

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（ - : 回答が存在しない、_ : 主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------------------|----------------|--|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | 商店街（代表者） | ・気温による影響が大きいと思うが、防寒衣料のバーゲン品がいつまで続くかにかかってくる。また、春物への切替えがうまくいけば、2月は雪まつりによる人出もあるので良くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・観光入込が前年よりも良いことから、2～3か月先についても期待できる。 |
| | | スーパー（店長） | ・5月にオープンした競合店の影響から9月までは低迷していたが、10月に入り、別の競合店が閉店したことにより、その店の客が流れてくるようになり、大きく売上を押し上げている。この傾向はまだ続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・大型工事需要が見込まれており、短期的には現場労働者による売上増加の気配が感じられる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・来客数が減少しているが、それ以上に客単価の増加が堅調である。ガソリンの値上がりにより、一度の来店で購入物を済ませようとする傾向が強まっている。 |
| | | 家電量販店（地区統括部長） | ・パソコンの新OSウインドウズVISTA搭載の機種が発売に加えて、各メーカーの薄型テレビのラインアップも増えており、パソコンや薄型テレビの買換え需要が期待される。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・地元客の動きが良くなく、入込数については多くは望めないが、宿泊単価の高い、本州からのツアー客、海外客、インターネットによる予約客が安定している。ただし、宿泊単価の現状以上の大きな伸びは期待できない。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・食べる、観る、体験、癒し、スポーツなどをテーマに観光宿泊施設の相互協力が出てきていることから、来道者数の減少に歯止めが掛かり、今後は増加してくることが期待できる。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・今月前半はある程度売上が良かったが、結果的に前年を下回った。売上が落ち込むのは2か月連続であり、これから繁忙期を迎えるが、現在の一進一退の状態が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・節水型洗濯機、省エネ冷蔵庫などの高機能や環境配慮をうたった商品、有機野菜、100%ジュース、特定保健用食品などの健康商品は高価格にもかかわらず、堅調な動向を示している一方、ヒット商品に乏しいことから、全体としては変わらないまま推移する。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・地方の市町村は来客数、買上点数などに明るい兆しが出てきているものの、札幌圏は競争の激しさから価格低下の傾向が続いており、来客数、買上点数が伸び悩む店舗が散見されるなど、地域間の格差がみられる。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・地上デジタル放送の開始を来年に控え、比較的売れていた液晶テレビの買い控え傾向が強まっている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・2～3か月先の予約状況を見ると、例年とほとんど変わらない動きをしている。また大きな変化を及ぼすようなイベントも見当たらないので、しばらくは平年ベースで推移する。 |
| | | その他レジャー施設（職員） | ・月間の利用者数は安定しており、冬期間にこれ以上増える要因が考えにくい。 |
| その他サービスの動向を把握できる者 | 美容室（経営者） | ・必要なものしか購入しないという傾向が顕著になってきており、今後についてもあまり変動がないように感じられる。 | |
| | 設計事務所（職員） | ・不需要期に入るため、特別な要因がない限り前年並みの水準で推移する。 | |
| | | | ・北海道と比較されやすい九州でも地域格差が大きく、自動車や電器関連企業の生産施設のある地域が好調と聞く。これらの産業と縁が少なく、独自の好況産業を持たない北海道の景気回復は難しく、先行きについても厳しいまま変わらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------|----------|-------------------------|---|
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・所得の減少という背景に加えて、レストラン等の雇用面での影響もあり、持家に対する意識はやや低下しており、今後もこの傾向が続く。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・景気が良いと言われているが、消費者には実感が無いというのが本音である。中小、零細企業の多い地方都市のサラリーマンは給料が下がったまま上がらず、ボーナスの支給もゼロないし減額との声も多い。灯油の高騰も影響が大きく、今後も生活防衛意識は強いまま変わらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・各業者との取引条件の変更によって、勝ち負けが明確になってくる。大手スーパーの出店が地方を中心に止まらない一方で、地元スーパーの淘汰が進み、競争がより厳しくなる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・これからの北海道は希望の持てる話題が少なく、暗い話題が多いので、今後も景気が良くなるとは考えられない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・客の購買意欲は低いまま変わらない。北海道は特に厳しく、売上単価も伸びてこない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・国内旅行、海外旅行共に家族旅行の申込が前年よりも減少しており、回復の兆しがみえない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・客の出控え、買い控えが更に進んでおり、先行きについても厳しい。 |
| | | タクシー運転手 | ・札幌は、国土交通省からタクシーが供給過剰である特別監視地域に指定されたが、新規事業者や既存事業者の増車はまだまだ続いている。11月の個人タクシーの新規許可の試験でも前年より多くの方が受かっており、個人タクシーもまだ増えたと聞いている。利用客が増えない状況で、タクシーの台数だけが増えており、供給過剰による過当競争がますます進む。 |
| 悪くなる | | | |
| 企業動向関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 家具製造業（経営者） | ・企業業績の好調を背景にオフィスのリニューアルが進んでいる。また、マンション需要も拡大している。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・これまで燃料が高値安定しているため収益を圧迫していたが、燃料が下がり気味となってきていることから、それが寄与して今後については良くなる。 |
| | 変わらない | 輸送業（営業担当） | ・原油の高騰も落ち着き、値下がりがし始めていることから、若干ではあるが消費拡大傾向となる。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・企業収益は原油価格高騰に伴う原材料価格の高騰によって圧迫されている。観光関連は、豪州からのスキー客でニセコがにぎわいをみせることが見込まれるが、個人消費は公務員の給与削減や灯油価格の高騰がマイナス要因となり、正月商戦などはさほど期待できない。総じて景気は横ばいで推移する。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | ・談合の摘発などにより、受注価格が一層低下する恐れがあり、そのしわ寄せが生じてくる。 |
| | | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員） | ・客先の受注見通しに明るさが見えず、停滞感が強い。受注単価の低下もみられ、景況感が好転するという兆しは感じられない。 |
| | やや悪くなる | 出版・印刷・同関連産業（役員） | ・夕張市のように多くの市町村の財政が極めて厳しくなっており、人件費の圧縮、公共料金の上げが生じてくる。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・燃料価格の上昇が収益を圧迫している中、物流量が減少するこの時期に、一部業者の中にダンピング受注が出始めたことから、収益に悪影響が出る懸念される。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・ここしばらく会社の業績や身の回りの景況感に、緩やかな拡大もしくは横ばいと感じる数値や印象があったが、業績数値の減少など、最近はその陰りに感じるが増えてきた。 |
| 悪くなる | | | |
| 雇用関連 | 良くなる | 学校〔大学〕（就職担当） | ・2～3か月後には今年度の採用が終了しているが、今年度の欠員が来年度の採用に加わることになると見込まれる。 |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・北海道文化遺産のばんえい競馬が、12月開催で廃止されることが決まっている。従事者約250名が失業することになり、先行き不安が広がってくる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|---|
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・大規模商業施設オープンの前定なども少なく、求人が大幅に増加する要因はあまり見出せない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・今年に入ってから、求人数に大きな変化はみられず、安定している。人手不足感はあるが、景気上昇によるものではなく、労働市場でのミスマッチが原因であるとみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数の増加傾向は止まり、毎月の増減がみられる状況となっているが、新規求職者数は前年から毎月平均して2%台での減少が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数の減少幅が小さくなってきている。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・年末年始商戦が終わると、サービス業も含めて企業活動は停滞することが見込まれる。それに伴い販売関係の人材ニーズが減少し、商品が動かなくなるため、倉庫業などでのパート・アルバイト需要も停滞する。飲食店においては増員はないものの、人材の入れ替わり需要が継続すると見込まれる。 |
| | 悪くなる | - | - |

