原価が上昇傾向にあるが、客の購入可能額から考えると、上昇分のすべてを販売価格には転嫁できない。しばらく景気は横ばい状態が続く。
	やや悪くなる	商店街（理事）	・3か月後には1キロ先の駅前にショッピングモールがオープンする。当然ながら大きなダメージを受けるが、一時的な影響で済むのか、永続的なものになるかは、現時点では判断できない。
		商店街（代表者）	・思いのほか消費税増税の影響が色濃く出始めている。重ねて長雨のため野菜が高騰しており、粗利の確保に頭を悩ませている。
		商店街（代表者）	・子供服業界は、オーバーストア、少子化、デフレとインターネット販売の四重苦にあえいでいる。客の様子をみると将来の消費税再引上げへの警戒感が加わり、購買意欲はますます低下していく。
		一般小売店【酒店】（経営者）	・景気が冷え込む一方で、既存の店舗が大型ディスカウント店の進出などで閉店に追いやられており、良くなる要素が見当たらない。
		一般小売店【印章】（経営者）	・全体として注文が少ない状態が続いている。春先のように高級品が売れることもなく、安価なものを中心になっている。
		一般小売店【紙類】（経営者）	・年配の客の話ではいろいろな補助が目減りしているようで、客の買い控えが徐々に進んでいる。
		百貨店（売場担当）	・前年との比較では、消費税増税前の駆け込み需要を含んだ実績との比較になるため、11月中旬以降はハードルがだんだん高くなり、目標の達成は厳しくなる。
		百貨店（営業推進担当）	・客数はここ1年減少し続けており、販売促進策を実施しても回復傾向が表れない。消費の市外への流出がだんだんと顕著になっている。
		スーパー（店長）	・秋にかけて値上げになる商品が増えてくるため、売上の確保が難しくなる。
		スーパー（販売担当）	・乳製品等の値上げにより売上が低迷しており、今後も売上の伸びは期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・家電業界全体をみても当社の他店舗をみても、客数や売上は同じような状況であり、2～3か月先も厳しい状況が続く。
		家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動が年内は残る。太陽光発電やリフォームに力を入れているが、売上減をカバーできるかは不透明である。
		乗用車販売店（統括）	・9月は需要月であり受注が増えているが、10月からは落ち込む。
		その他専門店【海産物】（経営者）	・お歳暮等の時期になるので期待したいが、ムードは良くない。
		その他専門店【布地】（経営者）	・地方創生がスタートするが、当地は今まで努力してこなかったため明るい材料は見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般レストラン（経営者）	・最近特に客が支出を抑える傾向を強く感じる。客単価と組単価はともに低下傾向にある。地方での景気の先行きに不安があり、今後もこの傾向が続く。	
		一般レストラン（店長）	・9月の客数が大きく伸びたのは周年祭を行ったこともあるので、今後は若干伸び率が下がる。	
		一般レストラン（外食事業担当）	・円安による輸入食材の値上がりが著しい。特に食材のなかでも高いウエイトを占める輸入牛肉の値上がりにどのように対応するかが今後のポイントになる。これから秋の行楽シーズン、年末の忘年会シーズンを迎えるが、客の収入が上がっていないため、家庭消費に流れて外食には金が回らないのではないかと心配である。	
		観光型ホテル（支配人）	・企業利用に景気回復の兆しはみられるが、個人客の利用は低調なままである。地元企業の忘年会に期待するが、先行きの不透明感はぬぐえない。	
		都市型ホテル（総支配人）	・入込観光客数は対前年の漸減傾向が続く。	
		タクシー運転手	・イベントを開催しても人がなかなか動かない。	
		通信会社（営業担当）	・消費税再引上げが見え隠れしているが、市場は景気浮揚について底堅さを持っていないため、客は特にランニングコストの発生についてシビアにみている。消費税再引上げの判断過程で景気が悪化に転じる気配がある。	
		美容室（経営者）	・消費税増税後、本体価格は変えず増税分のみ価格に転嫁しても、消費者は商品が値上げされた印象を持つようで、全体として消費を控えている。	
		美容室（経営者）	・中小企業の勤め人や個人事業主の客は収入が伸びないため、来店頻度を減らす傾向にある。また多忙なため来店するタイミングを逃しているという客もいる。売上増につながる場所がないので、現状が維持できれば十分である。	
		悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・先行きの見通しが見えない。経費削減で対応するしかない。
			百貨店（営業担当）	・景気回復が実感できず、客の購買意欲も向上しない。12月には近隣に大型ショッピングモールのオープンが控えており、非常に厳しい12月商戦になる。
			スーパー（店長）	・近隣にドラッグストアが2店舗出店するので、いろいろな販売促進策の実施など集客合戦が激しくなる。
			スーパー（販売担当）	・当地は12月に大型ショッピングモールのオープンが控えており、今後は集客面のみならず様々な面で苦戦を強いられると覚悟している。同業他社と意見交換しても、皆が戦々恐々としている。
			衣料品専門店（経営者）	・来年予定されている消費税再引上げは家庭に大きく響く。それとともに働いている会社の経営も大変になるので、先行きが大変不安である。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費者の購買力が回復していない。一部の大企業は景気が良いようであるが、大多数を占める中小企業関係者の景気が悪く、予定されている消費税再引上げの影響が心配である。			
自動車備品販売店（経営者）	・現状でも悪い方向に向かっているが、今後は消費税再引上げという悪材料がある。今まで景気対策の恩恵を受けていない業界にも対策を打たないと、ザルに水を注ぐような結果になる。			
企業動向関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先も多忙な状態が継続する。	
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・円安効果により輸出関連取引先が増産する期待が大きい。	
		鉄鋼業（総務担当）	・10～12月期は建材分野が需要期に入り、2014年上期に比べて定期修繕の影響も小さいことから、販売量はやや増加する。	
		金融業（貸付担当）	・今後2～3か月先は、年末に向けて需要がおう盛になる。消費税率10%への再引上げの判断は年末と言われているが、最近の株価上昇や円安歓迎ムードもあって、消費マインドは落ちていない。加えて、再引上げ前には再度の駆け込み需要も期待できる。取引先からは東京オリンピックまでは景気が落ち込むことはないと思うことが多い。	
		会計事務所（職員）	・土砂災害による復興需要が見込まれるため、土木関連業界は徐々に忙しくなる気配がある。ただ、人手不足も段々と深刻化しており、人材確保が業績向上の条件となる。	
変わらない	食料品製造業（総務担当）	・年末にかけて繁忙期を迎えるが、前年並みの売上を想定している。ただ製造ラインが人手不足気味な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
