

11. 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)		商店街（代表者）	・クリスマス、年末年始とお金の動く時期を控えているため、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・景気の良くない状態という大きな流れは変わらないが、販売量が右肩上がりにある傾向から、年末商戦に向けて少しは期待を持つことができる。
		スーパー（店長）	・今年は降雪が早く、防寒物を中心に販売動向が良いことから、今後も冬物が好調を維持する。
		コンビニ（オーナー）	・地元球団が日本一になれば、お祝いムードで客の財布のひもが緩み、景気も上向くことになる。
		家電量販店（店員）	・大型冷蔵庫の売行きが良くなってきているため、今後についても期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・中古車の不調に不安は残るが、11月から新型車の発売が続くため、現在よりも上向きに転じることが期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・11～12月と新型車が投入されるため、売上も伸びるとみられる。12月の賞与も前年並みに出ることが予定されている。
		高級レストラン（経営者）	・地震、台風、異常気象などの影響により、野菜などが高騰しており、飲食業としては利益が出しづらい状況にある。また、客の様子、会話などから、消費は伸びてこないとみられ、とにかく不景気感が募る一方である。ただ、年末に向かって、ある程度の消費が見込めるため、一時的に景気は良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・先行指標となる営業数値が上向いていることから、今後についてはやや良くなる。
		タクシー運転手	・これから冬期を迎えて、客の乗車ニーズが高くなることが見込まれる。
		タクシー運転手	・今後、降雪期、年末年始を迎えることで、需要の伸びが期待できる。
		通信会社（企画担当）	・冬商戦に向けて注目の大きな商材こそないものの、家族をキーに販売促進を図れそうなので、今後についてはやや良くなる。
		観光名所（従業員）	・北海道新幹線の開業効果は季節が一巡する来年の春までは続くとみられる。
		美容室（経営者）	・12月は忙しい時期であり、それに向けてのキャンペーンも始まるため、今後についてはやや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・観光客が引き続き好調に推移しており、じわじわと個人消費や建築関連にも効果が生じてくることが期待できる。
		商店街（代表者）	・世界情勢は日本が考えている以上に変化しているが、客の反応からは現状のまま推移するとみられる。
	商店街（代表者）	・2～3か月先は正月という要因を除けば、近年、景気はやや悪い状態で推移している。また、売上が大きく増減するような要因も見当たらないため、特に景気が良くなる、あるいは悪くなることはない。	
	商店街（代表者）	・これからの北海道は外国人観光客の消費に頼る時期となるが、前年までのような購買にはならないと見込まれるため、厳しい冬となりそうだ。現在の予約があまり伸びていないことも心配の種だ。	
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・日本人観光客は全く増えていないが、東南アジアからの外国人観光客が増えており、10月は前年比117%、前々年比110%と売上を伸ばしている。このことから、今後、天候の悪い季節を迎えるが、景気は変わらないまま推移する。	
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末に向かって、売上は好調な数字を残すことができるとみているが、これは例年どおりのことであり、今年に限ったことではない。売上の厳しい現在の流れから、当分は景気はやや悪い状態で踏みとどまって推移することになる。	
	百貨店（売場主任）	・主力となる婦人顧客を中心としたボリュームゾーンの回復待ちの状況にあるため、今後も変わらないまま推移する。大型催事も勝ち負けの差が大きく、動員の回復が待たれる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（担当者）	・変化の兆しの特段感じられないため、今後も変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・これから冬にかけて暖房費などが生活費を圧迫してくることになる。今のところ、客の収入が急に増えたり、臨時収入があったり、ボーナスがアップする見込みはないため、生活防衛意識が高まり、現状のまま推移する。
		百貨店（役員）	・年末商戦と正月商戦を控えているため、今までよりはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・現在の節約志向が継続することになる。ただし、年末に向けて、客はお金を使う物、控える物など、購買に対するメリハリを付けることが見込まれる。
		スーパー（店長）	・景気が変動するような大きな要因が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・秋の行楽催事、ハロウィーン、ポジョレーヌーヴォーなどの行催事ではそれなりに盛り上がるものの、それ以外の通常日は例年を下回る売上となることが多いなど、全体的な消費動向について先行きの読みにくい状況が続いている。
		スーパー（役員）	・10月から最低賃金が上がるものの、その一方で社会保険の加入対象が広がることから、全体的な収入増にはつながらないとみられる。消費が上向く環境にはないことから、現在の状況が今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・景気に変化を与えるような外部要因が何も見込まれないため、今後も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・台風の影響で一次産業に影響が生じているため、景気が浮上するきっかけが見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が増えてこないため、今後も変わらない。
		家電量販店（経営者）	・年末需要が生じるとみられるが、あまり大きな期待はできない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果が不透明なため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・これから冬を迎えることになるが、新型車種も特にないため、現在の販売状況を踏まえると、このまま変わらずに推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・来客数は変わらないが、低価格商材がよく動いているため、売上の伸びてこない状況が続いており、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・公務員などの冬のボーナスは例年並みの支給が見込まれるため、消費の刺激となることを期待している。ただ、今年は冬の訪れが早いことから、冬物や暖房家電などの消費につながるものが想像できるため、当業界の景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・生産農家も含めた農業関係事業者については、台風で被災した人のみならず、その周囲の人も自粛ムードに入ってきており、回復のめどが立たない。そのため、今後数か月は現在の状況が続く。
		タクシー運転手	・これから年末の繁忙期を迎えるため、タクシー1台当たりの売上はやや良くなるとみているが、乗務員不足がますます深刻になっていることから、会社としての売上は前年並みかマイナスで推移する。
		タクシー運転手	・この先の予約状況や問い合わせ件数がほぼ前年並みであり、特に増加する要因も見当たらないところから、変化のないまま推移する。
		通信会社（社員）	・今後に向けての大きな変化はみられないため、景気は変わらない。ただ、総務省からのタスクフォースが厳しくなれば、景気が下向き可能性がある。
		観光名所（職員）	・外国人観光客の増加で観光施設の来客数は増加傾向にあるが、根本的な景気回復に起因したのではなく、一過性のものに過ぎないため、今後も景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・客は将来に対して大きな期待も持っていないが、現状にあまり悲観もしていないといった雰囲気がある。そのため、消費も現状を維持しようという感覚が強く、今後については変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・マイナス金利の効果は今後も続くと思われるが、その恩恵を受けるような客はすでに一巡しているため、効果は徐々に限定的になってくる。やはり、多くの客の所得が伸びていない以上、分譲マンションの需要が現在よりも拡大するとは考えられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・商店街のそれぞれの店の話を聞くと、今年の4月ごろから売上が前年割れとなる月が多くなっている。こうした状況が現在も続いており、今後の年末商戦も期待できないという声が多いため、景気はやや悪くなる。
		百貨店（営業販促担当）	・前年12月から1月にかけての2か月間はプレミアム付商品券が売上に貢献したが、今年はそうした予定もないため、マイナス要因となる。また、秋の台風の影響で一次産業の生産が減少しているため、関係者の消費が冷え込むとみられる。
		スーパー（役員）	・最低賃金の上げや人手不足の影響により、事業を縮小する取引先が増えており、景気が縮小していくことが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・どのカテゴリーでも、より単価の低い商材にシフトしているため、売上が確保できない。消費者心理として支出を減らすことが前提になっており、今後の景気はやや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料関係の景気は今一つ悪く、ホテルでの展示会の売上も前年を下回った。また、秋物野菜の高値が続いており、これから冬を迎えるなかで、暖房、灯油、重油などの家計負担が増大してくるため、客の節約ムードが高まることになる。今後については、年末年始にかけてあまり期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・気温が下がったものの、いまだに冬物の稼働が鈍い状況にある。このままバーゲン期まで商材がうまく稼働するとは思えない環境にあるため、今後についてはやや悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・この業界は冬場に向かってプラス傾向となることが常識化しているが、今年に限ってはどうか分からない。急変が怖い年末だ。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・物価の上昇と景気対策の不備により、今後についてはやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後への期待が持てない。想像を超えた気候の変動や先行きへの不安なども重なり、常連客も外食を楽しむ余裕がないようだ。
		高級レストラン（スタッフ）	・鉄道の不通がまだ復旧していないなど、まだまだ台風の影響から回復していないため、冬期間に入り客足が更に落ち込むことが懸念される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・11月こそ、コンサートやスポーツ大会に伴う需要でプラス傾向にあるが、12月以降はイベントなどの目玉がないため、苦戦が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・名古屋便の期間運休があるため、路線供給量が減少することになる。また、今年の冬は比較的穏やかな気候だったが、夏場の台風の影響が強いことから、今冬は荒天が増えるのではないかと懸念され、旅行需要が抑制されるのではないかと心配している。
		旅行代理店（従業員）	・当地と札幌を結ぶ特急の運行再開のめどがいまだに立っていないことで、今後も鉄道利用プランの申込のない状況が続く、その分がまるまる減少することになる。また、台風の被害を受けた人が多かったのか、その復旧に携わる人が多いのか、12月の先行数字は前年の6割とかなり厳しい数字となっている。
		パチンコ店（役員）	・アジア圏からの外国人観光客の数に変動はないようだが、前々年のような爆買いはなくなっているため、旅行業以外の今まで恩恵を受けていた業種の動向が気かりである。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・冬期間に入ると、運航が天候に左右されることもあり、今後の輸送量は減少することになる。
	x	商店街（代表者）	・オフシーズンになり、来客数の減少が見込まれる。
	x	コンビニ（エリア担当）	・漁業関係の不調が続いている。さんまは今月に入り一時持ち直したが、いか、さけ、ますなどは厳しい状況が続いている。加工場に加えて、運送業者、燃料業者にも影響が及んできているため、年末商戦は厳しくなる。競合店の出店もあり、景気が良くなる兆しは見当たらない。
	x	観光型ホテル（役員）	・長引く円高で旅行会社の海外旅行客数が増加に転じており、国内客の予約減少につながり始めている。また、九州ふっこう割により、旅行需要が九州方面に集中しており、同じように航空路線利用者の入込が多い北海道への客足が戻っていない。さらに台風被害により損壊したインフラの復旧が完全ではないことで、旅行会社によるツアー設定も解除されている。これらのことから、今後については悪くなる。
	x	タクシー運転手	・好転材料が見当たらないため、今後については悪くなる。

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
	×	タクシー運転手	・タクシー業界は規制緩和以降、車両台数が増えたことで需給バランスが取れていない状況にあり、今のままではドライバーの生活も成り立たず、どのように変化するか分からない状況にある。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		その他サービス業〔建設機械リース〕(支店長)	・台風被害の復旧工事の発注による底上げが見込まれる。ただ、顧客が人手不足を異口同音に訴えていることが気がかりである。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕(総務担当)	・年末から年度末にかけて復旧工事の本格化が見込まれるため、今後についてはやや良くなる。
		食料品製造業(従業員)	・販売傾向が上向きの客先と下向きの客先があり、全体的にはこの先も変化はないまま推移する。
		食料品製造業(従業員)	・最低賃金の引上げに伴う人件費の上昇が、販売量の増加による利益増と相殺されるため、今後については変わらない。
		家具製造業(経営者)	・地域的に市民生活が安定しているものの、大手百貨店の撤退の影響などの不安要素もあるため、このまま景気が良くなるとは考えにくい。
		輸送業(支店長)	・今のところスポット需要の引き合いもあまりないため、現状並みでの推移が見込まれる。
		通信業(営業担当)	・現状の景況感はやや良く、この先の案件数や規模などの営業面の指標をみても、現状と同様の案件数、規模、単価で推移することが見込まれる。
		金融業(従業員)	・大型経済対策や台風被害の災害復旧工事が本格化し、台風被害の悪影響を相殺することになる。外国人観光客の消費単価の落ち込みから、観光関連に一服感が出てきているが、道内景気後退の水準には至っておらず、当面は現状程度で推移する。
		広告代理店(従業員)	・10月は地元球団の効果などでスポット的に景気が上向くものの、それほど継続はしないと見込まれるため、今後変わらない。
		司法書士	・年末を迎えて景気が回復することを期待しているが、現在の社会情勢から判断して、今後も大きな変動はないまま推移する。
		コピーサービス業(従業員)	・設備投資に慎重な客先の業績が特に悪いということもないため、これまでの経験から今の状況はしばらく変わらないことが見込まれる。
		建設業(従業員)	・影を潜めた爆買いに象徴されるように、外国人観光客による観光産業への経済効果が低下しており、関連業界での建設投資が慎重になってきている。
		輸送業(営業担当)	・この秋の農作物の収穫が大幅に減ることに加えて、砂糖やでんぷんなどの加工品も連動して減るとみられるため、今後の物流量が減少する恐れがある。
		司法書士	・冬期に向かって建物の新增改築が一服状態となる。不動産の売買も少なくなり、仕事は減少することになる。
		司法書士	・これから冬期に向かって寒さが厳しくなる季節であるが、円高により燃料やガソリンなどの価格が上昇してきている。また、台風災害などの影響により、食品、特に野菜の値段が上昇している。消費者の給与所得の伸び悩みもあり、今後の消費を控えることが見込まれるなど、景気が良くなる要素が少ない。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕(役員)	・2～3月の景気は今と変わらないとみているが、大型案件が少ないことから、今後については受注量や販売量が減り、やや悪くなる。
	×	建設業(経営者)	・冬期を迎えるなか、官民、土木建築ともに新規受注がほとんど見込めないため、今後については悪くなる。
雇用 関連 (北海道)		-	-
		求人情報誌製作会社(編集者)	・アルバイト、パートの集まりが悪く、人材確保をしなければ業務に支障が生じる事業所が増えてきていることから、今後の雇用動向はやや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・今後、台風被害に伴う景気の落ち込みが多少改善されることになり、前年並みの雇用環境に戻ることが見込まれる。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率が1.08倍と1年4か月連続で1.0倍超えの高水準が続いているため、今後についてもやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・年末年始商戦を見据えて、人材ニーズが更に高まる。しかしながら、各社のニーズに見合うスキルを持つ人材の確保が難しくなっていることから、業績への悪影響も見込まれる。一方で、若年者、中高年者が就職できずにいる現状も散見される。今般、行政機関から受託した、若年末就職者への就職支援事業にも多数の応募があった。景気とは関係なく、未就職の若年者、中高年者が多数存在することは事実であり、これらの労働者への対策も必要である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・台風のダメージはあるものの、建設土木関連の下支えもあり、今後については多少良くなることを期待している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は増減を繰り返しながらも、例年並みの動きに収束してきている。以前のような急激な求人増を見込めるほどの要因は見当たらないが、人手不足の状況が継続しているため、求人数は高止まりで推移する。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月、新規求人数は前年を2～3%程度下回る小幅な減少で推移していたが、10月は増加に転じた。ただ、正社員求人よりもそれ以外の求人の増加幅が大きく、さらに職業間でのばらつきがみられることから、このまま増加が続くのか、一時的な状況なのかまでは判断が付かない。
		職業安定所（職員）	・求職者数の増加を上回る求人数の増加により、有効求人倍率が1.0倍を超えたことから、今後も引き続き高い水準で雇用状況が推移することになる。
		職業安定所（職員）	・観光客の入込により表面的には活気があるが、観光業以外の産業や住民にはあまり波及効果がないようにみえるため、今後も景気は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・12月に学内で企業を招いての就職関連の行事を行う予定となっているが、企業の反応が非常に良いことから、採用意欲の高さがうかがえ、年内は現状のまま推移する。
		*	*
	x	-	-

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)		乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントの追加も予定されており、車検需要も多いことから、新車販売、サービス入庫が順調に推移すると見込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・年末の忘年会シーズンの到来により、飲食店にはフリー客以外の予約が多く入る見込みである。余程のことがない限り、飲食店にとっては嬉しい結果となるとみている。
		タクシー運転手	・客を乗せても景気の悪い話を聞かない。オリンピック開催地変更の話題もあり、どんどん良くなっていくのではないかと。
		商店街（代表者）	・購買単価の下落傾向は続くともみているが、年末に向けての歳暮商戦が楽しみという店もあり、先行きには多少の期待ができる。
		スーパー（営業担当）	・来客数と買上率が改善傾向にあるため、年末に向けて消費が拡大するとみている。
		衣料品専門店（店長）	・例年と比較して高単価商材の動きが良い。気温が例年どおりに推移すれば、客の購入モチベーションが上がり、来客数が安定するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売になり、商談の数が徐々に増えている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始なのである程度は景気が良くなるとみている。ただし、あくまでも一過性のものであり、長期的に期待できるものではない。経営者、消費者も先が見えない不安を常に抱えている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・商業施設の改装、新設などによるマーケットの掘り起こしにより、年末商戦の活性化などの効果を期待している。
		高級レストラン（支配人）	・ここ数か月先の予約状況や、周辺の飲食店の動向からは、前年に比べて早い時期からの予約が取れている。また、大型予約も入っているため、景気はやや良くなっていくとみている。
		高級レストラン（支配人）	・例年よりも予約状況が好調である。また、年末に近づくにつれて、高単価商材などに興味を持つ客が増えている。

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
		一般レストラン（経営者）	・この先は忘年会のシーズンとなる。また、鍋のシーズンでもあり、忙しくなるという期待がある。
		スナック（経営者）	・9～10月の売上があまり良くなく、街なかも人の流れがまばらである。ただし、この先は忘年会シーズンとなるため、人が動くことを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約受注状況は、前月より改善傾向にあるが、それを今月も同様に継続している。持続的に受注しているため、この先の予約受注状況は改善していくとみている。また、予約のほかにフリー客の動きもあり、年末、年始に期待をしている。
		通信会社（営業担当）	・年末キャンペーンに伴い、新聞、チラシ広告展開を増強していく。年末年始の特番視聴希望者の駆け込みが見込まれるため、若干ではあるが新規加入者の増加が期待できる。
		観光名所（職員）	・冬期間に大きなイベントを開催するため、期待をしている。
		競艇場（職員）	・10月の大型イベント効果で増加した来客数が、イベント終了後も継続すると見込んでいる。
		商店街（代表者）	・米国の大手金融機関の破たんや東日本大震災などのことと比較すれば、大分落ち着いてきている。ただし、これは日本人の適応力の高さによるものであり、景気が上向いたということではない。このため、年末年始にかけても大きな変動はないとみている。
		商店街（代表者）	・現在のような穏やかな天候が続けば、10～12月も来客数が増加するのではないかと。気温そのものは寒くなっているため、冬物衣料品などの購入が活発となることを期待したいが、あまり高望みはできない。
		商店街（代表者）	・景気が上向く気配すらない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在の悪い状況は、今後も変わらないとみている。周囲も大変不景気であり、閉店する店舗も増えている。一方、コンビニが異常な速度で増えており、当店としても悪化していく環境に対応できるか不安である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年に入ってから前年を下回る月がほとんど無いため、この先も変わらずに推移するとみている。また、年配客が多いため、天候に左右されるところもあるが、売上、買上点数などからも買い渋りは見受けられない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・社会の担い手である若者が減り、勤労層がレジャーを楽しむゆとりもなく疲れているようでは、社会に活気は戻らない。誰もが可能な範囲で働き、社会を支えるというモラルがあってこそ、本格的な景気回復が望めるのではないかと。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・これから冬物商戦が始まるが、まだまだ暖かい日が続いており、客の反応は今一つである。そのため、買い控えが続くのではないかと心配している。
		百貨店（売場主任）	・客の購買意識は依然として低いままである。気温の低下にもかかわらず、購買行動、来客数にも大きな変化がみられない。
		百貨店（総務担当）	・客からは、冬のボーナスがあまり多く出ないという話もあり、景気は現在とほとんど変わらないとみている。
		百貨店（企画担当）	・来客数の減少傾向が続いている。また、低価格志向が多少みられるものの、全体的に大きな変化はない。先行きの景気が良くなるような要因もないが、下がるほどの冷え込みもない。
		百貨店（営業担当）	・灯油の価格は、前年に引き続き低価格が見込まれている。そのため、多少は身の回り品の購入を期待したいが、客の節約志向はまだまだ継続していくとみている。
		百貨店（買付担当）	・必要なものや良いものを安く購入するという購買動向が継続している。
		百貨店（売場担当）	・根本的な客の動向は変わらないため、身の回りの景気も変わらない。また、実際に動いているのは顧客が中心であり、フリー客を取り込めない限り状況の変化は見込めない。
		スーパー（経営者）	・野菜の価格高騰は11月まで続くともみている。それ以降は、慎重な消費姿勢により若干のマイナスとなるのではないかと。
		スーパー（経営者）	・11月は前年より日曜日が1日少ないため、やや厳しい月になる。また、採用難と時給アップ、ガス、電気料の上昇など、経費の増加も見込まれており、経営環境的にも良くない状況である。将来への不安が払拭できない生活環境が続く限り、消費の低迷は続くのではないかと。
		スーパー（店長）	・この先しばらくは、客の財布のひもは固く、節約志向が続くとみている。

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
		スーパー（総務担当）	・ガソリンの値上げや台風の被害が大きく、消費者の生活防衛意識が高まっている。そのため、景気自体の回復はあまり期待できない。
		スーパー（営業担当）	・11月の売上に大きく影響するのは天候と気温である。前年のような暖冬でない限り、季節商材による売上が見込める。
		コンビニ（経営者）	・移転オープンして2か月半となるが、事務所、会社系の客にはほぼ認知されてきており、リピーターが増えている。その反面、フリー客の動向がつかめずに苦労している。客単価が低く、売上も伸びず、総じてあまり余裕のない雰囲気である。
		コンビニ（経営者）	・年末年始に来客数が回復することを期待しているが、現状からはそこまでは見込めないため、現状維持を目指している。
		コンビニ（経営者）	・国体の特需による好景気は、一時的なものであり、その後は来客数、客単価は元に戻るとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・キャンペーンやイベントにより瞬時の反応はあるものの、継続には至っていない。恒常的に景気が上向くような状況ではなく、低空飛行のまま推移するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・この先は年末商戦を迎えるが、購買環境が変化する見込みはなく、期待ができない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が変化するような兆しはみられない。
		衣料品専門店（経営者）	・若干のランドセルやお歳暮の早期受注がみられている。ただし、季節の変わり目のため、もっと寒くならないと防寒衣料が動かない。
		衣料品専門店（経営者）	・冬支度が終わり、春までは現状で乗り切る客がほとんどである。
		衣料品専門店（店長）	・例年並みの天候となれば来客数なども戻ってくるとみているが、防寒衣料の売行きは天候に左右されるため、先行きは不透明である。
		衣料品専門店（店長）	・天候による売上への影響は多少あっても、企業の給与が上がらない限り、景気自体は変わらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・来客数の減少に伴う売上の減少が一年以上も継続しており、この先も景気が良くなるとは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・高齢化と人口減少の影響で、年々売上が落ち込んでいる。
		家電量販店（店長）	・当県の求人倍率は前年をやや下回っており、復興需要も終盤に差し掛かっている。客の購買意欲についても、買換え需要はあるものの、高単価な物を購入するような意欲はおう盛ではない。
		家電量販店（従業員）	・来客数の少ない状況が継続している。
		乗用車販売店（経営者）	・乗用車に対する客の購買意欲が低いままである、税制面での優遇政策が待たれる。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月は状況に変化がない。客の動きが鈍く、安いものしか売れない。
		住関連専門店（経営者）	・受注生産であるが、納期の近い物件が少ないため、来年度に向けての営業活動に力を入れざるを得ない。
		住関連専門店（経営者）	・仏壇業界においては、大きく売上を伸ばしたり減らしたりということではなく、ほぼ横ばいで推移している。景気に左右されるものではないため、この先も大きな売上増加は見込めない。
		住関連専門店（経営者）	・地方においては、なかなか景気が良くなる材料が見当たらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・売行きにそれほどの変化はなく、先行きにも特に大きな変化要因はない。販売や企画などの工夫をしていきたい。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・降雪に大きく左右される時期である。天候や気温を意識しつつも、動きのある商品を常に捉えて俊敏に売場を作り替えることを徹底し、売上確保を目指していく。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・先行きが不透明なため、各企業はとにかく経費を削っていくのではないかと。ネット販売で一番安い値段を提示され、その価格に合わせざるを得ない状況が、これからますます増えていくとみている。売上も利益もとにかく厳しくなってきたが、この流れは止められないだろう。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・3か月予報では暖冬傾向といわれており、灯油の需要増加は期待薄である。また、仕入価格の上昇分の転嫁がうまくいかなければ、更に厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因が見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・飲食業、特にレストラン離れが慢性化している。給料が上昇するといった大きな変化がない限り、なかなか景気の改善は難しい。
		一般レストラン（経営者）	・これから年末を迎えて忘年会シーズンとなるため、多少は景気が良くなっていく。しかし、一方では12月まで商売が持つだろうかという話も聞く。そのため、全体的に景気は変わらないのではないかとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・当面の間、東北全体の宿泊業の景気は良くならないとみている。
		観光型旅館（経営者）	・景気が上向くような要因はなく、予約状況も例年と変わらず推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会及び新年会の予約数は前年並みで推移しているが、宿泊、レストランにおいても、つられて良くなるとは考えにくい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新知事となり、当県の先行きがどのように動くのか不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・北陸新幹線や北海道新幹線の開通という明るい話題があったが、この先はそのような明るい要因がなく、またその効果も落ち着いてきている感があるため、景気は変わらないとみている。
		旅行代理店（店長）	・景気が上向く要因が見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・この先、秋の落ち込み分をばん回できるような状況には至らない。さらに、世界情勢の先行き不安も続いており、しばらくは旅行を控えようとする動きは変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・復興関連の仕事が減少している。このことで建設業界では雇用が維持できないなどの不安要素があり、請負工事が受けられない可能性が出てきている。年末にかけては勝負となるが、先行きが不透明であるため、ここ2か月は変わらずに現状維持となる。
		通信会社（営業担当）	・この先に景気が良くなるような材料が見当たらない。そのため、当面は横ばいで推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・景気が良くなるような要因がなく、この先も変わらない。
		テーマパーク（職員）	・来客数が目標に届かない状況は、この先もしばらく続く。
		観光名所（職員）	・売場において、客は買い控えているという印象が強い。世の中で大きな変化が起きない限り、この先もあまり変わらないとみている。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフで営業日数が少なくなるが、寒波が強くなければ、来客数は例年並みの推移となるとみている。
		美容室（経営者）	・ボーナス商戦による盛り上がりはあるだろうが、現在の不景気感から、来客数や客単価は厳しい状況が続くと見込んでいる。
		美容室（経営者）	・無駄なものを購入せず、必要な良いものにはお金をかけるという傾向は、今後も継続するとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・相続により取得した狭小地の買取希望が多い。このことにより、小額資金の顧客用宅地が準備できるため、新たな受注につながっている。
		商店街（代表者）	・商店街の組合員の閉店が2店舗あり、新たな入居者がみつかるのか不透明である。
		百貨店（経営者）	・1年間で最大の商戦となる年末年始であるが、不要なものは買わないという生活防衛意識が高まりつつあり、今後のセールや福袋などの動きは厳しくなるとみている。
		スーパー（店長）	・現在の落ち込みは想定内で済んでいるが、年末商戦に突入すると、金額的に今以上に影響が大きくなっていくとみている。
		スーパー（店長）	・12～2月にかけて、競合店の出店が予定されている。そのため、外的環境の変化により、来客数の減少を懸念している。
		スーパー（店長）	・曜日ごとの対比においても、前年割れが続いている。今後も数字が悪くなる傾向は続くともみている。
		コンビニ（エリア担当）	・コンビニ各社の出店による競争環境の激化、外食、ドラッグストアなど、他販売チャネルの垣根を越えた客の奪い合いは、ますます厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・客が通販に流れていることに加えて、建設業者の景気の差がはっきりしており、下請になればなるほど厳しい状況がある。景気は震災前と同じであるという話もあり、その人達の消費が減少している。それに伴い、繁華街などの飲食店も厳しくなっており、悪い影響が表れている。
		衣料品専門店（経営者）	・景気は停滞ムードであり、ファッショントレンドにも大きな変化がない。客の購入意欲をうながすような要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・この先は、周囲の店舗も冬物セールとなる。また、時期的に充実した冬物の品ぞろえが難しくなる。
		家電量販店（店長）	・前年度は、プレミアム付商品券の効果により単価上昇を図れたが、今年はその反動減があるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・年明け以降に動く客が多い。営業を行って今年への前倒しを推進しているものの、なかなか成果にはつながっていない。
		乗用車販売店（経営者）	・経済の長期停滞と、少子高齢化傾向による市場縮小により、景気はやや悪くなるとみている。
		高級レストラン（経営者）	・この先に景気が良くなるような要因がない。
		一般レストラン（経営者）	・この先も、景気はあまり良くないとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・忘年会、新年会の引き合いは前年より少なくなる見込みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業や団体客による会議や会食の予約数が減少しており、件数、売上共に前年を下回っている。また、この先の予約状況も芳しくない。
		旅行代理店（店長）	・行楽シーズンが続く11月までの予約状況は好調である。しかし、12月になると国内、海外共に、極端に予約状況が悪くなっている。
		美容室（経営者）	・ドラッグストアや、千円ヘアカットの店もあるため、客は安いところに行ってしまう。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受注件数が伸びていないため、供給も伸びる見込みがない。
	×	商店街（代表者）	・例年と比較しても、年明けからの予約数が非常に少ない。この先の景気は、かなり悪くなるのではないかと危惧している。
	×	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体的な社会不安のなか、高齢化社会における社会保障の将来などに明るさがみえない限り、消費マインドの冷え込みはしばらく続く。
	×	スーパー（経営者）	・地元商圈において、顧客の節約志向が強まっている。また、同一エリア内に競合店がオープンしており、今後大きな環境変化が見込まれる。
	×	コンビニ（店長）	・冬季の売上減少に加えて、競合店の影響、除雪代、光熱費の高騰など、良くなる要素は1つもない。今年はかなり厳しい冬になるとみている。
	×	乗用車販売店（店長）	・雪が多い地域柄であり、これから年末まで販売量は減少傾向となる。
	×	観光型旅館（スタッフ）	・冬を迎えるにあたり、遠方からの集客が見込めない。
企業 動向 関連 (東北)		食料品製造業（総務担当）	・年末需要の高まりにより、景気は上向くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末に向けて、仕事量の増加を見込んでいる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量は増加傾向にあり、数か月は続く見通しである。ただし、円高により輸出の採算性の悪化が継続しているため、一部国内受注の増加効果と相殺されるところがある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年末、年度末に向けて受注が増える傾向にある。時間外労働が増えてきており、景気はやや良くなる見込みである。
		広告代理店（経営者）	・年末、年度末に向けて景気は上向いていくとみている。また、来年度予算の物件に多少の動きがある。
		経営コンサルタント	・東北には、秋から冬にかけて収益源となる種々のコンテンツがあるため、期待ができる。
		コピーサービス業（従業員）	・年末に向けて大口案件がまとまりつつあるため、期待をしている。

