

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	良くなる	観光名所（従業員）	・海外からのチャーター便や季節就航便が大幅に増えることが予定されているなど、例年よりもプラスとなる要因がみられる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・総選挙の結果が景気にどのように結び付くかはまだ分からないが、消費者のマインドは上向くことになる。
		商店街（代表者）	・総選挙で自民党が勝ったことで、今後も株高が続くとみられるため、一部の人や建設業界などの景況感が上向くことで、今後の景気が良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・総選挙が終わり、政権の安定が見込めることに加えて、原油の値下がり傾向がみられることもあり、現政権に対する期待感が強まっている。景気が上向くだろうという予感がある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今後、国内客は横ばい傾向で推移するとみられるが、外国人観光客は、円安や東南アジアを始めとした諸外国の経済力の伸びも相まって、引き続き増加傾向で推移するとみられる。そのため、外国人観光客が消費するような飲食、物販については、外国人観光客の購買力に期待できる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・12月の売上推移から、将来的には良い方向に進んでいるという印象を強くしている。消費税増税の影響もほぼ一段落していることから、今後についてはかなりの期待が持てる。
		スーパー（企画担当）	・地域や業態、企業規模などによる差はあるが、政権が継続したことや米国のGDPが上昇したことで、全体的に上向きムードとなる。ただし、今後、消費が底上げされたり、地域住民が好況感を享受するには、別角度での施策が必要となる。
		乗用車販売店（従業員）	・11月末の新型車の販売開始に加えて、年明けには高額車種が発表になるため、今後についてはやや良くなる。
		高級レストラン（経営者）	・自民党政権の安定により、現政権の経済対策が引き続き進められることの効果により、じわじわと景気が上向くことになる。地方においても景気が上向くことを期待している。
		スナック（経営者）	・自民党が政権を取ったことで、安定した政権運営となるため、商売についての景気が少しずつ良くなると期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・2月のさっぽろ雪まつりによる集客、3月に行われるスポーツイベントによる集客がともに好調で推移しているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・今後、ビジネス需要は回復するとみている。また、当地の観光資源である流氷も例年どおりの動きになるとみられるため、外国人観光客の需要も期待できる。
		タクシー運転手	・これから冬休みに向けて、寒い日が続く、雪が多くなるとの予報があることから、客のタクシー利用が増えると思われる。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費を喚起するような要因がみられない。原油安もこれから物価にどう表れてくるか、現状では分からないため、消費のトレンドは変わらないまま推移する。
		商店街（代表者）	・当地において、来街者の増減に影響してくるのは天候や気温などの良否が大きく、ほかに景気が上向くような要因も特にないため、現状のまま推移する。ただし、2年ほど前から、2月に当地を訪れる中国人観光客が少しずつ増加しているため、中国人観光客の動向を期待している。
		商店街（代表者）	・好転につながるような大きな要因はないため、このままの状態が続く。今後に関しては大雪が懸念材料であり、大雪が降ることになれば消費が鈍ることになる。一方、北海道を訪れる外国人観光客の入込の増加は、年明け以降も期待でき、特に2月の旧正月には空前の入込になるとみられる。ただ、国内観光客の入込が減っていることが、今後に向けての不安材料である。経営者にとっては、電気料金の値上げや原材料価格の上昇による影響が大きく、販売価格に苦慮しているようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・化粧品などの動きは良いが、宝飾品に加えて、メインの婦人衣料や紳士衣料の動きが回復してこないため、売上全体の底上げができていない。また、セール品の購入にも大きな変化がみられない。
		百貨店（販売促進担当）	・可処分所得が増えない状況のなかで、消費税増税による負担感がじわじわと浸透し始めている。消費者の購買の選別が厳しくなっている。
		百貨店（役員）	・電気料金の値上げが始まったことで、主婦の生活防衛意識が一層強まっている。
		スーパー（店長）	・低価格商材の動きが相当鈍くなっている反面、高額商材に動きがみられる。ただし、全体的には販売量も来客数も減少傾向になっており、今後も現在の状態が続く。
		スーパー（役員）	・来年度の公共事業の予定についてもあまり良い話が聞こえてこない。また、消費者の所得が改善するまで、まだ時間がかかりそうのため、現在の状況がしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・し好品の売上の減少が続いていることから、客の日々の消費の節約傾向は今後も変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・電力料金の値上げや円安、消費税増税の影響が、今後もじわじわと出てくる。
		衣料品専門店（店員）	・ここ1か月、来客数が増えていないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（経営者）	・売上が増加するような要因が見当たらない。
		家電量販店（地区統括）	・客の財布のひもは依然として固く、購買までに時間がかかる。ただし、低価格帯の商材だけが売れるのではなく、必要なものに関してはこだわりを持って商材を選んでいる客が多い。4Kテレビといった高付加価値商材も慎重に吟味してから購入する客が今後ますます増えてくることになる。
		乗用車販売店（経営者）	・依然として、消費税増税後の反動減からの回復が見通せないなかで、来年4月からエコカー減税の燃費基準が厳格化されることになれば、新車の購買意欲がさらに減退することになる。
		乗用車販売店（従業員）	・景気回復の兆しがみえない。特に当社のような小規模業者にとっては、今後への希望が持てない状況にある。
		乗用車販売店（従業員）	・今後、新車種の販売があるため、販売台数が伸びる可能性があるが、根本的な景気が回復しているというわけではない。
		乗用車販売店（役員）	・客の消費マインドが低下している。先がみえないなかで、様子見をしている状態がうかがえる。今後、車体課税の見直しが決まるなどして、方針がはっきりするまでは現在の状態が続く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・ここ3か月は順調な回復傾向にある。商材を買わないのではなく、納得したもの、必要なものであれば購入する余裕が客に出てきた。
		旅行代理店（従業員）	・良い要素が見当たらない。20～30歳代の消費意欲が景気回復の鍵となる。
		旅行代理店（従業員）	・先行数字が大きく変わらないため、今後も現状のまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・円安に歯止めがかからないため、海外旅行の予約に対する客の反応が鈍い。
		タクシー運転手	・雪のある1～3月はタクシー利用の多い時期であるため、3月までは12月のように前年並みか前年を上回って推移する。
		タクシー運転手	・今後の予約や問い合わせの状況について、前年と大きな変化がみられないため、景気が良くなるような要因が見当たらない。
		観光名所（職員）	・現政権の経済対策の今後の動向に期待しているが、現段階においては景気回復のきっかけになるような要因が見当たらない。
		美容室（経営者）	・目にみえるほどの好況感がない現在の雰囲気から、現状維持の状態が当分続くことになる。
		美容室（経営者）	・季節的な要素、客の様子など、どれをとっても景気が上向くような要因が見当たらない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年、1月は天候が悪化する日が多く、物流も1年で最も減少するため、今後も変わらないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
やや悪くなる		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後の住宅市場は、資材価格や人件費の高騰により需要がないにもかかわらず、コストが上昇しているため、冷え切ったままであり、現在の状況が今後も続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・変わるような要因が見当たらない。	
		住宅販売会社（役員）	・建設コストの上昇にともなって、分譲マンションの供給量が減少している。この傾向は当面続く。分譲マンションの販売価格の上昇に伴って少しずつ在庫が増加してきているが、まだ業界全体に影響を与えるほどではない。	
			商店街（代表者）	・給料が上がってこない状況のなかで、円安の影響もあり、食料品や灯油、電気料金などの生活必需品に対して支出する割合が高くなっており、一般の消費に回らないという客の声が多く聞かれる。
			百貨店（販売促進担当）	・冬期における燃料価格の高騰が生活に与える影響が強く、消費者の購買意欲の向上につながってこない。今後もしばらくの間、この傾向は変わらない。
			スーパー（店長）	・景気が良くなる材料が見当たらない。消費者の今後の生活に対する不安が大きいため、生活防衛による買い渋りが起きている。
			スーパー（企画担当）	・電気料金の値上げに加えて、年明けから続々と予定されている食品各社の値上げ表明などから、客の財布のひもはますます固くなる。
			スーパー（役員）	・地方創生のかけ声は盛んであるが、地域住民が短期的に恩恵を受けるようなことは簡単には起こらないため、今後についてはやや悪くなる。
			コンビニ（エリア担当）	・北海道における冬季賞与の支給実態が悪かったとみられるなか、電気料金値上げの影響もあり、1月以降、消費の冷え込みが継続、または悪化するとみられる。年末年始商戦もみても、割安感のある商材に対する客の反応はあるが、購買量を必要最低限とする傾向がある。
			コンビニ（エリア担当）	・現状、景気の回復がみられず、消費者の可処分所得の増加がみられないなかで、電気料金の値上げにより、支出を削減する動きが一般家庭にも出てくることになる。
			家電量販店（店員）	・年末の客の財布のひもは固く、初売りを過ぎてからの購買意欲の向上は期待できない。
			自動車備品販売店（店長）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、今年はその反動で売上が落ち込むことになる。
			高級レストラン（スタッフ）	・きちんとした食材を使った適正価格のランチを主婦が利用するようにならないうちは、景気回復は考えられない。
旅行代理店（従業員）	・先行数値が改善してこない。ボーナス以降の話題も乏しく、需要につながっていないため、今後についてはやや悪くなる。			
		タクシー運転手	・年明け以降、冬期間の需要はある程度確保できるとみられるが、例年のように需要が大きく伸びるような要因が見当たらないため、先行きについてはまだ不透明な状況が続く。予断を許さない状況に変わりはない。	
		パチンコ店（役員）	・円安などの影響により商品価格が上昇しているため、今後についてはやや悪くなる。	
悪くなる		百貨店（売場主任）	・今後3か月の長期天気予報によると、ほぼ平年並みでの推移とみられるため、春物の動きが良くなることが期待される。ただし、前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、数字としては前年並みにとどまることになる。また、電気料金の値上げが、衣料品の動きにどのような影響を与えることになるのかがみえてこない。	
		百貨店（売場主任）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、今後2～3か月の売上は前年を大幅に下回ることになる。	
		スーパー（店長）	・食品の売上は比較的安定しているが、消費税増税にともなう負担と所得増加が比例していないなかで、衣料品と住まい用品は低迷したまま推移する。	
		観光型ホテル（役員）	・2月に地元空港の海外定期便が突然運休されることになったため、外国人観光客の大幅な減少が見込まれる。	
		タクシー運転手	・期待感ばかりで景気回復が数字に表れることのない状況が続いている。首都圏の大企業は好況だと聞かすが、経済拡大にはつながっておらず、地域格差も広がっているため、今後については悪くなる。	
企業	良くなる	—	—	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (北海道)	やや良くなる	建設業（経営者）	・民間工事の先行きは不透明だが、2～3月にかけてゼロ国債工事の発注が始まるため、工事の稼働は4月以降となるものの、マインド面で明るさが出てくることになる。
		通信業（営業担当）	・安定した自民党政権が続くことで、一段と効果的な経済対策が打ち出されることが期待できるため、今後、企業の業績と景況感をさらに押し上げることになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・現政権の安定により、成長戦略が実行されると期待している。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・年度末を控えて、官公庁の案件が見込まれるため、業績は好転するとみられる。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・年明け以降の売上も当月とさほど変わらないことが見込まれる。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅着工数及び建築確認申請の件数が低迷しているため、今後も変わらないまま推移する。
		建設業（従業員）	・公共工事、民間工事とも、現在の受注環境が当面続く見通しにある。
		輸送業（営業担当）	・道内の生乳生産量が11月に前年比100.5%と17か月ぶりに前年を上回った。また、大手乳業メーカーの乳価買取価格について、2015年4月から1キログラム当たり3円の引上げが決定したことから、生乳の輸送が今後も堅調に推移することが見込まれる。ただし、円安の影響により、1月から配合飼料の価格が値上げされるため、酪農家にとっては厳しい経営環境となる。
		金融業（企画担当）	・外国人観光客は増加が見込まれる。また、原油価格の下落により、ガソリン価格や灯油価格の低下、円安による原材料価格の上昇が緩和されることになる。しかしながら、個人消費は賃金の上昇が鈍いため、今後も節約志向が続く。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・景気が上向くような要因は見当たらない。建設業に関しては、今後の統一地方選挙の影響が少なからず出てくることになる。
	やや悪くなる	家具製造業（経営者）	・原油安、為替変動などの変動が急すぎて市場が付いていけない状況にある。また、地方や中小企業の経済活動に力強さが感じられない。
		建設業（従業員）	・建築業界の職員及び労務者の不足に起因した単価高騰について、依然として単価低下の兆しがみえないため、保留されていた民間新規着工工事のめどが立たない状況にある。
		輸送業（支店長）	・円安や原油安の影響が足元の市況に今後どう反映されていくのかが不透明である。物流における好不調は、製品価格よりも取扱量に左右されるため、港湾在庫が回転していかない限り、新たな入荷は期待できない。
		司法書士	・不動産関連や建物建築関係については、冬期間に入っているため、今後に期待できない。
		司法書士	・現政権の経済対策による景気回復を地方まで波及させるためには、インパクトのある景気刺激策が必要となる。そうした景気刺激策が出ない限り、地方の景気低迷は深刻になるとみられる。原油価格が低下しているうちに、景気回復が進まなければ、景気はさらに悪くなる。
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・12月の落ち込みは一時的な影響とみられるため、3か月後の景気は若干上向くことになる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・現政権の経済対策の効果が、大企業だけではなく中小企業にも浸透してくることにできれば、今よりも若干景気が上向きになる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人や派遣のニーズは春までは拡大することになる。ただ、企業は自社が求めるスキル以下の人材の採用は控えるため、求職者側が自分のスキル向上に努力しなければ採用につながらず、失業率の改善までは見込めない可能性がある。
		人材派遣会社（社員）	・改善する要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数は前年比でほぼ同じ数値であった。人手不足により求人件数は多くあるものの、地方における生産人口減少といった要因から、今後もほぼ同数で推移するとみられる。
求人情報誌製作会社（編集者）	・ここ数か月、求人件数は例年と比べて高い水準で推移しているが、求人件数がさらに増加するような動きも、減少に転じるような動きもみられないため、今後も変わらないまま推移する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・業界により求人意欲にばらつきがある。人手不足の業界は今後も求人が増加傾向で推移するとみられるが、それ以外の業界における増員のための求人は今後も様子見が続く。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は、景気上昇要因が薄れるなか、労働力人口の減少や労働者の高齢化によるものへと変化しつつある。今後、賃金の上昇が景気を押し上げることになるのかを注視する必要がある。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人広告の申込件数が前年よりも5～8%程度減少しており、広告主に求人疲れがみえ始めている。また、大型店の出店など、明るい話題があるにもかかわらず、応募者が非常に少ないという状況もみられる。
		職業安定所（職員）	・円安傾向が進んでいることを背景とした原材料価格の高止まりに加えて、人件費の高騰、電気料金の値上げなど、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）	・初売りは景況厳しき時ほど活況を呈するというジンクスがある。そのため、初売り、またはそれに続く売出しなどに期待を寄せている。
		商店街（代表者）	・天候次第ではあるが、これからの本格的な雪、冬対策により来客数は比較的伸びていくとみている。また、それによるイベント、催事などのシャワー効果を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税、エコカー減税改正前に、多少の駆け込み需要を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・3月は年間で最大の需要期であり、販売量は確実に増えると思っている。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車において、増税前の駆け込み需要があるのではないかと期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・当地域では初売りがあるので、購入する客のある程度の増加を期待している。
		住関連専門店（経営者）	・年明けからは春に向けて耐久消費財の一部が動く。また、異動などにより現在よりは消費が若干上向くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の影響もあるが、アベノミクスの影響もあるので、少しずつではあるが好景気の流れが来るとみている。
		一般レストラン（経営者）	・客からは、かなり経済活動が良いという話を聞く。例年よりは良くなるのではないかと。
		観光名所（職員）	・2月上旬に大きなイベントがあるため期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・1～3月の予約数は前年と変わらない状態に入っている。しかし、結果的には売上はそれほど増加せず横ばい状態となるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・現在の景気の低迷ぶりでは、消費者の財布のひもが緩むことを期待できない。また、消費回復の特効薬もあまり期待できない状態である。当面は前年比マイナス基調の売上で推移するのではないかと。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・景気の良し悪しもあるが、売上が落ちないようにいろいろ努力している。
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）		・悪い状況のまま推移していくとみている。	
一般小売店〔医薬品〕（経営者）		・円安は大手企業のみ恩恵であり、地方都市の消費者を動かすまでの効果は当分間は出てこないのではないかと。特に2月からはあらゆる物価の値上げが予想されるため、大変厳しい状況になるとみている。	
一般小売店〔医薬品〕（経営者）		・ガソリンなどの価格が下がっているものの、至近の先行きはあまり変わらないとみている。社会全体のムードが変わることが重要であり、デフレの終息がその起点になるのではないかと。	
	百貨店（総務担当）	・首都圏とは異なり、地方ではなかなかアベノミクスの恩恵はみられていないのが実情である。先行きが上向く兆しがみえないため、節約志向は続くと思っている。	

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
		百貨店（営業担当）	・消費税率10%への引上げが将来に予測されるが、個人の所得については停滞のままの見込みであり消費動向が良くなることは期待できない。
		百貨店（経営者）	・特に経済環境の大きな動きもなく、初売り、セールなどの冬物商戦でも現在のマイナス基調は変わらないとみている。むしろ前年比でみた場合は前年の消費税増税前の駆け込み需要もあり、やや厳しい数字となるだろう。
		百貨店（経営者）	・消費税率10%への引上げの判断が先送りされたが、あくまで1年半先になっただけで、消費者の景気に対する警戒感は依然継続するものとみている。
		百貨店（経営者）	・来客数の減少傾向は続いており、慎重な買い方などから個人消費の回復は依然として見受けられない。
		スーパー（経営者）	・おそらくはボーナスも増加しているだろうし、雇用も安定しているので大きな変化はないとみている。
		スーパー（店長）	・円安による原料単価上昇により、年明け後は各メーカー商品の値上げが予定されている。景気回復の兆しは実感できない。
		スーパー（店長）	・中小企業ではまだまだアベノミクスの効果が出ていないので、不景気感は今後も続く。
		スーパー（営業担当）	・消費税率10%への引上げの先延ばしや原油価格の下落といった消費拡大の要因はあるものの、当地区では実質賃金が上がっておらず、今後も消費者の財布のひもは固いとみている。
		スーパー（営業担当）	・1年間で一番の稼ぎ時であるクリスマス、年末年始商戦を迎えているが、選挙の月ということもあり、お歳暮、贈答品関係の動きが悪い。また、12月上旬から降雪の日が多く、日曜集中型となっているため平日の来客数が落ち込んでいる。ボーナスも一通り出ているようだが、消費は一向に上向いていない。
		コンビニ（経営者）	・売上、来客数共に前年並みに戻しているものの、買上点数は相変わらず横ばいである。客単価も前年を下回ったままであり、購買意欲に力強さを全く感じられない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が大きく向上する要素は見受けられない。
		コンビニ（エリア担当）	・やりくりによって消費者の買い方に強弱が生まれているだけであり、消費が全体的に拡大しているわけではない。
		コンビニ（エリア担当）	・特にプラスとなる材料がない。
		コンビニ（店長）	・景気回復につながる要因が見当たらないため、現状が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・地方の中小企業では、いまだに景気回復といえない状況が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・明るい材料が無く予測がつかない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が増加するものの客単価は減少するという現象は今後も続くともみている。しかし、天候次第では来客数が減少することも考えられるため、予断を許さない状態である。
		衣料品専門店（店長）	・消費マインドに回復する様子がみられない。今後もこの状態は継続するとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・ボーナス商戦も芳しくない状態であり、客の購買意欲が感じられない。周りからも明るい話は聞こえてこない。
		家電量販店（店長）	・以前から来客数が増加しておらず、今後も変化はないとみている。
		家電量販店（店長）	・全体的に家電製品の需要は様子見であり財布のひもが固い状態が続いている。客の慎重な買物志向が見受けられ、市場的に好景気とは実感できない。
		家電量販店（店長）	・来客数は回復傾向にあるが、客単価が落ち込んでいる。
		家電量販店（従業員）	・来客数が減少したままであり、回復する兆しがみられない。
		乗用車販売店（経営者）	・所得の向上がみられないため、設備投資傾向がない。
		乗用車販売店（店長）	・4月からエコカー減税の厳格化が始まるが、顧客の購入マインド促進の効果はあまりないようである。
		自動車備品販売店（経営者）	・今期は降雪が早く、除雪事関係などに従事している会社などは収入増が見込める。しかし、全体として消費が活発化するとはいえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・地方には良くなる要素が見出せない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地方の景況が好転していない。都市部のメリットが地方に波及してこない限りこの状況は変わらない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・全体では仕事の回転は良くなってきているようだが、利益面で非常に厳しいという話を取引先からは聞いている。材料費の高騰、消費税増税、客からの値引きなどにより企業側は今までの負債分を補えていないため、今後も厳しい状況は続く。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・雪の影響が景気をも左右するような地域では、消費者の動きも鈍くなる季節となる。また、政治や景気があまりにも不安定であり、地方に景気回復の波が来ていない失望感があるなど、良くなる材料が見当たらない。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・良くなるような材料が見当たらない。逆に今まで以上に一般消費者も企業も財布のひもは固く、やはり地方への好景気の波及には時間がかかるのではないだろうか。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・地方経済において景気が回復するような傾向はいまだ表れていない。新たに景気を刺激するような政策が出るまでは、現在の落ち込んでいる状況が変化するとは考えにくい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の低下に伴い、燃料油の販売価格も高価格時代から抜け出す動きがある。しかし、販売価格の低下が販売量の増加にはつながっておらず、景気回復は望めない。
		高級レストラン（支配人）	・一般的に貯蓄という考えが多く、使うところでは使うが、使う回数は減るのではないか。
		高級レストラン（支配人）	・今月は来客数、客単価、売上共に良かったが、来月の予約状況、周囲競合店の予約状況などからみてもまだまだ厳しい状況である。
		一般レストラン（経営者）	・アベノミクスの第3の矢の効果が出れば良くなるとみているがどうなるかはわからない。
		一般レストラン（経営者）	・全体的な景気は決して良いとはいえない。ただし、最終的には景気がどうこうではなく経営努力次第ではないか。
		観光型ホテル（経営者）	・現在の入込数は前年並みである。2～3月は歓送迎会の季節であるが、忘年会、新年会ほどの勢いはなく、有志や家族単位での小グループが目につく。
		観光型旅館（経営者）	・低調な動きのまま変化なく推移する。
		都市型ホテル（経営者）	・来年3月の年度末までにおける各種会合の予約については、受注件数が伸びていない状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先月まで予約受注が進んでいた商品などが、今月に入ってから軒並み受注が伸び悩み始めており、前年を上回るのには難しい状況である。ただし、これ以上に状況が悪くなることはないともみている。
		旅行代理店（経営者）	・先行きが不透明であり、このまま円安が進めば、今後海外旅行が増えていく見込みはなくなる。逆に物価高ということも、旅行自体が控えに回ってしまうのではないか。
		通信会社（営業担当）	・総選挙の影響により震災復興予算や自治体の予算執行の判断が足踏み状態となっている。来年早々に補正予算が決定されることにより景気が変わるとみているため、3か月先ではまだ状況に変化はない。
		通信会社（営業担当）	・総選挙後の経済施策の結果にもよるが、向こう半年は現状維持となるとみている。
		通信会社（営業担当）	・状況が好転するような材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・顧客の様子からは、状況が変化する要因は見受けられない。
		テーマパーク（職員）	・販売量が急激に回復するとは考えにくい。
		遊園地（経営者）	・燃料価格が下落しているのはプラス要因ではあるが、円安などによる物価上昇が家計に響く懸念が残る。
		競艇場（職員）	・ここ数か月間は客の動きが固定化されてきているため、今後2～3か月での変化は望めない。
		美容室（経営者）	・これまでも前年比の変動幅は変わっておらず、今後一気に変わるというのは考えにくい。景気が良くなるという実感はない。政策などにプラス要因が出てくれば話は別だが、今の状況ではこの状態がしばらく続くのではないか。
		設計事務所（経営者）	・今は先が見えない状況である。
		住宅販売会社（経営者）	・全体的に目標受注量は見込めるが、住宅受注の伸びが止まっている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・多少増えた受注残により2か月程度の供給の見通しは立っているが、それ以降については不安視している。