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|--------------------|---|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 百貨店（売場担当） | ・これからお歳暮、大型催事など、客の動員が図られる行事が目白押しで、広告も大々的に行われ、反響も大きくなっている。ボーナスが入ることもあり、土日の集客も上向いている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・9月にオープンした大型ショッピングセンターの影響が落ち着き始めているため、これからの春物商戦には期待が持てる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・ボーナス商戦が始まり活性化する。ただし、液晶テレビ、プラズマテレビなどは単価が下がってきており、販売量でいかに補えるか、加えて関連商品をいかに売るかによって売上に影響してくる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・新型車効果に併せて回復見込みの冬のボーナス効果で、ようやく個人ユーザーの購買意欲がそそられる。前年のような雪害がなければ順調に商談ができる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・サービス部門はスタッドレスタイヤの売行きが前年よりも好調に推移している。新車部門もガソリンが若干値下がりしたことで、これからの繁忙期に良い兆しがみえてきた。 |
| | | その他専門店〔化粧品〕（経営者） | ・客の動きは一進一退であるが、寒くなり雪が降れば、防寒物が期待される。急激には変わらないが、細かい対応により徐々に客の流れが戻ってくる。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・冬物があまり動かなかったこと、及び、秋の衣替えの意識が薄くなってきたことから、春先では人の動きが活発になることもあり、持ち越されていたものが一気に動き、モデルチェンジが進む。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・鉄道会社のキャンペーンによる集客効果が表れる。12月に公開される、地元を舞台にした映画によるアナウンス効果も期待できる。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・前年の12月の予約よりは、やや先行予約が多い。多少は売上増が期待できる。飲酒運転撲滅の気運が高まり、「飲むなら一泊したほうが気楽」という心理が影響しているとの見方もある。市街地の居酒屋では飲酒運転の厳罰化で売上が減少しているとのことである。 |
| 変わらない | 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） | ・個々の商店が自力での客寄せがなかなかできないので、どうしても「外商」に走っており、ますます商店街に客の足が向かなくなる。 | |
| | 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） | ・所得環境が大きく変わらないため、個人消費は一進一退の動きが続く。今後も引き続き天候に左右される状態となる。 | |
| | 百貨店（広報担当） | ・冬のクリアランスセールも終わり、春物の展開が本格化してくる時期となる。最近の傾向として、セール直後には「買い気」が沈静化すること、また、季節初めの消費は慎重であることから、急激に個人消費の動向が改善することは考えにくい。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|--|
| | | 百貨店（営業担当） | ・ギフト需要に明るさはみえるものの、主力の衣料品にさしたるプラス要因を見出せずにいる。気候に多分に影響されそうで、力強さは感じない。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・賞与を含め所得水準が上がらない。これから冬本番を迎えるのに、ガソリン代、灯油代が高止まりしているなど、好材料に乏しい。 |
| | | 百貨店（販促担当） | ・宝飾品、美術工芸品といった高額品が堅調なだけに、ユーロ高によるブランド品の値上がりが消費マインドに水を差している。前年の寒波により防寒衣料がたんす在庫となっているため、買換え需要に期待は持てない。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・食品部門の競合状況が変わらないため苦戦が続く。アパレル関係は天候次第の面もあるが、急激な上昇はない。一般的な経済情勢からも個人消費が急に上向きになることはない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・ここ半年間の傾向と前年同月比の伸び率は若干のプラス状態で変化がみられない。新潟県中越地震からの復旧もほぼ終了しており消費改善の余地はない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・多少景気が良くなったとしても、食料品に関しては、ぜいたく品を買い求める、というような極端な変化は考えられず、比較的堅調に推移する。洋風化、個食化などという消費トレンドの変化はあるかもしれないが、全体量は変わらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・年末商戦に向けて価格競争がますます激化する。いざなぎ超えというが、この地方では全く景気回復を感じられず、格差の大きさが話題になっている。まぐろなどは単価が上昇している。 |
| | | スーパー（店長） | ・ボーナス商戦に期待したいところだが、支給を減らされる会社や支給されない会社が多いと聞いており、厳しい状態は続く。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・来客数が落ち込んでいるものの、客単価は101%と微増で堅調である。デザートでも値段にこだわらず、高単価のものが動いている。サラダも郊外型店舗や住宅地立地店舗では売れないような高めの商品が都市型の当店では売れているのが特徴である。米飯に新しいヒット商品が出れば客足が戻る。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・景気が良くなっているのは一部の大企業や首都圏、中京などの一部の地域に限られる。企業の業績が良くなっても個人の所得は増えていないので、店頭での販売は伸びない。また、コンビニ以外の他業種との競合も厳しくなっているため、この先もあまり変わらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・夜の繁華街の人も少なく、年末の需要時も厳しさが見込まれる。クリスマスイブが日曜日であるため、ケーキの販売も前年より大きくダウンする。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・大企業、金融機関などは空前の利益を出しているようだが、地方の中小企業は厳しさが続いている。地方においても職種による格差が出ている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・冬のセールも終わり、春物の立ち上がりの時期になるが、雪との戦いに疲れてまだまだ春気分にはならない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・団塊世代のスーツ需要の縮小、防寒着需要の縮小により、今後の売上は厳しい。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・消費者の購買意欲は上がっているように感じるが、個人の所得が増えていないという話が多い。「景気が良いのは大企業だけではないか」という話がちまたではささやかれている。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・前年の今ごろは連日の大雪であったにもかかわらず創業以来の好成績だったので、前年比横ばいでも上々である。何とか歳末商戦を好発進させたい。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・天候の長期予報は暖冬であり、冬場の需要が減少しそうである。価格競争が予想されるため収支状況が厳しい状態が続く。平年並みの天候になれば回復は難しい。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・来客数は前年並みだが客単価が下がっており、売上では前年を下回る状況が続く。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・年末はクリスマスなどを中心に若い客も増えるが、年明けは厳しい状況が予想されるので、トータルでは現状の悪い状態が続く。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | | |
|-----------------|--|---|---|----------|---|
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・新聞報道によると賞与の支給額が前年より増えるという予想も多く、景気回復が期待される反面、株価が低迷しているため大きく変わらない。 | | |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・企業進出のニュースがある一方で、それ以上に倒産、撤退する企業も多く、また、人口減少も進んでいることから、この先に希望が持てる雰囲気がない。月々の入込が一時的に増えたとしてもモチベーションが上がらない。 | | |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・恒例だった大手ゼネコン、社団法人の大型新年会が中止になった。また、婚礼の新規受注が現時点ではゼロである。 | | |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・需要は増えているが、それ以上に競合他社の進出が増えているので、既存の企業の売上は厳しい状況である。 | | |
| | | タクシー運転手 | ・来春の新卒で就職活動中の乗客の話では、実際の内定率は50%程度で、女子は特に厳しくなかなか内定がもらえないようである。雇用側もかなり厳しい状況がうかがえることから、景気の回復には至らない。 | | |
| | | 通信会社（営業担当） | ・好景気というが、青森では全く感じられない。一部建設企業から上向きと聞くが、その受注は仙台などの大都市からで、その他の東北からは少ないとのことである。 | | |
| | | 遊園地（経営者） | ・暖冬で推移しそうであり、閑散期ながらもある程度の来客数は見込まれる。ただし、基調が変わるまでには至らない。 | | |
| | | 美容室（経営者） | ・ボーナスへの期待はあるが、個人の収入が増えるような話は客から聞かれない。急激な変化はなく、しばらくは厳しい状態が続く。 | | |
| | | やや悪くなる | | 商店街（代表者） | ・ボーナスの支給額が若干上がるにしても、これまで取り崩してきた預金の穴埋めに回り、消費支出増にはつながらない。 |
| | | | | 商店街（代表者） | ・低価格商品、大型店に消費者の目が向いている。 |
| 商店街（代表者） | ・9月に郊外型大型店、10月に大型スーパーが開店し、12月には別の中心商店街に大型ショッピングセンターの開店が予定されており、年末年始商戦に大きな影響が出ることは必至である。 | | | | |
| スーパー（経営者） | ・競争激化により、客の買い回りが進む。また、灯油価格が前年より上昇しているため、他の消費支出が節約される。 | | | | |
| スーパー（店長） | ・大手ショッピングセンター開店後の影響が週末に顕著に出ている。また、12月中に競合店が二次商圏内に1店、郊外に1店の進出するので、影響がある。 | | | | |
| 衣料品専門店（経営者） | ・2、3か月先は冬物バーゲン、処分セールの際に当たるが、今の時期に売れていないことからして、必要でないものはいくら値段を下げてもらえない。 | | | | |
| 家電量販店（店長） | ・販売数量、販売単価共に低下傾向にある。 | | | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・冬のボーナス支給増が見込めず、逆に灯油代など生活支出は増える状況で、車の販売市場が上向き期待は全く持てない。一方で、保有期間の長期化に伴い、車両整備、修理などのサービス需要は増える。 | | | | |
| 住関連専門店（経営者） | ・個人所得は伸び悩みが続き、消費意欲は回復しない。特に耐久消費財については伸び悩む。 | | | | |
| その他専門店〔呉服〕（経営者） | ・農家の人は収入が減っている。また、高齢者の年金も上がらない。したがって、支出を抑える動きになっている。 | | | | |
| その他専門店〔靴〕（経営者） | ・暖冬傾向であり、前年よりは厳しくなる。 | | | | |
| 悪くなる | | スーパー（経営者） | ・競合の出店があるほか、青果物が値下がりしている。 | | |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・暖冬傾向であり、防寒系のコート、アウターなどを目的とする客が買い控える。 | | |
| 企業動向関連 | 良くなる | | | | |
| | やや良くなる | 繊維工業（総務担当） | ・急激な上昇は望めないものの、海外生産から国内生産へ切替えるところが出始めている。特に、中国の上海では加工賃金が上がりつつあるようである。 | | |
| | | 輸送業（経営者） | ・原油が値下げ傾向にある。また、輸送量の増加を見込んでいる。 | | |
| | 変わらない | 広告代理店（従業員） | ・不動産、流通、観光の分野で期待できる。 | | |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・年度末は例年受注が多いが、本年は取引先から在庫調整の声が聞かれ、従前とは様相が違ふ。財務体質の改善が遅れた中小企業は、当分厳しい状況が続く。一方で、自動車関連の部品加工は強気の会社が多く見受けられる。 | | | |

| 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 |
|--------|----------|----------------------|--|
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・現在よりも上向くという状況はすぐにはないが、良好な状態が継続する。 |
| | | 建設業（従業員） | ・民間の設備投資はおう盛であり、受注量の確保は見込めるが、公共工事落札額の極端な低下により、質的にはかなり厳しくなっており、この状況は当分継続する。 |
| | | 建設業（企画担当） | ・ここ数か月の見積参加件数に大きな変化はないが、公共工事は低落札でなければ競争に勝てない状況が続いており、受注できたとしても損益的には厳しい。一部民間の設備投資が活発ではあるが、職人の首都圏集中などによる人手不足やコストアップが気掛かりである。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・取扱件数が横ばい状態で、新規の扱いが見当たらない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・受注量は増加傾向にみえるが、価格や条件面をみる限り厳しい状況であり、先行きについては楽観できない。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・業界が活性化しているときに多くなる求人チラシはほとんどなく、携帯電話の部品組み立てなど特定の業種に限られている。また、求人があったとしても関東、関西方面からのものだったりすることから、ここでも地域格差を感じる。 |
| | | 公認会計士 | ・電子部品の製造などは好調な受注でフル生産が続いている一方で、都市型ホテルでは、婚礼、宴会の予約が伸びず苦戦しているなど、全体的には景気の好転が実感されない。 |
| やや悪くなる | | その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者） | ・通常よりも安い商品ばかりに引き合いがあり、利益になるような定番商品が売れない状況が続いている。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・市場での販売価格が下落しているにもかかわらず、灯油、軽油をはじめとする仕入価格が高値で推移している。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・紙や石油の値上がり分を自社で背負うため、収益が大きく落ち込んでいる。印刷業全体がそのような状況になっている。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・消費が沈み込んでくると広告業界は影響が大きい。年末にかけての新聞、テレビなどの申込が少ない。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・得意先は広報、宣伝活動に積極的な様子がみられない。 |
| | | 経営コンサルタント | ・好調を続けていた工場向け部品商社の販売が徐々に下降を始めた。景気のピークアウトを予想させる。 |
| 悪くなる | | コピーサービス業（経営者） | ・売上、販売量は前年を下回っており、値引き交渉も厳しい状況におかれている。この状態が続けば来月以降はより厳しくなる。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・「ふじ」りんごの注文は前年より1割程度多いが、突風により大量の落下被害があり、りんごそのものが少ないため、その注文に応じきれない。 |
| 雇用関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・これから年度末にかけては建設、設計などでもう一段の活況が期待できる。番号ポータビリティ制度の動向によっては携帯電話関連も期待できる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・東京資本の郊外型流通業の進出で大規模な雇用が始まりつつある。それに呼応して下請の地元企業も活性化すれば景気が上向きになる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人数は増加しているものの、雇用者側の動きは、正規社員ではなく非正規社員（派遣、請負）を採用する傾向に歯止めが掛かっていない。 |
| | 変わらない | 職業安定所（職員） | ・管内企業のヒヤリングでは、仕事量は多くなっているが、原材料の上昇により収益が圧迫されており、また、競争激化により価格に転嫁できないとのことである。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・季節的に経済活動が弱まり、求人数が減少する時期となるが、求職者も減少傾向にあることから、特に厳しい状況になることはない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求職者数が毎月、前年同月を下回っており、その面では景気回復を感じさせるが、新規求人数が伸びてこないため、実感がわかない。また、これから冬季に入るため求人は減少してくる。 |

| 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 |
|----|----------|-----------|---|
| | | 職業安定所（職員） | ・管内主要産業の動向は、食料品製造業で原油高により輸送コスト等が上昇しているが、雇用への影響は特にはない。工作機械製造業で多くの受注により生産ラインは全面稼働して残業が多く雇用の不足感を感じている。全体的には雇用の過不足は適正となっていることから、正規社員の大幅な増加は当面見込めない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人、求職共に減少しているため、有効求人倍率は横ばいで推移する。 |
| | やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・新潟県中越地震の復旧工事は大半が今年度中に終了する。降雪地での作業は12月中にも終了するので、建設業を中心に人員削減が懸念される。 |
| | 悪くなる | - | - |

