

## 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：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)	良くなる やや良くなる	-	-
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・国内景気自体は今後のボーナスの動向によって変わってくるが、依然として日本や北海道を訪れる外国人が増加すると見込まれるため、外国人観光客の購買意欲が売上を下支えする。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・10月後半は売上が非常に落ち込んだが、結果的に月全体では前年比107%ほどとなった。あまり良い動向ではないが、月を通しての売上についてはそこそこ満足できる結果であったことから、3か月後も同様の状態で推移する。
		百貨店(担当者)	・前年は、公共料金の値上げが影響したことで売上が落ち込んだため、その反動による増加が見込まれる。
		スーパー(役員)	・北海道新幹線の開業に向けて、様々なイベントなどの予定があり、人の動きや消費が活発になる。
		衣料品専門店(店長)	・前年の買い控えの反動が今年の購買につながっているケースが多い。全体的に情勢をみると、悪いニュースが多いものの、景気の底打ち感が感じられるため、今後についてはやや良くなる。
		観光型ホテル(スタッフ)	・需要を喚起するコンサート、スポーツイベントの開催により、効率よく予約を獲得できているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店(従業員)	・地元客の旅行需要について、当地は下期が中心となるため、今よりも若干上向き傾向で推移する。
		タクシー運転手	・これから当地は雪のシーズンを迎え、タクシーの利用が増えてくることになる。前月も昼夜にかかわらずタクシー利用が増えているため、これから年末に向けて前年よりも利用客が増えてくる。
		タクシー運転手	・これから寒くなり、年末年始に向かうため、タクシー需要は増えることが見込まれ、2～3か月先はやや良くなる。
	観光名所(従業員)	・今期の外国人観光客の入込が好調であり、今後に向けても特に不安要素は聞こえてこない。当地は2～3か月後にはウインターシーズンを迎えることになるが、冬期は外国人観光客にとっては人気のオンシーズンにもなっているため、このままいけば絶好調の年度となる。	
	美容室(経営者)	・今年は灯油価格がかなり安くなっているため、客に少しゆとり感が出てきている。それに伴って美容関連商材の販売も増加していることから、今後についてはやや良くなる。	
	変わらない	商店街(代表者)	・全体的に上下の格差がますます広がってきている。
		商店街(代表者)	・各種プレミアム付商品券などの効果で客の様子はかなり変わってきている。お土産を空港よりも街のお土産屋で買おうという客が多くなってきている。ただ、北海道物産展を全国各地で乱発していることにより、北海道の商材に対する飽きもみられているのが実情であるため、全体としては変わらない。
		商店街(代表者)	・当地のプレミアム付商品券の使用動向がスローペースであるため、年末にかけての消費拡大が期待できる。一方、外国人観光客が順調に推移するなど、北海道の冬観光への期待もあるが、中国の景気次第の面があり、過去の経験から不安がある。
		百貨店(売場主任)	・長期予報によると、例年と変わらない天候が見込まれることから、今後、コート、ダウンコート、防寒靴などの防寒商材の動きが活発になる。ただ、お歳暮商戦については、中元商戦と同様に非常に厳しい状況が見込まれる。
		百貨店(売場主任)	・季節商材については売上の増加といった強みが出てきているが、商材全体でみると、一部の購入上位の顧客層の買回りがみられるものの、市場全体での好調さまでは感じられない。

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
		百貨店（販売促進担当）	・今後については、前年好調であった外国人観光客による売上の減少が見込まれるものの、その分を地元客による冬物の売上でカバーすることで、全体としては前年並みの売上となる。
		百貨店（販売促進担当）	・天候要因は読みきれないものの、今後も来客数の減少傾向に歯止めがかからないとみられるため、来客数の回復による売上拡大は見込めない。客単価は上昇しているものの、食品から衣料品への買回り客が減少しているため、楽観視できない状況にある。
		スーパー（店長）	・灯油やガソリンの価格が安くなっているが、食品などの値上がりで相殺されている。また、生活の先行きに対する不安があるため、これから年末を控えて、ますます買い控えの傾向が強まる。
		スーパー（店長）	・ＴＰＰによる恩恵が明確ではないため、今後も消費者の購買意欲は上がらない。食品部門は価格による影響もあるものの、客がより上質な商材を求める傾向も出てきている。しかし、衣料品部門や住まい用品部門では、依然として来客数、売上とも前年割れが続いているため、全体としては今後も変わらない。
		スーパー（役員）	・ローカル地域では、高齢化、人口減少が進んでいるため、コンビニエンスストアも含めて新規出店があると、既存店が厳しい状況に陥ることになる。そうした状況下で、価格競争が起きれば、以前のデフレ時のような状況にもなるため、先行きが非常に不安である。
		コンビニ（エリア担当）	・企業が残業や労働時間の見直しを図っているためか、夜間の来客数の減少が続いており、夜のピーク時間帯が短くなってきている。また、以前のように客が浪費することもなくなってきている。
		衣料品専門店（経営者）	・着物の販売は年末年始を控えた今がピークであり、11月には着物の手入れなどの問い合わせが多くなるため、全体としては変わらない。ただ、11月は個展催事を2回開催する予定となっており、チラシ戦略などにより、10月の売上減少分を取り戻すことを期待している。
		衣料品専門店（店員）	・1か月のなかで来客数の波があり、安定しないため、今後についても変わらない。
		家電量販店（店員）	・4KテレビやHDDレコーダーなどへの注目度が上がっているため、年末商戦への期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・依然として、今年投入された新型車を中心に新車の受注が堅調に推移していることに加えて、年末には待望の新型車の発売が予定されているため、今後についても好調なまま変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・今現在、3か月前と比べても伸びはみられないが、今後については新型車効果が期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・年内は現状のまま推移する。これから雪が降り、事故や故障による販売が増えることが見込まれるため、年を越せば少しは盛り返すが、景気が上向いたことで車を買換えようとするわけではないので、景気回復となると難しいのが現状である。
		乗用車販売店（役員）	・現状では、今の状況を大きく変えるような要素が見当たらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・客自身が納得した商材に関しては、高額品問わず購入するようになってきている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油価格が高騰するような要素がないため、今後についても変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・年金の支給額が減少してきたり、将来に向けたさらなる消費税増税が見込まれるなかで、客の消費意欲がどんどん低下してきており、景気が上向く材料が見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・アジア圏からの外国人観光客の増加による好景気がいつまでも続くとは考えにくいいため、消費税増税を前にして、不景気の風が吹き始めることが懸念される。長期的には、ＴＰＰによる関税撤廃などにより輸入食材の価格が安くなりそうのため、現状の材料費の高騰が解消されることを期待している。
		一般レストラン（スタッフ）	・サービス業、飲食業においては、人手の確保が今後に向けての最大の課題となるため、全体的には変わらないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（役員）	・団体客は国内外とも例年並みの予約となっており、10月とさほど変わらない状況で推移する。
		旅行代理店（従業員）	・北海道では、真冬の旅行を控える傾向があるため、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・労働者不足が深刻であり、今後については楽観視できない状況にある。
		通信会社（社員）	・消費税増税に備えて、客のさらなる締め付けが厳しくなる。所得向上に向けた対策もみられないため、冷えたままの現状は今後も変わらない。北海道では、景気好況の風は全く吹いていない。
		観光名所（職員）	・外国人観光客の増加や個人消費が増えているとの報道はよく目にするが、それらは一時的なものであり、肝心の一般市民の消費の活性化や拡大は一向に進んでおらず、そうした実感も全くないことから、今後も変わらない。
		美容室（経営者）	・季節的な要因を除けば、今後に向けて、良くも悪くも変化するような要因が見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・地方の不動産価格が上昇する気配がないことに加えて、証券市場が停滞していることから、今後もこのままの状態が続く。
		住宅販売会社（役員）	・今年度も後半に入り、いよいよ再来年の消費税増税を前にして、客による分譲マンションの物色が本格的に始まるため、分譲マンション市場は多少下支えされることになる。ただし、需要層の所得が幅広く底上げされていない現状では、分譲マンション市場の拡大までは期待できない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・客の可処分所得が減っている状況にあるため、今後も消費にお金が回らない。
		商店街（代表者）	・当商店街では、アーケードが撤去され、街路灯もないため、街が真っ暗であり、これから日も短くなるだけに夜の飲食店への影響が懸念される。来街者からも、夜は怖く、さびしいとのコメントがみられる。
		商店街（代表者）	・10月に入り、燃料代が値上げされており、1リットル当たり10円前後の値上げとなった地域もみられたことから、今後、暖房代の支出が増えることになる。こうした状況が3か月後に改善される見通しもないため、先行きに不安を感じている客が多い。例年、買い控えや出控えをする時期でもあるため、今後の身の回りの景気上昇は見込めない。
		スーパー（企画担当）	・北海道では、実質賃金の伸び悩みが続いており、これから暖房費などの生活コストのかさむ冬場を迎えるため、消費行動が好転する兆しはみられない。
		コンビニ（エリア担当）	・10月の悪天候により、各地の第1次産業に影響が出ており、今後もその影響が続く。特に地方部では売上の低迷が継続することが見込まれる。そうしたなかで競合他社の出店も続いており、食品小売マーケットは厳しい状況となる。
		乗用車販売店（従業員）	・先行き不安により、家電や車などの耐久消費財の買換えが先延ばしされることになる。
		旅行代理店（従業員）	・例年、12～1月は観光業界の閑散期となるが、今年は降雪が早いため、旅行需要の減退が懸念される。ただし、外国人観光客及びビジネス客は比較的堅調に推移する。
		旅行代理店（従業員）	・3か月先の先行き数値が前年と比べて芳しくないため、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・予約件数が前年よりも少ない。秋から冬にかけての観光の問い合わせも減っている。
		パチンコ店（役員）	・建設業はマンションの施工データ改ざん問題の影響などにより、逆風が強くなる。また、北海道の1次産業もTPP合意に伴い、先行きが不透明となっている。一方、観光業界は、依然として人手不足に悩むほどの勢いがあるが、これも外国人観光客に頼っているものであるため、いつまでも効果が続かない。これらのことから、今後についてはやや悪くなる。
		悪くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）

分野	景気の先行き判断	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）	・暴風雪の影響で定置網に被害が生じたことで、さげます漁が終了した地域もあり、今後、漁業関連での作業が減ることになる。また、さんま、いかを始めとした他魚も不漁が続いており、加工場、配送業などにも影響が広がることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・かへの輸入がなくなり、初めて迎える年末であるため、今後については悪くなる。はたて漁で大きな打撃を受けたことも影響することになる。
		タクシー運転手	・好転するような要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・運転手1人当たりの売上は、新しい広告の効果もあり、微増する見通しであるが、前年と比べて社員数が減っているため、会社全体での売上は前年から5%程度落ち込むとみている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・冬に向けて、例年どおり観光の閑散期を迎えるため、今後については悪くなる。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・農産物の豊作が各業種に波及することで、景気浮揚の一助となることを期待している。
(北海道)	変わらない	輸送業（営業担当）	・10月に北海道をおそった台風、爆弾低気圧などにより、収穫中のばれいしょ、デントコーン、秋まき小麦に影響が出ているものの、てん菜、生乳の生産量は前年を上回っているため、全体としては変わらないまま推移する。
		金融業（企画担当）	・外国人観光客の増加が続くことで、観光関連業界は今後も好調に推移する。個人消費については、賞与を含めた所得が小幅な伸びにとどまるものの、ガソリン価格、灯油価格の低下が追い風となり、幾分増加する。建設業界については、公共投資の発注額の減少が続くことから、弱い動きとなる。
		司法書士	・これから冬期に入ってくるなかで、現状からは大きな期待が持てない。
		コピーサービス業（従業員）	・設備投資を抑えている企業が多いことから、今後については変わらない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・引き続き売上は前年割れの状態で推移しているが、やや回復傾向にある。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・今後2～3か月先の売上は、若干減少する見込みとなっている。
		建設業（経営者）	・これから仕掛かり中の工事が随時完了することになる一方で、新規受注が特に公共工事ではほとんど見込めないため、全体として稼働量が縮小することになる。
		建設業（従業員）	・構造計算偽装事件の経験に基づくと、相次ぐ杭工事の施工データの改ざん発覚は分譲マンションなどの新規着工を抑制することにつながり、建設業界全体に短期不況を招くことが懸念される。
		建設業（従業員）	・マンションの施工データ改ざん問題が業界全体のイメージダウンにつながり、今後の展開によっては、好調な民間工事の先行きに影響を与えることが懸念される。
		輸送業（支店長）	・現時点が底であり、今後もこのままの状況で推移するとみられるが、夏場よりも物流量が減ることは間違いない。また、これから物流量が増えるような大型案件も聞かえてこないことから、今後についてはやや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・来年度の計画立案の時期となってきたが、取引先の様子をみると、慎重な計画、見方をしている客先がこれまでよりも増えているため、この先は現状よりもやや悪くなる。
		司法書士	・これから寒い時期を迎えるが、今の原油の価格水準がいつまで続くか不明である。灯油価格が前年よりも値下がりしているが、厳冬期も今の価格のままとは思えないため、景気回復に向けた諸政策が現実味を増さない限り、景気は下向くことになる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・札幌市内の大型案件が収束に向かう予定であるため、一時的ではあれ、仕事量が減ることになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・月を追うごとに大型案件の受注が減っており、それに伴い全体売上も減少することになる。
	悪くなる	-	-
雇用	良くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北海道)	やや良くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・基幹産業である農業の粗生産額が良いことに加えて、病院や合同庁舎の建設が本格稼働することが、今後の採用増に向けての明るい材料となっている。
	変わらない	求人情報誌製作会社 (編集者)	・求人数の動きをみると、これまで多くの業種では、例年と比べて上振れ又は下振れとなることが多く、その振れ幅も大きかったが、夏以降は振れ幅が小さくなってきており、例年並みの動きに収れんしていきそうである。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・人手不足の業界の求人意欲は今後も変わらないが、ほかの業界では景気の様子見状態に入っており、今後の採用に対して慎重な動きとなる。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・現状、有効求人倍率が高くなったものの、アルバイトなどの非正規労働者の募集が多く、求人広告を出稿する企業も、サービスの向上又は現状のサービスを維持するためといった理由が多く、景況感の良さを背景とした募集となっていないため、今後についても変わらない。
		職業安定所(職員)	・建設業で公共事業の減少、小売業で売上の減少がみられることから、今後の動向が懸念される。
		職業安定所(職員)	・求人件数を産業別にみると、卸小売業、宿泊飲食サービス業、医療福祉などの一部産業での求人件数の増加が全体を押し上げており、求職者の減少傾向と相まって、求人倍率が高く推移する傾向が今後も続く。
		職業安定所(職員)	・7～9月の新規求人総数が前年から3.8%減少しており、有効求人数が横ばい状態で推移していることから、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所(職員)	・新規求人数、有効求人数ともに前年比で増加となったが、このまま増加傾向が続くかは不透明である。
	学校[大学](就職担当)	・各企業の採用意欲は引き続き高いものの、未内定の学生の動きが極めて悪い。来年の新卒者の充足に対する企業側の意欲は感じられるが、いつまで採用活動を続けてもらえるのかわからない不安要素も多い。ただ、1月ごろも10月末の状況と大差はないような雰囲気もある。	
やや悪くなる	新聞社[求人広告] (担当者)	・今年に入ってから求人広告が前年を下回る傾向が続いている。この傾向が変わるような要素も見当たらないため、今後も求人広告が漸減することになる。	
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	一般レストラン(経営者)	・飲食業にとっては繁盛期に突入する。忘年会と新年会は業種を問わずに毎年行われるため、よほどのことがない限りは今月よりもはるかに人の流れに期待ができる。二次会、三次会への流れもあるため、断然景気は良くなるとみている。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	・プレミアム付商品券などの消費喚起策は効果があったとみている。少なくとも年末まではこのペースで堅調に推移すると見込んでいる。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・寒さが早まりそうであり、衣料品関係に期待している。
		一般小売店[酒](経営者)	・現在の上昇傾向が続けば、今後も良くなるとみている。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・ほとんどの月で前年を上回っており、今後もこの傾向は続くと思われている。客の買物の様子を見ても1人当たりの買上点数が1～2点ほど多くなっており、財布のひもが大分緩んでいるようである。更にプレミアム付商品券の販売も開始されるため、11～12月は良くなるとみている。
		百貨店(営業担当)	・時計、宝飾品を始めとした高額商材が売れてきており、この傾向は今後も継続するとみている。また、婦人服にも回復の兆しがあるため、主要アイテムであるコートなどの売上が伸びることを期待している。さらに、今年のお中元が徐々に前年の数字を超えたことから、お歳暮についてもトレンドは変わらないとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・12月に地下鉄の新規路線が開通する。人の動きが大きく変わるため、身近な存在であるコンビニにとっては大きなチャンスとなる。
衣料品専門店(経営者)	・土木、建設関連の企業からの防寒着、作業着などの受注が増加している。また、お歳暮の早期受注に期待している。		

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
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災後の2011～2012年にかけて、一気にスーツやコートを作る客が増えた。その後、東北のマーケットは縮小していたが、秋物商材の動きや接客時の客の様子から、そろそろ買換え需要が出てくるのではないかと見込んでいる。そのため、今後は良くなっていくのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・冬季及び年末商品の需要に期待している。
		乗用車販売店（店長）	・通常であれば、年末にかけて新車市場が縮小する時期である。しかし、今年は話題の新型車の投入が控えており、情報待ちをしている客の反応が非常に良い。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始にかけて多少なりとも良くなると見込んでいる。また、来月から2回目のプレミアム付商品券の発売が開始されるため、消費者の購買意欲も高まるのではないかとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・秋冬物が伸びるとみているが、全体的に低価格の商品の動きが多いため、売上を増やすことは難しい。ただし、冬の寒さによってはインナーなどの需要が見込めるため、期待をしている。
		高級レストラン（支配人）	・レストラン業界は11～12月が一番の繁忙期であるので、クリスマスや忘年会シーズンに向けて確実に忙しくなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・11～1月にかけて忘年会や新年会があるので、我々の商売は良くなるとみている。また、人の動きも出てくるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けて人やものが動く時期であるので、必然的に良くなっていくとみている。
		スナック（経営者）	・厳しい月が続いていたが、やっと忘年会シーズンに突入するので、例年には届かないまでも少しは売上が見込めると期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・少しずつではあるが、先行きの予約状況が好転している。
		都市型ホテル（経営者）	・年末年始は、ホテル業や飲食業において最大の売上を担うトップシーズンであるため、予約状況は順調に推移している。
		通信会社（営業担当）	・加入促進キャンペーンの広告展開を年末まで展開する予定であり、当社の放送関連サービスに新規メニューが登場するという内容の記事が、新聞紙面に数回掲載されている。これにより、新規契約者を増加させ、解約者の増加に歯止めをかけることを期待している。そのため、若干ではあるが数字的に改善すると見込んでいる。
		観光名所（職員）	・ここ1～2か月、客の財布のひもが緩んできているように見受けられる。これに伴い、1月からの予約状況は前年同時期と比較しても若干の増加となっている。客単価の上昇とともに来客数の増加が望めるため、売上は若干伸びていくのではないかとみている。
		観光名所（職員）	・冬季の間にイベントを用意しているので、来客数の増加を見込んでいる。
		住宅販売会社（経営者）	・停滞していた物件がまとまりつつあり、受注予定が出てきている。
	変わらない	商店街（代表者）	・ここ最近朝晩の冷え込みが顕著となっており、冬物需要に対する客の動きが活発になってきている。今後、冬物衣料の動きが確実に良くなっていくのではないかと期待がある。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・プレミアム付商品券の期限は12月末までのため、それまでは変わらずに好影響が続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これから年末を迎えるが、季節的な要因を除けば今月と変わらない状況で推移するとみている。また、消費者の購買意欲は非常に冷え切っており、なかなか良い方向には向かっていない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・少子高齢化の進行により高度成長期のような活況は望めないが、むしろ現在の景況感ぐらいが比較的持続可能なのではないかとみている。今後もバランス感覚重視で政策が打たれるのであれば、ここから先に大幅な景気上昇はないとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年の動向からみても、年末にかけてそれほど売上が伸びるとは考えにくい。

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（売場主任）	・中間顧客層は、購買意欲そのものが低下したわけではなく、価格に対してシビアになっているようである。このような購買行動に対する商品提案をしっかりと実施することで、売上は現状を維持できると見込んでいる。
		百貨店（総務担当）	・高所得者以外は良い材料も経済効果もみえにくい状況にある。そのため、しばらくは景気が停滞した状況が続くとみている。
		百貨店（営業担当）	・地方は個人所得が上がる見込みが少なく、消費拡大への望みは薄い。
		百貨店（買付担当）	・カテゴリーによって多少波があるものの、全体的な購買状況に大きな変化はないとみている。
		百貨店（売場担当）	・現在のトレンドのままでは、2～3か月先に何かが大きく変わるようなことはない。むしろ、消費税率10%への引上げを控えて、更に客の買い控えや無駄なものを買わない傾向が強まっていくとみている。
		百貨店（経営者）	・消費の流れをみても地方生活者の収入が増えている実感はない。年末年始の消費にも、切り詰めるアイテム、ぜいたくをするアイテムの販売量の差が明確に出てくるのではないが。また、地下鉄新路線の開業には期待をしているが、全体として変化はないとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税率10%への引上げまでは、大きな景気変動は起こりにくいとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税増税以降、来客数の減少傾向や必要なものだけを購入するという流れに変化がみられない。また、プレミアム付商品券もデリー性が高い場所で使用されることが多く、地元商店街に対する需要喚起は現在のところ限定的である。
		スーパー（経営者）	・景気に停滞感がある。
		スーパー（経営者）	・11月は最低賃金の引上げや大手企業の賞与増額が期待されており、消費環境が改善されることを見込んでいる。また、来客数も回復傾向にあるため期待したいが、客は必要なものしか購入しないので、消費の動向としてはもうしばらく現状と同様に推移していくとみている。
		スーパー（店長）	・メディアに取り上げられた商品などに興味を示す客は多いが、買物には慎重であり、客単価は全く上昇していない。このような状況は今後も続くとみている。
		スーパー（店長）	・消費税率10%への引上げが控えており、現在の景気の悪さはまだまだ続くとみている。
		スーパー（総務担当）	・原油価格は安値が続いており、冬を迎える北国にとっては好材料である。一方、中国の景気低迷による株値の値動きは予断を許さない状況である。これらを勘案すると、景気自体は大きく変わらないのではないかとみている。
		スーパー（営業担当）	・東北地方は今後灯油の最需要期に入る。確定要素ではないものの、現状のまま価格が安定していれば、その分他の支出にまわるとみている。
		スーパー（営業担当）	・地方においては、景気対策による回復が実感できない。また、TPP交渉の結果により農業団体からの不満も出てきており、先行きに不透明感が見受けられている。
		コンビニ（エリア担当）	・競争が激しくなるなかで、消費も上向いていない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の動きが変化するような兆しがみられない。
		コンビニ（エリア担当）	・年末に向けて大きな売上変化の要因がないため、このまま安定傾向で推移するとみている。
		コンビニ（店長）	・景気が良くなるような要因は見当たらず、低価格志向に変化はないとみている。ただし、年末にかけての消費者の動向の変化や、地下鉄開業による人の流れの変化によって、地域間で大きく格差が出てくるのではないかとみている。また、ガソリン価格などが低下しているため、消費に少しでもお金が回ってくることを期待している。
		コンビニ（店長）	・当店では毎年変化するトレンドや消費ニーズに敏感に反応しているが、販売量は前年並みの推移である。そのため、景気は大きく変わらずにほぼ現状のまま進んでいくものとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・購買に至るまでの接客時間が長くなっている。買物に対する意識がますます慎重になっており、厳しい状況は続くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(店長)	・暦どおりに気温が推移すれば、冬物商材が動き出して売上が回復していくとみている。ただし、季節全体でみた場合は、暖冬により季節商材の動きが鈍くなることも見込まれる。
		衣料品専門店(店長)	・客は買物に対して一層慎重な動きをみせており、その様子からも、景気の回復は実感できない。
		衣料品専門店(総務担当)	・アベノミクスにより、都市部の一部業種において一時的に景気回復の兆しがあったが、地方においてはそれすらない状況が続いている。将来の景気についても消費税率10%への引上げもあり、良くなるとは考えにくい。いかに前年の数字を確保するかで必死である。
		家電量販店(店長)	・前月から来客数の推移に変化がないため、今後も同様の動きになるとみている。
		家電量販店(従業員)	・今月は来客数、売上共に好調に推移している。気温に影響を受けやすい時期ではあるが、今後もこの状況が続くと見込んでいる。
		乗用車販売店(経営者)	・年内において販売量が上向く材料が見当たらない。
		乗用車販売店(経営者)	・初売りなどのイベントにより多少は良くなるとみている。しかし、総じて明るい材料は少ない。
		乗用車販売店(従業員)	・客は、結構長い年月を修理しながら我慢して車に乗っている。このような状況はしばらく続くとみている。
		乗用車販売店(従業員)	・この2～3か月で新規の来客数が増えるということは到底ありえないことなので、景気も変わらないとみている。
		住関連専門店(経営者)	・新築物件が回復すれば耐久消費財である家具も動くともみているが、今はなかなか家具にお金をかける状況ではなく、客は低価格の商材を買い集めている。当社は高級品の家具を扱っているため、多く販売できない状況である。
		住関連専門店(経営者)	・大企業などは給料の増額により収入が増えているといわれているが、自分の周りでは逆に収入が減っている人が多い。さらに、生鮮食品などの大幅な値上がりによって家計が圧迫されており、買物を控えている人が多い。今後景気が向上するとはとても考えにくい。
		その他専門店[酒](経営者)	・年末年始は大雪などの影響がなければ例年並みに推移するとみている。しかし、消費者は飲食店やお酒に予算を割かなくなってきたおり、対策が必要である。
		その他専門店[靴](従業員)	・今年は暖冬になるという予報のため、冬物商材が動かないのではないかと心配している。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	・軽油に関しては復興関連の需要が引き続き増加しており、3か月先まで順調に受注が見込めている。灯油に関しては、寒波の訪れに大きく左右されるため先行きは不透明である。ただし、トータルとして現状維持となる見通しである。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	・原油相場や為替に大きな動きはなく、販売価格についても同様であると見込んでいる。そのため、大きな景気の変化もないとみている。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・景気が好転するような要素が見当たらない。
		高級レストラン(支配人)	・予約状況は例年並みで推移している。今後も同様の動きが継続するとみている。
		一般レストラン(経営者)	・今後、アベノミクスがどのような政策を打ち出すのかによるのではないかと。株価も上昇してきており、景気浮揚に期待したいが、今のところは変わらないとみている。
		観光型旅館(経営者)	・TPP、消費税率10%への引上げ、マイナンバーなど、混乱要因は多いものの、安定する要因は見当たらない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・これからは、冬に向けて忘年会や歳末のイベントがあるくらいであり、大きなイベントがない。また、今後は北陸新幹線から青森～北海道新幹線へ人は流れていくため、当県に立ち寄る人は減少していく。さらに、人口減少の影響により、駅前の歓楽街で飲み歩く客も減ってきており、非常に厳しい状況になるとみている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・個人利用、法人利用共にほぼ前年並みで推移しており、来月以降の予約も同様の状況であると見込んでいる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・良くな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
		旅行代理店（従業員）	・予約の問い合わせはあるものの、インバウンドの影響もあり、宿泊の手配が困難になっている。予約が取りにくく売上につながらない状態が今後も続く見通しである。
		タクシー運転手	・現在の景気が良い状態が続くのではないかと。乗客からは不景気な話を聞くことは全くない。これから当市では地下鉄の新規路線が開通するし、良くなるのではないかと。タクシー業界の売上も落ち着いてきている。
		通信会社（営業担当）	・今後、景気が向上するような材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・今後2～3か月で景気が好転するような材料に乏しい。
		テーマパーク（職員）	・低単価商材は比較的人気があるが、高単価商材は品質が良くてもなかなか購入する客が少ない。そのため、前年と比較しても購入単価が上向いていない。このような状況はしばらく続くともみている。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフに向かうが、12月には地下鉄新路線開通のイベントを計画しており、来春に向けて盛り上げを図る予定である。
		競艇場（職員）	・現在の来客数は固定客のみである。新規客の来場促進が行われないうちにも変化しないが、2～3か月先にそのような動きは見込めないため、現在の状況が続くとみている。
		美容室（経営者）	・来客数の動きは、前年と比較してもほぼ一定の推移をみせている。また、シャンプーなどの中身を減らして単価を維持している状況である。物価的に安くなったものもあれば高くなったものもあり、さほど景気が良くなっている実感はない。今後も同じような状況がしばらく続くともみている。
		美容室（経営者）	・客との会話からも、依然として好況感がうかがえない状態が続いている。
		設計事務所（経営者）	・仕事を持ち込む客はいるが、そのうちどれくらい決まるかはわからない状況である。いまだに資材の単価が高く、また、職人が足りずに予定通りに仕事を進めることができない様子である。そのことが図面を書く仕事にも影響している。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	・エコポイントの反動減により、窓工事の受付件数が伸びていない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・T P Pの問題もあるが、少なくとも小売業の体質は昔とほとんど変わっておらず、構造改革が叫ばれてもなかなか前には進まない。そのため、この苦境がまだまだ続くとも考えるのが正しい見通しなのではないかと。
		商店街（代表者）	・農家の収穫時期に合わせてえびず講セールが行なわれるが、徐々に規模が縮小されている。また、年末年始セールに一本化するなど、商店街の販売促進に向けてのパワーが弱体化してきている。
		スーパー（経営者）	・商品の値上げが続いているが、価格への転嫁が厳しく利益を圧迫している。さらに、人件費の増加や人手不足による経費の増加もあるため、先行きはあまり良くない状況である。
		スーパー（店長）	・当地のプレミアム付商品券の利用期限は今月限りである。今のところ来月以降の景気浮揚策が見当たらないため、景気減退を心配している。
		コンビニ（経営者）	・客単価、買上点数共に横ばい状態を維持しているが、来客数が伸びなければ、年末商戦前の11月には期待が持てない。また、単価の高いたばこは一貫して販売量が減少しており、もはや回復は見込めない状態であるため、売上への影響は大きいともみている。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災後から地元の人口は減少し続けている。そのため売上も増えず、客の動きもかなり悪くなってきている。東京近郊は良くなっているようだが、田舎になればなるほど給料が上がらないため、状況は悪くなっている。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店激化により、売上は減少する一方である。
		コンビニ（エリア担当）	・人口減少に関しては改善のしようがない。競合他社からの顧客の奪い取りが必要であるが、競争環境が変化するには年明け以降を待たなければならないため、厳しい年の瀬を迎えることが現実的となっている。
		コンビニ（店長）	・毎年のことながら、除雪費、光熱費の増加、売上の減少などにより、冬場は苦勞するとみている。
		家電量販店（店長）	・プレミアム付商品券の利用も一段落し、来客数が減少してきている。
		乗用車販売店（経営者）	・株安傾向や消費税率10%への引上げ、また、T P Pの心理的な影響により、先行きは不透明である。