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・やや悲観的ではあるが、収入と支出のバランスが変わらないうちは景気の回復はない。今後2～3年はこの状態が続くのではないかと。特に円安の副作用による食品などの値上がりは、非常に深刻な消費不振を招く危険性を更に感じている。
		商店街（代表者）	・円安、原油安による恩恵の実感は少ない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今のところは良い材料がないので、やや悪くなるとみている。来客数も徐々に減少しているなか、今後急に来客数が伸びることは考えにくい。さらに、今の来客数の中からの購入となると客単価もそれほど上がらないのではないかと。
		百貨店（売場主任）	・都市部での景気の良い状況は地方では実感がなく、むしろ格差社会への先行きの不安から消費を控えた守りの態勢が強くなっている。今以上に不必要なものは買わなくなるとみている。
		百貨店（営業担当）	・2～3月は、前年比において消費税増税前の駆け込み需要の反動減が出る見込みであり、売上の減少は確実である。ただし、そのなかでも宝飾品、時計などの高額商材については回復の兆しもみられている。
		スーパー（経営者）	・前月からの降雪量の多さ、気温の低さは今後も続くようである。さらに、原料費高からの価格上昇も広がり、期待できるものが見当たらない。そのため、消費の低迷はしばらく続くとみている。
		スーパー（店長）	・次々と競合店がオープンしており、業績が伸びていた店舗も徐々に落ち込みが目立ってきている。このような状況は長期的なものになるとみている。
		スーパー（店長）	・商品の値上げが進むため、買い控えを懸念している。
		スーパー（総務担当）	・今月は特に野菜と果物の売上の前年比が下がっている。また、トータルでは買上点数、来客数の落ち込みが大きくなっており、今後もこの状況が続くものとみている。
		コンビニ（経営者）	・客単価の前年比も前年割れしており、厳しい経営が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	・原材料の高騰により、商品原価の値上がりが予想されるため、懸念している。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店攻勢が強い。また、スーパー、ドラッグストア共に競合している。
		コンビニ（店長）	・消費者のなかには諦めモードのようなものがまん延してきている。さらに、2月にはまた電気料が上がるため、我々コンビニ業界にも打撃は大きい。景気が良くなる要素はなく、期待感ゼロである。
		衣料品専門店（経営者）	・多くの競合店では、例年より早く冬物バーゲンを実施しているものの、苦戦しているようである。1月のウインタークリアランスでも、来客数が伸びずに単価だけが下がっているのではないかと懸念している。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・競争の激化と景気の低迷感により、来客数の減少が続いている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・円安の影響で輸入製品、原料の価格が高騰しているため、買い控えが発生するとみている。
		高級レストラン（経営者）	・円安などにより材料費も上がっている。また、消費税の影響もそう簡単にはなくなるので、来期も良い状況にはならない。
		一般レストラン（経営者）	・書き入れ時である12月が悪い状態のため、2～3か月先はさらに厳しくなるとみている。また、1～2月もほとんど予約が入っていない状況であり、非常に不安な経営を強いられている。居酒屋や安い店には多少客が入っている様子であるが、レストランなどなんとなく高いイメージのあるところは敬遠されているようである。
		スナック（経営者）	・忘年会シーズンも終わり、新年会もこの景気であるので頻繁には行なわれないため、前半を過ぎれば一気に暇な日が続くとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・食材費、光熱費などが値上がりしている。しかし、価格に転嫁することはすぐにはできない状態である。その分の経費での吸収、あるいはサービスの低下にならないようにするための、収益面で良好になるような材料に乏しい状態が続いている。
	観光型旅館（スタッフ）	・食材や紙などの値上げによる経費増加に対して、それを上回るほどの販売増を見込めない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・この積雪の量が微妙に心理的に影響しているのではないかと。また、この先は大きなイベントもなく、旅行関係、身の回りの買物などについても大きく伸びていく要素はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業、団体などの利用はさほど変わらない。しかし、レストラン、宿泊などの個人利用に関しては客単価の前年割れが続く、予約状況も低調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は良い稼働が続いているものの、一般宴会が前年割れの見通しであり、婚礼はほぼゼロの状況である。
		旅行代理店（店長）	・先行受注状況からも、海外旅行の下降の傾向はしばらく続く。
		旅行代理店（従業員）	・円安及び消費税増税の影響が強い。
		タクシー運転手	・正月にお金を使うので、乗り控えてますます悪くなる。
		タクシー運転手	・消費税率10%への引上げの判断が将来に見込まれており、消費税率が10%になる不安を訴える客もいる。また、来客数が前年を下回っており、このような状態で景気が良くなるとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・大雪や寒さの影響で人の動きも鈍くなり、購買意欲が活発化する材料が見当たらない。また、地元中小企業のボーナスも減少しており、節約ムードが高まるなかで解約者数は増加していくとみている。
		観光名所（職員）	・今は、皆が景気の行方を見定めている状態であり、年末年始、新卒、新入時期など節目の時期に向けて持っているものを溜め込んでいる。そのため、外出や買物を控える動きが出てきており、このままでは3か月先も様子見の状態は続く。
		美容室（経営者）	・若者は少しでも安い店を探して遠くまで出かけ、高齢者はドラッグストアなどからカラーリング剤を購入して自分で髪を染めている。皆まだまだ節約する生活をしている。
	悪くなる	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・消費者の買い控えはしばらく続くとみえており、状況は深刻である。
		百貨店（売場担当）	・前回の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要により売上は2けたの伸びをみせた。しかし、消費税増税後は夏から冬にかけて消費の低迷状態が続いており、依然厳しい売上状況となっている。この2けたの伸びをどこまで抑えられるのかがポイントであり、新しく視点を変えた施策でどこまで差を縮められるかがカギとなる。
		スーパー（経営者）	・年明け後、円安に伴う原材料などの値上げが続き小売価格が上昇するため、状況は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税以降、客の動きがかなり悪くなっている。これからも悪くなっていくのではないかと懸念している。
		コンビニ（店長）	・例年1～2月は特に売上が厳しく、さらに、光熱費や除雪代の負担が重くのしかかってくる。春までは我慢の日々である。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で春物が購入されており、今年は買い控えになるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・例年2～3月は新入社員などのスーツの需要が出る時期であり、加えて、就職活動時期のずれ込みにより就職活動の学生の需要とも重なっている。ただし、そのほかの客の増加は見込めない状況であり、さらに、前年のような消費税増税前の駆け込み需要もないことから、春の商戦も厳しくなるとみている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・食料品の値上げ傾向が進み、客の財布のひもはますます固くなる。
		一般レストラン（経営者）	・今年は景気が回復するような起爆剤もなく、逆に悪くなる出来事が多すぎたため、期待できない。
企業動向関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・円安による住宅部材への価格転嫁が進むとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末は1番の繁忙期であり、今よりは忙しくなる。しかし、はたしてどれだけ前年に比べて伸びるかは大変不安である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・上向き傾向がしばらく続く見通しである。さらに、給与、賞与、福利厚生面への好循環を見込んでいる。
		輸送業（経営者）	・現状の変化に多くの期待はできないが、原油が値下げ傾向にあるので、若干ではあるが良い状況になるのではないかと期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告業協会（役員）	・正月広告について、新聞では紙面の増頁、テレビではスポット広告の好調で時間が取れないなど徐々に明るい話題になっている。また、クライアントの媒体選別も対費用効果を考へて、Webよりもマスメディアに戻ってきている。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・円安により年明けから原材料が値上がりするが、価格への転嫁はすぐにはできないため大変苦しい状況である。
		食料品製造業（経営者）	・当地を訪れる旅行者やお土産を購入する人が増えるなどの、売上増加要因が今のところ見当たらない。
		食料品製造業（総務担当）	・円安による輸入原材料の値上げがあり、また、それを売価に転嫁させづらい状況にある。さらに、好調であった今月の反動による落ち込みが懸念される。
		食料品製造業（営業担当）	・不安要素しかなく、現状維持が精一杯の状態である。
		繊維工業（経営者）	・店頭売行きがもう少し良くなることを期待している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・上場しているような大手も売上高が不振であり、中小業者の細かい仕事にも手を出してきている。全般的には景気が良くない状態が続いている。
		土石製品製造販売（従業員）	・雪が降るこの期間は、工事車両が予定通りに動かないことや、吹雪などで突然工事が中止になるなど、実績が減少する時期である。
		建設業（経営者）	・客は物価の安定や景気の回復を待っている。
		建設業（企画担当）	・現在の状態がしばらく続くが、今後の首都圏工事の件数によって状況は左右するとみている。
		通信業（営業担当）	・今後も顧客に対するきめ細やかな働きかけを継続していく必要があり、予断を許さない状況である。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		金融業（営業担当）	・まだ景気が良くなるという実感が無い。
		広告代理店（経営者）	・鉄道会社の旅行センターが統廃合され置きチラシの部数が減少しており、大きく売上減になる見通しである。景気が上向きになる要素が見当たらない。
		広告代理店（経営者）	・取引先に販促費を抑制する傾向がみられるため、今後の先行きに不透明感が漂っている。
		経営コンサルタント	・言葉だけではなく実感できる成長戦略が表れないと状況は変わらない。
		司法書士	・値ごろ感のある不動産分譲地は早々に完売しているが、小規模な分譲地に限ったことであり、地域差も大きく全般的に景気が良いという印象はない。次年度税制改正に対する期待は大きいですが、効果が表れるのは少し先になるとみている。
		公認会計士	・建設関係は、資材費高騰と人手不足が解消されないと、売上、利益増加には結びつかない。小売り、サービス関係も現時点では業績回復の見通しが立っていない。
		コピーサービス業（経営者）	・案件もなく、また、確定している受注もほとんど無いため先が見えない状況である。政府の補正予算も我々の方に風が吹いていない。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・首都圏の好調な傾向が、地方にも広がることを期待している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・経済効果を地方では実感できない。中央からの循環を待つにはもう少しばかりの時間を要する。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・現在の状況のまま変わらない。新規顧客の獲得が今後の課題である。	
	金属工業協同組合（職員）	・受注量的には良くはないが最悪でもない。小康状態を保っているものの収益は厳しい。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・農協から出荷精算書がまだ届いておらず、また、ふじりんごの販売価格も前年より悪いとのことであり、農家にとってはどのくらいの収入になるのか不安である。
		農林水産業（従業者）	・今後も米価の回復が見込めず、助成金は削られる一方である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品では、国内需要が減少している。さらに、新興国経済の陰りによってニッチ用部品が減少しはじめており、懸念している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・固定価格買取制度の変更や円安による影響、電力料金の更なる増大などで今後の中小の製造業の業績は悪化する。さらに、大企業の賃上げは中小企業へのコスト削減をより加速させる方向で働くということを理解すべきである。また、大企業と中小企業の格差は単純に年収のみの違いではなく福利厚生などを含めて考えるべきである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	建設業（従業員）	・大型公共事業の発注がピークを越えるため、年度末に向けて新規大型案件の出件、受注者確定件数が減少していく。
		通信業（営業担当） その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・原油安と円安のバランスがとれずに輸出品の値が上がり、かつ品数が少なくなる。 ・景気が良いという実感が全くない。また、消費税増税により家庭の生活防衛意識が高まっており、出費が非常に抑えられているため内需の拡大がほとんどみられていない。
雇用 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	○	○
		職業安定所（職員）	・11月の月間有効求人数は、1万900人台と前年同月比8.1%増加しており引き続き好調である。有効求人倍率は、1.71倍と前月の1.70倍を超え、過去20年間では最高の数値となっている。
		職業安定所（職員）	・震災被害を受けた地域の水産加工団地において、来年に数社の水産加工業者が工場を再建する予定がある。また、駅の完成も予定されているため、それに伴い商業地域も整備されて、ある程度の求人申込があるとみている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新卒向けのインターンシップを実施する企業が例年の1.5倍の割合で増えており、相変わらず企業の採用意欲の高さを感じている。そのことから今の景気の良さが継続するとみている。
		人材派遣会社（社員）	・人手不足は今後も続く。
		アウトソーシング企業（社員）	・年度末に向けて忙しくなるが、仕事量は前年並みとなるのではないかとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今のところ状況に変わりはない。新内閣の目玉である地方創生がどれほどの効果を発揮し、さらに、その効果がどれほど被災地でみられるかにかかっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方の中小企業は景気が良いという実感がなく、正規雇用には踏み切れないようである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・首都圏から期間従業員などの求人広告の出稿があるものの、地元からの出稿は少ない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比が2か月連続で減少しており、今後の求人動向を注視していく必要がある。
		職業安定所（職員）	・状況が変化する様子は見受けられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、新規求職者数共に増加はなく、このまま落ち着いた状況のまましばらく続く。
		職業安定所（職員）	・求人の状態はここ数か月間変わりなく安定している。現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報も無く、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。
	民間職業紹介機関（職員）	・新年度に向かって製造業がどのようになるか不明ではあるが、近況では変化の兆しが見受けられない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・都心などは現在でも景気が良いと聞いている。さらに地方との差が大きくなるのではないかと景気の先行きに不安がある。	
	職業安定所（職員）	・年度末に向けて製造業、卸売業、宿泊業で雇用調整の情報が入っており、例年以上の求職者数増加が見込まれている。	
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・登録者数の鈍化、取引先企業の3年制約による抵触日の到来、改正派遣法の廃案による混乱、非正規社員への風評被害的な逆風などにより、業績は悪化するのではないかとみている。	

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	－	－
		スーパー（店長）	・1年前が消費税増税前の駆け込み需要があった時期になるため、前年比では厳しいが、経営的にみれば実質的に悪くない傾向である。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスの予約は前年の65%だったが、単身世帯の増加で変化が起きたと考え、弁当等は130%に発注を増やした。その結果、売上114%、来客数113%と増え、狙い通りであった。BGMをやめてツリーだけとクリスマスの演出を地味にしたのが良かったのではないかと考えている。これから来るお正月もお琴のBGMをやめたり、1人暮らしの人がどういった正月を過ごすのかを考えて、商品をそろえて展開したいと思っている。

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
		乗用車販売店（経営者）	・最大需要期の3月に向かって、販売量の増加が見込める。
		自動車備品販売店（経営者）	・年度替わりで販売量が多少伸びる。
		住関連専門店（経営者）	・海外の経済情勢にもよると思われるが、著しい変化がなければ、アベノミクスの経済効果は消費者の昇給等による安ど感やこれまで切り詰めていた消費活動のストレスから解放され、徐々に購買意欲の高まりに変化してくると思う。付加価値品の購入点数の向上が数値上に表れてきている。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・回転が早まり、販売量が増加、売上、収益共に増加している。
		スナック（経営者）	・宴会の件数が改善してきて、客単価も多少良くなっている。フリーの客が増えてきてくれれば良くなっていく。
		遊園地（職員）	・外国人観光客の継続的な増加により、引き続き多くの客の来園を期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税以降、消費者の商品への目の付け方が変わってきたように感じる。本当に必要なものは買うが、そうでないものは買ってくれない。
		商店街（代表者）	・日々売上の振幅が大きく、景況感が読めず、今までになく客の格差を感じており、今後に一抔の不安を持っている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・年が変わっても必要な物だけしか購入しないという雰囲気なので、まだ当分は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・物価が上がっているが賃金はほとんど変わっていないということから、相変わらず消費活動は慎重で余計な物は買わないというところである。
		百貨店（販売促進担当）	・新政権が発足し安定した政局運営が望まれるが、消費に関してシビアな状況が見込まれることは変わらない。
		百貨店（店長）	・来春までは天候不順などによるダメージも加わることが予想され、なかなか気持ちが明るくならず、お金も回らないと考えている。
		スーパー（経営者）	・競争激化が避けられない。
		スーパー（総務担当）	・12月は一番売上構成の高い月であるだけに、ここで売上が落ちてくると今後の数値に大きく影響が出そうな気がする。
		コンビニ（経営者）	・当店は工業団地の近くに立地しているため、今まで休業していた工場の稼働が始まったことで売上が大分良くなってきたが、3か月後は今とそれほど変わらない。
		コンビニ（経営者）	・一生懸命努力はしているが、この状況で客数を増やすのは容易ではない。
		コンビニ（店長）	・取り扱っている商品の価格が徐々に上昇し始めており、3か月後はかなりの商品、特に食品の価格が上昇するのではないかと思う。価格が上がるので売上高も当然高くなるだろうと予想するところではあるが、客の購買意欲が低下して店離れが起こる恐れもあるので、現状維持できれば幸いだと考えている。
		コンビニ（店長）	・実質的な来客数は変わっていないが、近隣の工事がまだしばらくは続くので、大きく変わることはなく現状維持にはもっていけそうである。
		衣料品専門店（統括）	・年末年始にかけても人どおりが増えず、ここ数年段々とじり貧になっている。なかなか暮れという雰囲気がなく、歳暮用品や年始用商材の動きも年々少なくなっている。
		衣料品専門店（販売担当）	・生活第一で、まずは生活必需品を確保して、自分の物は我慢して、衣料品関係まではお金が回っていかないというのが現状のようである。年末年始から暇な2月に向かっていくということを考えると、今の底なし沼のような悪さは変わっていかない。
		家電量販店（店長）	・今のところ現状より悪くなる要因はないが、個人消費の喚起のためにも、省エネ商品への買い換え促進策など有効な施策が欲しい。
		乗用車販売店（経営者）	・年度末に向かい自動車販売の動きが出てくると思うが、エコカー減税の縮小が予想されるので、例年以上の販売は期待できない。
		乗用車販売店（販売担当）	・車の販売の伸びが悪い。例年、暮れは本当に売れるが、このところずっと低迷が続いているので、年が明けても変わらない。

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
		住関連専門店（店長）	・雑貨を中心に生活必需品を扱っているので前年の売上を大きく下回るようなことはないと思うが、良くなる要素もない。
		住関連専門店（仕入担当）	・今年に入り客数減を単価の上昇分でカバーしてきたが、10月以降単価は頭打ちで、消耗品についてはかつてのデフレ傾向に戻っている感がある。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先に急に良くなるとは考えられないが、今のところ客単価は悪くないので、更に悪くなることはないように思う。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税が延期になったが、地方では99%が中小企業で、賃金がほとんど上がらないので、これから消費、景気が良くなるということは少し考えづらい。
		観光型ホテル（経営者）	・閑散期に入るが、地方経済にてこ入れするという政治的な約束があるので、例年の様な閑散期にはならないと期待している。それでも数字的には今月と比べると、変わらないかやや悪くなるということだと考える。
		観光型旅館（経営者）	・現状は前年と比べ、比較的良好な状況で推移しており、2～3か月先もこの状況が続くと思われるので変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・地方都市の景気は相変わらず回復していない。一番繁忙期である12月も思うように客が集まらないので、これから新年会や歓送迎会のシーズンに向けて少しでも営業努力をして頑張っていきたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今月も悪くはないが、劇的に変わる要素はまだ見受けられないため、変わらない。
		都市型ホテル（営業担当）	・現状そんなに良くないが、3か月後は今と変わらない状況で推移する。
		都市型ホテル（副支配人）	・12～2月の3か月は年間を通してみても厳しい時期である。予約状況を見る限りでは、前年ほどの落ち込みはないと思うが、売上の伸びが鈍化してきている。
		旅行代理店（所長）	・為替相場の関係から、訪日外国人の来訪が伸びることが見込まれるが、景気浮揚感が実感されていないので国内旅行の伸びは期待しにくい。
		旅行代理店（従業員）	・急な円安に対応できていない。
		旅行代理店（営業担当）	・2～3月にかけては、旅行需要があまり期待できない傾向にある。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きがないのでこの先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・原油価格下落に追随する形でLPガス価格も下がっているが、為替と相殺されてしまうため、下落も限定的である。それでも今までと比べると利益率は良くなっている。反面、機器は全くと言ってよいほど売れない。年末でここまで機器が売れないのも珍しい。先行きに不安を感じざるを得ない。
		通信会社（局長）	・顧客の家計節約志向が根強く、個人消費においては、緩やかな回復基調の兆しは見受けられず、期待感も薄い。
		テーマパーク（職員）	・寒波の影響や、前年と比べて連休や飛び石連休などの要素が異なり、増加するような要素は乏しいことから、厳しい状況になると見込んでいる。
		観光名所（職員）	・地方の景気は、都市部で回復傾向が見られてから半年～1年遅れて出てくるように感じる。
		ゴルフ場（総務部長）	・特に分からない。
		その他サービス [イベント企画]（職員）	・依然として先行きは不透明であり、地方までは経済政策の影響は及んでいない。
		設計事務所（所長）	・年末から新年にかけてイベントを行うが、これまでのことを繰り返しても同じなので成果は得られない。次の消費税増税前に何とか対策していきたい。
		住宅販売会社（経営者）	・年明けに住宅関連の政策で動きがあれば好転する要因になるが、動きがなければ好転は見込めない。
	やや悪くなる	一般小売店 [家電]（経営者）	・消費者の出費を控える傾向が強くなり、商品の売上増加になかなか結び付かず、厳しい状況である。
		一般小売店 [家電]（経営者）	・消費税増税以降、客の動き、商品の動きが冷え込んでおり、なかなか盛り上がってこない。
		百貨店（販売促進担当）	・物価上昇と家計の所得増が連動していない。消費マインドの低下、生活防衛意識は更に強まるものと予想される。
		百貨店（店長）	・消費税増税後、一向に回復がみられない。12月になって更に悪くなっている。

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
		百貨店（店長）	・ボーナスサンデーの売上も悪く、宝飾等の高額品が不振である。交際費課税が緩和されたが、宴会需要も厳しい。都心と違い景気回復は遅れており、年度始めから前年売上に届かない状況が続いており、今後も状況が良くなると思えない。
		スーパー（統括）	・クリスマスケーキやおせちセットの高額品は多少の伸びを示しているが、生活必需品、実用品についてはメモを持つての買物姿が増え、消費者の節約志向が顕在化してきており、年明け以降の景気動向が懸念される。
		スーパー（商品部担当）	・食料品の値上げにより買上点数の落ち込みが心配されると共に、価格競争による影響が大きくなりそうである。
		コンビニ（経営者）	・天候にもよるが、雪が降ったり寒かったりで客の出足が非常に少ないと予想されることや、地方ではアベノミクスなどの影響もほとんど何もないということから、あまり期待はできないと感じている。
		コンビニ（経営者）	・年末年始に単価の高い商品を買っていた客が、2～3か月先には少し買い控えをするからである。
		乗用車販売店（経営者）	・当市及びその周辺地域では損保、銀行などの金融関係や一部上場企業の支店、営業所の業績が前年同期比でかなり伸びているようである。それに比べて零細企業は賞与も低位安定で、格差が際立ってきたようで、購買力の低下につながらないか心配である。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の商談が少ない中、中古車に対するユーザーの様々な希望があり、時間と神経を使い果たして結果がなかなか出ない状況が続いている。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社は輸入車、国産車の新車及び中古車販売と民間車検場の整備関係という両輪でやっているが、販売が極端に落ち込んでおり、今後2～3か月このような状態が続くと会社の経営もかなり悪化してくる。修理部門は順調だが、販売部門が著しく落ちているため、1～2月は会社全体でみるとやや悪い方向にいくのではないかと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・消費者物価指数が上がり消費は低迷、という悪循環から抜け出すには、まだ消費者の意識や実際の懐具合が追いついていない。
		一般レストラン（経営者）	・サービスや値段の安いメニューへのシフトが続いており、消費者の財布のひもは確実に引き締まっていると感じられる。
		スナック（経営者）	・客の話から、大変厳しい状況になっている中小企業が多いと感じている。
		スナック（経営者）	・良くなるような根拠がなかなか見いだせない状態である。来年に期待している。
		旅行代理店（副支店長）	・為替、株価等の変動も影響するが、全般的に年末年始の受注が落ちている。今後の受注についても、大雪などの天候によるものもあるが落ち込む可能性が高い。団体についても、円安の影響が長引くと今後大きく影響が出てくる。
		タクシー運転手	・1月は新年会等で多少動くとしても、2月は反動で低迷しそうである。
		タクシー運転手	・12月は例年非常に動きが良いので、3か月後は今よりは大幅な動きが悪くなる。
		タクシー（役員）	・年末の人の流れが悪いため、先行きもやや悪くなる。
		通信会社（経営者）	・地方の景気全体が不透明になってきているため、消費や娯楽にお金を使うことには期待できない。
		通信会社（営業担当）	・年末年始で出費が増える分、反動で買物を控える傾向が例年より強くなると考えている。
		ゴルフ場（支配人）	・地元予約はまだ弱い。隣県への営業活動を前年の2倍行っている。雪の降る厳しい季節で融雪費用などがどれぐらいかかるか心配である。
		競輪場（職員）	・グランプリレースの売上も希望どおりの額には達せず、今一つ盛り上がり欠けるような状況なので、なかなか景気は上向かないのではないかと考えている。
		美容室（経営者）	・客単価や売上が伸びる要素はほとんどなく、同じ状態がこれから先も続くと思われる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・選挙があったため、若干来客数が上向いてきているが、売上に貢献するものではないと判断している。
		設計事務所（経営者）	・これまでの仕事量から考えると、来年の依頼数は少なくなってきた。
		設計事務所（所長）	・今はそれなりの状況だが、今月の状況から考えると、年度替わりの時期は落ち込むのではないかと見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・消費税引き上げが延期されたものの、円安による商品値上げや各種税負担の増加等により、個人の懐事情は悪化しつつあるため、やや悪くなる。
		商店街（代表者）	・客の購入意欲がなくなってきている様子がよく分かる。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・当店は学生服販売があるので、1月からは新学期の制服等の販売で多少は良くなるが、全体の動きをみるとあまり良くなっていかない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・相変わらず一般消費者が消費意欲を増すような要件は皆無である。
		通信会社（経営者）	・来年に向けた営業活動をしているが、一向に改善の兆しが見えない。
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の国内自動車メーカーの輸出が増加傾向にあるため、先行きは良くなる。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・行政の清掃センターで使う廃棄物処理装置の販売、レンタルリースが増えている。フロン回収機については、新型の大型機がプラントに配備されるまでは忙しくなる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・各地域の中小メーカーが共同で見学ツアーを組んで集客増を図っているほか、オリジナリティのある商品を開発して売上増に取り組んでいる。
		建設業（開発担当）	・現政権は公共工事発注が安定しているので大変有難い。前の政権ではコンクリートから人へのスローガンで建設業が悪者扱いされたが、地方の経済対策に公共工事は重要である。ただし、東京中心の建設ラッシュの影響で1年以上材料費や人件費の上昇が続いているため、利益を確保することは厳しい状況が続いている。
		金融業（役員）	・原油価格が下がって関連製品や原材料、電力料金が低下することに加え、賞与支給が例年に増して出ていることから、個人消費が見込まれる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の引き合い、商談数から受注量が増加すると考えられる。
	変わらない	化学工業（経営者）	・期末に向けて引き合いの増加がなく、受注量の増加予想もできないため、現状維持が精一杯である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現在来ている特注品の受注は一時的なものであり、新規受注の予想もつきにくい動向である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・26年度予算の中で良くなることを期待している。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先のことが予測できればいいが、全然分からず困っているという状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量の変化はないが、相変わらず採算性が悪いので困っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今までと変わらず厳しい状態が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が決して良くない中で、3月までの受注は確保されているものの、4月以降の新年度は厳しい状況が続くと見込まれる。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先、競争相手等の様子、受注量、販売量は今のところまずまずであるが、この1年間、2～3か月先は全く分からない状況なので、どう転ぶかは来年になってみないと分からない。	
	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。	
	輸送業（営業担当）	・年が変わると新入学、新社会人用品等で衣料雑貨や白物家電等の物量が増えるが、それに伴う車両不足も続く。依然として協力会社等へのコスト負担が高くなり、利益は薄くなりそうである。	
	通信業（経営者）	・景気が良くなる気配がない。	
	金融業（調査担当）	・原油価格の下落などプラスの材料が予想されるが、これまでのコスト上昇分をすべて転嫁できている企業は少なく、こうした状況が今後もしばらく続くため、変わらない。また、所得改善も緩やかであり、消費の回復も遅れている。	
	金融業（経営企画担当）	・サービス業では売上増に向けた販売戦略等の施策が実を結びつつある。一方、建設業で公共工事の受注が減少すると予想する企業もある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・「例年より早かった12月の降雪で冬物の売上は順調だったと聞くが、当店の場合は雪のために出足が鈍く、売上が前年に届いていない。灯油販売の価格低下が更に拍車をかけている」と量販店の店長が話している。
		経営コンサルタント	・年末の商戦動向の結果次第では企業の業況も好転しうるが、まだ上向くと判断できる材料に乏しい状況である。年末年始の消費増への期待感はあるが、依然として不透明感はぬぐえていない。
		司法書士	・一進一退の状態がまだ続くような気がする。
		社会保険労務士	・中小企業では、今まで賞与を出していなかった事業所でこの冬から出すというところはないので、そんなに変化はない。
	やや悪くなる	一般機械器具製造業 (経営者)	・3月の期末に向けた作り込みの話は現状ではほとんどなく、更なる仕事の減少が予想される。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・現状、民間向けの仕事が落ち込んでいる。民間比率は4割程度だが、来年はもっと受注が少なくなるようなので、当社としては2～3月が一番厳しい状況になる。
		その他製造業〔宝石・ 貴金属〕(経営者)	・1月からは宝飾品も円安、地金高、材料高を反映して在庫を含めて大幅に価格を見直す動きがある。売上もその分厳しくなることが予想される。
		建設業(総務担当)	・公共工事に関しては年度末に向けて発注があるという話もあるが、民間は相変わらず低調なので、全般的に低調な推移となりそうである。
		不動産業(経営者)	・金融上の回復、富裕層や大企業のみ景気回復のように思われ、実質的な経済は悪化しているように見受けられる。以前の中産階級といわれる層や、多数を占める層の経済状況が改善されなければ、景気回復を維持することはできないのではないかと。
		広告代理店(営業担当)	・これから税負担が大きくなるため、ますます個人消費は冷え込み、景気悪化が加速する。
	悪くなる	食料品製造業(製造担当)	・あらゆる商品が値上がりしていく中で、中小零細企業は賃金を上げることができず、特に、地方はそこまでの体力もない。世の中の財布のひもが締まる中では、食品関係は売値の安いほうへ流れてしまうので、値上げもできず、そのジレンマの中でもがいている。資金繰りはますます悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・相変わらず利益が出ず、資金繰りが苦しい。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・取引先の1～3月までの受注予定に上昇する気配がない。
不動産業(管理担当)		・長く取引のあった先から受注価格の大幅な引下げ要請があり、その金額では受託業務を減らさなくてはならない状況である。また、1月から対応して欲しいと言われているので、売上、収益の大幅減となり、影響は大きい。	
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)	・労働者派遣法の関係で3か月間仕事を休むことがあって、売上が落ちているが、また2月からは良くなる予定である。
		職業安定所(職員)	・円安の影響で輸出製品関連の製造業が好転しているように感じられるため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社(支社長)	・接客、販売業の人手不足感を背景に引き合いは強いままで推移しており、受注活動をせずともオーダーが積み重なって行く。それでも紹介できる人がいないので、肝心のマッチングは進まず、売上のペースは伸びずに、うまく断るのが仕事といった様相を呈してきている。
		求人情報誌製作会社 (経営者)	・海外輸出をしている大企業は円安が続いて景気が良いものの、その下請企業で恩恵を受けているところは少ないので、周辺企業については今後も景気低迷が続く。
		職業安定所(職員)	・新規求人の伸びは引き続き好調を維持しているものの、製造業からの求人は前月及び前年同期比共にわずかに減少している。なお、求人が伸びているのは産業別では物流関係、雇用形態では臨時、パートタイムと年末を控えた季節的要因によるところが大きいと思われるため、依然不透明な状態である。
		職業安定所(職員)	・非正規雇用の求人が多く、正社員求人の割合はあまり増加がみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・自動車、食料品、衣料などは買い控えが出て若干落ち込むと予測しているが、現状は生産ラインを変えず、在庫をストックしているところかと考えている。建設関連と電機、電子、自動車については、試作かもしれないが生産を維持するとみている。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車関連の製造派遣は変わらないが、携帯電話の下取り業務が終了するため、全体的にはやや悪くなる見込みである。
		職業安定所（職員）	・大手企業の求人の影響を除くと、新規求人数は前年と比べ減少傾向で推移している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含ん引する製造業において、一部の大手企業の正社員採用はおう盛だが、一般企業は慎重さが増し、求人が減ってきている。円安メリットより資材購入等の輸入デメリットのためか、国外への新規工場立ち上げ、あるいは強化が始まり、国内の社員採用に大きく影響している。
	悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・消費税の10%への増税に向けた準備なのか、消費は悪化する。