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
		金属工業協同組合（職員）	・半導体、医療機器などの受注量は、今後も増加する見込みである。それに伴い、人手不足が顕在化している。また、その他製造も全体的に受注量の増加傾向にある。
		食料品製造業（経営者）	・大きなイベントがあれば土産物も動くが、普段の消費は厳しい。今月から歳暮商戦がスタートするが、ここ最近では客単価が落ち込んでおり、厳しい商戦になると危惧している。
		食料品製造業（経営者）	・現在の観光客数や販売量からみても、特にこの先に良くなるような兆しはない。
		食料品製造業（営業担当）	・前年の販売量を維持することが精一杯な状況にある。この先現状から大きく変化する要因はなく、苦戦が続くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の価格は、現状のまま推移すると見込んでいる。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・需要の回復が見込めない、むしろ減少傾向にある。
		建設業（経営者）	・現在と同様に受注が続く見込みである。
		建設業（従業員）	・工事発注が前倒しされた影響により、年度末に集中する傾向がある工事発注が、結果として分散化が図られている。そのため、例年と比較すると、年度末に向けた工事発注量の上昇があまりない可能性がある。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであり、2～3か月先についても現状のまま推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・現在の受注量の増加傾向がこのまま継続するとは考えにくく、予断を許さない状況に変わりはない。
		通信業（営業担当）	・景気の回復を実感できない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・個人消費に力強さが戻っていない。
		司法書士	・住宅ローンの金利低下により、新規借入額が増加しているといわれているが、その影響は限定的であり、低金利の利用は借換えの人が中心となっている印象がある。
		公認会計士	・経済全体としては、小売関係の業績悪化が続いているが、建設関係はまだ好調であり、2～3か月で悪化する要因は見当たらない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・景気が良くなることを願ってはいるが、現在のデフレ傾向は今後も継続するのではないかと。政府はもっと内需向けの景気対策について考えて欲しい。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・販売量の落ち込みの理由がわからず、対応ができていない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の住宅会社において、この先に受注が増えるという確度の高い客の数が少ない状況である。
		農林水産業（従業者）	・9～10月の天候があまり良くなかったため、りんごの色づきが悪い。販売単価への影響を心配している。
		農林水産業（従業者）	・例年に比べて気温が低い日が続いており、今後もその傾向が続くとみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・取引先は宣伝広告費の圧縮に努めており、印刷業の売上は減少傾向にある。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・大手携帯機器メーカーの不具合が、関連半導体メーカーにおける製造品質、品質保証、開発段階での検証などの長期化につながり、事業に悪影響を与えることを危惧している。	
	輸送業（経営者）	・燃油費の値上げ要請がある。この先は現状維持をしていかなければならない。	
	広告業協会（役員）	・下期において、新聞は引き合いが少なく苦戦が見込まれる。また、電波媒体は中央からのスポットは引き合いが多いものの、地元は全く動いていない。さらに、スポーツ球団のシーズンオフでもあり、動きが抑えられている。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・この先の受注量は減少する見込みである。	
	x	繊維工業（経営者）	・店頭の売行き悪さは長引く見込みである。
雇用 関連		人材派遣会社（社員）	・10月開始の受託業務が好調であり、この先2～3か月の景気は大きく改善するとみている。
(東北)		人材派遣会社（社員）	・来春の新卒採用が一段落したあと、採用がうまくいかなかった企業が、中途採用に切替えて求人を行っている。このような良い状態は今後も続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人と求職者のミスマッチは、今後も継続する見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・年末年始は動きが鈍る傾向にあるものの、全体的には大きな変化はない。
		人材派遣会社（社員）	・年末、年度末に向けた繁忙増員は業界によって差が出ている。ある自動車メーカーでは、販売台数の減少のため繁忙増員を見送る、又は最小限に留めるといった話が出ている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋口の台風直撃による農作物の不調、また、温暖化の影響と中国などアジアの乱獲によるさんまの漁獲高の減少により、東北に落ちるお金が減少している。加えて、ヒト、モノ、カネが首都圏に集中しており、東北地方の先行きは光明が見出せない状況である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・台風などの天候不順で個人消費が低迷している。この先状況が変わる要因が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向であるが、求職者の希望職種とマッチしていない状況もあり、景気に影響は与えないとみている。
		職業安定所（職員）	・労働力不足により企業の採用意欲は高いものの、給与額は上昇していない。
		職業安定所（職員）	・介護、看護、警備、建設など、特定の業種によっては、人手不足感がますます大きくなるとみている。
		職業安定所（職員）	・業種によって景況感にばらつきがみられている。保育、介護などは、来年4月に向けた開設予定などにより求人が増えているが、建設業などでは若干の落ち着きがみられている。そのため、全体としては変わらない状況が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・求人の状況は小さな増減を繰り返しつつ、高止まり傾向にある。また、現在のところ、企業の大規模な創業及び大規模な人員整理の情報はない。新規求職者についても小さな増減を繰り返しており、近い将来景気が大きく動く印象はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年と比較して上昇を続けているが、景気が上向くような要因は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が上昇傾向にあるなかで、10人規模の比較的小さな事業所において、人員整理や事業所廃止の情報が相次いでおり、景気が良くなる印象はない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、除染関連求人、緊急雇用創出関連の求人の減少で、前年同月比は減少で推移している。ただし、建設業においては当面人手不足が続く見込みであり、他の業種でも不安材料は少ない。
		民間職業紹介機関（職員）	・復興関連事業も一段落しており、求人も落ち着いている。ただし、福祉関係など、業種によっては相変わらず求人が不足している。
		学校就職担当者	・年度当初に調査した求人計画から大きな変化はなく、新規採用、増員計画が増加している様子はない。
		人材派遣会社（社員）	・年末商戦を前にしても、企業や商店の採用難易度に対する警戒心は強い。できない採用に経費をかけるよりも事業規模の縮小を選択する企業も少なくない。
		アウトソーシング企業（社員）	・数か所の取引先から、震災関係の仕事は今年度で終了すると聞いている。
	x	-	-

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)		商店街（代表者）	・大河ドラマ館は1月中旬まで営業のため、それまでは前年を割ることはない。2月からは前年比ダウンが確実である。
		スーパー（副店長）	・2～3か月先には野菜の高値も落ち着き、クリスマス、年末、お正月といった、年間でも1番大きな行事が続くので、現状より景気は良くなっているはずである。前年は、暖冬で大変過ごしやすかったが、今年は雪が多いとの予報で、客足が遠のくのではないかという心配はある。
		コンビニ（経営者）	・年末年始は催事も多く、人出も多いので来客数が増えることは間違いなく、景気は良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘新年会シーズンを迎え、前年よりは単価を500円上げたプランを下限で設定しているが、問題なく前年をクリアしている。レストランの個人利用客数の動向には注意したい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末年始に向かって、販売に少し期待が持てそうな気がする。
		百貨店（店長）	・客の来店が増えそうである。

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
		コンビニ（経営者）	・年末が近づいてきているので、多少はキャンペーンなどをやり、売上を伸ばすつもりであり、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスセールや贈答用ギフト、おせち等いろいろ年末商戦が相まって、12月は一番のピークが来るかと思っているが、10～11月は、低調である。
		スナック（経営者）	・急激な動きではないが、着実に回復してきている。急に悪くなるという心配はしなくてよくなっている。このまま少しずつ回復が続くことを望む。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2～3か月先は、ちょうど忘新年会にあたるので、通常の売上よりは、多少は良くなる。一番の稼ぎ時なので、楽しみにしている。
		通信会社（営業担当）	・季節要因としては例年並みだが、それ以上の効果は期待できない。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・法事の依頼や仏壇の処分、墓じまいなどの相談が増えている。
		その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	・地元神社の式年祭が10月中にほぼ終わるため、これからは例年通りの動きになる。
		設計事務所（所長）	・11月にイベントが2つあり、集客を期待している。
		商店街（代表者）	・景気改善の兆しのないまま年末に入るが、商店街ではプレミアム付商品券の取扱が始まるため、期待が出来る。
		商店街（代表者）	・冬のスキー、スケート用品を扱わないため、毎年そうだが、販売量はなくなってしまふ。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・毎月のことだが、天気が良くないと店に客が来てくれない。若い人もはっきりしている。高齢者はイベントでも家族連れで出かけているので、消費は減少する。平日はスーパーも駐車場に空きがある。年が変わっても明るくはならないのではないか。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・よほどの寒波で季節商材の買い増しでもない限り、売上増は見込めない。消費者の財布のひもを緩める施策がなく商売の先行きは見えてこない。
		百貨店（営業担当）	・消費動向が上向いてくる要素はない。買物の仕方が慎重で、高くても良い物は買うが、通常の無駄な買物はしないということが続いている。
		百貨店（営業担当）	・来客数が前年を下回る状況が続いており、好転するとは思えない。また、主力の婦人服が低迷しているなかで、店全体の売上が良くなると思えず、2～3か月先も変わらない。
		百貨店（店長）	・客の購買行動は非常に慎重である。このところ気温が高い日や悪天候が続いて、秋冬物の動きが非常に悪い。さらに、高額品の動きも非常に悪い。
		スーパー（総務担当）	・今月同様、しばらく来客数は伸びないのではないかと。現状、年末に向けて良くなる与件がなく、厳しい。
		スーパー（統括）	・為替、株価、原油価格、長期金利、雇用、貿易統計等の毎月の経済指標や天候等で、消費マインドが影響を受けるも、年明けの解散、選挙機運でお歳暮商戦に影響が出るのではないかと。
		スーパー（商品部担当）	・ドラッグストアの出店計画があるが、大きく変化するとは思えない。単価の低下傾向が続くとみられるなか、現状維持ができれば良い。
		コンビニ（経営者）	・前年度に特需的な要素があったため、今年度は微減である。その他に増加が見込めるので変わらない。
		コンビニ（店長）	・当店のすぐそばにある比較的大型の公共施設が耐震性を理由に10月いっぱい閉館となり、ある程度の来客数に影響が出てくると思われるが、年末年始でもあるため、なんとか現状は維持できるのではないかと。
		コンビニ（店長）	・最近気温の変化でいろいろ良かったが、特別その他に変わる要因は身近にないようなので、あまり変わらない。
		家電量販店（営業担当）	・オリンピックイベントが終わり、映像関連商材は前年比の85%と厳しい。一方、冬物商材は電気暖房を中心に動き出し、前年比で110%と好調に推移している。
		乗用車販売店（経営者）	・年末商戦もあまり期待が持てない。
		乗用車販売店（経営者）	・年末の自動車販売は減少するが、新型車の発売も予定されており、期待したい。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車ディーラー販売店と違って、小規模店では販売台数、1台当たり収益共に、減少続きである。どうやって収益を残すか、難題の多い月が続くそうである。

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
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3か月後は年末年始で、年始は別だが、毎年、年末は新車、中古車の伸びが多少良くなる。ただし、今年は10～11月の見込発注がなく、さほど良くなる要素もないため、多分このままの悪い状態が続くのではないかと。
		乗用車販売店（管理担当）	・新型車の発売も少ないので、販売低迷はしばらく続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・特別に良くなる、悪くなる理由がこの先感じられない。自分で良くしていくしかないが、なんとも言えない雰囲気である。
		住関連専門店（経営者）	・景気が浮揚する要素がないために、消費マインドは明るい兆しが見えていない。経営者を優遇した政策は打ち出されても、消費者までは届いていないと言える。
		住関連専門店（店長）	・売上が横ばいで推移している。
		住関連専門店（仕入担当）	・地震などの災害発生も含め、漠然とした不安要素は根強く残り、消費マインドの低下傾向は当分続く。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注は増加してきているが、前年比では減少している。
		一般レストラン（経営者）	・県外客の動きや単価は良いものの、地元客の動きは極めて悪い。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、やや悪くなるような気もしている。これ以上悪くならないようにという意味で、変わらないとしている。目新しいものが本当に一つも見つからない。
		都市型ホテル（営業担当）	・本当の年末は別として、12月までは稼働がある程度いくのではないかと。ただ、今月それなりに良い稼働となった根本的な理由は、なかなか分かりにくいので、悪くなる要素はないが、良くなる要素もないため、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・現状、何も変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・国内旅行は行楽シーズンに入り受注は出てきているものの前年並みである。募集旅行は集客が非常に悪く、催行実施が困難となっている。海外旅行は相変わらず天候やテロの影響が出ており、今後の営業が懸念される。
		タクシー運転手	・地方では、景気が良くなっているという話は聞かず、悪いまま変わらない。
		タクシー運転手	・この業界は、前月とか翌月とかではなくて、月によって良い月と悪い月の変動がある。前年は前々年比102.5%だが、今月は、99%ぐらいで終わりそうである。ここ数か月ほぼ同じ流れで動いている。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪いので、この先も変わらない。
		タクシー（役員）	・動きが鈍い。
		通信会社（経営者）	・生活への不安心理が増してきているのか、ここにきて節約志向が強くなりつつある。
		通信会社（経営者）	・当地域では勝ち組と負け組の差がはっきりしてきたが、同業他社を含めた当社の実績は横ばいである。
		テーマパーク（職員）	・天候不順のため、紅葉も見ごろの判断が難しく、集客につなげにくい。
		ゴルフ場（経営者）	・県内客が中心だが、今のところ良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。年金受給世代が客の25%を占めるため、振れ幅が小さいと考えられる。
		ゴルフ場（支配人）	・食欲の秋に向けた、料金値引きに頼らない各種の食事、デザート、プレゼント企画で集客を計り、結果を得ている。
		ゴルフ場（総務部長）	・2～3か月先は冬なので寒く、例年入場者数は減少傾向となる。景気の状態よりも暖冬となるかどうかで入場者数が左右されるため、この時期の景気判断は難しい。
		美容室（経営者）	・秋の気配があまりない間に、すぐに低温となり天候不順が続いている状況で、七五三や成人式等の予約も入らなくなっている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・各テナントや当社分の予約状況等を見ても、横ばいである。客の利用状況も同じと考えられるので、変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・なかなか景気高揚の要素が見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・職員数に合う仕事量が確保できていない。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘の見学客に大きな変化はない。
		住宅販売会社（経営者）	・税制改正もなく、住宅ローンの金利が低いたけとなっているため、実際の動きにそれほど影響はない。

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
		商店街（代表者）	・40年間かばん屋をやっていた店舗が、閉店をした。大型店では5～6月ごろからランドセル等の売出しチラシが配られ、秋のシーズンに入っても、専門店では売れなくなってきた。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・外国人観光客が増えているように思う。道路にはいろんな人が歩いているが、商売につながるようなことは全くないので、これからも良くなるようなことはない。
		百貨店（販売促進担当）	・ラニーニャ現象により冬の気温が下がるとの報道もあるが、現状のアパレル不振をみると、防寒衣料の購買需要が拡大するとは思えない。アパレルは不要不急品になってしまっている。
		スーパー（経営者）	・県外企業の進出が増えてくると競争は激化する。
		コンビニ（経営者）	・地域の景気をみても、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・気温が下がってくるので、レジャー客などが来店しにくくなる。
		衣料品専門店（統括）	・一般の人達が参加する夏祭り、秋祭りが終わった。当店の需要時期が終わり、これから年末年始に向かって、あまり売上が増えるとは思えない。
		衣料品専門店（販売担当）	・これから年末年始を迎え多少景気が上向けばという期待はあるが、現状の客の様子や雰囲気を見ても、明るい材料を見出すことは本当に難しい。そのくらい財布のひもは堅くなっており、景気という消費に向ける意識がかなり低い。今後、本当に先行きが見えなくて不安が募る一方である。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車関連や電機関連の下請企業で、コストダウン要請が乾いた雑巾を絞るほどの厳しさのうえ、後継者不在で廃業する企業が出てきている。先行きの希望が持てない。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の意識がデフレスパイラルに陥っており、なかなか消費へ向かわない状況が続いている。お金を使わない状態が続いているので、外食業には非常に影響がある。
		一般レストラン（経営者）	・忘新年会のシーズンになってくると、回数は変わらなくても人数、予算等の内容が厳しいものになってくる気がする。
		一般レストラン（経営者）	・北関東の地方都市では人手不足が深刻で、投資家の新規事業投資時、最大のハードルになってきている。既存企業ではパート、アルバイトの時給が高騰し始めており、経営を圧迫している。
		一般レストラン（経営者）	・大河ドラマも終了し、一気に次の場所へ関心が向くだろう。
		観光型旅館（経営者）	・秋の長雨が続いて予約が低調である。冬は今まで忘新年会で賑やかだったが、年々減少傾向にあるため、あまり期待できない。
		都市型ホテル（副支配人）	・11月も好調に推移する見込みだが、12～1月は例年落ち込むので、トータルではやや悪くなる。
		旅行代理店（所長）	・年末年始はある程度の数字は見込めるものの、インバウンドの数字は減少を認めず、厳しい状況と見込んでいる。
		通信会社（経営者）	・「人口は減り、税金は上がる。高齢者が増え、年金は減る。零細企業は淘汰され、地方に働く場がなくなり、地域格差は広がる。自分の老後が心配になる。」大方の人はこのような未来予想図を立てているのではないか。将来に不安を感じている以上、今のデフレマインドはそうそう払しょくできない。5年後、10年後の日本に期待できるか、不安を感じるかこそ問うべきではないか。そこに真意がある。
		通信会社（店長）	・販売にかかる経費負担が増加している。
		観光名所（職員）	・シーズンオフを迎えるが、冬季のスキー場の入込は雪の降り方に左右される。近年は年々降雪時期が遅くなっているため今冬も案じている。
		競輪場（職員）	・全国発売の特別競輪の売上が、最低記録を更新したため。
		美容室（経営者）	・平日と休日の売上を比較して、休日が良いとはいえない。来客数を1か月単位でみると、5%ほどの減少である。当店は創業から早40年を超えるが、当時からみると来客数は4分の1くらいと感じる。競合店の多さが原因である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・自動車整備の専業として様々な手を打っているが、現状維持が難しい状況が続いている。今月は前年比10%割れ予測で、この先も期待できない。前年比増となる要因が見当たらないため、2～3か月先も下降は避けられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	家電量販店（店長）	・売上をけん引する商品群が見当たらない。今後は季節商材の動向次第だが、基幹商品であるテレビ、冷蔵庫、洗濯機、パソコン、エアコンなどが動かないと厳しい。
	×	通信会社（経営者）	・下期事業の見積り依頼さえ皆無で、来月、同業数社が解散する。
企業 動向 関連 (北関東)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーの北米輸出の増加と国内販売が好調なため、生産が増加する。
		その他製造業 [環境機器]（経営者）	・環境装置は今月が決算で、前年より20%売上減だが、この8～9月と年初1月に計4か所の発電所で、約1メガ増設、接続開始になる予定である。
		食料品製造業（営業統括）	・ワイン特区を利用した県外からの個人製造免許を取得する例が多くなっている。工場見学ばかりでなく、インターネット通販も増加して、大手メーカーから小ワイナリーまで、幅広く活性化して、出荷量はさらに増加するものと考えている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・季節的要因で、動きがみられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規量産の立ち上げや応援加工の依頼等があり、売上は増加する見込みである。
		建設業（総務担当）	・民間の動きは鈍いものの、公共工事の発注見通しからも、そこそこの量は確保されているように思う。
		広告代理店（営業担当）	・年明けは新年商戦なので、良くなって当たり前である。
		経営コンサルタント	・10月後半から、本来の秋らしい天候になり、年末に向かって徐々に地域の消費が増えるのではないかと。
		化学工業（経営者）	・例年この時期になると出荷量は増加傾向になる。実際に数字も上向き出してはいるものの、例年以上の期待はできず、景気動向としては変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・クリスマス関連の工芸教室は増加見込みがあるものの、商品製造受注の見込みが立たない。
		金属製品製造業（経営者）	・景気が良くなるという材料は何もなく、不安である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2年2か月前から進めていた新規取引先からの受注が決まり、その分だけ受注増になったものの、従来の取引先からの注文が減少して、合計額に変化がなくなってしまっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・毎月継続的という仕事が多く、突発的な飛び込み仕事が多い。もしかしたら、景気が良くなってるかもしれないが、当社は波が多すぎて非常に苦労している。そのため、景気は変わらないのではないかと。
		電気機械器具製造業（経営者）	・営業努力をすれば、現状維持できそうではあるが、上昇する気配はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・多少の変動があるものの、現状維持が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月、十数社ある取引先は、やや良い、やや悪い、変わらない会社がそれぞれあるので、今後も、このような状況で変わらない。
		その他製造業 [消防用品]（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業（開発担当）	・今年度の公共工事は、前年比85%発注額と大変厳しい。当社も同15%減の受注であり、今期は赤字になりかねない。経費削減を計らざるを得ないが、長年の建設業不況で経費節減は続けており、特に賞与支給は10年以上実施出来ていない。今後の先行きが大変心配である。
		輸送業（営業担当）	・今後は涼しくなるにつれ、インターネット通販向け中心に、こたつ、ヒーター等の冬物家電や、衣類等の物量は増加する予定である。しかし、その他の物量の増加は見込めない。
		通信業（経営者）	・景気の状態が変わる要素はない。
	金融業（調査担当）	・製造業など先行きへの慎重姿勢が続く見通しである。	
	金融業（経営企画担当）	・取引先の小売業によると、相変わらず客は必要以上の消費を控えている傾向があり、今後の景気浮揚は感じられない。	
	不動産業（管理担当）	・スポット作業は今月で終了予定だが、継続業務は思ったほど減る様子もないため、年内は現状維持で推移しそうだ。	
	新聞販売店 [広告]（総務担当）	・小売店主から、「良くなる要素はなく、今を維持していくことで毎日必死である」との話を聞いている。	