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
		乗用車販売店（店長）	・11～12月は、客の動き及び販売量が1年を通して最も悪くなる時期である。
		住関連専門店（経営者）	・近隣の店舗が閉店しており、商店街が閑散としている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・原料高が価格に転嫁されてきているため、今後は消費者の財布のひもが固くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・この国全体の景気としては良くも悪くもなっていないが、業種、業態によってはかなり厳しい。また、レストラン業においては長く景気が低迷しており、忘れ去られているのではないかと危惧するほどに見通しが立っていない状態である。
		観光型ホテル（経営者）	・イベントなどの状況にもよるが、当地の冬季の商品価値は温泉メインのため、新年に入ってからからの入込は特に厳しい状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約に関しては前月から伸び悩んでいる。年明けの予約はある程度受注しているが、年内の予約が止まり始めており、今月は明らかに停滞している。上向きであったフリー客の来客数も下降気味であり、客の動きからも、先行きが改善するような兆しはみえていない。
		旅行代理店（経営者）	・これから高校の修学旅行のピークを迎えるが、貸切バス代の見直しにより利益が圧迫されている状況が一部で見受けられる。その分前年と比べると悪くなるのではないかと。
		旅行代理店（店長）	・先行受注が伸び悩んでおり、大型案件も減少している。
		タクシー運転手	・これから師走を控えて、ますます客の財布のひもは固くなっていく。更にその先には消費税率10%への引上げがある。
		タクシー運転手	・客からは節約している様子が見え始める。また、T P P や消費税率10%への引上げの話が良く出ており、客は萎縮しているように見受けられる。これでは景気は良くなる見込みはない。
		通信会社（営業担当）	・大手企業の半導体部門売却のニュースを聞いて、大手企業のリストラが増えるのではないかと懸念している。また、家電メーカーが衰退し、日本経済に新たな困難が発生するのではないかと。
		通信会社（営業担当）	・コスト削減の要求が多く、原材料費の値上げ分を製品価格に転嫁できないとの話を聞いている。そのため、建設業以外は厳しいのではないかと。
		遊園地（経営者）	・冬期間に入るため、観光客、団体客、一般客の需要が減少するとみている。
		美容室（経営者）	・エステなども、ショッピングセンターに入っているリフレサロンにどんどん客を取られている。料金の見直しをしないと客は戻ってこないが、場所的にもショッピングセンターの利便性にはかなわない。
悪くなる		商店街（代表者）	・当店も含めて周辺の店舗では消費が止まっており、先行きが楽観できない。街なかの交通量も少なくなっており、先行きはかなり悪くなるとみて間違いない。
		衣料品専門店（経営者）	・毎年、年末から年明けの間はほとんど仕事がない状態となる。
		衣料品専門店（経営者）	・年金なども減ってきており、先行きが明るくなるような要因がない。
		高級レストラン（経営者）	・景気が上向きになるような要素は見当たらない。
		観光型旅館（スタッフ）	・プレミアム付旅行券などの助成も終了し、客が動かない冬の時期はどうしてもマイナスとなる。マイナス要因を打ち消すことは難しく、状況が好転することは期待できない。
企業 動向 関連  (東北)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（総務担当）	・お歳暮シーズンなどの需要期を迎えるため、今後は販売量の増加が見込まれている。また、実質賃金の改善を背景に、緩やかではあるものの個人消費が改善するものとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・今後は、住宅部材の需給バランスがとれて、製品の収益性が改善していくとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末に向けて動きがあるため期待している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残高は2か月連続でプラスとなっている。印刷需要が上向いてきており、景気はやや良くなるのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災後、電力系クライアントの宣伝広告費が圧縮されて発注が大幅に減っていたが、ようやく広告費が使えるようになってきているように見受けられる、来期の案件の話も出てきているため期待ができる。
		コピーサービス業（従業員）	・マイナンバー関連の商材を取り扱っており、セミナーを開催すると常に満員御礼の状態となっている。各社とも準備不足のようであり、これから具体的な対策を講じるところが多いと見込まれるため、特需を期待している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・なしの販売単価は例年並みであったが、ももの収入が2割ほど良かったので、その分余裕をもって生産資材にまわすことができている。
		食料品製造業（経営者）	・来月からお歳暮の時期となるが、特に客単価が上がっているわけでもないため、売上は前年と同様に推移するとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・主力商品の販売量減少傾向を覆せるような要因が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・店頭売行きが良くない状態が続くとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・依然として受注量の改善がみられずに横ばい状態が続いている。先行きに関する情報からも、大きく変動するとは考えにくい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・当面はそれほど変わらずに推移するとみている。しかし、中長期的な景気に対して不安を抱いている取引先が多く、年度末にはどうなっているかわからないという声が多い。
		建設業（経営者）	・現在の景気はやや良いものの、将来的な不安要素として、物価の上昇などから消費者に節約傾向が出てくるとみている。
		建設業（従業員）	・国の補正予算の付き方次第ではあるが、現時点では大型案件の多数出件が見込めない状況になりつつある。
		建設業（企画担当）	・年度内は現状のままで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・顧客ニーズにこたえていくためには、日ごろからの継続的な営業活動が必要である。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		広告代理店（経営者）	・前年の落ち込みからはやや持ち直しているが、3か月前と比較しても大きな動きはみられていないため、今後も同じような状況で推移していくとみている。
	公認会計士	・建設関係はあと1～2年程度は好調を維持できそうであるが、小売関係は不透明である。ただし、当面はこのままの状況で推移するとみている。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年内の値上げは7～8割ぐらいいは終わっているが、年末までに更に値上がりがあると商品の流通がままならなくなるのではないかと。大企業は別として小規模企業はみんな苦戦している現状であり、景気の上向きとは程遠い。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・先行きの不安感を払しょくし、消費を促すようなポジティブな情報があまりみられていない。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・印刷物の低価格化と数量減少が進み、1件当たりの売上が低下していくとみている。仮に受注件数が前年並みを維持しても、利益は出にくい状況にある。また、実際に業界の中堅企業では自社所有の土地建物を売却したところも出てきている。	
	金属工業協同組合（職員）	・依然として、受注増加につながるような案件などの良い話は聞こえてこない。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・TPPの大筋合意により、今後の農産物価格は予断を許さない状況にある。	
	土石製品製造販売（従業員）	・冬期間中は工事車両の燃料費がかさむ。また、雪が降れば工事の予定が大幅に遅れたりすることが見込まれる。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体価格下落の影響が徐々に給与に表れてくる見通しである。今までは臨時給与などで想定以上に好景気だったといえるが、それでも比較して考えるとやや悪くなると言わざるを得ない。	
	輸送業（経営者）	・主要荷主からの値下げ要請を受け入れたため、来年3月までは厳しい状況になる。そのため、それに対応した経営にならざるを得ない。	
	輸送業（従業員）	・季節物の出荷が一段落するため、先行きはやや悪くなるとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（広報担当）	・スマホなど、モバイル関連の製造業者の動きが鈍くなりつつあるため、全体に影響することを懸念している。
		広告業協会（役員）	・今後は年末、初売りなどの出稿に期待をしているが、現在の状況からは良くなるとは考えにくい。
		経営コンサルタント	・国の景気浮揚策の効果が実感できない。
		司法書士	・前年と比較しても当地登記所の受付件数が2割程度減少しており、不動産取引の低迷が目立っている。
	悪くなる		
雇用 関連  (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・しばらくは復興に向けて動くともみている。
		職業安定所（職員）	・平成27年9月の有効求人数は引き続き好調である。また、有効求人倍率は8月の1.47倍よりも0.03ポイント上昇して1.50倍となり、平成27年度では最も高い数値となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・来春向けの生産が増加傾向であり、求人に影響があるとみている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・大学卒業者の採用を実施している企業は、今年の大学4年生を採用しながらも、大学3年生に向けてのインターンシップや、来期の企画について積極的に動いている。また、今の3年生に向けて採用活動を開始している企業が多くなってきており、インターンシップを実施する企業は前年以上に増えている。
		人材派遣会社（社員）	・今後も新規登録者数の増加は見込めない状況である。
		人材派遣会社（社員）	・業種業態、雇用形態、地域による格差を原因とした採用困難状況の改善は見込まれず、今後も景気改善への足かせになるものとみている。
		人材派遣会社（社員）	・景気にとって良い要素はあるが、不安要素もあるため、積極的な動きはないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方創生のためにプレミアム付商品券などが実施されているが、活用されていないなど、まだまだ景気の浮揚策が地方に波及していないという現実がある。当市に関しては地下鉄開業などによる期待感はあるが、それを差し引いても景気が上向きになるとは考えにくい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・事業拡大に伴う介護職の求人広告が目につくが、全体的な増加傾向には至っていない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が増加し、新規求職者数が減少する傾向は今後も続くとみている。ただし、景気が上向きような要因は見当たらない。	
	職業安定所（職員）	・不人気な業種からの求人はあるものの、募集条件の賃金が上昇していない状況が続いている。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数は減少しているが、それ以上に新規求職者数も減少しているため、有効求人倍率は1.4倍台と高止まりが続いている。	
	職業安定所（職員）	・人手不足が続いている状況に変わりはない。また、目立った人員整理の情報もないため求人数、求職者数共に減少傾向が続くとみている。	
	職業安定所（職員）	・求人の状態はここ数か月と変わらず増加の傾向にある。また、現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出や大規模な人員整理の情報はない。求人の好調感はあるものの、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられず、内容としても、正社員求人は増加傾向にあるものの、有期雇用の非正規求人割合も一定数存在するため、景気が大きく改善する印象はない。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年比は増加、減少を繰り返しており、今後もこのような動きが続くとみている。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・改正派遣法の迷走のため、派遣契約を前倒して派遣先企業が直接雇用する事象が発生している。この影響は今後2～3か月先まで引きずるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税率10%への引上げで、景況感が悪くなると警戒している企業が多い。
		職業安定所（職員）	・求人数の状況は高止まりのまま大きな変化はみられない。ただし、求職者数、就職者数共に、前年比の縮小傾向が続いている。

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

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北関東)	良くなる	商店街（代表者） コンビニ（経営者）	・大河ドラマ効果が予想以上にありそうで、期待できる。 ・年末に向け来客数が多くなり、高単価な商品を扱うようになる。客単価は上昇し、客の動きも活発になるため、景気は良くなる。
	やや良くなる	百貨店（店長） スーパー（総務担当） スーパー（副店長） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） 自動車備品販売店（経営者） 観光型ホテル（経営者） 都市型ホテル（スタッフ） 通信会社（営業担当） その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・年末商戦に期待している。 ・ようやく気温が下がってきて、今後も気温の低下により衣料品中心に売上が伸びてくる。来客数も伸びてきており、数値も上がってくる。 ・冬のボーナス支給時期となり、購買意欲が高まると予想する。雪の多い地域のため、灯油価格が現状程度だと大分助かるのではないかと期待している。 ・気温が低くなり、朝晩も寒くなってきたため、温かい物、特におでん類が非常に売れてきている。おでんのキャンペーンでも当店は、トップクラスに入っているため、非常に良くなる。 ・年末年始に向けて、少しは良くなる。 ・年末、クリスマス、おせち、それにお歳暮など、いろいろイベント関連の商品が、盛りだくさんなので、何もイベントのなかった10月と比べると、大分活気が出て、来客数、売上共に増えるのではないかと期待している。 ・長い間、車両の買い控えが続いていた。最近になり、それが少し緩み、特にここ数か月間は、客は消費税増税の意識があり、前倒して販売効果が上がっている。ただし、消費税増税後は、大変心配である。 ・忘年会の受注等が好調である。例年通り1月は非常に悪いが、それは季節的な問題であり、景気というよりは業界の慣例である。総じて景気は上向きである。 ・景気というよりは、忘新年会の月となるため、今まで以上に売上を伸ばしたい。1年間で一番の繁忙期になるため現在よりは売上は多くなるが、前年並かどうか、今後営業努力をしていきたい。 ・年末商戦等、景気回復による消費意欲が高まる傾向にある現状では、何らかのきっかけさえあれば消費意欲の更なる助長が期待できる。 ・冬は高齢者が、トイレや風呂で亡くなるケースが増えてくる。また、高齢者を抱えている方たちのうち、葬儀費用を抑えたいと思う人が増えてきている。
	変わらない	商店街（代表者） 一般小売店〔精肉〕（経営者） 一般小売店〔家電〕（経営者） 一般小売店〔青果〕（店長） 百貨店（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（販売促進担当）	・製造業の人に聞いても、受注は今までと同様とのことである。駅前通りの商店街であるが、どこの店も変わるような様子は見当たらない。 ・当地は他の地域と同じように、高齢化社会になってきている。お金を持っている高齢者が安心して生活できる施策があれば、十分お金を使ってくれるだろうが、なかなかそう簡単ではない。来月の 特区というイベントや、プレミアム付商品券の活用を期待しているが、難しい。 ・商品価格が全体に上昇傾向にあり、客は必要に迫られての購入となる傾向が続いている。販売価格の上昇で、売上が増加しても利益率の上昇は期待できない。 ・ここ数か月悪いまま、変わらずに推移しており、この流れが続くのではないかと。 ・ボーナスは若干プラスの支給が見込まれるため、良くなるとは思わないものの、現状維持はできる。 ・本格的な冬物商戦に突入するが、コート類等の高額品が中心となるため、買換え需要を待つしかない。また、お歳暮ギフトの売上も年々減少しており、状況は今後も変わらない。 ・お歳暮ギフト、クリスマス、年末商戦に突入するが、特に年々縮小傾向にあるお歳暮ギフトは懸念材料である。また、地方では冬期賞与の増額といった明るい話題もなく、現状の景気で推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（副店長）	・乗客数は減らないものの、それ以外には特に良くなる要素は見当たらない。軽減税率の話題をきっかけに、いよいよ再増税か、という緊縮ムードが心配である。
		スーパー（経営者）	・傾向としては上期よりも厳しくなりそうである。
		スーパー（統括）	・野菜は高値予想であったが平年並みに戻り安定し、豚肉も戻っている。一方で、牛肉、鶏肉は相変わらず高値で推移しており、買い控えの要因の一つとなっているため、加工食品の値上げとともに生活防衛意識を高めていくとみられる。
		コンビニ（経営者）	・来客数は少し増加しているものの、単価は下がっている。
		コンビニ（店長）	・年末年始に向けて予約受付が始まっているが、現在の状況から推測される、最終効果はあまり期待できない。変わらなければよし、としなければならないだろう。
		コンビニ（店長）	・このところ、特別大きな工事が近隣で行われる予定はなく、大きく変わることはないだろう。また、新店等の話も今のところないため、あまり変わらない。
		衣料品専門店（統括）	・この時期で、夏から始まったお祭り時期が終わる。これからは通常の商売に戻るが、あまり景気が良くなる可能性は少ないとみている。祭りを振り返ってみると、若い人達の購買意欲が少し低かったようである。
		家電量販店（店長）	・景気がニュートラルな感じである。テレビ、冷蔵庫、洗濯機、季節商材であるエアコン等が、大きく売れないと下向きになりそうである。また、パソコンや携帯電話端末、スマートフォンなどが前年比で、約90%であることも材料として悪い。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス時期が近づくものの、客の購買意欲はわいていないようである。
		乗用車販売店（経営者）	・当地の基幹産業である製造業の企業では、業種により差はあるものの仕事量が減少傾向で、車両販売に影響が出そうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・長年の固定客に支えられて、毎月なんとか数字を合わせて乗り切っているが、減ることはあっても増えることのない自動車ユーザーに、現状維持が精一杯である。
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3か月先もそれほど極端に良くなるとは思わない。先日の大きな台風の影響で、道路もまだ完全には修復していないうえ、当県の温泉地の旅館関係も、来客数がいまだに前年並みに戻っていないため、これから年末にかけてもさほど、景気は上向きにならない。
		住関連専門店（経営者）	・具体的に有力な経済政策はないようである。逆にマイナンバー制度の導入や消費税再増税等に関する報道により、消費者の消費に対する根拠のない警戒感が強まっている。
		住関連専門店（店長）	・近隣に競合店が開店予定のため、売上の減少が気がかりである。客は安い商品に集中する傾向が顕著である。
		住関連専門店（仕入担当）	・消費税再増税時の軽減税率等の報道で、消費者は嫌でも先に控える再増税を意識せざるを得ない。今後も慎重な消費がしばらく続く。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・朝夕の冷え込みだけでなく、日中も寒い季節に向かうため、例年燃料使用量は増加傾向になる時期である。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券で飲食する客があり、プレミアム付商品券効果がみられる。
		一般レストラン（経営者）	・なかなか地方まで景気の良い波は、まだ届かないようである。そのため地方の、特に外食業界は良くないような気がする。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始は例年並みに売上は伸びると考えているが、季節要因以外にプラスになりそうな要素はそれほどない。また、明らかにマイナスになる要素も思い当たらず、景気は変わらない。
		スナック（経営者）	・夏前は結構良かったが、急に落ち込みその理由がよく分からない。もうしばらく様子を見たい。
		スナック（経営者）	・変わらないとしたが、これ以上悪くならないように、という消極的な考えである。本当に地方は良くない。
		観光型旅館（経営者）	・冬季の営業が年々良くない。これはマイナス影響だが、社会全体の景気が少し回復しているため、その分プラスの影響があり、プラスマイナスゼロと予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年明けの客数の伸びがまだ弱いと、今後1か月の動きを見極めたい。
		都市型ホテル（副支配人）	・年内に関しては堅調な流れのまま推移するとみるが、12月以降閑散期を迎えることを考慮すると、現状と変わらない。

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
		旅行代理店（所長）	・これから冬季に向かい、乗客は減少する。冬季のイベントなども実施しながら、自治体も含めて客の誘致を行うものの、その規模も縮小され、どれだけの効果が見込めるのか心配である。
		旅行代理店（従業員）	・消費が増える傾向は見られない。
		旅行代理店（副支店長）	・年末年始の受注は例年通りで、団体旅行の受注も、ほぼ前年並みである。海外旅行については若干、受注が落ち込み気味ではあるが、それほどではないので、現状大きく変わることはない。
		旅行代理店（営業担当）	・冬季は販売量が減少するものの、年末年始の旅行需要でカバーできるため、ほぼ変わらない。
		タクシー運転手	・地方のタクシーは、利用客が増えそうにない。
		タクシー運転手	・ここ数か月の売上は前年比、101～102%程度で落ち着いているが、夜の動きは少なくなっている。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きは良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・高齢者の生活不安などから、今後も解約が続くとみている。
		通信会社（経営者）	・当地の景気判断は良くも悪くもなく、流れに任せているようである。もっと刺激がほしい。
		遊園地（職員）	・引き続き国内観光客の動きは鈍いものの、インバウンド客数が順調に増えている状態に変わりはない。
		ゴルフ場（支配人）	・平日来場の高齢者が相変わらず目立つ。年金受給者の客も多く、料金値引きの依頼も多い。料金の安い企画コンペに客が集中している。
		ゴルフ場（総務部長）	・冬は寒いため、例年来客数は減少傾向となり、景気よりも天候に左右される。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上が、ほぼ前年並みで推移している。
		美容室（経営者）	・最近、美容やおしゃれにお金をかけない人が少しずつ増えている。季節のファッションにあまり気を遣わない客が増えているため、これから先はあまり良くならない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・年末に向けても買い控え傾向や、買い回り時間の早い引けが予想される。そのため、駐車場利用時間等も、今までどおり短時間とみられるため、変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・経営が順調な企業も一部あるが、景気悪化の報道も多く全体の状況は変わらない。
		設計事務所（所長）	・年度末の忙しさに追われ、十分な受注対応が出来ないような気がする。
		住宅販売会社（経営者）	・マンション問題がどのような解決に向かうかにより、悪くなることも考えられる。
		住宅販売会社（経営者）	・最近では物件の問い合わせが、ほとんどなくなっている。土地はもちろんだが、貸店舗、貸家、アパート等についても、同様であり、現状、引き合いがほとんどない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券の利用は販売月のみでこのところは、全くない。身の回り品の値上がりが大きく響いており、100円ショップへの客の流れが目立っている。
		商店街（代表者）	・毎年、11～12月になると良くはないので、悪くなると考えるが、今年も同じような状況になる。
		百貨店（店長）	・売上が停滞している。客の購買行動が慎重である。
		スーパー（商品部担当）	・1店舗改装を行ったものの、競合店の出店影響が予想されている。また、プレミアム付商品券の使用は、ほぼ終了したと考えられる回収状況である。
		コンビニ（経営者）	・競合店が増えたため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・今後2～3か月という、年末年始をはさむ話になるが、やはり、生活第一という観点から、食料品、生活必需品に関しては、抑えながらも消費はそのまま続くと思うが、当店のような婦人服に限れば、明るい材料が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・比較的景気が良いと言われている当地も、何となく活気がトーンダウンしたようである。安全保障関連法案の強行採決、TPP大筋合意など、将来を考えると国民は、やりきれない気分が高まっていると思うのは考えすぎなのだろうか。
		乗用車販売店（管理担当）	・消費者は、必要最小限しか使わない。社会保険料負担は増加するものの、収入は減る一方である。公務員は人事院勧告で給与を増額させるようだが、国の歳入が減るなかでの給与増額はいかになものか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般レストラン（経営者）	・当県の企業、店舗がまだかなりの割合で赤字経営のため、盛り上がりは感じられない。家計もかなり苦しいため、大きな回復は期待できない。	
		タクシー（役員）	・客足から予想すると、やや悪くなる。	
		通信会社（社員）	・販売にかける経費が急増している。	
		観光名所（職員）	・来客数増加により売上も比較的好調に推移した今シーズンは、来月で終了する。観光事業が多くを占める当地の性質上、繁閑の差は激しい。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・客の動向に良い方向への変化は見られない。暮らしの安心、安全や快適よりも、収入不足な財布のひもを固くすることが、優先される傾向にある。	
		設計事務所（経営者）	・通常は繁忙期となるが、依頼は少なく物件の詳細を進められるものはほとんどない。	
		設計事務所（所長）	・当社では2～3年前からの仕事が、これからやっと取り掛かる状況であり、今年新規受注した仕事で取り掛かっているものは皆無である。	
		住宅販売会社（従業員）	・別荘を手放したいという相談が増加している。	
		悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・観光客も来てはいるものの買物をしないため、こうした状況が続くと、来月も良くはならないような気がする。
			通信会社（経営者）	・現状の国の方針は中小零細企業の淘汰、再編を促すものにしかならない。このままでは韓国と同じになってしまう。地方創生という言葉はリップサービスにすぎないのか、中小零細企業の淘汰は、地方経済が成り立たなくなることを意味しており、地方で生活が成り立つ国づくりが本当の意味での日本再生である。そうでなければ人口減少は止まらない。
		通信会社（経営者）	・この状況は数か月で解決できるものではない。	
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）	・主要取引先の輸出が増加しているため、良くなる。	
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・良くなるが、メガソーラー発電工事はパネル、パワコン架台、土木工事、架台とパネルはり工事等、全て分離発注しているが、土木工事以外はすべて、にわか業者に頼らざるを得ず、パブル価格が横行している。	
	やや良くなる	食料品製造業（製造担当）	・原料価格の高止まりはあるものの、極端な円安がなく販売量が減らなければ、ある程度は出てくる予定である。	
		食料品製造業（営業統括）	・秋から暮れにかけて新酒の人气が高まっており、また、官民一体となった販売促進策が練られているため、ますます販売量は伸びると考えられる。	
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・例年どおりで多少、動きが出てきている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・航空関連の仕事が増産傾向にあり、一部の職場で、勤務体制を変更し対応予定である。	
		建設業（総務担当）	・当県では災害復旧の本工事発注が、年明け早々に見込まれるため、工事量は増加する。	
		広告代理店（営業担当）	・10月の広告宣伝立案時期の案件が、実施、納品となるため、売上計上が見込まれる。	
		経営コンサルタント	・建設業はそこそこの業況であるが、人材、人手不足が上昇を妨げている。商店、飲食業等はまずまずであり、年末に向けた個人消費の増加にやや期待でき、小規模投資も多少見込める。	
	変わらない	化学工業（経営者）	・季節的要因で寒くなるこの時期から、出荷生産が増える傾向にあり、その傾向に変化はないとみている。	
窯業・土石製品製造業（経営者）		・新製品受注の見込みはあるが、例年と変わらない。		
金属製品製造業（経営者）		・毎月の受注量が、その時々で違い、納期も短期間なため、先の事は不明である。ぱっと仕事があるが、またなくなると感じてとても不安である。		
一般機械器具製造業（経営者）		・様々な問題が発生したが、作業量に変化はなく推移している。相変わらず、再生成は悪いままであり困っている。		
電気機械器具製造業（経営者）		・中国の景気減速が当社のような小さな会社でも、かなり影響が出てきているようで、まるで受注量が増えない。特に、船舶関係が全く駄目で、厳しい状況が続くそうである。		
電気機械器具製造業（経営者）		・今年度の当社主要取引先の動向が不安定であり、新規取引先の開拓に努力しなくてはならないと検討を進めているが、結論はすぐには出ないため、変わらない。		
電気機械器具製造業（経営者）		・少量、短期納品が多い状況は続く。頑張っ営業活動をすれば現状を維持できるが、先は厳しい。		