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）	・消費税増税の延期により、これからしばらくの間は消費が膨らむのではないかと考えている。	
		やや良くなる	商店街（代表者）	・アベノミクスが信任となり、追加の景気対策がなされ、アメリカの株価が好調なのを受けて東京の株価も良くなると、当地域は良くなる要素が多い。災害や異常気象がなければ少し良くなる。
			一般小売店〔家具〕（経営者）	・2～3か月先は選挙も終わって政治が安定してくること、やはり景気を良くしなくてはという機運が出るような感じがするので、これから少し良くなるのではないかと思う。
			一般小売店〔家電〕（経営者）	・衆議院選挙で与党が3分の2を占めたので、多少は経済状態も良くなってくる。
			一般小売店〔茶〕（営業担当）	・個人客のお茶の売上額だけではなく、オフィスや事業所単位のお茶の売上額も前年同月を上回り、全体で少しずつではあるが景気が回復しているように感じる。10月から12月にかけてオフィスの移転が多く、移転後も変わらずお茶の注文があるので、注文は横ばいのままか、少しずつ回復していくような気がする。
			百貨店（広報担当）	・消費は踊り場的な状態にあるが、今後、春のペースアップ等の状況により、消費が上向くことを期待している。
			百貨店（販売促進担当）	・年明けから始まるセール等、特殊要因により一部状況が好転することが予想される。
			百貨店（販売促進担当）	・今後の天候予測では寒さが続くとのことであり、春物の動きは足踏みをする可能性もあるが、防寒衣料の継続的な動きもみられるため、消費動向の停滞はないと考えている。
			スーパー（経営者）	・新政権が発足し、株価が上がっていくためやや良くなる。
			衣料品専門店（店長）	・来年より就職活動が3月から変わるため、今まで冷え込んでいた就活マーケットの客の活発化や、2月の降雪による来客数と売上の減少が改善されると考えている。
			乗用車販売店（総務担当）	・1～3月は最大需要月でもあるため、やや良くなる。
			その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今季は花粉の飛散が多い予想なので、期待している。
			その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・今までのようにハイペースではいかないと思う。
			その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・セールの動きをみていると、回復傾向にあるように感じる。
			一般レストラン（経営者）	・新政権で経済対策を打つようなニュースも出ており、アメリカの景気も若干回復傾向にあるため、株価が上がってくれば当店もそれなりの売上を維持できるのではないかと考えている。
			一般レストラン（経営者）	・1月は新年会などがあるため、それほど来客数は減らないと見越している。2月は少し下がると思うが、客が付いてきている。

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		タクシー運転手	・このところ円安が進んで外国人の観光客が急増しているようなので、来年はタクシー業界も潤って、やや良くなる。
		通信会社（経営者）	・総選挙も終わり、政権が安定してきたので、アベノミクスの効果が出てくる。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・12月に入り、売上は若干良くなってきている。選挙によって今後の政府の成長戦略が明示され、政治に安定感が出てきたので、消費が回復してくる。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・円安や原油安による企業業績の向上に伴う賃金増の影響が、ようやく出てくるころだと思う。
		設計事務所（経営者）	・今後手がける予定のプロジェクトはあるにはあるが、先方の都合による要素が多い。予定されているプロジェクトが動くとすれば、景気は良くなる方向である。
		設計事務所（所長）	・民間物件はほとんどないが、行政物件が順調に決まっており、現時点で前年度を上回る状況である。今後も行政業務を積極的に取り組んでいく予定である。
		設計事務所（所長）	・設計契約が決まり、作業の続行が見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注も安定して伸びそうであり、来客の層も良くなっている。
		商店街（代表者）	・天気予報では降雨はあまりないということだが、雨が降ると出足が悪くなる。降雨と寒さが商売に影響するが、これから寒くなるのは当たり前なので、注視しながらやっていきたい。
		商店街（代表者）	・石油などの暖房費が多少緩和されることと、政府が様々な方面に経済政策を打っているため、プラスマイナスゼロではないかと商店街の役員とも話している。
		商店街（代表者）	・消費者の低価格指向がまだ強く、大手量販店と商店街の格差はなおも広がりつつある。
		一般小売店 [和菓子] （経営者）	・年末になって消費者に少し動きが出てきたが、年が明けて食料品等の値上がり控えているので、消費はやはり進まないのではないかとみている。
		一般小売店 [家電] （経理担当）	・現実的に景気が良くなったと感じられないため、消費者も財布のひもを固くしている。政府の景気対策に期待している。
		一般小売店 [文房具] （経営者）	・12月の売上は印刷部門が減少したものの他の部門でカバーできている。1月は印刷がないので、何とか維持できれば以前と変わらない程度には持っていけるのではないと思う。
		一般小売店 [印章] （経営者）	・最近の消費者は非常に買物上手になっている。時間のかかるようなところに行くのであれば、妥協してでもパソコン通販などで用を済ませている。伝統的な技術などというものはあまり考えにはないようで、非常に残念である。
		一般小売店 [米穀] （経営者）	・毎年ではあるが、正月やクリスマスなどのイベントの雰囲気からみて、少し力が弱い。
	一般小売店 [文具] （販売企画担当）	・年末の休みが長いことで多くの来客があり、一過性の特需が若干あったが、今後も同じようにいくかはまだ不安要素がある。	
	百貨店（売場主任）	・実質的な賃金上昇がみえず、消費の回復には時間がかかる。	
	百貨店（総務担当）	・一部の富裕層や一部の製造業については、やや上り調子ということも聞こえてくるが、全体としてはまだ消費意欲、経済的なインフラは低い水準で上がってきていない。食品などはほぼ100%に近づいてきているが、宝飾品や服飾雑貨、婦人服はまだ追いついていない。今後もこのような状況が続く。	
	百貨店（総務担当）	・変わる要素がない。ただし、高額品は堅調なことから客の財布のひもを緩めるにはどうしたらいいかをよく考え、商売する必要がある。	
	百貨店（広報担当）	・百貨店では消費の二極化が進行している。上得意である富裕層は株価上昇による資産効果などを背景に、高額品を含めて積極的な傾向がみられる。反面、大多数の一般の購買層は消費に慎重になり、委縮している。この二つの層が打ち消しあって、マイナス傾向含みではあるが、ほぼ前年並みの売上となっている。この傾向はしばらく続く。	
	百貨店（営業担当）	・例年に比べて気温の低い日が多いため、コートをはじめ防寒衣料雑貨の動きが良い。政局も安定しており、アベノミクスによる個人消費への好循環を期待したい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・消費税増税が先送りされても相変わらず財布のひもは固い。原油価格の下落等により、光熱費関連の高騰については一息つく感はあるが、原材料の高騰に伴う値上げ等による買い控えは続く。大企業の給与は上がっても、一般企業への波及はしばらく先になる。
		百貨店（営業担当）	・総選挙後、内閣が信任されたことで政策、施策が全く変わらず、消費の二極化が継続する。
		百貨店（販売促進担当）	・ガソリン価格は下落傾向にあるが、食品をはじめとする商品の値上げが続いている。衆議院選挙によりアベノミクスが継続となるが、それに伴う賃金アップが実際には感じられないことなどから、景気が良くなるとは思えない。
		百貨店（店長）	・上場企業など一部は好調のようだが、地方では好況感はない。来年の給与の上昇が決定しないと生活防衛に走るため、変化は期待できない。
		百貨店（副店長）	・年末年始とバレンタインに各種プロモーションを集中させるが、前年の消費税増税前の駆け込み需要もあり、前年をクリアするのは難しい。
		スーパー（販売担当）	・最近の円安傾向も影響しているのか、食料品など少しずつ単価が上がっている分類が多くなってきている中で、客が本当に必要な量、分量しか買わなくなり、付加価値や価値のある商品、プラス1品という買い方がないようである。
		スーパー（店長）	・今年は消費税が上がったということもあるが、客の様子から本当に必要な物以外はいくら安くても買わないということがはっきりと分かった1年である。本当は3か月後の景気はもっと良くなって欲しいが、無駄な出費は抑える客の状況から、3か月後についても今と変わらない。
		スーパー（店長）	・クリスマスや年末で一時的に上向きになると思うが、必ず反動があるので、まだ厳しい状況は続く。
		スーパー（総務担当）	・消費税10%への増税が延期されたということもあり、客の買い方は今までと変わらないと思う。円安で輸入品の原材料価格が上がっている中で、一般消費者の頻度性の高い日用品の買物に関して購買動向の上昇にはなかなかつながらないようと思われる。
		スーパー（総務担当）	・競合店オープンから3～4か月が経過して春になるが、回復するのは夏以降の大きく季節が変化する時期と考えている。
		スーパー（営業担当）	・しばらくは堅調な状況が継続していくが、消費税10%への増税を境に景気が大きく変化していくのではないかと思う。
		スーパー（仕入担当）	・年明けも円安が続くと、輸入品の多い食料品は価格上昇の大波が訪れる。
		スーパー（仕入担当）	・単純に価格が安い物だけではなく、価値に見合った価格の商品も売れてきている。比率はまだ圧倒的に価格に偏っているが、価値へのシフトに流れつつある状況である。
		コンビニ（経営者）	・廃棄覚悟で品ぞろえを強化し、1月の動きに注目していきたい。
		コンビニ（エリア担当）	・財布のひもが緩くなるようなニュースが期待できない。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数は回復の傾向もなく、特に改善の傾向につながるような良い話題もないため、引き続き厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・現在のような状況が続き、セール商戦も盛り上がりもなく、厳しさが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・客が二極化している、年金生活で切り詰めている客は必要な品物のみで低単価である。アベノミクスが高齢者に来るのはまだ先である。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者の商品選びや買い方が慎重で、景気が良くなるにはまだ時間がかかる。
		家電量販店（店員）	・一部の量販店では顧客離れで店舗を縮小し、インターネット販売がメインになっている。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が芳しくない。来年3月以降は少し良くなると思う。
		乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲がまだ上がってきていないので、新車の売上もあまり期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税延期も先延ばしになり、客の動向が読めなくなっている。

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
		乗用車販売店（渉外担当）	・新型車とハイブリッド車は好調だが、総量は前年比マイナス15%で推移している。この先2～3か月は車検を迎える台数が増加するが、個人消費が相変わらず良くないため、やや悪い状態が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー減税の見直しが発表されたが、良い方向に進むのか全く分からない。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税の先延ばしにより、高額品の購買動機など直近の消費マインドはややしぼみ気味とを感じるが、原油価格の値下がり等、消費者へのプラス要因もあり、現状のレベルは維持するのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・2015年1月の相続税の税制改正に伴い生前贈与が活発化したり、可処分所得が増加することを期待したい。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・お金の使い方が変化してきたようである。気持ちに余裕がなくなっている。
		高級レストラン（副支配人）	・予約状況の推移からの判断である。
		高級レストラン（支配人）	・2～3か月では来客数、客単価等、現時点と変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・同業者間の連携で地域の活性事業をしてお客の反応は上々で、少しずつ集客につながっている。
		一般レストラン（経営者）	・景気はそれほど上向き感じはないが、徐々に良くなっていく雰囲気はある。ただし、サービス業への影響はまだあまりない。
		一般レストラン（経営者）	・案の定、暮れの選挙で売上減である。今後は人手不足のため人件費が高騰し、円安や品物不足で原価が高騰でなかなか希望が持てない。
		一般レストラン（スタッフ）	・店には客が入っており、従業員に給料も支払えるが、低位安定で変わらないのである。日々の生活では、物価が高いため大した物を買っていないのにお金がすぐになくなってしまふ。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約を見ても例年どおりかやや下回っている状況で、閑散期でもあるため今後の伸びも期待できない。新規での動きもほとんどなく、何とか定例案件が確保できている状態である。年明けからの景気上昇へ期待したいが、データを見る限り変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・来年に関しても今のところ全く予約が入っていないので、景気の落ち込みが末端に響き、業況はあまり良くない。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行の予約は比較的順調に伸びてきているが、大型団体や特需的な団体が少ない。また、北海道スキーツーの予約が今一つ伸びてこない。
		旅行代理店（従業員）	・受注は例年どおりのため、上昇する様子は今のところない。
		旅行代理店（営業担当）	・商品力が弱い。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後の販売の中心である海外旅行については、円安傾向が続いているので伸び悩みを懸念している。年末の挨拶時でもそういった声がよく聞かれた。国内の個人旅行については動きがあるので、プラスマイナスで変わらないという判断である。
		タクシー運転手	・例年同様1～2月はそれなりに利用が見込めるが、明るいニュースもなく、消費税増税延期など、2015年も厳しい年になりそうである。
		タクシー運転手	・良くなる材料が今一つみつからない。
		タクシー運転手	・景気が良くなっても、各企業のタクシーを含めた交通費などの経費削減を続けていくことは変わらない。例えば、5千円以内の場合はタクシーで、それ以上かかる長距離の社員はビジネスホテルという会社が増えていると同業者同士で話しているため、タクシー業界はまだまだ厳しい。
		タクシー（経営者）	・客の様子から変わるような様子はない。
		通信会社（経営者）	・タブレット無料キャンペーンでテレビ、インターネット加入を引っ張っている状況である。携帯電話の勧奨は12月に入ってから大変厳しくなっている。
		通信会社（社員）	・先行きに不透明感がある。良くなる理由も悪くなる理由も特段ない。良くも悪くもない状況で推移していく。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明であり、環境が大きく変化する兆しは感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・実際に一般の客の収入が増加しない限り、消費は増加しない。
		通信会社（営業担当）	・付加価値が高いが料金も上がるサービスの需要は一部に限られており、全体をけん引するまでは至らない。
		通信会社（管理担当）	・2～3か月では変わらないが、半年～1年あれば状況や勢力図は変わってくると考えている。大手通信会社と携帯電話会社が連携すれば、市場環境が激変する可能性がある。
		通信会社（局長）	・やはり消費税増税の影響があるようで、中小零細企業の派遣社員を含めた従業員の給与上昇が顕著にならないと、消費マインド的にちょっと無理してでも買うというような購買意識にはならない。
		通信会社（営業担当）	・景気向上への材料が見当たらない。
		通信会社（経営企画担当）	・顧客の動向が少し上向いてきており、このまましばらく維持される。
		ゴルフ場（従業員）	・長年の景気の低迷で、決して今でも景気が良いというわけではないが、少なくとも底辺からは逃れた。それだけでもすごいことだが、景気回復に向けた取組みは、この先が更に難しい。
		ゴルフ場（支配人）	・1～2月は営業日数も少なく、平年並みの予約数である。
		ゴルフ場（支配人）	・大方の家庭では収入が増加傾向にはないため、サービス業へ支出が増えるとは考えにくい。
		パチンコ店（経営者）	・新装開店で台の入れ替えなどをしても、前ほど客は付かないが、あまりお金を使わない低玉貸しのコーナーには客が増えている。先の状況は厳しく、やや悪くなるとしたいが、期待も込めて現状維持で変わらないと回答している。
		美容室（経営者）	・商店街の生鮮三品である八百屋と魚屋が閉店したため、余計に人の流れが悪くなったようである。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・景気は横ばいである。高収入の家庭の生徒は授業時間数が伸びているが、それ以外は下降気味であるため、景気はまだ戻っていない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・12月は良くなるかと期待していたが、街は全く師走らしくならず、デパートでクリスマスの買物をしているような客もいるわけではないので来客数が増えない。新政府の経済対策に期待もできないが、仕方なく期待するだけである。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・来年に対する期待感はあるが、3月ごろには消費意欲は落ち着く。来年度は経済効果がようやく浸透して消費増加が期待できる。
		設計事務所（職員）	・建設コストの先行きは相変わらず不透明である。良くも悪くもならない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントの復活など政策面での良いニュースもあり、また、新春キャンペーン展開により来客数、販売量共に現状を維持している。2～3か月後も今月と変わらず景気は良いと判断している。
		住宅販売会社（従業員）	・現況が良いため、年明けからもこの状況で推移していくと感じている。年明けの契約予定も入ってきているので、もしかしたら良い方向に展開する可能性もある。金融機関も積極的に動いている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・ある程度の受注は見込める。ただし、円安傾向が続くと輸入原材料価格の高止まりから、新たな仕事を増やそうという意識が薄れる客先が多い。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・クリスマスの人の流れも若干減っており、買物袋をたくさん持って歩く人はあまり見受けられない。買物に非常に慎重になっており、不要な物については手控えているようである。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・12月の総選挙の結果により、将来、消費税が10%になることは確実となった。景気対策が十分ではなく、この先、物価が上昇して景気はもっと悪くなる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・ホームセンター、家電量販店、100円ショップなどの様々な所で同じようなものを売っており、差別化が難しくなっている。特色のない地域店は来店客を増やすのが大変である。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年明け以降、ますます客足が遠のく。
		百貨店（営業担当）	・円安が一段落したとしても急に上がる気配はなく、影響は大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・円安が一段と進み、外国人による売上が高い伸びを維持し、全体の売上を下支えしている状況の中で、それを除いた国内の売上は、前年の消費税増税前の駆け込み需要があった影響で、更に非常に厳しい状況が続く。
		百貨店（計画管理担当）	・冬物重衣料は前年の駆け込みで購入している客も多く、来年のクリアランスセールも厳しいことが予想される。
		スーパー（経営者）	・前年2～3月は消費税増税前の駆け込み需要があった時期なので、2～3か月後は確実に前年より悪くなる。何か対策を打たなければならない。
		スーパー（店長）	・来客数は横ばいながら1品単価、客単価の上昇によって売上増となっている。また、他社ではポイント、割引、値引き等をメインとした販売提案が多くみられる。必要な物は購入するが、より条件の良い店での購入が見込まれるために競争が激化し、1品単価や客単価の上昇、所得増による恩恵は予想できない。
		コンビニ（経営者）	・客の財布のひもは固い。
		コンビニ（経営者）	・競合が一段と厳しくなる中、間に合わせ的な利用が顕著になり、今後も同様の状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・この先、近隣に当店と同じチェーン店が新しく2店オープンする。当店よりも駅から遠いが、駅から離れて買物をする客が本店を通過して行くという動線上にある。品ぞろえが同じで酒、たばこの免許の優位性も段々薄れてきているため、苦戦するのではないかと感じている。
		コンビニ（経営者）	・これから寒い時期に向かうが、客は天候に相当左右されるので、先行きはやや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・先々、収入増が見込めない層は、消費を控える工夫をしているため、しばらく景気が良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（経営者）	・年末になっても買い控えで必要最小限の物しか買わない傾向がある。物価は上がっているものの給料は据え置き、一部の企業ではボーナスが良いようだが、8割程度の人はまだ好況感が無いのが現状で、年明けもしばらくこの状況が続く。
		家電量販店（経営企画担当）	・冬季賞与の水準が夏同様5%増の水準で、冬本番となり季節商材、福袋、新生活セール、引続き好調なインバウンドと商品の好不調が浮き彫りとなっている。その需要の変化をいち早く捕まえるよう取組んでいるが、前年のこの時期には消費税増税前の駆け込み需要があったため、前年の山は越えられない。
		乗用車販売店（販売担当）	・トラック事業全般をみると、前年比ではそれなりの割合を確保しているが、段々落ちてきている。また、ドライバーがいないために、車を買ったが動かせないというようなことがあり、なかなか景気が良くならない。トラック自体は大きく増加していかないのではないかと考えられるので、やや悪くなる。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税、10%への再増税を意識し、買い控えが増えていく。良くなる要素がなく、まだ厳しい状況が続き、低迷する。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・年明けに販売する製品の予約も振るわない。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月後は2～3月だが、2月は1年で一番悪い月なので少し悪くなる。3月に少し盛り返すが、その後どうなるか心配である。
		旅行代理店（従業員）	・近年の円安で海外旅行の客が非常に減っている。先行きの受注状況もそれを示している。
		タクシー運転手	・新年が始まって皆が慎重になる。どうしても1～3月ごろまでは慎重さが影響して変わらないような気がする。
		通信会社（経営者）	・昨年度はOSのサポート終了をきっかけにした加入契約や解約抑止の取組みが好調だったが、今年度は大きなイベントがないことや競合他社の新サービス展開が行われることから、加入契約は現状維持で解約の増加が見込まれる。
		通信会社（管理担当）	・年初は年末のトレンドが継続するため、上昇はあまり期待できない。
		通信会社（総務担当）	・長引く円安が経済に与える悪影響が、給与増の効果を上回るため。
		観光名所（職員）	・2～3月は年間で一番客が来ない閑散期になるので、やや悪くなる。
		美容室（経営者）	・寒さが厳しくなると、客の来店サイクルが鈍るような気がする。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・仕事量は決して増えていない。非常に人手不足で職人が足りていない。中央ばかりに景気が集まっており、大手志向はこれからも変わらず、中小は弱るばかりというのが実感である。先行きに景気が良くなるような要素は1つも見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・新規契約の回復は現在の集客状況ではあまり見込めない。受注残が減少しているので年度決算は厳しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注の低迷はそのまま売上、利益の減少に直結する。
	悪くなる	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・食品の原材料や人件費が高騰し、社会保険料や各税金も上がり、給料を少し上げて手取り額は減ってしまう。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・年金生活者や給料が上がらない中小企業の方は、これから物価が上がり、更なる消費税増税も控えているため、景気が悪くなるのではないかと心配している。政策もお金を持っている人たちが優遇されているようなので、非常に心配である。
		百貨店（総務担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要で売上が大幅に伸びており、今年はそれを補う材料が見当たらない。
		百貨店（営業企画担当）	・昨年度は年明け以降、消費税増税前の駆け込み需要が高まったため、その反動が避けられない。また、株高だけでは全体的な消費マインドの回復には至らず、更なる消費税増税の先送りもマイナス影響がなくなっただけで、プラス影響とはならない。給与の増加など、消費者が好況感を実感する要素がなければ、本格的な回復基調には乗らない。
		衣料品専門店（店長）	・冬らしい寒さであれば、冬物実用衣料の買上数量が増えるのが普通であるが、今年は消費税増税の影響が消えないためか増えていない。手持ちの衣類を使い回そうという意識が強い。
		家電量販店（統括）	・第4四半期は第3四半期より更に厳しい。実店舗、Webショップ共に前年の消費税増税前の駆け込み特需発生の影響もあり、3月まではこの状況は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・アベノミクスは全く効果を表さないどころか末端に関してはマイナスにしか働いていない。輸出関連の企業などというのは大きいところしかないのではないかと。
住宅販売会社（経営者）	・今の状況がいつ改善されるか全く見通しが立たない。来年10月の消費税増税は延期されたが、政府の方で何か景気対策、特に、中小企業に対する景気対策を打ってもらえない限りは、この状況が当分続く。		
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる	建設業（従業員）	・現在の会社の状況では賄いきれないほどの受注量がある。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が徐々に少なくなっている。選挙が終了して少し期待感のようなものが出ている。
		食料品製造業（経営者）	・街全体でのイベントが開催される予定なので、来客数が増えて売上が上がることを願っている。
		輸送業（経営者）	・アベノミクスへの期待からやや良くなると判断したが、世界的には不安要素も多分にあるので、バランスが必要である。
		輸送業（総務担当）	・新年から年度末までは微増だが今までより出荷量が増える見込みで、燃料価格は年明けも値下がり基調なので、採算はとれる。今までの分を取り戻すまではいかないが、このまま続けばと願っている。
		通信業（広報担当）	・消費税増税の延期もあり、当面は少しずつ回復に向かう。
		金融業（役員）	・来年以降の追加経済対策に期待する声が多い。建設業では人手不足感も一服し、受注活動に勢いが出てきている。
		税理士	・アメリカの景気が良くなってきて日本車が売れているが、中国等では人件費が高騰して日本企業の製品が高くなったりと不透明である。日本国内はアベノミクスが大分引っ張って、少しずつ良くなっていく。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・建築関係の公共事業の受注が多く、警備員不足の状況がしばらく続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今後も競合他社との高速インターネット環境整備にかかわる厳しい競争は継続していくと想定されるが、マンションオーナーのインターネット環境整備に向けた意識が若干前向きになってきている。
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・生活の中で世間の景気をみると、まだ支出傾向には至っておらず、この先も不透明である。