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
		司法書士	・準備段階の仕事はとりあえずないが、そうかといってそれほど落ち込むこともないと思うので、一進一退というか、変わらない。
		社会保険労務士	・しばらくは景気に影響のありそうな案件もないため、それほど変化はない。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・引き合い、商談数、受注量共に、特段の変化はみられない。
		食料品製造業(製造担当)	・単価で切られるところもあり、厳しい環境である。
	×	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・仕事量はどんどん減っている。資金繰りも大変である。
	×	電気機械器具製造業(経営者)	・新機種開発が来期になりそうで、今期の生産は現状維持も難しい。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕(経営者)	・11～12月は売出しが目白押しで、10月よりは売上を見込めるが、前年度実績を達成するのは難しい予想である。
雇用 関連 (北関東)		人材派遣会社(支社長)	・企業は、人手不足による派遣単価上昇トレンドを嫌っており、紹介や紹介予定派遣の希望を出してくる方向である。年末、年度末に向けて、採用に関する予算取りを行う企業担当者も増えてきている。
		人材派遣会社(経営者)	・台風後の寒暖の差が大分続いたが、冬に向かい秋冬物の衣料や青果物などが出始めたので、購買力も伸びてくる。製造業では、食品は順調で、機械、電子関連、これらについても依然として募集は出てくると思われる。住宅関連は、増改築などの軽微なものや少し大がかりな新築が目立って伸びてきたようである。
		人材派遣会社(経営者)	・2～3か月前よりも、今後2～3か月先の方が、仕事は増える予定である。
		人材派遣会社(管理担当)	・年末年始の派遣受注があり、やや良くなる。
		職業安定所(職員)	・前年の月間有効求人倍率は、10月が1.65、11月が1.61、12月が1.55倍と高い水準で推移しており、今年度も、求人数が増加傾向にあり、求人倍率も前年を各月上回っている。それに比べて、月間有効求職者数は7か月連続で、前年を下回っている。管内の主力産業である、卸、小売、宿泊、飲食、サービス業が依然として求人を更新し続けている。また、慢性的な人手不足産業である建設、医療、福祉が多数の求人を更新している。
		人材派遣会社(社員)	・宿泊施設関係では、インパウンドの集客の伸びもあり、稼働率が平年より上回っている。一方で、そうではない状況の施設もあるようで、全体的に良いのかというと、何ともいえない。当社提供のサービスで、個人向けの結構細かい、引越しとかそれぐらいの規模の仕事があるが、そちらは、前年に比べて若干伸びてきている。
		人材派遣会社(営業担当)	・賞与支給時期を迎えるが、賃金格差の広がっているなかで賞与の出ない企業も多く、消費に回らず景気は上向かない。
		求人情報誌製作会社(経営者)	・しばらくはこのままの状況が続く。
		職業安定所(職員)	・業種によって活気にばらつきがあり、全体としては変わらない。
		職業安定所(職員)	・求人数は増加傾向を示しているが、派遣、臨時などの短期求人の増加によるものであり、景気が良くなるとは感じられない。
		民間職業紹介機関(経営者)	・女性の登用意識が強まり、求人は増加傾向にあるものの、正社員にほとんど変化はなく、むしろ若干減る傾向にある。
		*	*
	×	-	-

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		乗用車販売店(店長) 一般レストラン(経営者)	・新型車の発表もあるため、販売台数が増加する。 ・そろそろ忘年会予約の時期となり、会場を見に来る新規の客が少しずつ増えているので、その客の予約が取れるように頑張っており、売上を伸ばしたい(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(南関東)		商店街(代表者)	・10月後半より明るい兆しが出てきているため、このまま好天が続けば、これまでの悪天候の反動もあり、多少良くなるのではないかと。特にクレジットカードの動きが悪いため、冬物や年末商戦に向けて天気、気候が安定し、高価格帯の商品が通常通り売れば、良くなる可能性は高い(東京都)。
		一般小売店[家電](経営者)	・商品購入に関する相談が徐々に増えてきているので、これから良くなる(東京都)。
		一般小売店[文房具](経営者)	・数年前と比較して、手帳、年賀関連商品など年末商材の売行きは落ちているが、11月～12月にかけては、通常月に比べ客単価も上がるため、売上が期待できる(東京都)。
		一般小売店[文具](販売企画担当)	・来月、再来月あたりに外商部等で大口案件が決まっており、数もあるのでは、若干良くなるのではないかと。
		百貨店(販売促進担当)	・冬のボーナス動向によっては回復を期待できる(東京都)。
		スーパー(経営者)	・例年これから年末に向けて良くなっていく。
		コンビニ(経営者)	・多くが給料日である25日以降は、買物にも非常に動きがある。
		家電量販店(統括)	・気象庁の3か月予想で気温低下が発表されたので、季節商材が好調になることを期待している。
		家電量販店(経営企画担当)	・例年この時期は消費者の財布のひもが緩む時期なので期待している(東京都)。
		乗用車販売店(販売担当)	・運送関係並びに道路関係については、年内は今一つだが、将来的には東京オリンピック景気で良くなる見込みである。現場に従事する若手などの人材が不足するなか、積極的な人の活用または募集、さらには外国人の技能労働者の雇用という話もある。それらのことから、将来的には景気は上向くのではないかと(東京都)。
		乗用車販売店(渉外担当)	・10月も月内受注は前年並みだが、新型車発売が順次あり、集客が見込める。また、車検到来車も増加しているため、やや良くなる。
		乗用車販売店(総務担当)	・ボーナス月、需要月でもあるので、客の動きが活発になる。
		住関連専門店(営業担当)	・住宅ストック循環支援事業によるエコリフォーム市場の活性化が期待され、この先半年程度は引き合い、受注件数の増加を見込んでいる(東京都)。
		その他小売[雑貨卸](経営者)	・政府の施策が的確に当たっている(東京都)。
		その他小売[ゲーム](開発戦略担当)	・11月以降、各社から有力タイトルが出そうのため、活性化すると見込んでいる(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・2か月先は12月なので売上は多少伸び、恐らく今より10～20%ほど良くなる。3か月先は1月なので売上は落ちる。総合的には、今よりやや景気が良くなる見込みである。
		一般レストラン(経営者)	・景気が上向いて良くなると思っているわけではなく、店内改装等の投資をして、屋号を変えて努力をしたことにより、客が多少増えているような気がする。景気が上向いているという感じではない。
		一般レストラン(経営者)	・アメリカの大統領選挙が終わり、アメリカの外交政策、経済政策の方向性が明確になる。
		その他飲食[居酒屋](経営者)	・東京オリンピックまでは外需、特需があるので、景気は良くなる(東京都)。
		旅行代理店(従業員)	・先行受注、見込みは前年同期比で105%のため、やや良くなる(東京都)。
	旅行代理店(営業担当)	・秋冬の新商品販売が始まる(東京都)。	
	旅行代理店(営業担当)	・年末年始の旅行需要が見込める(東京都)。	
	タクシー運転手	・力強さを欠くものの、緩やかな持ち直し基調である。2017年に入っても、8月に閣議決定された経済対策に伴う公共投資の増加などを背景に、景気回復基調が続く見込みである。ただし、社会保険料負担の増加や、若年層を中心とした将来不安の強まりなどが消費下押しに作用することから、景気回復ペースは緩やかにとどまる見通しとの報道もある(東京都)。	
	通信会社(経営者)	・日銀が物価上昇2%についてあまり言わなくなってきているため、膨大な資産を持っているリタイア層が、やや安心して金を使い始めるのではないかと(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（管理担当）	・年末商戦に向かい販売量は増加するが、現在の販売進捗を勘案すると、例年に比べて伸び率は鈍いと予想している。
		通信会社（管理担当）	・消費者が、MVNO（SIMフリースマホ等に通信サービスを提供する仮想移動体通信事業者）やスマートテレビなど新しい技術、サービスに手を伸ばし始めていると実感できる。
		通信会社（管理担当）	・個人向け携帯電話は年末商戦期ともなり、景気は良くなると見込んでいる。法人向けソリューション案件も、クラウド化への動きが出てきているため、上向きになる(東京都)。
		ゴルフ場（経営者）	・希望的観測もあるが、年末に向けて、前年よりも活気がある。
		ゴルフ場（企画担当）	・年内の予約は順調である。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・今月から年末に向けて、相次いで新車種が発表されるため、3か月後には受注量が増えると思込んでいる(東京都)。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・年末年始に向かい、良くなってほしい。
		設計事務所（経営者）	・新しい案件に関する相談が入ってきている。具体的な契約までには至っていないが、動きが出ているので、この先の仕事の分量は増える可能性がある。
		住宅販売会社（従業員）	・前月、前々月より少しずつだが景気は良くなっている。来客数も増えてきており、具体的な商談数も増えているため、2～3か月先の景気は今月と比べやや良くなる。
		商店街（代表者）	・商店街を歩く人の数はあまり変わらないように見えるが、買物客の数はかなり減少しており、買物バッグを持って歩く人があまりいない。また、入店率がだいが悪くなってきており、売上也思うようにしていない。
		商店街（代表者）	・天候が落ち着いていることで多少良くなっているが、やや上がっているように感じているだけで、完全に良くなるまでにはなかなか至っていない(東京都)。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・今後も大口の注文が何件か続けて入っているため、売上が期待できる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・実質所得が上がる見込みがないため、客は無駄な消費はしない傾向にある。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末に向けて、ボーナス商戦や各種売出もあるが、家電製品の伸びは厳しい。分電盤交換なども勤めるつもりである。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気の先行きについて、できればやや良くなる方向に持っていきたいところが、まずは今の状態が続いてくれることを期待している(東京都)。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・古い話になるが、大規模小売店舗法がなくなり、それなりの条件を満たせば大型店も出店できる環境になった。いずれは、商店街より、利便性のいい大型店に客足が向く経済環境になってしまうのではないかと考えていたが、すでにそうなりつつある。さらに、その隙間をインターネット販売等が占めている。淋しい話だが、やはり商店街や商店の役割がなくなっているのではないかと考えている。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・しばらくの間は消費者の興味が新しいショッピングモールに向くのではないかと。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・同業他社も多く、競争が激化しており、新規顧客の確保がなかなか難しい。販売量がそれほど増える状況にはない(東京都)。
		百貨店（売場主任）	・中間層の購買を押し上げる賃金や株価の上昇などが望めないため、先行きも変わらない。
		百貨店（総務担当）	・客の消費に対する慎重な姿勢、購買動向の変化は見込めない。
		百貨店（広報担当）	・クリスマス等の好機があり、単価の高い商品に動きが出てきていることから、大きな変化は予想しにくい(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・気温の低下とともに、衣料品の動きが良くなってきたが、限定的である。美術品、宝飾品等の高額商品が低迷しており、景気は停滞している(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・来客数はやや戻りつつあるが、客単価の低下も響き、年末から年始にかけて厳しい状況は続く。アパレル関連の取引先によるブランド、商品の絞り込みにより、年末年始のセール商材の確保に不安があり、需要が増えたとしても供給が追いつかない懸念もある(東京都)。

分野	景気の先行き判断	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）	・現状は国内消費も横ばいで推移している。前年伸びていたインバウンドについては、前年を上回る商材が見えておらず、今月の中国国慶節期間の売上高も前年確保には至っていない(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・国際情勢は不安定で、国内経済も全般的に明るい兆しを感じられない(東京都)。
		百貨店（販売促進担当）	・気温が低下しても季節商材の動きは鈍いままであり、客は今、持っている物が使えるうちは新しい物を買おうとは思っておらず、買う際にも吟味した上で買っている。こうした状況は今後も続く見込みのため、景気は現状のまま変わらない。
		百貨店（計画管理担当）	・年末商戦から年明けのセールにかけて、本来であれば商機として盛り上がる時期である。年末年始の行事については例年どおりの盛り上がりを見せると期待しているが、セールについては期待できそうにない(東京都)。
		百貨店（店長）	・日本経済や個人の生活に明るい兆しが明確に見えないと、景気回復は困難ではないか。
		百貨店（副店長）	・客の購買行動が極端に悪化しているとは感じないが、衣料品を中心とした節約志向は続く。最繁忙期である年末年始の動向について注視したい。
		百貨店（店長）	・食品の価格高騰は落ち着くが、衣料品、生活雑貨の落ち込みはそのまま続くのではないか。
		百貨店（営業企画担当）	・衣料品の不振が天候要因と考えることができれば、前年は暖冬であったこともあり、現状からの売上改善を期待できる(東京都)。
		スーパー（販売担当）	・客は、店舗ごとのお買い得日やクーポンの倍率、広告初日の目玉商品などの特典を利用して買い回っている。平均的な付加価値の高い商品などをコンスタントに買ってくれる客は、なかなか増えてこない(東京都)。
		スーパー（経営者）	・今月と同様に良くない状態が今後も続く。客の動向から良くなる見込みもあまりなく、非常に厳しい状況になるのではないか。
		スーパー（経営者）	・良くなる理由が見当たらない。
		スーパー（店長）	・現状の流れからみると、例えばボジョレーヌーヴォーの予約商品やクリスマスケーキ、おせちの予約を早期で受けているものの、件数が思うように伸びないなかで、前年実績を超えるのは厳しい。消費がなかなか伸びてこないという状況から考えると、現状のまま推移していくのではないか(東京都)。
		スーパー（店長）	・農作物の相場高は年末以降まで続く予想され、お歳暮商戦や年末商戦等にも影響が出てくる。依然として現状の生活には変化はなく、しばらくは節約志向が続く(東京都)。
		スーパー（店長）	・今月は、来客数の増加が売上にも貢献しているが、客単価、1品単価は前月と比べ伸び悩んでおり、一個人の景気としては上昇傾向はみられない。
		スーパー（総務担当）	・昨今、衣料品は売れ筋のトレンドが特に見当たらない。青果物は、今月は天候与件も悪く、価格が高騰したため、来客数が減少し、売上額も下回っている。客の購買意欲は非常に消極的であるため、この傾向は今後も続く。
		スーパー（営業担当）	・円高、株安がまだ続いており、将来的な不安も払しょくされていない。特に、今後の気温の低下ならびに雨量、天候の安定化が景気動向を大きく左右してくる(東京都)。
		スーパー（仕入担当）	・1品単価、客単価自体は下落傾向にあり、低価格帯の商品が売れているので、売上、利益も取りにくい。
		スーパー（副店長）	・年末に向かって来客数、客単価が上昇する気配は感じられない。割引企画などへの反応はあるが、通常の営業が厳しく、衣料品や家庭用品、レジャーへの消費意欲が上向くとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・前年周囲にあった建築現場がなくなり、職人の需要がなくなったため、前年に比べやや落ちる。
		コンビニ（経営者）	・客の買物内容が変化し、無駄のない購買行動が定着し、安定期に入っているように見受けられる。

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
		コンビニ（経営者）	・おにぎりや弁当のような商品の価格が、リニューアルをするたびに少しずつ高くなっているが、売上は伸びていない。来客数が若干ながら減少していることもある。両方をならすと、客単価がやや上がり、売上も伸びている。すべての客がその値段で買うわけではなく、見切り品を上手に使いつつ、少しでも安く買物をしている。
		コンビニ（経営者）	・本部の全体売上が前月比100.2%と、先行きに不安がある。
		コンビニ（経営者）	・ショッピングセンター内にも出店しており、土日は前年並みの来客数があるが、平日は集客が伸びず苦戦している。客は以前よりも更にお金を使わなくなっている。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数が回復するような要因もなく、客単価が上がるような客の変化も見られない(東京都)。
		衣料品専門店（経営者）	・良い売れ筋商品がなく、前年より高齢者の買い方がますます厳しくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・9月後半から10月は、地震や異常気象などいろいろな自然災害の影響により伸び悩んでいたが、11月以降は、天候が落ち着いてくれば伸びる要素はある。
		衣料品専門店（経営者）	・消費に勢いが見られず、生活防衛意識がますます強まっている。
		衣料品専門店（統括）	・気温低下による需要の前倒しを考えられる。
		家電量販店（店長）	・低価格商品と高付加価値商品の二極化が顕著で、世帯収入のばらつきを感じる。景気の不透明感もあり、高齢者は消費より貯蓄と考えている客が特に多い。
		家電量販店（店員）	・市場を活性化させる要因がなければ、景気は上向きにならない(東京都)。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をやっており、整備は順調に入っているが販売はあまり芳しくない。今年いっぱいはいあまり良くないのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車が好評だったため初期の受注は良かったが、継続して販売量が上がるとは思えない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車のモデルチェンジ投入などの対策をしないと、来客数がなかなか増えず、販売量が伸びない。
		乗用車販売店（営業担当）	・暮れのボーナス商戦に期待したいが、今の状況を見ると期待は薄い。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量は前月と変わらないため、先行きの景気も変わらない。
		その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・現在の売上状況から更に良くなる要因が見当たらない。急激な変化がない限り、現状維持となる(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・購買意欲が向上する要素もなく、物欲低下がうかがえる。旅行やサービス、食品販売の売上が安定してくるのではないかと(東京都)。
		高級レストラン（副支配人）	・一番の繁忙期である忘新年会の受注状況は、ほぼ前年同様に推移している(東京都)。
		高級レストラン（仕入担当）	・来客数、販売単価、法人利用件数、いずれも前年並みと見込んでいる(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・2020年の東京オリンピックを焦点としたホテル建設や、民泊を含めた宿泊施設の増加は目立つが、売上は横ばいであり、同業各店への経済効果も不透明である(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・最低賃金の引上げ、人手不足による人件費の上昇、仕入れ原価の高騰等、アベノミクスの効果はない。消費マインドも低下しており、売上が増加する要素がないため、厳しい状況は続く(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・特に理由もなく、また急激に落ち込んでいくという感じでもないが、今月同様にやや悪い状況がしばらく続く(東京都)。
		一般レストラン（スタッフ）	・4年後の東京オリンピックに向け動きがあると思ったが、全く動いていない。使えるお金がある人が使っていないということは、景気が良くないということである。世の中の皆が社長ばかりではないし、社長ももうかっている会社ばかりではない。市民の暮らしは良くなっていない。賃上げなどいろいろやっても、結果的に良くなっていない。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・為替動向、米国景気状況等の景気指標が不安定で、方向性が安定していないことから、現状維持と判断せざるを得ない(東京都)。