		木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減が継続している。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大口案件と焼却炉新設案件はともに引き合いはあるが決定に至らない状態にあり、現在の生産状況が大きく変動する様子はない。
		鉄鋼業（総務担当）	・今夏の受注量から、秋冬の仕事量は引き続き同じ程度で推移するとみている。来年の仕事量は今秋の受注量次第であるが、世界的にみるとイスラム国のリスク等もあり、10～12月の受注は注視する必要がある。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・米国経済の堅調さや利上げ見通し等から円安傾向は続くと見込まれるが、エネルギーコストの上昇等のマイナス面が懸念される。電子機器関連での中国メーカーの伸長や金属相場の急変等で、当面は先行きを見通し難い。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・円安の進行により、国内の海運会社は新船発注に動く。当社としては、国内造船所が競争力を持てば将来的に円安メリットを享受できる可能性はあるが、当面は収益的に厳しい状態が続く。
		建設業（総務担当）	・消費税再引上げの判断について、みんなが注目している状態である。
		輸送業（経理担当）	・現在の荷物量の減少傾向が改善する要素が見当たらない。
		輸送業（支店長）	・荷主の二極化が進み、中小企業の倒産や個人商店の閉店が取扱量の伸び悩みにつながっている。ただし個人については今後とも堅調に伸びる。
		金融業（自動車担当）	・円安と米国経済の回復はしばらく継続する。低燃費車は引き続き輸出が好調で、自動車業界は2直残業と月1回程度の土曜出勤も含めたフル操業により、増益が続く。
		広告代理店（営業担当）	・客情報では現状から良くなる話もあるが、大きく動く可能性は少ない状況である。
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・海水温が高いことも一因とされているが、アジやサバ等、青魚が不漁である。また燃油がこれ以上高騰しないよう願っている。
		繊維工業（統括担当）	・景気は良くなるとずっと回答してきた。原材料の値上げが話題になり始め、繊維業界にとって先行きの見通しがあまり良くないため、景気はやや悪くなると下方修正する。
		化学工業（総務担当）	・景気が上向く要因が見当たらない。このまま全体の景気が横ばいで推移するならば、当社のような素材産業は原料高等の要因から悪くなる方向に向かう。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先は消費税増税の影響はあまり受けないと想定していたが、実際には受注量が30%減少している。当社の生産についても影響は不可避であり、厳しくなる見込みである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・マスコミは社員の収入アップについて肯定的側面のみを報じているが、本来あるべき企業が適正利益を確保した後の待遇改善ではない。景気回復の期待だけが先行している状況で、実質の景気回復が伴っていない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・客からの内示では、一日当たり生産量が若干少なくなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・大企業を中心に輸出企業は為替の影響で大きな利益を出している。一方で製造業は海外から輸入することが多く生産原価が上昇するため、景気は更に低迷する。
		建設業（経営者）	・仕事があっても利益につながらない状況が今後も続く。また地価公示があったが、地方では地価の下落が継続しているように、景気が上向くことは難しい。当社にとっては、利益が出ていた産業廃棄物の埋設事業がそろそろ終了するため、今後は厳しくなる。
		通信業（営業企画担当）	・客との雑談で、生活必需品や食料品の価格が高騰し、消費を抑えているという話題を耳にする機会が増えている。
		通信業（営業担当）	・個人事業主、SOHO市場や中小市場を対象とした景気テコ入れ策がなく、また今後は消費税再引上げの懸念も出てくる。
悪くなる		不動産業（総務担当）	・賃貸の需要時期ではないため、売上は落ち込む。
		コピーサービス業（管理担当）	・公共工事、建設工事等が増加する見込みがない。
		食料品製造業（総務担当）	・円安が続くなか、原材料の高騰が避けられない。販売単価に転嫁させにくいいため、厳しい状況が続く。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。

分野	景気の先行き判断	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 (総務担当)	・受注先の問題が解決しないため、当社の受注量増加は見込めない。
		建設業 (総務担当)	・協力業者がすでに多くの仕事量を抱えているため、更なる発注金額の上昇が予想される。
雇用 関連 (中国)	良くなる	民間職業紹介機関 (人材紹介担当)	・大型ショッピングモールのオープンにより景気が上昇する。
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・求人数も増え始めており、特にマイナス要因は見当たらない。
		人材派遣会社 (経営企画担当)	・企業の採用意欲は高まっているが、今後も企業が望む人材を確保できにくい状況が続く。ミスマッチ上の問題点を明確にして求職者に採用条件を開示すれば、雇用環境は少なからず回復に向いていく。
		求人情報誌製作会社 (採用支援担当)	・企業は2020年の東京オリンピックを見据えた採用を始めている。
		学校 [短期大学] (学生支援担当)	・景気はこのまま推移して欲しい。
	変わらない	人材派遣会社 (支社長)	・中小企業には相当の人手不足感があり、売手市場で限られた人材を奪い合う状況が当面続く。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・今後も新規の企業からの問い合わせが増加する傾向は続く。
		求人情報誌製作会社 (広告担当)	・次年度から新卒採用の活動時期が短くなるため、一部には採用数を増やす計画をたてている企業もあるが、従来どおりの採用人数で活動する企業の方が多い。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・地方では消費税増税後の物価高により個人消費が伸びていない。さらに消費者は消費税再引上げが気になっている。まだまだ景気には足踏み感が漂っており、財布のひもは簡単に緩みそうにない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・貴金属や化粧品などの売上は消費税増税前のレベルまで回復しておらず、増税の影響は意外に根深い。