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
		繊維工業（従業員）	・アベノミクス効果は輸出産業には味方しても、中小零細企業には全く届いていない。消費者も元の安価な製品を求めており、中小零細企業にとっては景気が上向くことはないか、あっても当分先のことである。
		化学工業（従業員）	・原油価格が下がっても原材料費が下がるわけでもなく、受注が増えそうもない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスで景気が良くなったという実感がまだないので、しばらくは動き出さない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器、医療品容器の受注は増加気味で推移しそうだが、住宅関連部品に勢いがなく、しばらくは横ばい状態が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・選挙で年末の仕事も止まりがちだった。来年の経済対策が我々に届くまでには時間がかかるので、先行きは非常に厳しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・完成品を納品をしないでくれというような客がこれ以上増えないという期待も込めて、これ以上落ちないのではないか。試作を何点か作ったので、まだ先になるが新しい仕事が増え立ちはたつてくるのではないかと思うが、3か月先ではまだ立ち上がらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・いまだに景気回復を実感できないためである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・首相の信任でこれからを期待する声が出ている。営業も引き合いのあった物件が受注になり始めている。良い傾向である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・一部上場企業等の景気は非常に良いが、中小零細企業まで及んでくる見通しは全然ない。底辺にある中小企業の見通しは非常に悪く、新年を迎えるにあたっての方針が決められずに困っている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・今までの流れから、これからも同じような状況で推移していく。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・結局、年末まで景気は回復しなかった。2015年は期待も含めて変わらない。
		建設業（営業担当）	・選挙が終わり、大きな変化もなく各企業共に発注が順調に行われているが、建設業界の資材及び人件費の高騰により、受注時に見積より経費が上がってしまい、事業計画が採算割れを起こしている。施主との協議も難航しており、受注に至らず先送りになるケースが多くなってきている。
		建設業（経理担当）	・東京オリンピックの関係かもしれないが、東京都内の仕事の引き合いが来ている。地元の仕事については、新しい工事案件は少ない。
		輸送業（経営者）	・荷主のところで車を待機していても時間になってもなかなか出荷のOKが出ず、本当に困っている。
		輸送業（経営者）	・例年1～2月は1年の中でも売上が低迷する時である。燃料価格の下落や進行中のリストラ効果等のプラス材料はあるが、大きな変化は望めない。
		輸送業（総務担当）	・年度末に向けて売上増につながる案件が見込めず、今と変わらない。コスト削減の動きが強くなることから、景気はなかなか上向きに転じないのではないか。
		金融業（統括）	・客のマインドが特に良くなっておらず、また、特に沈んでいるわけでもないからである。
		金融業（従業員）	・一部の小売業では価格の安い商品ばかりが売れ、売上が減少しているとのことである。今回先送りされた消費税増税については、8%への引き上げ時にあまり影響を受けなかった取引先でも、10%への引き上げを懸念しているところが少なくない。
		金融業（支店長）	・円安進行により大企業は業績回復しているが、海外から部品を輸入する中小企業の経営は一層厳しさを増している。
		金融業（営業担当）	・今後も円安がこのまま続くと思うので、現状は打開できない。コストが増えることも考えるとまだ景気は上がってこない。倒産件数が若干増えていることもあり、今後2～3か月も現在の状況が続く。
		不動産業（経営者）	・現在のような空室が多い状況がいつまで続くのだろうか。当社で管理している1Kの物件は、価額を1万円下げ、契約日を大学入試にあわせて来年3月15日からとした。それだけ客も少なくなったということである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		不動産業（経営者）	・しばらく空室になっているテナント物件は賃料で折り合いがつかない。消費税の3%増税分は大きな負担感がある。ただし、12月に問い合わせが多かったので来年に期待したい。	
		不動産業（総務担当）	・オフィスの入居率から判断しても、景気は良い方向に向かっている。今後もこの傾向は変わらない。	
		広告代理店（従業員）	・受注や販売予定で増減がみられない。	
		社会保険労務士	・残念ながら良くなる要素が見当たらない。	
		税理士	・住宅エコポイントや贈与税の減税など、該当者への恩恵は消費に関わるが、一般の消費意欲には回らない。現政権の景気回復策に期待したいが、ばらまきではなく実感できる好景気を望みたい。	
		経営コンサルタント	・県内の商店街の会合で、ベーカリーショップの経営者が「仕入先から小麦粉の値上げを通告されたので、商品価格を上げざるを得ないが、客離れが怖い」という話をした。すると、ラーメン店、そば店、洋菓子店、喫茶店などの店主が、当店もそうだと声を上げた。年明け早々、仕入価格の上昇、そして販売価格の値上げが続くのではないかと。	
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・中小企業対策、地方経済、製造業への活性化策が浸透していくものと期待しているが、具体的な兆しが見えている状態ではない。	
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・原油価格は安くなっているが、円安で材料費は下がらないため、景気が良くなる傾向にはない。	
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人の実印や銀行印など印鑑の注文数は横ばいだが、中小企業の法人関係が良くない。問屋への支払いは通常、月15万円ぐらいだが、今月は10万円ぐらいしかなかった。注文が発生してから仕入れるため、法人関係の需要が下り坂になっていると感じている。
			出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・受注量は変わらないと予想するが、消費税増税分を転嫁できないまま利益幅が狭まっているため、苦戦を強いられている。
金属製品製造業（経営者）	・生産見通しが減っている得意先は1社だけでなく大半の会社であるため、3月までの景気は下がっていく。			
広告代理店（経営者）	・頼めば内部留保を出してくれるだろうと思うこと自体、政権が国民視線を分かっている証拠である。長期的には悪くなる。			
広告代理店（営業担当）	・円安の影響や、ここへきて消費税の重みが地味に効いてきていると感じる。景気の起爆剤となるようなニュースもあまり聞かない。			
経営コンサルタント	・3月の年度末に向けて受注が冷える時期でもあり、ここしばらくは更に悪化すると考えられる。			
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・株価だけが上がっているが、実体経済は下がっている。			
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・季節的な要因により、収益はダウンする。		
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材の値上げが来年1月末より行われるため、価格競争との狭間でさらに悪化する。		
	精密機械器具製造業（経営者）	・1月より原材料の値上げが全社で始まり、製造原価をさらに圧迫していく。政府主導でコストアップを認めない企業への指導をして欲しい。		
	建設業（経営者）	・消費マインドが上がる材料がないため、悪くなる。		
雇用関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明けは様々な計画がすでに30件以上入っている。今年は5件ぐらいが急にストップになってしまったため、計画だけではまだよく分からないが、このまま順調にいけば相当の盛り上がりとなる。	
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けた短期的な採用が期待できる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・消費意欲があるように感じる。消費の底上げから景気が良くなる。	
		職業安定所（職員）	・自動車、部品関連会社で12月末に70名の人員整理の届出を受理したが、全体的に求人は増加傾向であり、人手不足イコール景気は良いと判断する。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・中小企業の経営者10人と打ち合わせをしたが、円安で原材料の入手が厳しくなっており、今までの値段では手に入らず、かなり苦勞しているとのことである。ガソリン価格は下がっているが、全般的に選挙結果がどう反映されるのかをみたいと話している。	

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
		人材派遣会社（社員）	・円安による恩恵は一部の輸出関連企業が中心である。中小企業の景況感個人消費の落ち込みなどで、全体的な景気回復には材料が乏しい。
		人材派遣会社（社員）	・3月以降、消費税増税延期の影響などもあり、若干の景気の回復が見込める。
		人材派遣会社（支店長）	・受注が増えて決定も増えているが終了者も多いため、なかなか取引量が増えない。景況感から流動化が強まっている印象である。
		人材派遣会社（支店長）	・求人、求職数の変化はあまりなく、一服感を感じる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・好況感がある業種と不況感を感じる業種が両極端で、全体をならずと大きな変化はない。ただし、庶民の消費が落ち込めば悪くなる方向へ向かうのではないかと。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・良くなる兆しや特にこれといった理由がないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加しても充足数は相変わらず減少している。
		職業安定所（職員）	・主に国内市場を対象としている中小企業にとって、最近の円安による原材料の高騰の悪影響が払しょくされないためである。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月と比べマイナスとなっているものの、新規求職者の減少傾向も続いているため、月間有効求人倍率は横ばい状態が続くのではないかと。
		職業安定所（職員）	・今後も大きな景気変動等による大規模な雇用調整がなければあまり変化がなく、求人数は若干の増加も見込まれる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税延期に伴い、建設関連の事業では受注が減少している。駆け込み需要を見込んだ生産等が減速しており、駆け込みによる消費増も見込めないことから、短期的に景気が上向く要素が見当たらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・ホワイトカラーの求人は販売職、営業職、現場職の増員の後、本格化する見通しである。現在は欠員補充の求人がほとんどである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・今より悪くなる気はしないが、すぐに良くなる感じもしない。基本部分の技術系あるいは営業系は成長戦略として常に期待されている。
		民間職業紹介機関（職員）	・総選挙や円安等の影響もあり、心理面での不安から人材採用に関しての影響がなくなり、大きくは変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・大きく変わることはないと予想しているが、選考の通過率が若干低下傾向にあるため、しばらく注視していきたい。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・事前の採用計画調査内容と比較して、新規採用、募集定員の増員などは目立って多くなつてはならず、変化はみられない。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなると実感できる施策が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・直接雇用での求人が多くなればなるほど人材派遣サービスにおける求人数、求職者は減少する。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が良くなる要素がない。投資家だけ儲かっても一般の人々には影響がない。
悪くなる		○	○

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・アベノミクスが成功し効果をあげている。
		スーパー（総務担当）	・おせち重詰セットの予約数が前年を上回っている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費者には購買意欲が見受けられるので、先行きは販売量の増加につながる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・衆議院選挙も終わって世情も安定し、活気が出てくると思う。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政権基盤が安定して、これから経済政策等を軌道に乗せるために力を発揮するものと期待している。
		スーパー（支店長）	・末端ではまだ恩恵が感じられないが、アベノミクスの効果は少しずつ広がってくるものと期待している。
		スーパー（商品開発担当）	・当地域は自動車で来店する客が多いため、ガソリン価格の高騰によって大規模小売店からスーパーに客足が流れた。ガソリン価格が1リットル当たり20円以上値下がりしたため、今後は、大規模小売店では来客数の増加が見込まれる。
	コンビニ（企画担当）	・規制緩和が進み、新規参入や起業が増える。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・3月決算に向けて客の動きが活発になる。
		乗用車販売店（従業員）	・衆議院選挙が終わって政治が安定し、この先は少し上向く。
		乗用車販売店（従業員）	・経済全体としては、少し動き始めているので、雰囲気としてそろそろ良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による特需は別として、この先は増販期ということで、エコカー減税終了前の駆け込み需要も多少は見込まれるため、例年並みの販売量は見込める。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・衆議院選挙が終わり政局も安定し、消費マインドが良くなる環境が整っている。
		旅行代理店（経営者）	・衆議院選挙も終わり、来年春ごろからは景気の回復が望まれる。
		通信会社（サービス担当）	・新サービスの開始で、他社からの乗換えが増えるのではないかと期待する。
		通信会社（営業担当）	・大手携帯電話会社との連携企画もあり、販売量は増加する。
		ゴルフ場（企画担当）	・2月は前年同日と同程度の予約が入っている。3月以降は天候によって大きく左右されることはなくなるので、この先2～3か月の業況は良くなる方向である。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・企業から年度末に向けての設備投資の引き合いが若干来ている。
	変わらない	商店街（代表者）	・客は、必要最小限の金しか使わない傾向にある。
		商店街（代表者）	・客の購入先は大型量販店かネットが主流であり、小規模小売店は見放されつつある。集客のためイベントを実施しても、一過性の効果しかなく来客は定着しない。小規模店は疲弊し、限界に近づいてきている。
		商店街（代表者）	・先行きも消費者のマインドが良くなる要素がない。
		商店街（代表者）	・客の様子からは、先行きも客単価が上がるとは思えない。年末の帰省土産を買う際も、何円以内で必要数を購入するというように、総額をあらかじめ決めた形での購買が見られる。
		商店街（代表者）	・地域密着型の家電専門店では、消費が上向いているようには全く感じられない。年配の人にとって魅力的な商品があまりないように思う。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・現政権の政治力の発揮に期待する。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・年が明ければ多少は良くなるが、販売量の動きから見ると、まだまだ厳しい状況が続く。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・この2～3か月で急に景気が良くなるとは思えない。ただし、ドラッグストアでは、処方せん調剤の取扱いやインフルエンザの流行、更にはアレルギー性鼻炎等の流行期が控えているため、落ち込むとは考えられない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ぜいたく品に金を回せる余裕のある客はまだ少ない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・多くの人が景気の回復を実感していない様子なので、年明けも様子見の状況が続くと思われる。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・来客数は減少しているが一部の優良企業の大量購入で売上は増加しており、先行きも全体としては変わらない。ただし、取引先の幅は狭まっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・式年遷宮が終わり前年に比べると静かな年の初めとなるが、平年よりはにぎわっている状況が続く。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどの間では販売量は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・12月上旬の選挙の影響のためか、お歳暮の注文が下旬まで続いている。周囲を気にしながら最低限の出費だけを支出するというスタイルは、先行きも変わらない。
		百貨店（売場主任）	・クリスマスプレゼントを買う客で来客数は増加しているが、売上は減少しているので景気は回復していない。
		百貨店（企画担当）	・これから3月までは、前年の消費税増税前の駆け込み需要で売上が大きく伸びた時期であるため、前年実績並みの売上確保は困難である。また、景気が上向く要因も見当たらないため、このままの状況で推移すると予想している。
		百貨店（経理担当）	・衆議院選挙の後も消費者の心理や行動には大きな変化は見られず、当面はこれからの政治の動向や暮らし向きの方角性を見極めようという慎重な姿勢がうかがえる。

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
		百貨店（経理担当）	・外商客の消費マインドは消費税増税前の水準に戻ってきているが、全体的には依然としてまだ停滞し、好転するような雰囲気にもなっていない。
		百貨店（販売促進担当）	・景況感を改善する要因が見えないため、現状から景気が良くなると思えない。
		百貨店（経営企画担当）	・購買意欲が上向きとなる材料が乏しい。高額品は好調が続くものの衣料品等を中心に日用品は厳しく、トータルでは変わらない状況が続くと見ている。
		百貨店（販売担当）	・11月頃よりは活気が出ているが、やや客単価が下がっている。
		スーパー（経営者）	・景気が良くなる要因が思い当たらない。
		スーパー（経営者）	・4月の消費税増税の影響も来年3月ごろには終息し、原油安の影響でエネルギー市場全体で価格も低下する。原材料の値上がりも一段落し、メーカーにとっては大きなプラス要因となる。消費者にとっても、光熱費を始め一般消費財で値下がりする物も出てくる。企業は増益となって春闘相場も良い方向で進み、景気にとってはプラスに働く。
		スーパー（店長）	・各商品において値上げが発表されている。値上がりによって売上は増加するが、客の財布のひもは固いので、購入点数は更に減少する。景気の動向については、あまり良い方向でもなく現状維持と見込む。
		スーパー（店長）	・アベノミクスの恩恵を受けるのは一部の人間だけである。消費税の再増税は延期されたが、今以上に景気が良くなるとは考えにくい。
		スーパー（店員）	・概ね現状維持が見込まれるが、ほうれん草やレタス等の薬物野菜の価格が大雪や日照不足で高騰する気配がある。その影響がどこまで長引くかが心配である。
		スーパー（店員）	・商品は限られたアイテムにしか動きがなく、販売数量は変わらず単価的にも低い状況が続く。
		スーパー（販売促進担当）	・衆議院選挙が終わって一息となっているが、しばらくはこのまま景気が良くなれないまま推移しそうである。
		コンビニ（エリア担当）	・当社会員向けサービスの強化や野菜・果物や日用品等の販売強化を図っており、売上増加を期待する。主要客層に対してはお買得感のある商品の販売によって、客単価アップと購入点数の改善を図ることで現状を維持する。
		コンビニ（エリア担当）	・大きく悪くなる材料はないが、良くなる材料も見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後は様々な商品の値上げにより、客の買い控え傾向は更に強くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価は回復基調にあるが、来客数の前年割れが続くので相殺されて売上自体は増加も減少もしない。競争店が出てくるので、既存店としては、先行きは厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・ここ3か月、来客数が前年同期を下回っている。これから先も、良くなる兆しは見られない。
		コンビニ（商品開発担当）	・日用品の消費だけでなくイベント時の反応も鈍くなっており、クリスマス関連商品の動きが例年以上に思わしくない。消費者の財布のひもは固く、当面はこの流れが続くものと思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・季節を先取りして衣服を買う客が減少している。寒い時期が後にずれ込むと、春物の購入時期がますます遅くなる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・アベノミクスの恩恵を受けているのはほんの一部の業種であり、我々のような小売業には、あまり影響がないように思われる。
		家電量販店（店員）	・政府は、賃上げ促進や優遇政策等、経済対策に取り組もうとはしているが、実現は難しい。消費者には将来に対する不安があり、この不安が消えない限り、物を買って豊かな生活を送ろうという願望に対するブレーキがかかり続ける。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界としては、来年4月からの軽自動車の増税や取得税・重量税のエコカー減税終了を前にした駆け込み需要が予想されるため、今よりも悪くなるという見方はない。ただし、駆け込み需要が大きければ4月以降の反動減が予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・現政権が衆議院選挙で信任を得たことで、より一層の景気対策への期待感はあるものの、数か月では目に見える成果は得られない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・ 来年の春になってベースアップ等が実施されれば状況が変わるかもしれないが、今のまま大きな変化がないと考えれば、3か月先も現状とは変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・ 1月からの決算セールで、これまで模様眺めをしていた客をどれだけ取り込めるかが鍵になる。消費税再増税の延期に合わせて軽自動車税の来春からの増税も延期になったと誤解している人が多いが、今後、マスコミ等の報道次第では誤解が解けて、少し遅れての増税前の駆け込み需要の発生が見込まれる。自動車業界でも周知徹底を図っており、先行きの販売は上向きとなる可能性もある。
		乗用車販売店（従業員）	・ 例年ならば3月決算に向けて市場も盛り上がる時期を迎えるが、車検の入庫台数の動きを見ると、車検を機に買換えを行う割合が例年よりも少なく感じる。客の財布のひもは固く、なかなか緩む気配は感じられない。
		乗用車販売店（経理担当）	・ 物価の上昇が賃金の上昇を上回っているため、景気は良くならない。
		乗用車販売店（総務担当）	・ 消費税増税後の4月以降、目に見えて販売状況が悪くなっている。来春の賃金ベースアップ等で個人の可処分所得が上がらないと、消費は上向かない。
		住関連専門店（営業担当）	・ 新築戸建て住宅や新築マンションに対する需要や受注件数には、まだ増加の動きがない。建設業界全体では、倉庫、オフィスや商業ビル等の新設需要が増加している。また、大規模改修工事等も増加している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・ 12月にはボーナス等の臨時収入があったが、この先にはそれに当たるものが望めない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・ 期間限定のバーゲン等では、来客数、商品の購入単価ともに上々の数字であったが、通常の販売ではそういった数字の動きがないので、数か月はこの状態が続くと予想する。
		高級レストラン（役員）	・ 新年会等の予約客数を見ると、前年割れとなっている。
		一般レストラン（経営者）	・ 人の動きには変わりはなく、良くなる理由がない。
		観光型ホテル（販売担当）	・ 2～3か月先の一般宴会の予約を思いのほか好調に受注しているため、予算達成に向けてまずまずの状況である。ただし、秋以降伸び悩んでいる宿泊は、この先も前年同期比で予約者数を見ると思わしくないため、全体としては変わらないと見ている。
		都市型ホテル（支配人）	・ 来客数の増加が客単価の上昇につながりつつあり、特に、週末の個人客の動きが良い。しかし、飲料・食材や客室アメニティーの仕入れに関しては、円安で15～50%の値上げを要求されており、価格に転嫁できなければ経営は厳しくなる。また、スタッフの求人難が深刻化している。
		都市型ホテル（経理担当）	・ 客単価が伸び悩んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・ 1～3月分の問い合わせは多いが、客は海外情勢に敏感になっているので、予約が確実となる年始からの動きに期待する。
		旅行代理店（経営者）	・ 円安が更に進み、年明けからは様々な商品が値上げされる。輸出の追い風といっても一部の企業以外では恩恵を得られない。
		旅行代理店（従業員）	・ このまま円安が続けば海外旅行の需要増加は望めないため、旅行者としては厳しい。
		旅行代理店（従業員）	・ 燃油価格が下落し燃油サーチャージも2月からは下がるが、海外旅行需要には持ち直しの気配がなく低空飛行の状態である。4月の消費税率引上げや交通機関の運賃値上がり等で、国内旅行も以前のような激安ツアーを企画できない環境であるため、急激な増加は見込めない。
		タクシー運転手	・ 12月には乗車客が増えても、すぐ元の状態に戻るため先行きも良くはならない。
		タクシー運転手	・ 3か月後も、人出は今と変わらない。
		テーマパーク（職員）	・ ウィンターレジャーの本格シーズンに突入するものの、当地域では豪雪の影響等、環境的にあまり良い状況ではない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・ 施設経営では将来的な収益環境にも改善は見込めないが、ホームヘルパー等の在宅介護業務を行えば、収益性は改善する可能性がある。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・ 改正介護保険法の施行前となるが、通常の年度末と変わらない業績を予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（経営者）	・ホームエレクトロニクスが進んで住宅はますます家電化し、個人住宅を設計事務所に依頼する人は大幅に減少している。企業案件は少し希望が持てそうだが、これまでの赤字分の解消までは期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・販売量に関しては、先行きも大きな動きは見られない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・年明けから年度末までは例年と変わらない動きであると思うが、繁忙期を過ぎてその先以降が心配である。
やや悪くなる		一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料の値上がりが続いており、小売価格も上昇している。それに対して、消費者の実質的な収入は上昇していない。このままでは売上は増加しないので、景気の回復も当分は難しい。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税の再増税は延期となったものの、衆議院選挙で感じた冷めたムードが続いており、景気回復への期待感が持てない。更に、前年同期にあった消費税増税前の駆け込み需要による盛り上がりを見ると、今後は更に厳しくなっていく。
		百貨店（販売担当）	・年末商戦でさえ厳しい状況では、セールが終わった後には商品を買う理由は何もなく、一層の落ち込みが予想される。前年同期は消費税増税前の駆け込み需要で盛況であったため、前年比で見ると相当の落ち込みとなる。
		百貨店（販売担当）	・一部の好況企業から好影響の波が広がり、大多数を占める業況の厳しい企業にまで届かない限り、年末年始の一時的な活況の後は消費の引締めが強まる。前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動も大きく響くため、企業業績の悪化に伴って客足がますます遠のく可能性が大きい。
		スーパー（店長）	・今年の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要があったので、来年に入れば、前年比で見ると売上は徐々に悪くなりそうである。また、円安の影響で値上げとなる商品が多く発表されている。消費者の生活防衛によって、購入単価や購入点数は下向きとなりそうである。
		スーパー（店長）	・消費税増税から1年近くとなり、前年の増税前の駆け込み需要の影響で売上の数字的には苦戦が予想される。また、値上がりする食品等は多いが、競合他社の安売りも激しくなってきたり、利益確保も厳しくなる。
		スーパー（販売担当）	・先行きも販売量が減少する。
		コンビニ（店長）	・食品をメインに扱っているが、円安の影響で値上げとなる商品が多く消費への影響が出ると思われる。
		コンビニ（店長）	・お歳暮用品や正月用品の売行きの低調さから、まだまだ財布のひもは固いと感じる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・物の動きが全体的に悪い。
		家電量販店（店員）	・来客数が減少しており下見客もないことから、今後売上が伸びる要素がない。
		乗用車販売店（販売担当）	・時期的に1月に入ると販売量は減少する。
		一般レストラン（スタッフ）	・今月は寒さが厳しく、このままの天候が続くと客足が鈍る。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税率8%の重みが消費者の心理に影響し、年度末に向けて支出をする際も財布のひもは更に固くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・3か月先の予約も、前年同期比で80%を下回る状況が続いているので、先行きは悪くなる。
		都市型ホテル（従業員）	・先行きの予約数が少ない。
		都市型ホテル（経営者）	・来客数や予約数の動きから見ると、景気は後退局面に差し掛かっている。
		旅行代理店（経営者）	・選挙が終わり現政権が再始動しているが、明確な景気刺激策がない限り今後も良いとは思えない。
		タクシー運転手	・年金暮らしの客層では、食料品等の物価上昇や消費税率の引上げにより生活が厳しくなっている。昼間の乗車客が減っている。
		通信会社（企画担当）	・業界競争の一層の激化が予想される中、年度末は転居解約も増える時期なので、更に厳しい環境になる。
通信会社（営業担当）	・物価が上がっていると感じる客が、電話料金等の固定費の見直しを行う。		
理美容室（経営者）	・ボーナス支給額が増えない中で物価が上昇しているので、生活者は苦しくなっている。		