分野	景気の先行き判断	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)	・年末に向けて予約の動きが活発になる時期だが、伸びは前年同様に緩やかで、直近の動きに期待している。忘年会は、週末はほぼ埋まっているが、年々少人数化が顕著である。平日はまだ空きがあるが、例年通りの動きで良くも悪くもないため、先行きの景気は変わらない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・オフシーズンに入っていくため、需要は低下する見込みである。
		都市型ホテル(総務担当)	・今後の予約状況等をみても、改善の兆しは見えない。
		旅行代理店(経営者)	・来客数は増えも減りもせず、現状維持がやっとの状況なので、変わらない。
		旅行代理店(従業員)	・年末の商品の販売はまだ少ない。
		旅行代理店(従業員)	・株安も続いており、地方銀行も苦戦している。明るい材料が見当たらない(東京都)。
		旅行代理店(従業員)	・都知事選挙後、ある程度落ち着いたように感じられるが、今年の地震や異常気象、世界的な情勢に対する不安を払しょくするほどではない(東京都)。
		旅行代理店(販売促進担当)	・2~3か月後は12月、1月だが、12月は団体客が一番動かない時期、1月もこれからというところである。今の情報だと、特に良い材料もなく、また悪い材料もないため、今月と変わらない(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・好況になる要素が見当たらない(東京都)。
		タクシー運転手	・年末に向け、これからいろいろ節約しながら正月に備えようという雰囲気が見受けられる。やはり消費者は敏感に将来のことを考えている。
		タクシー運転手	・良い兆しが全く感じられない(東京都)。
		タクシー(団体役員)	・年末に向かい、賞与や繁忙期に期待したいが、起爆剤となる材料が見当たらない。
		通信会社(営業担当)	・景気の先行きが不透明なこともあり、今のまま変わらない。
		通信会社(営業担当)	・営業の施策はやり尽くした感があり、新しい施策を打たなければならないため、契約数を維持するにはやや時間がかかる(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・付加価値の高いサービスを望む層は限られており、料金の安さが重視される傾向が続く。
		通信会社(局長)	・夏のリオデジャネイロオリンピック効果による4Kテレビとの連動も空砲に終わり、今回の新型スマートフォン発売効果もなく、今後効果的な商材となる物が見当たらない。しばらくは他社との契約の取り合いが続き、総合的な景気向上は期待できない(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・良くなると思える材料がない。
		通信会社(総務担当)	・現状では景気回復の好材料は望めない(東京都)。
		通信会社(経営企画担当)	・現時点では今後の変化が見えない(東京都)。
		パチンコ店(経営者)	・ギャンブル性があり面白い高射幸性遊技機の中心的な機械を、11月後半~12月に撤去しなければならない。その機械が好きで遊んでいた客が引けてしまうのではとの心配はあるが、遊びやすい機械に少しずつ入替えてきているため、大丈夫だろうとの期待も込めて、変わらないとしている(東京都)。
		その他レジャー施設(経営企画担当)	・いわゆるコト消費志向の恩恵を受けている一方で、個人消費の鈍化が飲食や物販部門に影響しており、この傾向はもうしばらく続く(東京都)。
		その他サービス[学習塾](経営者)	・生徒の減少数はここ2~3か月で下げ止まった感があるが、他の塾の人数等を聞いても、上向き傾向は見られないため、横ばいで推移する。
		その他サービス[保険代理店](経営者)	・目新しい商品がなく、価格競争に走り、客が混乱をしている。売上が前年比で増加するか減少するかは微妙なところである。
		その他サービス[電力](経営者)	・マンション建設は年度末に多く予定されており、予定通りならば予算で見積もっている受注が見込める(東京都)。
		設計事務所(経営者)	・個人住宅を含む民間の投資意欲がまだ実感できない。人口減少社会では、経済の縮小は避けられない。様々な経済政策により、辛うじて現状維持を保っている。
		設計事務所(職員)	・インパクトのある景気打開策があっても効果は期待薄のため、横ばいが続くのではないかと(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・秋口の各種イベント、キャンペーンを任付けているものの、集客状況は横ばいである。ユーザーの新築計画の内容も比較的薄い(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・資料数や来場数は特に減ってはいないが、増えてもいない。
		住宅販売会社（従業員）	・だんだん寒くなるにつれ、住宅展示場、分譲現地見学会共に来場者が減少する傾向があり、新規情報も減少することが見込まれる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・季節変動とは別に、先々の資材注文の話が出てきているが、東京オリンピック関連とも思われ、本注文になるかは不透明である(東京都)。
		商店街（代表者）	・ここ数か月は当地を舞台とした人気漫画の影響で客足が多いが、今後このブームが収束していくと、以前のように厳しくなるのではないかと危惧している(東京都)。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・新駅舎が開業するが、地元の大型店舗、老舗レストラン、小売店の閉店により、消費や来客数が低迷するのではと危惧している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今月からの最低賃金引上げにより、ある取引先ではグループ全体でより安価な商品を一括仕入れることとなり、長く地元で利用してもらってきたが、今月で取引停止となる。人件費は上昇しているが、購買意欲は感じられない。
		百貨店（広報担当）	・都心の巨大専門店ビルや、郊外的大型店舗などの出店予定は相当数ある。アパレル業界の百貨店向け流通在庫の絞り込み傾向も変わらない。頼みのインバウンドも、体験型の消費に需要が移り、高額品の爆買いなど物販は減少している。百貨店を取り巻く環境は厳しさを増すばかりで、セールや組織顧客向けの販売会などを企画し集客に努めているものの、実売、客単価アップにはなかなかつながらない(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・大きなヒット商品が生まれず、売れ筋商品があっても、すぐにどのメーカーも真似をして差別化ができない。また、奥行きを持たないため、売り逃しも大きい(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・クリスマス商戦があるため、イベントや絆消費は一般消費よりもまだ強いことから、やや回復する。セールについても、その時期は気温が一段下がるタイミングなので、多少は消費喚起に繋がるが、先行き懸念は残る(東京都)。
		百貨店（販売促進担当）	・今の経済環境では、ボーナス商戦に向けて消費マインドが改善される期待が持てない。お歳暮、クリスマス、年末、初商と商売規模が大きいだけに、影響の大きさが懸念される(東京都)。
		コンビニ（経営者）	・来客数、単価共に1割減少している。サラリーマンは買わない(東京都)。
		コンビニ（経営者）	・しばらくぶりに初めて来客数が減少している(東京都)。
		コンビニ（経営者）	・世界情勢や国内情勢からみて、これから景気が上向きになるとは到底思えない。徐々に悪くなっていくのではないかと懸念している。
		コンビニ（エリア担当）	・今年のクリスマス商戦の曜日並びは、コンビニにとっては悪く、売上を期待できない(東京都)。
		衣料品専門店（経営者）	・季節の変わり目でもあり、商品は見に来て、手持ち品を確認してから買物に来るようで、結局余分な物は買わないことが多い。これが当たり前になってきている。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなる要因が一つもないので、上がるわけがない。個人商店はますます数を減らし、大手チェーン店だけが残るといような世の中が目前に迫っている。
		住関連専門店（統括）	・メインの販売品はある程度高額な物が多く、今は量販店の価格帯になかなか勝てない状態である。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・例年、年末商戦は売上指数が非常に高いが、年々平準化していく傾向のため、販促が難しくなっている。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・以前のように値段が上がってもどうしても欲しいという業者は少なくなってきている。高ければ売れないため、仕入れを控えるしかなく、売上は減る。最近はこの悪循環が多発している(東京都)。
		高級レストラン（経営者）	・昔ほど企業ユースが多くなく、ファミリーユースにシフトしているなかで、一般ユーザーの客単価、来客数が伸びるとはとも思えない。
		一般レストラン（経営者）	・現政権の政策が、どこへ良いように響き、誰の給料が上がっているのか、客の声を聞いても全く分からない。ゼネコン等、ごく一部の企業には、東京オリンピックに関連する建設受注など恩恵があるのかもしれない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・原価高騰に加え、人件費も負担増になっている。給与のベースアップを図りたいが、売上が伸び悩んでいるため、実施しきれない。他企業からも同様の話をよく聞く（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・良くなる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・前年同様、12月ごろから忙しくなると思うが、9月～10月の流れを見る限り、さほど期待できそうもない。駅ではタクシー乗り場よりバス乗り場のほうが並んでいる。タクシーとバスどちらを使うか考えると、料金の安いバスが選ばれるのは分かるような気がする。
		タクシー運転手	・各企業の好景気感は感じなくなっているものの、昼間のサラリーマンと、通院などのための高齢者の利用は減っていない。それが今後何か良い影響に与えないかと期待している（東京都）。
		通信会社（経営者）	・加入者、未加入者共に他社モバイルを軸とした攻勢がかかっており、獲りにくく解約されやすい環境が続いている（東京都）。
		観光名所（職員）	・観光地のため、10月～11月というのは1年を通してトップシーズンとなる。2～3か月後の12月～1月は、今月よりはやや悪くなる（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・高齢化社会がますます進み、日本はどうなっていくのか、不安解消策が見えない。
		ゴルフ場（支配人）	・客の高齢化に伴い、売上への天候の影響が年々顕著になっているため、先行き不透明な状態ではあるものの、やや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・今月は、県の入札指名参加申込の締切があるため、そちらへ業務の時間が取られてしまい、民間へのアプローチ、営業がなかなか難しくなっている。行政の仕事の入札案件も、大変小さく、また細かくなっている。先が見えず若干不安である。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピックなどの関連で、全体的に仕事が都心一極集中になっており、地方にまでなかなか回っていないのが現状である。仕事量が減少しているなか、競争意識も激化し、職人等が不足していることもあり、今後の情勢はなかなか見通しがつきにくい。
		住宅販売会社（従業員）	・金融機関の対応にもよるが、急激な改正がない限り悪くはならず、このまま推移していく。まだ同業者と土地仕入でバッティングすることが多く、高値で購入せざるをえない。販売利回りも下がってきている。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・現状では客からの相談があまり来ていないため、これから急に仕事が増えるという見込みはない。例年この時期には、年明けからリフォーム等をしようとする客からの相談があるのだが、今年は今のところほとんどない。
	×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・待望の秋、お茶をおいしく感じる季節である。来客数は戻ってきているものの、売上は減少が続いている。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・周囲に店舗が過剰なため、悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・買上点数の減少や購入品のランクダウンにより、客単価の下落が続いている。来客数を増やすしかないのだが、チラシ媒体の減少で急増は望めない。
	×	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・地元の大規模店舗が11月いっぱいまで閉店するので、その後は悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・住宅系はハウスメーカーが大半で、賃貸物件及び設備物件への意欲がなく、先行きは不透明である（東京都）。
	×	住宅販売会社（経営者）	・大企業の景気はすでに回復しているようだが、中小企業の景気は回復していない。一般サラリーマンは将来に不安があるため、住宅ローンを利用して住宅を買う気持ちが起きていない。中小企業の景気が回復するような対策を早く取らないと、景気は今後ますます悪化していく。
企業動向関連			
		食料品製造業（経営者）	・格差はあるが、こだわりや価値のある商品が売れてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(南関東)		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・会社設立に関しては、住宅クリーニングサービスの会社が2つの子会社を、外車販売のディーラーが子会社を、不動産関連の会社がやはり子会社をとという形で、法人関係が緩やかに上向きになっている。個人客の印鑑発注に関しても、1人の客が通常1～2本であったのが4本注文ということがあった。法人並びに個人の来店客に関しても景気の上向き感を感じる(東京都)。
		金属製品製造業（経営者）	・主要取引先からの受注は相変わらず芳しくないが、同業他社から仕事が回ってくるようになっており、業種によっては仕事量が増えてきているようである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・季節商材を扱っているため、これから多少売上が増えると期待している(東京都)。
		建設業（営業担当）	・建設コストが上昇しているが、消費税増税の再延期により、早いうちに設備投資をする企業が増えてきている。発注企業の条件は各社各様であるが、請け負う側も仕事が増えているので、選択する余裕ができ始めている。
		広告代理店（従業員）	・取引先が、新製品発売に伴い、年末に向けて宣伝等に予算をかけてくれる見込みである。
		税理士	・アメリカ並びに東南アジアの景気はそこそこ良いが、中国はバブルがはじけそうなので良いのかどうか分からない。それらを受けて、日本の輸出入等は、子会社からの配当などもあり何とか頑張っている。一つにはアベノミクスなど政治の後押しもあるが、東京都知事のけん引も全体的な景気の底上げにつながっていくのではないかと(東京都)。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・例年、年末に向けて案件が増えてくるので、期待している(東京都)。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上もやや増加してきているため、見通しは良い方向へ進み始めているのではないかと。
		食料品製造業（営業統括）	・地震などの天災や情勢不安等が重なっており、プラス要因が見当たらない。
		繊維工業（従業員）	・ファッション業界だが、最近の度重なる台風や、曇天、雨天の多さに加え、全国的に気温が高かったことにより、秋物衣料に対する消費意欲の減退等から、総じて芳しくない。ここにきてようやく気温が低下し、一部の衣料品に動きがあるものの、依然として厳しい状況にある(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月まで受注量は横ばい状態である(東京都)。
		化学工業（従業員）	・例年この時期は、取引先から年末に向けての見積発注があるが、今年は少しもない。中国、タイ向けの受注は順調なので、大きくは変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・日本経済は輸出に頼るところも大きいですが、国内だけでなく世界的な景気を見ると、大きく変わる様子はないのではないかと。
		金属製品製造業（経営者）	・工事は予定されているが、エンドユーザーの図面寸法が決まらないため先に進まず、受注につなげていない。
		金属製品製造業（経営者）	・現在の景気は作られたものであり、本当にモノが必要で生産が増えるという感じではないため、経済全体が良くなっているとは思えない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在、新規受注が何件かある。単価的には非常に問題があるが、取っていかないと絶対量が確保できない。経営的には非常に悪い状態が続く。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・今期の数字が悪化しているため、先行きも変わらない(東京都)。
		建設業（経営者）	・政府の中小企業対策が十分でない。
		建設業（経営者）	・都内や近辺にだけは動きがあるようだが、それ以外は特に良い感じはない。
		建設業（経理担当）	・東京オリンピックを控えているにもかかわらず、都内での建築ラッシュの景気が地方まで波及しておらず、今後も見込みはない。
	輸送業（経営者）	・年末年始という一つの区切りの時期を迎えるが、例年のように年末年始で特に荷動きが増えるというような変化は見受けられないので、現状から判断すると期待値は低い。	
	輸送業（経営者）	・年末年始の特需が失われてしまっており、2～3か月先も好転要因は見当たらない(東京都)。	
	輸送業（総務担当）	・継続性のある新規案件の獲得は難しく、先行きも厳しい状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（広報担当）	・中小企業の利益改善に対するニーズは根強くある(東京都)。
		金融業（従業員）	・取引先企業のうち、比較的好調な建設業と、売上が伸び悩んでいる卸売業、小売業との間で、業況格差が広がっている(東京都)。
		金融業（支店長）	・取引先との話でも、先行きに明るい兆しが無い。当面、現状が続くのではないかと。
		金融業（営業担当）	・消費低迷やガソリン価格の高騰、製造業の受注予定も横ばいであり、各業種における人手不足、賃金上昇等により、全般的に2～3か月先の景気も回復する要素がないため、変わらない(東京都)。
		金融業（役員）	・最低賃金の上げは、小規模事業者の業況に大きく影響する一方、消費マインドに大きな変化はもたらさないのではないかと。
		不動産業（経営者）	・来客数が減っている。古い物件は6か月～1年の空室が普通になっており、オーナー苦難の時代である(東京都)。
		不動産業（総務担当）	・オフィス、商業テナント共に入居率は高水準で維持しており、当面退去予定先もない。賃料も若干ではあるが値上げできる状況になっている。今後2～3か月の景気も現状と変わらない(東京都)。
		広告代理店（従業員）	・受注、販売予測でも前年と同程度である(東京都)。
		広告代理店（営業担当）	・冬のボーナス次第だが、管理職や年齢がある程度高い人への支給額は、引き続き抑えられている。当社は、若手への支給率をアップさせており、会社の景気が良くて自分への給料やボーナスには反映されない。その反面、物価は徐々に上がっているため、先行きの景気は変わらない(東京都)。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない(東京都)。
		税理士	・景気の良さを支える材料が見当たらず、現状を維持するのみで上向きに動くとは思えない。
		経営コンサルタント	・商店街の会合では、天候不順による野菜や果実などの値上がりや、野菜などに関係のない他業種にも影響を与えていると店主たちが話していた。主婦は財布を開くこと自体に警戒感を持っているようで、この傾向は長引きそうである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・製造業の景気動向が依然として不透明であり、現状がしばらく続く。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状のまま推移していく見込みである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・受注量及び受注単価は変わらないが、最低賃金上げと人手不足による募集単価の高騰で、コストが上昇する(東京都)。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年末に向かって季節的な変動はあると思うが、それ以外の変動要素は見当たらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・年末にかけて、化粧品容器の新企画が決まりそうだが、まだ具現化には至らず、見通しは厳しい。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・好材料の話題がない。現状は、材料屋にしても得意先にしても、かなり苦戦している。
		金融業（統括）	・良い材料が見当たらないことと、アベノミクスにやや陰りが見えていることから、やや悪くなる。
		経営コンサルタント	・中国経済の影響などもあるが、物価上昇政策が収入にインパクトを与える印象から、消費に圧力をかけているのではないかと。自ら輸出もままならない中小製造業では、消費動向、大手の発注動向に左右され、冷え込んでいる(東京都)。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・取引先の話も聞いても、今後2～3か月は全体的に低調で、良くなる要素がない(東京都)。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末の繁忙期に入るが、前年の実績案件が今年はないことが多く、厳しい状況は続く。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・世界中の景気が落ち込んでいるため、良くなる可能性が非常に希薄である(東京都)。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・景気は踊り場又は混とんとしており、不安感が強く、消費へなかなか手が出せない。雇用も一服感がある。
	×	建設業（経営者）	・人口が減少していることと、企業に元気がないことから、先行きの景気は悪くなる。
	×	輸送業（総務担当）	・年末年始以降に予定されていた得意先の出荷物件が、2年ほど遅れるとの話があったため、来年は厳しい数値になると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	広告代理店（経営者）	・価格やサービス要求が一気に強くなったので、単に景気という言葉ではくれない、利益圧縮という事業継続に関わるフェーズに入っている。
雇用 関連 (南関東)		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・12月～1月にかけての募集がすでに40社近く来ており、期間限定あるいは正社員募集について、相当な件数を計画してもらっているの、かなりの盛り上がりがある。客の状況を見ても、年末から年明けにかけて、業績が相当良くなることが見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人は増えているものの、人材が集まりにくくなっている。年度末に向けては短期的な採用増が見込まれる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・各社共、年末、年度末の繁忙期に向けて、数か月の短期派遣活用の可能性がみられる。また、退職補充に際し、求職者の売手市場に推移しているため、なかなか採用が出来ず、派遣を活用したことがない企業からも依頼が入ってきている。これらのことから、派遣市場はやや良くなると見込んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・現在は様子見の企業が多い労働契約法、労働者派遣法期間制限の動きも、今期中には決定する企業が多いが、無期化の流れが強い。そのなかでも条件待遇は変わらずに無期雇用とするケースが若干多い（東京都）。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の4月～8月は、業種間にばらつきはあるものの、全体では前年比9.2%の増加であり、今後2～3か月先の景気はやや良い。また、管内の雇用保険被保険者資格取得者数は、同10.6%増、月末保険被保険者数は、257,788人で、同1.6%増加している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業が次年度採用に向け広報活動の予算を増やす傾向にある。多様な採用手法を検討している（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新規求人ポストを作る会社が出てきている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・企業経営者十数名と話したが、中国、韓国いずれの市場も良くない、アメリカの大統領選挙後どうなるかが非常に不透明なため、景気の伸びは今のところ期待できないという方が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・企業の求人活動は引き続きおう盛だが、一部大手取引先では、集客難による広告費予算抑制の動きもあり、売上規模としては変わらない見通しである（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足が解消されることはない。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は横ばいである。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車産業の開発はまだ継続の見通しであり、当面エンジニア不足は続く（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・依然として人材不足が続き、攻勢を掛けたい企業も本格的な動きを取るに至らない（東京都）。
		求人情報誌製作会社 （広報担当）	・細かいことで景気の良さを感じる部分もあるが、大きく景気が上向くような要素は見受けられない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・就職者数が増えていない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は引き続き高水準で推移しているが、一部業種において人手不足が続いている。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は依然として強く、新規求人数は横ばいで推移する（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に求人が増えているようには感じられないので、景気が上向いているとは思えない（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・転職求人倍率や客の声から、ここ数か月内で大きな変化が起こる可能性は少ない（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・良くなりそうな理由が見当たらない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・景気回復につながりそうだと思う施策が見当たらない状態が長く続いているため、徐々に悪化する（東京都）。	
	人材派遣会社（支店長）	・派遣3年満了ルールを想定した派遣利用抑制と、直接雇用を推進するという話題が増えてきていることから、派遣ニーズは減少方向に感じる一方、人材紹介ニーズが増えてくる（東京都）。	
	求人情報誌製作会社 （営業担当）	・来年に向けて、例年この時期は金額の大きい見積が増えるが、今年は例年に比べ大きな案件の見積が少ない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・熊本、鳥取県中部地震や、今夏の天候不順による経済への影響、英国のEU離脱問題等による為替相場の不安定から、先行きはやや悪くなる。
	x	-	-

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)		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・年明けまで現在の良い調子が続く。
		その他専門店〔貴金属〕 （営業担当）	・宝石や貴金属に関しては、年末に向けて客の関心が強まり、購買意欲が高まっていくので、今より購買量も増える。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始で宴会等の需要が出てくるため、売上は増加する。
		美容室（経営者）	・年末が近づいてくると正月前の利用で忙しくなる。
		商店街（代表者）	・年末に向けて人の動きが出て販売量も増える。景気も若干上向きになる。
		商店街（代表者）	・店舗数を増やす予定である。
		一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・年末年始を控えて、少しくらいは良くなる。
		百貨店（経営企画担当）	・冬のボーナス商戦はあまり期待できないが、長期予報では平年より寒くなるので、冬物衣料の販売増加が期待できる。
		百貨店（販売担当）	・ボーナス支給を前に下見が始まっており、購入意欲がうかがえる。今後の販売施策を考慮しても、この先に大きく悪化する要素は見受けられない。
		スーパー（総務担当）	・年賀状印刷の予約数が、前年同期よりも良い。
		スーパー（支店長）	・気温の低下と共に来客数が増加している。このまま増加することを期待している。
		スーパー（販売担当）	・12月に同じ建物内にドラッグストアが入るため、相乗効果が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・デリカやファストフード総菜等の品ぞろえで、特に、夕・夜間の来客数増加が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・質の良い商品に対する客の反応は鈍化しているが、商品や売場の改善に伴う売上の伸び具合には、まだ手ごたえがある。
		衣料品専門店（店長）	・コートやダウン等、高単価の商品が動き出す。
		家電量販店（店員）	・以前に比べて買回り品の動きも良く、来客数が増え始めているため、期待も込めて良くなると見込む。
		乗用車販売店（経営者）	・今年の冬は寒くなると見込まれ、前年は購入しなかった客へのスタッドレスタイヤの販売が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・あまり悪い要素はなく、先行きは良くなる。良い商品があれば、仕入れも積極的に行っていく。
		乗用車販売店（経理担当）	・新型車種の発売予定があるので、冬のボーナス商戦と相まって受注は増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・11～12月は車検の客が増え、必然的に商談も多くなり、今よりは良くなる。
	その他専門店〔雑貨〕 （店員）	・季節や年の替わり目で、購買が増える。	
	一般レストラン〔パン・カフェ〕 （経営者）	・秋から冬にかけてイベントがたくさんあり、売上は良くなる。	
	都市型ホテル（経理担当）	・来客数が前年比で増加している。	
	タクシー運転手	・時期的に宴会での利用が多くなる。	
	ゴルフ場（企画担当）	・予約数は前年同月比で好調に推移している。ゴルフシーズンのため、来客数が大きく減少することはなく、年末から正月に向けて、少しずつ良くなっていく。	
	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕 （広告担当）	・株価が上向き兆しがある。	
	美容室（経営者）	・年末年始等でイベントが増え、ボーナスも支給されるので、来客数は徐々に増加してくる。	
	その他サービス〔介護サービス〕 （職員）	・人手不足で人件費は上昇し、利用者数も増加することから、職員の収入は増加傾向にある。今よりも所得から消費に回る金が増える。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・店舗や工場等、法人関係の改装工事で受注が増加している。
		商店街（代表者）	・客は、必要な物以外には見向きもしない。
		商店街（代表者）	・様々な人に話を聞くが、買物は食料品や日用生活品に手一杯でし好みや余暇を楽しむ余裕がない。景気が良くなる可能性は全くない。
		商店街（代表者）	・何か改善するような兆しはない。
		商店街（代表者）	・客の様子から新しい物の購買意欲を感じない。地域家電店の客層に魅力的な商品があまりない。LED照明器具は安定的に売れてはいるが、商品単価は低く売上にはあまり寄与しない。
		商店街（代表者）	・売上が上昇する要素が見当たらない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・肌感覚としては、大きな変化は感じられない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・余分な物は買わない傾向が、まだしばらくは続く。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・都市部の景気は良いかもしれないが、地方は一部の企業を除いて不景気で、良くなる気配がない。年末商戦が近づけば様々なイベントがあるので期待をしたいが、一部の客層を除けば金を持っていない。調剤部門は安定している。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・2～3か月先も今の状況から変わらない。財布のひもは固く金の使い方は堅実で、贈答品の返礼も相手を絞っている。自分へのご褒美も少しセーブしている。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・今の世の中の雰囲気から、先行きも変わらない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは大きくは変わらない。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・例年のように年度末用の受注の増加が見込まれる。
		百貨店（企画担当）	・衣料品の苦戦が続いているが、今後も好転するとは思えない。高額品に対する反応が鈍いことから、景気が早期に回復するとは考えられない。
		百貨店（経理担当）	・景気が上振れする要素も下振れする要素も見受けられず、やや悪い水準で現状維持となる。
		百貨店（販売担当）	・消費を大きく刺激する要因が見当たらず、米国大統領選挙や利上げの状況によっては、株価や為替に大きく影響を与える可能性があり、先行きには不透明感がある。
		百貨店（計画担当）	・来客数、購入客数共に、しばらくは変化しない。富裕層は株価への反応が大きいので、株価が上昇すれば購入単価のアップが期待できる。
		スーパー（経営者）	・景気回復を期待したいが、回復する要素が思い浮かばない。
		スーパー（経営者）	・円高が続き、輸出による収益が大幅に減少しているため、一般的な会社では賞与も低い水準になり、消費も伸びない。景気は良くはならない。
		スーパー（店長）	・野菜の価格が高騰しても、ある程度品物は動いているが、この状態がいつまで続くかわからない。し好み等の必要以外の商品の動きが鈍くなり、必要な物しか売れなくなることが非常に懸念される。
		スーパー（店員）	・安い物だけを購入し、数量も最低限という買い方は、このままずっと続いていく。良い方向に変わる要素は見当たらない。
		スーパー（店員）	・キャベツやレタスが例年の3倍に値上がりした状態が続く、価格への不満は耳にするが、極端な買い控えは見受けられず、野菜も購入している様子から、先行きも変わらないと見込む。
		スーパー（販売促進担当）	・ここ数年、なかなか景気が良い状況にならない。流通業態のなかでも総合スーパーの業況が厳しくなっている。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数は多少良くなっているが、売上は依然として良くない。来客数と売上アップを目指す販売対策が必要だが、まだ手を打てない。
		スーパー（販売担当）	・今のところ良くなる材料はなく、先行き何ともいえない。
		スーパー（営業企画）	・生活防衛的な消費傾向の強まりは、ほぼ一段落の感があり、しばらくはこれ以上の落ち込みはない。
		スーパー（企画・経営担当）	・良くなる要素が全くない。
		スーパー（人事担当）	・年末に向かったのいい話は聞こえてこない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（ブロック長）	・ガソリン価格も値上がりの方向で、消費者はできるだけ無駄な支出を控え、年末年始の出費に備える。厳しい状況が続く。
		コンビニ（企画担当）	・先行きへの不安感はあるが、大きく変化するような要因は見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・足元の状況が、当面は続く。
		コンビニ（店長）	・給与が増えることもなく、消費に回せる金も増えない状態が続いており、今後も現状のままが続く。
		コンビニ（商品開発担当）	・経費を必要最低限に抑え、必要以上には消費しない志向が表れており、当面は好転しないように感じる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・クリスマス等、年末商戦を控えているが、現状を考慮すると、先行きも回復の兆しはみえない。
		家電量販店（店員）	・壊れたから買換えるという購入がほとんどで、良い商品を選んで買おうという下見客はあまりいない。
		乗用車販売店（営業担当）	・株価、為替や原油価格等の動きからは景気が悪くなる要因はないが、上向くように感じられない。
		乗用車販売店（経営者）	・足元ではそれほど大きな動きはない。動きを加速させるような外部要因も見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・注目される新型車種の発売も決まっており、売上が伸びる要素はあるものの、実際の効果は小さいと見込む。
		乗用車販売店（従業員）	・年末に向けて消費が拡大する時期ではあるが、すっかりしない状態が続いている。ニュースで明るい話題が次々と出てくれば、景気もどんどん良くなる。逆に、東京オリンピックの問題を筆頭に、悪い話題が続けて出てくれば、景気は落ち込む。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発表、発売が続くので、客にも動きが出ることを期待する。一時的な動きなのか判断しづらいが、今まで受注が先行していたハイブリッド車種の在庫が膨らんできている。客の財布のひもはまだ固い。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発表を控えているが、新車が売れば他の車が売れなくなる。全体的な販売台数が増えるわけではないため、現状維持がやっとである。
		乗用車販売店（従業員）	・数か月前には、円高で景気は下振れすると見込んでいたが、足元でも大きな影響もみられないため、先行きも変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・大きくは変わらないが、為替相場が安定し株価も緩やかに上昇すれば、国内景気も徐々にではあるが良くなる。
		住関連専門店（営業担当）	・新設工事の客は、必要な物件以外は様子見の姿勢が強い。急ぎのリフォーム・改修工事等については、機能的に仕方がない物だけを改修する傾向が続く。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・消費者の本離れで書店も様変わりし、文具等の商品等を置くようになってきている。今後もイベント等を一層行っていくが、厳しい状況は変わらない。
		高級レストラン（役員）	・年末年始の宴会予約が入り始めたが、今のところ前年の出足とほぼ同水準で推移している。
		スナック（経営者）	・経済の先行きへの不安や震災への懸念等で、消費者はいろいろな面で守りに入ってきている。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・年末商戦で少しは消費も上向くが、景気が良くなるというまではいかない。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況は、何とか前年並みか前年を下回る数字で、現状よりも良くなるとは思えない。景気回復を後押しする要因がなく、もし選挙が間近にあれば、一段と景気が冷え込み、低空飛行となる。
		都市型ホテル（経営者）	・設備投資で景気が良くなることを期待したい。
		都市型ホテル（支配人）	・競争が激化しており、人件費を中心に費用の上昇が続く。
		旅行代理店（経営者）	・世の中で何か新しく、良いことが起きるようには思えない。
		旅行代理店（経営者）	・ボーナス支給後の客足に期待するが、客層は料金にシビアである。ゴールデンウィーク以降に予定を考えている客層を取り込む方が、先行きには期待が持てそうである。
		旅行代理店（経営者）	・産業構造の転換に企業が対応できなければ、いずれは活動休止へと追い込まれる。それができる企業とできない企業の差が、今後は拡大する。
		旅行代理店（経営者）	・先行きが不透明な状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・天候不順や災害で、旅行に出かける客は少ないように感じられる。ウィンタースポーツを兼ねての団体旅行は、年初にあったバス事故の影響で減少する懸念がある。
		タクシー運転手	・ボーナス次第で12月の売上は変わってくる。企業の業績等にもよるが、もしボーナスの状況が良ければ好影響がある。
		タクシー運転手	・何か月も動きに変わりがなく、しばらくはまた同じような状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・年末に向けて、新規契約数はやや上向くが、平均単価の減少傾向は変わらない。トータルでは横ばい程度と見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・当面は現状のままの状態が続く。
		通信会社（サービス担当）	・スマートフォンとタブレットやPC等の2台持ちをする客が増える。工事費の分割払いで初期費用が抑えられ、気軽に申込ができるようになり、光回線の新規申込は増え続ける。
		通信会社（営業担当）	・良くなる要素はないため、しばらくはこのままの状況が続く。
		テーマパーク（職員）	・年単位での動きをみても下降線をたどっており、上昇に転じる兆しは見当たらない。
		美容室（経営者）	・大学を卒業した若い女性が、どんどん県外に出てしまい、人口の減少が続く。
		設計事務所（経営者）	・本来の設計業務は低迷したままであるが、省エネ、住宅性能評価や長期優良住宅等の関連業務がやや増加している。
		設計事務所（職員）	・社会、政治経済、世界情勢を含めて不安定になっている。
		住宅販売会社（従業員）	・どん底感が強く感じられる。リフォーム等の依頼はあるものの、決して好況とはいえない状況が続く。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・年末に向けて需要の増加を見込んでいるが、客の希望と実勢価格とのかい離がかなり大きいので、横ばいが見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・人気の高い催事があっても、シャワー効果で下の階に来る客はなく、非常に厳しい。カード優待にも反応は乏しく、来店客は少ない。カードを保有していない客の来店が多く、カードの説明に時間を要して販売につながらないこともあり、売上は厳しいと見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンドや高額品の売上もボリュームゾーンの売上も、回復することはない。
		スーパー（店長）	・以前なら、ここまで安くすれば売上がもっと伸びるはずだが、思うようには上向かない。客は余分な物は買わない。
		コンビニ（企画担当）	・米国大統領選挙の結果によっては、モノやサービスの行き来に、規制がかかる懸念がある。
		コンビニ（店長）	・客層の高齢化により、購買頻度や購買量が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	・良くなる材料が見当たらない。フランチャイズ会社が合併を控えており、今後は商品ブランドも変わるが、競争店が増えているので厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・スーパー等で飲料品が安く販売され、自治会や老人会等からの注文が減ったり、価格交渉が生じたりする。団体購入でも価格に厳しくなってきた。
		衣料品専門店（経営者）	・バーゲン時期になっても、以前のように一見客の購入があるとは思えない。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災から5年目に当たり、車検対象の車両が非常に少なく、工場への在庫も減少が懸念される。新車販売も低調で、先行きはかなり暗い。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・このままの状況では、厳しい年末商戦が見込まれる。
		一般レストラン（従業員）	・野菜の価格高騰の影響がしばらく続く。
		観光型ホテル（販売担当）	・予約状況をみると、宿泊者数と宿泊宴会の受注は堅調であるが、日帰り宴会がまだ前年同期の8割にも達していない。法人の動きが非常に気になる。
		都市型ホテル（営業担当）	・現状よりも更に下降しそうな状況である。
		旅行代理店（経営者）	・行楽シーズンで来客数はやや増加しているが、例年に比べるとまだ動きが鈍い。
		タクシー運転手	・良くなる要素が見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・冬になり閑散期を迎える。
		テーマパーク職員（総務担当）	・好転する要因がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（案内係）	・年配者が頑張っている。景気を良くするにはどうしたらいいのかわかり、しっかり考える必要がある。
		パチンコ店（経営者）	・低単価での薄利多売営業が業界全体に浸透している。
		美顔美容室（経営者）	・セット販売のキャンペーンが終わり、年末年始で休みが多くなり、来客数も減少する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護保険法の改正が議論されているが、福祉用具貸与サービスが議題にあがっており、影響が少なからずあるため、事業者にとってはあまり良くない。
		設計事務所（職員）	・円高基調であるが、特に景気対策が行われるという話は聞かれない。
		住宅販売会社（従業員）	・例年12月は来場者がほとんどなくなる。購入を後押しする要因は低金利だが、客も慣れてきて低いとは思わなくなっている。1月までは低調な販売を覚悟している。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・得意先の富裕層も、発注単価にはかなりシビアで、小規模な発注となっており、売上確保もなかなか見込めない。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・外食需要は、ますますシビアになっていく。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・消耗品の販売も落ち込んでいる。生活防衛意識が強まっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・我が国の産業構造が変わってしまっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・収入が上向き見通しが立たないため、外食等に使う金も増えない。
	×	都市型ホテル（従業員）	・商業施設の新設工事に伴って足元の来客数は多かったが、普段の来客数は減少傾向にある。
	×	理容室（経営者）	・まだまだ景気が良くなるとは思えない。
×	住宅販売会社（経営者）	・購入希望者がいても住宅ローン融資がなかなか通らない。このような状況が長期化するようでは不安である。	
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・例年、年末年始は需要が増える時期である。今のところは悪い要因もなく、業況はやや良くなる。
		化学工業（人事担当）	・世界情勢は落ち着いており、外国為替もやや円安に動いている。企業としても、特段の悪い状況にはない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・客先の生産調整が進み在庫量が少なくなれば、ある程度受注量は回復する。
		金属製品製造業（経営者）	・見積りや問い合わせが増加している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注の見込み情報が、増加傾向にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先の業界は見通せないが、年末に向けて、ある程度の期待感を持っている。
		輸送用機械器具製造業（デザイン担当）	・海外からの受注が若干増えている。
		金融業（従業員）	・自動車産業等は、横ばいが見込まれる。東京オリンピックの影響なのか、建設業は比較的良好見通しで、先行きの受注も確保している状況である。
		金融業（企画担当）	・米国の金利引上げ見込みで、やや円安傾向にあり、株価も上がってきている。資産効果が大きくなり個人投資家がまた動き始める。個人投資家を含み益を抱えると、消費に向かう金も増える。
		行政書士	・年末に向けて出荷量が増える。
		会計事務所（職員）	・競合先のある業種では、激しい販売競争で厳しいが、自社で価格設定ができる企業は、先の見通しも立てられる。競合状態によって二極化が進む。
		化学工業（営業）	・2～3か月先の需要も変わらない見込みである。
	化学工業（総務秘書）	・年末年始特有のムードとなり、仕事を仕上げたり新たな目標を掲げる時期となる。特にムードを阻害する要因もないため、大きな変化はない。	
	鉄鋼業（経営者）	・政府の補正予算で設備投資が増えると言われていたが、見積り依頼の増加等といった具体的な動きは、まだ表れていない。むしろ、東京オリンピックの会場問題による工事休止の方が、素材を提供する立場としては影響が大きい。	
	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米市場は米国大統領選挙が終わるまでは、投資を控えるという報告もある。為替も円高で、好転する材料は見当たらない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・為替相場が安定していれば、景気にも悪い影響は少ない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・限られた業種においては、非常に良い状態が続くそうであるが、国内市場相手ではないため、海外情勢の動きによって、急激な変化もあり得る。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・通信関連事業者の設備投資意欲は高いが、受注競争が激しく、納入や価格での要求も厳しい。競合各社でもコストダウンのための様々な工夫を行っているが、適正な利益が確保できない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・出荷数は微増が見込まれるものの、依然として円高の影響を受け、利益計画は横ばいが見込まれる。
		建設業（営業担当）	・下水道接続関係の仕事は年々減少している。新規事業で機械設備等の仕事を受注しているが、基本的には既往事業を上回るほどにはならない。
		輸送業（経営者）	・軽油価格の上昇や慢性化する人手不足等、懸念材料は多いが、大きな変化はない。
		輸送業（エリア担当）	・通常の季節的な推移が見込まれる。
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主からは、先行きが明るくなるような話は聞こえてこない。
		通信会社（法人営業担当）	・選挙を意識してか、消費税の再増税や酒税の改正等、消費に影響する施策は、ことごとく見送られている。東京オリンピック景気を期待したいが、マイナスの解消に奔走するニュースばかりで、好景気を期待させる話題がないため、消費が喚起される気配はない。
		通信会社（法人営業担当）	・東京都知事のような思い切った決断や現行システムにメスを入れる等、政策の見直しが必要である。切実な庶民の意識を理解できない政治が変わらない限り、目にみえる経済成長は実現しない。
		不動産業（経営者）	・客は様子見の気配である。
		不動産業（用地仕入）	・景気を左右するような要因が見当たらない。
		企業広告制作業（経営者）	・生活者は消費と貯蓄のバランスに悩んでいる。将来の不安定要因が多いため、とりあえず貯蓄と考える人も多い。何をどう使うべきかを明示する政策が必要である。使いたいのに使えないのが現状で、結果的に社会の活力を損なっている。
		公認会計士	・原油価格の上昇、電力料金の値上げ等によるコスト増加や労働者不足等による人件費の高騰が、中小企業の収益性の回復を阻んでいる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・年末に向けて必要な消費は増えるが、基本は節約志向である。趣味等に出費を惜しまない人は、その分を他で節約するので、景気としては変わらない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・安定した受注状況で開発業務を行っているので、当面は変化がない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・設備投資の発注が立て続けに発生している。常に新しい物を考案し、前に進んでいく必要がある。世間全般としては、設備投資は停滞気味で、先行きは非常に厳しい。
		食料品製造業（営業担当）	・客先の受注量や販売量が伸びず、回復の目途が立たない。業績は年末一時金に反映するため家計も収入減の見通しで、景気はやや悪くなる。
		食料品製造業（経営企画担当）	・台風被害等で原料価格等も上がりつつある。人材も集まりにくくなってきており、人件費の負担増も深刻な問題となっている。
		出版・印刷・同関連産業（代表）	・景気回復が全く実感できない。客は、投入した広告予算以上の反響を実感できないと、次の広告出稿に結び付かない。
		金属製品製造業（従業員）	・来年度後半に仕事量が増えそうな気配はあるものの、目先の物件の動きが鈍い。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・自動車メーカーからは、下期に生産を増やすという話は聞かない。全体として若干減っていき、売上もやや減少が見込まれる。
		建設業（経営者）	・景気回復が全く実感できない状態が長く続いており、将来に対する漠然とした不安が払拭できない。消費者のマインドは、冷え込む一方である。
		建設業（経営者）	・客層が一般家庭で法人需要とは関係ないので、この先も好転するとは思えない。
		輸送業（従業員）	・どの業界の輸送物量も低迷している。ガソリンを始め石油製品の価格上昇が拍車をかけ、物流業界の経営は厳しくなる。一部の地域では、大手物流業者によるダンピングの話も耳にしており、先行きが心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・高級食品ではなく、安定的に消費されていた商品が、3か月前に比べて落ち込んでいる。家計の財布のひもは、そこまで固くなっているのかと感じており、この流れは2～3か月先も続く。
		輸送業（エリア担当）	・求人募集にも人の集まりが悪く、人件費が増加している。
		金融業（法人営業担当）	・客先の自動車部品メーカーでは、受注量が前年より減少しており、先行きの生産見通しにも若干の陰りがみられる。
		広告代理店（制作担当）	・年末年始にかけて、客先には積極的な動きがほとんどみられず、先を見通しづらい状態が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費には回復傾向がみられない。
	x	-	-
雇用 関連 (東海)		人材派遣会社（支店長）	・派遣契約の終了者数は、前年同月比で15%強の減少、年間トレンドでも10%強の減少となっている。常勤雇用見込みで長期就業中の派遣社員も増加し続けているため、2～3か月後の景気も更に良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・11～12月中旬まで求人数は増加し、繁忙期を迎える。
		人材派遣会社（営業担当）	・為替に対する不安は一時期に比べて緩和している。2～3か月後は、企業の予算消化の動きが活発になり、業況は若干良くなる。ただし来年度の見通しは不透明で、景気が上向きというより、あくまで2～3か月先は上向きという見込みである。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・メーカーが下期の生産体制を整えるため、採用者数は上向きに転じており、今後はやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・求人時の待遇面では改善が進んでいる。就職率も、8か月連続で前年同月を上回っている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・3月末の転職や冬の賞与支給後に転職を考える人が増える。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に変化の兆しはない。
		人材派遣会社（社員）	・引き続きこの先の予約状況も例年並みと見込まれ、良い状況が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・現状と変わらず、引き続き求人数は微増となる。求職者が選ぶ立場となり、採用がうまくいかない企業では、求人活動が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復につながるポジティブな要素が見当たらない。
		職業安定所（所長）	・業務量を分担するための人員増加はみられるが、業績拡大のための雇用は、特定の業種でしかみられない。景気が好転する材料が特に見受けられず、回復は限定的である。
		職業安定所（職員）	・中小企業からは人手不足という声も聞かれるが、円高の影響や価格競争の厳しい状況が続く、景気全般の先行きには不安の声も聞かれる。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・安定した正社員を希望する求職者が多く、決して景気が良いとはいえない状況である。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・地域や業種を絞り込んで多様な就職説明会が実施されているが、開催日程が異なるだけで、参加企業の顔ぶれはほぼ同じである。
		人材派遣会社（社員）	・企業の中途採用の選考基準が高くなり、有能な人材の枯渇も相まって、なかなか人材採用が進まない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・採用活動が暗礁に乗り上げ、求人広告を控えたり、大幅な予算削減の可能性もある。そうなると更に人が動かなくなり、金も動かなくなる。
	民間職業紹介機関（支社長）	・採用面接まで進んでも、採用には至らないケースがやや増えてきている。	
	x	-	-