3. 北関東（地域別調査機関：（財）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 | 良くなる | コンビニ（経営者） | ・年賀状なども動き始めており、師走の声を聞いたら年末年始に必要な物が動き出すとみている。また、当地域では風邪がはやり始めており、マスクやのどあめといった物も動き始めている。物入りの時期が近づいてきたので、こまめな品ぞろえで売上を拾っていけば期待できる。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・必要に迫っての購入でも、客の購入意欲がみられるので年末商戦は期待できそうである。 |
| | | 衣料品専門店（販売担当） | ・このまま自然に気温が下がってくれば、比較的好調であった11月の流れがそのまま年末年始まで続くかという期待感がある。天候次第で極端に変わることもあるが、客の流れ、消費行動がいくらか積極的になってきている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・高額な新型車が発売になるので、その販売台数分は増益になる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・量販の新型車の投入があり、販売量の増加を見込んでいる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・量販店を中心とした年末商戦の地上デジタル対応テレビの売行きにより、来年の消費動向がつかめる。民放テレビ局で地上デジタルのCMを流し始めたことが追い風となり、今後のテレビ購買につながるとみている。 |
| | | 遊園地（職員） | ・遊園地隣接地に新しい温泉施設がオープンしたので、やや良くなる。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・不動産が動き出したような感じがするので、少しは景気が良くなってきている。 |
| | 変わらない | 百貨店（売場主任） | ・この冬は暖冬傾向にあるようだが、ウォームピズも2年目を迎えて定着しているので、おしゃれ性を追求した提案をしていきたい。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・ショッピングセンター出店の影響を受け、オープン後半期間は来客数が減少する。これ以上悪くなるということはないが、悪い状況が続く。 |
| | | スーパー（統括） | ・売上は好調だが、安売りの影響で利益面は厳しい。まぐるやたこの価格が上がると水産商品で利益が取れなくなりそうである。年末を前に不安要素はある。 |
| | | コンビニ（店長） | ・客は必要最低限の物は買うが、プラスアルファの部分については、興味がある場合は買っていくが、興味がわかなければ何も買わない。景気自体はそんなに悪くなっているような気はしないが、今の状況は今後もあまり変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・今まであまり出てこなかった新車の商談が少し増えてきているが、全体的な販売量はまだ少ない。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | | ・以前と比べて車の売行きが悪く、11月は特に少ない。このままの状態が12、1月と続く見込みである。同じ状況であった昨年は展示会を大幅に増やしたが、今月開催しても来月、再来月は良くなるらない。 | |
| | 住関連専門店（仕入担当） | ・特別割引セールで11月の数値は確保したが、その余波が12月にあるのは必至で、厳しい年末が予想される。 | |
| | その他専門店〔携帯電話〕（営業担当） | ・新年を迎え、携帯電話の売上台数は現在より伸びる見込みだが、会社が喜べるような潤い方にはならない。 | |
| | 高級レストラン（店長） | ・年末や新年に向けて販促を行っているが客の反応が鈍い。また、ランチタイムのサラリーマンやOL客が減少しており、今後にも多少の不安がある。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------|---|
| | | 観光型ホテル(スタッフ) | ・予約件数、客単価が伸び悩んでおり、宿泊客が減少している。 |
| | | 観光型ホテル(スタッフ) | ・年末にかけての状況は悪くはないが、年始からの入込が現時点で白紙に近いような状態である。すべては今後の集客次第ということになるが、あまり明るい見通しはない。 |
| | | 旅行代理店(副支店長) | ・都心、中心部と人口の多いところの街角調査もよいが、人口密度の少ない地域の調査も必要かと思われるくらい、新聞等の報道は格差感がある。地域、都心に関係がなく、景気が良いのはほぼ大手企業の話で、他すべての業種の中小企業との格差はかなりある。これから更にその格差は広がり、旅行会社も大手企業の一人勝ちとなりそうである。先の景気については、農家の収入、雪の状況によるものの割合が多いので判断できないが、現状とあまり変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・12、1月は忘年会や新年会で少しは動くが、時期が過ぎればまた利用客は少なくなる。 |
| | | ゴルフ場(副支配人) | ・今のところ、11、12月の引き合いはあるが、1月以降の予約の引き合いが途絶えている。季節的なこともあるが、先行きについては不透明である。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | ・売買に関しては、急激な地価の変動がないようなので変わらない。 |
| | やや悪くなる | 商店街(代表者) | ・周辺に空き店舗が増え、人通りが減っている、年末年始の繁忙期も期待できない。 |
| | | 一般小売店[青果](店長) | ・今月近隣に大型百貨店がオープンしたため、人の流れがまるっきり変わってしまい、売上が20%程度減少している。今後この流れが続くのではないかとみている。 |
| | | スーパー(経営者) | ・売上のなかで特売品の構成比が高くなっており、最近特に必要な物だけを買ひ、余計な物は購入しなくなってきているような感じがする。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | ・今年は気候が暖かく、セーターやジャケット等の冬物衣料の出足が大変遅くなっている。今後気温が下がったとしてもバーゲン時期に入るので、それほどの利幅を取ることができず、経営上は非常に苦しい状態である。 |
| | | 衣料品専門店(統括) | ・本来、暮れから正月にかけては購買意欲の増す時期になるが、11月初め周辺地域に大型ショッピングセンターが開店し、来年3月には市内に大型商業施設がオープンする。現在、中心商店街の通行量はめっきり減っており、輪をかけてまた来客数が減るのではないかと心配している。景気回復は望めない状況である。 |
| | | 家電量販店(店長) | ・商品単価の上昇分だけでは、売上の確保が危ぶまれる。来客数が増加しないことには安定した伸びを期待できない。売上確保の柱としている薄型テレビやDVDレコーダー、冷蔵庫、ドラム型洗濯機などの単価が著しく低下しているため、商品のセット販売を勧めている。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | ・景気は良くなってきているのだろうが、先がみえないために消費状況はあまり良くない。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・この先忘年会などのシーズンに入るが、飲酒運転が厳しくなるなか、特にスナック等、夜のみの商売は大変困っているようである。 |
| | | 一般レストラン(業務担当) | ・12月の忘年会予約件数は前年並みだが、料理単価が下落しており、1件当たりの参加人員も前年比で15%減少している。1~2月の新年会予約は出足が遅く、数字を読みづらい。飲酒に対する警戒感から、酒を飲む夜の宴会は敬遠されがちである。 |
| | | スナック(経営者) | ・忘年会の動きが低調で、宴会需要も先細りの感がある。客単価は悪くないので景気の良い客はいるようだが、多くはならない。 |
| | | 観光型ホテル(経営者) | ・閑散期に入ることと、前年と比較しても先行予約数が低いことが理由である。 |
| | | 都市型ホテル(経営者) | ・当地区に工場のある大手電機メーカーのリストラ発表があり、宿泊者が減少する中での再リストラで、宿泊数の減少も見込まれる。また、同社のスポーツ大会など、大型団体が「事情により中止」となり、飲食店等も影響を受ける。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | ・季節のイベント的な需要に左右されるため、忘新年会が一段落すると歓送迎会までは谷間となる。宿泊は新規競合店を意識して価格を下げたことが影響して伸び悩んでいる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------|------------------|---|---|
| | | ゴルフ練習場（経営者） | ・原材料の値上げにより、製品全体が値上げ傾向にあるが、製品に値上げ分を転化できないので利益率が段々悪くなる傾向にある。 |
| | | 美容室（経営者） | ・当地方ではボーナスの出ない企業が増えており、出たとしてもさほど多くの額ではない。そのため美容院の売上も減少している。今までいた正月の着付け客はぐっと減っており、成人式は違う業者が出てきている。正月といっても売上が増える見通しは考えられず、例年右肩下がりというが、売上がどんどん減っている。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・仕事の情報量が減っているということは、景気が下がっていく兆候である。 |
| | 悪くなる | スーパー（経営者） | ・来年早々、既存店周辺に新たな競合店が2店舗出店予定である。更に競争が激化する。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・世間で騒がれている飲酒運転撲滅の気運が高まってきていることから、会議や懇親会を行ってもソフトドリンクにとどめるなど、宴会関係、レストランの売上が悪くなっており、危惧している。 |
| | 企業 動向 関連 | 良くなる | 不動産業（管理担当） |
| やや良くなる | | 食料品製造業（営業統括） | ・大河ドラマの放送を控え、県や商工会議所が先に立ってキャンペーンを打っており、効果が徐々に現れてくるものとみている。12月から地元の城をイルミネーションで演出する予定で、観光客の増加が期待できる。 |
| | | 食料品製造業（製造担当） | ・まだ本格的な寒さになっていないが、これから冬本番を迎えていくので鍋物や煮物などが動き始めると見込んでいる。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・年末に向かい前年並みの物量は確保できそうであるが、特に輸送の確保について、協力会社のコスト削減で予備車、予備人員が減ったため、必要な時に必要な車両が確保できるかが心配である。 |
| 変わらない | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・前月まで良かった受注量がかここきてかなり減少している。特に印刷業界では年賀状の減少ということがある。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・例年この時期は受注の谷間に当たるため、急な特注がない限り良い判断材料はないが、ネット販売商品を拡大することで期待はしている。 |
| | | その他サービス業〔放送〕（営業担当） | ・スポットコママーシャルは下げ止まり増加に転じてきているが、利益率の高いタイムコママーシャルが官公庁を中心に3%程度減少する見込みである。イベント受注は不透明な状況にある。 |
| やや悪くなる | | 一般機械器具製造業（生産管理担当） | ・毎年、冬場に増産傾向にある自動車の四輪駆動車向け部品の動きが思わしくなく、他の業界の仕事でマイナス分をカバーしており、十分とはいえない状況が続く。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・海外調達を理由に取引先の注文量が激減している。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・年末年始に向けた販促がここまで低迷しているということは、それ以降、春までの伸びが期待できるはずがない。 |
| | 経営コンサルタント | ・まだ暖かいため、秋冬物の消費が本格化していない。年末年始の個人の買物動向がかぎであるが、上昇を予測させる要因に乏しい。 | |
| 悪くなる | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | ・取引先の主要メーカーが減産基調に入っている。前年比でも、ここ3か月は10～15%の売上が減少する見込みである。原材料価格は上昇基調に入っていることから、この11～1月については減収、大幅減益で非常に厳しい状況である。 | |
| | 建設業（総務担当） | ・10月より新年度であるが、安値の受注しか確保できない。一つ一つの工事目標利益を確実に上げられる体質を作りあげないと、企業の存続が難しくなる。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 職業安定所（職員） | ・求職者が減少し、求人数がやや増加している。管内主要企業において雇用調整を行わない企業が増加しており、期待している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人数は前年比プラスの状態が続いており、求職者数もやはりマイナスの状態が続いているので、先行きは良くなるのではないかとみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人数全体に占める正社員求人の割合は低いが、微増ではあるものの増加傾向を示し始めている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|--|
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・ 役所と民間のホテル等の仕事をしているが、当地域の役所の予算が10～15%程度下がるのではないかとということで、予算取りの依頼では下げてくれといわれている。同業他社に聞いても、景気が良くなったといわれているがなかなか身に染みては分からないという話が多い。 |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・ これから年末年始に向かって小売業、流通サービスなど、スポット的にパート、アルバイトの求人広告が増えてくるが、季節的な増加に過ぎない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・ 大量解雇を控えており、その分新規求職者が増えるという背景がある。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・ 求人をけん引する大手企業、中堅企業において、良い数字が見込め投資に積極的な企業、業績予想が芳しくなく全てに控えめの企業と、まだら模様の様相を呈している。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（経営者） | ・ 毎年同じことだが、この時期は仕事が少し忙しく、12月を過ぎるとあちこちの会社で仕事が急に暇になる。 |
| | 悪くなる | - | - |