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	
		美容室（経営者）	・今が一番忙しい時期であるので、3か月先は今より減少するか、良くても今と変わらない状態である。	
		美容室（経営者）	・一般の消費者においては、景気は良くない。	
		美顔美容室（経営者）	・寒さが厳しいと来店を控える客がいる。	
		住宅販売会社（従業員）	・下請業者の活気がなくなってきているように思える。リフォーム需要も出尽くした感があり、来年後半以降の見通しが立たない。	
			その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・輸入材料も国内製品も値上がりし、利益が確保できない状況が続く。
	悪くなる		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・廃業して生活保護を受けた方が良いという声もあり、廃業を検討する飲食店からの相談件数が例年以上に多くなっている。
			家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要が、年明けから3月までは大きな影響を及ぼす。
			スナック（経営者）	・地方の経済は年々厳しくなり、客の財布のひもは固くなる。
			旅行代理店（経営者）	・客の様子や予約の状況から見ると、先行きは減少していく。
			テーマパーク（職員）	・12月の大雪の影響が、まだ残りそうである。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が、低価格での単価競争に陥っている。	
		美容室（経営者）	・12月の来店でパーマもカラーリングも終わっているため、これから3月までは暇になる。	
		理容室（経営者）	・年が明けても地方は景気が良くならない。消費者はまだまだ余計な金は支出しない。	
		住宅販売会社（経営者）	・住宅購入者層の所得が実質的に上昇していない。物価が上昇する中で、新たなローン返済の負担までは厳しい状況である。	
企業動向 関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数が増加している。	
		企業広告制作業（経営者）	・衆議院選挙が終わり安定した政権基盤を背景に、景気の高揚感が演出されるはずである。	
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税の増税が延期され、現政権に対する期待も込めて消費が上向くことを見込む。食品産業においても、付加価値の高い商品には需要も増えてきており、徐々にデフレ脱却の動きも芽生えつつある。	
		化学工業（総務担当）	・原油価格の下落により、原材料の価格が下がる見込みである。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車やインフラ設備等の電子化が進んでいるので、電子部品の需要は増え続ける。また、為替相場も円安基調を維持しており、海外との価格競争力も保っている。	
		輸送業（従業員）	・物流業界を始め石油価格下落の恩恵を受ける産業が多くあるほか、マイカーでの旅行・レジャーや外出も増えるため、景気に上向き感がある。自動車に対する買い控えムードもやや緩み、輸出での好調と相まって、関連産業の広い自動車産業の活性化が景気の好循環につながるのではないかと期待する。	
		輸送業（エリア担当）	・衆議院選挙も終わり、その間の物流を控えた分、先行きは荷物の動きが活発になると思う。	
		金融業（法人営業担当）	・原油価格の低下等を背景に、取引先の製造業全般で原材料コストの低下が見込まれる。	
		金融業（企画担当）	・住宅ローンの申込が増えてきており、消費は上向いているように思われる。	
		不動産業（管理担当）	・業績的には横ばいであるが、他業種の求人パートが流れているので作業スタッフは集まりにくく、世間全般としての景気は良くなっている。アベノミクスの効果が徐々に現れていると感じる。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・大企業の決算見通しが良さそうなので、決算前に支出する広告費が増加して折り込み広告は増えると思う。	
		会計事務所（職員）	・結果的に消費税増税の延期は良かったと見られる状況で、事業者も生活者も安定的に消費活動を行い、消費税抜きの実質ベースでも売上増加が見込まれる。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円相場は、この先1ドル100円、1ユーロ120円という水準に向かっていくと見込む。原油価格が落ち着いていけば、日本としては良い状態が続く。1バレル当たり50ドル程度で安定すればもっと良い。業績としては、当面半年間は、現在の好況が続くと見ている。	

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	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・景気が良くなる要因がないため、今後もこのような状況が続く。
		化学工業（総務秘書）	・景気は悪くはならないが、昇給検討の時期となる年度末には、それほど景気が良い雰囲気とはならない。企業は、円安等の恩恵も多分にあつて好決算を残すだろうが、慎重な姿勢を崩さない。
		化学工業（人事担当）	・多くの商品が値上がりしている現状で、景気が上向くためには給与を上げるしかない。先行きの判断ができるのは、春闘以降である。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・現状の円安状況では、客は先の購入契約をすぐには結ばない。受注してから納品には約3か月かかるため、現在の受注水準が3か月程度は続きそうである。
		鉄鋼業（経営者）	・中小企業を意識したアベノミクスの施策展開には期待するが、その他には景気が回復する要因が見受けられない。電気代や物品コストの上昇を相殺できるほどの売上増加要因はない。
		金属製品製造業（従業員）	・工場の稼働状況がここしばらく良いので、新たな投資をしようかという機運はある。一方で、会社によっては次年度の仕事がないという声も聞く。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が高水準を維持し続けている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・在庫商品と品薄商品が入り混じった状況で、先行きの方向性が見極めにくい。当面は、安定して横ばいで推移しそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円安の好影響が続けば良い。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・海外向け販売が回復しない。国内景気が低迷して国内売上も伸びないので、現状からは変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・しばらくは円安による恩恵を受ける見通しである。
		建設業（経営者）	・ごく一部の大きな企業では、多少の変化があったかもしれないが、庶民の感覚としては変わらない。
		輸送業（経営者）	・トラック燃料の軽油単価は下がってきたが、人手不足は変わらない状況である。生産財メーカーの物量は、4月の消費税増税以降、回復の兆しはない。
		輸送業（エリア担当）	・輸血量と輸入量の増減は、為替の影響で相反する状況である。市場全体が拡大することが望ましいが短期では難しいと考える。
		輸送業（エリア担当）	・軽油価格は前年比で1リットル当たり約8円下がっているが、まだまだ高止まりのため、しばらくは今の状況が続くと思われる。
		通信会社（法人営業担当）	・米国経済の動きが日本経済に直接的に反映するので、先行きは見通しづらい。政府の経済施策も手詰まりのように感じる。
		不動産業（用地仕入）	・景気を左右するような要因も変化の兆しも見当たらない。
		広告代理店（制作担当）	・消費税増税に続く物価上昇で、現状維持も難しくなってきたとの声も聞かれ、もうしばらくは様子を見る状態が続きそうである。
		公認会計士	・今後も経済や市況が良くなるようなニュースが見当たらない。円安がまだ数か月は続くものと見ている。
		行政書士	・貨物の動きは良く、現状より良くも悪くもならない。
経営コンサルタント	・大手企業を中心に収益構造が改善している状況で、設備投資等も活発に見られるようになってきているが、大手以外の中小関連と地方では消費が増加していないので、貧富の差が激しくなっていくようである。		
会計事務所（社会保険労務士）	・景気が大きく変動するような材料が見られない。		
その他サービス業 [ソフト開発]（社員）	・今期分の案件については、既に見通しが立っている。		
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（営業本部長）	・円安による物価上昇の急激さに、賃金の上昇が追い付いていない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が減少しており、全体的に悪くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先行きは、取引先でのパーラー用チェアへの設備投資が減少する。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の生産計画が減少傾向である。この先1年程度は減少傾向が続く見込みである。

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
		建設業（経営者）	・仕事が多く追い風が吹いている建設業とは対照的に、不動産開発業では建築費の高騰を吸収できない等、業種によって景況感のばらつきが非常に大きい。
		建設業（営業担当）	・現政権が政策運営を継続する中、現状では富裕層止まりとはいえ、景気の良い部分が出てきたということは、今後の政策によって、いずれは景気の良さが自分にまで広がってくるのではないかとという順番待ちの心境である。
		輸送業（エリア担当）	・円安の効果を受けるのは一部の輸出関連企業だけであり、多くの企業では、輸入製品、原料や資材の調達にかかる費用の増加が避けられない。物価が上がって、客の財布のひもはますます固くなる。そのような背景で景気が良くなる要素は見出せず、景気はまだ停滞する。
		金融業（従業員）	・自動車部品については、仕事がどんどん海外にシフトしているの、あまり良い方向には向いていない。
		不動産業（経営者）	・客は様子見という感もあるが、円安、首都圏や復興特需による材料費並びに人件費の高騰が足かせとなり経済の活性化は厳しい。
	悪くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・利益を確保するには制約となるほどの円安が、この先も続くと思込んでいる。
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・例年3～4月は人が流動化する時期で、求人数や求職者が増える。
	人材派遣会社（支店長）	・求人数、採用数ともに前年比で見ると堅調に推移しているため、これまでと同様に売上は拡大傾向にある。	
	人材派遣会社（営業担当）	・衆議院選挙が終わり現政権が再スタートし、今後の経済政策にも期待できる。	
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・年度末に向けて新車販売や新型車種の動きが良くなる。	
	職業安定所（所長）	・中小企業でも徐々に賃上げを行いつつある。アベノミクスの恩恵が零細企業にまで行き渡り、新規の雇用対策が施行されれば、消費が活発化し景気が浮揚するのではないかと期待している。	
	職業安定所（職員）	・引き続き非正社員の求人増加の割合が高いものの、正社員での求人も前年同月比で3か月連続して増加しており、良い方向に向かっている。	
	職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比で増加している一方で、求職者数が前年同期比で減少している。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・来期の採用予算を決める企業が増える時期となるが、今期中に予算を使い切りたい企業も出てくるため、当期中の採用人数も増加が見込まれる。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・インターンシップの受け入れ企業では、対象者が大学3年生以外にも拡大しており、採用に向けての企業の積極性がうかがえる。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人に対して供給可能な人材が不足しており、企業の採用計画に停滞が出ている。
		人材派遣会社（営業担当）	・エンジニアの稼働状況は2～3か月先まで見通しているが、当面はエンジニアの不足する状況が継続する。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年これからの時期は、来年度に向けて予算確定をする企業が多く、年度内の新規採用を控える傾向が見られる。製造業各社で海外へと販路を広げる動きが加速しており、国内での動きは鈍ると思われる。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・費用をかけても採用できる見込みがないため、人手は不足しているが求人を控えるという企業が、相変わらず多い。	
職業安定所（職員）		・円安の影響がどのように響いてくるかが見通しづらい。中小企業では、賃金上げがあまり進んでおらず、しばらくは現状維持ではないかと思われる。	
職業安定所（職員）		・有効求人倍率が16か月連続で1倍を超える等、管内の雇用情勢は改善している。窓口では、求人者の採用意欲がやや低下しているように感じられる。企業における人手不足感を背景に、雇用情勢の緩やかな改善の動きは続くものと思われる。	
民間職業紹介機関（支社長）		・大手企業では、新卒採用活動時期が後倒しとなったことから、中途採用の前倒しも検討され始めており、採用数は1～3月も変わらないと思われる。	
民間職業紹介機関（営業担当）		・消費税の増税の動きに先行きは左右されると思われる。	

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	人材派遣会社（社員）	・12月が好調であったため、先行きはやや悪くなりそうである。足元の予約状況もあまり良くない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行きは不透明で、相変わらず明るい話題が聞こえてこない。
		職業安定所（職員）	・プラス要因としては、海外に生産拠点を持つ大手メーカー等では、円安による悪影響は見られない。マイナス要因としては、下請先の中小企業では仕事は増加しているものの加工賃は上がらず、円安に伴って材料費は上昇する中で、賃上げが難しい状態が続いている。求人は増加傾向にあるが、正社員よりもパートでの求人の増加が目立っている。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・景気が良くなると言われているが、実感が全く湧かない。
	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	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・北陸新幹線が3月14日に開業し石川県への入込客の大幅な増加が見込め、売上の拡大はかなり期待できる。間違いなく忙しくなり、ホテルなどの予約はほとんど満室である。弊社では注文を消化できるよう人員増を考えている。
		高級レストラン（スタッフ）	・3か月後は北陸新幹線開業があり、東北新幹線や九州新幹線を上回る12両編成と速達タイプ10往復で運行されるので、地域全体にとって大きな期待が持てる。
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・年度末に向け売上増加が見込める中、消費税率の10%への引上げが延期になったので、単純に期待できる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・今月の動向がこのまま続きそうと思える。
		百貨店（営業担当）	・北陸新幹線開業とともに観光客が増え、来客数増加に向けて品ぞろえの改善にも取り組んでいるので、若干の売上増加になると思われる。
		百貨店（営業担当）	・前年は4月の消費税増税前の駆け込み需要で数字を大きく伸ばしたこともあり、その影響を今年は大きく受けるのではないかと予想する。しかし、北陸新幹線が開通した後は観光客が増加すると予想されるので、景気は良くなるのではないかと期待する声が多い。
		衣料品専門店（経営者）	・今のままではどうにもこうにもならない。しかし、物価が高騰している折、ガソリンや灯油の価格が下がっていることは、見通しの明るさにかなり影響が出てくると期待している。また、新年に向けて賃金上昇に希望が膨らんでほしい。
		乗用車販売店（経営者）	・春先の車検到来数も多くなるので、販売、修理とも良くなると思う。
		乗用車販売店（従業員）	・一部店舗もリニューアルし、雪のシーズンが終われば来客数が伸びることを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線開業が間近になり、ダイヤも発表された。宿泊中心に売上の回復が見込める。
		都市型ホテル（役員）	・北陸新幹線の開業及び公的施設のリニューアルオープンにより、宿泊、レストランまたコンベンション関係の増加が見込まれる。
		通信会社（役員）	・総選挙後の新たな経済政策の発動等、家計の収入増に向けた動きを期待しており、これに合わせた商品、サービス契約数の増加を期待している。
		通信会社（営業担当）	・新学年を迎える学生の購入が活発になるため、現状維持以上になると思われる。
		通信会社（役員）	・2～3か月先は例年繁忙期になるので現在の状況が継続すれば良くなるが、競合大手の動き次第では競争が激化し、厳しい状況も予想される。
		美容室（経営者）	・都市部の好景気が地方にもそろそろ波及してくる気配を感じる。
		住宅販売会社（従業員）	・来年3月の北陸新幹線開業に向けて、客に活気ができることを期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・1月は正月や成人式がある。また2～3月は合格祝い、就職祝い、進学、転勤などがあるが、売上状況は例年並みと予想している。また、他には3月に北陸新幹線開業があるが、当商店街では観光客による売上増加などの影響はほとんどないとみている。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・今月は景気が悪かったが、天候が大きな原因だったと思う。来月からはそれほど天候の影響を受けないと思うので、景気がどうなるか分からない。
		スーパー（店長）	・年末の買物を見ても高額品にはなかなか手が届いていないように思う。 unnecessaryな買物はせず、適量の買物で済ませているように思う。
		スーパー（総務担当）	・北陸新幹線の開通に期待感はあるが、スーパーマーケットについてはすぐに効果が現れるとは思えず、横ばい状況と思われる。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーを買う客は増えているようだが、それ以外の目的の客は当店には寄らずに、ドラッグストアやディスカウントショップに行っているのが多く見受けられる。コンビニは単価が他の業態と比べて安くはないため、厳しい傾向がこのまま続くと思われる。
		コンビニ（経営者）	・今月、競合していた別のチェーン店が1店舗クローズしたが、近隣に等間隔に並んでいたコンビニの中では当店から一番遠いので、その近くの別の店舗に流れて恩恵はあまりないだろうと予測している。悪くなる要素もないが、数字がアップすることはないだろう。
		コンビニ（店舗管理）	・原油安の効果も3か月先には現れない。年明けから、各食品メーカーの値上げの影響を受け、エネルギー費用が抑えられる好材料を相殺している。
		衣料品専門店（総括）	・中小企業の給与が上がりそうにないので、そのあたりの客層をターゲットとしている会社の業績回復は難しいのではないかと。
		家電量販店（店長）	・来客数が減っているため、売上が増えていくとは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・この時期でも支払方法が現金若しくはクレジットカード翌月一括払いが多く、分割又はボーナス払いなどのクレジット支払が継続的に減少している。先の収入を見越しての購入がなく、現状の予算で必要な物のみを買い求める客が多い。
		乗用車販売店（役員）	・雪のシーズンでもあり、車販売の最需要期でもあるので市場全体は膨らむが、受注、販売両面から見ても景気が良くなるような気配はないと思う。
		住関連専門店（店員）	・直近3か月の動きをみても、来客数、販売数量ともに昨年の8割程度と非常に落ち込みが大きい。昨年は消費税増税による特殊需要があったにせよ、一昨年と比較しても回復には至っておらず、厳しい状況が続いている。消費者の節約志向、買い控えの傾向はますます強くなり、これを打破する道を模索しているが大きな効果はみられず、今後もこの状況が続くと予想される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今年の2～3月は消費税増税前の駆け込み需要があったが、来年はそれがないので前年を上回るのは難しい。北陸エリアは新幹線開業の効果を短期的な売上にどう結びつけるが問われると思われる。
		一般レストラン（店長）	・新幹線効果なども期待したが、どこまで影響があるかわからない。
		一般レストラン（統括）	・外食産業にとってプラス材料がほとんどない。人手不足問題、原料費高騰への対応など、守りを固めて昨年並みを維持することが精一杯である。北陸新幹線開業で春先は昨年並みを維持できると予測するが、この効果が外食チェーンでは長く続かないものと見ている。
		観光型旅館（経営者）	・1月以降、予約状況は例年並みである。3月の北陸新幹線開通の影響も現在はまだ出てきてはいない。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は27年1月を除いて3月までは91%から94%で推移している。北陸新幹線開業後の4月は148%となっている。
		旅行代理店（従業員）	・収入が現実には増えない以上、支出に回ることはいないし、回せない。気だけではいつまでももたないことはいずれ気が付くし、もう気が付いている人もいる。
		旅行代理店（従業員）	・年末の選挙で出控えがあったことに加え、投票率の低下など無関心による結果のみの批判の声を多く感じる。