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今年1月からずっと、良いか悪いか分からない状況だが、9～10月は、やや良い状況である。ただし、この先2～3か月の景気は全く分からない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・クリスマス需要の伸びが停滞している。秋冬に向けて展示会が目白押しであるが、今後の動向は未知数である。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくこのまま推移すると考える。
		輸送業（営業担当）	・今後の気温の低下とともに、インテリア、家電、衣類等の冬物商材の物量が増える見込みである。しかしながら、全体的には例年並みの予定である。
		通信業（経営者）	・年内は変化がなさそうである。
		金融業（調査担当）	・中国経済の減速に伴い、製造業で先行き不透明感が続く他、景気刺激策のない中で国内需要も弱い動きが予想される。
		金融業（経営企画担当）	・米国を除く各国は、景気減速の兆候が出てきているが、当面の景気は現状のまま推移すると考える。しかしECBを始め、各国が追加の金融緩和策に踏み切る可能性もあり、またTPP等、新たなビジネスチャンスが始まること等を考慮すると悪くはならない。
		金融業（役員）	・自動車関連や建設業の一部で、景気は若干回復しているが、それ以外はまだまだである。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・冬を前に、灯油価格が落ち着いていることは良い材料であるが、明確な好転材料は見つからない。
		社会保険労務士	・取引先事業所の多くは横ばいであり、今後急激な悪化はないとみるが、上向くとも思えない。
やや悪くなる		電気機械器具製造業（営業担当）	・1月以降の仕事量の確保が、難しくなってきた。
		建設業（開発担当）	・当社は公共工事中心に、現政権のもと、前年比増できていたが、最近急速に発注額が落ち込んでいる。現在は前年比6%減の受注額である。これは2020年のオリンピックに向け、東京中心に建設投資が行われている影響とみられる。今後地方の建設業は厳しい状況を迎えるのではないかと不安である。当社も地方の建設業者なので今後は厳しい。
		不動産業（経営者）	・需要と供給のバランスが崩れている。
		不動産業（管理担当）	・売上や利益に全く結びつかない、マイナンバー対策にかかる事務経費や人件費の増加が、しばらく見込まれる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・年末年始に重なり、システム商談は停滞し、受注量、販売量共に減少する。
		悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）
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）	・12月から仕事量が増える予定なので、楽しみに待っている。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・採用意欲が強い一方で、人材不足が深刻化しており、需要と供給のバランスが著しく悪くなってきた。
		人材派遣会社（経営者）	・年末は、購買力が上がってくるが、秋物商材や食料品等の動きは予測できない。鮮魚、穀物類、米などの一部では購買力は伸びると見ているが、製造業の動きはまだ予測できない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・景気の回復が見込めないため、これからも求人募集は期待できない。
		職業安定所（職員）	・求人が増える一方で、企業倒産や事業縮小が相次ぎ、楽観視できない。
		職業安定所（職員）	・管内企業に実施した景況アンケートの結果によると、今後の見通しについて全産業でみると、良くなる、やや良くなる、と回答した比率が16.7%、変わらない61.2%、やや悪くなる、悪くなるが22.1%の回答となっており、現状維持の事業所が多い。しかし運輸業、卸、小売業においては見通しが悪くなると回答した比率が3割を超えており、業種間により差がみられる。
		職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共にバランス良く減少し、ここ数か月の求人倍率は1.00倍前後で推移しているため、今後2～3か月後すぐに悪化するものではないと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業において、一部の大手企業を除き、設備投資に慎重な姿勢が顕著になってきている。スマートフォンの部品製造では、海外との競合の結果、受注が大幅に減少した企業と受注を堅持している企業との格差が広がってきている。総じて自動車関連は堅調である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・取引先より派遣社員の直接雇用を進めると連絡が入っている。直接雇用により派遣社員が減少するため、当社は厳しくなると予測している。
		人材派遣会社（営業担当）	・給与が上がらないためか、消費意欲がわからない。暮れの支払等もあり、物が買えない。携帯電話、車、家賃等、毎月の固定費は変わらないため、家族持ち、単身にかかわらず、家計は火の車のようである。
	悪くなる	-	-

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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	その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の施策が適切であるため、良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・円安が継続しているために大企業が恩恵を受けていることと、市場がその状況に慣れてきたようである。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・オリンピックに向けて様々な需要が増えるので、それまでは確実に景気は良くなる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・年末、年始になるため、良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末になるので、売出しをする。テレビの動きが出てきているので、期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・TPP交渉が妥結したことと、これから年末に向かって需要が増えるので、やや良くなってくる。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・直近の過去6か月は微増ではあるものの、売上が増加傾向にある。文具メーカーの新商品を発売するサイクルがやや早くなってきたおり、これらの商品を指名購入する客が増加し、売上増につながってきている。
		スーパー（経営者）	・努力を続けるので、継続して良くなる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニはどうしても来客数が影響してくるが、主要な3店舗の平均で3%は伸びているので、やや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・売上の主力となる弁当、おにぎりなどの販売が好調なまま継続すれば、販売量が前年より好調に推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・お出かけの購買需要を感じている。
		家電量販店（経営企画担当）	・冬のボーナス支給もあり、好循環になる要素は多数ある。年末年始の商戦が盛り上がることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・先月までは自動車の整備は良かったものの、販売はあまり芳しくなかったが、今月は整備販売共に順調である。このままいってほしいと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・今年モーターショーが開催されるので、新車に対する購買意欲が出てくれば、販売の増加につながる。
		乗用車販売店（販売担当）	・景気が良くなると期待している。特に、オリンピック関係や東北の復興で運送業及び建設業関係が非常に良くなる。ただし、きちんと受注されているのかどうか、まだ決定していないような状況なので、ふわふわした分からない状態である。
		乗用車販売店（総務担当）	・11～12月はボーナス商戦でもあり、客の動きが良くなると考えている。同業種との競争が激化するので、客1人1人に丁寧に対応していきたい。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・来年から販売促進を大幅に変更する予定のため、その効果に期待している。
		一般レストラン（経営者）	・近隣で大手チェーンのビジネスホテルの建設が予定されている。人の流れが出て集客につながると期待している。
		一般レストラン（経営者）	・2か月後の忘年会の予約が少しずつ入ってきている。忘年会の予約状況によって左右されるので、ダイレクトメールなどを出して宴会が沢山取れるよう努力したい。
都市型ホテル（スタッフ）	・観光客やインバウンドの需要が変わらず好調である。		

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
		タクシー運転手	・これから暮れにかけて忙しくなる時期を迎え、飲み会も増える。また、癖のある客も増えるので、トラブルにならないよう気を付けなければならない。
		通信会社（経営者）	・通信事業者が運営する固定電話は、ケーブルテレビユーザーの大半を占める高齢者のうち、スマートフォン化していない層をターゲットとしており、好調である。ソーシャルネットワーキングサービスが利用でき、すべてのアプリケーションをインストールした端末の利用料金を安く提供することで順調に滑り出している。今後、この商材をきっかけとして加入者獲得にも弾みが出るとともに、電話、固定ブロードバンド、テレビ、モバイルのクワトロプレーサービスによる解約抑止効果が見込まれる。
		通信会社（経営者）	・不動産、住宅の購入が増えてきている。
		通信会社（管理担当）	・年末にかけては販売量の増加が見込めることに加え、新サービスの投入もあり、上昇する。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・年末に自動車メーカーから人気車種のフルモデルチェンジが発表される予定である。大変人気のある車種なので、相当先行して受注すると見込んでいるが、自動車の生産が非常に遅れるので、売上になるのは先になる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規の問い合わせが前年に比べて増えてきている。
		設計事務所（経営者）	・当社の収益として直接プラスになることではないが、新しいプロジェクトの話が出ているので、準備を始められれば、身の回りとしては動きが出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の落ち込みが激しかったため、2～3か月後は多少は回復する。
	変わらない	商店街（代表者）	・何となくムードがあまり良くない。現在、プレミアム付商品券があるため、多少は現状維持できているという状況であり、もしプレミアム付商品券がなかったら、間違いなく前年を下回っている。
		商店街（代表者）	・景気が良くなっていくとは思えない。政府の政策がはっきりしない状態が続いているので、今後についてきちんと確約してほしい。今の状態では変わらない。
		商店街（代表者）	・景気減速の風潮が色濃くなってきたが、株価が堅調であればカード取引が多い当地域はそれほど悪くならない。世の中のマインドが冷えているので良くはならないが、個人旅行者が中心ためインバウンド景気にはあまり左右されず、大幅に落ち込むことはない。
		商店街（代表者）	・最近話題の中国人観光客の爆買いなどは影響していないので、急激な回復は期待できない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年も30%のプレミアムを含むプレミアム付商品券の事業が実施され、売上は現状を維持している。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・11月の大口の注文が前年より多く入っているため、売上につながりそうではある。しかし、年末年始の贈答需要が年々少なくなっているため、厳しいのではないかとと思う。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・近隣に大手家具店がオープンした割には販売量はそれほど変わっていないので、やや悪いながらもこのままでいく。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・プレミアム付商品券の使用期限が1月末までのため、期待を込めた変わらないである。多少動きはあると思うが、商品券が終われば、景気は元に戻ってしまうのではないかと懸念している。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・建設業界の不祥事等もあり、ブランドに対する考え方が変わってくることと、経済的には良くなるとはほど遠く、良いと悪いが半々である。コンプライアンスも大事だと考えている。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・給与等が上がる大企業は別として、大部分は所得が特に良くなるわけではなく、可処分所得は増えない。また、再来年には消費税も再増税するため、決して状況は良くならない。現状のまま行けば良いのだが。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商部のコピー機やスチール家具などの大口案件がそれほどないわけではなく、あることはあっても突拍子も多く多いというわけでも、悪いということでもないため、横ばいでいく。
		百貨店（売場主任）	・中国経済の減速や原材料の高騰があるが、それを上回る賃金の上昇が見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・中国経済の不透明な部分、全体として経済のインフラが上がっていったいないこともあり、当分の間は今と変わらない状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・数か月続いているダウントレンドが継続する。
		百貨店（広報担当）	・国内消費動向は現状維持、そのうえにインバウンド動向が加わった状況は今後も続く。
		百貨店（営業担当）	・売上は前年を超えているが、訪日観光客の購入が大きく、一般客の購入は、婦人服、紳士服、服飾雑貨等のファッション商材をはじめ全般に低調である。景気の個人消費への波及はまだである。
		百貨店（営業担当）	・販売量は伸び悩むものの、単価の上昇による売上増はしばらく継続する。秋から冬にかけて重衣料の動きも出てくる。前年は4月に実施された消費税増税前の駆け込み需要によって冬物の動きが悪かったと考えているので、それも一巡し、この冬はアパレル関連を中心に少し伸びが出てくると期待している。
		百貨店（営業担当）	・一般の消費は依然厳しく、百貨店の主軸である婦人服関連の厳しい状況は今後もしばらく続く。
		百貨店（営業担当）	・今後、気温の更なる低下によって遅れていた雑貨及びコートが動き出すと思うが、今以上に好調に推移するとは思えない。コーディガンやスニーカーなど単価の低い物がトレンドなので、販売数量は多くても単価が下がるため、変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・絵画販売会で高価格の絵画を購入する客がいる一方、消費に対してシビアな客も多く、綱引き状態が続いており、変わらない。
		百貨店（計画管理担当）	・不動産の偽装問題をはじめ、生活に密着した企業の不祥事が明るみに出ることにより、消費への悪影響が出るのではないかと不安に感じる。
		百貨店（店長）	・前年より秋物の動きが良いことから、冬物の前倒しと売上増に期待できる。
		百貨店（営業企画担当）	・中国経済の動きが鈍くなっているといわれているが、国内消費への影響はもう少し時間がかかると考えている。
		百貨店（副店長）	・賞与支給などを控え、年末年始の消費動向に注目している。
		スーパー（販売担当）	・競合とのナショナルブランドの価格競争もあり、平均単価が下がる傾向にある。前年を上回る買上点数だが、1人当たりの合計金額がなかなか前年を上回らない状況が続いている。
		スーパー（経営者）	・やや悪い状態が変わらず続いているため、変わらないとした。この先については、精肉が2年くらい前は良かったが、段々悪くなってきており、野菜も大分相場が下がってきているため、下ぶれする材料はあるものの、基本的にはそれほど変わらない。
		スーパー（店長）	・年末を控え出費がかさむ時期になるため、おのずと日常生活はシビアになってくる。今までの流れからすると良い方向へ向かうとは考えにくい。
		スーパー（総務担当）	・売上は天候に左右されることが大きく、今年の冬については暖冬予想も出ているので、売上の確保が非常に危惧されている。ただし、大手企業の賞与の支給額が増えるということで、気温が前年並み以上であれば、良くなる。
		スーパー（営業担当）	・世界の経済が日本に及ぼす影響度が非常に高くなってきており、今後の状況によって日本の景気が大きく左右される。また、いまだに将来に対する不安が払しょくされていないのも、不安材料の1つである。
		スーパー（仕入担当）	・円安が続いており、年末商戦は値上げした売価での販売となるため、販売量の減少が懸念される。また、原価の値上がり分をそのまま売価へ転嫁できないと利益の減少も懸念材料である。
		スーパー（仕入担当）	・今年はハロウィーン等のイベント、催事の盛り上がりが大きいため、年末に向けてクリスマス等のイベント需要が伸びる。
		コンビニ（経営者）	・店の周りの状況にあまり変化はなく、近隣の工事も終了してしまうため、従来と変わらない。
		コンビニ（経営者）	・今月の来客数、販売量等から、年末もあまり変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・9月は全国各地で大きな災害が発生したが、10月に入ってから天候がある程度安定したため、少し安心感が出てきたのではないかとみている。2～3か月先の天候もそれほど荒れず、来客数や買上点数が落ち込むことがなければ、このままいくのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・従業員が、マイナンバー制度に疑問がある、生活がどのように変わるのが心配だと話している。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数が上昇するようなきっかけもなく、良くも悪くも大きな変化がない。
		衣料品専門店（経営者）	・秋の商戦も薄く厳しい。客がこのまま年末までのセール待ちになると不安になる。
		衣料品専門店（経営者）	・材料の値上がり、メーカーの生産調整、また、小売価格の安売りなどをしても消費は増えず、社会の構造が変わっているようである。
		衣料品専門店（経営者）	・物価の値上げにより経済的に余裕がない客が増え、今すぐ必要でない物ほど購入が後回しになっているように感じる。
		衣料品専門店（統括）	・暖冬予報により、防寒衣料の不振につながる。
		家電量販店（店員）	・身の回りの景気は極端に変わることがない。
		家電量販店（統括）	・ボーナス、正月商戦は前年よりダウンすると予想している。ただし、インターネット通販とインバウンドを考慮すると、前年比アップが見込める。
		乗用車販売店（営業担当）	・11月に入ると先を見越して買い控えがあるので、期待できない。
		乗用車販売店（店長）	・年末年始は動向が鈍い時期なので、変わらない。
		住関連専門店（営業担当）	・上場企業のボーナス支給が高水準との報道もあり、景気の上向き感はあるものの、消費を押し上げるほどの力強さは実感できないため、しばらくは現状維持ではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・上向きになるような良い条件がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・特段、景況感を好転させる要素は見当たらない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・本来であれば年末は稼ぎ時であるが、今の状況では期待できない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・携帯機向けゲームが好調に転じなければ悪い状況は続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・変わらないとしたが、今月と比べると若干悪くなるかもしれない。今月の好調具合が異常に高く、このまま続くとはあまり思えない。全体的な底上げがありながら少し落ち着いてくることが理想である。
		高級レストラン（副支配人）	・法人関連の予約状況から、変わらない。
		高級レストラン（仕入担当）	・円安等による食材の値上げがまだ続いており、それに伴い全体の売価を上げたいところだが、上げられるほどの勢いがまだない。様子見の状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は12～1月となり、12月は年末で今よりも売上は多少良くなると思うが、1月は悪いので、総じて変わらない。12月が多少忙しいだけで、1月は暇である。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後に景気が良くなるような感じはしない。賃金は上がっているが、その分税金も上がっており、賃金よりも税金や保険料の方が上昇幅が大きいので、消費にはなかなかつなげられない。また、賃金が上がると、会社の利益が圧迫されるため、良くはない。
		一般レストラン（経営者）	・9月までの伸びに比べると10月は若干鈍化しているが、後半になって持ち直してきている。暮れに関しても、大型の宴会予約がすでに満杯であり、隙間をどのように埋めていくかということ、ある程度の売上を作れるような気がする。9月までの横ばいよりは落ちてくるが、極端に底割れするような状況ではない。
		都市型ホテル（総務担当）	・上半期は好調に推移してきたが、下半期は物価や人件費の上昇、中国経済の落ち込み等のマイナス要因も予想されるため、変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・単価的にも現況とほとんど変わらずに予約等が入っているので、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・先の申込状況は前年比100%、もしくは100%を若干切る月があるため、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・為替が大きく変わる理由が見当たらない。