職業安定所 (産業雇用情報担当)		・新規求人数が前年を下回り、月間有効求人数は実数で減少する傾向が続く。また年末に向けて求人数は減少するのが例年の傾向である。	
職業安定所 (産業雇用情報担当)		・人手不足が急激に改善する見込みはなく、今後も今の状態が継続する。	
民間職業紹介機関 (職員)		・年末に向けて個人消費は徐々に向上くと予測されるが、昨今の円安傾向を反映した原材料コストの上昇が販売価格を押し上げるなど、景気抑制要因が散見される。	
やや悪くなる	人材派遣会社 (支店長)	・企業には景気改善に対する不透明感があり、また新卒者の採用活動も一段落するため、企業の求人活動が止まる。	
	その他雇用の動向を把握できる者 [労働機関] (職員)	・来春の新規高卒求人が前年を大幅に上回るハイペースで出されている。一方、ホームセンター等の経営者からは消費税増税で景気に先行き不透明感があるため新卒採用を見送る声が寄せられるなど、業種によってまだら模様となっている。	
悪くなる	—	—	

9. 四国 (地域別調査機関：四国経済連合会)

(-：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・20年かけて作り上げてきた「川を生かしたまちづくり」が軌道に乗り始めた。月1回開催の「とくしまマルシェ」も定着してきている。
		スーパー (店長)	・今後さらに高単価な高品質商品や高機能商品の動きが良くなるとみている。
		衣料品専門店 (経営者)	・もう少し気温が下がれば、アウターも売れ、少しは売上も増加し景気も良くなる。
		乗用車販売店 (従業員)	・新型車の投入やモデルチェンジの効果に少し期待している。
		住関連専門店 (経営者)	・耐久財を販売しているので、消費税増税後は売上が伸びなかったが、底を打ったとみている。今後、多少は売上が増加するのではないかと。
		その他専門店 [酒] (経営者)	・10～11月は地元の秋祭りや自店の周年祭があり、年末の12月にかけて売上面は少し良くなると期待している。
		観光型旅館 (経営者)	・10～12月の3か月の予約状況が昨年より少し上向いている。
タクシー運転手	・秋になり遍路関連の乗客が少しずつ増えてきている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		通信会社（営業担当）	・冬モデルの新機種が発売が予定されており、更に需要が拡大すると想定している。	
		通信会社（営業担当）	・本格的な冬商戦に突入し、前年同期以上に販売数の伸びが期待できる。	
		競艇場（職員）	・年末にかけて、SGグランプリを筆頭に、チャレンジカップ・賞金女王等大きなレースが開催され、売上増が期待できる。	
		住宅販売会社（従業員）	・今月は来場者が増えていることから、今後も来場者が増え、売上も伸びていくと期待している。	
	変わらない	商店街（事務局長）	・今後も都心に集中する人の流れに歯止めがかからず、地方はより疲弊していくものと思われる。	
		商店街（代表者）	・今後、更なる消費税増税が予測されるため、顧客の金銭感覚も厳しくなってくる。	
		商店街（代表者）	・消費税増税以降、消費者の財布のひもが固くなっているなかで、8月の天候不順もあり、底割れ状態が続いている。	
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・特に改善されるような要因が思い当たらない。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・繁華街の店舗の閉店が続き、人通りも少ない。高額商品の動きも鈍くなっている。	
		百貨店（販売促進担当）	・食品や大型テナントなどは消費税増税後の落ち込みから回復に転じているが、主力の衣料品や宝飾・美術など高額品の回復が大幅に遅れている。	
		スーパー（店長）	・年末に向けて、景気が良くなっていくような要素が感じられない。	
		スーパー（財務担当）	・生鮮食品の売上は増加傾向にあるが、客数の増加はあまり見込めない。全体の売上は変わらない。	
		コンビニ（店長）	・売上は現状維持が続いている。	
		コンビニ（総務）	・来店客数の減少分を企業努力による客単価増でカバーしている状態である。景気が上向き気配はなく、この状態が継続するとみている。	
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響は一段落している。	
		衣料品専門店（総務担当）	・物価上昇の動きから、節約志向が強くなっている。商品の仕入単価も上昇しており、売上へのマイナス影響が強くなる。	
		家電量販店（店員）	・冬の賞与の支給状況で良くなる可能性はあるが、買い控えは続くとみている。	
		乗用車販売店（従業員）	・新車受注台数の前年比増は、今期中はむずかしい。	
		乗用車販売店（従業員）	・秋から冬のボーナス商戦は、新型車の投入予定もなく、販売台数が増加する見込みがない。	
		乗用車販売店（営業担当）	・今は来店客数の増加が販売台数増につながっておらず、今後も期待できない。	
		乗用車販売店（役員）	・例年であれば、9月頃から販売量・受注量が増えるが、今年は上昇していない。現状より良くなることも、悪くもなるとも思わない。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・原材料の高騰により仕入原価が上昇しており、その影響が、2～3か月先に顕著に表われると予測する。	
		旅行代理店（支店長）	・秋の訪れで国内旅行は順調に申込増加が予想されるが、反面海外旅行は円安の状況が続けば大幅な需要の落込みが懸念される。	
		通信会社（企画）	・季節要因もあるが、新サービスの投入で、現状と変わらないとみている。	
		通信会社（支店長）	・株価も16,000円台を突破したことから景気は悪くなるとは思わないが、良くなる要因もない。	
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況は若干上向ってきているが、客単価が上がらず、売上が伸び悩んでいる。	
		美容室（経営者）	・特に変化ない。	
		設計事務所（所長）	・老朽化している施設が多くなっており、建て替えたという客は結構いるが、高騰している建築費の動向を見極めていく様子が見える。	
		やや悪くなる	スーパー（企画担当）	・来店客数は伸び悩んでいる中、単価上昇が続くのは厳しい。ドラッグ業界等の他業態と、同じものなら安い方を買うという買い分けがさらに進んでいくとみている。
			スーパー（統括担当）	・消費税は増税したが、収入は上昇しないことから、販売は苦戦している。

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
		コンビニ（店長）	・改善する要因が見当たらず、現状推移か、さらに悪化するのではないかと。夏の賞与支給時期にマイナスに転じた経緯から、冬の賞与支給時期についても好転することは見込み難い。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・本当に欲しいものだけを、必要な時に購入する客が増えてきている。
		都市型ホテル（経営者）	・来月からバス料金が値上げするという話を聞く。そうなるかと景気は落ち込むのではないかと懸念を持っている。