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
企業 動向 関連		タクシー運転手	・客の言葉だが、忘年会だけはにぎやかにやっていこうと話していたようだ。
		通信会社（職員）	・企業倒産数が前年比減少と聞こえているものの、当社は販売先が一般顧客であり、地方や中小企業までの好転には至っていないと感じる。
		通信会社（営業担当）	・新規契約数は少し増加しているが、解約数も増加しているため大きな伸びがなく、ほとんど変化を感じられない。
		通信会社（店舗統括）	・1月に関しては変わる要素が考えられず、2～3月でどうなるかわからない。
		競輪場（職員）	・現状より良くなる要素が見当たらない。
	やや悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・消費税の増税延期に合わせてか、客の動きも全く慌てる様子がなく、じっくりと考える人が増えている。新商品にも興味を見せる人は非常に少ない。
		商店街（代表者）	・大手、中小を問わず、例年より冬物のセールを前倒して行う傾向にあるが、今までの落ち込みを取り戻すほどの活気もなく、今後の非常に心配だ。
		百貨店（売場主任）	・少し単価の高い商品の動向が不調であり、客単価、商品単価両面でダウン傾向がある。
		百貨店（営業担当）	・年明けから、食品を中心とした毎日に必要な物の値上がり各種いろいろ想定される。生活防衛のため財布のひもはますます固くなるし、不要不急の支出は抑えられていくのではないかと考えられる。食品は毎日消費するので、こういったものがまずは第一に優先され、消費全体が飛躍的に上がるというのはまだまだ先になるという気がする。
		スーパー（総務担当）	・今後2～3か月後には、昨年にあった消費税増税前の駆け込み需要の反動で、売上高は前年を下回ると推測される。
		コンビニ（店長）	・今の状況で悪くなっても良くなることはないと感じている。政府の政策、北陸新幹線などいろいろポジティブに報道されているが、少なくとも私の周りの来店客や近隣企業などでその恩恵にあずかれる方は少なく、給与が上がらない、ボーナスが出ないなどの声が常連客との日々の会話で聞かれる。実際、少なくとも私の店舗の周りには競合店など売上悪化の外的要因はないが、数年前より前年比を上回った月が全くない。先の見えない不況だと実感している。
		衣料品専門店（経営者）	・今後も売上が好転するとは思われず、人手不足も重なって悪循環から抜け出せるか不安を感じている。
		自動車備品販売店（従業員）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要で春タイヤの販売が大きく前倒しされたが、今年は期待できる要素もなく、苦戦が予想される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・1～3月にかけて、消費税増税実績分の売上が厳しいため、対策企画数を増やして落ち込み対応を検討中である。
		スナック（経営者）	・天候にも左右されるが、中小企業の経営者からは景気が悪いと聞くことが多く、やはり期待できない。
		タクシー運転手	・今月はとても良かったため、新年会などで人出があっても、雪が降り積雪があっても、やや悪くなると思う。
		テーマパーク（職員）	・向こう3か月の前年同日比の予約状況を見ると、国内の団体旅行が減少しており、個人客も12月までの流れから減少傾向にあるため、海外の客は増加するものの、全体としてはややマイナスに推移すると思われる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の延期により、需要増が見込めない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の延期決定と衆議院選挙もあって、今後の動向は全く読めない。エコポイントなどの優遇措置の時期、規模などにもよるが、もし実施されたとして効果が出てくるのは来春以降になると思われる。現時点では客足が逆に遅くなるのが十分予想でき、当面の業績には結びつかない。
		悪くなる	スーパー（統括）
住宅販売会社（従業員）	・個人消費の伸びも期待できず、好転する要因がない。		
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・選挙も終わり、消費税増税の見送りや地方創生も含めた地方、中小企業に向けた経済対策等で国内景気の回復が期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(北陸)		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注の入り具合がやや良い。
		建設業（経営者）	・3月工期の年度末工事の完成に向けて、手持ち工事が多い分だけ大変多忙になる。不採算工事も多くなく、収益面でも悪くなさそうである。
		輸送業（配車担当）	・軽油価格が下がり運送コストが減少することで利益が少し出てくるようなる。
		通信業（営業担当）	・ソリューション営業で価格を抑えつつ受注増となれば良い。
		金融業（融資担当）	・繁華街の人出も戻っているように感じる。3月の北陸新幹線開業も近づいている。メンタル的なものの改善は見込まれる。
		司法書士	・相続時精算課税制度に孫への贈与も加わるが、これに関心を持っていた依頼人も多く、相続税対策としても若年者への財産の移動が進む。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・為替の動きが心配である。
		化学工業（総務担当）	・今後の受注は、横ばい状況である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・円安状況で現状の輸出中心とした受注が好調に続いていくと考える。
		精密機械器具製造業（経営者）	・円安の影響で材料費が幾らか上がってきているのに対し、国内市場については今のところ回復の兆しをあまり感じることができない。
		建設業（総務担当）	・年度末を控え、一部に受注量の確保に向かう業者もあり、受注価格競争の動向は不透明になることが予想される。
		輸送業（配車担当）	・運送業界全体で、乗務員不足により受けた仕事をごなせない状況が見られる。
		金融業（融資担当）	・地域的には、北陸新幹線開通でマインド的に改善してくれればと思うが、全国的には本質的な経済改革が行われる雰囲気ではないことから、大きな期待はできないのではと考える。
	やや悪くなる	不動産業（経営者）	・物件がなかなか動いていない。2～3か月先もそんなに活発には動かないだろうという意見が多い。
		食料品製造業（役員）	・今後も為替が円安が進むと推測される以上、原材料の6～7割を輸入品で占めているので収益性が悪くなる。
悪くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・設備投資が継続することはなく、来年以降下降ぎみになると予想している。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・12月も前年売上比マイナスとなり、これで7か月連続で前年割れを更新している状況である。チラシのサイズダウン傾向も今後継続され、売上増加の兆しは見えてこない。	
雇用 関連 (北陸)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（役員）	・来年3月には北陸新幹線が金沢まで開業する。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・北陸新幹線開通による雇用の増加が期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始の求人広告特集を企画したところ、昨年より多くの申込があった。
		職業安定所（職員）	・北陸新幹線の開業に対する期待感がいろいろな企業から聞こえている。
		職業安定所（職員）	・北陸新幹線開業、大手企業の進出、設備投資等好材料がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・北陸新幹線の開業に関連する雇用が増える可能性が大きいと思われる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・企業側より明るい兆しの話題が聞こえない。人材要求の意識はない。
		人材派遣会社（社員）	・あらゆる職種で人材の不足感はしばらく続くものと思われる。
		職業安定所（職員）	・良くなっている事業所の声とは裏腹に、悪くなっている、先行きが不安という事業所の声もよく聞かれる。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の延期や金利の低下により、販売量は増加すると思われる。アベノミクスによる、更なる貸金の増加に期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(近畿)		観光型旅館（経営者）	・政治も落ち着き、様々な政策が決定すれば、徐々に消費意欲が出てくる。外国人旅行者も多くなってきている。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・身近な動きをみる限り、景気が回復しているとしか考えられない。ただし、冬のボーナスが増加したのは大企業だけという報道もある。
	やや良くなる	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・アベノミクスの効果に期待している。
		百貨店 (売場主任)	・一気に昨年の売上を上回ることはないと思われるが、少しずつ昨年の水準に近づいてくる。
		百貨店 (企画担当)	・外国人観光客が増える時期となるため、期待している。
		百貨店 (営業企画)	・政治や株価も安定し、消費税増税を先送りした効果が出てくることを期待している。
		スーパー (店長)	・消費税増税が延期され、その間に各企業も手を打つので、競争は厳しくなる。ただし、経済に活気が出ることで、全体的に良くなると考えられる。
		スーパー (店長)	・消費税増税の先送りにより、先行きの不透明感が薄れ、消費は上向く。
		スーパー (社員)	・今冬の賞与が前年よりも増えた企業が多いほか、ガソリン価格などの低下が、家計の余裕につながることを期待される。
		コンビニ (経営者)	・コーヒーに代表されるファストフード商品の売上が、まだまだ増加する傾向にある。高単価のプレミアム商品の新発売も続々と予定されているため、客単価は今後も上昇することが期待される。
		衣料品専門店 (営業・販売担当)	・今まで買い控えられていたスーツなどのオーダーが増えつつある。
		高級レストラン (企画)	・インバウンド客の需要は今後も増加することが予想される。
		一般レストラン (経営者)	・結婚式だけではなく、ケータリングや宴会の紹介サービスなど、新企画を1月から進めていく計画がある。
		一般レストラン (経理担当)	・消費税増税の先送りによる影響は一過性である。一方、来客数は少しずつ増えている。
		一般レストラン (店員)	・1月の月初からは通常の動きとなる。
		観光型旅館 (経営者)	・原油価格の暴落でガソリン価格もかなり下がり、遠出しやすくなっているため、来客が増えることを期待している。
		観光型旅館 (団体役員)	・近隣のレジャー施設では12月に入ってパンダの双子が産まれ、年明け早々に公開される。また、5月には高野山が開創となる。景気と関係があるかどうかは分からないが、観光イベントによって上向くことが予想される。
		都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊は単価、稼働率共に、好調な推移となっている。食堂部門はイベントなどで集客を図り、これから予約率を上げていく。宴会部門は昨年も開催された大型宴会を受注できており、稼働自体は好調であるが、単価の上昇は期待できない。
		都市型ホテル (客室担当)	・先の予約状況をもても、稼働率、客室単価共に好調であり、予約の入込も早い時期から出てきている。また、インバウンド客からも、依然として多くの予約が入っている。
		タクシー運転手	・今後は老後の保障を充実させるために、介護や年金の問題にしっかりと取り組んでほしい。
		その他サービス [コインランドリー] (経営者)	・多くの分野で人手不足が問題となっており、雇用の確保のためにも賃金の増加は必要である。それと同時に、物価の上昇が進むため、デフレからの脱却も期待できる。
		住宅販売会社 (経営者)	・顧客からは、年明けもこのままの成約率を維持できそうであるとの声が多い。
	住宅販売会社 (経営者)	・消費税増税が延期され、春の不動産需要期を迎えるので、少しは市場に回復の兆しが出てくることを期待している。	
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・年度末に向けて、円安による企業業績への影響はマイナスよりもプラスの方が大きいと、景気全体にもプラスとなる。	
	変わらない	商店街 (代表者)	・売上が不安定な動きをしているため、まだまだ安心はできない。免税売上の増加に期待している。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・気分が上向くような明るい材料がない。また、税込表示から税抜き表示に変わり、レジでお金を払う際に損をした気分になるという声が、客の年齢を問わず聞かれる。税抜き表示が生活に溶け込むまでには時間がかかるため、財布のひもはそう簡単には緩まない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・様々な商品が値上がりしている一方、給料が増える話は聞かれない。各家庭のレベルでは厳しいのが実態であり、一部の企業や人だけが潤っているように感じる。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・衆議院選挙後も、消費者の景気に対する明るい声は聞こえてこない。むしろ物価が上がったという声がよく聞かれ、物価が上昇している割に給料が上がらないため、生活が圧迫されているという声は多い。ほかの地域は分からないが、小さな町工場が多い当地域では、月を追うごとに生活が圧迫されていると感じる。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・景気は良くなるという話は出てこないの、今後も良くなるらない。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・今年も終わるが、当店が来年も続けていけるかどうかは分からない。
		百貨店 (売場主任)	・今後もインバウンド客向けの売上や富裕層の消費は期待できるものの、物価上昇の影響もあり、中間層の消費喚起は期待できない。
		百貨店 (売場主任)	・衆議院選挙で与党が勝利し、アベノミクスの更なる推進が期待されるが、人口減少に歯止めがかからない上に、所得の増加も実感できない人が大半である。これらが改善されない限り、国内の消費は減ることはあっても増えることはない。そのため、現状からは大きく変わらない。
		百貨店 (売場主任)	・国内の景気対策や、消費税増税に代わる財政再建策の実施が求められる。
		百貨店 (売場主任)	・2～3か月後については、昨年は消費税増税前の駆け込み需要でにぎわったため、反動が出ると思われる。ただし、50～60代の来客数や客単価が上向くことで相殺され、横ばいとなる。
		百貨店 (営業担当)	・海外からの旅行者による高額品の買上は更に期待できるが、一部の顧客を除けば、高額品の買上も落ち込んでいく。
		百貨店 (営業担当)	・食料品の売行きは徐々に回復するが、ファッション関連がセールでどう動くかが心配である。
		百貨店 (販促担当)	・衆議院選挙が終わり、落ち着きが出てくる。今年は寒さが厳しいため、クリアランス時期には売上の伸びが期待できそうである。ただし、前年は消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、前年売上の確保は難しい。
		百貨店 (サービス担当)	・来月から、大きな傾向に変化はない。
		百貨店 (商品担当)	・与党への支持が続いているが、賃金の上昇が進まない限り、消費は沈滞ムードが続く。
		百貨店 (商品担当)	・百貨店売上は、株価の上昇で利益を得た富裕層とアジア人の観光客による売上、何とか前年並みである。一方、一般の客はかなりシビアな買物をしている。
		百貨店 (売場マネージャー)	・活発化してきた今月の流れが、今後のバーゲンでも続くことを期待している。3月は、消費税増税前の駆け込み需要があった昨年には到底及ばないとしても、3～5月で前年の実績が維持できるように、商品の確保に努めている。
		百貨店 (外商担当)	・円安、株高基調が続く見込みではあるものの、全体的にはまだまだ景気の先行きが不透明であり、客が消費を増やす気になりきれていない。また、前年比でいえば、昨年は消費税増税の駆け込み需要があったため、苦しい状況である。
		スーパー (経営者)	・一部の企業や業界は回復していると感じるが、景気全体への波及は感じられない。格差が拡大している気がする。
		スーパー (店長)	・取り巻く環境が大きく改善しない限り、景気が上向いてくるとは考えにくく、しばらくは今の状況が続く。
		スーパー (店長)	・消費税増税の影響の長期化や値上げ商材の増加など、マイナスの要因によって消費者の防衛意識が高まるため、これから上向き傾向に転換していくことは非常に難しい。
		スーパー (企画担当)	・景気の状態や競合店の動きといった、外部環境は今後も変わらない。
		スーパー (経理担当)	・消費税増税の延期で節約ムードが一服しそうであるものの、食料品の値上げが続くと、ムードが変わる可能性がある。
		コンビニ (店長)	・与党が政権を維持し、アベノミクスを推進していく期待感はあるが、我々にまで影響が及ぶのは、まだまだ先のような気がする。商品単価はじわじわ上がっているが、家計の所得が本当に増加するかは不透明である。
		コンビニ (広告担当)	・現状の低調な動きが続き、2～3か月では変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（経営者）	・給料がアップする傾向は感じられず、客の財布のひもが緩む要素もないため、景気が良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（経営者）	・現金での支払いなど、当たり前のできる客が多少なりとも増えてきたが、本当に景気は良くなっているかどうかは分からない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約や車検の予約などは例年どおりで、あまり好調とはいえない。
		乗用車販売店（経営者）	・ノーベル賞の受賞者が日本から3人も出るなど、気分的には良くなるはずであるが、良い動きがなかった。良い要素よりも悪い要素の方が多い。
		乗用車販売店（販売担当）	・来月に入れば新型車が発売されるものの、このところは既存車種の売行きが厳しくなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・大多数の人が、政府が発表する景気対策とその効果を見聞きし、実際とのギャップを感じている。それが更に消費マインドの低下につながっているように感じる。
		乗用車販売店（営業担当）	・依然として新車の販売数の落ち込みが続いている。目標の約60%しか達成できておらず、今後2～3か月先の景気が良くなっていくとは思えない。
		住関連専門店（店長）	・消費者の購買心理はやや緩み、意欲もみられるようになってきたが、円安やコスト高、人材不足など、市場を取り巻く環境は悪いままである。輸入販売のため、円安は本当に厄介であり、価格帯や商品イメージまで変わってしまう。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・現在の株高が継続すると思われるため、現在と大きくは変わらない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・原料の仕入単価などが上がっているが、各メーカーは値上げよりも、自社で吸収する方を選んでいる。大手小売店との価格競争があるため、仕方がないものの、経済への影響を考えると、大手小売店は考え直した方が良いと感じる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安が続くなか、消費税率は変わらなくても、購買意欲を持った客の増加は見込めない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・食料品などの生活必需品の値上げをはじめ、消費への逆風が収まらず、今後も厳しい状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・近隣の大きなスーパーなどに比べると、やはり商店街や小規模の店舗はまだまだ厳しい。
		一般レストラン（企画）	・土日の営業は販売量が堅調に推移しているが、平日の営業には大きな変化がない。特に、平日のディナータイムには動きがまだみられない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・客のお小遣いは増えておらず、消費税増税分は我慢して節約を続けるとの声が多い。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・景気は極めて厳しい状況にある。食品全体で値上げの発表が続いているが、値上げによって商品の動きが一時的に止まってしまう。
		観光型ホテル（経営者）	・1～3月の先行予約はほぼ昨年並みであるが、間際のネット予約も見込めるため、引き続き好調に推移すると予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・新しい内閣が発足して経済を優先すると宣言しているが、具体的な動きがみえず、現在のところはデフレの傾向が変わっていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・特に大きな先行予約はない。今期の状況から予想すると、宿泊は好調に推移する一方、宴会、食堂は現状維持となる。
		都市型ホテル（総務担当）	・予約状況は依然として好調である。
		旅行代理店（経営者）	・円安で苦勞しており、今後はますます価格に影響が出てくる。一方、原油安で燃油サーチャージがゼロに近づけば朗報である。
		旅行代理店（店長）	・新たに良くなる材料もない。
		旅行代理店（広報担当）	・原油価格は下がっているが、円安が進んでいる。そのことをマスコミが大きく報じるため、客の旅行マインドは戻らない状況が続く。
		タクシー運転手	・企業関連のハイヤー予約が比較的順調に推移しているほか、客の乗車機会も順調に推移している。
		タクシー運転手	・全体的には悪い方へ向かっているが、極端な悪化はないと思われるため、大きくは変わらない。
		通信会社（経営者）	・円安に伴う物価の上昇が、今後も進むと予想される。

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
		観光名所（経理担当）	・12月は休日が雨や雪に見舞われ、客数も売上もあまり良くなかった。当市が市町村合併で県の最北部を含む地域となり、積雪の報道は最多積雪地の数値であるため、当地の積雪がゼロであっても、来客数が激減することになる。こういった事情は別にしても、あまり景気は良くはないと思う。物販も飲食も前年並みの数値となっており、活気が感じられない。
		観光名所（企画担当）	・クリスマスシーズンに入り、少し盛り返したようにみえたが、全体としては変わらず苦戦している。この状況は今後も続くと考えている。
		競艇場（職員）	・期末の勤勉手当やボーナスの支給により、可処分所得に若干の余裕が出たため、今月は一時的に良くなっただけである。2～3か月先も良くなるとは考えられず、大きくは現状と変わらない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・3月はプロ野球の公式戦のほか、コンサートや子ども向けのイベントが予定されているので、例年並みの集客を期待している。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・外的環境に特に明るい材料はない。中所得層以下のレジャーマインドの盛り上がりは特に感じられない。
		美容室（経営者）	・近く美容室の店舗が売りに出ている。もう1店舗も、これ以上は営業できないといわれている。家賃は下がらないため、大きく手を広げている企業は厳しいかもしれない。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は増えない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・年末イベントの効果が落ち着いた後の反動が気になるが、引き続き商品に左右されない店舗展開を目指す。
		住宅販売会社（経営者）	・営業体制を立て直して、次の受注へつなげたいが、景気が良くなるような明るい話題があるわけでもなく、当面はこのままの状態が続く。
		住宅販売会社（総務担当）	・もう少し客の様子見が続く。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・年を越してみないと分からないが、不動産価格は少し下がっているように思われる。金融機関の融資姿勢にも不動産価格は影響される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年末商戦の売上を補うために、初売りから価格競争が始まっている。今後は客単価が下がり、売上が伸びにくくなる。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・円安の進行で輸入品の価格が急騰している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・例年よりも消費マインドが冷え込んでいるため、買い控えが増えてくる。
		一般小売店〔花〕（店長）	・夏の猛暑と足元の大寒波の影響で、年末前から花の価格が高騰している。販売価格の上昇にもつながるため、買い控えが心配である。年末商戦の商品確保も難しくなっており、3月までは花の出荷量に影響が出そうである。
		百貨店（企画担当）	・前年の12～2月にかけては、外商顧客を中心に消費税増税前の駆け込み需要がみられた。3月に比べると規模は小さいものの、今後はその反動が見込まれる分、前年比では減収要因となる。
		百貨店（売場マネージャー）	・1～3月は、昨年の消費税増税前の駆け込み需要が非常に強かったため、前年を大きく上回ることは期待できない。全国的にはインバウンド客の動きが予想を上回ったが、神戸は大阪や東京ほどの規模はないため下支えにはならず、回復までには少し時間がかかる。また、関西では電気料金の値上げも予想され、生活防衛の意識が増す。一方、神戸は阪神淡路大震災から20年であり、いろいろなイベントやチャリティーなどによる盛り上がり期待したい。
		百貨店（マネージャー）	・年明けは、前年が消費税増税前の駆け込み需要で良かったのに対し、今年は現状のまま変わらない。
		百貨店（売場マネージャー）	・生活必需品の価格上昇や、相続税の増税などが重なり、一部の富裕層とそれ以外との格差がますます広がる。富裕層以外の消費の引き締めが強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
		スーパー（経営者）	・実質賃金が上がりそうにないなか、1～4月はインスタントめんやコーヒー、食用油、牛乳などの様々な商品が値上げとなる。また、3月には昨年の消費税増税前の特需による反動減も予想される。増税後はスーパー業界でも勝ち組と負け組の差が明らかになってきたが、更なる格差が生まれる可能性がある。
		スーパー（店長）	・2～3月は前年の消費税増税前の売上増加により、景気の動向とは別に、小売業などの業績には反動が出る。また、ガソリン価格は下がっても、円安による食材や海外生産の衣料品などの価格上昇は不可避である。電気料金の値上げによる影響も大きくなることが予想される。
		スーパー（店長）	・食品の動きは今後も変わらないが、衣料品については、20～65歳の元気な人は専門店や大型ショッピングセンターで買う傾向が強まる。過疎化だけの問題ではなく、客が来店しなくなる。
		スーパー（広報担当）	・主要な食料品が軒並み値上げとなる影響で、消費マインドが現状よりも更に冷え込む可能性がある。
		スーパー（開発担当）	・年末商戦の売上がどれぐらいの水準となるかが注目される。大企業の賃金のベースアップだけでは限界がある。
		コンビニ（経営者）	・当店は女性客が多いが、最近では昼食に400～500円の商品を買う人よりも、300円以下に抑える客が増えている。また、ついで買いのデザートやサラダの売行きが前年比で10%落ちている。
		コンビニ（店員）	・近所にまた新たなコンビニができるため、客の動きが分散してしまう。
		衣料品専門店（販売担当）	・電気料金が引上げられると、支出の増加に賃上げが追い付かなくなり、更に景気が悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・マスコミで報じられているほどは、プラス要因が見当たらない。
		住関連専門店（店員）	・新生活関連の販売が始まるまでは、実績が低迷する。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末は一番の繁忙期であるため、年明けはどうしても売上が落ち込む。
		一般レストラン（経営者）	・先行きの不透明感や、諸物価の値上がり傾向により、外食の利用を控える傾向が強まると予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税に備えて消費が減少する。
		観光型旅館（経営者）	・11月から繁忙期に入っているが、この2か月に比べると少し動きが鈍い。
		都市型ホテル（支配人）	・大企業の収益はかなり好調とマスコミは報道しているが、実態は景気回復にはほど遠い。物価上昇が今後も続くなかで消費税が増税となれば、ますます景気回復は遅れる。
		旅行代理店（営業担当）	・法人需要は堅調であるが、個人需要がなかなか上向かない。
		通信会社（社員）	・年末商戦に入っているが、テレビやパソコン関連の需要喚起が進まない。今後の4Kテレビなどに期待したいが、なかなか難しい状況である。
		テーマパーク（職員）	・何となく経済状況がデフレ傾向に向かいつつあるなかで、消費が拡大するようなプラス材料が少ない。また、アベノミクスの第3の矢の効果もかなり不透明である。
		美容室（店員）	・寒い時期は来店周期が伸びるので、悪くなる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・展示場の出展企業による商談の成約数は、昨年よりも減少している。期待していた消費税増税の駆け込み需要がなかったことが影響している。
悪くなる	一般小売店〔花〕（店員）	・例年に比べて販売量が落ちており、先々は明るい見通しが持てない。	
	百貨店（売場主任）	・引き続き外国人観光客向けの売上は伸びるものの、日用品の物価や電気料金の上昇などのニュースで、消費マインドはますます冷え込むと予想される。	
	衣料品専門店（経営者）	・今後はますます寒くなるが、12月のプレセールで冬服が売れていない。先物買いをしない傾向が強まっている。	
	家電量販店（企画担当）	・必要に迫られた商品の買換えのみで、大きなヒット商品もない。しばらくはこの消費動向が続く。	
	競輪場（職員）	・様々な物が値上がりしているほか、当場の客の実質的な経済状態は良くなっていないので、今月の反動で悪くなる。	
企業動向	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・今後は受注量が増え、売上、利益共に増加していく見通しである。

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
関連 (近畿)	やや良くなる	一般機械器具製造業 (経営者)	・大口の設備が受注できる見込みである。
		化学工業 (経営者)	・年始には少し高額な案件がいくつか入っているため、多少は良くなる。
金属製品製造業 (経営者)		・円安の進行で、欧米向けの製品は有利に展開できそうである。	
建設業 (経営者)		・年越しとなる受注残があるほか、来年分をすでに受注できているため、プラスアルファの受注があれば良くなる。ただし、受注できても、協力企業が確保できない可能性もあり、断らなければならないケースも出てくる。	
建設業 (営業担当)		・建築費の増加により、新規の設備投資を控えている企業や、マンションなどの新規分譲で採算が合わなくなったプロジェクトも一部にあるが、物流施設や工場などの新築案件の情報が当面は確保できている。	
輸送業 (商品管理担当)		・お歳暮のシーズンが終わり、荷物量は減っている。今後については、昨年は消費税増税の影響で悪化したため、今年は少し伸びる。	
輸送業 (営業担当)		・学習機の売行き次第で良くなるが、今のところは例年どおりの動きとなっている。	
コピーサービス業 (店長)		・良くなる明確な理由は見当たらないが、社内の外商担当の意見を聞く限り、受注予約は予想を超えて推移している。	
変わらない		その他非製造業 [商社] (営業担当)	・3月には新年度に向けてのリニューアルや、余った予算を使うための受注がある程度見込める。
		繊維工業 (団体職員)	・消費税増税の影響は、雑貨関係などの身の回り品では予想以上の大きさととなっている。
		家具及び木材木製品製造業 (営業担当)	・このところは忙しく、一定の受注が続いている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・現状のまま推移すると思われるが、悪くなるようにも感じる。円安で原料価格が上昇しているため、顧客からのコストダウンの要請が予想される。
		出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・全体的には景気回復傾向にあるが、まだ実感としては感じられない。受注量自体は昨年とあまり変わらないが、値下がり感が大きい。景気が良いと感じるのはもう少し先になりそうである。
		化学工業 (企画担当)	・原料高が進む一方、販売価格への転嫁は認められないという構図は変わらない。
		化学工業 (管理担当)	・円安の影響で商品の値上げが続き、個人消費が伸びない。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・良くも悪くも、最低の水準で一定した推移となる。
		金属製品製造業 (管理担当)	・出荷量が大幅に増えているが、工場の許容量を超えており、残業や二交代などで納期に間に合わせている。人件費が増えているため、利益が出るかどうかは分からない。名古屋向けの半年納期の案件は、忙しいだけで終わりそうである。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・円安により輸出関連は良くなる一方、輸入関連は厳しくなるが、原油価格が安いので多少は助かっている。ただし、原油価格が再び上がると厳しくなるため、今後は格差が出てくる。
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・状況が好転する材料に乏しい。厳しい状況は改善せず、今後も継続すると考えられる。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・良くなる要素がない。
		電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・良くなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・例年どおり、年度末は一時的に盛り上がる。
		その他製造業 [履物] (団体職員)	・アベノミクスが衆議院選挙により国民の支持を得たが、その影響が中小企業に及ぶまでには、まだ時間がかかる。
		輸送業 (営業担当)	・輸出の増加と原油安で海運部門は伸びているが、国内販売の減少の影響で陸運業界は低迷している。
		輸送業 (営業所長)	・仕事はあるが、物流業界は常に人手不足であり、運転手の確保が難しい。
		通信業 (管理担当)	・景気回復を願っているが、年末商戦も終わり、景気回復の要素がない。
		金融業 (営業担当)	・中小企業は受注が大幅に増加したわけではなく、企業努力での増益が多いように感じる。

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
		金融業〔投資運用業〕(代表)	・悪くはないが、良くなる要素も見当たらない。一般の消費者は将来の消費税増税を見越して、今から消費に慎重になることが予想される。
		不動産業(営業担当)	・神戸からの事業所の撤退が相変わらず続いているため、事務所や社宅のニーズが減り、空室率が上がり、賃料が下がる傾向が続く。
		新聞販売店〔広告〕(店主)	・購読数は減少傾向で増える気配がない。折込依頼は増えているが、衆議院選挙や年末セールの特需のようなもので、実際に上向いているわけではない。
		広告代理店(営業担当)	・1月からは冬物の処分期に入り、売上は増えるが、2月は減少するため、全体的には変わらない。
		広告代理店(営業担当)	・消費税増税の延期が決まりそうであるため、このままの状態が続くと予想される。
		広告代理店(営業担当)	・売上が前年を下回る状態が、半年間続いている。
		司法書士	・来年からの相続税、贈与税の改正に伴い、贈与による所有権移転の登記が増えると思われるが、この2～3か月は変化がない。
		経営コンサルタント	・製造業の取引先は引き続き、借入や求人を行っているが、借入は運転資金が多く、求人は補充が多い。どの企業も、景気は現状のまま変わらないと判断している。
		その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	・毎年、年が明けてすぐに忙しくなることはなく、今年もその見込みはない。
		その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・現状では消費の拡大につながる施策が具体化していないため、客の財布のひもは固いままとなる。
その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	・景気浮揚策が明確でなく、将来が見通せない。		
やや悪くなる		食料品製造業(従業員)	・年末でもあり、何とか例年並みの出荷量を目指したいが、価格の安い商品へ需要が流れている。原料高に販売価格の低下が重なり、今後は利益が減っていく。
		食料品製造業(経理担当)	・年明けに食品の値上げがあるため、かなり厳しい状況となる。
		食料品製造業(営業担当)	・昨年の3月に消費税増税前の特需があった反動で、売上の前年比は悪化する。
		繊維工業(総務担当)	・景気の先行きはまだ足踏みが続くともみている人が多いため、買い控えや様子見の動きとなる。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・電気料金の引上げがコストアップにつながるほか、円安の動向次第では輸入材料の価格が上がる。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	・受注残が減少傾向にある。
		建設業(経営者)	・年明けから資材や製品の値上げが相次ぎ、価格転嫁せざるを得ない。個人の収入が上がらないなかでの値上げになるため、需要の冷え込みが懸念される。
悪くなる		繊維工業(総務担当)	・当社が取扱う靴下には、国内での自社生産と、海外での自社生産や協力工場による生産という2種類がある。どちらの商品も、円安による仕入コストや製造コストの上昇で、収益面では自助努力を超えた状況が続いている。大手企業は収益増につながっているため、多くの中小企業に向けた対策が必要不可欠となっている。
		金属製品製造業(営業担当)	・資材関係の値上がりに加え、春からは電気料金の引上げも予想される。販売価格への転嫁は進まないため、採算が悪化することは間違いない。
雇用関連(近畿)	良くなる やや良くなる	—	—
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・アベノミクスの効果が徐々に出てきているのか、関西の地元企業、特に医薬品や観光関連、大学を中心に、宣伝費用を増やす企業が増加している。
	民間職業紹介機関(大学担当)	・不安が先行しているものの、企業の採用活動は昨年以上の動きが期待できる。	
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・新聞報道にもあったが、派遣社員の雇用が伸びている。そのなかには、親会社が子会社の社員を一度解雇し、派遣でまとめて再雇用する動きも含まれる。その影響で、20～40代を対象とした派遣がなかなか増えない。
		人材派遣会社(支店長)	・例年のような勢いを感じない。
人材派遣会社(役員)	・人手不足の傾向に変化はない。企業の求人姿勢にも大きな変化はないため、このまま横ばいで推移しそうな気配である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（支店長）	・求人や求職の状況を見ると、今後も現状と大きくは変わらないと予想される。長期案件の増加に伴い、人材の確保に引き続き苦労することになる。取引先の状況をもみても、今までと変わらず推移する見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西ではインバウンドの旅行客が増えており、ホテルはほぼ100%の稼働率である。今後も観光関連の人の流れが注目される。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ここ数か月の求人広告の動きには、はっきりと景気の動向を示すような増加も落ち込みもないため、現状から大きく変化することはない。
		職業安定所（職員）	・年末年始でもあり、窓口では事業所からの景気に関する情報は聞かれない。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇い労働者数の減少に合わせて、市場自体が少しずつ縮小しているように感じる。一方、求人倍率はむしろ上昇しており、景気の方角性としては横ばいとなっている。
		民間職業紹介機関（支社長）	・景気の先行きには、好材料、悪材料共にみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・繁華街の人出が増えているように感じる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・景気好転の要素が特になく、派遣労働者の安定志向はより一層強まる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は季節的な動きを除けばほぼ前年並みで、有効求人数もここ3か月間は大きな変動もなく推移している。一方、年度末に向けて管内の事業所で雇用調整の動きがあるなど、不安要素がある。
		職業安定所（職員）	・大河ドラマは終了したが、来年3月には大天守閣がグランドオープンする。一方、駅前を中心とした再開発が進行中であるが、寒波の影響もあって人出が少なく、クリスマス商戦にも例年ほどの盛り上がりが見られない。有効求人倍率は、米国の大型金融機関の破たん前を超える水準に回復したが、正社員の求人倍率は低調である。大手企業の賃上げやボーナス支給率は回復しているものの、中小企業は円安による原材料の高騰や、電気料金の引上げによるコストアップを価格転嫁できないため、ますます厳しい経営環境となる。
悪くなる		—	