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
		タクシー運転手	・あと2か月あまりで今年も終わりである。正月に備えて皆の財布のひもが固くなりつつある。来年はどのような年になるのかと慎重に動向をみて、心配しながら正月を迎えようとしているようである。
		タクシー運転手	・景気が特に悪くなっているという感じはしないが、良くなっているという感じも最近あまり持てない。昼間は安定して客がいるが、夜はじり貧状態である。昼の都心のホテルは外国人の客がますます増えており、遠距離は少ないものの、毎日英語でのやりとりで冷や汗をかいている。最近特にビジネス目的の外国人客の増加を感じる。
		通信会社（経営者）	・世界経済に影響され日本も減速傾向にあり、ボーナス増があまり期待できないため、契約につながりそうもない。
		通信会社（社員）	・2～3か月は特に大きな変化となる要因はないため、契約は見込みどおりにいくと考えている。解約についても大きなマイナス要因はないため、変わらない。
		通信会社（営業担当）	・大きく売上を押し上げる要素もなく、現状維持で推移する。
		通信会社（営業担当）	・客の収入が増えている様子はなく、当社と契約をする要因は月額の利用料金であることには変わらず、景気はしばらく変わらない。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月、売れ筋のサービスも契約数も横ばいが続いている。
		通信会社（局長）	・通信料金値下げへの政府の発言があるが、そもそも画期的なサービスが出ない状況では消費に結び付かない。来年4月の電力自由化で通信とのセット販売が始まるタイミングで更なる新サービスの展開があれば、消費税増税に対しても勝てるかという微妙な状況である。
		通信会社（営業担当）	・景気が上向く材料が見当たらない。
		通信会社（総務担当）	・現状では著しい消費拡大、景気回復に期待できない。
		通信会社（経営企画担当）	・案件に変化がみられないため、変わらない。
		ゴルフ場（支配人）	・今月よりコースの半分の改修を行っているため、来場者数は半減で前年並みである。
		ゴルフ場（支配人）	・状況的にはほとんど変化はないが、客単価を若干なりとも上げて、様子を見ながら今後の動向を見極めていきたい。
		パチンコ店（経営者）	・11月2日から東京都は等価交換が禁止となり、換金率が下がる。ギャンブル性から遊ぶ方向へと移行するが、当店は以前から等価交換ではないので、逆に周りから客が来るかもしれない。ただし、今後は以前ほど面白くないスロット台が多くなるので、プラスマイナスして変わらない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・来客数は堅調に推移しているが、今後の更なる伸びの要因が見いだせないところもあり、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・現在のマンションの杭の問題で、建築業界は地盤調査に非常に揺れている。大手に頼んで良いのか、もしくは信頼できるところに頼んでいいのかという見極めが非常に難しい。小さなことでも様々な質問や問い合わせが当社に多く来ているが、我々としては民間の仕事にもっと設計事務所を信頼して、利用するように電話をしているが、なかなかそれが定着しない。今後仕事が増えていくとは考えられない。
		設計事務所（所長）	・業種的に継続的な作業のため、変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場や各種イベント、キャンペーンの集客が前年割れとなっている。これから冬場に向かい客の購買意欲を動かす好材料は、今のところみつからない。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、年末や年度末は景気がやや良い状況で安定しているため、変わらない。省エネ住宅に関するポイント制度が予想以上に早く予算に達するなど、住宅着工に勢いが出てきた印象がある。
		住宅販売会社（従業員）	・現在が良いので、これ以上良くなるとは思えない。ただし、良い状況がいつまで続くかをしっかり見極めないと投資商品は一気に厳しくなるので、今後も厳しく状況を確認していきたい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の水準で推移すると考えてはいるが、大きく仕事量が回復するとは思えない環境である。
	やや悪くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・客の購買意欲がなく、来客数も極端に少ない。給料、年金等の実質所得額が目減りしているようで、家電品などは後回しにされている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・11~12月は例年並みになるとみている。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・今までの見積ではお茶の味が良くて他社より金額が低ければ客を獲得できていたが、これからは付属する機械販売の保守サービスなど様々な付加価値を付け、契約書に原料確保を盛り込んで期間を長くしなければ獲得できず、競争がますます激化しそうである。
		百貨店(広報担当)	・都心部にある百貨店はインバウンド需要で売上の1割を超えるなど、多大な恩恵を享受しているが、当店を含むその他の百貨店では、需要はあるものの数パーセントにとどまっている。地区別のホテル客室数やインバウンドの観光コースなどを勘案すれば、今後もこの傾向は続く。また、大手小売店でオムニチャネルなどが進行し、実店舗主体の既存小売店の今後の見通しは厳しい。
		百貨店(営業担当)	・中国の経済が厳しい状況である。婦人服の価格に転嫁するしかない状況であるため、買控えが起きる可能性が高い。
		百貨店(販売促進担当)	・前年4月の消費税増税による影響はほとんどなくなっている。また、免税売上は好調で大幅に伸びているものの、前年10月より消耗品が対象となってから1年が経過したため、9月以前と比較すると伸び幅がかなり小さくなってきている。
		百貨店(店長)	・価格を切り口にした物以外の動きが依然として苦戦している。
		スーパー(経営者)	・中国の株価問題、日本国内の政治の方向性が悪いため、やや悪くなる。
		スーパー(店長)	・来客数は変わらず推移しており、2~3か月先も現状と変わらない。購買品の特徴としては、低価格商品、こだわり商品との二極化がみられる。また、競合店においても特徴を持った商品、価格を打ち出した販売と、小売においても二極化が感じられる。
		コンビニ(経営者)	・大型スーパー、食品スーパーの開店が続き、大幅な売上減の気配である。また、アルバイト、パート従業員が全く集まらず、営業継続が困難になる様相を見せ始め、最悪の方向に向かっている。
		コンビニ(経営者)	・近隣に競合店ができるので、やや悪くなる。
		コンビニ(経営者)	・他店が増えたこともあるが、予約活動がなかなか進まず、予約に結び付かない。
		コンビニ(経営者)	・コンビニにとっては季節的にも客数減の時期である。特に、10月は休日も少ないため減少は避けられない。また、ショッピングセンターに出店している店舗があるが、最近、閉店したテナントが複数あったので、ショッピングセンター自体の来客数が減っている。
		衣料品専門店(経営者)	・当地域ではプレミアム付商品券が動いている最中だが、さほどその効果が表れていない。以前のプレミアムが1割の時のほうが活気があったように見える。全員が買えなかったこともあるが、様々な面で景気刺激策の効果が無い。
		衣料品専門店(営業担当)	・物を買わない時代になってきていると感じている。特に、衣料品は昔から持っている物で済ませており、昨年、一昨年ぐらいは少し肌寒くなれば、セーター、ジャケット、コートなどを買っていた客も、昨年の物を着ている。
		乗用車販売店(渉外担当)	・法人需要が落ちてきており、個人消費も新型車が発売になったが思うように伸びていない。整備関係も苦戦している。
		住関連専門店(統括)	・景気回復を見込める確かな要素は見当たらない。客は買い控えをしているようで、数字も同じように推移している。
		一般レストラン(経営者)	・今月は販売促進キャンペーンの実施や降雨が少なかったため良かったが、これからは人手不足による人件費の上昇、中国や世界で日本食を食べるようになり、また、魚の乱獲などで原材料が高騰する等、厳しさは続く。
		一般レストラン(経営者)	・T P P参加が決定したが、第一次産業に関しては決して良い話ばかりではない。サービス業、輸入業等の景気がどこまで良くなるかだとは思いますが、日本の経済全体を押し上げるまでにはいかない。
		一般レストラン(スタッフ)	・東京はオリンピックがあって良いが、地方はさほど良くない。東日本大震災の復興もまだそれほど進んでいないし、全体的に買物している人もあまりいない。買物かごを見るとあまり入っていないので、景気が良くなるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後、消費税が再増税したりと、何かと不安定要素が多い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2～3か月先の受注は伸びが少なく厳しい状況で、特に、忘年会は動きが鈍く予算も少ない。年末年始に期待したいが例年に比べて予約件数が減少しているため、景気はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・12～1月の団体旅行の見積がほとんどない。期待するスキー団体客の見積もほとんどなく、期待できない。来年の4月以降の見積依頼ばかりである。
		旅行代理店（販売促進担当）	・個人の海外旅行が悪く、良くなる要素もないので、一番の懸念材料である。国内でもそれに代わる良い情報もあまりなく、売行きもそれほどでもないで、やや悪くなる。
		タクシー運転手	・中国経済の減速などを背景に、力強さを欠く状況が続いており、実質、輸出は弱含みである。企業の輸出競争力の低下、円安が一定程度輸出を下支えする一方、中国をはじめ新興国の景気減速が重石となり、輸出の力強い回復は当面期待薄等のニュースを見ると、景気はやや悪くなる感がある。
		タクシー運転手	・良い材料が見当たらない。
		タクシー（団体役員）	・利用者数、収益等、営業面の数値は依然として前年割れしており、回復基調がみられない。
		観光名所（職員）	・2～3か月後はトップシーズンが終わり正月及び冬期に入るのので、客数は減少していく。
		ゴルフ場（従業員）	・日本の歩むべき道、目標がみえない。高齢化社会でどのように日本は歩んでいこうとしているのか。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・当塾の場合、辞める生徒や問い合わせで料金を聞いて辞める生徒が多くなっている。直接面談をした結果では、やはり食料品の物価上昇による生活費に占める割合が増えるため、塾は遠慮したいということのようである。また、他塾も近隣にできており、安い方に異動する例も出ている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・消費者の気持ちのよりどころが一定せず、先行き不安材料で一杯となっており、消費意欲の方向に向いてない。年越しでの期待を含めても横ばいかやや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・今年度の官庁発注案件はほぼ終了している。現状では住宅の新築、リフォームを含め、民間の設備投資に期待するのは難しい。
		設計事務所（所長）	・新築物件はまとまった仕事は少なく、これからは改修や耐震補強設計というようなものがあるが、民間事業者の耐震診断はそれなりのお金がかかる。国が助成金等を検討していかなければ、なかなか結び付かない。法ばかりが改正になっても追いついていかない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注残の減少傾向に加え、材料、工賃共に上昇傾向が続いているため、利益確保が困難な状況が続く。
	悪くなる	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・消費者の給料の手取り額は社会保険等の控除額が増え、昇給しても減ってしまう。また、オーバーストアのため、悪くなる。
		スーパー（店長）	・月を追うごとに数字が悪化している。3か月後の売上については期待を込めて良くなると回答したいが、現状では悪くなる一方なので、悪くなるとした。当然、競合他社に値段を合わせたり、安く売るなど、様々な対策を打っているが、客は必要な物以外は買わないので、販売点数が伸び悩んでいる。3か月後の景気についても非常に厳しい。
		コンビニ（経営者）	・年末商材でどれだけリカバーできるかがポイントである。
		衣料品専門店（店長）	・客の買上単価が下がり始めており、上昇する見通しが立たない。
		設計事務所（所長）	・通常この時期は、来年着工を予定している物件の相談や計画が入るが、今年は全くそういった相談はない。
		住宅販売会社（経営者）	・大企業だけではなく中小企業の景気が良くなり、一般の所得が増えない限り、住宅は売れない。住宅が売れると経済波及効果があるので、消費税を免税にして良いのではないかと。公共工事は工事価格の見直しをしてもらわないと防災工事等もなかなか進まない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連  (南関東)	良くなる	建設業(従業員) その他サービス業[警備](経営者)	・2~3か月先の仕事の予定がすでに入っている。 ・警備の要望はあるものの人手が集まらず、深刻な状況である。労働集約型の産業は今後、更に厳しくなる。外国人を採用するなど方法を考えないと、企業として生き残れない。
	やや良くなる	食料品製造業(経営者) 税理士 その他サービス業[ソフト開発](従業員)	・暮れや新年向けの商材に関心があるように感じる。 ・アメリカの景気が良く、日本車が売れている。特にドイツの自動車メーカーの問題があり、その分、日本車が売れるだろうが、他方で、中国パブルがはじけるのではないかと言われたりしているものの、どこまで本当なのか分からない。ただし、日本経済はアベノミクスで、前政権時代から比べて政治が引っ張っているため、円安とつながるかは分からないが、大企業などは良くなってきているため、少し良くなっていくような気がしている。 ・仕事量が増えてきたため、求人募集することになった。
	変わらない	食料品製造業(経営者) 食料品製造業(営業統括) 繊維工業(従業員) 出版・印刷・同関連産業(営業担当) 出版・印刷・同関連産業(総務担当) 化学工業(従業員) プラスチック製品製造業(経営者) プラスチック製品製造業(経営者) 金属製品製造業(経営者) 一般機械器具製造業(経営者) 電気機械器具製造業(経営者) その他製造業[鞆](経営者) 建設業(経営者) 建設業(経営者) 建設業(営業担当) 建設業(経理担当) 輸送業(経営者) 輸送業(総務担当) 通信業(広報担当)	・小売店はまだ厳しい状態が続く。プレミアム付商品券の効果もあまりないようである。 ・変わらないというよりは分からないというのが本音である。ただし、期待はしたい。 ・個人消費のベースになる給与が伸びておらず、消費拡大も足踏み状態である。回復する決定的な要因が見つからない。また、中国の景気後退や米国の金利動向が及ぼす影響が不透明である。 ・主に店頭販売と会社関係の外商をしているが、印鑑は通常と変わらず、やや良くなるぐらいだが、会社関係の注文は本当に伸び悩んでおり、総じて変わらない。 ・年度末にさしかかる時期だが、電子化により紙媒体が減ってきていることを、受注量の減少から強く感じる。 ・年末年始へ向けての生産予定は例年どおりである。客からの受注状況にも変化はない。 ・アベノミクスの第3の矢は、まだ本格的に動き出していないようなので、3か月先も変わらない。 ・各顧客共に新企画の打診が少しずつ舞い込んでくるようになったが、実行されるかは分からない。今は順調な化粧品容器の受注も、爆買いがいつまで続くか保証はないので樂觀できない。 ・今年度の予算が少し動き出したようなので、後半に期待している。仕事量によって価格も多少は変わってくる。技術的により一層の努力をして、利益につなげるように頑張りたい。 ・当社では自動車関係を扱っているが、現在、安い仕事ばかりを受注してしまい、今後3か月で新規案件が立ち上がるといことがないので、良くならない。 ・省エネ関連商材が売れ始めており、この状況が当分続く。 ・極めて安定しており、特別大きく変わるというような話や状況も今のところ見当たらない。 ・政策が実行されていない。 ・全体的に消費者の購買意欲が低下しているように感じる。特に、消費税増税を控えているからではないか。 ・設備投資案件は増えてきているが、建設コストが上がっているため投資への金額が予算超過になることが多く、不調の案件も増えている。景気は現状維持である。 ・建設業界では大手のマンション建設での偽装で信頼を失い、省エネ住宅に関するポイント制度が終了と、大きい案件も小さい案件も条件が悪くなってしまった。景気を押し上げるのはしばらく無理である。 ・夏物商材の売上が伸びなかったと同様に、この冬が暖冬になると冬物商材の販売量が非常に減るため、そうなるとなかなか景気の回復とはならず、消費拡大につながらないのではないかと。 ・取引先より来月から荷量減との話があった。今後も厳しい状況が続く。 ・当面はこのような状況が続くと思うが、これ以上の上ぶれは考え難い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		金融業（統括）	・景気が良くなるような前向きな材料が、特に見当たらない。		
		金融業（従業員）	・国内需要の伸び悩みもあり、小規模事業者であっても、製造業を中心に海外市場に活路を見出す例が増えてきている。また、中国における経済成長の減速や人件費の上昇から、生産拠点を他国にシフトする動きもみられる。		
		金融業（支店長）	・中国経済減速の余波はまだ残っており、今後どのような影響が出てくるか疑問である。景気の先行きは不透明である。		
		金融業（役員）	・中国経済の心理面での影響が大きい。消費や投資に慎重になる傾向が強まっている。		
		不動産業（経営者）	・新築物件の苦戦が続いている。客を入居させるために建築されたものであり、正常ではない。すべてオーナーに負担がかかっている。		
		不動産業（総務担当）	・所有ビルのテナント動向をみる限り、半年先ぐらいまでは満室稼働状態が続く。		
		広告代理店（従業員）	・受注、販売額共に前年同様で増減はない。		
		社会保険労務士	・良くなるという要素が見当たらない。		
		税理士	・年が明けるまではこのままの景気が続くともっているが、年明けの動向は、今年を振り返っての政府の動きや中国との関係に左右されそうである。		
		経営コンサルタント	・介護関連施設を運営している企業の代表者が、「ともかくヘルパー不足で、利用者の要望にこたえられず困っている。広告費を使って募集し、ようやく入ったと思ったら、すぐ転職されてしまう。給与を上げざるを得ず、人件費比率がもう限界点に近くなっている。これは介護業界だけの話ではない。」と話している。		
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・中国経済など先行きに対する懸念が依然として大きく、不安定状態がしばらく続きそうである。		
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規の引き合いは多少増えているものの、成約に至るケースはまだ少ない。		
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年末に向かうが広告や宣伝などは増える様子がなく、現在のレギュラー分を確保するのが精一杯である。		
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マイナンバー制度導入によりインターネット需要が増大するとみていたが、受注数に影響が出るほどの伸びはなく、この先も変化する要素は見当たらない。		
		やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末の繁忙期も忙しくなる状況がみえず、苦戦するとみている。
				金属製品製造業（経営者）	・中国の景気後退による影響が、じわじわと多くの業界へと出始める。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・マイナンバー制度の導入で現場は混乱しており、美容室オーナーから手間や費用の負担増で悩んでいるという声を多く聞く。				
建設業（経営者）	・全体をみると厳しくなりつつあるようである。先にこれといったものがない。				
輸送業（経営者）	・業者同士での競争が激しく、何とか他社と対抗しないように値段を出すのが、やはり安い方へといってしまう。				
輸送業（経営者）	・今後2～3か月となると、月の稼働日数が減少するうえに例年売上が落ち込む1月を迎えるため、悪化が予想される。				
金融業（営業担当）	・製造業では先行きの受注に不透明感がある。建設業でも、人手不足による賃金の上昇が利益を圧迫してきている。融資返済で延滞になるケースが以前より増え始めている。				
不動産業（経営者）	・近隣商店街では人手不足、人件費の高騰に加えて福利厚生費増などの負担がボディーブローとしてきており、規模縮小などの手を打たなければとの話が出るようになってきている。特に、飲食業に多い。				
広告代理店（経営者）	・年明けは、前年からの継続案件ですすである程度確保できているが、前年同等額に届かない部分の補てん受注は、獲得できるめどが全く立たない。				
経営コンサルタント	・大手の輸出が中国経済の鈍化により減少傾向とのことで、増加の時は良い影響の波及は遅いが、悪くなる時の波及は早いので、心配している。				
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・街の飲食店の閉店が増えている。景気減速が進んでいるようである。				
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年のことだが、年明けから売上がかなり下がる。好転の様子はみえない。		

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社の製品の一部は固定資産に計上される額が高く、景気が落ち込む方向に流れているため、受注のまとまりが非常に悪くなっている。今後も良くなる見通しは考えられないので、悪くなると判断して頑張っている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・以前から回答しているが中小企業の財務内容は全く良くなっていない。原材料、コスト高、賃金や電気料金の上昇で製造原価が上がっており、見通しは立たない。街角では居酒屋、商店、旅館等は一杯のように感じるが、中小製造業は手形回収が非常に多いので、6か月くらいのタイムラグがあり、これから表面化してくる。
		輸送業（総務担当）	・燃料単価が下がっても出荷量の低迷は当分続く見込みで、先行き不透明である。
雇用 関連  (南関東)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感から給与水準を引き上げて求人するケースも増えてきている。
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・求人がやや増えており、人手不足感が強くなっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新卒採用は、前期より加熱気味に推移するとみられる。採用スケジュールを順守する企業とそうでない企業の競争が顕著である。予算をかけないと満足はいく採用は難しい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・年末に向けて、企業の賞与が上向きのため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・中小企業の経営者と話をしたが、この1年半近く、全く良くなる傾向がなく、今後も同じような状態だろうという話である。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は堅調に推移し、引き続き採用に苦戦する状況が見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加に伴い人材が流動化しているため、現在就業中の派遣社員も無期雇用への転職を希望して派遣契約終了を希望するケースが増えてきている。そのため、求人数が増加し求職者数も増加しているが、派遣就業数はさほど変わらず推移していく。
		人材派遣会社（支店長）	・ここ数か月は求人数、求職数共にあまり変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・大量の募集というよりも1～2名の即戦力が欲しいという企業が多いので、それほど変わらない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・身の回りでは特に景気が良くなる要素も、悪くなる要素も感じられない。今のままの状態がしばらく続く。
		職業安定所（職員）	・有効求人数の正社員比率は5割に満たない状況が続いている。
		職業安定所（職員）	・求人、求職でみる雇用情勢は改善傾向で推移しているが、海外の上向き傾向の影響は期待できるものの、中国の動向など不安材料もあり、経済状況が早い時期に上向くとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・9月の新規求人数は前年比でマイナス6.5%となり、6月以降プラスで推移してきた新規求人数が、マイナスに転じている。主要産業別では、製造業の前年比7.4%増、情報通信業の同54.7%増を除くすべての産業で前年比マイナスとなっている。
		職業安定所（職員）	・求人数は増えているものの、充足数が増えていない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人は引き続きプラスであるが、上向く兆しはない。
民間職業紹介機関（経営者）		・新規領域の開拓には必死で、そのための諸策と人材の要請は幅広くある。	
民間職業紹介機関（職員）	・これから来期計画を策定していく時期に入る企業が多いが、今期に対しては活発な状況が変わる要素があまり見当たらない。		
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・求人倍率は上昇傾向にあるため、登録者の確保が困難となる。受注があっても依頼にこたえられない状況が更に加速しそうである。	
	人材派遣会社（営業担当）	・年末商戦に伴う短期的な需要が終わるため、採用数が減る。引き続き求人数はあるものの、人材の取り合いになっている。	
	職業安定所（職員）	・現状はやや良くなっているが、今後、中国、東南アジア等、海外の景気減速により、企業の採用活動にもマイナスの影響が出る可能性があるため、やや悪くなる。	

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

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式会社）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (東海)	良くなる	百貨店（販売促進担当） その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・インバウンド消費は、今後も一層拡大すると見込んでいる。 ・女性の仕事量が増加しているため、子供を放課後デイサービスに預ける家庭が増加している。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔土産〕（経営者） 一般小売店〔自然食品〕（経営者） 一般小売店〔書店〕（営業担当） 百貨店（経営企画担当） 百貨店（販売担当） スーパー（経営者） スーパー（店長） スーパー（店員） スーパー（総務担当） スーパー（支店長） スーパー（販売担当） コンビニ（企画担当） コンビニ（エリア担当） 衣料品専門店（販売企画担当） 衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当） 家電量販店（店員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（販売担当） 住関連専門店（営業担当） その他専門店〔雑貨〕（店員） その他専門店〔書籍〕（店員） その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・商品が客の要望に合えば売上は増加する。客の様子から、新しい形で出せば商品にも動きが出ると感じる。 ・我が国の景気は、東京オリンピックまでは大丈夫である。 ・伊勢志摩サミットまで200日となり、マスコミに登場する頻度が高まり、注目を集めている。商売でも相乗効果を期待する。 ・客単価は上がっていないが来客数が増えており、きっかけがあれば販売量増加につながる雰囲気がある。 ・例年、年度末に向けて客の予算消化による受注量の増加が見込まれるため、そろそろ動き出す時期と思われる。 ・大手企業を中心とした賞与の増加や、高額品需要やインバウンドも引き続き好調が期待できる。 ・ボーナス支給や全館でのイベントが購買に影響するため、今後はギフト・自家用共に、徐々に需要が高まっていく。 ・年末年始を迎え参拝客の増加に期待している。 ・店頭では客からの評判も良く、年末までこの調子で推移しそうである。 ・野菜の価格も落ち着き、これから中心となる柿、みかんやりんご等には、値段を気にせず旬の物を食べたいという客の購買があり、良くなっていく兆しと思われる。 ・年賀状印刷の予約数が順調である。 ・製造業の生産現場が中国から国内に戻りつつある。仕事量が若干増えることで、消費の拡大を期待している。 ・年末商戦に向けて、客の購買意欲が高まる。 ・T P P 締結、インバウンドのほか、東京オリンピックやリニア中央新幹線による景気回復に期待する。気掛かりな点は、借金の増加による国債の信用力の低下である。 ・キャンペーン施策等の反応が、実績を上回る予定である。 ・国産品への回帰は、価格差が大きいため今までは話題にはなっても実感を伴わなかったが、最近ほんの少しではあるが、新規の客からその兆しを感じ取れる。 ・冬のボーナス支給額が平均して前年を上回るとのことで、年末年始商戦には相当な期待が持てる。 ・買換えを予定する下見客が増えているように感じられ、売上増加への期待感がある。 ・業界全体の雰囲気として、新車、中古車共に売上は増加し、引き続き良くなるという明るい見通しである。 ・待望の新型車種の発表を控えており、先行予約もかなりの台数が入っているため、今後も期待ができる。 ・12月に新型車種が発売となり、店頭の盛り上げを期待している。客の動きが市場を盛り上げ、営業マンの動きも良くなって、客の購買意欲の更なる喚起を期待している。 ・新型車種の登場に伴って、新しい客が見込めそうである。 ・持家住宅が増加している。また、公共、民間共にリフォーム、大規模改修工事や耐震工事が増えている。ただし、杭工事の不祥事が、マンション工事にマイナスの影響を与えている。 ・新年を迎えるということで、消費者の買物の仕方が少し変わる。 ・年末年始はプレゼント購入の客が増えるため、例年、売上は良い。特に、孫や祖父母の来店が増え、客単価の上昇も期待できる。 ・年末に向けて、購買意欲が高まるものと見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（スタッフ）	・地域での採用活動がかなり厳しくなってきたり、それだけ景気が良いということである。
		スナック（経営者）	・今年も残りわずかになり、忘・新年会等で多少は来客数も増えると期待している。
		都市型ホテル（経理担当）	・インバウンド客の増加が見込まれる。
		タクシー運転手	・当地域は大手自動車メーカーが非常に好調で、ボーナスシーズンに入ればかなり良くなると期待している。
		タクシー運転手	・今の状況が悪すぎるため、先行きは回復に向かう。
		通信会社（企画担当）	・今の安定状況をベースに、年末の需要期に入ると多少は上向いてくると思われる。
		通信会社（営業担当）	・地元を中心に、これから先も増加傾向が続くと期待している。
		通信会社（サービス担当）	・スマートフォン、タブレット端末やWi-Fi対応の電化製品を、光回線で接続する客が増えているので、新規回線の申込みも増えつつあり、先行きは多少良くなると思われる。
		テーマパーク（職員）	・施設周辺のウィンタースポーツ事業所では、積極的な投資が見込まれるので、先行きは期待できる。
		美容室（経営者）	・年末は繁忙期でもあり行事も多いので、全体的に売上は増加する。
	美顔美容室（経営者）	・ホームケアのキャンペーンが12月末まで続き、もう1セット購入する客が見込まれる。	
変わらない		商店街（代表者）	・購買数に変化がないので、当面は今の状態が続くと思われる。ただし、低単価商品では経費ばかりが上昇して、増収増益にはつながらない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・小売業では、悪い状態がこのまま続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今の厳しい状態からは、容易には抜け出せない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・先行きも引き続き、飲食店での飲食機会が増えるとは考えられない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・全国的にも大都市は多少は良いかもしれないが、地方都市の景気は非常に悪い。夜の飲食店やスナック等で繁盛しているのはほんの一部で、店主達は、不振の原因に悩んでいる。こういった店の景気が上向かないと、良くなったとは思えない。年末商戦には淡い期待を持っている。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・一部の客や会社では需要が大きく伸びるかもしれないが、裾野を支えている人々の需要は減っている。一部の客層で売上を確保しているが、裾野の幅広い客層では財布のひもが固くなっており、そのマイナス分全体としては変わらない。客層が二極化している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・伊勢志摩サミットを控えているが、2～3か月先の観光への効果は軽微と考えている。主力製品の一つのピールは、引き続き好調を維持しており、今後も取引先が増え続ける。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは、現状から変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・中国景気の減速や米国の利上げ等の外的要因と、それに対応する内的要因には様々な憶測があり、先行きははっきりしない。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドは好調だが、日用品の買い控え傾向は続いている。インバウンドでカバーして、ようやく前年並みの売上を維持している。
		百貨店（企画担当）	・時計宝石品等の高額品の売上が前年同期を超え、高額所得者や資産保有者の購買意欲は高い。一般消費者による食料品や生活必需品の購入も安定しているが、衣料品等ファッションに対する購買意欲が回復していない。気温が下がればある程度の購入はあるが、前年を超えるほどの勢いは感じられない。この傾向は今後も続く。
		百貨店（経理担当）	・バーゲンの効果もあり、幅広いアイテムで売上に動きが出てきている。
		百貨店（経理担当）	・お歳暮・クリスマス商戦が始まるが、景気動向が足踏み状態のため先行きは不透明である。
		百貨店（販売担当）	・インバウンドによる購買は更に伸び、数値上は改善する可能性はあるが、消費の中心である主婦層への家計改善に向けた政策が明確に打ち出されない限り、景気上昇のムードは生まれない。あまり停滞感が続くと、年末年始の盛り上がりも小さくなるのではと憂慮する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・主力商品である婦人服の動きにまだ弱さがある。暖冬予想や中国経済の不透明感もあり、年末商戦に向けて、まだ楽観はできない。
		スーパー（店長）	・年末に向けて少し消費が伸びる部分はあるが、逆に通常の支出を引き締めるので、あまり変化はない。相変わらず商品値上げ等の話があり、非常に不安である。
		スーパー（店員）	・安い商品しか動かず、利益拡大には容易に結び付かない状況がずっと続いている。
		スーパー（販売促進担当）	・購買を左右する天候の見通しでは、衣料品、住居は良いが、食品の伸びが鈍いものと見込まれる。
		スーパー（販売担当）	・年末年始を迎えるが、年越しそばやおせち等、歳末特有の商品は年々売れなくなっている。クリスマスも同様であり、景気は今と変わらないと思われる。
		スーパー（商品開発担当）	・クリスマスや年末年始等の繁忙期で売上は年間最大になるが、来客数は前年と同様が減少が予想される。1品単価、購入点数や客単価は好調に推移しているため、来客数が前年を多少下回ってもカバーでき、現状と変わらない数値に着地すると見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・これといった先行きのプラス材料が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今月のような状況が、当面は続くと思われる。
		コンビニ（店長）	・客の動き、販売数や単価等、いずれも大きく動くことはない。
		コンビニ（商品開発担当）	・ふだん購入する商品の買い控えは相変わらずである。この傾向は当面続き、年末商材の動きも同様と考える。
		衣料品専門店（経営者）	・バーゲンシーズンに入るので来客数は増えるが、売上に結び付くかは不安である。
		家電量販店（店員）	・今年は前年と似たような動きで、4～6月までは前年の消費税増税の影響があったが、ここに来てさほどの影響を感じなくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・年末に向けても、このままの状態が続くと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・相変わらず景気のいい話は聞かない。人気車種の新モデル等では、予約も順調なようであるが、全体には大きな影響はないと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・東京モーターショー等が、消費の盛り上がりには波及すればと期待はするが、良くなるという明確な理由にはならない。
		乗用車販売店（従業員）	・年末商戦はここ数年は低調である。特に良い材料はないが、工場への在庫台数が増えてきており、新車販売台数の落ち込みをカバーすると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・良くなる要因が見受けられない。
		乗用車販売店（総務担当）	・雇用情勢には改善がみられるものの、耐久消費財の販売が盛り上がるには、もう少し時間を要すると思われる。
		乗用車販売店（経理担当）	・年末商戦の盛り上がりには期待感もあるが、消費者の財布のひもは相変わらず固いように感じられる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・先行きの景気について、良くなる要因も悪くなる要因もみられない。
		高級レストラン（役員）	・年末年始の予約の動き次第であるが、現時点ではまだわからない。
		一般レストラン（経営者）	・寒くなるにつれて、外食や飲酒に金を使う機会が減る。景気が良くなる理由が見当たらない。
		一般レストラン（従業員）	・相変わらず、景気は低いレベルで安定しており、景気が良いという実感は全くない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・良い流れが出てくると、連休や消費税増税等が水を差して波に乗り切れない。先行きが全く読めない雰囲気である。
		観光型ホテル（販売担当）	・忘・新年会の受注は、繁忙日の予約は取り込んでいるが、それ以外の日については、まだこれからという状態なので、今のところ業況は変わらないと見込んでいる。
		都市型ホテル（従業員）	・先行きの予約数から現状と変わらないと見込む。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門の不安材料として、インパウンドが若干弱くなっている。宴会部門は、不調がずっと続いていて改善が見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（営業担当）	・特に悪くなったり、良くなっている要素がない。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始の家族旅行は近場が人で、長期旅行先は少し低迷している。新年会の問い合わせが多くなっている。
		旅行代理店（経営者）	・訪日外国人客が増えることは、旅館等にとっては良いが、旅行者にとっては、宿泊先が取りにくくなり、売上が伸びない要因となっている。
		旅行代理店（経営者）	・外国人相手の仕事は減ることはないが、日本人向け商品の単価は落ちており、今後もその傾向が続くと思われる。競争が続き、商品単価の引下げにつながると感じる。
		旅行代理店（経営者）	・プレミアム付商品券の効果も既に薄まり、景気の起爆剤的な要素を感じられない。3月までの受注見込みが読めない。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行が苦戦している。海外旅行が例年の水準に戻れば、売上が落ち込むことはない。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は、長い間、静かな状態が続いている。月に2～3回は人出が多い日もあって期待感を持つが、その翌日にはいつもの静かな状態に戻る。先のわからない状況にまだ変わりはない。
		通信会社（営業担当）	・前年も年末はまあまあであったので、先行きも時期的には悪くはないと考える。
		テーマパーク（職員）	・インバウンド客は多いが、今後も伸びるかどうかは不透明である。
		ゴルフ場（企画担当）	・これから2～3か月先は冬期に入って入場者数は減少していく。しかし、現在の入場者予約数をみる限り、景気は悪くないと思われるので、積雪シーズンまでは、今の良い状態で推移すると見込まれる。
		美容室（経営者）	・年末年始を控えているので時期的には良い。今の売上が12月まで続けばと願う。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・特に先行きの変動要素はない。
		設計事務所（経営者）	・規模は小さいが案件数は比較的安定している。しかし、受注単価は低いままである。
		住宅販売会社（従業員）	・今のところ先行きに大きな変化は感じられない。建築業界を揺るがす事件があり、受注に影響がなければと願う。
		住宅販売会社（従業員）	・年末に向けて来客数は減少していくと考えられる。消費税の軽減税率等の内容によっては、年始から来場者の増加も期待はできる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・見積り依頼等、停滞していた引き合いの動きが、やや多くなってきた。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・年末につれて不動産の動きは鈍くなるが、年が明ければ動きが活発になる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年が明ければ、購買意欲が落ちる。
		商店街（代表者）	・物価ばかりが上昇し、給料は全く上がらない状況で、生活に苦しんでいる人が多いので、先行きは景気が若干下降すると思われる。
		商店街（代表者）	・白物家電は安定的に売れているが、デジタル関連商品の売行きが悪い。商品が中高年層のニーズとずれているように感じるため、ニーズに合った商品開発に期待をする。
		商店街（代表者）	・店舗で客を待っていても、来客数の伸びは期待できない。イベント等に出店したり、来客数が増えるようなイベントを敢行しないと、売上にはつながらない状況である。
		百貨店（売場主任）	・以前はカードキャンペーンや割引優待等を契機に購入する購買意欲のある客が多かったが、催物を行っても、購買客は少なくなっている。靴下が厚手になって靴がきつくなると、買換えるよりも履けない靴を修理をする客が増えている。
		百貨店（経理担当）	・中国経済の減速や新興国の成長鈍化等から、企業の業績見直しにも不透明感が漂っている。先行きは所得や雇用の拡大が期待できないため、結果として個人消費も下向きと考える。
		百貨店（販売担当）	・まとめ買いが減っていると感じる。また、平日の客が前年同期より少なくなっている。
		スーパー（経営者）	・年明けは各企業の稼働日数は少なく、中国経済の減速もまだ続く。原油価格が安くデフレ傾向となり、1月ごろの景気は、まだ良くない。
		コンビニ（店長）	・客層の高齢化で来客数が減っている。法人利用は増えているが、個人の減少分をカバーするまでには至らない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・弁当等、単価の高い食品の売行きが悪くなっている。おにぎり等の単価の低い商品はそれほどでもないが、高めの商品が売れなくなっており、財布のひもが固くなっている。
		コンビニ（店長）	・同じ商品をいつも必要な分だけ買う客が多く、余分な物は買わない傾向が強くなってきている。
		観光型ホテル（経営者）	・12～2月の宿泊予約が前年同期よりも減少しており、受注増加にはつながらない見通しである。やや悪くなる状況が今後とも考えられる。
		都市型ホテル（経営者）	・インバウンド需要に陰りが出るのでは、という懸念がある。
		旅行代理店（経営者）	・行楽シーズンということもあって現在は繁忙であるが、先行きの予約状況は良くない。
		旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンが終了し旅行時期のピークを過ぎ、ホテルの空室や貸切りバスの空車が出てくると、客は少しでも安い金額の商品に申込をする。今の反動で、宿泊料の高いホテルは敬遠され、淘汰されると思われる。
		観光名所（案内係）	・この先の天候がはっきりとしないため、観光地としては、集客が少なくなると見込まれる。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税が決定した影響で、業界全体の潮流として低単価で薄利多売傾向となっている。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・株価低迷による影響を受けて、景気は少しずつ落ち込んでいくのではないかと見込む。
		理美容室（経営者）	・客との話では、散髪代も満足に出せないとのことで、景気は良くない。
		美容室（経営者）	・県全体が、景気の悪さは全国でも下から2番目ということで、近い将来に立て直すのは無理である。
		設計事務所（職員）	・景気を良くしようという政策は耳にするが、具体的に良くなりそうな動きが、全く見受けられない。
		住宅販売会社（従業員）	・リフォームの話は引き続き多いが、工事代金の資金を借入れてまではと工事に踏み切れない客も多い。リフォーム資金の調達手段として、簡単に銀行等の融資が受けられるようになれば、受注量も増えるのではないかとと思われる。
		悪くなる	理容室（経営者）
住宅販売会社（経営者）	・食品や衣類、その他の日用品が値上がりしているため、住宅資金にまで金が回らない状況である。		
その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・公共工事は減少し民間工事は横ばい状態で、これから3か月先が心配である。		
企業動向関連 (東海)	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・TPPの大筋での合意を受けて、食品関係の値上げも一段落と感じられる。年末に向かって活発になるボーナス商戦に期待したい。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新製品の受注量が急速に増えている。客先では、自社の生産だけでは追い付かず、関連他社に生産を委託するようになり、そちらからの注文も入っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末にかけて客の設備投資が若干増える期待があり、今月からは仕事があると連絡を受けたことから、先行きはやや良くなる。
		輸送業（従業員）	・天候の安定やガソリン等の石油製品の値下がりが、景気全体をやや上向きにする。物流業界では、燃料費やフェリー料の負担が小さくなり、業績改善につながる。
		金融業（法人営業担当）	・地元自動車メーカーの生産計画では、当面は増加が見込まれ、部品メーカーの生産も堅調に推移すると見込まれる。
		行政書士	・先行きは出荷量が増加する。
		会計事務所（社会保険労務士）	・客先では、設備投資や備品の買換え需要等が発生している。人材の新規採用もできるようになってきており、少しずつ良くなっていく。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・当社は少し良い状況であるが、取引先は、それほど良い状態ではない。中国経済の減速がまだ続くと予想している。ドイツの自動車メーカーの不祥事については、全貌がつかめず、実態を公表して欲しい。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・年末に向けて景気が悪くなる要素はあまりないが、特に良くなるような情報も入っていないので、先行きもあまり変わらない。
化学工業（営業）		・化学薬品業界では輸出需要の低迷が続いている。	