		タクシー運転手	・年末が近づけば遍路関連の乗客は減少する。このまま下降傾向で推移するとみている。
		美容室（経営者）	・さらなる消費税増税への不安から、節約志向の消費者が多いようにみえる。
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・酒類の一部値上げが発表され、ますます消費者の財布のひもが固くなる。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・食品製造業において、これまで人員削減を進めてきたが、ここに来て人員確保に向かいつつある。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・これから年末需要に向かうので、少しは良くなってくる。
		鉄鋼業（総務部長）	・2015年デリバリーの船舶関連の受注の先取り期待感が残っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・一部電力会社が再生可能エネルギーの固定価格買取制度に基づく買取契約の新規締結の保留を決めたことで、非常に危機的な思いを抱いている。
		建設業（経営者）	・8月の台風災害関連の発注があり、数か月先は、少し良くなるとみている。さらに自治体の防災・減災関連の補正予算執行も好材料となっている。
		公認会計士	・経営者から設備投資についての税制面に対する質問が多くなってきている。また銀行融資もスムーズに受けられる企業が増えているようで、設備投資を前向きに考えたい企業が増えてきている。
		変わらない	食料品製造業（経営者）
	一般機械器具製造業（経理担当）		・海外の状況に注意は必要であるが、当面の状況は変わらないとみている。
	建設会社（経理担当）		・技術職員や職人の不足、原材料の値上げなどで景気は好転には至らない。
	建設業（経営者）		・民間工事が増えなければ、業界の景気は上向かない。
	輸送業（経営者）		・不安も期待もない。
	輸送業（営業）		・天候不順から取扱物量が低下した8月に引き続き、9月も取扱物量の増加はみられなかった。あらゆる商材の消費が鈍化しており、景気の低迷感を強く感じる。10月以降は取扱物量の増加を期待するが、得意先からはそれを裏付ける明るい話題は聞けなかった。
	通信業（部長）		・景気の先行きが不透明で今後も改善が見込めないため現状が大きく変化することは無い。
	広告代理店（経営者）		・地方では景気回復が遅れており、乗用車販売会社等の得意先では売上の前年割れが続いている。そのため、得意先は慎重であり、広告予算の実行が遅れるのではないかと。
	悪くなる		輸送業（支店長）
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税後、小売業は低調な推移を続けている。製造業も顕著な回復がみられず、大幅な求人増は見込めない。
		人材派遣会社（営業）	・年末に向けて季節的な人材を調達できるかが、来年の景気を大きく左右する。
		求人情報誌（営業）	・求人・採用の状況をみると、採用マッチングの状況が厳しく、特に地方においては良質な人材の確保ができない企業が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・さらなる消費税増税となれば、店主の積極的経営への回帰は確実に遅れる。消費者も生活防衛のため消費を控える動きが続くだろう。
職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、前月比0.02ポイント減少したが、前年同月比では0.11ポイント上昇している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求職、就職数ともに減少傾向にあり、雇用の動きが鈍っている。
		職業安定所（職員）	・建設業関係の求人数は前年比で若干下回っているが、他の業界は求人数が増加しており、今後の景気の動向は変わらない。
		民間職業紹介機関（所長）	・企業に浮ついた高揚感は無く、今をどう乗り越えるかを模索している企業が多い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・ドリンク関係などの夏の需要が伸び悩んだ。夏需要の生産が終り、今後は人員が減る。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・9月末の異動時期と比較すると、年末にかけて求人数の減少が見込まれる。
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響が落ち着いたので、年末にかけての消費を期待している。
		商店街（代表者）	・来店客の表情が明るくなっている。
		商店街（代表者）	・これから年末商戦が始まるので、印刷物、プレゼント関連で商品や加工品が増えてくと予想される。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・涼しくなると花の消費は伸びてくるはずであるが、あまり楽観はできない。
		百貨店（営業担当）	・9月の状況をみると秋物の動きが良く、これから徐々に良くなっていく。
		百貨店（販売促進担当）	・婦人服売場のリニューアルも完成し、今まで来店したことがない客に来てもらえるかと期待している。
		百貨店（企画）	・現在、リニューアル工事中だが、売上が上向いてきている。10月オープン後の期待が高まる。
		百貨店（経営企画担当）	・9月中旬から天候も回復し、消費税増税の反動減も緩和してきたのか、売上は前年並みもしくは前年を上回るペースで推移し始めている。
		スーパー（店長）	・毎月、各数値は改善傾向にあるので、やや良くなっていく。
		コンビニ（店長）	・9月半ばから販売額が上向いてきている。
		家電量販店（店員）	・9月は全体的に前年より多く販売した。今後もこの傾向は続く。景気が底上げされたことを実感できる月であった。今後もやや良くなっていく。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の影響も少なくなり、天候も例年通りに寒くなれば悪くなることはない。
		家電量販店（従業員）	・暖房器具が売れるようになる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・冬商戦に入り、消費税増税の影響も薄れる時期に入ると考える。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月に待望の新型車が発売される。来場者数が増え、新車販売台数が増加し、徐々に会社全体が活気づく。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・来客数の増加に伴い、年末にかけてコーヒーの需要増は見込める。また、寒くなるとコーヒー系飲料が出やすい時期になり、売上は上がっていくと予想される。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎えるので観光客も増え、土産品の販売量も増えていく。しかし、単価が下がっているため、売上は若干増えるだけである。