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	家電量販店（店長）	・ケーブルテレビのアナログ放送が2015年3月末に停止されるので、テレビの販売量が前年の100%を超えている。洗濯機や冷蔵庫等の白物家電が前年を下回るなかで、テレビは3月末に向けて需要が見込める。
		乗用車販売店（業務担当）	・現時点では新車投入の効果が今一つであるが、1～3月の大增販期に向けて販売が上向くものと期待する。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月の売上は低迷しているが、月下旬から来客数が増えている。新型車が整う年度末には一定数以上の商談が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・不景気はうんざりなので、期待を込めて2015年こそは良い年になってもらいたい。
		一般レストラン（店長）	・2～3か月先の予約数は前年と同等以上に入っており、来客数の回復がある程度見込める。
		タクシー運転手	・駅前に大型ショッピングモールが開店したので、人の流れが変わる。また今後の景気対策に期待したい。
		通信会社（総務担当）	・年度末に向かつて新築住宅が増加し、当社加入件数の増加につながる。小規模ながら宅地造成もあり、景気は良くなっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントや太陽光発電買取り申込など、年度末の3月に期限が来る施策が多いので、今後の受注増加に期待が持てる。
	住宅販売会社（販売担当）	・住宅取得に向けた補正予算や優遇措置の期間延長により、今後は客の購買意欲も上がってくる。	
変わらない	商店街（代表者）	・客の様子や会話にも、景気の良い話題がなかなか出てこない。儼然に向かっている様子がうかがえる。	

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
		商店街（理事）	・当商店街でも業種によって正月セールを実施するので、正月は例年どおり盛況になると思うが、これは季節的要因である。それ以外に景気を押し上げる材料は思い浮かばず、どちらかというと景気は下がり気味になる。
		商店街（代表者）	・景気はやや悪いままで推移する。仕入原価が上がってもずっと販売価格を据え置いてきたが、春には値上げせざるを得ない。客も何らかの防衛策をとると思うので、今後は商売はやや暇になってくる。
		商店街（代表者）	・前年並みの売上確保が厳しい状況は変わらず、景気の高揚感はない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・ドラッグストアや大型小売店の進出で、ますますデフレが進んでいく。また賃上げの気運が地方に波及するの懸念がある。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立関係の注文が少なく、前向きな取組があまりみえられていないように見える。
		百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要因が見当たらず、先が読めない状況である。
		百貨店（営業担当）	・現在の景気の落ち込み期間がどの程度続くかによって将来の予測は変わってくるが、現状では悲観的にならざるを得ない。開店したショッピングモールの客が回遊してくれるようになれば、少しは期待がもてる。
		百貨店（営業担当）	・いろいろと販売促進策を展開しているが、前年並みの数字の確保が精一杯で、なかなか結果が出ない。
		百貨店（営業担当）	・景気が変動する要因はない。
		百貨店（営業担当）	・株価の上昇や大型ショッピングモールのオープンなど購買心理を高める要素は出てきているが、所得の上昇等の具体的に目に見える変化が乏しいため、消費者はなかなか景気回復を実感できない。
		百貨店（販売促進担当）	・正月、冬セールやバレンタインと続いて大型商戦がスタートするが、今後とも消費者の節約志向は継続すると考えられ、景気回復にはまだまだ時間がかかりそうである。
		百貨店（売場担当）	・前年2～3月は消費税増税の直前であり、2015年の売上が前年実績をクリアするのは容易ではないが、その特殊要因を除けば、おおむね景気の状態は変わらない。
		百貨店（購買担当）	・客に楽しみながら買物してもらうため店を入替えたりしているが、客の買い控え姿勢は続いている。2～3か月後、セールに突入しても厳しいのではないかと心配である。
		スーパー（店長）	・今後の景気には、まず生鮮品の入荷が安定することが重要である。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
		スーパー（店長）	・現在の景況がしばらく続く。また来春の賃上げ動向次第で、その後の景気の先行きが決まる。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。
		スーパー（店長）	・良くなる要因もなく、直近で悪くなる要素も見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・客の様子からは景気が上向いているとは感じない。ただ売上等は前年より若干良い状態で推移しているので、景気が良いとはいえないが、今後にはやや期待が持てる。
		スーパー（業務開発担当）	・食品の相次ぐ値上げと景気動向の不安から、家庭用食品に対する節約志向が一層顕著に表れてくる。
		スーパー（管理担当）	・景気が良くなる要素は今のところない。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価が伸びない傾向が続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・クリスマス等、ハレの日を演出しようという気分が薄れており、季節催事に相関した購入増につながらない。
		コンビニ（支店長）	・景気の変化が期待できない。
		家電量販店（企画担当）	・特に景気が回復する要素が見当たらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・特別何か景気が変わるような要因がない。
		乗用車販売店（店長）	・今の状況から変わる要素は見当たらない。ただ客が今の経済状況を不安に感じている様子もみえない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・客数が増加する要素も減少する要素も見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・円安や株高は地方の景気には関係なく、人口減少が続くなかで地方の経済状況は厳しい。何としても当地の観光をアピールし、経済を潤したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の再引上げが1年半延期されたので、この間に地方経済にもアベノミクスの効果が出てくれば、客の金まわりは多少良くなる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・気温が低下し光熱費がかさむ一方、客の賃金やボーナスは増加していないため、必要品以外は買い控える姿勢は続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・競合店の影響を今後3か月ほど受けると予想している。客単価は上がっているのに、来客数の回復が今後のポイントになる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・大きく景気が好転する材料がない。
		高級レストラン（スタッフ）	・正月三が日の予約は例年並みであるが、3日以降の予約はあまり良くない。正月明けにどう動くかは今のところわからない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・例年とは違って寒波がくるという話であるが、今後の天候が売上に影響する。中小企業ではボーナスの支給状況が芳しくないようなので、受験・進学・人事異動シーズンに向けて送別会等の需要が減るのではないかと心配である。
		スナック（経営者）	・アベノミクスは地方ではほとんど効果が出ていない。今後もしばらくは景気が良くならない。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・現在の受注が伸び悩む状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・賃上げを実施し消費拡大を図る等の報道はあるが、客数は忘年会時期になってもほとんど変わっておらず、今後もこの状態が継続する。
		都市型ホテル（企画担当）	・年度末での需要回復は想定できるが、今のところ団体の先行受注はほぼ前年並みである。個人客についても、増税や物価高がボディーブローのように徐々に影響するとみている。大がかりな景気対策を実施しない限り、景気回復は期待できない。
		都市型ホテル（総支配人）	・閑散期に入るため客数は減るが、現在の景気が大きく変わる要因は感じない。
		旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる状況が見受けられない。特に旅行業界では円安の悪影響を感じる。
		旅行代理店（営業担当）	・新しい政府の経済政策に期待したいが、すぐに効果が出るとは思えない。
		タクシー運転手	・ごく一部の大企業では景気が回復しているかもしれないが、企業は交際費の削減を簡単には緩めないで、当業界にとっては売上増につながらない。
		通信会社（社員）	・客からの問い合わせに変動がない。
		通信会社（販売企画担当）	・特段景気の変動する要素はない。
		通信会社（総務担当）	・客から購買意欲が感じられない。
		テーマパーク（管理担当）	・景気の先行きが見えず、現状が続くと思われる。
		ゴルフ場（営業担当）	・季節的にオフシーズンに入るため、景気にあまり大きな変動はない。
		競艇場（職員）	・売上がほぼ横ばいである今の状況は今後も続く。
		美容室（経営者）	・人口減少と高齢化により客の来店周期が少しずつ伸びている。
		美容室（経営者）	・景気が良くなったと言われるが、当地ではそのような実感はない。むしろ客は金を使わなくなっている感じがあり、景気が良くなる兆しはみえない。
		美容室（経営者）	・2～3か月後に客の収入が増加するとは考えられないので、景気は現状維持が精一杯である。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月、身のまわりで景気の変化がうかがわれるような話は一切聞かれない。よほどの事がない限り、今後2～3か月で景気に変化があるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・消費税再引上げの延期やエコポイントの延長が実現するが、客はここしばらく様子見の姿勢で、客が動き出すのは春頃になってからの雰囲気がある。
		設計事務所（経営者）	・東京の都心への集中が進む施策だけが具体性を帯びて、地方はますます衰退を加速していく。
		住宅販売会社（営業担当）	・客の問い合わせは増えてきているが、景気の先行きが不透明であるため、景気は特に変わらない。

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・好景気であるという報道が一部にあるが、地方の小売業は全く同意できない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・商品の値上げと客の消費税増税に伴う買い控えが今後も続く。
		百貨店（営業推進担当）	・年末商戦でも売上は厳しい数値であり、客単価の低下が顕著である。食品の値上げ等の影響がジワリと出てきている。
		百貨店（売場担当）	・2015年3月までは前年の駆け込み需要の影響を受けて、売上の前年割れ基調が続く。またクリアランスセールでも夏セールと同様に、衣料品の不振が続く。
		スーパー（財務担当）	・クリスマスや年末・年始等、ハレの日の需要は見込めるが、正月以降の平日の需要は低迷する。
		スーパー（営業システム担当）	・円安で物価が高くなるという報道の影響を受けて、客が買い控える現象が起きる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も必要品は買うが、それ以外は買い控える消費者の姿勢が継続する。また前年は3月まで続いた駆け込み需要が今年は期待できない。
		家電量販店（店長）	・2015年は多くの食料品や日用品が値上げされるようなので、客の財布のひもは一層固くなる。
		家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動減が続いている。前年のパソコン買換え特需の反動も予想されるため、厳しい状況が2015年4月までは続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車減税もハッキリ決まっておらず断定はできないが、景気が良くなる要因がない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の再引上げが実施されるかどうかによって、今後の景気は変わる。2%の消費税率引上げがあれば、少し景気は悪くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・県都に大型ショッピングモールが開業したため、年明けからスタートする当地域恒例のランチフェアの集客にもマイナス影響が出る。
		都市型ホテル（企画担当）	・食材を始めとする仕入原価が上昇してきている。物価が上昇すると消費者は買い控え行動をとるので、ホテルレストランの売上には大きな打撃となる。
		通信会社（広報担当）	・毎年1～3月上旬はあまり売れる時期ではないうえに、今年のボーナス商戦期も商品の売行きがさほど良くないことを考慮すると、今後も売上は横ばい又は右肩下がりになる。
		通信会社（営業担当）	・客の状況や市場の動向をみると、個人消費の冷え込みがより厳しくなる気配がある。
		通信会社（工事担当）	・他社の動向により申込数の減少が考えられる。
		テーマパーク（業務担当）	・年度末を迎え客が仕事で忙しくする時期と冬の閑散期が重なり、来客数が少なくなってくる。
		設計事務所（経営者）	・来場客数の回復がしばらく見込めない。
		設計事務所（経営者）	・消費税再引上げが延期されたことから、駆け込み需要と思われる引き合いが減っている。
			悪くなる
一般小売店〔茶〕（経営者）	・本当に先行き不安である。		
スーパー（店長）	・支出が増加する一方、収入は増えていないため、客は日々の食費を節約する傾向にある。一回の買物金額は増加しているが、来店頻度が低下している。		
スーパー（販売担当）	・12月初めに大型ショッピングモールがオープンし、来客数はその影響からか今までに経験がないほど減少している。これから年始、春商戦を迎えるが、影響はかなり大きいと予測している。地方都市の内部でも一極集中になりつつあり、先行きが心配である。		
衣料品専門店（経営者）	・中小企業の社員の給料が上がらないため、景気が悪い。		
家電量販店（販売担当）	・前年との比較では駆け込み需要の反動が今後出てくる。		
乗用車販売店（統括）	・前年との比較では2013年12月から駆け込み需要が始まったので、2015年1～3月は販売量が大幅に減少している。		
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・3月までは現状維持の状態が続くが、バス団体料金が値上げされるため、4月からは団体客が激減する。		
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・高速道路の交通量が減少する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業動向 関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業(経営者)	・新車の輸出が好調であり、当社の受注も引き続き伸びる。
	やや良くなる	鉄鋼業(総務担当)	・円安や株高を背景に企業業績は改善しており、今後は設備投資も徐々に回復が見込める。また円安を背景に輸出も緩やかに増加する。
		金属製品製造業(総務担当)	・得意先から12月に受注が増える見込みであるため、当社にも協力して欲しいとの要望があった。当社がお願いしていた価格の見直しも受け入れてもらえ、採算面も良化する見込みである。
		電気機械器具製造業(総務担当)	・受注量が増えたため、製造ラインの増設を予定しているが、人が集まらない。
		不動産業(総務担当)	・賃貸住宅物件の需要時期に入るため、例年どおり景気は良くなる見通しである。
		広告代理店(営業担当)	・新年を迎え取引先の動きが活発になり、客の話では良い方向に向かう情報がある。受注量や販売面では今のところあまり変化はないが、上向きで推移する見通しである。
	変わらない	農林水産業(従業者)	・2014年を振り返ると沖合底引き網漁や定置網漁は前年から減少したが、その他の漁は全体で2割強増加しており、今後もこの傾向が続くよう期待している。
		食料品製造業(総務担当)	・最近の受注状況を見ると、前年の駆け込み需要のような状況は期待できない。販売量は前年並み又は若干下回る。
		繊維工業(統括担当)	・総選挙も終わり景気が良くなるよう期待しているが、簡単に景気が回復するとは思えない。
		木材木製品製造業(経理担当)	・円安は継続あるいは更に加速する予測が大方の見方である。内需拡大の材料が少ない。
		化学工業(総務担当)	・当面は内需が拡大していくとは思えないので、企業は現状維持が精一杯である。
		鉄鋼業(総務担当)	・秋の受注が堅調であり、今冬はその生産を行っている。春以降の受注見通しは現在策定中であるが、社員の帰休が必要となるような生産の落ち込みは現段階では想定していない。
		非鉄金属製造業(経理担当)	・輸送用機器関連は海外では堅調であるが、国内販売は伸び悩む。足元の円安によりメーカーが生産を日本に戻す動きが出る。
		電気機械器具製造業(総務担当)	・受注はある程度あるものの、受注単価が問題であり損益分岐点を割るような受注は受けられない。また燃料費が上昇し、価格も不安定である。大手企業を受ける恩恵は下請には回らず、今後は受注競争に拍車がかかり、一段と厳しいかじ取りが予想される。内部留保に注力していきたい。
		輸送用機械器具製造業(財務担当)	・現在の為替水準が長期間継続すれば、取引先の収益が改善し当社にも良い影響が出てくる。ただ短期的なものであれば効果は極めて小さい。
		輸送用機械器具製造業(経営企画担当)	・受注内示量は全体では大きな変化はないが、製品により増加するものと減少するものがあり、まちまちとなっている。
		建設業(経営者)	・建設業は販売業等とは違って、あまり人の気分によって景気が左右される業種ではない。地域を見回しても良くなる材料が見当たらず、受注が少ない一方で職人不足の影響も受けて、当面は悪い状況が続く。
		建設業(総務担当)	・受注が可能な量には限界がある。
		建設業(総務担当)	・原価の上昇を仕事量でカバーできる状況がこの先1年は続く。
		輸送業(支店長)	・お歳暮の取扱時期は年々前倒しになってきたが、2014年は総選挙の実施と大雪による道路事情でピークは12月後半にずれ込んだ。この影響か、荷動きは12月終盤も非常に活発である。この状況がいつまで続くか予測できず、また現時点では年度末に向けた荷動きも前年から回復傾向にあるが、年明けの状況をみないとこの傾向も判断できない。
		通信業(営業担当)	・客である中小零細企業の経営者からは業績向上や景気回復という言葉聞く機会は少なく、新内閣の経済対策への期待を聞くにとどまっている。
		通信業(営業企画担当)	・製造業や流通業からの来期に向けた情報通信関係の引き合い数や規模は、ともに前月と変わらず低調である。
		金融業(貸付担当)	・取引先からは原油価格が下落し企業の収益環境は改善に向かうとヒアリングしている。また2015年も賃金のベースアップに向けた動きが始まっており、消費マインドも高まりつつあると感じている。ただ2~3か月後に景気が良くなるかといえ、今しばらく時間を要する。

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	
		金融業（自動車担当）	・完成車メーカーの海外生産拡大により将来的には国内生産が減少するリスクはあるが、現在の為替水準は当面続くと思われるため、自動車部品メーカーは高採算の輸出用の生産を継続できる。	
		会計事務所（職員）	・政権が続投することになり、今後も経済政策の展開が大きく変わることはない。公共事業関連の業者は、今のところ年度末需要の見通しについてあまり悲観的な見方はしていない。	
	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・円安基調が進んでいるが、原油のダブつきにより輸入単価が下がっている。徐々にではあるが石油製品についても受注量の減少とあわせて、製品価格の値下げ依頼が散見される。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・建設案件が完了するため、仕事量は一段落する。鉄鋼向けは現在の仕事量が継続する見込みである。	
		輸送業（経理担当）	・客の生産・物流体制の見直しが予定されており、今後は景気が悪くなる。	
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・円安の影響で原材料の高騰が続く一方、販売単価には転嫁できていない。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。	
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・円安が進行するなか、原価高と受注減が更に進む。	
	雇用 関連 (中国)	良くなる	—	—
		やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・景気は不安定ではあるが、アベノミクスの経済最優先の政権運営に期待している。
求人情報誌製作会社（採用支援担当）			・求人需要は引き続き高い。当社への求人広告の掲載依頼も増えている。	
求人情報誌製作会社（広告担当）			・本格的に新卒採用活動が始まるため、学生の動きが活発化してくる可能性がある。	
民間職業紹介機関（職員）			・複数企業で新規株式公開を検討する話が浮上している。	
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る相乗効果を期待する。	
学校〔短期大学〕（学生支援担当）			・現在の状況は長く続いてきたので、今後もまだまだ継続しそうである。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・全体的な景気は上向いている。ただ国が主導して各企業に賃上げを求めているため、企業には1～3月の積極的な求人や採用を控える動きが出ている。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の採用目標数は増えているが、企業の景気が良くなっているわけでは決してなく、急激な業績向上は見込めない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・増税や物価上昇により実質的な所得は減少している。国が地方再生政策を至急に実施しない限り、消費者の節約志向は改善しない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・まだ当分は現在の状況が続く。		
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・3年後に管内の事業所を閉鎖するという発表があった。かなり先の話であるため、関係する動きもなく、今のところ求職相談に来所する者もない。		
	職業安定所（雇用開発担当）	・事業所のなかには事業再構築の動きもあるが、当地は全国的にみても求人倍率が高い地域であり、人手不足の状態が今後も続く。		
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・例年と同様に年末は離職者が多く、1月以降は新規求職申込件数が増加する見込みである。求人は業種間にアンバランスがあり、全体としては減少傾向で推移している。また一部企業で事業再編による離職者が発生するなど、景気の先行きは不変かやや悪くなる。		
やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・企業では年度末に向けた経費コントロールの一環として、派遣契約終了の動きが出始めている。		
	人材派遣会社（経営企画担当）	・大型ショッピングモールがオープンし、地域活性化につながっている。ただ周辺施設への波及効果は薄い。過半数の企業で人材が不足する状況であり、人材供給側での課題解決が急務であると感じる。当社としてはエリアを広く集客網を広げ、人材確保に努めたい。		
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・各企業にとって消費税増税と円安に起因する材料費高騰の価格転嫁が大きな問題である。今後の受注等の先行きを心配する声が多く寄せられており、求人意欲に陰りがみられる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売開始など、年度末に向けて期待している。	
		乗用車販売店（営業担当）	・春の需要期を迎えることと、軽自動車税増税前の駆け込み需要に期待している。しかし、4月以降は反動減が避けられないだろう。	
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税で4～5月と新車受注が落ち込み、上半期は厳しい結果となった。下半期は2月以降に期待をしている。	
		通信会社（営業担当）	・2月から本格的な新生活・春商戦に入るため、期待感はある。	
		通信会社（営業担当）	・新生活シーズンを迎え、需要が増える。	
		競艇場（職員）	・売上を増やすには、本場の努力の他にレースの面白さや人気選手の幹旋等が必要である。今後3か月以内のレースにそれを期待したい。	
		美容室（経営者）	・ヘアケアの関心が高くなってきている。	
	設計事務所（所長）	・資産を有効利用したいという相談がある。		
	変わらない	商店街（代表者）	・地方経済に活力を生む方策は極めて少ない。都会も地方も特に格差のない社会になることを期待したい。	
		商店街（事務局長）	・岡山駅前に大型ショッピングモールができた影響が徐々に数字に表れてくるだろう。消費税の再増税が延期されているうちにそのダメージ分を取り戻したい。	
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響が続いており、販売増が見込めず、地方経済はアベノミクス効果が感じられない。	
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・改善される要因が思い当たらない。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年明けの予約はかなり鈍い状況。仕入価格の高騰や市場の品物数の減少もあり、販売が難しくなっている。	
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の昨年と比較すれば、3月は悪くなるが、1月と2月は変わらないとみている。	
		百貨店（販売促進担当）	・年末商戦もセール企画など取り組みを強化して臨むも、衣料品などの動向に改善の兆しは依然見られない。	
		スーパー（企画担当）	・年明けから商品の値上げが予定されており、来店客数は伸びない状態が続くと予測する。値上げ分の売上寄与はあるものの全体を伸ばす状況にはならない。	
		スーパー（企画担当）	・賃金上昇を感じる場面はなく、厳しさが続くとみている。	
		スーパー（財務担当）	・賃金の上昇、ボーナスの若干の増、株高・円安による資産増がフォローの風として吹くが、節約志向が非常に強く、全体では変わらない。	
		コンビニ（商品担当）	・改善する要素が見当たらない	
		コンビニ（総務）	・気温や天候による影響が大きい。景気が回復する要因は見当たらない。	
		衣料品専門店（経営者）	・12月後半の売上が大きなウェイトを占めるが、飛び石連休だったことから、年間の減少分をカバーできなかった。	
		衣料品専門店（経営者）	・同業者や他業種も低調に推移していると聞く。	
		衣料品専門店（総務担当）	・セールの動き出しは鈍く、店舗前の通行量も減少している。客から給与が増えたという話も聞かないので、今後も厳しい状況が続くだろう。	
		家電量販店（店員）	・上向き要因も下向き要因もない。	
		乗用車販売店（従業員）	・新型車を投入も、新車受注台数は伸びない。昨年は消費税増税前の駆け込みがあったが、その分を差し引いても自動車市場は厳しくなっている。	
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の影響が残り、厳しい状態が続いている。	
		観光型旅館（経営者）	・12月は良かったが、1～2月の予約状況は良いとはいえない。	
		通信会社（企画）	・ここ数か月、大きな変化がない。	
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約状況は、昨年と変わらない。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・安倍政権には目に見える経済政策を早急に打っていただきたい。そうでないと、消費マインドが冷え、商店主のやる気もなくなる。