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
		化学工業（総務秘書）	・アベノミクスの第三の矢は、その効果が批判的にみられているが、実際にどうなるかはわからない。世間では安全保障問題が議論の中心となっており、景気としては、良くも悪くもならないと見込む。
		化学工業（人事担当）	・様々な商品の価格が上昇しており、特に食料品の上昇が目立っている。給与水準が上昇したという人は、一部の企業に限られるので、景気としては今のような状況がしばらくは続くと思われる。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数も減少傾向で、引き続き悪い状況が続くと思われる。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが一段落した後の落ち込みを気にする声もあるが、仕事量の心配はあまりないと感じる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・年内の受注量、販売見込み量は確保されており、相当の水準で推移する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・各国の経済対策により、景気が一気に悪化するとは考えられないが、政治・経済の両面で不安要素は残っているので、急速に景気が良くなると思えず、見通しは不透明である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化の見込める要素がない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・悪い状況から変わる要素がない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・業界の状況としても、良い面と悪い面の両方があり、どちらかに大きく振れることは想定しにくい。
		建設業（営業担当）	・浄化槽、水まわり関係は、法律がそれほど厳しくなく、個人宅の点検・清掃事業にしても、車のような車検を受けなければ違反といった強制力がない。業況を改善しようと思っても、すぐに改善につながる策はない。
		輸送業（経営者）	・中国の内需、為替相場、国内消費や軽油価格等、輸送業が強く影響を受ける要因には、大きな変化は見込まれない。
		輸送業（エリア担当）	・発着荷物は増えているが、人件費も上がっており、利益減となっている。この先は経費削減の動きが出てくると思われる。
		輸送業（エリア担当）	・変動要因がないので、輸出、輸入とも今の状況を維持するものと思われる。
		輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油価格が前年比約37円安くなっており、非常に助かっている。貨物の荷動きは、今一つ緩慢な状況が続いている。
		輸送業（エリア担当）	・年末に向けて慌ただしくなる時期であるが、受・発注量が増えそうな感じはない。特に年末年始だからということもなく、淡々と流れていきそうな状況である。
		通信会社（法人営業担当）	・先行きは、再来年4月からの消費税増税への懸念が重くのしかかってくる。より強力な政治のリーダーシップ発揮に期待したい。
		金融業（企画担当）	・資産効果が存在する間は、個人消費も現状の水準が続くと思われる。地元の個人商店では、大型商業施設の開業もあって苦戦をしている。
		不動産業（経営者）	・現在の状況では、この先数か月では変化はないと見込まれる。
		企業広告制作業（経営者）	・T P Pの影響の不透明さが景気の足を引っ張っている。国策としての方向性が、国民にはわかりづらい。
		広告代理店（制作担当）	・広告の受注量だけでなく、経済全体で売上額が上昇する気配はなく、この先も景気が良くなる要素は、あまり見当たらない。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞折り込み広告の受注量が増えるような見通しが立たない。		
公認会計士	・円安に伴う輸入材料の価格高騰や人件費の上昇に対する解決策が見当たらない。また、中国経済の先行きが不透明である。		
やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・年間を通じて販売数が落ち込んでおり、年内の回復は厳しい見込みである。	
	出版・印刷・同関連産業（代表）	・客の販売状況が改善しない。広告主からの直接の問い合わせも減ってきている。	
	鉄鋼業（経営者）	・県内での大型物件や、自動車関連の工場建設や設備等の物件が非常に少ない。この先の物件の見積依頼等も、今のところはない。	
	一般機械器具製造業（営業担当）	・中国市場では設備のコスト競争が激しくなっており、利益の確保が難しくなっている。	

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
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画では、今後は減少する見通しである。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・今月と比較すると、先行きは販売台数と発注計画が若干低下し、それに伴って利益も減少が見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・中国経済が低迷している。国内向け新車向けの需要があるとはいえ、部品発注を受けている部品メーカーは良いが、そうではないメーカーの業績は悪化し、二極化していく。
		建設業（経営者）	・杭問題の影響は、マンション販売がこれからという時期でタイミングが悪いが、事実上問題のある物件はほとんどないため、早期の収束を業界全体で願っている。
		建設業（経営者）	・大手企業でも不正を行っており、景気が良くなっていると思う人はいない。
		金融業（従業員）	・一部の企業では若干良くなっているようであるが、多数を占める中小企業等では、生産しても利幅が確保できない比較的厳しい状況が、今後も続いていく。
		不動産業（用地仕入）	・中国景気の減速の影響が懸念される。
		会計事務所（職員）	・消費税の再増税が再来年4月に控えている。TPPやマイナンバー制度が始まるが、この先は、大手企業が生き残り、中小零細企業は淘汰されていく気がする。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・一般企業での開発案件が少なくなっている。
雇用 関連  (東海)	悪くなる		
	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・例年、年末年始から年度末にかけては、客からの引き合いが増えるため、今月よりも活況が見込まれる。ただし、派遣先での日次の稼働時間は若干減少してきていることから、中期的な視点で考えると、現在の状況が長く続くとは言い切れない。
	やや良くなる	民間職業紹介機関（営業担当）	・年内に採用活動を完了したい法人と、個人の転職意欲の高まりから、総じて右肩上がりの推移が想定される。
		人材派遣会社（社員）	・ターミナル駅周辺では新ビルの建設ラッシュで、様々な企業が移転予定のため、求人数は引き続き増加が見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・現状の予約状況はあまり良くないが、忘年会シーズンになるので業況は良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて、多少は景気回復ムードになる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・ドイツの自動車メーカーの不正問題の影響で、一部の部品メーカーでは減産傾向にあるが、国内自動車メーカー全体としては、販売台数の増加につながると期待している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・冬の賞与の時期で、一時的に景気は上昇すると思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・継続的に採用を行う企業が増加しており、内定者数も増加が見込まれる。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・就職関連イベントの開催が増えており、出展企業も増加傾向にあることから、採用に積極的な企業が多いと感じる。
		変わらない	人材派遣会社（社員）
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・年内から年度内はこのまま変わらない。ターミナル駅前のビルの建設ラッシュで、人や金が動くことを期待したい。
	職業安定所（所長）		・新規求人数は、前年同月比で13.8%減少している。運転手や介護業界等では人手不足は続いている。景気の動きは今後変わらない。
	職業安定所（職員）		・人材不足で企業経営が行き詰まり、再建計画を迫られているケースが出ている。TPPに関して、第1次産業や関係加工業からは、先行きの期待による業況拡大よりも、今後に対する不安の声を聞く方が多い。
	職業安定所（職員）		・景気の先行きが不透明なため、雇用条件が改善する見通しはまだ立たない。景気を刺激する政策待ちである。
職業安定所（職員）	・大手企業では業績好調であるが、中小企業では、仕事はもらえるが加工賃は据え置かれており、引き続き厳しい状態にある。また、中国経済の減速の影響で現地工場からの注文が減少傾向との声も出ている。求人数は増加傾向にあるものの、相変わらずパートでの求人募集が目立つ。		
職業安定所（職員）	・求人数は伸びると見込まれるが、企業の賃金合計金額は変わらない。したがって、求人数は増えても労働条件が改善するとは考えられない。		
職業安定所（職員）	・企業経営に影響を及ぼすような経済情勢の変動は特に見込まれず、先行きもあまり変化がないものと考えられる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（支社長）	・一部で求人をストップする企業もあるが、全体の求人数はまだ落ちていない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・理工系学部の学生を中心に、学内外での企業説明会が前年より増加しており、企業は採用に積極的と感じる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営企画）	・機械受注が下降傾向にあり、先行きが懸念される。
	人材派遣会社（支店長）	・求人数を年間の動きでみると、8月をピークに9～10月は下落傾向が出ている。	
	職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比で減少しているが、求職者数も同様に減少しており、雇用の動きは緩やかになっている。	
悪くなる	-	-	

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連  (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・年末に向け、新商品の発表や客の購入計画があるので追い風になると思う。
		百貨店（営業担当）	・北陸新幹線が開業してから初めての冬場を迎え、地域に訪れる観光客はかなり増加するのではないかと。冬の味覚という面があり、食品の販売量が促進されるような気がする。例年と大きく違い、観光客の流入により消費が多少上向くのではと考えている。
		コンビニ（店長）	・不景気慣れしてきた客が不必要な節約をしなくなったと感じている。以前と違って、嗜好品の売上推移や季節商品、イベント商品の動向がかなり好調に推移しているのが根拠である。このまま年末も同じような流れが続けばと願っている。ただ、不景気慣れしただけなのかもしれないので、本当に景気が良くなったのかは疑問が残る。
		衣料品専門店（経営者）	・観光、建設関連の人の話によると、良くなっていると聞いている。当地のホテルについては、期待以上に昨年より良くなっているし、温泉地では2～3割良いと言っている。建設も仕事を選べるようになってきていると聞いている。底が固まっているということであろうか。
		乗用車販売店（役員）	・12月に量販車種のフルモデルチェンジが予定されているので、今以上に受注、販売に寄与するものと期待するが、全チャンネル併売なので他社との競争が激化する。
		住関連専門店（店員）	・例年だと、11月から初売りまで繁忙期に入る。ここ数か月は、販売数量に大きな伸びはないが単価は上がってきている。この推移で数量が増加すれば回復傾向に結びつくはずと考える。また、最近ではアパレルの苦戦に対し、インテリア用品に浪費する傾向も強まり期待が持てる。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門と大会、コンベンションの増加により全体ではやや良くなると思込む。
		旅行代理店（従業員）	・北陸新幹線効果がまだ期待できる。
		通信会社（営業担当）	・現状は前年度と比較して販売台数に大きな差がなく、目標数値も安定している。冬のボーナス時期に突入するため、やや上昇が見込めると考える。
		通信会社（役員）	・契約申込数の増加傾向に合わせ、ここ数か月は解約数も減少傾向にあり、純増数は前年比大きく改善している。この傾向は年末に向け、ここ数か月継続するとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末年始にかけてボーナス商戦も含め、新商品が全て出そうため販売総数は増えていくと思われる。
		通信会社（役員）	・現在の好調を維持し年末商戦を迎えることから、例年の数字をかんがみても引き続き好調を維持すると考える。
		競輪場（職員）	・例年通り、年末のグランプリシリーズに向けて売上増が見込める。また盛り上がり期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・時期的に、消費税の10%への増税前に家を建てたいと思う人達が動き出す。
住宅販売会社（従業員）	・消費税率アップ前の客の動きは今以上に多くなると思われるが、競合もますます激しくなると考える。		
変わらない	商店街（代表者）	・大きな変化は予想されない。	
商店街（代表者）	・この先悪くなる要素はいくつもあるが、良くなる要素は何もない。よって、今後2～3か月先の状況は、現状と変わらないか、もしくは若干悪くなるように思える。		

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（営業担当）	・クリスマス、年末年始以外に、売上を見込める天きな要因はなく、客は必要なものを吟味して買うという動向に変わりがないことから、厳しい状況が続くと予想する。
		スーパー（店長）	・現在の来客数の流れも含め、2～3か月先ではそんなに変わらないのではないかとと思う。
		スーパー（店長）	・今後の年末需要を予測すると、ボーナス商戦はそれほど期待できない。特にギフト関係は年々落ちているように思う。
		スーパー（総務担当）	・景気が良くなる要素がない。前年売上高が維持できれば良いと考えざるを得ない。
		スーパー（総務担当）	・北陸新幹線開業による効果が継続しており、今年度はこのまま推移すると思われる。
		コンビニ（経営者）	・来客数は増加しているが、客単価は相変わらず前年割れの状態が続いている。コーヒーを1杯だけ買うという人も相変わらず多く、お金のシビアなのは変わっていない。競合店の出店も相変わらず止まっておらず、また他の業態の出店も近くに予定されており、売上が好調に推移するとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスケーキや年賀状印刷などの、いわゆる年末商戦が近づいてきているが、例年どおりに推移していくものと予測している。大きな変化の要素が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・当地の衣料品店は、アウトレットモールなど大型店の進出や人手不足で、売上の落ち込みが大きく、回復の兆しは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・より良い商品を求める傾向はあるが、数量の伸びがない。
		家電量販店（店長）	・来客数に対して販売数量が落ちている。関連商品、季節商材の提案を行っているが客の財布のひもは固く、必要以外の物への消費が少ない。
		乗用車販売店（経営者）	・県内の業界の月ごとの集計数値を見る限り低調な状況が続いており、しばらくは状況が変わらないと思う。
		乗用車販売店（従業員）	・気温が下がり天候の悪い日が増えてくると、なかなか来客数が伸びない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・観光地、飲食店、宿泊施設を中心に北陸新幹線効果が長く続いている。地元住民にも景気回復感がつながって、需要が拡大することを期待したい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・本来であれば、気温の低下とともに売上が増加する秋冬衣料の伸びが悪い。消費税増税から一巡して一時は回復の兆しも感じられた個人消費だが、最近はまだ財布のひもが固くなった感じが強い。
		一般レストラン（店長）	・北陸新幹線開業効果が少しずつ波及しているのかとも思うが、持続するのが疑問である。
		スナック（経営者）	・やはり、国内外の様々な変化が敏感に反映され、足元が止まってしまう。
		観光型旅館（経営者）	・11月からのカニシーズンを迎え、JRのデスティネーションキャンペーンや大手旅行会社の全国キャンペーンが行われており、順調に集客ができています。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は10月以降も前年比115%以上の保有を確保している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊中心に、引き続き堅調に予約がある。
		旅行代理店（所長）	・北陸新幹線開業後の来県動向はJRのキャンペーンもあり好調である。出発の方はビジネス旅客の動きは変わらないが、観光旅行需要は増加傾向に陰りが出ており、前年比で横ばいの状況である。
		タクシー運転手	・春先からずっと好調で、年末にかけても好調を維持し、あまり変化はないと思う。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は少し静かだが、ここ数か月ビジネス客が安定している。
		通信会社（店舗統括）	・良くなる要素は見当たらない。
		その他レジャー施設（職員）	・寒くなる時期であり、季節的要因が大きい。
		住宅販売会社（従業員）	・情報量、来場者数とも引き続き順調である。ただし、土地なし客の土地の選定に時間がかかることと、土地造成も計画通り進んでいないこともあって、商談に入れない案件が出てきている。一方、完工面は一部の業者や職人の手配に時間がかかり、数字がずれ込み始めている。
		住宅販売会社（従業員）	・次回の消費税増税まで少しずつ需要が増えると思っていたが、契約件数は増えず客の動きも減っており、今後は契約数が減ってくると思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年金をあてにしている家族が増えており、高齢者も今までのように自分のお金を自由に使えない、そんな家庭が増えてきているように思う。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・北陸新幹線効果も徐々に薄くなってきて、これ以上商材の値上がりが続くと客の購買意欲も薄れるように感じる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・客の財布のひもが固く、年末にむけて更にこの状況が厳しくなる。
		百貨店（売場主任）	・ここ3か月の間に、郊外やまちなかに新規にオープンした商業施設との客の奪い合いが、ますます激化している。ここ最近では特に週末の集客に影響が出ており、土曜日と日曜日の販売数量及び来客数が減っている。この状態が続くと、初売りに影響が出ることが懸念される。
		コンビニ（店舗管理）	・小売店や飲食店の人手不足から、パート、アルバイトの求人時給が高まっている。そのため、既存人員の待遇も改善しなければならない。このことが人件費増となり、損益を圧迫するだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気の良い話が全く聞かれないことがあり、これから寒い季節になって、心も体も懐も温かくなる日はいつのことかと思っている今日この頃である。将来は2～3か月先も1年先も、見通しは暗いと思っている。
		高級レストラン（スタッフ）	・JRの秋のデスティネーションキャンペーンも終わり、現在の集客は一段落することが予測される。
		一般レストラン（統括）	・人手不足による営業日数や営業時間の短縮により、売上高減少が予測される。現場業務だけでなく、事務職でも人手不足が始まってきた。
		通信会社（職員）	・価格に左右される客数が多くなってきている傾向がある。
		テーマパーク（職員）	・前年同期比でみた場合、向こう2～3か月先の、特に国内の団体客の予約が鈍い状況にあり、全体としてはやや悪くなる方向が予想される。
		美容室（経営者）	・ヘアカラーによる皮膚のかぶれ問題がニュースで取り上げられて、その対応策がまだ講じられてない。
住宅販売会社（従業員）	・省エネ住宅エコポイントの枠も終了し、客の動きも鈍くなると感じる。		
	悪くなる	-	-
企業動向関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	化学工業（総務担当） プラスチック製品製造業（企画担当）	・受注量が増える予定である。 ・軸足を置く住宅市場は、5月以降新設住宅着工数が前年比で順調な伸びを示している。部材供給は着工後2～3か月後となることから、業績的には上向くものと予想している。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・現状が仕入れ単価の上限との認識であり、これ以上の価格上昇は想定していない。今後の単価の推移を注視していく。
		繊維工業（経営者）	・新しく開発された新商品については、意気込みだけはあるのだが、具体的な数字はまだである。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文などの入り具合からそのように思った。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・現在の引き合い状況から大きい変化はないと考えるが、新興国の為替動向に不安があり、輸出関連に不透明感はある。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧米市場で特に米国の受注が伸びないので、変化がないと思われる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・年末に向けての生産計画は、例年ほど落ち込む傾向はないものの、量的にはそれほど増えていくような計画にはなっていない。
		通信業（営業担当）	・事業所の通信設備の投資がしばらく右肩上がりだったが、今月から少し鈍化してきた。
		金融業（融資担当）	・企業業績の改善や人手不足による賃金の上昇は見られるが、個々では大きなものではない。北陸新幹線効果については、定着したものととなり、街中の動向を見ても、引き続き観光客の入りは多く、取引先のホテルの稼働率も高い。短期的な落ち込みもない。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・前年比売上は2か月連続で100%超えたものの、特定の業種での売上が大きかったに過ぎない。住宅や自動車などのチラシ出稿率は、依然として前年割れが続いている。
司法書士	・規模の大きい企業では事業承継のためのホールディング会社設立、事業発展のための会社分割という案件があるが、小規模事業者では、解散はしないものの事業は廃業し、店舗などの賃貸会社とするといった相談が多い。		

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	繊維工業（経営者）	・国内市場は相変わらず元気がない。また、輸出ではアメリカ市場を除き、欧州、中国とも厳しい状況にあり、受注の先細りが懸念される。
		建設業（経営者）	・小泉政権や民主党政権で減茶苦茶に削減された公共事業予算が、安倍政権に替わりようやく回復した。しかし今年度は前年とほぼ同じであったが、来年度は下げられるという予測である。これから年末工期の工事の完成に向けて多忙になる時季であるが、こういう来年度の予測では景気が良くなるとは思われない。
		建設業（総務担当）	・地方では工事発注量の減少傾向が見受けられ、今後受注価格競争の激化が見込まれ、受注環境の悪化が予想される。
		輸送業（配車担当）	・原油などの値下がりによってコストは下がって利益が出ているが、実際の物量は減少しており前年確保も厳しい現状である。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線効果も一巡し、建設業界では売上も横ばいとの話を聞く。県内で好調なのはジェネリック製薬のみである。
		不動産業（経営者）	・個人からの問い合わせがかなり少なくなってきているという話と、業者間ではまだ少しは動きが出ているという話がある。法人関係も情報が少なくなってきている。
		税理士（所長）	・公共工事関係も今は息が切れてきている状態で、建設工事も徐々に減少してきている。また価格面においても、一時は中小企業や下請けに対して、割と暖かい風として1人当たりの人工代を上げる傾向もあったが、ここにきて少し抑え気味になっている。また、人手不足によって工事の入札が成立しないことから、工事件数がまとまっていけないのも全体のパイが下がっている原因ではないかと思う。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が1.55倍と、依然として高い数値で推移している。
(北陸)	変わらない	人材派遣会社（役員）	・経験やスキルを問われる職種については人材不足となっている。厳しい状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が増えるにつれ、優秀な人材の確保、育成に取組み、マッチング率を高めるよう努める。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を行う話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋までの求人数からすると就業している人は確実に増えており、消費者全体としての消費は上向いていくと思われるが、個々の不景気感に抑えられるかと思う。
		職業安定所（職員）	・業績が良くなるという事業所がある一方で、先行きを不安視している事業所もある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・このところの新規紹介や派遣は、一般的なものより設計、IT技術系、販売など技術経験者の需要が増加しており、人材探しがより難しくなっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・未だに今年度の求人の問い合わせや追加求人がある中で、次年度採用向けの企業説明会の案内やインターンシップの案内が増えてきている。現状では今年度の売り手市場の求人状況が続くのではと思う。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・人員整理を行う企業が若干みられるようになった。
	悪くなる	-	-