		高級レストラン（専務）	・10月に入ると気候も落ち着き涼しくなるため、来客数は少し多くなる。鹿児島は様々な大会が入っているため期待している。年末までは良い。
		居酒屋（経営者）	・首都圏の景気は回復傾向にあるので、地方も3か月先は少し好転する。
	観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約が、過去最高を更新するようだ。	
	観光型ホテル（専務）	・10～11月の予約が好調である。	
	旅行代理店（従業員）	・円安傾向で海外旅行への影響が懸念されるが、今のところ変化はない。年末年始の予約も、昨年より出足が良い。	
	通信会社（営業）	・冬商戦に入り、人・モノ・金が動く時期である。獲得キャンペーンを実施するにあたり、弊社販売店に契約獲得見込みをヒアリングしたところ、夏・秋と比較しても感触が良くなっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		通信会社（営業担当）	・年末に向けて消費が多くなることで、景気が上向くことを期待したい。
		ゴルフ場（従業員）	・これからゴルフシーズンを迎えるなかで、県外客、海外客の予約が非常に良い状況である。旅行、ゴルフ等の娯楽にお金を使う余裕が少しずつできてきているようで、良い傾向にある。
		美容室（経営者）	・12月は、美容室にとって一番の稼ぎ時になる。1年の締めくくりとして、皆でお金を回していかなないと日本経済はだめになる。
		美容室（店長）	・季節が変わり髪型を変えたいと来店する客が増える。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・季節要因である暑さの弱まり、退院患者の増加等により、顧客増が想定される。
		住宅販売会社（従業員）	・上期の営業案件が、10月から徐々に成約や支払の時期になるので、売上の伸びてくる。
		商店街（代表者）	・消費税増税の反動が収まると思っていたが、まだまだ厳しい状況が続いている。この状況がしばらく続き、消費は上向かない。
		商店街（代表者）	・気温も下がり客の行動にも変化が出てくる。百貨店、スーパー、コンビニエンスストアでは年末商戦に向かって、早いところでは9月におせちの内覧会等で客を取り込んでいる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜高騰は落ち着くが、需要が伸びるような大きな要素はない。消費税の再増税を控え厳しい状況は続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末に向けて売上を期待したいが、これといったプラス要素がない。天候には恵まれない。
		百貨店（総務担当）	・消費税の再増税の予測もあり、先行きが不透明なため、必要不可欠な商品以外の購買動機が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・好調を維持してきた大催事場の雑貨、物産催事が中旬以降伸び悩んだ。客の嗜好に合った商材と高級衣料雑貨の動きは良く、消費の二極化が更に進んでいる。近隣施設の増床効果もあり来店客数は増えているが、天候要因もあり買物に結びつかない。厳しい傾向は続く。
		百貨店（業務担当）	・客は消費について積極的ではない。客は、何が起こるか分からない世相なので、無駄遣いはしないと声をそろえて言う。自然災害等も多く、生活防衛意識が高まっている。
		百貨店（売場担当）	・施設リニューアルの影響がかなり出ている。全体平均でみると前年並みの売上は達成できそうだ。他施設もオープンしたので街は良くなる。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響もあり、客の消費マインドが停滞している。
		百貨店（店舗事業計画部）	・冬物の動きが活発になるため、今より売行きは良くなるはずだ。しかし、昨年末の消費増税前の駆け込み需要を超える景況感ではない。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税後、購買に対する節約感や実質的な生活費高騰を払しょくできない可能性が大きい。
		スーパー（経営者）	・ボーナス、賞与等の増加は見込めないの、景気の先行きが読みにくい。
		スーパー（店長）	・競合店の出店も多いうえ、客の購買意欲も回復しない。価格高騰が続いているので、厳しい状況である。
		スーパー（店長）	・来店客数が前年比94%で推移しているので、イベントやギフトの早期特典などで集客を図り、売上を確保しなければ厳しい状況である。
スーパー（総務担当）	・購入点数は増加しているものの、来店頻度が少なくなっているような状況が続いている。		
スーパー（経理担当）	・天候要因もあるが、消費税増税後一時回復したかにみえた消費は、現在縮小均衡している状態である。		
コンビニ（経営者）	・消費税増税や夏の天候不順で消費マインドが落ち込んでいる。具体的にいうと飲料が前年の7掛け程度である。9月は一部台風もあったが非常に天気が良くなった。しかしそれでも飲料等を含めて消費の回復がない。良くなる材料がないので、依然として今の状況が続くと考えている。		
コンビニ（販売促進担当）	・パンは多少の振れはあるものの、やや横ばいで推移していく。最近、菓子パン、食パンの伸びが徐々にではあるが増加傾向にある。		
衣料品専門店（店長）	・毎週金曜日に商店街イベントを開催しているが、さっぱりお客が出てこない。		

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
		衣料品専門店（店長）	・女性相手の商売は、天気やその時の気分によって左右されがちである。あまり景気は良くない。
		衣料品専門店（チーフ）	・紳士服の業界はそれほど変わりはない。客数の減少はやむを得ないが、海外客の来店がかなり多くなっている。その辺りを狙っていけば、前年の売上を上回ることができる。
		衣料品専門店（総務担当）	・店頭での設定価格は上昇気味であるが、地方の消費者の所得は全く上昇していない。消費者は不況下の物価高というニュアンスを感じはじめているので、これから景気が良くなるとは到底考えられない。
		家電量販店（総務担当）	・年末まで、売上の核になる商品がない。
		乗用車販売店（代表）	・地方の零細企業まで、アベノミクスの効果は及んでいない。
		住関連専門店（経営者）	・今月は、思ったより台風の影響がなく、イベントやキャンペーンへの客の出足は回復している。しかし、消費者の財布のひもは固い。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客の様子から、10～11月の行楽シーズンの連休に、自動車を使用した旅行を計画している様子がうかがえる。また、毎月の家計出費予算のなかでやり繰りし、遠方や近場など目的地を調整している様子がうかがえる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・アベノミクス効果は、地方の小売の現場でほとんど感じられない。消費税の再増税が控えていることが、景気回復の最大の障害になっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・現状の動きが継続すると想定する。冬物衣料、暖房は、昨年の消費税増税前の駆け込み需要を上回るの難しい。クリスマスや年末年始の動きに期待する。