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
		コンビニ（店長）	・年末年始のイベント後は急激に冷え込むのではないが、ボーナス月である12月に客単価が下落し、節約意識が強く感じられた。
		乗用車販売店（従業員）	・年末でも販売動向は鈍い。1～3月の決算期に向けて良くなる要素が見当たらず、不安な年度末になる。消費税増税時期の延期による影響は見受けられない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末・正月商戦が終わると一段落し、一番暇な時期になる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・物価上昇に伴い、財布のひもはより固くなりそうだ。
		旅行代理店（支店長）	・円安や海外でのテロ事件等で、年明けの海外旅行需要が大きく落ち込んできている。
		通信会社（支店長）	・今後も円安基調は変わらず、景気がよくなるとは考えにくい。原油安で悪くなるスピードは遅くなる可能性もある。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、1～3月は来客数・契約数とも少ない。良くなる要因が見当たらない。
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費者の財布のひもが緩むことはない。先行き不安である。
		スーパー（店長）	・精肉の相場高、野菜の相場安があって現状はバランスが取れているが、3か月先になると、昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったので、その反動があるとみている。
		コンビニ（店長）	・売上げが見込める12月でも低調。年が明けてしばらくは回復の見込みはないとみている。
		タクシー運転手	・客から、「給料が上昇していない」、「小遣いが少なくなった」という話が多い。
		タクシー運転手	・年が明ければ、忘年会などの需要も無くなり暇になる。お遍路関連の乗車も3月の半ばを過ぎないと戻らない。
		美容室（経営者）	・アベノミクスの恩恵は地方まで届かず、各種値上げも追い討ちをかけ、一般家庭の消費マインドは低いままである。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・政権が安定したことと景気に対する取り組みの発信が常時行われている。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・高額の商品が売れており、消費の回復傾向が今後も続くともみている。
		鉄鋼業（総務部長）	・当社の造船関連主要取引先は3年先まで受注完了しており、当社の受注増も期待できる。
		建設業（経営者）	・毎年、公共事業の納期が集中する1～3月にかけては、変更契約増も含めて、完成売上額が増える。また、補正予算も多少想定でき、手持ち仕事量を得るという好感が大きい。
		輸送業（経営者）	・燃料費が若干抑えられるため、やや良くなるを考える。しかしながら、受注量に関しては不透明で不安が先に立つ。
		金融業（副支店長）	・第3次安倍内閣に期待をしている。
		広告代理店（経営者）	・消費税の再増税は先送りになったが、地方の消費は依然として冷えており、地元得意先の広告費は変わらない。ただ、県外の大手の得意先は出店等もあり、少し増える見込み。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・例年、年明けは需要が一段落する時期であり、寒波など気象要因による入荷量に左右される。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・原油価格の急落が海外受注に与える影響を注視する必要があるが、当面は大きな変化はないと考える。
		電気機械器具製造業（経理）	・事業年度末という季節要因が予想される製品もあるが、得意先からの発注予想データに大きな変動は認められない。
		建設会社（経理担当）	・予算が合わない不調工事や、職人不足による工期の延長が予想される。
		建設業（経営者）	・公共事業はかなり出件されそうだが、民間工事は増えないとみている。
		輸送業（支店長）	・消費税再増税の延期により当面は現状維持が続くとみている。また、円安の影響で輸入貨物量が減っている。
通信業（部長）		・選挙も終わり経済政策に期待がかかるが、地方まで浸透するには時間を要し、しばらく変化は無いと考える。	
公認会計士		・設備投資を計画する経営者は少なく、景気動向を見極めたいという考えの方が圧倒的に多い。また、社員の給料などを上げたいという企業はほとんど皆無である。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・原材料価格が高騰しており、販売価格への転嫁ができない状況である。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・1～2月は年間で一番落ち着く月なので、売上は確実に落ちるだろう。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生エネルギー関連の契約が取れなくなった。
		輸送業（営業）	・製造業は円安による原材料の高騰や消費税増税分の価格転嫁が進み、生活必需品である食品や家庭紙等の値上げが相次いでいる。今後も消費者の購買意欲は鈍化し、景気の低迷は長引くと予想している。入学・就職シーズンと重なる3月は、引越し等で多少なりとも取扱物量の増加が見込める。
		通信業（総務担当）	・電気料金の値上げ等により、経費が増大している。
	悪くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り、求人増が見込まれる。
	やや良くなる	—	—
(四国)	変わらない	人材派遣会社（営業）	・第3次安倍内閣が発足して、様々な政策に期待しているが、地方が活性化して景気の改善を実感できるまでには時間を要する。
		人材派遣会社（営業担当）	・設備投資の増加や賃金上昇等が消費者心理を和らげるほどのインパクトがない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者数が減少しており、派遣法改正など先行きに不安を感じる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復が地方にまで還流する仕組みができていない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は前月比0.06ポイント上昇しているが、新規求人数は3か月連続で前年を下回っている。
		職業安定所（職員）	・パートや非正規労働者では人手不足感も出てきているが、雇用条件の改善に進む兆候が見られない。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は1.04倍と17か月連続で1倍を維持しているものの、3か月連続で減少している。求人減少の動きがみられる。
		民間職業紹介機関（所長）	・次年度の採用計画は、大半が前年並み、または1～2名程度増やす企業が多い。
		やや悪くなる	求人情報誌（営業）
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（販売促進担当）	・1月からのパン・弁当の販売数量は、前年比若干増を確保しつつ、ほぼ横ばいで推移していく。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税から1年が経過するため消費が回復すると期待している。2～3月には何とか売上が上がるとみている。
(九州)		百貨店（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や天候不順による売上減の回復には至っていない。しかし、消費税増税の影響はほぼ解消し、再増税の延期も決定したため、個人消費の持ち直しに期待できる。
		スーパー（店長）	・消費税の再増税が先送りされたので、身の回り品が持ち直したようだ。今後2～3か月も良くなる。
		スーパー（業務担当）	・ランドセルや新入学関連の先取り購入が進んでおり、値上げ感が強くなっても全体的に定価での販売数量が増加傾向にある。これで食料品も堅調ならば不安要因は解消されてくる。
		衣料品専門店（チーフ）	・海外客の増加もあるが、消費税増税の負担感が和らぎ、売上も自ずと回復傾向にある。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要により、昨年1～3月の数字は若干上がった。今年は消費税の再増税が先送りになり消費がじわじわと上がっているの、悪くない状況になると考えている。
		家電量販店（従業員）	・新年を迎えるにあたっての買換えや、寒くなつての暖房器具の需要が増えた。
		乗用車販売店（従業員）	・決算に向け年明け1～3月は軽自動車を中心に受注が伸びていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・年が明けると消費税増税の影響がなくなる。新型車投入効果もあり新車販売の台数増加が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・地方において、景気回復は肌では感じられない。しかし、最近のガソリン価格の下落により、車で遠出をする人が増えるため、土産品の動きに期待している。
		高級レストラン（専務）	・総選挙も終わり経済が安定しつつある。来年こそは、地方にお金が回るような政策の実行を期待しているので、景気が少しでも良くなるという希望を持っている。
		一般レストラン（経営者）	・現在は予約状況も良く、単価の高いメニューの要望が多い。しかし、正月以降の動向がまだ不透明なため安心はしていない。
		ゴルフ場（従業員）	・2月中旬～月末にかけては良い数字である。ただ、昨年に比べて3月以降の動きが鈍いところが少し不安ではあるが、今月よりは少しずつ良くなっていく。海外客や県外客が昨年より上回っているのは良い材料である。観光地である当地は特にその傾向が大きい。
	変わらない	商店街（代表者）	・12月に少し後退したので、1～2月も現状のままいく。
		商店街（代表者）	・商店街全体をみても景気回復と言った声は聞こえない。やっとの思いで営業しているところが多いようだ。これ以上は悪くならないだろうし、今すぐ良くもならない。来年も厳しい年となりそうだ。
		商店街（代表者）	・現状から大して期待はできない。
		商店街（代表者）	・冬物バーゲンのシーズンに入るが、これといった景気の浮揚感もなく横ばいが続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・少しでも景気が良くなるよう期待したい。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気変動の要素が特に見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、花屋は卒業式シーズンまであまり良くない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気回復の大きな要因がないため、売上は上がらない。消費税は増税されたが、消費者の収入が上がらないので、売上を期待できない。
		百貨店（営業担当）	・ゴルフウェア、絵画、貴金属、高額雑貨が好調である。またクレジット催事の反応も良く、クレジット扱い高も増加している。消費の二極化と慎重な買上傾向、お得感への敏感な反応は維持している。年が明けてもこれらの購買傾向は継続する。
		百貨店（営業統括）	・総選挙も終わり、消費税の再増税は見送られたものの、心理的なものを含めて、高齢顧客の生活環境は厳しい状況である。
		百貨店（売場担当）	・1品単価は徐々に上がっている。食品はバターやコーヒー等輸入品の更なる値上げが予想されるので、売上は伸びる。来客数は90%台後半を維持しているが、今のところマイナス要因がないので、今の状況が続くかやや良くなる。
		百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減により、前年比で高額品を中心に苦戦が見込まれる。向こう3か月は曜日まわりの条件も悪く、年始休みの短さ、バレンタインデーの曜日等が来客数や売上にも影響し、大型商戦のヤマ場を押し下げてしまう見込みである。
		百貨店（業務担当）	・客の立場からみると弱くはないが、百貨店としては、昨年同時期は、消費税増税前の駆け込み需要で高額品に動きが出ていたため、反動減で前年比では厳しい商況になる。消費税の再増税が先送りになったが、不安な気分で過ごす時期が長くなるだけで、客は安心感が得られない。
		スーパー（店長）	・部門や店舗で実績数値がばらつく傾向は今後も続くが、全体としては現状と変わらない結果となりそうだ。
		スーパー（店長）	・年末にかけ、全体的に買上点数、買上単価の増加により売上が上がったが、一時的なもので今後はほぼ変わらない状況になる。
		スーパー（総務担当）	・家計のなかで食料品にかかる割合は、若干上がってきている。しかし、相変わらず衣料品・住居用品は上がらない状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税以降、延客数、販売点数の減少が販売単価の増加を上回っており、販売額の前年比減が続いている。この傾向は変わりそうにない。
		コンビニ（経営者）	・今のところ、客の様子から景気が良くなるような材料が見受けられない。

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
		コンビニ（エリア担当）	・春先で少しは景気が良くなることを期待したいが、今の状況の改善は見込めない。
		衣料品専門店（店長）	・景気の動きに変化はない。ここ2～3か月はこのままいく。
		衣料品専門店（店長）	・アベノミクスの早期地方波及を願う。このままでは地方都市の商業は崩壊する。
		衣料品専門店（店員）	・全体的に商品が値上がりしているため、財布のひもが固くなっている。物価の上昇以上に給与が上がらないと購買意欲が向上しない。
		衣料品専門店（取締役）	・セールでも昔のようなまとめ買いする客が少なくなり、薄利多売の傾向が続くので、景気が良くなるとは言えない。
		衣料品専門店（総務担当）	・現時点で、我々の業界において景気が好転する要素を見いだすことができない。
		家電量販店（店員）	・総選挙も終わりアベノミクスが支持され、円安も続いている。3か月先の変化はないが、1～2年のロングスパンで考えると良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・太陽光発電設置の鈍化も予想され、需要をけん引する商品が見当たらない。
		家電量販店（広報・IR担当）	・景気改善の起爆剤が見当たらない。消費税増税後、あまり大きな落ち込みはなかったが、前年割れが続いている。この状況が続く。
		乗用車販売店（代表）	・周りの状況を見ても、良くなるような感じがしない。
		住関連専門店（店長）	・消費税の再増税が先送りになったが、各家庭の財政状況が回復・安定するわけではない。さらに、昨年あった消費税増税前の駆け込み需要も期待できないことから、販売店にとっては景気が良くなる要素が見当たらない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年末需要もあって売上は若干伸びているが、1月はその反動減で極端に需要が減る。2～3か月先は検討がつかない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・12月は急に寒くなったので灯油の小売販売に期待したが、価格が昨年並みかやや高い状態のため、期待したほど販売できていない。12月前半に消費を控えた分、12月後半以降に回そうとする客の様子がかがえるので、1月以降のカーケア商品の販売に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・東京中心、大企業中心の好景気の波が支店経済の福岡にも伝わってきているが、まち全体で実感できるほどではない。
		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）	・今年の4月までは消費税増税による駆け込みがあったので、来年は前年比で反動減の影響がある。売上はインバウンド次第である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税の再増税の先送りは消費行動に影響を及ぼさない。抜本的な日本経済の復活による雇用の安定、収入増がなければ、景気は良くならない。
		高級レストラン（経営者）	・2～3か月先は、予約状況をみると悪くはないが良くもない。景気が良くなってほしいが、当店のような飲食店に関して、ボーナス上昇等の好景気の判断材料は全くない。
		スナック（経営者）	・今月は、忘年会シーズンにより3か月前より来客数は増えたが、年明けからは例年通り客数が減少する。
		居酒屋（経営者）	・年明け以降の予約状況からすると、景気が好転するようにはみえない。
		観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より、変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・レストラン、宴会、宿泊の予約が順調に推移している。
		観光型ホテル（専務）	・来月以降の予約状況が良くない。
		都市型ホテル（販売担当）	・1月までは良いかもしれないが、先がみえない状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・安価な商品よりも、高単価商品の販売が好調である。ここ半年間の状況から推察しても大きく状況は変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・円安が続く限り、インバウンドの個人予約が入ってくる。そのため、景気の先行きは非常に良い。
		旅行代理店（従業員）	・燃油サーチャージの値下げなどプラス要素もあるが、円安の影響が強く、海外旅行の需要は低迷している。
		タクシー運転手	・今年は昼間も寒いので、宮崎では人の動きが悪くなっている。
		タクシー運転手	・催しものが多く、円安やガソリン価格の下落で観光客も増えてはいるが、この先の景気の見通しは分かりづらい。
		通信会社（企画担当）	・変化する要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業）	・入学・転居に伴い、人・モノ・カネが動く時期であるため、2～3月の景気に期待している。
		美容室（経営者）	・通常、12月よりも2～3月は下がる場所であるが、今年は12月の売上が低かったため変わらない。
		理容室（経営者）	・通常、12月の美容業界は1年で一番忙しいが、人の動きが悪かった。生活習慣の変容などで業界的に上向かない。
		美容室（店長）	・年末もあまり変化がないので、2～3か月先も景気は良くならない。
		設計事務所（所長）	・新規の案件資料が目減りしているため、やや悪くなるかと考えている。
		設計事務所（所長）	・都会の設計事務所は潤っているが、地方の設計事務所は仕事がなく、段々悪くなる傾向にある。4月以降が勝負となる。
		設計事務所（代表）	・消費税の再増税前の様子見の状態である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税が先送りになったことで4月以降に賃上げが実現され、景気の回復感が一般家庭まで拡大して初めて、住宅需要の高揚につながる。
		やや悪くなる	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・例年、12月は忘年会やお正月の食材・旅行等出費が多いので、2～3か月先は客の財布のひもが固くなる。
	百貨店（販売促進担当）		・景気は回復傾向にあると言われているが、現実には消費者の財布のひもは固く、本当に必要なものしか購入しない。前年度は消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、今年度それを上回ることは厳しいと予測される。
	スーパー（店長）		・半径3km以内に競合店が2店舗できて、売上上昇の余地が少なくなるので前年比94～95%で推移すると予測を立てている。来店客数は94%で推移しているため、2～3か月は厳しい数字となる。
	スーパー（統括者）		・売上高は前年に比べて悪く、消費も低下傾向である。客数、客単価も前年に比べ良くない。
	コンビニ（店長）		・一層の円安により、必要以上に物価が上がる。
	住関連専門店（経営者）		・円安による原材料の値上げが仕入れに響いている。地方の景気回復感他業種でもあまり感じられない。
	高級レストラン（支配人）		・12月の繁忙期の反動で閑散とする。
	タクシー運転手		・年金の手取り額は増えていないが、物価は2%程度上がっているためかなり厳しい状況である。
	通信会社（業務担当）		・毎年1月は、中旬以降販売数が減少するが、今年は特に目新しさに欠け、昨年以上に厳しい商戦になる。
	競馬場（職員）		・来客数の前年比が良くない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・季節ものの出筋商品がなくなる。通常、正月明けは来客数が減少する。
百貨店（営業担当）		・2～3か月先は更に悪化する。値上げ品目等が年明けから増えるので、中間層の生活防衛意識はますます強くなる。	
スーパー（店長）		・雇用状況は依然として厳しく、賃金上昇の影響を感じることはあまりない。消費税の再増税や年金等の問題もあり、今後景気が悪化することが予想される。	
自動車備品販売店（従業員）		・今年は消費税増税前の駆け込み需要により3月まで売上が伸びたが、来年は反動減により売上に大きく影響する。	
音楽教室（管理担当）		・進学や学年が上がることによりお稽古ごとがだんだん減っていくので、生徒数も減少する。	
住宅販売会社（従業員）		・円安へのシフトにより、輸出産業は非常に良いが、国内は相変わらずデフレ傾向で、物が安くないと売れない状況にある。景気回復や株価上昇等が頭打ちになり、景気は悪くなる。	
企業動向関連 (九州)	良くなる	電気機械器具製造業（取締役）	・総選挙の結果により、更に経済対策のテコ入れが予想される。
	やや良くなる	農林水産業（営業）	・食品だけでなく衣料品も、高くても品質の良い商品の動きが良い。
		繊維工業（営業担当）	・円安で海外の生産が減るので、国内の工賃が良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度内の駆け込み需要が見込まれる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合いや見積案件が増えており、今後の受注量に期待が持てる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他製造業（産業廃物処理業）	・現状よりもう少し円安になり、相場と市中価格のバランスが取れば良い方向に向かう。
		建設業（経営者）	・これから賃金の上昇が見込める。
		輸送業（総務）	・総選挙後の経済対策や燃料価格の下落などにより、景気の回復が期待される。
		通信業（経理担当）	・安倍政権が安定し、経済優先の政策が計画通りに進めば、景気は徐々に上向くと考える。
		金融業（従業員）	・消費税の再増税の延期や原油価格の下落など、企業を取り巻く環境が好転してきている。外食産業も客足が回復してきているほか、公共工事は高水準で推移している。
		金融業（営業担当）	・ガソリン価格の下落が続いており、利益面の改善を期待する事業者は多い。
		経営コンサルタント（社員）	・新商品が売れ始めた。販売個数が増えた。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・例年、1～2月の消費動向は厳しくなるが、年度末の3月は期待できる。計画通りの原料調達と鳥インフルエンザの発生がないことを祈りたい。円安で輸入品は品薄になっており、国内生産も飼料の餌などの値上がりで生産が増えない。この状況から、2015年前半は品薄で、販売が期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・年末の売上は、今のところ例年並みである。他企業もそれなりに頑張っているように見える。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今後は新製品の動向が鍵を握るが、その商品自体がつかめないう状態である。
		鉄鋼業（経営者）	・新規契約、販売量ともに減少している。とにかく分譲マンションなど鉄筋造の新規着工物件が激減している。取引先の鉄筋加工業者を訪問しても、一時期の繁忙さはない。当分の間、販売量の増加は期待できない。
		金属製品製造業（事業統括）	・例年、年度末までは生産が多い。今年だけの傾向ではないので、変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの担当者の話から、2～3か月先の予定がつかめないというのが現状である。景気が良くなる実感がないのが残念である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注量の変動が激しく、良くなるか悪くなるかどちらとも言えない状態にある。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・輸出車両の生産台数が安定しており、特に増産する計画もない。
		通信業（職員）	・部門内の受注は伸びていないが、当社全体の受注は年度末予想で昨年度を上回っている。
		金融業（従業員）	・今後、企業活動においても個人消費においても大きな変化はない。
		金融業（営業）	・製造業は好調を維持するが、今より良くなるとまでは言えない。円安の影響で材料費の高騰が懸念されるが、輸出の増加や原油価格の下落等の影響もあり、全体としては現状維持程度と考える。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいで推移し、今後も継続する。
		新聞社（広告）（担当者）	・旅行広告の出稿は減少傾向のまま回復の兆しがみえず、通販や食品、飲料業界の出稿で前年並みになる見込みである。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込受注枚数は相変わらず長期低落傾向にある。消費税の再増税が延期されたことにより、消費マインドが改善するのかもしれないが、今のところ変化はみられない。総選挙によりアベノミクスが信任されたが、我々業界への恩恵はない。
		経営コンサルタント	・急速に変化はしない。皆努力しているようだが成果に結びついていない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数、受注見通しに大きな変化がない。
		その他サービス業 [物品リース]（支社長）	・4月以降の設備投資情報が多く、恐らく変わらない状況である。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費が落ち込む時期なので仕方ない。
		建設業（社員）	・建築の民間工事はあるが、土木工事が皆無のようだ。公共工事の下請の発注も少ないが、得意・不得意や利益率などを考慮しなければ赤字につながるのでは、業者は慎重にならざるを得ず、不調不落が多くなっている。
		広告代理店（従業員）	・全体の需要が減っている。

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
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・税収の不足から調査や計画、建設に関わる業務の発注が減少することが予測される。また、地方自治体では、国から課せられた調査や計画策定が当面なく、予算措置をしないことから発注が減少すると予測される。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・人材確保の企業間競争により、良い人材を確保できない企業は没落することになる。行政は、あまねく中小企業を守るのではなく選択と集中に移るべきだ。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人依頼に関して、数か月前までの勢いがなくなった。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税の影響がまだある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・特に好材料は見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙の結果が雇用にどのような影響を及ぼすかみえないが、今後、アベノミクス効果に期待する地場企業も多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の再増税が先送りされ懸念材料はなくなったが、「いづれ上がる」という不安もある。
		職業安定所（職員）	・今後、業況が良くなると予想する企業は少ない。また、資材高騰により利益率が減少した企業がある一方、円安効果により売上が上がった企業もあり、しばらくこのままの状態が続く。
		職業安定所（職員）	・月間求人有効倍率は0.9倍台の後半で推移しており、新規求人が増加する傾向はまだ続くとみられる。
		民間職業紹介機関（社員）	・年始の仕事案件は増加していないが、年度末での派遣終了者が2～3年前ほど多くないのではないかと予想している。
		民間職業紹介機関（支店長）	・製造業、介護関連、小売業での人手不足を反映した需要はあるが価格的に厳しく、事務系、IT系等専門職系の需要が鈍い。
学校〔大学〕（就職支援業務）		・2015年3月卒業者への求人は少なくなり、各企業とも2016年卒業者を対象とした求人活動へ移行している様子である。採用活動時期変更の初年度であるため、企業の動きも慎重にみえる。	
学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人状況はここ数か月変化はなく、企業・施設への聞き取りでも大きな変化はないとの返答が多い。外的なマイナス要因がない限り、求人数という観点からは景気状況に変化がないと考えられる。		
やや悪くなる	○	○	
悪くなる	—	—	

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・寒いとおでんや中華まん、ホットコーヒー等の売上が伸びると予想される。
		観光名所（職員）	・円安で外国人客が増える。
		ゴルフ場（経営者）	・予約状況が、以前の予想を上回っている。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・円安によって、原材料費が高止まりする可能性がある。
		百貨店（営業企画）	・今月の好調を維持できるものと判断している。インバウンド売上の伸びや今後は食品の改装を控えているため、更なる飛躍も期待できる。
		スーパー（販売企画担当）	・円安は続くと報じられているので、単価は下がらないとみられ、その為2～3か月先も同じ様な状況が続くと考えられる。
		コンビニ（経営者）	・1月は新年会の流れで来客数増を見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・以前と比べて、年末の雰囲気は全く無い。客も、購買意欲が感じられない状況が続いている。景気は今のところ良くない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くならなないと変わらないのではないかと。
その他専門店〔楽器〕（経営者）		・閉店した大型店舗が、4月に新しい形態でオープンする。また周辺に新しい観光スポットや大型のホテルもできるので観光客と地元客の増加に期待している。それまではネット販売や顧客へのアプローチで商売していく。	

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
		旅行代理店（マネージャー）	・3か月後には消費税増税から1年経過となるが、中小並びに個人経営などの旅行会社は賃金上昇などの話を聞いたことが無い。
		通信会社（サービス担当）	・市場が成熟し、価格競争などもあり爆発的な伸びは無い。今後は機種変更などの粗利の少ない対応になると考えられる。
		住宅販売会社（代表取締役）	・手持ち受注工事はあるものの、本島中部の大型ショッピングモール建築において内部工事が進捗すると、内部の職人等の不足が懸念される。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・今の政府では景気が上がる要素が見当たらない。また振興予算も削られることもあり、観光客も順調に伸びているとはいえ、消費が活性化するイメージが浮かばない。
		家電量販店（総務担当）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動が出始めている。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現時点の予約状況から推測できる今後2～3か月後の稼働率は、今月より前年同月実績とのマイナス幅が大きくなる見込みである。
		通信会社（店長）	・現在の状態を回復させる要素が無く、このまま春商戦に入るのはないかとみられる。
		住宅販売会社（営業担当）	・来客数が3か月前と比べて40%落ち込んだ。また客単価が低くなっている。住宅促進に直結する税優遇策を拡大検討しても直近では適用されないことから、様子見の客が増えるように思える。
	悪くなる	商店街（代表者）	・那覇市の中心商店街ではお土産関係の店が多くなり、残りは小規模の飲食店になってきている。婦人服等の衣料品関係の苦戦が目立っている状況である。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・平日は地元客の飲食回数が減っているのと、あるいは少人数が、徹底的に安いお店か、少し高めのかどわりの食材、料理のお店に流れている。週末はある程度入客は取れるが、従業員が確保できず、満足な営業ができない状態にある。入店を制限しての営業となり数字が伸びない。
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・引き続き景気の底堅さが続きそうである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末に向け、工事が増える見込みである。
		建設業（経営者）	・引き合い件数が増加傾向にある。
		輸送業（営業）	・人員不足に伴う対処として、待遇見直し求人時の募集条件見直しを行ったことで人件費が高騰し収益が悪化している。ただし、その分の受注価格改定が徐々に進んでいる。
	変わらない	輸送業（代表者）	・全体的には絶好調であるが、那覇空港滑走路増設や大型ショッピングモールなど本島の大型物件に引っ張られ、離島での職人不足の解消は厳しい。
		通信業（営業担当）	・今後も仕事の確保は難しくないとみられる。本土での人材の確保が難しく、沖縄に発注された長期的な大型案件を確保した企業が、人材育成をしながらの人材の確保を行っているという。1人当たりの単価は安価なので景気が良くなると思えないが、雇用は今後も増える傾向にあると思う。
		広告代理店（営業担当）	・基幹産業である観光が好調で、県内消費額が向上し続けると景気の先行きも明るくなるように感じるが、現時点においては不透明な状況にある。
		会計事務所（所長）	・消費税の影響が大きくクローズアップされるなかで、多くの人が消費行動を控えるのではないかとみている。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	求人情報誌製作会社（編集室）	・新年から数か月は求人件数が増える傾向にある。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・これからの求人数等は年明けに増えてくる。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・正規の雇用を中心とした動きが継続するものと予想するので、派遣社員の登録者数をどう増加させていくか思案中である。
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・仕事がありながら人材がいない状況が、今後の社会環境に何らかの影響がでるのではないかと懸念している。
	悪くなる	—	—