## 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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	高級レストラン（スタッフ）	・1年で最も忙しくなる年末に入るため、良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・歳末に向けた、各種イベントによる仕掛けの効果に期待している。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）		・一部の潤っている業種に対する商品の供給を模索している。	
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）		・11～12月については受注の予約があり、巻き返しが期待できる。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・商品を買う客が増えてきているので、景気は良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔花〕（店長）	・企業間の贈り物が増え、多少は花を使うようになってい る。花代などは最初に削られる経費であるため、企業も多少 は余裕が出てきたと感じる。
		百貨店（売場主任）	・希望的観測でもあるが、これから少しは上向く。当ビル全 体では耐震工事が続いているが、食料品を中心に上向いてい く。
		百貨店（売場主任）	・クリスマスや正月、クリアランスセールなどの購入動機が あれば、消費意欲は活発に推移すると予想される。ただし、 インバウンド売上の増加傾向が一巡しつつあるなか、更に維 持、拡大できるかどうか課題である。
		スーパー（経営者）	・これからクリスマスや年末を迎えるため、うまく演出を行 い、成果が出るようにしていきたい。
		スーパー（店長）	・どこまで競合対策をしっかりと行えるかが重要となってく る。価格競争になると負のスパイラルに陥るため、自店の強 みであるこだわりの部分を打ち出す必要がある。自社開発商 品や産地直送品、直輸入品を最大限に伸ばすことで、利益を 確保し、年末商戦に臨みたい。
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類の新商品が新たに発売され、売上げが見込まれ る。また、プレミアム系の商品も好調が続くことが予想され るため、客単価は上昇傾向の継続が期待できる。
		衣料品専門店（営業・ 販売担当）	・おしゃれとして楽しむスーツのほか、実用的なスーツの注 文も増加してきている。
		乗用車販売店（販売担 当）	・年末に向けてのボーナス商戦に伴い、客の購買意欲が強ま る。
		一般レストラン（経営 者）	・正月、旧正月とまだまだ外国人の利用者が増える一方、受 入体制も徐々に整い、効率的になってきている。日本人の旅 行者も増えており、相乗効果が見込まれる。
		その他飲食〔コーヒー ショップ〕（店長）	・肌感覚では分からないが、データ上では回復傾向がみられ る。今後も回復が続くことを期待している。
		その他飲食〔ファース トフード〕（店員）	・今後は再び消費税率の引上げが予定されているため、駆け 込み需要が増えている。
		観光型ホテル（経営 者）	・ユネスコ記憶遺産登録の影響で観光客が増加している。寒 い時期になっていくが、地方に足を運んでもらうきっかけに なっているため、今後も期待できる。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・客室は稼働率、単価共に、高水準を保っている。宴会につ いても、忘新年会の予約が順調に受注できている。単価は例 年並みであるが、予約率は大きく上回っている。一方、食堂 部門は依然として苦戦しているが、クリスマスディナーなど のイベントには予約が入ってきており、単価のアップが見込 まれる。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・インバウンド向けの予約枠の消化率が高く、当分は好調が 続く。予約枠数は従来と同じでも、以前の消化率は20%程 度であったが、今は90%を超えている。宿泊に関してはシー ズンオフの期間がなくなっている。
		都市型ホテル（客室担 当）	・中国の株価下落による影響が出るかと思われたが、依然と して売上は増加傾向である。中国からの客が若干少なくな ったとしても、国内需要とほかの東南アジアからの客で十分補 えそうである。
		タクシー運転手	・京都は観光地であり、これから紅葉の季節で客が増加す る。
		タクシー運転手	・これからお酒を飲む機会が増えるため、観光客や乗客の動 きも良くなる。
		競輪場（職員）	・3か月先はお正月の時期に入るので、例年の傾向からやや 良くなるが、改善は小幅にとどまる。
		競艇場（職員）	・ボートレース業界では、上半期の売上が前年比で4.5%程 度の増加となった。また、年末に向けてビッグレースが多数 予定されていることから、景気はやや良くなると予想され る。
		住宅販売会社（総務担 当）	・先行きの不動産購入の申込状況も良いため、好調な推移と なる。
その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・消費税増税の経過措置の期限が、来年の9月末までと1年 を切ったため、今から徐々に住宅の購入を検討する人が増加 しそうである。		
変わらない	商店街（代表者）	・単価の下落が常態化している。	
	一般小売店〔事務用 品〕（経営者）	・このまましばらく我慢の時間になりそうである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・地域に根差した店では、今後も舌くからの客による電池交換や修理の依頼が期待できる。ただし、全体として消費者の腕時計離れは進んでおり、1人で着替えのように何本も持つことは、今の景気の状態では考えにくい。財布にも気持ちにも、客から余裕のある雰囲気は全く感じられないため、電池交換と修理以上の需要を期待することはかなり難しい。今後は、今月のようにあまり芳しく状況が続く。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・全体的に給料が上がらなければ、物価が上がってきている分、より苦しい状態に陥ることになる。物価が上がるだけでなく、全体的な給料も上がってほしい。
		百貨店(売場主任)	・商品の原価が上がっており、商品価格が高騰している一方、国内客の所得は一部を除いて増えていない。所得が増える要素や、客の数が増える要素がない限り、現状よりも良くなることは望めない。現状はインバウンド需要に頼っている部分が大きい。
		百貨店(売場主任)	・中国ではバブルが崩壊し始めているといわれているが、インバウンド消費には大きな変動がない。地域の消費者の動向も、大きなプラスになる要素はないが、マイナスになる要素も見受けられない。
		百貨店(営業担当)	・インバウンドの売上は、高額品の買上が減ってきている。一方、物を買うことに喜びを感じる富裕層の顧客は、高級ブランド品や美術品、金製品など、更に高額な商品を買うことが予想される。
		百貨店(営業担当)	・暖冬が予想されているため、ファッション関連の売行きには期待できない。
		百貨店(服飾品担当)	・今年は前年に続き、ファッションはカジュアル傾向で、緊張感のあるスタイリングがトレンドにはなっていない。ドレスやワンピース、ロングブーツなどの単価の高いアイテムは売行きが期待できないが、ニットやネックウェアのカシミヤ素材など、起毛素材の売行きは堅調で、気軽に購入できるため、販売数量はやや伸びると思われる。また、顧客の買い方をみると、安くてそれなりの商品をたくさん買うのではなく、良い物を一点だけ買うスタイルに変わってきているため、高額商材は好調が続くと予想される。
		百貨店(サービス担当)	・来月からの傾向は、季節料理の鍋商材で野菜類が高騰し、海産物の不漁も懸念されるなど、良くない情報が多い。買い控えなどが不安材料であるが、おせち料理やクリスマスケーキの予約は好調に推移しているため、大きな傾向に変化はない。
		百貨店(販促担当)	・今のところは浮上する明確な材料が見当たらない。株価も1万8千円を超え、高い水準を維持しているものの、消費がもう盛とはいえず、家庭の収入が増加している実感も少ない。日用品、特に衣料品に対する慎重な消費が定着しており、エルニーニョ現象の影響で暖冬になれば、客単価が下がり、苦戦することが予想される。
		百貨店(商品担当)	・中国経済の減速の影響や、冬のボーナスがどれだけ消費に回るかが鍵を握ると思うが、不安定な動きを考えると楽観視はできない。
		百貨店(マネージャー)	・中国を中心とする海外経済の減速が懸念されるものの、現状は百貨店での影響はみられない。また、株価も上がったりが下がりたりを続けているものの、1万9千円台の回復が見込まれており、富裕層の消費は好調が続くと予想される。一方、来客数の大半を占める中間層においては、賃上げや今夏の賞与増などがあったものの、それが消費に回っている実感はないため、鈍い動きが続くと考えられる。
		百貨店(マネージャー)	・海外では中国景気の後退に加えて、米国の金利動向の不透明感が強い。国内では消費税増税に向けた動きが大きく報道されるなか、消費者心理への影響が大きくなると思われる。その結果、消費者や消費分野の二極化が進むため、マーケット対応力の差により、地域や業種による格差が更に拡大する。
		百貨店(商品担当)	・中国からの観光客は、まだ一部の富裕層のみであり、まだまだこれから来客数は増える。
		百貨店(売場マネージャー)	・国体などのイベントも一息つき、落ち着いた状態になっている。イベント期間中に減少した外国人観光客が戻ってきてくれることを期待している。



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
		百貨店（外商担当）	・依然として、国内外の経済は不安定な状況が続いており、先行きが不透明である。年明けから競合店の建て替え工事が始まるため、顧客をいかに取り込むかによって、売上が変わってくる。
		百貨店（売場マネージャー）	・ファッション関連の消費をみる限り、現状維持が予想され、大きなマイナス要素はみられない。食品を中心とした日常消費にも大きな変化はないが、お歳暮のギフトマーケットは縮小傾向にある。インバウンド関連では、大きな増加から1年が経過したため、大幅なプラス傾向は期待できない。トータルで見ると前年並みの推移となる。
		百貨店（マネージャー）	・高額品を中心に、富裕層の消費意欲は堅調な動きをみせている。一方、今後のクリスマスやクリアランスなどの大きな商戦では、暖冬の予報などもあり、中間ボリューム層の消費回復は見込めない。
		百貨店（営業企画）	・インバウンドなどの好材料が郊外に波及してこないだけでなく、京都地区の百貨店や商業施設の拡大により、都心への客の流出が懸念される。
		スーパー（店長）	・夏もそうであったように、バーゲンよりもシーズンの最初に少し良い商品を買う傾向が続く。一方、人の目にふれない物や食品に対する支出を抑えるため、家計の支出総額は変わらない。少し収入が増えたとしても、次の消費税増税や社会保険制度の変更、中国経済の失速などへの不安が、消費者の頭から離れることはない。
		スーパー（店長）	・年末年始で出費が増える分、日常の買物が控えられる。ポジョレーヌーヴォーや、クリスマスケーキ、年賀状の印刷などの予約も伸び悩んでいる。
		スーパー（店長）	・政治や経済などの外部環境にプラス材料が見当たらず、足元の状況から判断しても、良くなる気配は感じられない。
		スーパー（店長）	・企業の収益好調が報じられているが、まだ所得への波及があまりみられない。光熱費や通信費などの支出が増えているため、可処分所得が減り、好況感は足元では感じられない。
		スーパー（企画担当）	・外部環境に変化がみられないことから、今の状態が続く。
		スーパー（経理担当）	・消費は良くもなく、悪くもない状態が続いている。当面は大きな変動要因があまりなく、今の状況が年末まで続くと思われる。ただし、年末年始にかけてはボーナスや株価の状況により、基調が変わる可能性もある。
		スーパー（広報担当）	・食料品の動きは底堅くなりつつあるが、ファッション関連の動向が不透明である。特に暖冬の予報もあり、今後は予断を許さない。
		スーパー（社員）	・地域によって期間は異なるが、プレミアム付商品券の使用可能期間の終了が近づいている。ただし、京阪奈地域の企業業績は堅調であり、年末に向けて各企業の賞与増が期待できるため、当面は好調な支出が続くと期待している。
		コンビニ（店長）	・大手企業の冬のボーナスが平均で90万円と報じられたが、中小企業はそうとも限らない。消費税率10%への引上げの報道もあるため、財布のひもは簡単に緩まないと考えられる。
		コンビニ（店員）	・回復の見込みは薄く、厳しい状態が続く。
		コンビニ（広告担当）	・経済状況による若干の変動はあるものの、大きくは変わらないと判断している。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が10%に上がる予定であるなど、まだまだ財布のひもが緩むには程遠いと感じる。景気が上向いているのは一部であり、末端の部分まで潤うには、まだまだ時間を要する。
		衣料品専門店（販売担当）	・これから先も買い控えが続く。
		家電量販店（経営者）	・プレミアム付商品券の効果にも期待できず、客の財布のひもが緩む雰囲気はないように感じる。
		家電量販店（企画担当）	・最近では季節的な要因がなければ、なかなか動きが出てこないなど、需要の増加が見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・インバウンドによる効果が得られる地域は限られている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きが悪く、車検、一般修理などもあまり好調ではない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなるとの期待感はあるが、客の財布のひもが固い。財布のひもが緩むような大きな政策がない限り、変わらない。
		乗用車販売店（営業企画）	・悪くなる可能性はあるが、良くなる感触はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・年末はいろいろと出費が増えるため、新車購入にはなかなか厳しい環境となる。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車効果で幾分は市場の活性化が見込めるが、販売量の増加はもう少し先になる。
		住関連専門店（店長）	・引き続き、企業や事業主の個々の経営努力による売上増しが勝算がない。客や取引先の様子をみても、業界や消費者の景気が良くなっているようには感じられない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・現在のような金相場の高止まりが続けば、客の購買意欲も今の状態が続くが、株価が暴落した場合はその影響を受ける。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・景気は横ばいで進むと思われるが、我々の業界ではお歳暮などの売上減少が年々進んでいる。忘年会などの単価も安くなる傾向にあるが、極端な下がり方はせず、昨年と同じような推移になると予想される。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安傾向は変わらず、プレミアム付商品券の使用も目立たないため、売上が伸びる期待は薄い。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・全体として食品の値上げが目立っており、ファッション関連を中心に、厳しい商戦が続くことが予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・受注の電話が増え、客単価は上がっているが、新カタログが出たばかりという要因もある。このままの状態が続かない限り、景気が良いとはいえない。
		高級レストラン（企画）	・国内客の需要増は見込まれるものの、中国からのインバウンド客の減少が予想される。
		一般レストラン（企画）	・外食各社の動きをみると、低価格の業態は好調のようであるが、ファミリーレストランは軒並み苦戦している。来客数を客単価の引上げでカバーする状態が続いており、前年の売上をクリアすることが難しくなっている。ただし、関東と比較すると、まだ関西は来客数の落ち込みが小幅にとどまっている。
		一般レストラン（経理担当）	・消費税率10%への引上げに対する不安もあり、今後の景気が良くなるとは考えにくい。ただし、2～3か月後には忘年会シーズンが控えており、いくらか期待が持てる。その結果、全体的な景気の状態は大きく変わらない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・アイスドリンクからホットドリンク類に需要が変わってきたが、客の動きに大きな変化はなく、昨年と同様の動きが予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・客室稼働率はほぼ限界近くまで上がっているため、今後は宿泊単価のアップに関する施策を進めていく。
		観光型旅館（団体役員）	・10～12月の予約が例年よりも早く入ってきている。
		都市型ホテル（支配人）	・中国の景気が不安定で、株価も同様に不安定となっている。日本の株価は最近1万9千円台に回復したが、また暴落する不安もあり、なかなか景気が回復しているとはいえない。しばらくはこの状況が続く。
		都市型ホテル（総務担当）	・予約状況は、相変わらず好調である。
		旅行代理店（経営者）	・予約の受付時期がどんどん早まっている。早期に囲い込みができなければ、飛行機もホテルも押さえられず、価格も非常に高くなる。インバウンドを手掛けない旅行代理店は、早期の申込で国内客を取り込まなければ、どんどん苦しくなる。
		旅行代理店（店長）	・今は状況が変わることはない気がする。
		旅行代理店（広報担当）	・年末年始に向けての申込状況は芳しくない。間際予約がどのくらい発生するかにもよるが、現状の客との会話では、節約傾向が強まりつつある様子がうかがえる。
		タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約は比較的安定している。
		通信会社（経営者）	・特に、個人消費に変化の兆しはみられない。
		通信会社（企画担当）	・中国経済の失速への懸念はあるが、影響は大きくないと思われる。そのほかに悪い要素は見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の行方については、実際に決まるのが直前であるため、世の中は増税を前提に動いていく。その一方で、失業率は下がっているものの、平均所得は思ったほどの増加がみられない。この傾向が続くとすれば、ある時点で必ず消費は冷え込んでいくことになる。
		観光名所（企画担当）	・今年度に入って来場者が増加した。その後の増加率はほぼ一定であり、今後も維持することで精一杯と考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（経理担当）	・10月は好天に恵まれて来客数が多く、売上も前年比で7%ほど伸びた。ただし、いろいろな業態の店を営業しているが、店舗による差が大きい。今月は街でのイベントが多く、来客数が増えた割には、売上は思ったほど伸びていない。飲食関連はそれなりに伸びているが、特に物販が思わしくなく、全体的にみても、来客数は前年比で13%ほど増えているが、売上は7%ほどの伸びにとどまっている。
		遊園地（経営者）	・景気情勢を予測するには不確定要素が多く、プラス方向、マイナス方向共に実感はない。
		パチンコ店（店員）	・年末年始で一時的な回復は見込めても、継続することはない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・11～1月にかけては多くのコンサートが開催されるため、例年どおりの多くの集客を見込んでいる。
		美容室（経営者）	・商店街は代わり映えがせず、ハロウィンのパレードも盛り上がりがない。来客数も今月中旬までは良かったが、帳尻を合わせかのように月後半は落ち込んでいる。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・景気に左右されない新しいアイテムの開発と、売場構成の変化によって、更なる売上や収益のアップを目指していきたい。
		住宅販売会社（経営者）	・市内中心部と郊外でかなり差がある。一概にはいえないが、高額所得者層以外はまだ回復の実感が足りない状態である。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・金融機関の融資姿勢や不動産の価格に大きな変動はない。
やや悪くなる		一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・お金を使うところが、レジャーや外食にシフトしている。また、連休やイベントの日にも消費が集中しているように感じる。今後、買い回りの食品は一層厳しくなることが予想される。
		一般小売店〔自転車〕 （店長）	・値上げの動きが相次いでいる。ただでさえ消費者の財布のひもが固い上に、値上げが続けば、更に購入が少なくなる。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・インバウンド消費の停滞が予想される。
		百貨店（企画担当）	・外国人売上は、前年10月からの免税対象品目の拡大や、今年1月からのピザ発行基準の緩和によって急増してきた。今後3か月については、前年よりも外国人売上が減少するとみしており、景気は悪化に向かう。
		スーパー（経営者）	・多少の効果がみられたプレミアム付商品券の利用も終了し、これまで単価をけん引した農産物も、9月中旬以降の好天で単価ダウンが予想される。企業業績にも上半期に比べて減速感がみられる。今後は日常の食料品や住宅関連の支出がシビアになると予想される。
		スーパー（店長）	・中国経済の減速が企業業績に影響を与え、街角の景況感の悪化にもつながる。歳末商戦は、更に消費の二極化が進行する。
		スーパー（店長）	・地域の過疎化が進んでおり、ファミリー客は休日になるとショッピングセンターに出かけるため、集客が見込めない。
		スーパー（管理担当）	・TPPや消費税増税、マイナンバー制度など、対応すべき課題が多い。それが消費動向に良い影響を与えるかといえは、期待薄である。
		コンビニ（経営者）	・平均客単価が下がってきている。急に気候が変化したため、デザートやチルド飲料などのプラスワン商材の売上が前年比で5%ほど減っており、今後はますます悪くなっていく。
		コンビニ（店員）	・近隣に競合店の出店が相次ぎ、来店者が少し減ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・良くも悪くも、3か月は同じ状況が続かない。今はまた悪化しつつあるなど、客の動きにも陰りがみられる。やはり、景気がまた落ち込みそうである。
		観光型旅館（経営者）	・プレミアム付商品券やおもてなし券などの効果に期待したが、思ったほど売上は伸びておらず、これからもあまり期待できない。
		観光型旅館（経営者）	・特に大きなイベントなどが無い。都市型ビジネスホテルは外国人旅行者の増減が大きく売上に影響するが、温泉旅館はそれに比べると影響が少ない。
		タクシー運転手	・景気上昇のムードではないということが、街中を走っていると感じられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	通信会社（社員）	・ブロードバンドサービスへの需要が、昨年と比べても減少気味と感じられる。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージでは服を脱ぐため、寒くなってくると来客数が減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・この時期に客の反響数が減ると、売上の見込みも引下げとなる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンション価格の上昇に加え、マイナスの印象の強い事件が発生したことで、冷え込みが懸念される。
		一般小売店〔花〕（店員）	・理由は不明であるが、販売量が落ち込んでいる。特に、贈答品が伸び悩んでいる。このままでは、2～3か月先も売上アップが見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	・様々な商品の値上げが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物の新商品が出ているにもかかわらず、買上点数が減っている。また、薄手の秋物しか売れず、冬物は売れていないため、3か月後も期待できない。
		自動車備品販売店（営業担当）	・消費税の増税に対する先行き不安で、購入に対して慎重になってきているように感じられる。
企業 動向 関連  (近畿)	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・先週に受注した案件は長期にわたるため、しばらくは良い状況が続く。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けて、消費者の購買意欲は上がってくるため、先行きは良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・新商品の評価が良いため、新規顧客からの注文が見込まれ、売上、利益共に増加する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・12月までの受注案件もある程度把握できており、金額、受注量共に少し増えているように思われる。新規受注も増えつつある。
		化学工業（経営者）	・現在、延期となっている自治体の予算執行が実行に移されることで、少しは良くなると思われる。ただし、受注できる量には限りがあるため、現在の落ち込みをカバーするまでには至らない。
		化学工業（企画担当）	・販売量は例年どおりの推移であるが、利益が出ない状態である。輸入原料の価格は品種による差はあるものの、全体的にはほぼ例年どおりとなっている。年末に向けて販売量が急増するため、これから状況は若干改善される見込みである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新商品の伸びが期待できる。今までは、単一機種の売上が増減するレベルであったが、来年度からは多くの商品で動きが活発になりそうである。機種当たりの売上は少ないが、何機種も投入しているため、トータルでの売上増となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の回復といえるかどうかは判断が難しいが、海外の販売会社の開拓に手ごたえが出てきている。日本の品質の良さが理解されて商談が増えるなど、日本企業に有利に動いている感覚がある。
		建設業（経営者）	・東京オリンピックなどを見据えて、今後、受注量が少しずつ増えていくことが予想される。
		輸送業（商品管理担当）	・家具の運送を主に行っているため、これから2～3か月は学習機などが増え、少し良くなる。
輸送業（営業所長）	・関東地区ほどではないが、輸送案件が増えている。		
変わらない		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年末のイルミネーションなどのイベントにより、ある程度は仕事量が増えてくる。
		食料品製造業（従業員）	・年末年始に向けて、状況が大きく変わることはない。安価な製品の動きが中心であり、この先も売上の大きな増加は望めない。
		食料品製造業（経理担当）	・外食の昼食もワンコインが中心であり、国内消費が良くない。食品の値上がり商品が目立つ一方、収入の増加が伴っていない。
		繊維工業（団体職員）	・引き合いなどがあまり感じられない。
		繊維工業（総務担当）	・目新しい商品への注目はあるものの、その分、既存商品への関心が薄れるなど、新商品開発のリスクが増加している。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・忙しい状態が続いているが、特に状況に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・これから年末に向けての動きは、季節的要因を考慮すると大きな変化はない。
		化学工業（管理担当）	・中国経済の減速が予想されるほか、米国の金利引上げ時期が未定であり、先行き不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・景気が良くなるという要素が、周囲には見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・海外からの輸入品の価格上昇に市場が左右されており、今後も様子見の状態が続く。
		金属製品製造業（管理担当）	・10月になって、中国、四国地方を担当していた協力会社が倒産し、関西担当の当社が生産、出荷を代替することになった。倒産するほどの収益しかなかったということで、条件は厳しい。当社は関西から出荷を行う分、運送費は大幅増となるため、コストアップ分を販売価格に転嫁しなければならない。価格の引上げや、運送サイクルの悪化などで、客離れにつながることを懸念している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最近の世界経済が混とんとしており、中国の不景気や米国の利上げなど不透明な要素が多いため、長期的な計画が立てにくい。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年末商戦では、単価の高い4Kテレビの荷動きが期待できるが、全体の景気を上げる要因となるのは難しい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・あまり仕事来ない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が伸びていない。引き合いはあるものの、受注につながらない状況である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・年末に向けて、受注が見込める物件もあるが、中小企業の設備投資の動きが今一つである。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・この業界は、例年11～12月にかけて閑散期となるが、今年は例年よりも1週間ぐらい早く、閑散期に入ったようである。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・年末年始となるが、特別な新商品の企画もないため、状況は変わらない。
		建設業（経営者）	・年末年始を控えて住宅の改修需要が見込めるが、省エネ住宅ポイントも終了するなど、消費マインドの高揚につながる話題がない。
		建設業（経営者）	・技能労働者不足とともに、現場管理者の不足も慢性化してきている。仕事があっても配置技術者が足りず、入札に参加できない時もある。技能労働者不足も同様であり、決められた工期での厳しい受注競争が続いている。
		通信業（管理担当）	・回復する要素がない。
		金融業（営業担当）	・現状では、近隣の中小企業の業況回復は難しい。大阪都構想を再度検討し、首都機能の分散などで、関西の景気回復を実現することが求められる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・年末に向けて株価は再び2万円を回復してくるだろう。来年の景気回復の起爆剤になることを期待したい。
		広告代理店（営業担当）	・受注は昨年よりも若干増えてきているが、月ごとに波があって不安定である。
		広告代理店（営業担当）	・大きく変化する要素が見当たらない。
		司法書士	・以前から継続的に事件数が少ない状態が続いており、現在も案件が少ない。特に、不動産の取引案件が少なく、これといった変化をもたらす要因もないため、景気が良くなるとは考えにくい。
		経営コンサルタント	・クリスマスや年末、正月商戦があり、ボーナスの支給もあるなど、本来は盛り上がる時期であるが、それもごく一部の企業や富裕層に限定されている。物価の値上がりなどもあるため、中小零細企業や消費者の状況は変わらない。
		コピーサービス業（店長）	・年末から年明けに関しても、特別なイベントや受注増加の要因がないため、現状維持で推移する。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年内は忙しくなることもなく、今年が終わりそうである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・中国経済のバブル崩壊への不安が続いているが、ここ数か月をみる限り、中国を中心とした外国人観光客の国内消費は下げ止まる様子がみられない。今や関西の景気を左右しかねない要素となっている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・変わらないと思うが、寒くなれば冬期商品が売れるので、状況が変わる可能性はある。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・実体経済が良くない。
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・当社の取扱商品である靴下は、大手量販店の売上が大幅に減少しており、製造元である当社の先行きも芳しくない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・通販関係が伸びて、製造業関連の荷物が減っているため、単価、利益共にマイナスになっている。
		輸送業（営業担当）	・キャンペーンを行っても、それほど売上が伸びていない。
		不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が撤退する動きは今後も続く。それに伴い、事務所やマンションの賃料が下がり、空室率は上がるため、景気が悪くなる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が減少傾向となるなか、折込収入も減少しつつある。特に、マンションなどの不動産や自動車関連の折込広告が少なくなっている。
	悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・原価の上昇に販売価格の改定が追いつかず、採算が悪化する一方である。
雇用 関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法が改正され、企業での雇用形態は少しずつ変わってきているものの、大きな変化はない。今後もこのまま派遣の需要は高まることが予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・例年の動きである、年末の駆け込み需要が出てくる。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末商戦に向けて、関西の地場産業の動きが活発化している。
		人材派遣会社（経営者）	・下半期に入り、今のところは大きな変化がない。労働者派遣法は改正されたが、まだ大きな動きはなく、年末にかけて派遣会社の動きがどう変わるかが不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞広告の求人を見る限り、景気は上向いているように思うが、中国経済の減速懸念や南シナ海での米中対立など、景気を一気に減速させる材料には事欠かない。株価は持ち直しているが、中小企業主体の関西景気の基調は弱く、景気が良くなるとは言い難い。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は1.23倍となったが、大量のパート求人によるもので、正社員比率は40.0%に低下しており、景気が好転する気配はみられない。
		職業安定所（職員）	・インバウンド効果もあり、宿泊、飲食サービス業では求人の増加傾向が続いている。全体として、医療、福祉関連では正社員求人の割合が高まっていく一方、それ以外の業種では、先行き不透明感から様子見が続くと予想される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・採用環境がすぐに変化することはないと考えられる。
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・歩行者に元気が感じられない。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用の安定を望む求職者が増える一方、企業側は正社員化できる体力を持っていないケースも多い。求人企業のニーズと求職者のニーズが合わないため、雇用の不安定な状態が続く。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・例年入ってくる仕事が入ってきておらず、今後も厳しい状況が続く。
			民間職業紹介機関（職員）
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	商店街（代表者）	・年末までの使用期限がある市のプレミアム付商品券が利用され、売上的かさ上げが期待できる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・全通した高速道路を經由して、島根、尾道、今治からの客が増えているので、景気は良くなっていく。
	スーパー（店長）	スーパー（店長）	・近隣の競合店が1店舗閉鎖するため、来客数が若干増加する。
		スーパー（販売担当）	・電子マネー付のポイントカードの利用客が増えている。ポイントサービスデーも増える予定なので、売上が増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・年末商戦が始まり、冬のボーナス時期にもなるので売上が期待できる。
		コンビニ（支店長）	・来客数が増加する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるとの声を聞くことが増えてきている。
		悪くなる	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		家電量販店（店長）	・ 稲刈りを終えた客の手元に金が入れば、来客数が増加する。		
		家電量販店（販売担当）	・ 年末年始商戦に期待が持てる。		
		乗用車販売店（業務担当）	・ 新商品の投入が続くので期待が持てる。		
		乗用車販売店（店長）	・ 12月になれば新型の目玉商品が発表されるので期待が持てる。サービス利用客が増えればどん底の状態からは抜けられる。		
		自動車備品販売店（経営者）	・ 年末にかけて少しでも景気が良くなるよう、現政権に期待している。		
		自動車備品販売店（経営者）	・ 冬季商品が動き始めたので12月までは良い状況となる。しかしネット販売での乱売で、前年比では低下傾向にある。		
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・ 松葉ガニが順調に水揚げされることを期待しており、歳暮等で店売りや通信販売などが良くなる。		
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・ ボーナス時期が近づき、需要は好調のまま推移する。		
		一般レストラン（経営者）	・ 景気が上昇しており、プレミアム付商品券の使用期限が近づいて消費者の使用頻度が上昇する。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 忘年会や新年会等の季節に入るため景気はやや良くなる。		
		タクシー運転手	・ 利用できるクレジットカードが増える予定であり、政治が安定すれば海外からの客も増加して売上も伸びる。		
		通信会社（企画担当）	・ 新規の商材が若干出てくるとともに、マイナス要素が特にないため、年末年始にかけて期待が持てそうではある。		
		通信会社（工事担当）	・ 客に景気がやや良くなっている様子がうかがえる。		
		テーマパーク（業務担当）	・ 年末年始と合わせて冬のイベントが始まることもあり、人の動きも多くなることから、来客数の増加が見込まれる。		
		住宅販売会社（従業員）	・ 冬のボーナス商戦や消費税増税前の駆け込みを意識した動きが始まるものと予測される。		
		住宅販売会社（営業担当）	・ 年末には多くのイベントがあるため、景気は上向きになる。		
		住宅販売会社（営業担当）	・ 消費税率引上げを視野に入れた住宅など大きな物の購入を検討する客が増える。		
		変わらない		商店街（代表者）	・ 客との話にも「余計なものを買わない」「必要以上に買わない」などの言葉が出てきており、節約している状況がうかがえる。
				商店街（理事）	・ 年末や正月などの季節要素が加わってくるので売上は伸びるが、実際に景気が上向くわけではない。
				商店街（代表者）	・ 客や出入業者との会話の内容にも、格別良くなるとか悪くなるとかは聞かれない。
商店街（代表者）	・ 例年であれば10～12月は需要期に入るが、正月の需要があまり盛り上がらない。				
一般小売店〔靴〕（経営者）	・ 商店街の空き店舗が埋まらない一方で、外国人観光客が増え、売上が伸びている店舗もある。				
一般小売店〔食品〕（経営者）	・ 景気回復となる要素はない。				
百貨店（経理担当）	・ 今後歳暮、クリスマス、年末となるが、売上が前年を大きく上回ることはなく、今の状況がしばらく続きそうである。				
百貨店（営業担当）	・ 宝飾品や特選ブランド、化粧品などの売上は大きく伸びているが、婦人服は前年割れもしくは前年クリアがやっとの状況であり、これがすぐ良くなることはない。				
百貨店（営業担当）	・ 今後百貨店の歳時記として大きなポイントとなるクリスマスやクリアランスがあるが、中国経済の不安定さからくる株価の低下やこの冬の気温が高めに推移するとの予測により、冬物商品の売行きに影響が出そうであり、景気回復は見込めない。				
百貨店（販売促進担当）	・ 冬物、歳暮、クリスマスと大型商戦がスタートしてくる。やはり中心となるミセスの消費が回復してこない、景気高揚の気配はうかがえない。				
百貨店（売場担当）	・ 今年は衣料品雑貨で大きなトレンドアイテムがなく、買上客数が増加する傾向にない。メーカー側も納品を絞る傾向にあり、追加生産についてはタイトである。				
百貨店（購買担当）	・ 必要な商品を見極めながら購入する客の傾向に変化はないが、ボーナス月やクリスマス商戦時期になれば、高額商品が動き始める。				