4. 南関東（地域別調査機関：（財）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 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 一般小売店〔CD〕（営業担当） | ・ 売上の低下は底を打った感があり、今後は上昇していく。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・ 冬物衣料や雑貨は、暖冬傾向から前年と比較して苦戦が予測されたが、気温に関係なく動いており、客のトレンドアイテムへの関心の高さを実感する。また、宝飾時計等の100万円超の高額品の計上が高伸びしており、最繁忙期に向けて盛り上がり期待できる。 |
| | | スーパー（統括） | ・ 食品を扱っているが、基本的にはこの2～3か月は大きな変化はない。売上が前年同期に比べ着実に増加していること、人手不足が顕著に現れていることから、雇用環境が良くなっている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・ 年末から来年にかけて新商品が発売されることから商品の動きが活発になり、全体的に景気が押し上げられていく。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・ OAに関しては難しいと思われるが、他の電化製品分野においては、若干ではあるが間違いなく向上していく。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・ 年末のボーナスに向けて来客数が増加している。需要は緩やかではあるが増加しており、売上台数も増加する。 |
| | | 住関連専門店（統括） | ・ 来客数が多少増えてきたので、それに伴い販売量もある程度増加している。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・ 来客数が多少増えてきている。客単価は変化がないので、売上も若干ではあるが増加してきている。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・ 客の動きはやや活発化している。 |
| | | タクシー運転手 | ・ 最近の飲酒運転、駐車等に対する交通規制が厳しくなったことの影響で、客がタクシーを利用する。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・ 当地区では、今月からイルミネーションのイベントが開催されており、来年2月の終了までにぎわいが続く。また、駅高架下のスーパーが12月に大規模改装を終えてリニューアルオープンする。近隣地区では商業施設が新規オープンし、それに隣接して大規模な商業施設が来年3月のオープンを目指して工事中である。さらに、当地区では来春入居予定の新規分譲マンションが多数建設されており、入居後は住民でにぎわうことになる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・ 大型テレビの売上増加に便乗している。 |
| | | 通信会社（支店長） | ・ 3か月後に迎える春商戦では、例年かなりの契約数を獲得する傾向がある。これに番号ポータビリティが絡まり、各企業間での新サービス投入等による競争も激化し、新規販売台数、機種変更数が増加する。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・ ここ数か月、売上、来客数、単価等すべてが前年及び上半期の水準を上回っている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------------------|--|
| | | その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員) | ・12月に次世代ゲーム機が発売されるが、現行商品と比べて台数は4倍、単価も半額であり、先行発売されたアメリカを参考によると、かなりのにぎわいになると予測される。現行商品も11月下旬にさらに10万台発売されているので、ソフトの動きは活発になり、良くなる。 |
| | | その他サービス[語学 学校](総務担当) | ・企業での需要が増加している。 |
| | 変わらない | 商店街(代表者) | ・売上は前年同月比で、月初はまあまあ良いが、後半になると少し弱くなっており、現状からは景気が上向くとは考えられない。 |
| | | 一般小売店[茶](営業担当) | ・この数か月間の売上傾向は、前年同月をクリアしたり、落ち込んだりと変化が大きいものの、平均するとあまり変わらず横ばいである。今後、2、3か月先を考えても、景気が大きく変わるとは考えられない。 |
| | | 百貨店(営業担当) | ・クリスマスケーキ、おせちなどの事前受注が堅調である。年末にかけ、ボーナス需要やクリスマス、正月とモチベーションが強く消費金額が大きい月であるため、よりこだわりの商品が伸びていき、購買単価は若干上昇する。全体として今後も微増で推移していく。 |
| | | 百貨店(販売促進担当) | ・大型ショッピングセンター開店の余波を受けて、来客数と売上が減少している。ただし、駅前全体を見れば大型ショッピングセンターにすべての客が流れてしまっているわけではないので、総じてプラスである。今後次々と出来るマンションの居住者がどのような動きを見せるかがかぎとなるが、将来的にはプラスに転じていく。 |
| | | 百貨店(営業企画担当) | ・ギフトが悪く、ボーナス商戦で個人消費の盛り上がりがない。今後、春闘の時期などに、個人の所得向上が実感できるようになるまでは、景気の向上はない。 |
| | | 百貨店(業務担当) | ・コーディネートをして全体的に買いそろえるという買い方は今はもう少なくなってきている。単品であっても、自分の気に入ったものがあれば、セール品でなくてもきちっと買う、というのが最近の物の買い方であり、消費性向が変わってきている。そういったことを考えると、現状と3か月後は大きく変わらないのではないかと。 |
| | | スーパー(店長) | ・お歳暮ギフトやクリスマスケーキ予約等のイベント商品の出足は前年並みではあるが、全体として単価が前年より少し落ちている。 |
| | | スーパー(仕入担当) | ・暖冬になると冬物商品の動きが悪くなる。また、青果物が相場が安い状態のまま年末になると、単価が下がり点数ではカバーできず前年をクリアすることが難しくなる。 |
| | | スーパー(統括) | ・買上単価、買物金額は、決して増加傾向にはない。個人客の買い方をみる限り、世間で言われるような景気の上向き状況はみられない。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | ・商品はたくさんあるが、暖冬予想のため欲しい品が果たしてあるのか、アピール次第である。良い商品の値段は安くなっているが、バーゲンでどのくらい良い品をアピールできるか、需要のある商品を提示できるかによって今後の売上が変わる。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | ・客は、先行きの不安感があり生活に明るい展望が持てないため、買物にも消極的である。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | ・昨年は11月後半から寒波が押し寄せたため、売上に好影響を与えたが、今年はその反動が現れる。 |
| | | 衣料品専門店(次長) | ・求人コスト、募集時給が上昇し営業コストが上昇してきている。特に都市型店舗はその傾向が著しく、都市部の景気回復といわれているが、まだ売上には反映していない。 |
| | | 家電量販店(経営者) | ・パソコン関連は、年明け1月末まではこの状況が続く。テレビ、レコーダー等、期待のビジュアル商品は単価低下が懸念される。ゲーム関連に期待したいが、商品確保には不安がある。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | ・整備は順調に入っているが、販売は今年一番悪く3割減となっている。例年11、12月はボーナスのため消費、販売が伸びるが、今年は悪くなっている。大企業は景気が回復しているというが、中小企業はまだまだ先が見えないトンネルの中にいる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|--|
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | ・安定収益部門のサービス売上は、新車販売の不振の影響もあるのか予算達成率91.2%、前年伸張率もマイナス5.4%の見込みである。当社経営のアウトドアグッズ専門店が予算達成率100%で21か月好調を維持している。携帯電話を扱う通信営業部も、番号ポータビリティのキャンペーンで好成績を挙げている。新車以外にユーザーの関心のある商品が多く、景気の実態をつめない。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・トラック関係では、燃料の高騰により、現在でも軽油の値段が全然下がらない。 |
| | | その他専門店〔眼鏡〕（店員） | ・クオリティ優先か価格優先か、二極化が明確になってきている。ここ数か月売上は前年並みの状況で変化がなく、今後大きく変わることはない。 |
| | | その他専門店〔服飾雑貨〕（統括） | ・年末商戦を迎えるものの、特に来客数に変化はなく、期待できない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・忘年会や新年会の状況は厳しく、2～3か月先も景気の悪い状態が続く。 |
| | | スナック（経営者） | ・客に予約を依頼しても、年々忘年会、新年会の件数が減っている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・法人からの宴会利用の問い合わせはそのまま続くが、婚礼の減少を補うまでにはならず、2、3か月後は婚礼のマイナスと法人利用のプラスで変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・引き続き乗務員の確保が難しいことと、新規参入がほとんどないことは、本来ならばプラスになる要素であるが、依然として変わらないか、やや悪くなる傾向にある。 |
| | | タクシー（団体役員） | ・2、3か月後には運賃料金の改定申請に関する審議結果が出ると予想されるので、あまり期待はできない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・ハードディスク搭載セットトップボックス等の新商品が来年度からと出遅れているため、当分良くはならない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・新築戸建てや大型マンション等の開発は継続しているものの、加入件数の伸びは悪く、解約も多い。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・台の規制の影響もあり、来客数が減少している。先々も厳しい。 |
| | | 競馬場（職員） | ・来客数は減少したままであり、景気回復には程遠い。1人当たりの購買額も前年度と同様の数値である。景気の向上感個人消費に結び付かず、来場意欲も停滞している。 |
| | | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・相変わらず下げ止まり感はあるものの、人数の増減は見られない。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・依然として計画物件の具体化に時間が掛かっている。今の状況では先の見通しはあまり良くない。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・地域の経済は所得が限定されており、消費の面でも厳しい状態である。商店街もシャッター街になり、スーパーなどに押され、街の活気が全くない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・今までの在庫が大分さばけても、次の土地仕入れがなかなか出来ないでいるので、やむなく高値で買い求める業者が増えているが、土地の売りの情報が例年以上に少ないので、新規物件の絶対量は少ない。 |
| | | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | ・販売量が安定しており、今後2～3か月程度では変化がない。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・商店街ではシャッターが下りた店舗が多くなっている。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・高級品売上の伸び悩みなどで低迷が続く。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・競合が同業者間だけでなく、異業種とも激しくなり、長いトンネルの先が見えない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・秋物商戦もなく、冬物商戦も盛り上がりせずセールが前倒しになると、売上高、粗利率共に不安である。また、年明けに寒くなると梅春初春の商品構成が難しく、仕入れのリスクも大きい。 |
| | | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・消費全体の量が縮小するとともに、消費ニーズがますます小口化していきそうである。時間や手間が掛かるだけで利益拡大にはつながらない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・寒くなる1、2月に売上が極端に減少する。また、飲酒運転に対する取締りが厳しいことが来客数の減少に影響している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宴会の受注は計画を下回っている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|--------|----------|-----------------------|---|---|
| | | 旅行代理店（従業員） | ・1月の見積件数が極端に減少している。受注件数も前年比80%くらいになっている。 | |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・国際航空券先行受注人数が数年ぶりに前年を下回る月が出てきている。 | |
| | | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・冬期講習の申込者数が昨年よりやや少なめに推移している。 | |
| | | 設計事務所（経営者） | ・耐震診断のための構造計算が多く、設計が非常に少ない状況で、先が見えない。 | |
| | | 設計事務所（所長） | ・今の状況をかんがみると非常に不透明感がある。仕事はそのままあるとしても、低価格での競争がこれからますます激しくなる。 | |
| | 悪くなる | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | ・商圏人口に比べ商業面積が増えすぎ、土日は周辺の渋滞もひどく、商圏も広がるどころか縮まっている。 | |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・暖冬のため冬物の動向が心配である。競合店は増える一方であり、よほどの差別化策を講じないと成績をばん回できない。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・周囲に引き続きディスカウント店がオープンしている。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | | | |
| | やや良くなる | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・個人需要は横ばい程度であるが、法人は引き続き有限会社から株式会社に変わるという動きに関連した需要がみられる。先日も、いくつかの法人を持つ1グループがまとめて受注した例があった。 | |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・年度末にかけて、大企業の工事が多くなる。仕事が増えれば単価も良くなっていく。 | |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・自動車など、世界相手の製造業はノックダウン生産などの関係で忙しくなる。また、円相場もあまり動かない。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・当社オリジナル商品の引き合いが増加しており、また、商品に対する評価が徐々にマーケットに浸透している。 | |
| | | その他製造業〔靴〕（経営者） | ・特徴のある製品の受注がかなり増えてきている。 | |
| | | その他製造業〔ゲーム〕（経営者） | ・11、12月に発売される新型ゲーム機が需要を創出する。 | |
| | | 建設業（営業担当） | ・全体的には企業は設備投資をしてきているものの、建設業界の諸問題から客が建設会社を選ぶようになり、景気が良い会社と、悪い会社との差が出てきている。 | |
| | | 輸送業（営業統括） | ・値上げの結果が2～3か月後には数値に表れる。 | |
| | | 通信業（企画担当） | ・販売数が好調に推移し始めている。 | |
| | | 金融業（渉外・預金担当） | ・前月より設備資金がわずかであるものの増えている。 | |
| | | 不動産業（総務担当） | ・現在の好調なオフィス需要が2～3か月先に悪くなるという材料は見当たらない。 | |
| | | 税理士 | ・大企業における冬の賞与の大幅増加が、商店、飲食店に良い影響を与える。 | |
| | 変わらない | | 繊維工業（経営者） | ・消費が動いていないため、仕入先の調子があまり良くなく、仕事が続かない。 |
| | | | 化学工業（従業員） | ・年末年始を控えているが生産の増減もなく、その先の生産量にも変化がない。 |
| | | | 金属製品製造業（経営者） | ・引き合い、見積件数が大きく減少し、残業も減ってきている。 |
| | | | 建設業（経理担当） | ・現在受注している工事の後の案件が激減している。見積件数も大きく減少しており、しばらくはこの状態が続く。 |
| | | | 金融業（支店長） | ・会社関係の財務内容は若干良くなっているものの、個人客の自己破産が増えてきており、また増税の動きもあり、全体的にみると今後景気は上向きになるとは思われず、あまり変わらないかやや悪くなる。 |
| | | | 金融業（審査担当） | ・精密機械製造業は依然として受注が好調であり、工場の増設計画も検討している。 |
| | | | 不動産業（従業員） | ・受注量は全体的に増加しているが、人材等の確保が難しく、仕事量をさばききれない状況が続いている。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・今後の受注や販売は例年と変わらない。 | |
| | | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・取引先業態の変化や価格競争が激しく、先行きの不透明感強い。しばらくはこの状態が続く。 | |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・少しずつ景気が上向いている状況であり、通信設備の投資案件では引き合い案件も多くあるため、提案機会はこのまま好調に推移するものの、受注案件の利益確保に苦労する。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------------------------------|----------|---|---|
| | やや悪くなる | 食料品製造業（経営者） 出版・印刷・同関連産業（経営者） プラスチック製品製造業（経営者） プラスチック製品製造業（経営者） 一般機械器具製造業（経営者） | ・酒に関する盛り上がりや情熱は感じられるものの、飲酒運転の関係からこの2、3か月は悪くなる。 ・例年とは様子が大きく違ってきており、12月の仕事が全く見えない。 ・メーカーから原材料の値上げを強硬に要求されているが、原材料が値上げされると、動きが悪くなる。 ・画期的な企画が見当たらず、客の海外生産シフトの不安がぬぐいきれない。 ・受注が相変わらず少ないので、やや悪くなる。 |
| | 悪くなる | 輸送用機械器具製造業（経営者） 輸送業（総務担当） | ・現在生産調整に入っており、年末もしくは3月まで景気は悪い。 ・出荷量が増えて車両が足りない状況が当分続く見込みで、帰荷が取れない上に、運賃も安い。実車率が50%で採算が取れず、厳しい状況には変わらない。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | 学校〔専門学校〕（教務担当） | ・開発の仕事はいくらでもあるとのことで、IT系企業の求人が相変わらず多い。来春卒業生をあきらめて、2008年3月卒業予定者を対象とする企業が目立つ。 |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（営業担当） | ・依然として求人数が増加している。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・紹介予定派遣の受注や成約が増加している。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・内部統制やコンプライアンスを重要事項として取り組む企業が増えてきており、監査、経理職の人材紹介ニーズや、雇用統制上の観点からの派遣会社によるアルバイトの一括管理ニーズなど、社会情勢の変化から出るニーズがはじめてきており、取組次第で業績を拡大できる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・採用までの動きや採用後のフォローに時間を掛ける余裕がなくなる時期なのか、現在は年末年始に向けた求人活動の中で、飲食業の動きが繁忙期を目前に鈍化している。しかし、年明けになるとこの状況は多少は改善の方向に向かい、新年度に向けた採用の動きがでてくる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集担当） 学校〔専修学校〕（就職担当） | ・各業種で事業の拡大策が進み、年明けからの事業展開や、新年度に向けての新規オープンに関する問い合わせが多い。 ・来月も、欠員補充も含め採用意欲のある企業が多数みられる。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・年末年始に向けて求人数は増えるが、その後は大分新卒採用も落ち着き沈静化する。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・引き続き、人材不足の状況が続く。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・求人と求職のミスマッチが続く以上、広告料金の低価格化が収束するとは考えにくく、取扱求人数の割にもうけが出ないという、やや景気の悪い状態が続く。 |
| | | 職業安定所（所長） | ・当所実施の今後の景気に関する企業調査では、「変わらない」が52%、「悪くなる」が約29%となっており、「良くなる」を上回っている。 |
| 職業安定所（職員） | | ・請負求人が減少しているが、派遣や契約社員へと切り替わっていて、正社員の募集にはつながっていない。 | |
| 職業安定所（職員） | | ・新規求人数は増加し、パート求人が前年同月比42.4%増となり、派遣、請負求人も同水準で推移しているものの、非正社員から正規社員へと移行する傾向はなく、求職者の希望とのミスマッチは解消されない。 | |
| 民間職業紹介機関（経営者） | | ・経験者の通年採用を実施する会社は増加し、ベンチャー企業での求人は相変わらず多く、求人数は増える傾向にあるが、求めるスキルレベルに達していない求職者等が多く、採用数の増加に結び付いていない。 | |
| 民間職業紹介機関（職員） 学校〔短期大学〕（就職担当） | | ・来年度までは、企業の採用計画も状況が変わらず推移していく。 ・2007年度の採用計画はほぼ終了するが、既に2008年度の採用計画、求人票が届いている。 | |
| やや悪くなる | - | - | |