		高級レストラン（支配人）	・先の予約をみる限り、劇的変化はない様子である。
		一般レストラン（経営者）	・一般客の来店は少しずつ伸びているが、社用の利用が随分減っている。これから年末に向けて、接待や忘年会の利用に期待をしているが、例年からすると問い合わせは少ない。
		スナック（経営者）	・前年同月とほぼ同じ数字である。
		都市型ホテル（販売担当）	・先があまりみえない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・まだまだ個人の消費意欲は活発であり、企業の賃金や採用意欲もおう盛である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、販売室数を伸ばしており好調に推移している。一方、レストラン部門の利用客数が大きく減少したのと、宴席利用の減少により、全体的にはマイナスとなる。クリスマスや年末の予約状況は順調だが、大きな変化は期待できない。
		都市型ホテル（副支配人）	・年内の動きは個人を含めて非常に良い状況である。当社だけでなく、周辺のホテルも同じ状況である。
		タクシー運転手	・今年は景気が良くなっているというが、末端で実感するのはまだ先である。
		タクシー運転手	・ボーナスシーズンに入るのでいくらか持ち直すかもしれないが、消費税増税となった分、家計にマイナスが出るので、差し引きゼロになる。
		タクシー運転手	・市内の中心地で買物する客より、郊外の大型ショッピングセンターで買物する客が大変多い。
		通信会社（企画担当）	・2～3か月後はお歳暮商戦に入るが、上下どちらに振れるかまだ見通せない。
		ゴルフ場（支配人）	当社関連会社において、受注工事量が減少する。
		理容室（経営者）	・今月は天候の影響があったのかわからないが、非常に悪い。涼しくなると来店サイクルが延びるので、客数が減って売上が伸びない。また、低料金の店を利用する客が非常に多くなっている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税が影響している。また、低価格競争が続いていて利益が上がらないのが現状だ。
		商店街（代表者）	・年金受給者の負担がますます増えており、実質的な年金額は減っていくばかりである。今後、良くなるとは考えられない。
		商店街（代表者）	・天候不順だけでなく、円安による食料品や生活必需品の値上げで、消費は慎重になってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・円安により、様々な物品を値上げしている。過去の景気後退局面では、価格に転嫁しないような努力していたが、今は価格に転嫁している。物品の値上げに加え、社会保障費の値上げが家計を圧迫している。
		スーパー（店長）	・このままの状態が続けば厳しくなる。
		スーパー（店長）	・競合店が新たに出店するエリアが多く、価格やポイント、販促等を含めた競争激化により、売上の確保は容易でない。消費税の再増税も控えているので、消費者は買物に関して慎重になっている。
		スーパー（統括者）	・同業他社の売上高も悪くなっているようで、全体的な景気は良くない。
		スーパー（業務担当）	・白物家電の不調に代表されるように、高単価商品の販売点数は頭打ちの状況が続いている。有効な打開策がなければ、歳暮・ボーナス需要の時期に消費税増税の影響が再燃する。
		コンビニ（エリア担当）	・地方の実質賃金は下がっているため、厳しい状況が続く。今後も景気回復の兆しは全くない。
		乗用車販売店（従業員）	・良くなりそうな要素がなく、受注増は難しい。
		住関連専門店（店長）	・夏場の天候不順もあり、野菜や米などの作物不足と価格の高騰が懸念されている。さらに、消費税の再増税の不安も重なり、安心して消費できない状況が続いている。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・円高やエネルギー高騰など、物価の上昇を実感しており、今後、インバウンドを除く国内消費は冷え込む。
		旅行代理店（企画）	・海外旅行は、円安の進行により旅行代金の増額は避けられない。そのため、お得感がなくなり、購買意欲の低下につながると推測する。
		タクシー運転手	・ガソリンなどの高騰で消費が抑えられ、横ばい状態が相変わらず続き、景気が停滞している。
		競馬場（職員）	・来客数の前年比減が続いている。
		美容室（経営者）	・季節の変わり目から消費が増えるので、年末にむけ景気は回復する。しかし、為替の変動に客は敏感に反応しているので、景気回復につながっていない。
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので生徒数が減少する。
		設計事務所（所長）	・手持ちの設計案件がやや減っている。その影響は3か月先にでるので悪くなる。
	設計事務所（代表）	・消費税の再増税の動向次第である。	
	住宅販売会社（従業員）	・電力会社が、再生エネルギー買取の保留を発表したことによる影響が出る。	
	悪くなる	○	○
	良くなる	—	—
企業 動向 関連 (九州)	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・引き続き受注が見込まれる。
		家具製造業（従業員）	・年末までに飲食店などで使用する椅子、テーブルの見積依頼が多くなってきた。ただし、既に見積提出済みのイタリアなどからの輸入家具は、円安の影響で価格維持が難しくなっているが、すぐに価格転化できない状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・設備引き合いは少し増えてきているが、部品加工ではまだ先がみえない状態である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車投入により生産台数の増加が計画されている。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・海外の新規顧客を獲得したため、若干の利益増が見込める。
		輸送業（総務）	・これから年末に向けて繁忙期を迎えるため、景気はやや良くなると思われる。
		通信業（経理担当）	・夏場は天候不順で季節商材の消費が低迷したが、消費税増税による影響も落ち着き、秋・冬に向けての需要は高まっていく。
		金融業（従業員）	・円安による原燃料費の値上がりなどにより、収益環境が厳しくなっている取引先がみられる。一方、新規分野への投資を検討している取引先が次第に増えてきているほか、雇用・所得環境も好転してきている。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・年末に近づくので、忘年会などの飲食も増加する。

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	農林水産業（経営者）	・冷食、ハム・ソーセージメーカーは秋口に年末需要の生産に入るため、素材原料は年間のなかで一番引き合いが強い時期になる。今年は豚肉の供給不足もあり、鶏の引き合いは例年になく強い。スーパー、居酒屋も秋の行楽シーズンや運動会等で一段と要求度が高まっている。12月の冬場に向けて、暖冬の予想で鍋物等に少し影響が出るかもしれないが、今年は他に商品転換できるので問題なさそうである。