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
		百貨店（営業推進担当）	・週ごとに波が激しく、売上や乗客数はなかなか安定しない。年末商戦に入ってくるが、劇的に変化する様子も材料も共に見当たらず、この傾向が続く。
		スーパー（店長）	・景気の判断をする材料がない。
		スーパー（店長）	・野菜価格と気温の変化で単価が大きく変わる。
		スーパー（店長）	・消費行動が好転する要素が特にならない。
		スーパー（総務担当）	・客の買物動向が横ばい状態であり、現状維持の状態が続きそうである。
		スーパー（業務開発担当）	・節約の大前提がスーパーでの日々の買物と言われ続けてきたことが完全に定着している。商品の値上がりばかり目立ち、客はメモを片手にこちらが期待するあと一品に手を出してくれない。
		スーパー（管理担当）	・現状では景気が上向き兆しがなく、2～3か月先に良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（営業システム担当）	・値上げ等の影響があり、客が価格に敏感になっているため財布のひもが固い。プレミアム付商品券の期限も迫るため、売上は平年通りで増加は見込まれない。
		コンビニ（エリア担当）	・店舗近くの工事現場からの客が増え、8月からずっと好調が続いている。工事はまだ続くのでこのまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・販売量、乗客数ともにやや上向きな傾向は今後も継続する見込みだが、今以上に良くなることはない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・売上高の改善は一過性でなく過去の取組の延長にあるため、やや良くなる状況は継続する。ただし消費税再引上げ後は一旦低下することが予測される。
		家電量販店（店長）	・4Kテレビは期待するほど売上が伸びず、厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・乗客数は多いが、納期が長期化傾向にあるため、商談から受注までに時間がかかっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・目玉商品が特にならないので、このままの状況が続く。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上に客単価が上昇することはない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では人口減少に歯止めがかからず、購買量が増加しないため、景気浮揚はなかなか難しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・食費関連の値上がりもあり、良くなる要因が見当たらない。最近の報道では野菜価格の高騰が強調されるため、節約の動きが強くなっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・景気の良くなる要因が少ない。冬物の動きは活発化していくが、昨年並みが予想される。強力な新規テナントが入れば変わる可能性もあるが、現在その予定もない。
		高級レストラン（スタッフ）	・客単価は悪くないものの、先の予約状況は前年に比べて良くない。
		一般レストラン（経営者）	・地方での給与上昇の実感と景気回復実感がなく、今後も貯蓄等への関心は高まるが、一時的に消費が上向きことはない。
		一般レストラン（店長）	・プレミアム付商品券の回収が好調なので、年内はその恩恵を受け、当月の好調を維持できる。
		一般レストラン（外食事業担当）	・食材の値上がりを受けて値上げを行ったが、8月にあった同様の状況から判断して、11～1月は他に大きな変動がない限り現在と同じような動きが予測され、忘年会や新年会も前年同様の動きとなることが予測される。
		スナック（経営者）	・岡山の飲食業界はこのところずっと低迷しており、何か変化がない限りこのままで推移する。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・ここ何か月も同じような傾向が続いており、ニュースを見ても中小企業には明るい見通しが見えない。
		都市型ホテル（企画担当）	・現在の状態が当分続く。
		旅行代理店（経営者）	・特に変化が表われていない。
		タクシー運転手	・今月よりは良くなる見込みである。
		タクシー運転手	・5月の連休明け以降毎月前年比マイナス6～7%できており、せめて前年同月が確保できればと期待している状況であるが、なかなか景気回復が実感できない。
		通信会社（社員）	・販売量の変化につながる兆候がない。
		通信会社（総務担当）	・客の様子から販売数の伸びが見込めそうにない。
		通信会社（広報担当）	・常に客は安い物を求めており、安い物が出たときや値下げしたときのみ販売数が動く状況にある。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		通信会社（営業担当）	・特異な要因は今のところないため変化はないが、上昇傾向となるきっかけもない。	
		通信会社（総務担当）	・宅地造成などがあり、年末にかけて加入件数は好調を維持する見込みである。	
		テーマパーク（管理担当）	・現状から大きく変わる要因がない。	
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月間の予約状況の推移は例年同様である。	
		美容室（経営者）	・売上が良くなる材料が見当たらない。	
		美容室（経営者）	・消費税率再引上げまでに所得が上昇しないと景気は良くなる見込みはない。	
		美容室（経営者）	・プレミアム付商品券で客の意識は一時的に好転したが、消費税率再引上げ後は不安である。	
		設計事務所（経営者）	・消費税率引上げに向けての受注拡大がまだ実感できない。	
		設計事務所（経営者）	・何ら景気浮揚の要因が見えてこない。	
		設計事務所（経営者）	・消費税の動向によって民間工事の発注に期待は持てるが、市場の動きに元気さは見受けられない。	
		設計事務所（経営者）	・住宅エコポイント制度が再開されたが、これによる影響は感じられない。建築物価が高止まりの状態が続くなか、この時期に家を建てたいという理由が見当たらない。	
		住宅販売会社（営業担当）	・消費者の実感が伴う景気回復までに至っていない現状に加え、TPPによる関税引下げと消費税率10%への引上げなど、結果として生活にどのような影響を及ぼすものか見通しが立てにくい状況にある。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・秋冬物の単価が上昇し客は買い控えている。高品質な物を高価格で購入する傾向はなく、デフレ傾向は続く。
			一般小売店〔印章〕（経営者）	・年度後半スタートの10月に注文が少ないということは、企業に前向きな取組がない。
百貨店（営業担当）	・先月に比べ空き区画が2店舗分増えてしまっている。催事等を行い、全くの空き区画には見えないように努めてはいるが、来客数は減少している。空き区画への早期誘致に取り組んでいるが、候補テナントもなかなか見つからない状況が続いている。			
百貨店（売場担当）	・歳暮商戦は前年以上に改善する要素がなく、その落ち込み分がクリスマス商戦でカバーできるかには疑問が残る。地域的な集客策が必要となっている。			
スーパー（店長）	・客単価が上昇したことで売上は前年を上回っているが、来客数が減少し、販売点数は前年を下回っている。			
スーパー（店長）	・消費動向が良くなる理由が見当たらない。地域の企業業績も下降傾向にあり、消費を抑える方向に向かう。			
スーパー（販売担当）	・高単価の商品を求める客層には大きな変化が見られず比較的安定しているものの、高校生や中学生などの若年層の来店頻度の低下や購入単価の下落が著しい。当店では若い世代が売上の下支えになっているだけに、先行きに不安を感じる。			
スーパー（財務担当）	・消費者が価格の上昇に敏感になっており、節約傾向により客は普段の買物では低価格商品を購入するようになる。			
衣料品専門店（経営者）	・都会から地方へ大きなスーパーやチェーン店が進出し、今まで頑張ってきた小売店がますます厳しい状況になっている。高齢者が多い地方ではなじみの店がなくなり、日用品の買物が難しくなっている。全ての消費を県外企業に持っていかれて、地方の経済がどうなるか不安である。			
家電量販店（企画担当）	・年内に自治体のプレミアム付商品券の利用期限が訪れることもあり、景気はやや悪くなる。			
乗用車販売店（統括）	・今年度は新型車もなく、大変厳しい状況が見込まれる。			
乗用車販売店（営業担当）	・景気は現状と変わらず悪くなる方向にある。政府の政策に対しては不安が増すばかりで、何となく目の前の出費を抑えたいとの考えの客が多く見受けられる。			
住関連専門店（営業担当）	・日曜日に客が来ないことは、需要の減少を意味する。			
その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方が元気になる方法が見つからない。努力している地方とそうでないところで格差が出てくる。			
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・冬の閑散期に入ってくるため、景気はやや悪くなる。			
都市型ホテル（企画担当）	・年末年始には一定期間の集客は望めるが、ビジネス需要などは低迷する傾向にあり、苦戦することが予想される。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総支配人）	・マーケット全体では12月以降は観光シーズンのピークを過ぎ、例年やや悪くなる。当ホテルは11月29日より来年3月末まで客室改装による2フロアずつの一部売り止めを実施するため、単純比較が難しい状況にある。
		旅行代理店（営業担当）	・先行きの販売状況に回復の兆しが見られない。
		タクシー運転手	・運賃の改訂が予定されており、改訂後2～3か月は来客数が減少する。
		競艇場（職員）	・2～3か月の間にG1と同等のレースの開催がないので、売上は悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価のみが上昇し株や為替以外に収入の増加が見込めない。
	家電量販店（店長）	・家電需要は冷え込んでいる。景気は上向き傾向かも知れないが、家電製品は壊れない限り客は買換えを検討することはほとんどない。またヒット商品が出る様子もないため、今後も悪化する傾向にある。	
企業 動向 関連  (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車製造関係は順調に推移する。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・9月単月の実績では巻き網船が前年の倍の水揚げ量となった。増加理由の詳細は不明だが、このままの状態が続くことを期待している。
		木材木製品製造業（経理担当）	・住宅着工件数が回復している。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け大口案件の生産が本格化し多忙な状況となる。大口案件以外でも生産回復が続く見込みである。
		広告代理店（営業担当）	・取引先が年末年始の販売促進強化に向けて様々な手法で売上を伸ばすための準備をしている。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・周囲の状況が変わらない。
		繊維工業（経営管理担当）	・環境に変化がなく、景気を判断するものがない。
		鉄鋼業（総務担当）	・中国に代表される過剰生産の影響により、当面は供給過剰の状態が続き市況も簡単には好転しないため、引き続き環境を注視する必要がある。
		鉄鋼業（総務担当）	・爆発的な伸びは期待していないが、新規分野への拡大があり、仕事量が確保できる水準になる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品の投入が2か月遅れることになったが、既存の製品を代替生産する見通しである。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・季節的要因で業績が変化する業種ではないため、良くも悪くも現状維持である。
		建設業（総務担当）	・少なくとも平成28年秋ごろまでは現在と同様の状況が続く見通しである。
		輸送業（支店長）	・農産物の出来は前年並みを確保できそうで、特に柿とミカンを受注が前年並みに入っている。会社関係や個人物の輸送の伸びから判断して、景気はやや上向く。
		輸送業（経理担当）	・今後の受注状況もこれまでと変わらぬ荷動きで推移する見込みである。
		通信業（営業担当）	・中国などのGDPの低下や景気後退からの直接的な影響は少ないが、関連企業との取引に若干下振れ感がある。
		金融業（自動車担当）	・中国経済の減速による心配はあるが、環境対応車の需要は高水準を維持する。完成車メーカーと部品メーカーでは、高水準の操業を維持するため期間工からの正社員採用を積極的に行う方針である。
		金融業（貸付担当）	・アベノミクス効果もあって景気は良くなっているとの報道もあるが、中国景気の減退もあり、国内景気の先行きは不透明である。個人消費は依然として低迷し、取引先の売上は増加していない。2～3か月の間に景気が回復する要因は少ない。
		不動産業（総務担当）	・年内の賃貸物件の成約件数は変わらない見通しであるが、例年明けより賃貸物件の需要時期となるため、良くなると見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		会計事務所（職員）	・製造業は昨年来からの受注が一段落した後に目立った発注がなく、今後様子見の状態になっている。中小零細企業では世間で言われているような賃金上昇も生じていない。事業主はコスト管理のため残業時間を制限しているため、時間単価の賃金は若干上昇しているが、手取りの賃金額は増えていない。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・セット商品 を売るなかで、当社の方向性が高額志向に移行していたので、それを客に受け入れられていないケースがあり、今後厳しい状況が続く。
		化学工業（経営者）	・化学業界全体として業績の企業間格差がより一層進み、取引先の収益率優先、特に仕入単価優先の購買方針により新たに競合他社の参入が表面化している。
		化学工業（総務担当）	・第2四半期決算で売上は微増であったが、利益などは為替や原油価格などの影響を大きく受けており、業績が好転しているとは言えない。この状況が長く続くと企業は疲弊し、新規投資などが鈍るので、景気が好転しない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・中国経済の減速は悪い影響を及ぼすが、その影響の大きさは不透明である。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先が年明けより減産を予定しているとの情報が入っている。鉄スクラップ価格がここ1か月で25%も下落していることから、需要の先細りが懸念される。そのため人を含めた生産体制の見直しも検討せざるを得ない状況にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・中国経済の先行きに不透明感があり、取引先各社も現状では様子うかがいの気配がある。こうした状況を踏まえると、積極的な設備投資には当面踏み切れない状況が続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量が増えない。
		建設業（総務担当）	・大手建設会社のデータ改ざん問題が影響してくる。
		通信業（営業企画担当）	・T P Pや消費税率引上げに向け、コスト削減に取り組む客が増加している。
	悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内景気の低迷、円安、海外人件費の高騰等当社にとって不利な条件がそろい過ぎている。そのため国内景気の低迷による受注減、円安と海外人件費の高騰による材料費の高騰、売買価格の据置により今後もますます厳しい状況が続く。
雇用 関連  (中国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法の改正後も現場は問題なく動いており、雇用関連にマイナスは感じられない。そもそもの雇用は上向きになっているため、マイナス要因がない以上は引き続き上向きに推移していく。
		人材派遣会社（支社長）	・人の採用に相当苦労しており、どの企業も採用意欲は高い。しばらくの間この傾向は変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・人材の採用ができないため新規プロジェクトに着手できないとの話を複数耳にする。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画担当）	・労働者派遣法の改正だけでなく、労働契約申込みみなし制度、無期転換ルールなど企業に対する説明を踏まえた対応が派遣元に課せられている。さらにマイナンバー対応など様々な諸対応案件が山積みのなか、企業に対してコンプライアンス遵守を発信した対応を心がけていかなければならない。
		人材派遣会社（支店長）	・求人企業と求職者の歩み寄り、早々に解決する課題ではないため、景気の回復はすぐには見込めない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・企業規模や業種によって差はあるが、全体的に安定した状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新しい店ができたなら店員が既存店から移り、既存店は補充によって店員を募集する現在の動きはまだ当分続きそうである。来春の新規採用に向けて多くの事業所が意欲的だが、ある中堅企業トップには、採用できるうちに人材確保だけはしておきたいとの意向もあり、景気上向きに直結した状況ではない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大企業の収益性は高まるが、地方企業への波及効果はほとんど見られない。また個人所得が伸びないなか、消費にもあまり期待できない。ただ景気は悪くはないので、今後の経済政策によっては好転する可能性はある。
	職業安定所（所長）	・医療福祉や建設業では人手不足状況が続いており、求人意欲が極めて高いが、緩やかな景気回復を背景に製造業や運輸業でも求人意欲が高まっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人数は高止まりとなっており、各企業の採用意欲も衰えていないことから、この状況が継続する。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・10月の労働者派遣法の改正やマイナンバー制度等の影響がどう表われるかが不明である。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・求人数が減ってきている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・雇用状況が今後2～3か月で急激に変化することはない。
	やや悪くなる	職業安定所（産業雇用情報担当）	・雇用調整助成金の計画書が2社から提出されたり、倒産による解雇も出てきており、先行きに不安がある。
	悪くなる	-	-

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・年末への期待を込め、多少なりとも景気は良くなっていくだろう。
		百貨店（販売促進担当）	・衣料品や高額品は苦戦が続いていたが、やや改善の兆しが見えてきた。
		コンビニ（商品担当）	・今後、大型商品の投入を予定しており、それを契機に来店客数が増え、全体の売上が増えることを期待している。
		家電量販店（店員）	・賞与前に新商品の発売があるため、賞与時期から新生活準備時期にかけて、売上は若干改善されるだろう。
		乗用車販売店（役員）	・11月以降に新車投入などが予定されており、下期の受注及び登録件数は増えるだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・当社の周年祭を催す11月は、1年で2番目に売れる月である。12月も年末であるため、大変良くなるだろう。
		タクシー運転手	・12月は忘年会等、1月は新年会等で、人の動きが毎年多い時期なので少し良くなる。ただ、4～5年前と比べて、特に10月の客数は20%くらい下落している。
		通信会社（支店長）	・年末にかけて商戦が盛り上がることや、中国の景気減速感が薄らいできていることなどから、景気は少し良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・冬モデルが順次投入され、販売数が伸びると期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・11月は様々なイベントが予定されている。12月は歳末売出しに加え、新規オープンした商業施設の効果も続くと見込まれ、このままの状況で推移するのではないかと。
		商店街（事務局長）	・10月下旬に私鉄駅ビルに大型商業施設がオープンした影響は、当初懸念していたほどは感じられないが、パイが変わらない中での競合であり、今後どう影響が出てくるか気がかりである。回遊性が発生し、相乗効果が生まれる関係が望ましい。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・大型店のオープンが続き、その影響を受けている。
		百貨店（営業担当）	・顧客動向は天候に左右されやすいとはいえ、依然、買いたい物しか買わない状況が続いている。
		スーパー（企画担当）	・今後、競合店の出店も計画されているので、客数は更に厳しい状況になると予測している。
		スーパー（財務担当）	・昨年と比べると賞与増も見込まれることから、年末商戦は堅調に推移するだろう。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるものの、他に変化する要因がないので、現状のまま推移するだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・10月20日以降の動きが相当鈍い。11月以降は、寒くならない限り、厳しい状況となる見込み。
		衣料品専門店（総務担当）	・顧客は最低限の物で買物を抑える傾向が依然として強く、客単価の上昇はまだまだ先になると考えており、売上も厳しい状態で推移すると考えている。
		乗用車販売店（従業員）	・年内にモデルチェンジをする新型車が値上がりすることが販売台数にどのように影響するのか不安である。
	乗用車販売店（従業員）	・年末発売の新型車に期待しているが、実質的には来年の納車となるため、年内は厳しい状況が続くと予想している。	
	乗用車販売店（従業員）	・年末に期待できる新型車が発売されるが、その他はほとんど変わらない状況が続くそう。	

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
		乗用車販売店（営業担当）	・お買い得感を提案するなどの販売施策を打ち出しているが、ユーザーの購買意欲は冷えきっている。年内の軽自動車市場は厳しい状況にある。
		住関連専門店（経営者）	・大企業はかなり順調に景気回復しているようだが、中国経済の減速などで今後、少し悪い状態が続く気がする。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・必要なものだけ購入する姿勢が強くと感じられる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・客単価は上昇しているものの、来店客数が減っており、大きな変化はないだろう。
		観光型旅館（経営者）	・忘年会の予約状況は昨年とあまり変わっていない。予約を見る限り、一定の消費はあると思う。
		都市型ホテル（経営者）	・若干上振れする可能性はあるが、宿泊、宴会の予約状況、料飲の動きなどは今のところ変動がない。
		旅行代理店（支店長）	・年末年始の日並びがあまり良くないため、特にロング方面の海外旅行需要の伸びは期待できない。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦が終わり、落ち着いた需要になると想定している。
		通信会社（企画）	・特に大きな変化があるような要素はなく、変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・今のところ、現状維持で推移していくとみているが、まだまだ波のある状況で、2～3か月先は悪くなるかもしれない。
		競艇場（職員）	・例年、12月の売上は増えるのだが、昨年は一昨年と比べて7%減少した。今年も年末に大きなレースが開催されるが、売上増はあまり期待できない。
		美容室（経営者）	・何か策がないと変化はないだろう。
		美容室（経営者）	・先行きは不透明であり、良くなる要素が見当たらない。
		設計事務所（所長）	・ここ数か月、仕事の手持ち量が目一杯になっている。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・地方では、車社会が更に進み、橋や道路の整備に予算が投入されるが、道路は逆に混雑してくる。しかも、流出人口が流入をはるかに上回る悪条件が重なっている。道路や橋への予算の重点配分は時代的に間違っているのではないか。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年末年始に向けて良くなると期待しているが、仕入値が高くなってきているのが気になる。商品の高騰で、購買意欲が落ちるのではと心配している。
		スーパー（店長）	・良い物があまり売れない中、物価だけは上がっているように感じる。値頃感のある商品がもう少し増えなければ、景気が上がってこないだろう。
		コンビニ（店長）	・普段来店しない層が来店してくれているが、一般の主婦層、週末の家族連れ、レジャー客が減少しており、急減速を感じる。秋祭りも終わり、冬の賞与まで節約モードに切り替わっただけならいいのだが。
		コンビニ（店長）	・依然として売上が回復せず、客単価が低下の一途をたどっている。顧客の動向からは、景気回復が感じ取れる状況にない。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数や販売量の動きから、年末に向けて、あまり良くなるのではないのではと感じている。
悪くなる		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気が良くなる要素が無く、物を購入してもらうには価格競争になる。
		タクシー運転手	・冬は、四国遍路客がほとんどいないので、売上は3分の2程度に落ち込むだろう。他県の同業者も、「良くない」と言っている。
企業動向関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・当社が取組んでいる再生エネルギー関連設備の需要は続くとみており、小規模発電所の建設受注が少しずつ増えていくはずだ。
		広告代理店（経営者）	・商業施設のオープンに伴う販促及び地方創生予算関連の事業等で、少しは上向くと期待している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・一般消費者の所得向上が見込めず、受注量増加の期待も薄い。
		繊維工業（経営者）	・人口減少、高齢化などに加え、小売チェーン店の出店ラッシュ、後継者問題の影響で、今後、地方都市が良くなる可能性は極めて低い。
		木材木製品製造業	・大きな受注量の変化は見込めない。ただし、現状が悪いわけではない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外の受注量を注視していく必要はあるが、国内が堅調であり、大きな変化はないと推測している。
		建設会社（経理担当）	・公共工事が増えないため、景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・2～3か月は、現状と変わらないだろう。
		輸送業（経営者）	・相変わらず行政に危機感を感じられない。
		輸送業（営業）	・12月は一般消費財の動きが弱含みながらも活発化する事から、製造業を中心とする荷主の物量も相応に増加すると見込んでいる。運賃値上げが停滞している運送事業者の台所事情は例年にも増して厳しく、荷主側の輸送車両不足は一段と深刻化するだろう。昨年に比べ、若干ながら値下がりしている燃料油価格の反転上昇を危惧している。
		通信業（総務担当）	・良くなる要素も悪くなる要素も見つからない。
		通信業（部長）	・受注量及び取引先の動向を見ると、大きくは変わらないだろう。
		金融業（副支店長）	・中国の景気減速の影響が出てきており、今後は厳しくなるだろう。
		公認会計士	・企業の経営者との話では、設備投資に前向きな意見はない。ホテル・産業廃棄物関係は設備投資の話も少しは出てきているが、その他の業種では消極的である。当面は、景気に変動がないだろう。
		やや悪くなる	
建設業（経営者）	・公共事業の発注量が昨年より減少していることに加え、事業内容が偏っているため、企業間の仕事量の格差が大きくなっている。今の状態が今後も続き、良くなる要素も見つからないため、悪くなっていくと見ている。		
輸送業（支店長）	・取扱貨物の減少により、路線便の幹線輸送車両の減便や貨物の集約による輸送車両の減車などで、積載効率を上げ、コストを削減する傾向にある。		
悪くなる		-	-
雇用関連 (四国)	良くなる		-
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・年末にかけて、ますます人手不足は強くなり、労働意欲が高まる魅力的な求人企業には人は集まる。季節商戦に入中、世帯収入は改善され、消費者の景気は緩やかに良くなるだろう。
		職業安定所	・9月の有効求人倍率は1.19倍であり、前月比0.02ポイント、前年同月比0.18ポイント上昇していることから、今後は「やや良くなる」と思われる。
		民間職業紹介機関（所長）	・業績が堅調な企業の中には賞与を前年より多少増額しようと考えているところもある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・月別求人数が好調である。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・年末商戦を控え、求人が一時的に増加することも予想されるが、現状の企業の動きを見ると、例年とほぼ横ばいな気配となっている。
		求人情報誌（営業）	・人手不足により、求人広告は引き続き出続けているが、充足が見込めないため、広告出稿が多くなることは見込めない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・マイナンバー制度の導入により、各社とも混乱するのは必至だろう。販促以前にシステム構築に注力を要する。また、年末年始の日並びも悪く、消費者も所得が上がっていないことから、財布のひもは固いだろう。
		職業安定所（職員）	・労働者の賃金に上昇が見られないことや、時給の従業員を募集するなど、景気が上昇している中では見られない動きがある。
		職業安定所（職員）	・中国経済の景気後退への懸念が日本企業にも出始めているのではないかと。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・製造関係の求人が減少しており、求職者の確保が難しく、ミスマッチが目立つ。労働者派遣法改正で採用担当者が慎重になっており、今後の景気に不安がある。	
	求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、年末にかけ、求人数が減少する。	