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)		タクシー運転手	・サラリーマンの今年のボーナスは、前年並みかそれ以上に上がりそうである。忘年会でのタクシー利用客が期待できる。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・10月に入って来客数は元に戻りつつあり、徐々に増えてきている。このペースで行くと、今後も景気は良くなっていくように感じられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・地物の力への解禁が近づき、気温も下がって魚介類のシーズンになる。観光客は春先に比べると戻っているの、これからは売上増加を期待できる。
		コンビニ(店舗管理)	・前年のプレミアム付商品券の効果との比較が、10月でなくなるため前年比は安定するはずである。
		家電量販店(店長)	・4Kテレビは来年も構成比が高くなるため、購入単価が上がる。
		乗用車販売店(従業員)	・11月に自社イベントを控えており、来客数に期待している。
		タクシー運転手	・少々ではあるが、人の動きがあるとみられる。
		通信会社(役員)	・年末の商戦期を迎えて、客からの引き合いが増えることを見込んでいる。また、今月からスタートした新サービスによって、更にそれが加速されると考える。
		その他レジャー施設 (総支配人)	・11月には小規模ながら施設リニューアルを実施する。会員増を見込んでいる。
		住宅販売会社(従業員)	・銀行の低金利によって客の借り入れがしやすくなり、動きが活発になる。
		商店街(代表者)	・現在の関心が高い商品に対して、同じように動いていくとは考えにくい。次の目新しさに掛かってくる。
		一般小売店〔事務用品〕(店員)	・商品の訴求効果が弱く、それに対して価格を下げる対応がとれない。年末に向けて来客数は増える見込みだが、客の行動は目当ての商品のみの購入に留まる可能性が高い。
		百貨店(営業担当)	・隣町の商業施設がリニューアルオープンしたり、駅前でのイベントなどが重なり集客が難しい。秋冬物の動きが始めるが、来客数は減少傾向であり、現状が大きく変わるの難しい。
		スーパー(店長)	・現状を踏まえて、この先が上向きか下向きかは判断できない状況である。今は野菜が高騰しているため売上はある程度良い数字だが、来客数は横ばい続きであることから、特に変わらないと考える。
		スーパー(総務担当)	・今後、競合店の出店がある。競争が激化して業績の好不調により企業間の格差が発生するとみているが、景気にまで影響はない。
		スーパー(総務担当)	・どのスーパーでもチラシの価格を下げている、デフレの様相を呈している。
		スーパー(店舗管理)	・依然として価格高騰が継続している中で、消費の低迷が回復するとは考えられない。その影響は歳末セールにもあらわれる。
		コンビニ(経営者)	・他の店舗が1店舗でもクローズでもしない限り、現在の状況が劇的に変わることはない。
		コンビニ(経営者)	・現時点では、半年以上前よりも、まとめて買って行く客、買上個数が増えている客が見られる。おそうざいやファストフードなどを3~5点と、買上点数は増えている。一方で、コーヒー1点だけを買って行く客も見られ、状況はそれほど変わっていないため、今後、更に伸びていくということは見込めない。
		衣料品専門店(経営者)	・これからは、北陸新幹線の影響がいつも付きまとう。あるいは、付きまってくるのではないかと考える。景気の波があるとすれば、そのプラスアルファは新幹線開業効果である。50という数字が出たら、その内のプラスアルファは新幹線開業効果であり、70という数字が出たらプラスアルファは新幹線開業効果とのように、これからは一定の新幹線開業効果が入ってくると考える。
		家電量販店(店長)	・閑散期に入って来客数に伸びがない。チラシ掲載の日替わり限定商品は予定数を完売しないなど、必要な物以外の購入がない。
		家電量販店(本部)	・現状は大きな動きがない。
		乗用車販売店(経営者)	・これから2~3か月は車検対象者が多い時期だが、乗り換えずに車検の予約をする客がほとんどなので状況は変わらない。
		乗用車販売店(役員)	・新幹線開業効果は一巡したので、環境としては落ち着いてきている。当社の現状は悪くないものの、大いに良くなる状況でもない。
		自動車備品販売店(役員)	・今年は降雪が多い予想だが、需要車両の台数は減少している。台数減少に加え、軽車両比率の増加と購入単価の下落から金額面では期待が薄い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（役員）	・年度が変わって半年以上経過した。各月で浮き沈みはあるものの、全体的な販売数量や単価、点数は平年と変わらない。これは年度末まで継続するものと考える。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ここ数年は、景気が良い、上向いていると実感したことが一度もない状態であるため、全く期待はしていない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・食品売場は、寒さに合わせて旬メニューやホットメニューで日々需要を促して、力を入れることで売上につながりそうだが、衣料や住まいの品では引き続き苦戦が続きそうである。
		高級レストラン（スタッフ）	・県内客の利用だけでは売上を伸ばせない。北陸新幹線開業から1年半が経過し、来客数は落ちつきをみせている。県外客の獲得のため他社では価格を下けているが、単価を下げての競争は長続きしない。
		スナック（経営者）	・職種間で給与の格差がますます広がったり、内外の様子をみると先々はあまり期待できない。
		観光型旅館（スタッフ）	・10月以降の予約状況は、前年比87～90%で推移している。14名以下の個人客利用は、特に9月実績で低調であった。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線開業効果がかなり減少すると考えていたが、宿泊部門は微減でとどまっている。宴会部門では、大型宴会や大きなイベントが少なく、厳しさは継続するとみている。レストラン部門は、来客数と客単価の動きから地元の一般客が回復しているとは感じられない。新商品には敏感であるため、企画努力が必要と実感している。
		都市型ホテル（役員）	・前年と比較して宿泊部門は、1室当たりの単価が若干減少していることと、稼働率の低下によって厳しい状況にある。一般宴会は、企業の周年イベント、しゅん工イベント、大型コンベンションで予約状況は堅調であり、全館では変わらないと見込んでいる。
		通信会社（職員）	・特に回復要因が見当たらない。
		通信会社（店舗統括）	・新機種の予約が入っているが、大きく売上が上がる要素とは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売によって、販売台数は現在の勢いのまま伸びると考える。
		通信会社（営業担当）	・新機種の予約が数件あるものの、契約内容の見直しや月々の通信費を下げたいと考えている客が多く、結果的に景気が上向きになるとは考えにくい。
		通信会社（役員）	・例年は年末に向けて新規契約獲得数が伸びる時期である。ここ数か月の推移からみて、今年も前年に近い契約数が期待できると考えている。
		テーマパーク（役員）	・2～3か月先の予約状況をみても、団体客、インバウンド客の動きは現状の厳しい状況と変わらないため、この状況が続くとみている。個人客は、前年はふるさと旅行券の特需もあって国内旅行が活発化していたが、今年は期待できないことから現状の状態が続く。
		美容室（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅市場において地価の推移、金利の推移などを考慮すると、現状のまま変わらないとみられる。一方で、社内では人手不足になっており、人材の確保が課題となってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・先月までは、高価な住宅を求める客層に一定の動きがあった。今月は、極端に少なくなった。年齢が高く、自己資金で大規模リフォームを行う客層が減った一方で、若年層の新築は昨年と変わらない。高年齢の客層の動きが少なくなった分だけ、今後の契約高は減っていくとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・これから年末にかけて、着工棟数が昨年以上に集中している。業者や職人の手配が難しくなるため、その状況が業績を大きく左右する。
		商店街（代表者）	・客の様子を見ていても、一度下見をしてから再度来店して購入するケースが多い。定価販売の商品はバーゲン待ちと言う客も多い。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・原油価格の上昇をはじめとして良くなる要素がない。
		百貨店（営業担当）	・日々の食生活を考えると、やはり基本食材の野菜などの物価高が影響している。それに加えてガソリン代なども若干高騰気味であるため、ますます生活防衛や足元をしっかりと固める意識に傾きがちである。不要不急の消費といったものはしばらくは自重されるのではないかと考える。

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
	x	スーパー（店長）	・野菜などの農産物の価格高騰は当面続くものと思われる。生鮮食品の状況が厳しくなっているため、食品全体に影響が出ている。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の売行きが悪さは、先が見通せないほどである。業界全体の死活問題にもなっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・昨年度の競合店オープンから1年経過したが、前年比の改善は想定を下回る。特に衣料品の苦戦が続くとみている。好調なシネマが落ち着くと、全体の売上は前年比を下回る可能性が高い。
		一般レストラン（統括）	・9～10月は天候不順によって、特に野菜の価格が高騰している。これに起因した予定外の経費が発生し、原価高騰により計画した利益が出せない状況が続いている。鮮魚関係でも同様の推移をしており、利益確保には厳しい状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・11月以降はカニのシーズンとなるが、今年は資源不足により原価が10%以上、上昇している。販売価格に上乗せするしかない状況だが、販売量が減少するのではないかと不安である。
		旅行代理店（所長）	・北陸新幹線開業効果がなくなり、乗車率は落ち着き始める。開業当初から出張関係は日帰りが増えており、宿泊取件数の減少傾向はそのままである。総売上は下降気味である。
		競輪場（職員）	・売上が伸びるところか緩やかな減少傾向にある。回復に向かいそうな要因が見当たらない。
		コンビニ（店長）	・9月に売上が下がらない年は、10月以降も好調に推移しているが、今年はそうではない。チェーン本部主催のイベントに期待していたものの、内容が過剰気味であるため従業員、客ともに混乱している。イベント慣れによって売上の停滞につながるのではないかと懸念している。今回のイベントは、今まで以上に客への還元が多いイベントであるため、年末には今回以上の大きなイベントをやらないと逆効果になることを懸念している。
企業動向関連 (北陸)			
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・主要分野の建材市場の動向は、住宅、非住宅ともに堅調に推移すると見込んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注を見て、やや良くなると判断した。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内、輸出ともに自動車関係は数量ベースでは堅調に伸びている。円高に伴う目減り分も補う勢いで推移しているものの、雇用環境は厳しい。人手不足により生産などに影響が出ないかと不安が残る。
		建設業（経営者）	・年末に向かった第3四半期となり、公共事業の発注が活発化すると考える。
		司法書士	・国体開催や新幹線開通、さらに再開発事業などでの工事、用地買収を伴う大きな事業が続く。
		食料品製造業（役員）	・良くなる要因が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・いまだ円高傾向にあるものの、輸出向け高機能織物の受注回復に期待している。ユニフォーム関連商品については安定受注ができそうである。国内のファッション関係は、まだ厳しい状況が続く。
		繊維工業（経営者）	・衣料関係については、秋物の状況が非常に悪いため、来年の春物は慎重である。為替の状況が影響してくると考えられる。
		化学工業（総務担当）	・受注量は、今後もこのまま推移する予定である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧米、国内ともに設備投資意欲に力強さが無い。ただし、落ち込んではいないので現状維持である。
		精密機械器具製造業（役員）	・一部の顧客を除いて、特に中～高価格帯の商品市場は厳しくなっている。全体的に反転の兆しはなく、円高が不安材料となっている。インバウンド客の減少や海外の景気後退の影響によって、依然として好転の感触を得られない状況である。
		建設業（役員）	・首都圏は受注価格競争の緩和状態が続くと思われるが、それ以外の地域では、引き続き厳しい状況が続く。
		金融業（融資担当）	・個人消費の回復につながるきっかけを見いだすづらい状況にある。株式市場でも市場が伸び悩む中、資産効果を見いだせない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（融資担当）	・冬場に向かって国の公共工事では目立った動きがない。当面は低迷すると考える。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今月も前年同月比で広告出稿量が下回った。自動車や住宅関連などの高額商材のチラシ出稿が、依然として良くない。
		税理士（所長）	・新人や若い人向けの人件費が、徐々に上がりつつあるとみている。やはり、人手不足、若い人材が不足していると考え。中間層から上はなかなか給与が上がっていないので、どうしても個人の財布のひもが固くなってしまふ。公共工事は出ていても利幅が薄いことが、勤めている人の給与に反映しないことになる。賃金上がる環境づくりが一番大事ではないかと考える。
		輸送業（配車担当）	・現状は輸送運賃が上げにくい状況の中で、燃料費の高騰によって利益が出なくなる。
		輸送業（配車担当）	・荷動きが良くない状況で、軽油価格が上昇傾向にあることを心配している。軽油価格の更なる上昇となると収益が悪化する。
		不動産業（経営者）	・個人客の問い合わせが特に少ない。情報の問い合わせや相談事が活発という話はなかなか聞かない。この先も同じ状態と考えたため、やや悪くなると判断した。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月を上回る状況になっている。事業所における大きな雇用調整の動きは、把握している限りではない。
		人材派遣会社（社員）	・昨年より年末年始の短期の引合い案件が増えている。派遣業務は、今いる登録済スタッフに助けられている。
		人材派遣会社（役員）	・有効求人倍率は高水準を続けているが、派遣の人気はない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・雇用を期待できる企業の動きがない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ある程度、求人数は高止まりながら落ち着いてきている。状況としては大きく変化がない。
		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、依然として先行きを不安視している事業所がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・派遣や紹介登録希望者が少ない状態が続いている。求人があっても対応できずに、人材確保で苦勞している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・次年度向けの合同企業説明会の問い合わせが、製造業を中心に昨年より多い。求人意欲の高さが継続して感じられる。
		*	*
	x	-	-