		農林水産業（営業）	・販売市況の先行きが不透明である。
		繊維工業（営業担当）	・最低賃金の上昇が、かなり経営側の重荷になる。保険料も上がり、努力しても国の政策につぶされてしまう。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・使用料契約の計上がほぼ決定しているが、追加案件が未定である。
		化学工業（総務担当）	・製品の生産量や出荷量は堅調に推移すると予測される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・企画商品やブランド商品の受注の終了後、受注量が増えるわけではないので、今の商品群は秋口になってもあまり変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後、半導体関係の動きが非常に悪くなるという情報を得ている。若干、自動車関係は良いが、量的なものから考えると、電機部門が動かないと我々のような製造業は上昇しない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注生産計画は3か月前に比べると良くなっているが、毎月変動があり、計画が定まらない状態にある。
		通信業（職員）	担当する省エネ関連の商品、サービスの売上が伸びていない。
		金融業（営業担当）	・消費税の再増税を見越し、どの業種も様子見している。再増税が決まれば、駆け込み需要が始まり、一時的に消費は上がると予想する。
		金融業（営業）	・これ以上良くなるかは不明だが、製造業がけん引し、高水準の投資が続くと考える。
		金融業（調査担当）	・消費税の再増税を懸念する声をよく聞く。マインドは沈みかけているが、景気減速が実体として現れているわけではない。
		不動産業	・この状況がまだ続く。
		不動産業（従業員）	・オフィスビルの空室率が横ばいで推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・飲料、化粧品等の通信販売と旅行商品が売上をけん引する構図は変わらず、年内は広告出稿に結びつく大きなトピックスにも乏しい。
		広告代理店（従業員）	・9月の新聞折込枚数は前年同月比90%と前月から10%ダウンした。消費税増税以後、すべての業種が振るわない。折込の柱である小売流通、不動産、通信販売、家電などは軒並み前年を下回っている。消費税の再増税前に政府が景気回復策を真剣に考えないと、このまま悪化する。
		経営コンサルタント	・業界の内容変更の影響が大きい。例えば、音楽関係のCD、DVD販売のケースは、配信形式に変わりつつあることと音楽離れで、販売量が減っている。
		経営コンサルタント（社員）	・今後も、消費者が価格を吟味して買う傾向は続く。安いものに敏感に反応している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、円安の影響で利益幅が縮小しており、先行きが不安であるという会社もあれば、引き続き受注が好調であるという会社もある。全体としてみれば大きな変化はなさそうである。
		やや悪くなる	
金属製品製造業（事業統括）	・顧客は、省エネに関する提案には積極的だが、新たな投資に踏み込むほどの提案かの見極めは厳しい。基本的に新たな投資は控える傾向となっている。		
電気機械器具製造業（経営者）	・良くなっているという予測だったが、案件が全部崩れてきているので、この状態が続けばやや悪くなっていく。		
電気機械器具製造業（取締役）	・再生エネルギー関連で急激に経営拡大した、ずさんな企業の資金繰り悪化が予想される。		
建設業（社員）	・官公庁は上半期70%の契約率を目標に発注しているが、9月以降、残り30%の発注は期待できそうにない。今ある手持ち工事が完了すれば、一層悪くなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（総務担当）	・円安の影響が大きいが、商品価格に転嫁できないので、各社とも経費削減に力を入れている。景気回復はまだまだ先になる。
		金融業（従業員）	・ガソリン価格が高止まりしていることと、消費税増税の影響が徐々に消えてきたことにより、収入は変わらないが支出は多くなりつつあるので、景気はやや悪くなる。
		広告代理店（従業員）	・悪くなる一方である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・9月は特に食料品が高騰している。食料品の値上がりに押されて、他の消費を辛抱する消費者が多くなる。高騰が落ち着かない限り、消費は伸びない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村からの建設関係の調査や設計などの業務の予定は少ないことから、福祉の業務がなくなると、全体の受注量が少なくなることが予想される。民間の建設動向も、建設会社の動向からみると、これまでのような建設需要が継続されるとは言いにくい。
	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）	・注文数も先月に続き増えており、年末需要を考えると人手不足はまだまだ続く。また、人材紹介や紹介予定派遣の注文も例年からすると増えている。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人数は前月比で減少しているものの、有効求職者数も減少しているため、有効求人倍率は引き続き上昇している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人依頼数でみれば、昨年より良い状態が続いており、特に大きな環境変化はない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税の再増税への懸念はあるが、人材不足の状況は変わらず持続傾向である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大手の同業者間で競争が激化している。価格戦略に巻き込まれている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この夏から求人数が回復するとの予測もあったが、変化はなく、先行きも全くみえない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率等の数値からは景気が上向きであるとの推測ができるが、企業から人員整理や事業を廃止したという情報が増えており、数値のみでは推し量れない状況がある。
		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まだ続くと思われる。月間求人倍率は所内において0.8倍後半から0.9倍台で推移していく。
		職業安定所（職員）	・製造業では、原材料費の高騰等による製造コストの上昇を価格転嫁できていない企業もあり、依然として厳しい状況が続いている。
		民間職業紹介機関（社員）	・求人の動きは落ち着いている。まだ年末年始の動きに大きい変化はない。