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

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|--|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | 一般小売店〔土産〕 （経営者） | ・観光客数は増加が続いており、客の表情も以前にも増して良くなっている。今後もさらに良くなる。 |
| | やや良くなる | 家電量販店（店員） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（従業員） 住関連専門店（営業担当） その他専門店〔雑貨〕 （店員） 旅行代理店（経営者） 旅行代理店（従業員） | ・新OS搭載パソコンの発売により、パソコンが売れる。 ・新型車の効果が年明けには出てくる。 ・来客数の動きも販売量の動きも良いため、全体的に良くなる方向にある。 ・企業の工場、オフィスの新築物件は、6か月先まで予定が入っている。マンションも大型物件の計画が増えており、一戸建て住宅も若年層の持家住宅が増えている。 ・好景気はすそ野まで広がっており、年末商戦から年明けの3、4月ごろまで好調が続く。 ・これまでの動きが良く、年末年始はかなり動く。 ・忘新年会の申込は好調であり、例年並みかそれ以上である。飲酒運転の罰則強化の影響で、宿泊会合が増えている。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） 商店街（代表者） 百貨店（売場主任） 百貨店（企画担当） 百貨店（企画担当） 百貨店（経理担当） 百貨店（外商担当） スーパー（店長） コンビニ（エリア担当） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（企画担当） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 一般レストラン（経営者） 都市型ホテル（支配人） 都市型ホテル（従業員） 都市型ホテル（スタッフ） ゴルフ場（経営者） その他サービス〔珠算塾〕（経営者） | ・客単価は一層厳しくなっており、販売量だけでなく売上も伸び悩む状態が今後も続く。 ・客と接していても、他店の店主と話していても、活気がない。ただし、以前のような愚痴もなく、緊張感を持ちながらの横ばいが今後も続く。 ・お歳暮を買いに家族で来店する客のうち、ついでに何か買っていき客もいるが、12月中旬以降はクリアランス待ちで売上は減る。 ・1月の冬物クリアランスセールは良いが、バーゲン期間は短く、その後の定番品の売行きはそれ程良くない。 ・この数か月間は、若干の好不調はあるが全体としては堅調であり、クリスマスや年明けのクリアランスセールも堅調な状態が続く。 ・11月後半にかけて盛り返しており、今後もこの調子が続く。 ・今後気温が低下すれば、クリアランスセールを中心に品数は動くが、売上はそれほど増加しない。 ・今後も暖冬による衣料品の値下げが予想され、客単価の回復は望めない。 ・客の購買意欲は徐々に回復傾向にあるが、積極的に買い物する気持ちにはならない。 ・気候がずれて寒くなる時期がバーゲン時期と重なるため、商品は動くが、固定客以外までは行き届かない。 ・客の購買意欲は低下してないが、需要喚起できる商材開発ができておらず、今後も横ばいが続く。 ・年始以降は新車効果もなく、前年を維持するのがやっとである。メーカーも海外向けに力を入れており、生産は順調でも国内販売は大変苦しい。 ・少しだけ良くなる状況が続くが、災害や事件が起こると一気に冷え込む、不安定な状態である。 ・ガソリン価格は落ち着いてきたが、依然として燃費の良い車への関心が強い。今後も利幅の大きい大型車が売れる見込みは小さく、厳しい状況が続く。 ・周囲の自営業者の売上やサラリーマンの給料が増えておらず、今後も横ばいが続く。 ・名古屋駅前の再開発関連の需要が見込まれるが、宴会の受付状況は特別好調でもない。 ・予約の様子からみて、変わらない。 ・新年会の予約状況は例年並みであるが、その先はあまり良くない。 ・来場者数は11月は良かったが、12月以降は前年割れし、厳しい状況が続く。 ・冬の検定試験や競技会の時期であるが、参加希望者数は年々減少しており、競技会自体がなくなるかもしれない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------|----------------------------------|---|---|
| | | その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者） | ・新築物件、リフォーム物件の引き合いがあり、現状維持で推移する。 |
| | やや悪くなる | スーパー（経営者） | ・大型店の出店が影響を及ぼし、徐々に悪くなっていく。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・近郊に大型ディスカウント店がオープンし、その影響で周囲の同業店も価格競争をより厳しく展開している。それに刺激されて、今後消費者の価格志向はより一層強くなり、来客数は減少する。 |
| | | コンビニ（店長） | ・飲酒運転の取締り強化の影響で、業務用飲料の落ち込みが激しい。社会的要因のため、回復は困難である。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・酒類販売の自由化が進み、既存店の売上は少なからず奪われる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・これまで好調であった個人客、家族客の動きが、平日のみならず週末、休日にも鈍化している。一時的なマイナス要因によるものではないため、先行きは厳しい。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・来年の宿泊の入込状況は、前年比で70～85%にとどまっている。来春の旅行客の出足が遅く、消費動向も弱含みである。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・10、11月の高い稼働率が、3か月先も続くことは難しい。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・規制強化により売上は全般的に減少する。 |
| | | パチンコ店（店長） | ・既存機の撤去や遊技機の基準変更によって、客離れがある。 |
| | 住宅販売会社（企画担当） | ・今の来客数が2～3か月先の契約数を左右するが、今月の来客数は少ないため、悪くなる。 | |
| | 悪くなる | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・商店街にある小売店では、業種を問わず売上が落ち込んでいる。客の中でも、大企業で勤めている人以外は収入が伸びておらず、思い切った買物ができない様子である。師走商戦の見通しも暗い。 |
| | | 美容室（経営者） | ・個人用のヘアカラー商品の普及や、同業者の出店も増えているので、状況は厳しくなる。 |
| 企業動向関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・2、3か月後には新規設備が本稼働するため、増収増益となる。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・企業の設備投資は堅調であり、今後もゆっくと伸びていく。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（統括） | ・主要取引先の業績が徐々に回復中であるため、受注量は増加する。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | ・米国向けの新車輸出が堅調であり、2～3か月先もこの状況が続く。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・原油価格の高騰がやや沈静化し、今後はやや良くなる。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・取引先の多くは設備投資関係の企業であるが、老朽化した工場の入替え作業が多くあるため、今後もやや良くなる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・取引先では、今まで抑制していた投資を積極的に行おうとする意欲があり、今後はやや良くなる。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（企画担当） | ・販売先の間屋や小売業の売上は、前年比マイナスである。暖冬など気候要因もあるが、個人消費の回復の遅れもあり、今後も横ばいが続く。 |
| | | 紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者） | ・自動車関連は堅調であるが、食品関連が厳しくなる。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・販売価格の低下傾向は、今後も続く。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・原材料の市況が落ち着かず、横ばいが続く。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・主力製品は原油価格の影響が大きいだが、その変動を今後も他製品でカバーできるかどうか不透明である。 |
| 一般機械器具製造業（販売担当） | | ・主要取引先である北米の自動車産業は、見通しが暗い。欧州市場は活発な動きがあるが、北米市場の落ち込みをカバーするほどではない。 | |
| 電気機械器具製造業（経営者） | | ・多忙であるが、収益に結び付いておらず、今後も横ばいが続く。 | |
| 輸送業（経営者） | ・物流が増加しても、燃料費の高止まりと人件費の増加で相殺される。 | | |
| 輸送業（エリア担当） | ・荷物量が増えても運賃は上昇せず、今後も横ばいが続く。 | | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|---------------|--|--|---|
| | | 広告代理店(制作担当) | ・企画提案している新規の物件はあまり具体化しておらず、現状維持である。 |
| | | 新聞販売店[広告](店主) | ・先月から折込広告が減少傾向にあり、先行きもこの傾向は続く。 |
| | | 会計事務所(職員) | ・賞与の動向をみるとパート、アルバイトの増加に伴い支給対象者が減少しており、企業は経費節減できても消費は減退する。 |
| | | その他非製造業[ソフト開発](経営者) | ・米国経済の低迷や円高、金利上昇など不安はあるが、自動車関連業界の設備投資はまだまだ続くので、大きな落ち込みはない。 |
| やや悪くなる | | パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当) | ・数か月先の受注量、販売量は、今月より5～7%減少する見込みである。 |
| | | 窯業・土石製品製造業(社員) | ・新規受注もあるが、取引先全体に停滞感がある。新規案件の話はすぐに費用節約の話になり、利益は圧縮傾向にある。 |
| | | 建設業(経営者) | ・仕事量が増加しても単価は低下しており、価格競争は相変わらず厳しい。巨額の利益を上げる大手企業とそれ以外の企業の格差は広がっており、以前の65～70%の受注価格で仕事を受ける下請企業は今後も苦しい経営を余儀なくされる。 |
| | | 公認会計士 | ・中小企業の収益構造を改善する材料が見当たらない。自動車関連以外の中小企業の業績は低迷しており、改善の兆しはみえない。 |
| 悪くなる | | 電気機械器具製造業(経営者) | ・主力商品の出荷は、今後大幅に減少する。 |
| 雇用関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 人材派遣会社(営業担当) | ・今後も販売職を中心に、求人依頼は増加する。 |
| | | 求人情報誌製作会社(編集長) | ・名古屋駅前の新ビル群の開業に伴い、求人はさらに増加する。 |
| | | 新聞社[求人広告](担当者) | ・名古屋駅前の新ビル群の開業に伴い、飲食店関連テナントの雇用増が本格化するため、広告出稿は増加する。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・偽装派遣問題を契機に、派遣、請負会社の雇用者が直接雇用となり、正規雇用が増える可能性が出てきている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社(経営企画) | ・研究開発に伴う技術者需要は、今後もおう盛である。 |
| | | 人材派遣会社(経営者) | ・IT関連企業を中心に人材不足であり、売上が伸びない傾向は今後も続く。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・今後も派遣注文は増えるが、登録者不足が続く。 |
| | | 人材派遣会社(営業担当) | ・派遣業界は下期に売上が伸びる傾向にあるが、現在はそれほど伸びておらず、現状維持が続く。 |
| | | アウトソーシング企業(エリア担当) | ・相変わらずの労働者不足であり、フィリピンの日系人の採用などが検討されているが、なかなか難しく、今後も人手不足は続く。 |
| | | 求人情報誌製作会社(企画担当) | ・人手不足は続くが、求人もピークを過ぎつつある。 |
| | | 新聞社[求人広告](営業担当) | ・輸出関連企業では正社員の募集が活発であるが、それ以外の企業の求人は増えていない。流通、サービス業では欠員補充が中心であり、軽雇用が多い。今後もこの傾向が続く。 |
| | | 職業安定所(所長) | ・人手不足が広がっており、企業の採用意欲は高いが、計画どおりの採用は難しい状況が今後も続く。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・今後は、求人の減少に伴い有効求人倍率は低下する。事業所閉鎖等に伴う事業主都合による離職者数も増加する。 |
| 職業安定所(管理部門担当) | | ・有効求人倍率は高水準で推移しているが、依然として非正規雇用の求人が多く、正社員雇用を求める失業者の就職は今後も難しい。 | |
| 民間職業紹介機関(職員) | ・各企業とも求人状況は落ち着いており、正社員の採用にも一服感がある。今後も現在の状況が続く。 | | |
| やや悪くなる | | - | - |
| 悪くなる | | - | - |