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 (近畿)		高級レストラン（スタッフ）	・年末が近づくとつれて、忙しくなる。
		競輪場（職員）	・年末年始を迎える時期であるため、例年どおりであれば、客単価が上昇する傾向となる。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・10月はプロ野球の試合もなく、来場者数は少なくなっているが、11～1月には多くのコンサートが開催されるので、集客の増加を予想している。
		商店街（代表者）	・季節の変化が急に進んで冬になり、気温の低い日が続けば勝機はある。
		百貨店（企画担当）	・気温が下がり始めた今月下旬からは、ボリューム層だけでなく、外商顧客にも売上好転の兆しがみられる。これがポイントアップなどの特典による一時的な傾向か、動きを注視しているところである。一方、外国人売上は減少傾向が続いているものの、今月の免税取扱客数は前年並みとなっている。こちら月下旬から好転しているため、推移に注目している。
		百貨店（営業担当）	・気温が平年並みに下がる予報が出ているので、前年に悪かった防寒商品が伸びることを期待している。
	百貨店（販売推進担当）	・今後も商圏の分析や品ぞろえの充実、価格帯の見直し、ターゲットの絞り込みなど、販促策を徹底的に見直して研究すれば、販売増につながるため、景気も浮上していく。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業企画）	・米国の大統領選挙が順当な結果となり、年内の利上げが実施され、為替がやや円安水準に落ち着けば、楽観的なムードとなる。年末に株価が上昇すれば、個人消費も少しは回復する。
		百貨店（マネージャー）	・株価の上昇で一部の富裕層の購入が増え、宝飾品や特選ブランドの動きに回復の兆しがみられる。11月以降は、前年が暖冬でコートなどの防寒衣料が不振となったため、その反動増を見込んでいる。
		スーパー（店長）	・今よりも良くなるだけで、正しくは元に戻るイメージである。その後、更に良くなれば本当の回復といえる。
		スーパー（店員）	・野菜の価格も落ち着いてくれば、鍋の時期でもあるため、良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーで飲食をするライフスタイルが定着してきており、今後もファーストフードやコーヒー類、酒類とつまみ類などの売上増加が期待できる。
		コンビニ（店員）	・冬のボーナスシーズンなので、プラス1品の購入が期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・年末商戦に向けて、来年4月からのガスの小売自由化を含め、様々な情報の提供を意識的に行うことで、客の消費喚起につながる。また、季節指数も上がる時期となる。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末ボーナス商戦に向けて、消費者の購入意欲は高くなっていく。
		一般レストラン（店員）	・2～3か月先には忘年会の季節となり、飲食する客が増加する。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今月は残暑も厳しく、客の動きは例年に比べて鈍い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は高止まりのまま推移する見込みである。一方、宴会は忘年会の先行予約が好調で、前年の水準は既にほぼクリアしている。まだ問い合わせも多く、企業動向の好調さが出てきている。企業の宴会は、一般的に好景気が落ち着いてから反応してくる。設備投資の後に、福利厚生の支出が出てくる形となるため、今後も期待できる。
		旅行代理店（店長）	・学生の旅行が増えるため、それに伴って旅行の活気も春から増してくると予想される。熊本地震や鳥取県中部地震の復興も含めて、そろそろという感覚もある。
		タクシー運転手	・秋の紅葉で徐々に客が増えるため、良くなる。
		通信会社（企画担当）	・ハロウィーンやクリスマスなどのイベント効果が出る。
		美容室（店員）	・年末になると、髪をきれいにしようとする意識も高まるため、忙しくなる。
		美容室（店員）	・7～8月以降、顧客の来店が9～10月へと徐々にずれ込む流れがあり、12月、年末を迎えるにあたって、やや客が集中してくる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・何の材料も展望のないため、今の状況が変化することは全く考えられない。客の間で出てくる話題は、自然災害への懸念やオリンピックの予算問題などであり、行き着く所は自己防衛である。このまま財布のひもが緩くなるとは考えられない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・付加価値の高い商品が売れる時期になるが、予算が減ったり、購入数量が減ることは容易に想像できる。今までと同じような対応では、年末は流行する物とそうでない物の差が大きくなり、勝ち負けがはっきりすることが予想される。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・やはり不況感が広がっており、低価格志向となっている。年末に向けても盛り上がらない可能性はある。
		一般小売店〔花〕（店長）	・生産量が増えなければ、価格は高騰したままとなるため、売上の増加は難しい。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・仕入価格の上昇が反映できないので、ますます苦しい状態である。
		百貨店（売場主任）	・一部の富裕層を除いて、節約志向に変化はなく、来客数も微減の状態が続いている。
		百貨店（売場主任）	・9～10月は季節商品の動きが鈍かった。前年は暖冬で防寒商品の動きが鈍かったことから、今後は気温の低下による季節商品の売上増に期待するしかない。企業の間接決算も良くない状況が予想されるなか、消費者の収入は一部を除いて増えにくい状況にあるため、景気が上向く要素は見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・天候要因で秋物が不調に終わり、防寒衣料品に期待がかかるが、購買単価の低下が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・不要不急の消費を抑制する節約志向が根強く、年末にかけて消費マインドを押し上げるような社会的、経済的要因が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・一部の富裕層の優良顧客は、更に高額なブランド品や美術品を購入すると予想されるが、全体的には富裕層も買い控える傾向がある。
		百貨店（サービス担当）	・来月からは、新しいショップの導入や、新しいクリスマス企画の実施などの集客策により、前年実績の確保に努めるほか、新しい来店客の確保を進めていく。
		百貨店（マネージャー）	・前年は11月以降、暖冬の影響で防寒衣料の売上が前年比2けた減と非常に苦戦した。今年の西日本の気温は、平年並みから低めという予報であり、防寒衣料は前年からの反動増が期待できる。ただし、ここ半年間の全体的な動きとして、買上点数、単価共に微減が続いていることから、回復に転じるほどの期待は持てない。
		百貨店（販促担当）	・消費の機運が上がる要素が見当たらない。気温も中途半端な推移になると、重衣料の動きが鈍り、客単価に影響が出る。目立ったヒット商品も期待薄で、株価も停滞しているため、しばらくは厳しい状況が予想される。
		百貨店（商品担当）	・需要のポイントであるボーナス商戦は、支給額にかかわらず、必要な物を絞って購入する動きとなるため、大きな消費拡大は期待できない。
		百貨店（売場マネージャー）	・このところ、値下げ商品の立ち上げ時期は比較的安定した売上となっている。ただし、衆議院解散などがあれば、下振れする可能性がある。
		スーパー（経営者）	・同業他社の様子をみると、やはりディスカウント業態の集客が増えているのが現状であり、景気の回復やデフレ脱却の道筋はみえない。
		スーパー（店長）	・現状は景気が良くないが、これ以上悪くなることはなく、良くもならないと予想される。
		スーパー（店長）	・当市の南北へと向かう無料の高速道路を利用し、市内から客が流出する一方、市外から流入する客数は減少している。南北のショッピングセンターは、都市部と違って駐車場が無料のため、時間を気にする必要がない。さらに、商圏人口の減少で来客数が減っているほか、1世帯当たりの買上点数も減少している。
		スーパー（店長）	・気温の推移と共に、冬物商品は動き出すことが予想されるが、前半の下振れによる悪影響は避けられない。また、年末商品の売上は年々減少傾向にあるため、期待はできない。特に、年賀状印刷の早期割引受注は、早くも前年を大きく下回る推移を示している。
		スーパー（企画担当）	・野菜の相場が落ち着くと、現状維持が精一杯となる。冬物衣料の動向は不透明で、先の予測ができない。
		スーパー（企画担当）	・10月は前年よりも日曜日が多いものの、前年比の数字が悪い。11月は前年よりも1日少ない状態であるため、このままでは厳しい。12月に既存店を1店舗リニューアルオープンするので、販促強化も含めて年末商戦に弾みをつけ、売上回復につなげたい。
		スーパー（経理担当）	・年間最大の商戦である年末を控え、消費者のマインドがどちらへ向かうのかによって左右される。今年は暖冬ではなく、平年並みの気温が予想されるほか、節約志向の反動が年末年始に出てくることも考えられるため、底堅く推移すると予想される。
		スーパー（社員）	・来店を促すキャンペーンを継続的に行っているが、客から高い支持は得ているため、特に主力部門の食料品への消費意欲は根強いと実感している。天候不順の影響は一時的であり、年末に向けたキャンペーンの効果に期待している。
		コンビニ（店長）	・客の様子をみる限り、比較的安定した動きをしている。ただし、更に野菜の価格が上がり、入荷がストップする事態となることが心配である。
		コンビニ（店員）	・景気回復の材料も見当たらず、現状維持が精一杯といったところである。
		コンビニ（広告担当）	・今後も大きく好転する要素が見当たらないため、変わらないと判断している。
		コンビニ（店員）	・来客数も販売量も減少している。
		衣料品専門店（販売担当）	・シーズンにかかわらず、客の買い控えが続いている。客の様子をみていると、これからも続くと感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツなどの必要な物は、高価でも購入するという客が多い。
		家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素は見当たらないが、大手企業の冬季ボーナスが前年よりも増えるといわれているため、ボーナス商戦に期待している。
		家電量販店（店員）	・景気回復が見込める雰囲気は全くない。業界ごとの好不調の差がまだまだある。
		乗用車販売店（経営者）	・決まった客が、決まった内容の依頼を持ち込んでくるが、その内容があまり充実しておらず、客に余裕がない様子である。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売予約が減り、一般修理、車検などの伸びもなかなか見込めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新聞やテレビから発信される情報を悲観的に受け取る客が多く、特に中高生を抱える家族層には、先行きを不安視する人が多い。将来は更に厳しくなると判断し、できる限り消費を抑える傾向が強まっているため、あらゆる消費は拡大しないと感じる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・季節の変わり目で、朝夕と日中の気温差が大きくなっている。体調不良で風邪薬やドリンク剤の購入が増えているほか、朝夕の寒さに伴い、保温商品の動きが中旬以降は良くなっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・これから忘年会シーズンに入り、売上は増えていくが、昨年を上回るような要因が少ない。海外からの旅行客も多いが、外食店舗全体で考えると、大きく増えていない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米国の大統領選挙の結果によっては、世界の株価にプラスの影響もマイナスの影響もあり得る。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替が微妙に変化する程度では、購買意欲の向上は見込めない。このまま再び円安に向かったとしても、まずは必需品の購入に流れるため、期待できそうにない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・現状から好転する要素が見当たらない。本格的な寒さに期待したい。
		高級レストラン（企画）	・宿泊におけるインバウンド需要が、天井を打つ動きがみられる。
		一般レストラン（企画）	・デフレ傾向は今後も継続すると予測している。ファミリーレストランは販促活動を更に強化しているほか、ファーストフードにも同様の傾向がみられる。各社にとって、来客数をいかに確保できるかがポイントのようである。
		一般レストラン（経理担当）	・特に、良くなる兆しも、悪くなる兆しもない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・来客数、客単価共に前年並みで、季節トレンドから11月も横ばいが予想される。12月の年末商戦までは目立った好材料もないため、景気が上向くとは思えない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・景気が良いとは全く思えない。ヒット商品も大きな流行もない。野菜が高騰しているため、ドリンクは健康志向の野菜関連の販売が増えると予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・今年度に入って、毎月のように販売量が前年の水準を下回っている。今後もしばらくは、その傾向が続きそうである。
		観光型ホテル（経営者）	・来客数は多いが、客単価が下がっているため、忙しい割には売上が増えていない。今のところは起爆剤となる企画がないため、このまま変わらないと予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・国内で地震などの災害が増えており、支出に関してかなり慎重になっている。また、今後は少子高齢化の影響も大きくなっていく。
		観光型旅館（経営者）	・インバウンドが少なくなってきた。
		観光型旅館（経営者）	・原材料や食材などの物価が上がってきているため、どうしても販売価格に転嫁せざるを得ないが、一部の客は少し動きが鈍くなっているように思う。ただし、今後も値上げは必須のため、今の状況は変わらない。
		観光型旅館（管理担当）	・2か月後までの予約数は増加しているものの、これは今秋からインターネット予約を開始したほか、格安の冬季料金の影響が強く、景気上昇の兆しとは考えにくい。ただし、格安料金に対する客の反応は良く、景気悪化の兆候があるとも思えない。

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
		観光型旅館（団体役員）	・客1人当たりの消費単価、宿泊単価については、前年から微増となっているが、宿泊人員が増えないため、活性化にはつながりにくい。
		都市型ホテル（管理担当）	・非常に先が読みにくくなってきている。ただし、しばらくはある程度の好調が続くそうであり、上向きもせず、下向きもせずといった感覚である。
		タクシー運転手	・タクシーの利用については、季節的に暑い寒いという両極端な時期に動きがある。汗をかかない時期は、タクシー業界は景気が悪くなる。
		タクシー運転手	・法人関係の景気は良くなっているのかもしれないが、内部留保に回り、回復の恩恵が下々に流れてこない。
		タクシー運転手	・一般客のほか、企業関係のハイヤー予約にも大きな増減はなく、順調に推移している。
		通信会社（経営者）	・大きな変化の要素は見当たらないが、京都市内の不動産、建築関係は比較的好調である。
		テーマパーク（職員）	・具体的な景気対策がみえてこないため、好転する要素が見当たらない。経済の安定成長が国を支えていると思うので、そのケアが不十分だと、大きな成長は見込めない。
		観光名所（企画担当）	・現状は国内客の来場動向に変化はなく、引き続き厳しい状況にある。インバウンド客についても、モノ消費から体験型へと需要が変化してきていることから、対策が必要となっている。
		遊園地（経営者）	・夏以降は、客単価の推移が不調で、回復の傾向がみられない。
		競艇場（職員）	・先月と同様に、全国発売の開催でも売上は横ばい状態であり、大きな変化がない。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・現在の施策の継続では、経済状況も含めて大きな変化はない。
		その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・ここ最近では、生徒数の停滞が感じられる。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・大型書店のブックカフェの売上は好調なため、狭小店舗の見直しが必要である。
		住宅販売会社（経営者）	・米国の大統領選挙の結果や、衆議院の解散時期など、市場に影響を与えそうなイベントが控えているので、しばらくは今の状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・これまで市況をけん引してきた市内中心部のタワーマンションは、価格の高騰により売行きが鈍化しており、今後も苦戦しそうである。一方、その周辺部の廉価な価格のマンションは、販売が進むと予想される。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の延期に伴い、受注が微減となっている。
		商店街（代表者）	・単価や来客数の悪化が続くそうである。
		一般小売店 [花] (経営者)	・各所での自然災害の影響で、仕入価格などの上昇が見込まれる。生活必需品ではないため、売上にも影響が出てくる。
		一般小売店 [珈琲] (経営者)	・飲食店やアミューズメント関係では、従業員の雇用が十分にできていない。また、大阪でも最低賃金が上がり、人件費のコストアップが個人店の経営を圧迫している。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・この10月のマイナスを、数か月間でカバーできるかどうかは自信がない。商店街のほかの店や消費者の様子をみても、活気があるようには思えない。数か月後には確実に寒くなっているため、冬物衣料の販売量は増えるとしても、それが昨年を上回る動きとなるかどうかは分からない。
		百貨店（服飾品担当）	・冬物の動きが悪く、アパレルの追加生産が見込めない。年末にコート商戦が回復傾向になったとしても、売れる可能性のある商材の奥行きはなく、売上の限界がみえてきている。一方、クリスマスなどのジュエリーのギフト商戦には、まだ可能性があるものの、プラチナ関連商品がけん引した昨年ほどは、高額商材の売行きは良くならない。
		百貨店（外商担当）	・顧客の節約志向は続いており、特に高額品については買い控えが進んでいく。
		百貨店（マネージャー）	・10月までの暖かさから一転、寒くなった影響で冬物商材の動きは若干活発になると思われるが、消費者の気分は上向かない。特に、衣料品に対する節約モードは継続すると予想される。
		スーパー（店長）	・景気の後退で、収入も伸びない可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スーパー（管理担当）	・野菜の不作による高騰や、小麦使用食品の値上げにより、消費は鈍化したままとなる。	
		スーパー（開発担当）	・原油の輸入価格、野菜価格の高騰など、物価の上昇が相次いでいるため、景気に影響が出てくる。	
		コンビニ（経営者）	・爆発的な新商品の企画も少なく、従来の商品のマンネリ化で、横ばいの状態が続く。	
		家電量販店（人事担当）	・景気が良くなる具体的な見通しが立てられない。	
		乗用車販売店（経営者）	・輸出関連、国内景気共に停滞し、デフレ傾向も強まっているため、消費者の財布のひもは固くなる一方である。	
		住関連専門店（店長）	・年末などの世間の繁忙期には、いつも客足が減って売上が落ちるほか、今年は顧客単価も下がりつつある。	
		都市型ホテル（支配人）	・熊本地震による自粛ムードの影響もあり、景気の上昇は期待できない。忘年会、新年会の予約も前年を下回っている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門では、同業他社と同じく、予約率、客単価が低下傾向にある。一方、宴会部門では早くからの予約が目立ち、前年並みの売上が予想される。食堂については、ディナーの販売が少ないものの、ランチの利用者が増えている。	
		都市型ホテル（客室担当）	・現状は訪日外国人の宿泊で稼働率を維持できているが、この先も同じ状態が続くとは思えない。	
		旅行代理店（支店長）	・今年は年末年始の日並びが悪く、長期の旅行需要が少ない。結果として、12月31日と1月1日に予約が集中し、満員でホテルなどが確保できない状態が続いている。	
		旅行代理店（役員）	・インバウンドの増加による、航空機や宿泊施設の在庫の減少もあり、旅行が手配できないケースが発生している。	
		通信会社（社員）	・地域経済はあまり良くなっておらず、全体的に低下傾向にある。	
		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、寒い時期になると来客数が減少する。	
		住宅販売会社（経営者）	・不動産売買よりもリフォーム系の業務が増えている。	
			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）	・全体的に景気の動きが悪いように思われるほか、政府は景気対策を行っているものの、末端の消費者には影響が及んでいない。
			その他住宅[展示場]（従業員）	・住宅展示場への来場者の傾向としては、消費税増税の再延期で様子見の客が増加している。
			その他住宅[情報誌]（編集者）	・マンションの販売価格の値下げが水面下で発生することが予想され、更に市場への信頼感が低下する懸念がある。
x		衣料品専門店（経営者）	・大企業は良いと聞くと、中小零細企業は社長や経営者が給料を取らなかつたり、従業員に我慢してもらったりすることで、何とか回っている。	
x		衣料品専門店（経営者）	・マイナス金利政策により、金融機関の手数料が軒並み上がっている。マイナンバーの本格導入で各家庭の収入が減少する恐れがあり、衣料品にしわ寄せがきていることは明らかである。今後、デフレの進行には歯止めがかからない。せめて1~2%でも金利が上がれば、個人消費は伸びると考えている。	
x		一般レストラン（経営者）	・年々、新年会の需要は減少傾向にある。年末の売上は伸びるものの、年始への期待は薄い。また、インバウンドも減少傾向にあり、春節の時期にもあまり期待できない。	
x		一般レストラン（経営者）	・年末年始は家庭での出費が増えるため、ますます外食の機会が減りそうである。	
企業 動向 関連 (近畿)			木材木製品製造業（経営者）	・受注は増加しているが、生産が間に合わず、効率的に事業が進んでいない。供給や生産体制を強化し、うまく事業を進められるように計画中である。
			化学工業（企画担当）	・年末年始の食品需要が増えるシーズンになるため、販売量が増加する。
			食料品製造業（営業担当）	・年末年始や12月のイベントなどで、消費者の財布のひもは緩くなると思うので、少しは景気が良くなる。
			プラスチック製品製造業（経営者）	・一時的な在庫調整が終わり、必要な物を適切なタイミングで、必要な数量だけ作るという動きが軌道に乗っている。部品加工業者から見ると、メーカーの生産計画にこの動きが感じられる。
			金属製品製造業（営業担当）	・年度末に向けて受注が増えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・本音としては、全体的な景気は悪くなると思っている。ただし、経済活動がなくなるわけではないので、自社の周辺だけでも景気を良くすることはできると、努力している状況である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関係の動きが遅れていたが、受注に向けた動きが活発化しそうな状況である。
		建設業（経営者）	・年度末にかけて徐々に受注が増えていくと思う。ただし、例年に比べると、少し動きが遅い感覚はある。
		輸送業（商品管理担当）	・クリスマスがくるので、出荷量が増える。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年末に向けて、忙しくなってほしい。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年末のイルミネーションの時期を迎えるが、それも一時的な動きで、その後はまた落ちていく。
		食料品製造業（経理担当）	・年末に向かってイベントも多くなり、多少は活気が出る。
		繊維工業（団体職員）	・需要期に入り、外注加工などがごく一時的に増えたが、全体的には平常時と変わらない状況である。11月の動きに期待がかかる。
		繊維工業（総務担当）	・国民栄誉賞の記念品に西陣織の帯が選ばれ、和装が注目を集めている。また、ノーベル賞受賞者の奥様の着物姿も明るい材料になる。今後は少し違う価値観を提示しなければ、販売につながらないため、新商品の開発に注力していく。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からは、年内に増産する計画は聞かれない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・特定の顧客の売上は好調であるが、全体的にみるとあまり良い話は耳にしない。業界全体では、インターネットで安価に印刷を発注する顧客が増える傾向にある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・海外で現地調達のできない部品、特に電気自動車関連部品が好調である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因があまり見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・例年ならば、徐々に受注が増えてくるはずであるが、受注が少ないままで推移している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・景気の良い話はない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・受注量には変化がないため、例年並みの状態が続く。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気が回復している実感が乏しく、アベノミクスの恩恵を感じることができない。
		建設業（経営者）	・年度末の完了工事の影響で、これからは技能労務者不足や管理技術員不足がより深刻になると予想される。
		建設業（経営者）	・公共工事も、解体工事以外はほとんどない。
		輸送業（営業所長）	・東京オリンピックが終わるまでは、変わらない雰囲気がある。
		通信業（管理担当）	・変動要素が見当たらない。
		金融業（営業担当）	・中小企業については、まだまだ厳しいものがあり、金融機関の動向にも注意が必要である。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・地政学的リスクなど、中国や米国の不安定要素が日本経済に影響してしまうところが、今の日本経済の弱さを象徴している。まだまだ弱過ぎる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が少し回復しているが、前月、前々月があまりに落ち込んだせいで、3か月前の水準に戻っただけである。状況はあまり良くなっていない。
		広告代理店（営業担当）	・年内は好調な状況が続く。
		広告代理店（営業担当）	・今年になって、前年を若干下回る状態が続いている。
		司法書士	・変化する要因が見当たらないため、現在の状況から大きく変わることは考えにくい。
		経営コンサルタント	・経済政策が迅速かつ適正に行われれば、消費は回復し、消費者のマインドも盛り上がる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・11月以降は冬らしい気候に落ち着くとの予報が出ている。冬物商材が本格稼働することは明るい材料であるが、野菜価格の高騰で、駅ナカ店舗の商品にも値上げなどの影響が出始めている。
		食料品製造業（従業員）	・秋冬の商談も終盤を迎えているが、各社共に、一部商品を除いて思うように動いていないようである。当社の新商品の採用も少なくなってきた。
		繊維工業（総務担当）	・靴下の販売傾向としては、消費者が流行などで購入することはほとんどない。必要な時に、その目的に合った機能の商品を購入する傾向が強い。そのため、売上は減少傾向となっている。
		化学工業（経営者）	・取引先と話をしても、良い話や先行きの明るい話が全く出てこない。引き合いも少なくなっており、景気は更に悪化することが予測される。
		化学工業（管理担当）	・中国経済の先行きが悪い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の製品納期は半年から1年である。現時点での引き合いが低調であるため、この先の景況は良くないと予想される。
		輸送業（営業担当）	・人手不足が深刻化している。その打開策として、受注単価を上げて荷物を減らすほか、賃金を上げて、人を増やす予定である。
		不動産業（営業担当）	・今年に入ってからの売上が、昨年の4割に満たない状況である。店舗の閉店も多くなっているため、将来の景気はまだまだ悪くなる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・引き合いや受注量が非常に少なくなってきたため、今後も良くない状態が続く。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・法改正によるパート職の年金、健康保険料の引上げなど、可処分所得が減少する材料には事欠かない。一方、販売不振によって小売業界ではデフレの流れが進んでいるため、売上の減少が当面のトレンドとなることが予想される。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・米国の大統領選挙前で不透明感はあるが、今後は為替相場の変化や利上げが予想される。また、製造分野にも不透明感が漂っており、計画が立てにくい状況が続く。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後も経済の展望が開けない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（支店長）	・年度末になり、これまでの閉塞感が少し緩和するのではないかと予想される。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・今の状況が続けば、多少は良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数には、今後の景気を占う動きはみられないが、米国の大統領選挙は日本にとって有利な結果となりそうで、12月の利上げの可能性も出てきている。こうした見通しから、日経平均も徐々に1万7千円を超え、円相場もやや円安に振れているため、短期的には国内景気は若干上向く。
		職業安定所（職員）	・企業のヒアリング結果では、景況感の見通しが上向いている。製造業、非製造業共に上昇したほか、全ての規模で上昇がみられる。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率を始めとする雇用関連の統計では、前年比で改善傾向が続いている。なかでも補正予算による公共事業の増加により、建設業やコンサルタント業の受注増が見込まれるため、雇用の拡大に一役買うことが期待される。企業へのヒアリングでは、産業ごとに今後の景気の見通しが異なっているが、現在の人手不足業種である建設業で雇用が円滑に進めば、企業業績も伸びるため、年度末に向けて景気の底上げにつながる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・毎年、年末年始に向けて求人が増加するため、景気が良くなると思われる一方、派遣人員の確保に苦戦している。派遣社員が他社にも登録しているため、他社との差別化を図る工夫が必要である。
		人材派遣会社（経営者）	・派遣業界全体は可もなく不可もないが、大企業での大型案件の終了により、大量のIT技術者が余っている。今のところ、来年は大型案件が見当たらないため、IT関連だけが買い手市場となっている。この現象は景気を左右するかもしれない。派遣会社は懸念している。
		人材派遣会社（役員）	・企業の採用意欲は前月と変わらない状況で推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・売り手市場の状況は変わらない。正社員志向の求職者が増え、派遣求人には人が集まらないため、平均時給の上昇は避けられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末に向けた商戦が、温暖な気候の影響もあって盛り上がっていないため、例年よりもスタートが遅れると予想される。
		職業安定所（職員）	・今月は求人数が減少したものの、求人数の増加傾向、求職者数の減少傾向としては継続しており、雇用失業情勢は改善傾向で推移している。また、管内事業所への今後の展望についてのヒアリング結果では、現状維持という回答が多い。
		職業安定所（職員）	・介護福祉関係は新たな施設の開設が多く、今後の見通しも引き続き明るい。求人も増加見込みであるが、大半の業界は業務量や業績が横ばいであるため、全体的には現状維持で推移する。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業は求人を増やしたいと考えているものの、以前からの建設作業員不足のほか、賃金の高い首都圏への職人のシフト、社会保険完備の義務化への対応という三重苦によって、頭打ち感が強まっている。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・従業員数100人以下の小売業の採用ニーズは引き続き高く、サービス業や製造業も高い。ただし、求職者は大手志向が強いため、採用数に大きな影響はない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には変わらない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・更に良くなる要因や、悪くなる要因が、特に見当たらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・年末の賞与の伸びも感じられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・中堅、中小企業の採用意欲は高いものの、大手企業に少し採用数を絞る動きがみられるため、中堅、中小企業に人材が行き渡った後は、景気が停滞する可能性がある。
	x	-	-