		民間職業紹介機関（支店長）	・派遣労働者の需要は、小売業の店頭販売員、製造業務、介護職の需要で堅調だが、派遣会社の主力である専門業務の需要は増加していない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・中小企業などは採用活動を継続しているが、秋頃にはほぼ一段落して落ち着いた状態になる。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業の人材ニーズから判断すると、大きな変化はない。しかし、消費税の再増税が現実的になると、業績の落ち込みを織り込んで、求人数は減少する恐れがある。	
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・流行っている店にもかかわらず、人出不足で人件費が高くなっているとの話を聞く。消費税の再増税が決まれば、諸経費の高騰は必死で、更に景気が悪くなるのではないかと懸念している。
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）	・食品菓子銘店の改装効果や免税対象枠の拡大によるインバウンド効果等、伸びる要素を控えている。
	やや良くなる	コンビニ（経営者） 観光型ホテル（マーケティング担当）	・冬によく出るおでんや肉まんに期待できる。 ・現時点での予約状況から推測できる今後2～3か月後の稼働率は、前年並み若しくは前年を若干ではあるものの上回る見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（店長）	・新商品の発売が続き、在庫も潤沢に回転し始めれば、話題性も手伝い活気が出て景気も上向きになると考えられる。
		観光名所（職員）	・問い合わせも多く、予約数が良い。
		ゴルフ場（経営者）	・先の予約を見ていても、自然増の傾向があるので、やや良くなるという風にみている。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・目立って良い材料が見られない。
		スーパー（販売企画担当）	・原料の高騰で1品単価が上がっているため、客単価は上がり続けるのではないかと予想するが、一方で業態を問わず競争激化しているので客数は増えることは望めず厳しいと予想する。
		コンビニ（エリア担当）	・好天や観光客増のけん引もあり、この先も客数は増える見込みである。競合店の出店等でパイの奪い合いはあるが、個人の消費は変わらず安定しており、購買意欲の減少にはならない。
		衣料品専門店（経営者）	・相変わらず街には客が少ない状況が続いている。若干の価格の上昇も、客足を鈍らせる要因と思われる。地道に客の信頼を得ていくしかない。
		旅行代理店（マネージャー）	・10～11月に比べると12月に入ってから客の動きが少なくなる傾向である。ただし、冬休みから年末にかけての料金の高い1週間での動きがあるので、売上が悪いわけではない。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築着工しようにも、職人の不足で速やかな着手ができない。着工できた場合でも、資材費、人件費の高騰により利益率の低下というジレンマがある。
	やや悪くなる	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・地域の大型店の閉店や、沖縄県の知事選挙、那覇市長選挙等があり、当面厳しい状況が続く。
		住宅販売会社（営業担当）	・次回消費税増税に伴う来場数増加は見込まれるところだが、11月の知事選の影響が気になる。そうなると来場数は横ばいか多少減る。更には決断が伸びる可能性があると考えられる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・近隣の大型店が諸々の原因で閉店に追い込まれ、街中は大変厳しい状況下にある。県全体では観光関連は伸びてはいるが、商店街においては、客単価が厳しい状態で、特に衣料品等は大変落ち込みが厳しい。日本全体では伸びてると言われているが、地域においてはまだまだ厳しい状況が続いている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・最低賃金の再引上げ、消費税増税、燃料費上昇、原価上昇、人材不足などに対応するため、集中調理、セミセルフなどの効率化を図るにも、客は、レベルの高い現場調理の手間のかかったおいしい料理を求めており難しい。このままだと能力の高い個人店を除き、飲食業の90%以上が赤字転落する。
	企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—
やや良くなる		食料品製造業（総務）	・今後も、観光客の増加や景気への期待感から需要の増加が見込まれる。
		輸送業（営業）	・人件費、燃料費、車両費の運行三費のコスト増分に対する荷主への料金改定が徐々に進んでいる。新規の業務についても現在高騰している費用をベースとし、受注価格を決定するよう取組を行っている。
変わらない		窯業・土石製品製造業（経営者）	・全体的な動向は大きな変化は無く、横ばいの見通しである。
		建設業（経営者）	・モデルハウスの来場件数、リフォームの相談件数が横ばい気味である。
		輸送業（代表者）	・現状でも景況感是好調だが、与那国島の陸上自衛隊工事や伊良部架橋の最後の大需要である舗装工事を迎える。
		通信業（営業担当）	・仕事は増えているが、受注単価が高くなる要因が見当たらないため今後も状況に変化はないと感じる。しかしながら、新しい業態の受注案件の獲得に対しては意欲的で、本土企業を巻き込んだセミナー等には積極的であり、今後に期待ができる。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進費は、拡大する見通しが立たず、前年比を維持できれば良い方かも知れない。加えて、一括交付金をターゲットに県外企業参入も活発化していることから競争環境が更に激化することが予想される。
会計事務所（所長）		・観光業は円安傾向で客数は多いものの、売上全体の底上げには大きく寄与していない。	
やや悪くなる		—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼の手堅さや、派遣先企業の好調な様子を見るとやや良くなると感じる。また沖縄県内企業全体も、活気付いているように感じるため、派遣の需要が伸びる期待感がある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末に向けて採用などが増えてくる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数、周辺企業の動きで新卒採用へのシフトが多くみられる。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・企業の求人は人手不足感もあり依然として多いが、求職者の応募が鈍いため、先行きは分からない。ただ、企業から賃上げや正規雇用での囲い込みで人材を確保せざるを得ないとする声がある。
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・物価が上昇している実感が出てきている。その割に待遇が良くなっていない。
悪くなる	—	—	