6. 北陸(地域別調査機関：(財)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 | 良くなる | タクシー運転手 | ・新年会の開催に加え、北陸最大級の複合商業施設がオープンした影響でタクシー利用が増える。 |

| 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 |
|-------------|--|---|---|
| 関連 | やや良くなる | 通信会社（営業担当） | ・ポ・ナス時期に入り購買意欲の向上に加え、新機種在庫増により品切れが解消し、コンスタントな販売上昇が見込める。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・隣の駅前に北陸最大級の商業施設が11月にオープンし、これに合わせバス会社やJRなどの公共交通機関が買物客の利便を図るため増発している。このような動きが北陸全体の消費を活性化させ、全体のパイは増える。 |
| | | スーパー（店長） | ・野菜等の価格が年末に向けて上昇気味である。9～10月は天候が良かったため前倒しして入荷したが、12月になると入荷量が減少する可能性がある。このため、客単価が上がり、売上の上昇につながる。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・12月には新型車が新たに投入される。利益車種でもあり、見込客からも期待が大きい。また来春にも量販車種のモデルチェンジが控えているため、販売台数の拡大が期待できる。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | ・新製品を始め、効果の期待できる健康食品があれば、客の手は伸びる。景気は決して鈍っていない。ただ、客が欲しい物しか買わないという動きはここ1年間変わっていない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・本格的な冬商戦を迎え、新規客の獲得拡大に向けて、新しい料金プランなど様々なキャンペーンや新サービスを開始する予定である。来客数や販売台数の増加に期待が持てる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・景気は「いざなぎ景気」を超えたともいわれているが、実感のない回復局面が続いている。しかし、客の動きを見ると不動産購入の意欲が高まりつつあり、来客数が徐々に増加しているため、今後の受注増加に期待できる。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当） | ・会社関係の新社屋建設や設備投資の話が全く見られず、3月の各社決算期までは例年並みか若干低い水準で推移する。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・12月に雪が降り、冷え込めば、コートなどの重衣料が売れ出す。1か月後にはクリアランスの時期となるため、客の購買意欲はなかなか上昇しない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・歳末ギフトやクリスマス関連商品について、客から「買おう」という強い意欲が伝わってこない。 |
| | | スーパー（店長） | ・おせち料理は数量的に増加しても、安い商品を中心に動くため、売上は年々落ちている。一般家庭では暖冬のため灯油使用量が減少するかもしれないが、ガソリン代が増加しており、その分食品の消費に影響が出る。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・売上は前年並みか若干下回る状態で推移しているが、競合他社が多く出店し、飽和状態となっている現状では売上はなかなか増えない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・今月も道路沿いに他のチェーン店がオープンしたため、今後の売上は良くならない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・近隣の工事状況や競合店の立地状況共に、当分変わらない。 |
| 変わらない | 家電量販店（経営者） | ・パソコンの販売が相変わらず不振である。特にプリンター、パソコンソフトなどの関連商品も全く不調で、1月発売の新基本ソフトに期待がかかるものの、先行きははっきりしない。 | |
| | 乗用車販売店（経理担当） | ・来年1月に新型車が発売されるため、それ以降に期待が持てる。 | |
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・軽自動車は伸びているが、車全体では低迷しており、このようなトレンドが続く。 | |
| | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・歳暮シーズンが始まり、少しは活気が出るが、以前の歳暮と比較すれば雲泥の差がある。 | |
| | 高級レストラン（スタッフ） | ・10月から飲酒運転に対する社会問題がクローズアップされ、忘年会予約の受注が悪かったが、現在は例年並みの受注状況で推移している。 | |
| | スナック（経営者） | ・企業関係の客からは「来年は減速」という話がよく聞かれ、当店でもこのような状態が続くと予想される。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | ・個人客を中心に予約件数は増えているものの、全体では団体客の減少から前年比でダウンする。 | |
| 観光型旅館（スタッフ） | ・2月までの予約状況は前年を上回っている。 | | |
| タクシー運転手 | ・客から「新聞では景気回復といわれるが、自分の懐は一向に良くなっていない」との話がよく聞かれ、このままの状態が続く。 | | |

| 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 |
|-------------|----------|---|--|
| | | 通信会社（役員） | ・12～1月は年末、年始をケーブルテレビで楽しみたいという例年どおりの需要増に期待したいが、予断を許さない。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・大口の団体予約はあるが、依然として募集ツアーやパーソナル企画の個人客の動きが鈍いため、全体の利用客数は前年に比べ横ばいと予想される。 |
| | | パチンコ店（店員） | ・来年6月以降は人気機種が撤去されるため、売上、粗利の見通しが難しいが、ここしばらくは現状維持で推移する。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅は総量的に変わらないが、内容が良くなっており、現在の堅調な状態が今後も続く。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・ボーナスが期待できる企業はごく一部にとどまり、中小の企業では支給されない企業も多いと聞く。商店街への出店も、年内は控えて来年以降にするという話をよく耳にする。大型プロジェクトも数件始まるようであるが、効果が出るにはまだまだ時間が掛かりそうである。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（店長） | ・年末年始の商材の動きは前年より鈍く、売上も同じように減少しており、この傾向は今後も続く。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・市場規模を上回るオーバーショップ状態である。店ごとの格差がますます広がりつつあり、依然として効率だけを追い求める販売状態が続く。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・近隣の大型店の出店により、客足がかなり減少している。店の固定客は徐々に戻ってきているが、2、3か月先のセール期に入ると、来客数の減少が予想される。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・今年行われた野球やサッカーのワールドカップ関連のグッズの販売など、大型キャンペーンやイベントの予定がなく、このままでは若干悪くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・業界全体としてはやはり後退傾向とみている。実用的な経済車は売れているが、全体を潤すほどでもなく、中古車をけん引してきた若者や高齢層も経済的な大衆車（軽自動車を含む）の新車を選ぶ傾向にある。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・今後も需要の減少とともに、競合店の出店が予定されており、厳しい状況が続く。 |
| 通信会社（社員） | | ・携帯電話の番号ポータビリティの需要が落ち着いてくる。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | | ・来場者数の減少に加え、客からの要望単価が厳しく、相次ぐ資材の高騰もあって折り合いがつかない。 | |
| 悪くなる | コンビニ（店長） | ・単価の高い非食品や玩具などは全く売れず、今後ますます悪化する。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 通信業（営業担当） | ・IP電話の信頼性が揺らいでいることもあり、通信機器などで客の買い控えが若干出てきているものの、全体としてIP化の動きは進んでいく。 |
| | 変わらない | 繊維工業（経営者） | ・海外からの輸入品に対し、すみ分けした物づくりをしっかりと強化することが求められる。 |
| | | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・原料価格は落ち着いており、当面は現状のまま推移する。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・数字的には好調な状態が継続しているが、最近の引き合いや成約ベースでは今年の上半期（4～9月）に比べ、10～15%の減少となっている。 |
| | | 精密機械器具製造業（経営者） | ・年内の眼鏡受注残がゼロのメーカーが見られる一方で、来年4月ごろまでの受注が既に埋まっているメーカーもあるなど、バラツキが見られる。今後2、3か月は量的には増える傾向にあるが、これは従来の季節的要因の範囲内であり、依然として厳しい状況が続く。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・製紙業界及び木材業界ではロシア材などの需給状況が厳しい。原油価格が高止まりし、苦しい状態が続いており、これを販売価格に跳ね返せるかどうか予断を許さない。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（従業員） | ・先行きは不透明であるが、新規オープン店舗からの受注が入るため横ばいで推移する可能性が高い。 |
| | | 司法書士 | ・高収益を上げている企業がある一方で、出資法・貸金業法の改正により、表面に出てくる多重債務者の増加が予想される。 |
| | やや悪くなる | 電気機械器具製造業（経理担当） | ・電子部品の在庫調整があるとの情報があり、現実には受注量や新製品の動きも鈍い。 |

| 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 |
|----------|----------|----------------|--|
| | | 建設業（経営者） | ・ 今月、地元の建設業者が自己破産したが、ダンピングでの受注も破たん原因の一つとされている。年度末の来年3月にかけて、ダンピングまがいの低価格で受注した工事が完成を迎える業者にとっては、資金繰りが相当苦しくなり、倒産の多発が懸念される。 |
| | | 輸送業（配車担当） | ・ 今後、燃料費の急激な低下は考えられず、また他の経費の削減も難しい。さらに人手不足も深刻な状態で、採用難の現状から仕事があっても受け切れない。 |
| | 悪くなる | 建設業（総務担当） | ・ し烈な受注競争のなかで、工事量を確保するためには工事粗利益を下げて対応せざるを得ず、先行きは依然厳しさを増す。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・ 派遣社員、正社員を問わず、企業の求人意欲は依然として高いが、正社員採用の際は人材を吟味しているため、採用増はあまり期待できない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・ 新規の出店計画の情報が今のところ聞かれない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・ 有効求人倍率は好調に推移している半面、民間企業の広告量が伸び悩んでおり、両方の要素に大きな変化はない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・ 新規求人に対する正社員の割合は、前年度に比べ徐々に高まってきたが、最近では一服感がある。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・ 新卒採用はおおむね終了し、企業には充足感がある。また人材派遣、紹介の技術者、経験者の依頼については募集しても人材が集まらない状況が続いている。 |
| やや悪くなる | - | - | |
| 悪くなる | - | - | |

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|---------------------|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | コンビニ（経営者） | ・ 来年1月に新店舗をオープンすることから、売上が伸びる。 |
| | | その他住宅〔情報誌〕（編集者） | ・ 販売が先送りされている新規物件が、年明け以降に市場へ出てくる。それに伴う相場の上昇で需要が喚起されるため、マーケットが活性化する。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔コーヒー〕（営業担当） | ・ 大型ショッピングセンターの相次ぐ出店などで、家族単位での外出が増加していることから、飲食業界に限らず、全体として活気が出てくる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・ 紳士のカジュアル衣料やゴルフウェアなどを中心に、取引先からの商品供給が非常に良い状況で、商品不足となる心配が少ない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・ 高額商品は売行きの良い状態が続くほか、ようやく酒類販売の免許に認可が下りることもあり、客単価が上昇傾向となる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 12月から来年1月まで近隣でサーカスの公演が予定されていることから、来客数が増える。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 来客数が増加しているほか、本部による品ぞろえの分析や販促の指導が浸透してきたことで、客単価が上がりつつある。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・ 地方経済が活性化し始めており、建設関係が動く大きな影響が出ることから、先行きは良くなる。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・ 予約の動向も非常に好調である。 |
| | | 観光型旅館（団体役員） | ・ 来客数が少しずつ回復している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・ 立地条件により、ビジネスマンの動きが少なくなると稼働率が低下するが、今年は外国人客や宴会利用の増加などで稼働率が伸びる。 |
| | | タクシー運転手 | ・ 飲酒運転による事故が新聞などで大きく取り上げられているため、これからのシーズンはタクシーの利用が増加する。 |
| | | 観光名所（経理担当） | ・ 売上はすぐに良くなるもの、来客数が前年に比べて徐々に良くなってきている。 |
| | | その他サービス〔生命保険〕（営業担当） | ・ 個人保険の販売は好調を維持するが、金利上昇により変額年金などの投資性商品の人気は薄れることから、銀行での窓口販売の伸びがやや鈍化する。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|--|
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・商店街の近隣で昨年末にオープンした食品スーパーが盛況であり、通行量調査では来街者は増えている。商店街の売上は全体的には伸びていないが、業種によっては伸びている店もある。 |
| | | 一般小売店〔時計〕（経営者） | ・慎重に買物する客の姿勢は今後も変わらないほか、天気の良いしよしや、大きな商業施設のバーゲン情報に左右される状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | ・暖冬がこのまま続くことから、冬物商材の売上はさほど伸びない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・冬物衣料に動きが出てくるものの、購買に結びつくような目立った商品が見当たらない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・客の二極化が更に進むことで、一部の優良客による高額品の買上は今以上に増える一方、一般客の店頭での買上は減少する。 |
| | | 百貨店（統括） | ・前年は防寒品がよく売れてセール時には品薄となった反動で、今年はセールによる売上が増加する。ただし、トータルでは前年とあまり変わらない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・客の様子には上向き傾向がみられるものの、しばらくは競争の激化が続く。 |
| | | スーパー（経営者） | ・今月は長期にわたる単価下落に落ち着きが見られたが、これが継続するのか、一時的な動きに終わるのかは不透明である。 |
| | | スーパー（店長） | ・大手企業によるボーナス支給の増加が報じられている一方、個人商店や年金生活者の多いこの地域では、その効果は少ない。また、年末に向けてテレビゲームなどの大型新製品があるものの、数量が限られていることから、全体を引き上げるまでには至らない。 |
| | | スーパー（店長） | ・長期予報でも暖冬となっていることから、昨年の実績をクリアすることだけで精一杯である。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・飲酒運転の取締り強化による影響が今後も続くほか、競合店が今後出店することなどから、厳しい状況は変わらない。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・薄型テレビは堅調に推移しており、特に高画質、高機能の商品が人気を集めている。今は32型以上の商品の動きが良いが、年末商戦も薄型テレビの動き次第となる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ここへ来て客の財布のひもが固くなっている。マンションの売行きも悪くなっていることから、今後更に固くなる傾向が強まる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・車検の申込や新車購入の予約などが好調であるものの、極端に良くもならず、悪くもならない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・年を追うごとに年末年始の需要が減少していることから、売上が今後大きく伸びることはない。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・トップシーズンであった今月の販売量を見る限り、急激な回復は困難である。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・新年会や忘年会、慰安旅行を行う企業が減ってきているなど、団体利用の需要そのものが減少している。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・年末年始にイベントを企画しているものの、周辺地域からの集客のほか、帰省客の動きが気掛かりである。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊は好調を維持しているが、宴会部門では法人利用が停滞気味である。特に取引先同士の親ばく団体の解散が相次いだことで、総会や宴会が減少している。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・暖冬傾向からスキー客の動きが懸念されるものの、海外旅行を中心に予約の動きは順調である。 |
| | | 旅行代理店（店長） | ・業界として目新しいイベントや行事が少ない。 |
| | | タクシー運転手 | ・今年は暖冬予想であるほか、この業界では2、8月は暇な時期となることから、これ以上良くならない。 |
| | | タクシー会社（経営者） | ・神戸市営地下鉄の最終時間が延長されるというマイナス要因もあり、夜間の利用が減少する傾向が続く。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・番号ポータビリティ導入後、初めて年末年始の商戦を迎えるため、各電話会社の競争で市場は盛り上がるものの、短期的な動きに終わる。 |
| | | 通信会社（社員） | ・地上デジタル放送の視聴にはケーブルテレビが適しているが、昨今はインターネットを使ったIPマルチキャストや、衛星放送などの選択肢も出てきており、客に対する説明が少し複雑になりつつある。 |