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)		一般小売店〔靴〕（経営者）	・オーダースューズのみで営業を絞ったので商品単価が上がっており、店舗移転したことによって商店街に関する諸経費が削減できて売上が伸びる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客の動きが活発になるので来客数は増える。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・新会社設立による印鑑注文が多いことから、前向きな動き期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・年末年始に向けた商戦で来客数増が見込める。
		衣料品専門店（店長）	・気温の低下とともにニット類などの単価が高い商品が動くので景気は良くなる。
		家電量販店（店長）	・来客数と売上が伸びる。
		家電量販店（販売担当）	・年末商戦に期待できる。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入が続くので、販売量増に期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・11月からは新型車発売による販売量増が見込まれる。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の商談と受注は共に好調で、納期長期化のマイナス要因があるにしても販売拡大に期待が持てる。
		自動車備品販売店（経営者）	・各企業とも年末商戦で冬季商材の動きが見込まれるため、景気は今年より良くなるが、前年同月比では悪くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・9月下旬の大型スーパーの出店が全体の来客数増加につながる。
		一般レストラン（店長）	・年末に向けての予約がすでに入り始めており、前年と比べて予約組数も順調に伸びている。好調であるインバウンドも引き続き期待が持てる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会や新年会の季節になっても、地元プロ野球チームのリーグ優勝で上がった現在の消費マインドが続く。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。

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
		通信会社（総務担当）	・季節変動による消費拡大に加え、観光客による消費増加に期待が持てる。
		テーマパーク（業務担当）	・冬の大型イベントや年末年始の休暇等で来客数が期待できる。
		競艇場（職員）	・12月はG3競争の開催があり、場外発売でSG競争もあるので売上が確保できる。
		住宅販売会社（営業所長）	・当社で良い場所に土地を購入できているので、今後の活用が図れる。
		商店街（代表者）	・消費者の財布のひもは以前にも増して固くなっており、景気が良くなる見込みがない。
		商店街（理事）	・景気が良くなる材料はない。鳥取県中部地震などの不安材料があるため、客には生活防衛本能が働くが、不安を押しよくするだけの好材料がない。
		商店街（代表者）	・食料品が値上がりし、消費者は日々の生活に追われて買いまわり品まで手が回らない状況が続く。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・鳥取県中部地震の復旧に時間がかかり、風評被害による観光客数の落ち込みがある。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・最低賃金の引上げがあるものの所得の増加は望めず、依然として客は生活防衛に当たる。
		百貨店（経理担当）	・不振が続く部門が多いため、売上が急速回復することはなく、現状がまだ続きそうである。
		百貨店（営業担当）	・販売量を増やす企画を行っても厳しい状況で、客はカード優待日など、割引になるタイミングで購入する。固定客はつかめているが、新規客はつかめず厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・今後はまた気温が高めに推移するという予報が出ており、クリスマスや年末商戦に大きく影響を及ぼす。また客の買物の仕方が厳しくなっており、必要な時に必要な物を買う節約志向が強くなっていく。
		百貨店（売場担当）	・手袋や帽子といった防寒アイテムの動きが前年より良く、このまま寒くなれば前年より動く。
		百貨店（購買担当）	・食料品や生活雑貨などの日常に必要な商品の価格が下がらなければ、衣料品やアクセサリに客の購買意欲が向くのは難しい。客は鳥取県中部地震の影響で旅行を敬遠する代わりに物産展に足を運び、来客数と売上はかなり良いが、ぜいたく品に対する購買姿勢が厳しい状況は続く。
		百貨店（人事担当）	・野菜価格の高騰などで客の消費マインドは低くなっているが、大きくプラスにもマイナスにも働かない。
		スーパー（店長）	・客単価の上昇がずっと続いており、今後も同様に推移する。
		スーパー（店長）	・景気を左右する要因がない。
		スーパー（店長）	・様々な環境に関して良くも悪くも何の変化も起こらない。
		スーパー（店長）	・野菜の価格によって左右されるが、景気は現状のまま推移する。
		スーパー（総務担当）	・主な取扱商品である生鮮商品の高値等で客の買い控えが続く。
		スーパー（業務開発担当）	・10月は天候不順の影響で青果物の価格が高騰し、魚の不漁で品薄状態など良い材料がない上、客の節約志向の定着で販売量は大苦戦し、年末までこの状況は続く。
		スーパー（営業システム担当）	・野菜価格の高騰が続いており、今冬は雪が多い見込みであることから、客が外出を控えて来客数が伸び悩み恐れがある。
		スーパー（販売担当）	・鳥取県中部地震の影響でイベントなどが自粛され、販売量、来客数、売上が共に減少する。
		スーパー（販売担当）	・今後気温が低下すれば飲料の販売量は減少するが、鍋物材料の販売量が伸びるので売上に変化はない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後は気温低下が進み来客数が減少するが、HOT商材や中食商品等の販売により売上は現状が続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・スポーツのシーズンが終わり、客単価は現況が最大値となるが、観光客が増加しているため悪くなることもない。
		コンビニ（支店長）	・現状客単価は回復傾向であるが、更に伸びるまでにはならない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
		家電量販店（店長）	・景気が好転する材料が何もない。
		家電量販店（店長）	・販売量の大きな改善は期待できないため、消費者の不安な気持ちを解消する策を見いだすことが急務である。

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）	・年明けに新型車が発表されるので乗客数増が期待できるが、年内は特に変化がない。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算後の10月なので客の足が遠のいている。鳥取県中部地震で客は不安感から購買意欲が落ちており、今後もしばらくはこの状態が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・特に何か販売施策があるわけではないので、これから年末に向けて考えていく必要がある。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では所得がなかなか増加しないので、消費も増加せず景気が上向くのは難しい。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・販売量は今以上には増加しない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・景気が好転する要素がない。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・忘年会の予約は前年より好調であるが、それ以外は前年と同じくらいの状況である。
		一般レストラン（経営者）	・地元プロ野球チームがリーグ優勝したことによる好景気は徐々に収まるが、年末にかけて景気は上向くので、現状と変わらない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・大手の食べ放題の店が新規開店し、周辺には前年より5店舗増えている。値上げをしたため来客数の減少が予測されるが、単価を5%ほど上げたので、前年の95%の来客数があれば売上は前年をクリアし、現状を維持できる。
		スナック（経営者）	・ここ何年も景気が上向いていないので、大きな景気対策がない限り何も変わらない。
		観光型ホテル（営業担当）	・九州ふっこう割などの経済施策で客の目が九州に向いており、当地への観光客数が伸び悩む。
		都市型ホテル（企画担当）	・年末年始のイベントに伴う集客はある程度見込めるが、天候の影響などで食材価格が高騰しており、客単価を上げるには厳しい状況が予想される。
		都市型ホテル（総支配人）	・鳥取県中部地震が来客数に今後どの程度影響するかが不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・景気回復になる施策が一向に見受けられない。
		旅行代理店（営業担当）	・国の施策として個人消費を促すものは期待できない。
		タクシー運転手	・夜の乗車率が下がっており、今後も期待できない。
		タクシー運転手	・天候での利用増減はあるものの企業の利用が増えない。
		通信会社（社員）	・販売量の推移に変化がない。
		通信会社（営業担当）	・プラス方向にもマイナス方向にも評価できることがらや要因が特にならない。
		テーマパーク（営業担当）	・11月よりイルミネーションを開催するが、鳥取県中部地震の影響により観光客の動きが悪くなることが予想される。
		テーマパーク（管理担当）	・地方の消費が鈍化する。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先は客の動きが1年間で一番少ない冬に入るため、例年並みとなる。
		美容室（経営者）	・景気が良くなって客の給与が増えない限り、現状のまま推移し急変することはない。
		設計事務所（経営者）	・依頼件数は堅調に推移するが、大きく伸びることはない。
		設計事務所（経営者）	・地方の崩壊が進行中である。
		設計事務所（経営者）	・建築費は高止まりの状況で変化しそうにない。景気の先行きが不透明な中、住宅着工への優遇制度なども見込めないもので、現状より良くなる要素が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・年末年始に向けて景気刺激となる政策が見当たらない。
		住宅販売会社（営業担当）	・金融緩和策などが落ち着きを見せ始め、政府の今後の動向を客が静観する。
		住宅販売会社（営業担当）	・年末の販売量は下がる傾向にある。
		商店街（代表者）	・年末に向かって需要が増える時期になるが、鳥取県中部地震の風評被害が心配である。年明け選挙の噂も景気に影響すると懸念している。
		商店街（代表者）	・地元プロ野球チームのリーグ優勝による経済効果が終わり、インバウンドの影響もなく厳しい状況になる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・海外輸出の主要相手国の国王が亡くなり、行政が1年間の喪に服すことを決めたため、しばらくは経済が停滞する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・鳥取県中部地震のマイナス影響が継続する。観光客数の減少が影響し客は不要不急の商品の購買にはより慎重になるとともに、お歳暮やおせちなどの季節商材の動きも心配材料となる。
		百貨店（営業推進担当）	・これといった回復要因は見当たらず、これから年末商戦に向かっている中でも現状が続く。
		百貨店（売場担当）	・比較的好調であった物産催事も厳しい予測であり、この閉塞感はしばらく続く。地方百貨店全体が大きな曲がり角に来ている。
		スーパー（店長）	・現在は野菜価格の高騰で売上が確保できているが、これから60～90日後の年末年始での販売に向けて種がまかれた農作物が順調に成育し、大量に出荷され始めると、野菜の売上低下が予想される。
		スーパー（店長）	・地域の企業業績は低下傾向で、客の生活防衛意識はますます高くなる。
		スーパー（管理担当）	・ディスカウントストアやコンビニが増え続ける中、来客数の増加には期待できず、売上上昇にもつながらず、販売単価も低下して利益確保が容易でなくなる。
		スーパー（財務担当）	・年末を控えて消費者の収入が増加しないので、節約志向により1品単価及び買上点数が減少する。
		スーパー（販売担当）	・インターネットの普及やコンビニの増加等、客が商品を購入する際の選択肢がどんどん増えており、従来型の店舗を構えて商売している我々にとっては今後ますます厳しい状況が予測される。特に若い世代はインターネットやコンビニを利用する傾向が強く、来客数の減少に歯止めが効かない。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の12～1月は天候に恵まれ来客数が非常に伸びたが、この1～2か月の様子から、天候が良くならなければ前年の100%か、あるいは前年割れが危惧される。工事関係の客が減少しているので今後の売上も厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者の購買力が低下していく。
		家電量販店（企画担当）	・来客数が微減傾向にあり販売量も減少している。また高単価商品の動きも悪いので、販売量はやや減少する。
		自動車備品販売店（経営者）	・世の中に不景気風が吹き始め、大手メーカー主導のデフレが始まった感が強い。
		住関連専門店（営業担当）	・今月の売上が良かったので、来月以降はその反動で悪化し景気も悪くなる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・カニのシーズンになるので、年末に向け来客数は増加を予想していたが、鳥取県中部地震の風評被害がマイナス要因になる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・東京を中心に人口が多い地域に富が集中している。本気で頑張っている地域は生き残れるが、行政のリーダーがいない街はどうにもならない。
		一般レストラン（経営者）	・鳥取県中部地震の影響が観光地を中心に出てくるとともに、客にも気分的な影響が大きく出てくる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・冬になり交通量や利用客数が減少してくる。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・消費者給与のベースアップや賞与は全くないと見込まれる。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊客の予約状況はやや下降気味となっている。また天候不順等により食材原価の高騰で先行きが不安定である。
		タクシー運転手	・昨年料金を値上げしており、これによって繁忙期に入る今後は会社の売上は伸びる。その一方で会社が受け取る割合が増えたことにより、ドライバーには厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・鳥取県中部地震の影響でイベントが中止されるなど、自粛ムードが続いて景気は悪くなる。
		通信会社（広報担当）	・客は常に品質の良いもの、新しい機能等に興味があるわけではなく、安さによって販売数が動くので、景気は良くならない。
		通信会社（企画担当）	・現時点の主力サービスでインパクトのある新商品やサービスのリリースが期待できないため、前期と比べて売上増への期待が少し薄まっている。
		通信会社（総務担当）	・例年を越えたと新規加入獲得件数が落ち込む。
		美容室（経営者）	・客の消費傾向に無駄がなくなってきているので、販売量や客単価が上がりにくくなっている。最低賃金の上昇幅も大きいので経営的には厳しい時代が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	美容室（経営者）	・近隣に激安店が進出して客が流れているため、商店街への来街者が減少し、値下げ合戦が続く。
		設計事務所（経営者）	・地域の工事着工数が増えず、今後の見通しははっきりしたものが無い。
		商店街（代表者）	・暖かい10月のせいで秋物商品がほとんど売れない。客が生活防衛から、より良い商品をより安く必要な時に購入する傾向は続く。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が立ち上がる予定であるため忙しくなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・季節要因として住宅業界ではこれから2～3か月が年間を通じて一番売上が伸びる時期なので、現状の様子では将来の景気はやや良くなる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・新型投入効果でハイブリッド車の販売台数が好調を維持している。1～8月の電気自動車、プラグインハイブリッド車の世界販売台数は前年比101%と成長が続いている。大型パネルの出荷量は全月比9.8%増と好調に加え、価格も上昇傾向を見せている。ただスマートフォンの出荷見通しは増加であるが、パソコン市場規模は縮小する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・進級、進学シーズンに向けて取引先の発注が増加する見込みである。
		輸送業（支店長）	・現在日本シリーズが行われているので勝敗にかかわらず関連する荷動きは続く。また通信販売関係の荷物の発送個数はしばらく伸び続ける。
		輸送業（経理担当）	・倉庫関連貨物について引き合いが来ており、受注できれば関連貨物の荷動きも出てくる可能性もあるためやや良くなる。
		通信業（営業企画担当）	・これまでの情報通信系サービスから新たにセキュリティ、事業継続計画、職場改善等への対策に関するソリューションニーズが出てきており、来年度に向けて売上につながる商談が見込まれる。
		金融業（貸付担当）	・日銀のマイナス金利政策の影響からか、住宅ローン等の借換案件が増加している。低金利の恩恵を受けた住宅ローン債務者の個人消費が増加し、景気は良くなっていく。取引先は年末需要に向けて引き合いが多くなっており、総じて2～3か月先の身のまわりの景気はやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始の販売促進が活発になるシーズンに入り、受注量は上向きに進行する。
		農林水産業（従業者）	・競り値が上昇しており、イカ釣り漁以外の魚種の9月の水揚げ量も前年より10%伸びている。
		食料品製造業（総務担当）	・製品に関して社内での販売分析を行っているが、製品の出荷数量が制限され、売上と利益が下がる。
		化学工業（総務担当）	・第二四半期決算では増益となったが、原燃料の価格が下がったことによるものが大きい。売上が伸びない中、原燃料の価格次第で利益が変動する事業環境となっている。このような環境が続く限り景気は良くならない。
		鉄鋼業（総務担当）	・為替動向が先行き不透明である。高価格帯の製品の伸びが今一つであり、需要が完全には回復しない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・アベノミクスの恩恵が地方に及んでいない。客の節約志向が一段と高まり、将来への不安を払しょくできず、賃上げや雇用増まで進まず、目先の利益確保がやっとの状況が続く。
		その他製造業[スポーツ用品]（総務担当）	・現在は国際情勢が低成長ながら安定しており、国内もまた低成長下で安定している。
		建設業（総務担当）	・まだまだ不確定要素が多すぎる。
		建設業（総務担当）	・予定物件が受注できれば、1年先まで同じ状況が継続する。
		通信業（営業担当）	・中国の景気低迷、円高、景気対策、マイナス金利などプラスに転じる要因が少ないことから、当面は消費、投資も現状を維持する。
		金融業（融資企画担当）	・円高の進展もやや落ち着いており、この為替水準であれば自動車輸出に大きな影響はない。また自動車部品メーカーの操業は高水準を維持する。
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期ではない。	
	会計事務所（職員）	・製造業の業績が今一つ伸び悩んでいる。単価や数量で思うような数字が確保できておらず、この傾向は続く。建設業や製造業に活気が出てこない景気の上昇は期待できない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（経営者）	・中国に景気後退感がありアジア発展途上国の景気にも陰りが見え、景気回復の兆しに対して見えない不透明感が続く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口受注の生産が完了し、鉄鋼向け受注も低迷した状態が続くため、時間外労働も減少する見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・原料炭コストが大幅に上昇したことにより、価格転嫁の可否によっては収益悪化のリスクがある。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先が受注計画を下方修正したことで当社の受注が減少すると想定される。2～3か月先で影響はないものの、ものづくり補助金や省エネ補助金等を活用しなければ投資意欲は上向かない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・短期的に改善する材料がなく、当面景況感の悪化は続く。
		輸送業（総務担当）	・鳥取県中部地震の影響で各事業で操業規模が縮小され、景気の悪化が懸念される。
	x	食料品製造業（総務担当）	・景気の状態からして良くなる要因がない。
雇用関連 (中国)		人材派遣会社（経営企画担当）	・少しでも求職者の就業機会を増やすため、求人内容、魅力ポイントなどを詳細かつ明確に広告誌面でアピールしていく。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・コンビニのリニューアルや新規出店、IT系で当県進出を検討しているところもあり、それに関連した求人も見込まれる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・地元プロ野球チームが非常に良い成績を収めていることも手伝って、身近な範囲では明るい雰囲気がある。それ以外にも地元経済界を盛り上げるための県や市の施策が企業と上手くマッチしていきそうな様子が見取れる。
		人材派遣会社（社員）	・求職者に対し求人数が多い傾向は続き、販売職のニーズが増えていく。
		人材派遣会社（支店長）	・人口は急激に増えることはないため、工場の自動化に対して積極的な支援を行わなければ、人材の問題は解決せず景気も向上しない。
		人材派遣会社（支社長）	・おう盛な受注状況であるが、今後数か月では受注を大きく左右する状況は見えない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・求人難で新卒、中途採用共に企業や業種によっては採用難が続いており、少子化問題もあるため数年間はこの傾向が続く。企業情報で求職者に注目されるのは企業規模や勤務地ではなく、給与福利厚生、仕事内容、事業内容の3つであり、数年前と様子が変わってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県の有効求人倍率は1.66倍で、全国3番目の高水準となっている。反面、求人業種に偏りがあり、賃金の高騰によって中小企業の収益を圧迫している。また大手自動車メーカーの燃費不正問題に伴う生産中止の状態から操業再開となったものの、県内の部品メーカーでは解雇や雇止めが相次ぎ、先行きは不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・最低賃金の引上げでコストが増加した分を製品価格に転嫁することを検討しつつも、値上げした際の売上減少が怖くて踏み切れないでいる事業者は多く、物価上昇は当たり前という機運が広がらない限りは中小事業者の悩みはまだ続きそうで、意欲的な消費行動が出てこなければ景気上昇は見込めない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・採用に前向きな企業がある反面、販売不振で雇用調整等を行う企業もあり、景気全体が同じ方向にはなくまだら模様を描く。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内で企業倒産の話はなく、有効求人倍率は1.3%台で推移しており今後も特に変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・景気が後退する悪材料もなければ、その反対も見当たらず、このまま現状維持で推移する。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・求職者側の仕事探しが多様化しており、人手が足りない業界が多い。景気の活性化は扶養控除廃止等の政治的な施策の後押しが必要であり、現状では変わらない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・景気をもっと良くなることに期待が持ちにくい。
		職業安定所（所長）	・医療福祉など慢性的な人手不足の業種があるが、今回発生した鳥取県中部地震による施設等の損壊や今後の風評被害の影響が懸念される状況もあり、求人数は下降傾向で推移する。

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
	x	-	-

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)		商店街（事務局長）	・日経平均株価が上昇して富裕層の消費マインドが回復すると、年末年始に向けて消費への波及効果は大きい。世界的な経済不安や治安悪化等がなければ、来年は今年より良くなるはず。
		コンビニ（店長）	・好循環に入るのはないか。
		衣料品専門店（経営者）	・少し寒くなってきたので、アウターが動きだすと年末にかけて少しは消費も増え、景気も良くなる。しかし、それも長続きはせず、1月中旬以降は消費が悪くなるとみている。
		家電量販店（店員）	・ボーナス商戦や年末年始で、単価上昇や販売数の増加が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・3年前の消費税増税前に駆け込み需要で登録した新車が今年度下期に初回車検を迎える為、車検対象台数増加に伴うサービス売上が増加すると予想している。
		乗用車販売店（役員）	・今年後半に量販新型車の発売を予定しているため。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・11月にはボジョレーヌーヴォーが販売開始となり、クリスマスやお歳暮も控え、忙しくなってくる。
		タクシー運転手	・例年12月と1月は乗車率が上昇し、単価的にも良くなる。しかし、個人の所得は増えず、消費者の財布のひもは固い。
		通信会社（営業担当）	・話題の新スマホ販売が好調なことに加え、冬モデルの新機種が続々と販売開始となるため。
		観光遊園地（職員）	・2017愛媛国体を控え、短期的には景気が良くなる。
		美容室（経営者）	・年末年始には客数が増える。
		設計事務所（所長）	・企業の設備投資が増え、個人でのマンション建設等も増えてきている。
		商店街（代表者）	・冬物商戦は盛り上がり欠けている。正月を過ぎるとすぐにバーゲンが始まるので、ますます消費者の財布のひもは固く、厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・年末にかけて良くなると見込むが、来客数も売上も前年比では期待できない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・雨が多かった天候の影響もあって客足が低調で、価格訴求の傾向も強い。
		百貨店（営業担当）	・周年事業で売上は上がっているが、客の動きは変わらない。
		スーパー（企画担当）	・野菜の高値が続いており、客の買上が回復するか様子見の状態にある。
		スーパー（財務担当）	・節約志向の消費マインドは継続する。賢い消費が続く。
		コンビニ（商品担当）	・集客効果が見込めるイベントはないが、季節商材やトレンド品の販売で現状維持はできる。
		コンビニ（総務）	・気温や天候、販促等で業績は前年を上回ることが出来ると思うが、景気には連動しない。先行きは依然として不透明である。
		衣料品専門店（経営者）	・平年気温になると高価格のアウターにも動きが出て売上維持が十分可能だが、暖冬になると厳しい。
		衣料品専門店（総務担当）	・気温が下がると売上は改善するが、天候の予測は難しいうえ買い控えの傾向も依然として強い。景気が良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（従業員）	・年末発表の新型車に期待しているが、販売量を大きく伸ばすとは考えにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・今年の夏以降、いくつか新型車を発売しているが、購入の動きは今一つ。
		乗用車販売店（営業担当）	・ユーザーの購買意欲は低く、なにか仕掛けをしないと意欲を増すことが出来ない。
		住関連専門店（経営者）	・リフォームや住宅建築が周辺で増えているため、需要はあると期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・必要なものしか購入しない姿勢が強く、引き続き財布のひもは固い。
	観光型旅館（経営者）	・例年と同様、12月までの予約状況は良い。景気が良くなっているわけではないが、我々旅館業界はうまくいっているのではないか。	

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
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況は変わらない。お客様の話では景気が良いとも悪いとも言えず、依然不透明である。
		旅行代理店（営業部長）	・海外へ旅行するには年末年始の日並びが悪く、1月3日以降の単価の安い日に集中しそうな状況。
		通信会社（支店長）	・特に大きな変化をもたらす要因が見当たらない。
		通信会社（企画）	・集合住宅の一括契約が伸びてはいるが、そのまま継続するが明確になっていない。
		ゴルフ場（従業員）	・週末の予約は前年並みだが、平日の予約が徐々に少なくなっている。
		競艇場（職員）	・11月は、機械更改のために休催するので期待できない。例年12月から1月にかけて、大きな場外レースの発売や正月レース等が開催されること、11月から現在の4場から6場発売になることから、売上が期待できる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年末の人出に期待しているが、閉店した店舗に新たな入居が無ければ人通りは回復しない。
		百貨店（販売促進担当）	・衣料品取引先の生産調整などが懸念される。
		タクシー運転手	・冬場はお遍路さんが少ないから、仕事も減る。街中も良い話がないので、今より悪くなる。
		通信会社（営業部長）	・新商品の効果が一巡する。
		住宅販売会社（従業員）	・受注は増えているものの来場者数が減ってきているので、安心できない。
	×	商店街（代表者）	・地元自治体と一体化してこそ地域のまちづくりは進む。そういう意味で、全く先が読めない。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・良くなる要因が全く無い。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・寒いと外出が減る。酒類の家庭飲みが増えると、ディスカウント店は伸びるだろうが、酒類専門店での購入はない。寒くなるこれからの時期は厳しくなる。
	×	スーパー（店長）	・年末商品の高騰が予想されている。カニや数の子など高額なもの、安いものとの消費の二極化が進むのではないかとみている。
	×	コンビニ（店長）	・地場産業の造船の業況が芳しくなく、厳しい状況が続く。
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業（商品統括）	・米国の利上げが確実視されており、輸出企業の為替差益が予想される。原料輸入企業は前回の円安時に対策が行われ、体質改善できている。ただ、人手不足による生産性の悪化が懸念される。
		木材木製品製造業	・築地市場や東京オリンピック競技場等の問題を早期解決し、オリンピック特需に期待したい。停滞感が強く、経済効果も半減するのではないかと心配している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・12月に向けて、売上・利益とも増加する。
		建設業（経営者）	・補正予算に期待するしかない。
		建設業（経営者）	・手持ちの仕事が順調に進んで消化できると、全体的に良くなる。
		通信業（営業担当）	・自動車や情報通信などの業種を中心に、広告出稿が増えている。
		食料品製造業（経営者）	・国内外の水産物が供給量も減って相場も上がっているのに、販売価格に転嫁できないため利益が圧迫されている。
		繊維工業（経営者）	・現状がしばらく続く。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船向けも産業用機械向けも、浮揚の兆しが見えない。
		建設業（経理担当）	・販売量は増加しているが、受注量が減少している。今後、受注量は若干増加が見込まれるものの競争も厳しく、景気は変わらない。
		輸送業（支店長）	・年末年始に向けて物量は多少増えるが、例年の事だ。
		広告代理店（経営者）	・インバウンド観光は順調であるが、依然として多くの得意先では消費低迷が続いており、広告予算は削減傾向にある。
		農林水産業（職員）	・ガソリンの値上がり、青果物等食料品の高値基調のほか、慶弔支出も増えている。収入が増えないなか、家計のやりくりは厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電設備の受注残が少なくなってきたおり、競争も激しい。生き残りをかけたメンテナンス事業や自社開発の発電事業も準備が整った。極端に悪くなることはないが、建設当初と比べるとやや悪くなっている。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注量ならびに受注予測情報では、やや減少傾向がうかがえるが、末端市場のデマンドに大きな変化は生じないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（経営者）	・やはり雰囲気が悪いことと、借金の多さを考えるとぞっとする。
		輸送業（営業）	・燃料油値上げの動きが不安材料となっている。燃料油価格は生命線であり、大幅な値上げとなると貨物自動車運送業の経営への影響は大きい。また、年末繁忙期に車輛不足が深刻化すれば必然的に運賃値上げに繋がるが、あくまでも一過性のもので、景気が上向いているというわけではない。
		金融業（副支店長）	・貸出金利低下の動きはやや一服感がみられるものの、平均金利は低下傾向が続いている。資金需要が伸び悩んでいる市場環境下では、金融機関の収益環境はさらに厳しくなる。
		公認会計士	・熊本地震や鳥取県中部地震の影響もあると思うが、将来に対して非常に不安を持っている経営者が増えている。消費動向が振るわず、以前より設備投資を控えたいと考える方が多い。景気は少し悪くなっているのではないかと心配している。
	x	一般機械器具製造業（経理担当）	・年度後半の国内需要は堅調に推移するが、海外需要は新興国経済の減速や原油・資源価格の低迷により、想定以上に減少すると見込む。
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・年末商戦に向けた企業の動きが求人数に反映してくるため。
		人材派遣会社（営業）	・年末に向けて消費者のニーズが高くなると、経済が活性化する。それに伴い雇用のニーズも高まる。求職者数、求人数ともに増え、景気に良い兆しが見えてくる。
		職業安定所（職員）	・9月の有効求人倍率は1.34倍で、前年より0.15ポイント上昇している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・クライアントからは景気回復の兆しを感じられない。
		職業安定所（職員）	・求人条件に変化は見られない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足は続いている。景気の動向を判断する周辺企業の情報は得られていない。
		人材派遣会社（営業担当）	・大型店出店により直接雇用など求人が増え、派遣業の求職者の登録などが一段と厳しくなりつつある。
		求人情報誌（営業）	・中途採用で経験ありの即戦力を求める建築、介護などの繁忙企業は、人材をうまく確保できていない。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・年末に向け求人数の減少が予想されるため。
	民間職業紹介機関（所長）	・来春オープンする大型ショッピングセンターに人材を取られ、多くの販売店・小売店では人手不足感がある。	
	x	-	-