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
	悪くなる	-	-

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (九州)	良くなる	商店街（代表者）	・キャンペーン企画が増え、喪中及び年賀状の印刷が増える。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券の使用期限が11月いっぱいなので、これまで使われていない分がまだあり、それが一定程度市場に流れ込むのではないかと楽観視している。
		商店街（代表者）	・微増であるが来客数、売上共にやや良くなる。
		商店街（代表者）	・年末年始にかけて、プレミアム付商品券の使用期限が来て、消費がいくらか拡大する。
		商店街（代表者）	・12月は商売人にとって1年の総決算の時期である。一生懸命頑張って1年を締めくりたい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年末、クリスマスがあるので10月よりは上向きになっていく。
		百貨店（営業担当）	・2種類のプレミアム付商品券を10月に販売したが、販売日は開店前から店舗を取り巻く客で混雑していた。共に割り当て部数を完売しているので、次月以降の利用が期待できる。また、当社のクレジットカードの新規会員募集も順調で、こちらも次月以降のカード利用増が期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・市や自店のプレミアム付商品券の効果により、購買意欲が高まっており、年末商戦に向けて盛り上がると期待している。
		スーパー（店長）	・主力の食料品や雑貨を中心に確実に売上点数、売上高も伸びている。今後も順調に回復する。
		スーパー（総務担当）	・ここ数か月、客数・客単価共に前年を大幅に上回っており、売上も安定した伸び率で推移している。
		スーパー（統括者）	・現状、増収増益であり、今後ともこの傾向は維持できると予測している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・年末に向けて、お歳暮の予約、クリスマスケーキの予約、年賀状印刷の予約などが控えているので、客単価が上がり売上が伸びていく。それも店側の販売促進の施策次第であり、声掛けなどしっかりやっていく必要がある。
		家電量販店（総務担当）	・寒波の到来に期待している。
		家電量販店（従業員）	・寒くなって暖房器具の需要が増えてきた。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月に販売開始となる新型車に期待する。久しぶりの主力車種のモデルチェンジのため見学する来場客が増え、店舗が活気付き、目標の受注台数が確保できる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月の年末にかけてお歳暮などもあり、コーヒー飲料の需要が高まる。寒くなれば消費量も増え、売上の増加も期待できる。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・プレミアム付商品券、多子世帯応援券の使用期限が迫るため、駆け込み消費で若干売上が上がるのではないかと予想される。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・年末にかけて、プレミアム付商品券の使用期限がくるため、その商品券を使った購入が増えると期待している。
		高級レストラン（支配人）	・予約も少しずつ増えており、繁忙期に入るためやや良くなる。
		高級レストラン（従業員）	・11～12月と客の動きがあるので、良くなる。
観光型ホテル（専務）	・長崎県が世界遺産の登録候補になったことなど、前向きになる要素はあるが、一過性のものでかもしれないので、将来への不安は残る。景気に左右されない、魅力ある旅館であるように努めることが大切だと痛感している。		
都市型ホテル（販売担当）	・12月までは、予想売上で宿泊、レストラン、一般宴会がプラスになる予定である。婚礼は11月などが悪くなる予定であるが、会社全体は良い傾向である。		
都市型ホテル（副支配人）	・3か月後、半年後の予約は増えており、なおかつ近くなるとインバウンドで単価が上がっていく。		
通信会社（企画担当）	・今年度だけでなく来年度にわたる相談が多い。		
通信会社（営業）	・自社販売エリアにおいて顧客獲得率が高くなっている。前年と同等、またはそれ以上の販売数が上がっている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（従業員）	・ 今月、来月と予約状況は非常に良い状態で、12月までは良い状態が続く。しかしながら年明けの予約状況が少し鈍い状態のために、年末からいろいろな営業対策をする必要がある。海外客も少しずつ好調に推移している。懸念材料は、地方間の経済格差が広がりつつある点である。
		美容室（経営者）	・ 2～3か月先の景気は良くなると見込んでいる。年末年始に向かっておしゃれに関心が向く時期になるので、需要は上がってくる。
		設計事務所（代表）	・ 消費税増税前の駆け込みがある。
		住宅販売会社（代表）	・ 消費税増税の話題が出始めているので、新築、中古住宅の購入やリフォームの駆け込みが徐々に始まってくると考えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・ 当店の客は年金受給者の割合が多い。年金から差し引かれるものが増えている現状では良くならない。今後、新たな収入がないことを考えれば大した変化はみられない。
		商店街（代表者）	・ 収入が増す要因が全く見当たらない。更に購買意欲は慎重になる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・ 年末が近づいてくるが、大型店が正月から営業していたり、コンビニが充実したりしているので、年末年始の雰囲気が出てこない。これから年末に向けて大きい需要がないので、変わらないか、少し厳しい状況になる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ 年末の見通しが今のところ全く立っていない。例年、魚は年末ぎりぎりまでしか動かないので何とも言えないが、今年は例年を下回る可能性がある。
		百貨店（営業担当）	・ 今以上に景気は上向きにならない。
		百貨店（営業担当）	・ 富裕層の需要は、株価の動きに大きく左右されると考えている。米国の個人消費にやや陰りがみえており、それに伴う為替や企業業績の問題で今後の先行きが極めて不透明である。日本の株価もやや頭打ち感が出ているので、若干の不安を持っている。また、中国のインバウンド需要がやや落ち着きつつある。前年の2.5～3倍は売れているが、一時の勢いはなくなってきている。
		百貨店（企画）	・ 販促や催事などの施策により、ある程度売上促進はできたが、これが継続して維持できるという判断には至らない。
		百貨店（売場担当）	・ 特段マイナス要因はなく、入店客数も売上も4か月連続で前年をクリアしている。11月以降はプレミアム付商品券が売上を押し上げることが予想される。インバウンドの売上が前年比197%となっている。インバウンドに占める化粧品金額シェアは約34%である。このままの状態が、今後も続いていく。
		百貨店（経営企画担当）	・ 9月以降は好天やプレミアム付商品券の効果により、売上は前年を上回る状況で推移しているが、今年は暖冬という予想であり、重衣料が苦戦すると見込んでいる。
		百貨店（業務担当）	・ 冬支度が本格化してくる時期なので、気温などで売上が左右されることがある。必要なものであれば値段は気にしないという客がいる反面、必要がなければ買わないという客も増えている。その両者のバランスで売上が決まるが、現状では客が慎重になっている傾向が強い。
		スーパー（経営者）	・ 冬の賞与次第である。
		スーパー（店長）	・ 1年の中でも11月が一番販売量が少なくなる時期である。今の相場、価格の動向からみても伸びる要素はない。
		スーパー（店長）	・ 長期的にはまだ消費は上向きにならない。競合店の新規出店もあり、状況はまだまだ予断を許さない。
		スーパー（経理担当）	・ 前年の消費税増税の反動から、今年度に入って上向きになり、その傾向がずっと続いている。
		コンビニ（経営者）	・ 同じコンビニエンスストアのフランチャイジーの閉店が相次いでいる。したがって我々の業界における悪い状況は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・ 3か月後も同様の状況が続く。景気回復の兆しは少しもみえず、厳しい状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・ トータルの販売個数は前年より伸びている。販売総数では前年をわずかにクリアするものの、ほぼ横ばいでいくとみている。
		衣料品専門店（店長）	・ 景気の変化はあまりない。
		衣料品専門店（店長）	・ 冷やかし客ばかりで、購買意欲が失せている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店員）	・電話で客と話していても、12月のシークレットセールを待ちたいという話ができる。商品価格が上がっているの、できるだけセールで買いたいようだ。
		衣料品専門店（総務担当）	・先月の時点ではやや良くなっていくとみていたが、10月の数字の推移をみていると、天候要因で数字が左右されるレベルなので、現時点では良くなっていくと判断できない。
		衣料品専門店（取締役）	・1月は、新年最初のセールが盛り上がるかどうかで、年の先行きを見る。今のところ何が景気が良くなる材料かがわからないので、変わらない。
		衣料品専門店（チーフ）	・外国人観光客の購買もやや低迷傾向にある。2～3か月後はセールも始まるため売上は自ずと上がってくるが、平行線である。
		家電量販店（店員）	・12月の歳末を迎えて盛り上がりはあるが、これは前年並みと判断している。1～2月も前年と同じような流れになる。
		家電量販店（店員）	・ここ数か月、困るほど売れているとか、全然売れなくて困っているということはなく、平均的に売れているようだ。これから消費税増税に向けて駆け込み需要が多少はあるが、それほど多くは見込めない。良くなるか悪くなるかわからないのが本音である。
		乗用車販売店（代表）	・車業界では、今後の景気が良くなるような話はあまり聞くことがない。
		住関連専門店（経営者）	・同業者や異業種との会合、情報交換会などで聞いても、地方の景気は良くなってはいないようだ。毎月の売上も各販売チャンネルで幅があり、売上や景気が安定して上昇している感覚はない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・アベノミクスへの失望からくる生活防衛が鮮明になってきている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・ガソリンの小売価格の見通しは、不透明の状況だ。ガソリン小売価格が現在の状況で下げ止まると、その分、カーケア商品の売上増が期待できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・全体的な景気は多少の上向き感がある中、増税やTPPなどのマイナス要因が影響し、停滞感が出る。景気減衰まではいかないまでも、上向き感が消されると考える。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・物価高の影響があるが、好調なインバウンドに下支えされ、前年売上は確保できると判断している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・ネットを中心とした無店舗販売に押され、店頭小売は厳しさを増す。より集客できる企画を考えていかないと客数維持や新規客の取り込みは厳しい。
		高級レストラン（専務）	・当店は主に観光客が多いが、県内客の宴会などは減っており、当地の飲食店全体が悪くなっている。ただ、11～12月は忘年会、おせち料理、新年会と続くので頑張れば何とか今までどおりいけそう。
		観光ホテル（総務）	・当社の3か月売上予測より変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・国内の需要は、受注状況や客からの話を聞き限りでは思ったよりも活発ではない。海外からの客に今後も依存が強まる。
		旅行代理店（企画）	・海外の情勢がどのように変化するか予測できない。
		タクシー運転手	・景気の高揚感がなく、現状維持が続くような気配だ。
		タクシー運転手	・2～3か月先はボーナスシーズンに入るので期待はしているが、株価や中国経済の影響が及ぶことを考えると差し引きプラスマイナスゼロとなり、あまり変わらない。
		タクシー運転手	・個人客の乗車率は大変良いが、会社関係の客、特にチケット利用の客が少なくなっている。
		競輪場（職員）	・自社の販売量推移、競争相手の販売量推移をみても、上向き、下向きを判断できる材料がない。
		競馬場（職員）	・本年の傾向がここまでほぼ変わりなく続いており、2～3か月先も変化の兆しがない。
		美容室（店長）	・毎年11～1月は美容室の利用回数が増えるが、今年は見通しが立たない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・介護報酬改定は3年後であり、そのときもプラス改定は見込めない。また来年度の医療報酬改定もマイナス改定の方向性が強く、医療、介護とも厳しい経営環境が想定される。

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	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・小売業全般で売行きが悪くなっているようだ。空き店舗も増えてきている。	
		商店街（代表者）	・7月に販売したプレミアム付商品券もかなり使われてしまっており、10月に向けてプラス材料はみつからないので、悪くなる。	
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・数年前までは10～4月の期間は繁忙期であったが、ここ数年は状況が変わっている。自宅用のまとめ買いがなくなり、贈答品もかなり減り、販売量は減少している。先行き不透明だが今後の景気に期待したい。	
		百貨店（営業統括）	・11～12月の歳末商戦に入っていくが、各種ギフト需要を盛り上げる材料がない。	
		スーパー（店長）	・11月からは1キロ圏内に競合店のドラッグストアがオープンするので、1割減を予測している。	
		コンビニ（店長）	・世界経済の不安定さが伝えられたり、消費税増税が近づいてきている。マイナンバーなど、不安要因も増えてきている。	
		ドラッグストア（部長）	・気象庁の発表によると今冬は暖冬が予想されており、そのため季節商材が計画ほど販売できない可能性がある。また、プレミアム付商品券の使用期間が順次終了していくため、その効果が徐々に薄れていくことが想定される。	
		一般レストラン（経営者）	・ランチの割安フェアのみに集客が集中してしまい、ディナーの利用が激減している。外食に高いお金を使わないようになってきている。	
		スナック（経営者）	・例年に比べ、会社経費の団体利用が減少している。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・料飲部門では食材費が軒並み高騰しておりメニュー作成に苦慮している。利益率が高い宿泊部門においても多少の単価上昇はあるものの、市場全体がいまだ低単価路線から脱却できていないため今後も厳しい状況が予測される。	
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の海外旅行は短期間コースに人気集中している。日並びの悪さと、9月の大型連休に分散されたのが原因だと考える。	
		タクシー運転手	・今年は例年よりタクシー利用が少ない。レンタカー利用などが増えているようだ。	
		美容室（店長）	・消費税増税があるので、やや悪くなる。	
		音楽教室（管理担当）	・いろいろなお稽古事を増やしたり減らしたりする時期なので、その辺りが読めない。	
		設計事務所（所長）	・仕事量が少しずつ減ってきているので、やや悪くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・分譲関係の不動産業者は、今後、消費税増税があっても、昨年の消費税増税直前のような駆け込み需要は見込めないと考えている。競合相手が多く、需要もあまり伸びていない。	
住宅販売会社（従業員）	・来客数減少の動きに加え、10月で住宅エコポイントが終了するので、2～3か月先の受注に影響してくる。			
	悪くなる	高級レストラン（経営者）	・今月に比べると11～12月は忙しくなる。12月は飲食店の一番の繁忙期になるが、例年に比べると落ち込みそうだ。例年は既に週末の忘年会の予約は入ってきているが、今年はあまり動きがない。2～3か月先の景気はかなり悪い。	
企業 動向 関連  (九州)	良くなる	-	-	
		やや良くなる	農林水産業（経営者）	・11月の原料市場は落ち目だが、12月は年末特需があり、この2～3か月は販売が好調であると予想される。特にマイナス要素がないので、売上は計画を上回る。あとは冬場の鳥インフルエンザ発生による生産の低下や販売不振が不安要素である。
			繊維工業（営業担当）	・3月まではいい状態が続く。
			家具製造業（従業員）	・家具業界の景気予測では、東京オリンピックが開催される2020年までは現在の需要から30～40%以上拡大すると言われている。事実東京オリンピック開催が決定してから、毎年2けた増が続いている。
			電気機械器具製造業（取締役）	・競合先に将来のビジネスに向けた投資の動きがあり、当社としても先行投資を行い、新しいビジネスを取り組む意向である。
			輸送業（総務）	・景気回復の動きがあるようだ。
			通信業（経理担当）	・中国の経済成長率の鈍化などの影響で一時落ち込んだ景気も回復基調にあり、年末商戦に向けての動きを後押しする気配がある。
			金融業（従業員）	・ボーナス支給に関して期待感がやや出てきている。景気についてもやや期待が持てる。

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
変わらない		金融業（営業担当）	・地元プロ野球球団の優勝により、消費者心理は前向きになることが予想される。年末に向け、全般的に景気の改善が期待できる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・建築業が良くなってきている。台風が多く、その修理等で忙しい状況になっているようだ。建設が盛り上がっているということは、今後、若干良い方向にいくと予想している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数が増加してきている。
		農林水産業（営業）	・年末年始を迎えるが、全体的な流れとしては変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・予測では販売は順調だが、原料が梅雨から夏にかけての長雨の影響で不作となっている。調達に影響が出ればマイナス要因である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注量状況より変更がない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今よりも良い結果にはなかなか結び付いていかない。
		鉄鋼業（経営者）	・新規受注と販売量が共に停滞している。いずれもリーマンショック直後の状態並に落ち込み、回復の兆しが無い。鉄筋造の建築物が減っているためか、針や柱に使用される太いサイズの鉄筋の販売量が減少している。
		金属製品製造業（事業統括）	・引き合い数は増加しているものの、受注まで至らない。案件がない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの動きをみると不安定要素が多い。輸出産業は海外情勢や為替の影響を直接受けるので、我々としてはその点を注意深くみていかないといけない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の声は変わらないので、将来の景気に大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全体的に仕事量は変わらないが、コストや設備の増強、あるいは人員の増強などで経費は大変増えてくる。今後、経営は厳しくなっていくだろう。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・前年投入した新車効果も少しずつ薄れ、市場への供給も一段落したため、生産数量を若干下方修正している。
		建設業（経営者）	・年末にかけて景気はそれほど下らない。
		輸送業（従業員）	・年末にかけて貨物の動きは良くなって来るが、それはあくまでも季節的なものであり、根本的に景気は良くならない。
		輸送業（総務担当）	・中国の景気減速による影響が、爆買の恩恵も以前と比べて少ない。派遣法改正やマイナンバー制度などが企業にどれだけ影響を与えるか不透明だが、少なくとも制度変更に伴う対応のため、一時的に労務費などのコストが上がることは確実で、利益を損なう懸念がある。一方で、新卒の一括採用において、売手市場となっていることを実感しており、景気に関する回復感浸透している。プラスマイナスの部分を考慮して、景気は変わらないと予測する。
		通信業（職員）	・上期の自部門の受注状況は若干ショートだったが、社全体としては若干目標を上回っており、今後もこの状況が継続すると予想される。
		金融業（従業員）	・雇用・所得環境が改善してきており、百貨店などでは売上が回復傾向にある。自動車販売も減少幅が縮小してきている。ただ先行きについては、中国や新興国の経済の先行き不安があり、慎重な見方が増えてきている。
		金融業（調査担当）	・住宅資産に対する資金ニーズは依然堅調である。業種ごとの資金ニーズは、強弱まちまちとなっている。変化はない。
		金融業（得意先担当）	・現状、工事の発注量でいえば回復の兆しにあるが、前年、前々年と比べると発注量は少ない状況である。これまで発注量が少ないせいで財務内容が悪化している業者も多いので、当面は現状維持である。
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の稼働率が横ばいで推移している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・前年大型出稿が続いた太陽光発電関連が今年はなく、通信販売と旅行商品がベースとなる構造は変わらない。
		広告代理店（従業員）	・新聞折り込み枚数は、10月実績が前年比98%とわずかに前年を下回っている。今年度上期はほぼ横ばいで推移した。下期最初の月であるが、状態は変わらない。今後、上下どちらに振れるか分からず、小康状態が続く気配である。小売価格が下がると流通部門が販促活動に力を入れるかもしれないので、期待している。
広告代理店（従業員）	・低迷状態は続く見込みである。		

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
		経営コンサルタント	・企業からの強い要望があまりない。積極的に企業に働きかけながら待つしかない。
		経営コンサルタント（社員）	・焼酎よりウイスキーに人気が出ている。広告の効果が大きい。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・高級外車のリースを依頼されるなど、業種問わず好調な取引先があるが、多くの企業は質素・倹約をする雰囲気である。
	やや悪くなる	精密機械器具製造業（従業員）	・今月も先月同様、受注量減で悪化している。受注先からの委託製品が、増えるのか減るのかまだわからない状況にある。
		建設業（従業員）	・見積の案件が少し減少してきている。また、改ざん事件で業界に影響が出て設備投資に消極的になる。
		金融業（営業）	・中国の景気減速は、幅広い業種で影響が出ると考える。ただし、長期的な影響は限定的で、国内景気は大きく落ち込むことはない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村は公共施設の維持・管理や福祉といった行政サービスに予算を削ることが難しく、調査や計画などの業務を積極的に行わない傾向にある。このため、調査コンサルタントや建設コンサルタントの業務が減る。
悪くなる	その他製造業（産業廃物処理業）	・相場や需要の落ち込み方がリーマンショックの時と同じような雰囲気を持っている。	
	建設業（社員）	・発注予定の工事が少なく、心配だ。今のままでは年を越せそうにない。国から地方公共団体に対しての働きかけや、年度末に向けた大型補正の予算化を行ってほしい。	
雇用 関連  (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者の確保を企業は真剣に考えなくてはならない。企業の将来を考える上では必要条件である。柔軟に対応できない会社はとうたされるスピードも速くなる。
		職業安定所（職員）	・今後も新規求人の増加が見込まれる。月間求人有効倍率が6月は0.8倍台、7月は0.9倍台、8月には1倍台になった。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・年末年始の仕事は特に増えていない。現状で新たな注文の話もなく、見込みもない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・福岡都市圏では春先に福岡市新青果市場や新たな商業施設のオープンなどで求人件数は増える。ただ、地元企業の人手不足、最低時給の大幅アップがあり、商業施設のオープンによる人材獲得合戦に伴う時給アップも予測されるため厳しくなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏頃まで中国から連日来ていた観光客船がやや減ってきた。一方、福岡は地元球団の優勝セールもあり、消費の活気はまだまだ良いようだ。
		職業安定所（職員）	・8月までの3か月間は求人数が増加傾向にあったが、9月は微減に転じ、更新求人が多い。
		職業安定所（職員）	・人材不足の状況は続いていくが、世界経済の動向が流動的なので、企業は景気の動向がどうなるか見極めたいという状況にある。様子見が続くため、景気は変わらないと考える。
		職業安定所（職業紹介）	・新規求人の前年比での増加傾向が続くものの、大きな変動は見込まれない。
		民間職業紹介機関（社員）	・派遣法改正の理解を進めているところである。年末年始の動きはまだ出てきてない。
		民間職業紹介機関（支店長）	・外食・小売・介護系の求人は相変わらず多いが、慢性的な人手不足であり、需要増ではない。一方、人材派遣の主力である事務系・IT系・専門職系はさほど変わらない。需要増を予測していたが、期待はずれ感が強い。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・企業の人材活動の活発化に関しては就職活動時期の変更による混乱という要因もあるので、景気動向との関連性は薄い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数の減少傾向に先止まり感がない。
人材派遣会社（営業）		・中国経済の失速もあり、上昇傾向ではないと考える。	
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて、雇用が上昇する要因がない。	

#### 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	良くなる	ゴルフ場（経営者）	・前月今月共に、売上が10～15%程度増加している。先を見ても、予約の利用人数の増加が見込まれている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
関連 (沖縄)	やや良くなる	コンビニ(経営者)	・年末に向けてキャンペーンが多数計画されており、客の購買意欲が出てくると予想される。	
		コンビニ(経営者)	・商店街の活性化により、20代の来客数増が見込まれる。	
		衣料品専門店(経営者)	・来年は一億総活躍社会を掲げている政府に期待している。	
		観光名所(職員)	・予約状況が良い。	
	変わらない	住宅販売会社(営業担当)	・住宅ローン金利が1%を下回り、住宅ローン減税を加味すれば、実質的な金利負担がゼロに近い。	
		一般小売店[菓子]	・特に良くなるという要因が見受けられない。	
		百貨店(営業部)	・中国経済の動向が気になるところではあるが、それに左右されないためにも、店舗改装を随時実施したり、台湾客誘致を強化したり、地域にあった強化策を継続していく。	
		スーパー(販売企画担当)	・メーカーや問屋からの情報では、単価高がまだ続くと考えられるようなので、同じような景気になる。	
		コンビニ(エリア担当)	・客数減少傾向も底となっているため、客単価でカバーしていきたいが、高単価の商品が売れるとは思えない。買上点数を上げる販促が今後も必要である。	
		コンビニ(エリア担当)	・現在の景気安定は、まだ続くと判断する。消費傾向に変化は見受けられない。	
		衣料品専門店(経営者)	・街には、観光客は多いが、地元客が少ない状態である。販売の面では、商品単価は上がっているが、客単価が下がっている。まだまだ景気は良くなっている感じはせず、今後も様子見だとみられる。	
		家電量販店(総務担当)	・良い状態が続くという意味である。今以上に良くなるためには空港、港、宿泊施設などのインフラ増設が必要と考えている。	
		その他専門店[楽器](経営者)	・観光客、特に外国人観光客は毎年増え続けている。商店街も外国人観光客相手の店は増えている。本土からの客も、前年よりは増加している感じは受ける。地元の客も若干増えてきている。近所の有名店閉店後の客の減少から少しは回復している。人通りは多くなっているが、県産のお土産品の店舗や専門店は前年同様、来客は増えても売上は前年並みだとみている。飲食店は外国人観光客が増えていて良いかもしれない。	
		その他専門店[書籍](店長)	・これといった判断材料がない。	
		旅行代理店(マネージャー)	・年末年始の問い合わせの出足は悪い。	
		通信会社(サービス担当)	・良くなる要素が今のところ見受けられない。	
		住宅販売会社(代表取締役)	・今月10月に入ってから2017年4月から予定されている「消費税増税」を意識した建築相談が増えつつある。当面は、現在のやや良い景気状態が続くのではないかとみられる。	
		やや悪くなる	その他のサービス[レンタカー](営業担当)	・前年同期に比べ、予約が10%ほどダウンしている。旅行代理店からの予約が減少しているが、理由は分からない。
		悪くなる	商店街(代表者)	・日本全体としては部分的に景気が良くなっていると国は言っているが、末端の中小及び零細企業においては売上も上がらず、そのため雇用もできない。店仕舞も多くなっている。沖縄県の中心部は少し良いが、那覇市で流行りつつある小さい飲食業でも底上げはできていない。景気は低迷状態にきている。
その他飲食[居酒屋](経営者)	・一部の地域は高単価でもある程度集客がとれるが、一般的には無制限飲み放題、料理半額などでなおかつ質の良い料理を出さないと集客がとれない。原価上昇、人件費上昇のなかで前年比の利益を確保していくのに相当苦慮している。			
観光型ホテル(マーケティング担当)	・現段階の予約状況から見込まれる今後2~3か月後の稼働率見込みは前年同月実績を下回る予測である。予約の推移が鈍化してきている。			
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	食料品製造業(総務)	・引き続き各取引先の売上や、観光関連の売上が微増すると思われる。	
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・大きな期待はできないが、公共、民間共に工事がやや増になる見込みである。	
		輸送業(営業)	・年末に向け、今年県内に新規で参入してきた外食や小売店の物量増が見込まれる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		会計事務所（所長）	・消費税増税の影響も一段落した感がある。これから年末に向けて消費拡大も期待する。
	変わらない	建設業（経営者）	・客からの相談件数は変わらない状況である。
		輸送業（代表者）	・与那国は陸上自衛隊工事と台風災害復旧で忙しいが、他の離島、先島地区は低調である。宮古、石垣もホテル等の民間工事の話はあるが、時間が掛かる。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促活動を見てみると、小規模企業が中規模企業に比べて積極的に動き始めているように感じる。ただ小規模企業は企業体力が脆弱なこともあり、販促投資額がさほど大きくないことから、総じて見ると大きな伸長は期待できない。
	やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-	
雇用 関連  (沖縄)	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・これから繁忙期に向けて企業も忙しくなる。例年どおりに人材募集が増加する。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・求人難の企業からの問い合わせは多いが、依然として登録している求職者が少ない状況にある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人等の状況から、現時点においても上昇傾向の最中にあると感じている。さらに年末年始の消費戦線も加わって活性化してほしいという期待はあるが、劇的な展開には至らないのではないか。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集室）	・年末は求人控える企業が多いので件数は減少し、1月に入ると増加すると思われる。
悪くなる	-	-	