| 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 | | |
|-----------------------|--|-----------------------------------|---|-----------------------|--|
| | | 競輪場（職員） | ・ここ数か月は入場者、平均購買単価共に低位で推移しており、現時点では回復に転じる要素が見当たらないことから、当面は現状のまま推移する。 | | |
| | | その他レジャー施設 [イベントホール] （職員） | ・12月は別として、これから数か月はイベント業界は閑散期となる。当社の予約状況はさほど悪くないものの、好調とまではいえない。 | | |
| | | その他レジャー施設 [球場]（経理担当） | ・12月はコンサートや格闘技イベントがあるので来場者数が増加するものの、来年1月は日程の関係でイベントが無いことから、現状程度の来場者数となる。 | | |
| | | 美容室（店員） | ・見通しは若干暗いものの、新しいメニューを開発することで差し引きゼロとなる。 | | |
| | | その他サービス [ビデオ・CDレンタル] （エリア担当） | ・年末に向けてゲームソフトの売上が大幅に増加する。 | | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・新築件数は増えているものの、成約件数は思ったほど伸びていない。 | | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・景気上昇による効果が中小企業や家計収入にあまり及ばない一方、仕入コストなどが先行して上昇する。 | | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・優良物件の供給が少ないほか、通常の物件も売却に要する期間が長くなっている。業界に対する規制が厳しくなるけはいいもあるため、しばらくは様子見が続く。 | | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・新聞やチラシ、住宅情報誌などの媒体を使って販売を行っているが、集客率が低いのは相変わらずである。来場者に話を聞くと、雇用や給料減額などへの不安から、購入をちゅうちょしているとの声が多くなっている。 | | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・消費マインドの盛り上がりには欠けるものの、実質的には販売価格の上昇が続くことから、客もそれに追従せざるを得ない。 | | |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | ・1棟当たりの価格が若干低下気味ではあるものの、販売量は微増が続いているため、現状維持である。 | | |
| | | その他住宅 [展示場] （従業員） | ・1年以内の建築計画者の数が減っている。住宅取得に関する優遇税制など、政策によるバックアップがない限り、需要の喚起は困難である。 | | |
| | | やや悪くなる | | 一般小売店 [衣服] （経営者） | ・前年は12月からの寒波でコートを中心に高額商品が近年になく売れたが、今年も天候次第である。 |
| | | | | 一般小売店 [衣服] （経営者） | ・衣料品の売行きは気温に左右されることから、今年は防寒衣料の売行きが悪くなる。 |
| 一般小売店 [家具] （経営者） | ・秋ごろから来客数や販売単価の伸びがみられないなど、家具業界では売上が低迷している。 | | | | |
| 百貨店（経理担当） | ・歳暮関係の出足は前年並みであるものの、前倒してプロモーションを行っていることを考慮すれば良くはない。また、企業の経費圧縮が続いているほか、個人客も株価が低迷していることもあり、購入が大きく伸びる要素はない。 | | | | |
| 住関連専門店（店長） | ・プロパーの冬物商材を売る時期であるにもかかわらず、まだ暖かい影響で商品の動きが鈍い。それに伴って、冬物商材の販売のピークが12月からのバーゲンセールの際に重なり、プロパーの売上が落ち込むことから、利益率が悪化する。 | | | | |
| 都市型ホテル（支配人） | ・予約の受注については動きが悪い。 | | | | |
| 都市型ホテル（役員） | ・宿泊部門は来客数、単価共に10、11月がピークで、3か月後は現在よりも落ち込む一方、宴会部門の売上で2けたの伸びを確保するのは困難である。また、レストラン部門は横ばいで推移することから、全体としては現在よりもやや悪くなる。 | | | | |
| 旅行代理店（広報担当） | ・長期予約では今年も暖冬であるため、スキーやスノーボード関連の商品の売行きが懸念される。また、寒くなった方が温泉商品などの売行きは伸びることから、今年もそれらの売行きが悪くなる。 | | | | |
| 観光名所（経理担当） | ・11月末まで催していた大河ドラマの博覧会が成功に終わり、12月以降は客足が落ちる。観光客が来客数の大半を占めるため、集客のための仕掛けが必要となっているものの、現時点では未定である。 | | | | |
| 住宅販売会社（経営者） | ・これまで収益物件がある程度動いていたものの、動きが止まってきた。 | | | | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 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） | ・土地価格の上昇後の新築マンション価格は新価格と呼ばれているが、この新価格に客がついて来られずに、しばらく様子見が続く。 |
| | 悪くなる | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・問屋やメーカーの倒産が後を絶たない。 |
| 企業動向 関連 | 良くなる | 建設業（経営者） | ・工場敷地内の管繕工事の業務も増えているなど、これから4月ごろまでは今の好調が続く。 |
| | やや良くなる | 繊維工業（総務担当） | ・靴下関連の業界は自動車などとは異なり、今の状態は非常に悪いものの、新製品の投入で売上や利益が多少良くなっていく。 |
| | | 木材木製品製造業（経営者） | ・現在は受注もなく、売上も伸びていない状態であるものの、2、3か月先は今より少しは良くなる。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（情報企画担当） | ・デジタル技術を活用して得意先のニーズを掘り起こし、他社に先駆けてセールス展開を行っているため、新規客の獲得が進んでいる。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・受注量の増加が続いている一方、販売単価は引き続き横ばいとなっており、当面はこの状態が変化する兆しは無い。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・PCB廃棄物処理特別措置法に基づく処理事業として、PCBの収集、運搬が始まった。今後、PCB保有企業にとっては多額のコスト負担となるものの、PCBの収集、運搬資格のある物流企業にとっては増収要因となる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・少しずつではあるが、紙媒体の広告が前年並みに回復しつつある。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | ・暖冬の影響で冬物商材が思うように売れていないことから、各メーカーが冬物商材の売上拡大のキャンペーンを検討しており、企画書や販促物の印刷依頼が増えている。 |
| | | その他非製造業〔民間放送〕（従業員） | ・1月のスポットCMの受注状況については、若干であるが上向いている。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（従業員） | ・食品業界は気候に左右される場合が多いため、暖冬になると季節商品が売れないほか、定番商品の売行きも悪くなる傾向にある。現状は気候がはっきりしない状態であるため、良くも悪くもならない。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・客によって受注量に差があるなかで、前年よりも受注量の減少している客が多い。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・民間の新築やリニューアル工事は徐々に増加傾向にあるものの、公共工事は依然として減少しているなど、先行きには不透明な部分がある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・取引先の大手鉄鋼各社では設備投資の意欲はおう盛であり、今後もこの状況が続く。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・来年3月までの受注確定額をみると、現状維持である。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・海外への展開を進めている企業は良いものの、それ以外の企業は厳しい状況が続く。 |
| | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・薄型テレビをはじめとするAV関連商品は、これまでと同様に好調に推移する一方、そのほかの商品には大きな変化はない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・業況は上向きであるものの、職人不足や資材高騰などの不安要因が多い。 |
| | | 輸送業（営業所長） | ・新規の見積依頼も少ないことから、大きな変化はない。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・通販関係の荷物は増加が続くものの、商業貨物の減少がみられる。さらに、通販関係の個人あての貨物では輸送コストの増加がみられることから、収支については厳しい状況となる。 |
| 金融業（支店長） | | ・建売業者の様子をみると、土地の仕入価格が上昇するのに対し、販売価格はさほど値上げできないことから、横ばいが精一杯である。 | |
| 金融業（営業担当） | ・自動車部品製造業や鉄鋼プラント製造業は今後も売上増加が続く一方、小売業や建設業のほか、中小企業の大半では売上の横ばい傾向が続く。 | | |
| 不動産業（経営者） | ・不動産への投資意欲はおう盛な状態が続いているものの、銀行による融資姿勢がやや厳しくなってきた。 | | |
| 経営コンサルタント | ・クライアントからのコストダウン要請が依然として強いことから、現状維持が精一杯である。 | | |
| その他非製造業〔衣服卸〕（経営者） | ・中国産の商品が大半であるが、中国での物価上昇圧力が強いことなどから、仕入コストの上昇が今後問題となる。 | | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | | |
|----------------|--|------------------|--|--|---|
| | やや悪くなる | 繊維工業（団体職員） | ・受注量などが減少の一途であり、状況は毎年悪くなっている。地域ブランドのタオルに対するニーズはみられるものの、それ以上に環境自体が悪くなっている。 | | |
| | | 繊維工業（企画担当） | ・暖冬で冬物商材の売行きが伸び悩んでいるほか、年明けの売上の目安となる福袋のオーダーが今一つである。 | | |
| | | 化学工業（経営者） | ・現在は荷動きが活発であるものの、いつまでもこの状況が続くわけではない。実際に、受注量には少し陰りが見られることから、年末の早い時期には悪くなり始める。 | | |
| | | 金属製品製造業（管理担当） | ・鉄材などの材料の値上げにより利益率が低下する。 | | |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・来年から住宅ローン減税の規模が縮小となり、住宅着工件数が若干減少することから、状況は少し悪化傾向となる。 | | |
| | | その他製造業〔履物〕（団体役員） | ・安価な輸入品の増加により、引き続き国産品の売上が減少する。 | | |
| | | 建設業（経営者） | ・同業他社による入札価格が異常に低く、倒産のうわさが絶えない。 | | |
| | | 輸送業（営業担当） | ・少子化の影響もあって、例年よりも学習機の動きが悪くなっており、シーズンに入っても回復することはない。 | | |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・例年よりも折り込み広告に関する収益が悪化している。 | | |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・12月以降の広告出稿については、昨年ほど出稿量が増えていない。 | | |
| | | 司法書士 | ・案件数が少ないなど、好転するような材料が見当たらない。 | | |
| | 悪くなる | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・海外メーカーとの価格競争が激しいことから、受注が困難になってきている。 | | |
| 雇用関連 | 良くなる | | - | | |
| | | やや良くなる | 人材派遣会社（経営者） | ・ここへ来て、IT関係の大型汎用機にかかわる需要が非常に強まっている。12月末まで派遣可能な社員といった短期の情報を流しても、すぐに興味を示してくるなど、IT業界は来年早々からかなり忙しくなってくる。 | |
| | | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・2月には就職フェアを計画していることから、売上が伸びる。 | |
| | | | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率は21か月ぶりに前月より低下したものの、依然として高水準にある。新規求人数も引き続き増加傾向にあることから、原油価格の高騰など懸念材料はあるものの、全体的に雇用失業情勢は改善傾向が続く。 | |
| | | | 職業安定所（職員） | ・求人数の動きは、製造業で落ち着いてきた一方、卸売、小売業や一般飲食店で高止まりがみられる。正規求人の緩やかな増加を追い風に、採用者数が今後一層伸びることで、所得、雇用環境の改善へとつながる。 | |
| | | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・平成19年3月の卒業生の就職活動も終盤であるが、大手企業は来年度の採用活動にシフトしている一方、中小零細企業は依然として採用意欲がおう盛で、年内の確保を目指している。 | |
| | | | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・企業が求める人材と求職者のスキルがミスマッチとなっているほか、営業の即戦力の人材が不足している。 |
| | | | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・好調な材料が見当たらず、仕事量が増えても売上の伸びている実感がない。この状況はもうしばらく続く。 |
| | | | | 職業安定所（職員） | ・非正規社員を正社員化する動きは、一部の大手企業にとどまっている。当管内の中小企業では、景気回復の実感があまりなく、先行きも不透明であるため、まだまだ正社員化の具体的な動きはみられない。 |
| | | | | 民間職業紹介機関（職員） | ・日雇求人数の動きに若干陰りがみられるものの、鉄筋工の求人数など先行指標の動きをみると、今後も全体としては現在の水準が続く。 |
| | | | やや悪くなる | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・ターゲットである若年層の女性がフリーペーパーやインターネット媒体に奪われているため、1紙を除く新聞の求人広告料金がかなり安くなってきた。 |
| 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・メディアの多様化で企業が新聞への出稿を減らしていることから、回復の手ごたえがない。 | | | | |
| 職業安定所（職員） | ・大手家電メーカーによる生産中止のほか、事業整理を予定している事業所が数か所あることから、求人数の増加率は更に鈍化する。また、滋賀県内に唯一残っていた大手スーパーが来年2月で閉鎖される影響もこれから出てくる。 | | | | |