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)		-	-
		商店街（代表者）	・冬物商戦に入り、今年は早くから動きが良いので期待している。
		商店街（代表者）	・今月以上に喪中、年賀状などの印刷物が増えてくる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・需要が多くて値段が上がったのではなく、供給が少ないため値段が上がったという状況である。需要が伸び切っていないため、供給が満たされれば以前よりは良くなるが、大きな売上の伸びはない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・年末に期待するしかない。年間の損を年末に取り戻すような商売だが、損を取り戻せるか不安である。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今後3か月も必ず上昇していくという判断はできないが、例年どおりであれば年末に向けて販売量は増加していく。
		百貨店（営業担当）	・今後、米国の利上げの問題や大統領選挙等の外的要因による株価の影響も出てくると思われるが、足元は多少前倒しのお歳暮の動きがあり、極めて好調である。催事が活況となれば持ち直していく。
		百貨店（販売促進担当）	・年末年始に入り、今月よりはやや良くなる。
		スーパー（経営者）	・熊本地震後、初めての年末でそろえるものも多いため、良くなる。
	スーパー（店長）	・現在の野菜の高騰も安定していっただろう。冬になって寒くなるので季節商材が売れてくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・売上は天候に左右されるが、ここ半年は上がり下がりがある中で若干上昇しつつある。3か月後も季節要因を外して考えると、良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・話題になる商品が少なく、今後も買換え需要の掘り起こしに期待する。
		家電量販店（従業員）	・寒くなってきたので暖房器具の需要が増える。
		乗用車販売店（総務担当）	・年末には新型車が投入される。来店客数が増え、新車販売台数が伸びる。
		乗用車販売店（販売担当）	・上半期は順調に売上も伸びていたが、今月は来店数が落ち着いていた。これ以上の落ち込みはないため、2～3か月後は客足が戻る。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月に向けて売上が上がる。コーヒーを中心としたお歳暮や、気候も寒くなるのでコーヒーを消費する家庭が増えてきており今後は良くなる。
		ドラッグストア（部長）	・冬の気温が平年並みか低いと予想されており、冬物の需要も高まることが期待できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・年末年始で人の移動する時期になり販売量は増加する。客単価が高くなれば良い。
		高級レストラン（専務）	・宴会が多くなる時期で、南九州全般で客が増えている。ただ、市内の人の懐は豊かではない。
		高級レストラン（支配人）	・年末に向け、忘年会等の予約が少しずつ入り始めた。
		高級レストラン（従業員）	・忘年会シーズンで動きがある。
		一般レストラン（経営者）	・集客数は増えてきているので、あとは注文の内容次第である。ただ、客からは景気のいい話は聞こえてこない。
		都市型ホテル（販売担当）	・繁忙期ということもあり、1月までの予約数は前年を超えている。
		旅行代理店（従業員）	・第4四半期は九州ふっこう割も終了し、九州域内では反動が懸念されるが、その反面学生旅行を中心に東京、京阪神方面への需要が増える。
		タクシー運転手	・年末年始、ボーナス時期に入るので動きが出る。
		通信会社（企画担当）	・客の相談内容から、年末、年度末に向けての駆け込み需要は例年よりも多くなる。熊本地震・九州ふっこう割などの対応でできなかった未公開の事業が出てきている。
		観光名所	・宿泊施設が11月はほぼ満室なので個人客はもちろん、団体・ツアーも増えている。また夜神楽が始まるので景気はよくなる。
		美容室（経営者）	・年末は景気が回復してきて当業界も元気になる。安きに流れる傾向にあるが、おしゃれをする人たちの世界では少しずつ良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・業界全体としては厳しい経営環境であるが、経営努力により損益が好転する企業もあり、二極化している。全体として前年度より好転する。
		商店街（代表者）	・熊本地震の復興で、一部の業者は良くなっているが、小売業の売上はそうでもない。今後も、上がる見通しはない。
		商店街（代表者）	・現在の消費の冷え込みが回復する見込みは見当たらない。年金支給日だけ売上が上がり、ふだんは衝動買いを控え、売上は低調のまま推移している。日ごろから節約に徹した購買意欲の表れである。
		商店街（代表者）	・収入が増えない上に、熊本地震後、鳥取県中部地震があり、このような天災の後には財布のひもが締まっていく。今後は、1人1人が潤うような政策がないと景気は良くならない。
		商店街（代表者）	・客の年齢層が高くなっている。景気が良くなる兆しがない。小売店には必要ないのだろうか。各店舗の努力も必要だが、飲食店が増えている街中では足を運んでもらう魅力を総合的に作り出して行かなければならない。
		商店街（代表者）	・九州ふっこう割が終わり、その後観光客がどれくらい戻ってくるのか分からない。商店街の個人消費が伸びない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年末にかけては花の単価も高くなるので売上は少し厳しくなる。熊本地震後に地域復興ということで買いに来る客が増えているので期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・高温多湿の気候により主力の衣料品の秋物への関心がなく、苦戦が続いている。一方、紳士・婦人雑貨やゴルフ用品、化粧品、ヤング衣類など自分で楽しむ商品は好調である。恒例の催事で金券利用は見込みめるが、客の買物二極化と慎重な買物傾向は継続する。
		百貨店（営業担当）	・現状が高水準でこれ以上になることは想定しにくい。
		百貨店（業務担当）	・客ははまだ震災の片付けや、耐久消費財の買換えを優先している。一般的な消費が復調するにはまだ時間がかかる。
		百貨店（経営企画担当）	・価格志向の強まりにより、購買単価の減少傾向が続く。来客数も減少し、ますます厳しい商況となっている。人口の都市部集中、地方の少子・高齢化が進行するなかで、下げ止まりの兆候は見えてこず、非常に厳しい状況である。
		百貨店（マネージャー）	・インバウンドの売上は、4月以降、良くて前年比80%台であったが、10月に入り今年度初めて90%台まで戻したが、一般商品については、相変わらず時計宝飾品等の高額品を中心に、回復の兆しが見られない。
		百貨店（店舗事業計画部）	・クリスマスから年末年始にかけては百貨店の利用が最も多い時期なので秋に比べ安定するが、ファッション衣料・雑貨の苦戦が続く。
		百貨店（売場担当）	・入店客数が前年比95%以下が続いており底上げが問題である。最近では食品以外で客単価が落ちている。前年はプレミアム付商品券があり売上が伸びたが、今年は期待できない。市況だけでみると良くないが、他店と比較してみないと現状の判断がしにくい。
		百貨店（営業統括）	・主力である婦人服が売上増になるかどうか、現状では見通せない状況である。
		スーパー（店長）	・消費が上向く根拠がない。競合店の出店や改装等もあり、今後価格競争も厳しくなる。
		スーパー（店長）	・熊本地震の影響で大型店が閉まっており、ギフトの売上が夏場は前年比300%で推移した。年末商戦もそのようになる。大型店の復旧には半年以上掛かるので、それまでは変わらない状況が続く。年末商戦も早くから動き出すようなのでかなり期待できる。一方、衣料品が天候不順のため、苦戦している。
		スーパー（総務担当）	・客数や売上が前年を上回って推移しているものの、客単価はあまり変化がない。
		スーパー（経理担当）	・寒くなるにつれ夏場からの消費の改善は進む。
		コンビニ（経営者）	・客の様子からは景気が良くなっているような動きはみられない。
		コンビニ（店長）	・特に悪くなる要因も、良くなる要因もない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・近くに生鮮品を扱う中規模スーパーマーケットが開店する予定である。その影響は見当もつかない。客の流れが活発になるとコンビニエンスストアへ来店もあるが、どれだけ取り込めるかが課題である。
		衣料品専門店（店長）	・いろいろな催事を打つものの客足は遠のき、戻る気配がない。
		衣料品専門店（店長）	・景気は良くも悪くもない。
		衣料品専門店（総務担当）	・現状から変わる様子がない。
		衣料品専門店（取締役）	・衣料品に対するお金のかけ方が以前よりもシビアになってきている。持っている物で済ませる、できるだけ安いものを買う、そついう感覚の客が多く、とても豊かで満足のいく余裕のある生活ではない。
		家電量販店（店員）	・良くなる要素も悪くなる要素もみられない。このまま変わらない。
		乗用車販売店（代表）	・変わらない。
		住関連専門店（経営者）	・個人用住宅の建設はあるが、置き家具の買換え需要は減少している。相変わらず厳しい状況が続く。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・年末で売上額は大きくなるが、前年ベースでの改善は難しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格はやや上昇傾向だが、これからは寒くなり灯油の小売販売が見込みめる。例年以上に寒くなり、燃料油全般の販売量の増加に期待したい。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・緩やかな伸長傾向にあるが、今後2～3か月先については競合する店舗による影響もあり、見通しが不鮮明である。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・11月中旬まで高温傾向が続くという予想で、冬物の動きを懸念している。建値で販売できる期間が短くなるのは必至である。
		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）	・インバウンドの状況は変わらない。衣料品の動向も電子商取引増加もあり、急激には回復しない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・良くなる施策や対策が期待できない。
		都市型ホテル（副支配人）	・当地区は来春まで、イベントが毎週末、コンサートが平日に予定されており、すべて予約が入っている。更にインバウンドが戻っている。
		旅行代理店（企画）	・市場動向を確認中である。
		タクシー運転手	・ゴルフが増えてきているが今年あまり期待できない。
		タクシー運転手	・相変わらず続く野菜の高騰や石油の値上がり予想など、財布のひもを締める不安要素はあるが、当分当地のタクシー利用は堅調である。
		通信会社（営業担当）	・海外からの観光客数が減少傾向にある。
		ゴルフ場（従業員）	・年末に向けての予約は前年並みである。九州ふっこう割等を利用した客は微増である。観光地としての地場産業はあまり元気ではないため、景気が上向く材料もなく、年末までの状況が続く。
		競輪場（職員）	・前年同月比でマイナスの状況で安定している。
		競馬場（職員）	・前年から販売量が好調に推移しており、今後も特段傾向が変わる要素が見当たらない。
		理容室（経営者）	・12月中旬を過ぎないと客の動きが出てこない。10～11月は厳しい状態である。
		美容室（店長）	・客単価が少し上向いてきたが更に良くなることはなく、変わらない。
		設計事務所（所長）	・いつもと変わらない状況であるため、結果が出るこの先も変わらない。
		設計事務所（代表）	・良くなる材料も悪くなる材料もない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの金利上昇もあるが、補正予算で新たな補助金が決まり、今年度は現状維持が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・景気のよし悪しの指標が最近分がりにくくなっている。消費動向や貯蓄率等、物は売れるが原価率が悪いなど、景気としてはあまり良くない。
		スーパー（店長）	・客や商品の動向を見ても変わらない。
		スーパー（店長）	・低価格への傾向が強くなってきている。単価の下落がより一層明確になる。
		コンビニ（エリア担当）	・光熱費等の公共料金も増え、人件費増も重なり経費を押し上げており、収益の悪化が一段と深まる。
		衣料品専門店（店員）	・10月末でこれほど暖かいと、コート等の重衣料を定価で購入せずセールを待つ客が増える。最近厚いコートは着ないと言う客の声もよく聞く。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・若い世代が本当に使える金がないことを実感している。生活に関する経費は年々上がっているが、年金が破綻しつつあるなどネガティブな様子が満載である。
		スナック（経営者）	・例年9月は春以降客数が最も少なく10月は回復するのだが、今年はその傾向が見られず9月と同様の成績である。近隣の同業者も同じ傾向らしく景気の後退を感じる。
		観光ホテル（総務）	・熊本地震後、回復傾向の要因として挙げられる九州ふっこう割が12月には終了する。それ以降について、厳しい状況になる。
		タクシー運転手	・会社も驚くほど予約率が高く、売上も今年で最も良いが今後の見通しが立っていないので不安がある。
		通信会社（業務担当）	・下請をやっているが、数か月単位でインセンティブが少しずつ下落している。
		通信会社（営業）	・10月の販売量が振るわなかった。それが年末年始まで続く。
		音楽教室（管理担当）	・生徒が受験時期になり稽古ごとを控えている。
	x	商店街（代表者）	・来客数の減少とともに、消費者の財布と懐は非常に固くなっている。
	x	高級レストラン（経営者）	・10月よりは良くなるが、例年に比べると予約状況も非常に悪い。12月の週末は大きな宴会が入っているが、それ以外の平日はまだ動きが鈍い。熊本地震後、隣市は補助が出て宿泊客を多く誘致している。当市にも何かあれば良い。

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 (九州)		農林水産業（従業者）	・出荷量が伸びるので、景気は良くなり農家に金が回り始める予定だが、九州各地のピークと重なり、また今月の市況高止まりの影響もあり、一気に値崩れが起きる可能性を秘めている。
		農林水産業（営業）	・特需期になるので上向きになる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・主に自治体での防災に対する意識が高まっており、需要が生まれている。
		金属製品製造業（事業統括）	・具体的に東京オリンピック関連案件の動きが出始めた。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在の受注量が続くとしばらくは良い状態が続く。この先半年くらいは大丈夫という楽観的な見方ができる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・業種によって大きなばらつきがある。自分達の得意分野からそれに関連のある事業にチャレンジすることで活路を開いていくことが重要である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・年末までは輸出車両生産が好調のため、計画台数より増産が見込みめる。
		建設業（従業員）	・見積案件も大型物件がいくつかあり、その1つを受注した。工期も短く今期の売上になり、収益でも貢献できるので景気は良くなる。
		通信業（経理担当）	・下半期が開始する10月より年度末の受注計画に向けて、予定どおり動きが活発化する。
		金融業（従業員）	・熊本地震の影響が薄らぎ、住宅投資や公共工事が持ち直してきている。雇用面では、時間外勤務が増加しており求人数も増加している。
		金融業（調査担当）	・熊本地震による影響は払拭された。復興需要も本格化し、当地の企業にもプラスの影響がみられる。
		金融業（営業）	・世界的な需要減は底を脱した感があり、先の受注も少しずつ出てきている。年内には来年前半の受注を一定水準確保できる。
		不動産業（従業員）	・ホテル部門の稼働率が好調に推移しており今後も継続する。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・グループ補助金の影響により建築関連が非常に良い。まだ補助金がおいておらず、実際に降りると工事が始まりだして一気に景気は良くなる。建築を中心に全般的に景気が上向いてくる。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・業績も比較的安定推移している客先が多く、冬季賞与もあるので、身近な景気は良い。大手鉄道会社株式を買い付けた人や、事業を売却し創業者利益を得た人、株で利益を得た人など、景気が良い人が数人いる。
		農林水産業（経営者）	・11月は鶏肉の入荷が少なく工場稼働にも少し影響が出る。しかしスーパーマーケットや居酒屋向けに関しては季節感も出てきたため期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・今後の受注も期待できる。
		繊維工業（営業担当）	・社員を募集しても人が集まらない。賃金は上昇し、対応策がなかなか難しい。
		家具製造業（従業員）	・全体的には家具業界のホテル家具を生産しているメーカーは増収傾向だが、そうでないメーカーは前年とあまり変わらない。
		化学工業（総務担当）	・現状の需要が継続する見込みである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注も売上も従来どおりであるが、ガスや石油が上がるとマイナスになるので危惧している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・棚上げとなった引き合い物件が浮上することを待っているがその兆しが不明であり、他方面への営業活動を行っていきたい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今月の状況がやや上向いており今の状況が続く。
	精密機械器具製造業（従業員）	・先が見えない中、受注先からの要求に変化があり、先行きの計画が定まらない状況にある。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	・現状変わらず伸びの材料が見当たらない。中国、韓国、日本共に半導体関連の落ち込む状況が続いている。	
	建設業（経営者）	・見積件数が変わっていないため、この先も同じような状況が続く。	
	建設業（社員）	・官公庁の第3～4四半期の発注はピークを過ぎ減少するので、今のうちに受注したい業者は多い。とりあえずは年度末までを乗り切る。	

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
x		輸送業（従業員）	・倉庫に荷物を入れると保管料がかかるため、商品が海外から入るとすぐ問屋に売り渡しをするなど、各社できるだけコストがかからないようにしている。
		通信業（職員）	・来年度に向けて受注量アップの兆しは見えてきているが、2～3か月で大きな変化はない。
		金融業（得意先担当）	・景況感は現状程度を維持する。年末にかけて資金需要が活発化するが、企業の資金調達に関する動向を注視したい。
		金融業（営業担当）	・消費者に関わる物販について、年末にかけた大きな経済対策等はみられず、景気の改善は見込みめない。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・東京オリンピックや選挙等があったにもかかわらず、上期は前年をわずかに下回った。下期で回復する見込みもなく、当面は現状維持から微減を繰り返していく。
		広告代理店（従業員）	・10月の新聞折込枚数は前年同月比92%となった。この6か月間、前年同月比でほぼ10ポイントのマイナス状態が続いている。9月の中間決算は好不調の業種に大きく分かれた。折込業界では個人の消費動向が大きく作用する。消費が活発になれば企業は販売促進経費を削減し、当業界は停滞する。悪いまましばらく続く。
		経営コンサルタント	・年末に向けて各社とも現業に集中し、新しい企画を手掛けるところは少ない。
		経営コンサルタント（社員）	・低価格帯の酒は売れているが高価格帯の酒が売れていない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の設備投資計画や採用計画について、大きな変化がない。
		鉄鋼業（経営者）	・販売量はこれまでの受注量の増加に伴い好調だが、新規受注は減少している。このため年末にかけての販売量は減少する。受注物件を分析すると分譲マンションが少なくなっており、需要の減少が気掛かりである。
		輸送業（総務担当）	・最低賃金上昇に加え、労働力人口が減り、ますますパートタイマーの雇用環境が厳しくなっている。生産性を上げるための設備投資にも限界があり、今後も最低限確保すべき人員数は変わらないものの、人件費のみが上昇している。価格転嫁するにも、デフレの状況は変わらず、適正価格への値上げは難しい。利益を圧迫される厳しい状況である。
		金融業（従業員）	・家計は収入が伸びず財布のひもが固くなり、その影響で小売は年末商戦も伸びず、景気は悪くなる一方である。
		×	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・年末、年度末に向けて、さらに求人数は増加する。
		人材派遣会社（社員）	・年末が近づき、更に売手市場になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震から半年が経過し、解体・整地等が進んできたため、これから住宅の着工が本格化してくる。中小企業の持続化補助金も12月までの執行であり、広告等も活発化する。
		職業安定所（職員）	・熊本地震後の復旧で、建物の解体作業が進み建築段階に移行しており、関連業種に好影響が出る。
		民間職業紹介機関（社員）	・年末年始、年度末向けの依頼がある。
		人材派遣会社（社員）	・派遣の依頼内容では社員の育児休暇の補充が多く、長期的な派遣の展望が見込まれない。
		人材派遣会社（社員）	・お歳暮の受付や入力の仕事は、前年と同じくらいの求人数になっており、新規での依頼はない。新規増員よりも欠員での求人が多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・11～12月は年末の繁忙期の求人になるが、待遇面で競争力のない地場企業はますます人材確保が困難になる。
		職業安定所（所長）	・求職者が減り、新規求人が増える傾向は当面変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が過去最高となっており、これを更新し続けることはない。
		職業安定所（職業紹介）	・全体的に有効求人倍率が今後も高い水準で推移する。新規高卒求人数も増加している。
		民間職業紹介機関（支店長）	・求人数の伸び悩み、求職者・登録数の減少により売上が伸びない。一方で会社固定費が増大しており、収益を圧迫している。当分はこの傾向が続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・海外情勢によって変わってくる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・景気そのものと現在の求人数が直接関係があるとは明言できない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震の影響もあるが、外国人観光客の消費額が落ちている。百貨店や流通業の売上減が目立ってきた。
	x	-	-

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)		ゴルフ場（経営者）	・客単価、入込人数とも良好に推移している。予約状況を見ても、やはり前年、前月よりも良い方向へ動いている。
		百貨店（店舗企画）	・季節予報から、昨年以上に温かくなることがないと思われるので、衣料品の動きが回復傾向に向かうと予測している。免税売上も鈍化傾向にあるが、客数でカバーできている傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・種々のキャンペーンにより来客数が増加する。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今月の客室稼働率は前年同月実績を下回る見込みだが、現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月後の稼働率は前年実績を上回る見込みである。
		旅行代理店（マネージャー）	・年末年始旅行の予約や問い合わせが、近年よりも増加傾向であると考えられる。
		一般小売店〔菓子〕スーパー（販売企画）	・特にこれといった上下する要素が見当たらない。
		コンビニ（代表者）	・昨年あったプレミアム付商品券の影響が今月はあまり出ていないので良かった。今後もその影響はないと予測できる。客数と客単価へ影響する要因も考えられないので変わらない状況で続くと思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・客の動向は安定しており、しばらくこの状況は続く判断する。
		乗用車販売店（経理担当）	・今日は、例年と比べて暑い日が続いているためか、季節物の商品の売行きがあまり芳しくない状態が続いている。景気についても、まだ客の購買意欲を強く感じることはできず、景気回復は様子見だとみられる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・今後悪くなりそうな材料は特に見当たらない。観光を中心に良い状況は続きそう。
		通信会社（サービス担当）	・年末へ向け繁忙期に入るが、前年比でどうかは不透明である。大きく変動する要素は見当たらない。
		住宅販売会社（代表取締役）	・成熟社会、消費マインドの低下で消費者の財布のひもが固くなっている。
		住宅販売会社（営業担当）	・建築受注は良く、建築の手持ち工事は多いが、下請協力会社の人手不足が顕著になっている。工事の工期遅れが懸念される。
		通信会社（店長）	・住宅ローンの金利も最低金利を継続しており、客も時間をかけて建築計画をしている感がある。
		x	商店街（代表者）
	x	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・クルーズ船が入ったりすると客が来るが、なかなか商品を買うまでには至らない。特に婦人衣料等が大変売れなくて、困っているようである。国の一部は景気は良い方向に向かっているという情報もあるが、末端の商店街は日々、売上が上げられず、危機感を持っている。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新規事業はまだまだ、売上など数字は出ない状況である。在庫や投資の試験段階で、在庫一掃を進めながらネット販売等売上環境も構築中である。当面は厳しい状況が続く。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・求人は超売手市場のため、賃金がどんどん上がっていく。売上がついていけば問題ないが、実際は平衡状態なので利益が出にくい。人手不足を補うため、機械化をすすめている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		輸送業（代表者）	・公共工事の大型物件端境期のなか、離島でリゾート関連の民間大型工事が動き出している。ただ、7月から集中している台風の影響が懸念される。
		食料品製造業（総務）	・年末に向けての季節要因からすると確実に今月よりは良くなるが、前年同期比でみるとそれほど変わらない。

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
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共工事向けが年末にかけて発注の見込み。
		建設業（経営者）	・競合が増えて価格競争に陥るので、受注には結び付かない。
		輸送業（営業）	・県外荷主の新規参入など、相談件数はかなり増えているが、人員不足が続いており新規での業務拡大は厳しい。残業も社会的問題となっており身の丈に合った荷主への絞り込みも必要と思われる。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促活動は、当然ながら業種・業態によって違いはあるものの、県外企業、あるいは海外企業との競争が激化するなかで、交付金などの助成事業の活用がなければ厳しい状況が続いている。
		コピーサービス業（営業担当）	・受注量が減ってきている。この先、増える見込みも無い為やや悪くなるとみられる。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		学校〔専門学校〕（就職担当）	・早くも次年度向けの就職サイトがオープンするなど、活気が感じられる。
		人材派遣会社（総務担当）	・派遣先企業も人材確保のために直接雇用へ切替えを依頼されることが増えている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・2～3か月後には求人数が減少する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大学では後期が開始し、求人数が活発化することを期待しているが、特段伸びている感じはなく、むしろやや予想を下回っているようにみられる。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・12月までは求人件数は減少するものとみられる。1月に入ると大幅に件数が増加する傾向にある。
	x	-	-