| 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 |
|----|----------|-------|----------------|
| | 悪くなる | - | - |

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------------|---|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | 百貨店（売場担当） | ・11月のイベントでの集客が良かったので、これから先2～3か月は多少懸念がある。来客数は前年比減少だが、売上は前年比180%という推移をしており、12月下旬からのプレセールにも期待できる。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・11月末現在、暖冬のため昨年に比べ防寒衣料の動きが非常に悪いが、そのため1～2月に防寒衣料の売れ筋商品が残っているため、売上が増加する。 |
| | | スーパー（店長） | ・現在の売上・来客数・客単価・販売点数が前年をクリアしているという良い傾向が、今後も継続する。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・幹線道路沿いに、当社だけでなく競合他社についてもコンビニエンスストアの新規オープンの予定が多く見受けられる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・毎月売上が増加しているため、このまま推移する。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・今後も地上デジタル放送のフォローの風に乗って、売上は伸びる。 |
| | | 自動車備品販売店（店長） | ・問い合わせの件数は増加しており、この先1～2か月には購入に結びつく。 |
| | | その他小売（営業担当） | ・土産物も扱っているが、観光へのマイナス要素が今のところない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・出店攻勢で増収増益になる見通しで、我が社としても良い方向に向かっている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・先行きの予約が増加している。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | ・クリスマス、お正月のレストランイベント予約の動きが良い。昨年のように、年明けに反動がなければさらに良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・年末年始に向けての忘年会、新年会の動きをみるに、企業の景気回復も徐々にではあるものの浸透しつつあるなかで、良い方向に向いているのは確かである。しかしながら地元中小企業の動きは相変わらず鈍い状況には変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・最近の前年比マイナスは、昨年国体があったことを考えると、さほど心配材料ではない。また客からも景気が悪いという話は聞かなくてこないため、この先徐々に景気が回復してくる。 |
| | タクシー運転手 | ・観光に関しては変わらずに推移している。来年度も問い合わせ等が多く入っているため、3月ごろまではやや良い状態のまま推移する。 | |
| | 通信会社（社員） | ・ボーナス時期であること、新OSの提供開始に伴うネット利用の増加などで売上増が期待できる。 | |
| | 通信会社（販売企画担当） | ・番号ポータビリティ実施による減少の巻き返しに向けた販売強化施策の展開により良くなる。 | |
| | 設計事務所（経営者） | ・2007年へ向けて、特別な動きが出始めている。業務内容も今までと違って、古いものの再生やまちづくり事業などソフト面に変わってきており、なお多様化の傾向になってきた。 | |
| | 変わらない | 百貨店（営業担当） | ・暖冬予想により、高単価商材のコートの動きがわかりづらく、また春物の立ちあがりも早くなると思われる。年々、最新ファッションを買う客が中心のプレタゾーンでも、時季に合わせて購入する傾向にシフトしつつあり、春物立ちあがりの2～3月も大きな動きはない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・店頭の販売動向を見ていると、気温の高い日は確実に冬物衣料の売上が下がっている。もし、12月に暖かい日が続くようであれば、かなり厳しい状況になる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・歳暮、クリスマス、冬のクリアランスと今後大型商戦がスタートするが、歳暮については11月の早割へのシフトにより実需期での苦戦、また冬のセールについてもメ-カ-の生産調整が進むなか、適品確保が難しくなっており大きな伸びは期待できない。 |

| 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 |
|----|----------|-----------------|---|
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・年末年始については期待できると思うが、その時期を過ぎると不透明である。物販、飲食の売上が揃って上向きになってこないと思われ、景気の展望は見えない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・天気予報では暖冬の予想が出ており、昨年の防寒ものの好調売上は期待できず、12月の正価品実売と1月のクリアランスにかけても大変厳しい商戦になる。 |
| | | 百貨店（購買担当） | ・今月末にクリアランス1か月前のブランドバザールを実施したが、前年比90%で終わってしまった。特にアパレル関係では、セール商材の確保も難しく、それを買求める客の財布のひもも固かった。これから、クリアランスに突入しても、よほどの気温の低下がない限り、客の財布のひもは固いままである。 |
| | | スーパー（店長） | ・いよいよ年末を迎え、来客数確保のための販売競争も激化し、客の買い回りも激しくなる。今の競争状態からみても、景気が上向いていく気配は全く感じられない。 |
| | | スーパー（店長） | ・昨年との気温の違いが大きく、それに対応した商品企画を優先して臨むが、あまり良くなるとは思えない。 |
| | | スーパー（店長） | ・客の平均購買単価は、前年並みで推移している。野菜の高値安値にかかわらず、客の財布はある一定の金額が決まっているようであり、今後増加する見込みはない。したがって、今後も変化なく推移する。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・販売不振で、年末年始に向けて客単価の低下が一段と加速しそうである。 |
| | | スーパー（管理担当） | ・なかなか寒くならないため、冬物商材が伸びていない。鍋物商材など、関連商品での販売売上が見込めるものが伸びておらずこの傾向が続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・競合の相次ぐ出店に対し、市場は既に飽和状態にあり、回復の兆しはみえにくい。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・年末から年始にかけての受注についての商談は順調に進んでいる。今年が悪かった分、来年は多少上向くのではないかと。コンビニエンスストアの出店状況も順調に出ているので、天候がよっぽど悪くならないかぎり、このままの状況で推移する。 |
| | | 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・11月中旬ごろからようやく気温の低下がみられるが、まだまだ昨年ほど寒くはなく、さらに寒くなる時期もずれこんでいるようで、今後の販売量への影響が懸念される。 |
| | | 衣料品専門店（販売促進担当） | ・近くに大型店舗ができたり、市内に通じる交通期間が完成したせいか、客も見ただけで、購入にはいたっていない。今後も厳しい状態が続く。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・年末の書き入れ時ではあり、AVはますますであるが、他の白物商材が伸び悩んでいる。また販売単価の低下により、さらに苦しい経営状態になる。 |
| | | 家電量販店（予算担当） | ・昨年の冬は近年にない厳冬だったが、今シーズンは今のところまだ暖かく、季節商材の動きが見受けられない。映像商品は好調を持続する見込みであり、また次期OSの発売も予定されるなど、現状から悪化する事はないものの、さらに上向くかは疑問である。 |
| | | 乗用車販売店（サービス担当） | ・新型車の投入も少なく、新型目当ての客が増える要素がない。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・大幅な好転は予想しづらいが、かと言って悪くなる状況もないのでこのままの推移が続く。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（従業員） | ・郊外店に客の流れが動いている。引き続き厳しい状況が続く。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・婚礼については、新しい施設等も多くなり、この先非常に厳しい状況になりそうである。一般宴席については、順調に予約が入っているが、この先については何ともいえない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・今月は中旬から夜の寒さが厳しくなったにもかかわらず、深夜の客が前年比で4%上昇している。要因としては、上旬から鍋物をメニューに加えたためであり、リピーターも数組見受けられ、ハンバーグやステーキ、プラス鍋物を注文される客も目立ってきている。ただし、この傾向が今後も続くかどうかはわからない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・12月に入りクリスマスシーズンとなり、カップルでの客は増加すると思われるが、全般としては、前年並みとなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------------|---|
| | | スナック（経営者） | ・年末年始・クリスマス・忘年会・正月と人の動く時期だが、現在の状況では期待できない。大企業は良いかもしれないが、個人企業・中小企業では、景気の良さは全く感じられない。 |
| | | その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者） | ・集客の方法がマンネリ気味である。目新しい商品と販促方法を考えていかなければ変わらない。 |
| | | 観光型ホテル（経理総務担当） | ・来年の予約状況は、まだ不透明である。新年会は前年比減であり、婚礼予約もいま一步といったところである。ただし、問い合わせはきている。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・今後の予約状況は、前年同時期と比較してやや減少している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・忘年会の予約はますますで、前年並みである。宿泊は低単価のホテル進出で厳しい状況である。 |
| | | タクシー運転手 | ・規制緩和、増車等の影響でタクシーは現在飽和状態で、なりふり構わぬ営業が増加し、乗務員の質も低下しているのが現状である。タクシーの乗客数は限られているので、今の状態が短期間では回復しない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・年末に向けて、業界内の事業者の動きはいろいろとあるものの、客・サービスの動きは低調とは言わないまでも、活発ではない。来春までこの様子は持ち越される。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・解約の増加等厳しい状況が続く。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・受注数は、若干増加しても受注金額が低下してトータル金額は、あまり変化がない状態が続く。 |
| | | 住宅販売会社（経理担当） | ・新規発売予定の物件がないため、既存物件のみではモデルルームへの来場者数や契約戸数の増加が期待できない。 |
| | | 住宅販売会社（販売担当） | ・土地、建売の売り出しでは来場者や問い合わせが増加しているが、まだ成約増までには至っていない。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・来場者数が激減しており、回復の手立てもなく、今後が心配である。 |
| | | 一般小売店〔書店〕（経営者） | ・とにかく売上が伸びてこない。これから先何か月かとも良い状態にはならない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・ラグジュアリーブランドの苦戦状況が最大売上月の12月にも影響してくる。11月末になっても暖冬傾向が続き、重衣料がクリアランス待ちになり、また取引先も在庫調整に入る。 |
| | | スーパー（店長） | ・競合店のチラシ攻勢は、今後数か月はずっと続く。この影響は大きく、この先が懸念される。 |
| | | スーパー（店長） | ・来客数・客単価共に、ここ数か月下がっている。高額商品が売りづらくなってきており、今後も若干の下向きである。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・競合店の出店による来客数減、及び一点単価の下落がまだまだ続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・客の購買は非常に慎重で、消費意欲の回復は感じられない。これからもこの傾向は続く。 |
| | | 住関連専門店（広告企画担当） | ・所得の格差が広がっていくことによる、売上に関わる全体的なダウンは止まらない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・競争激化はますます厳しくなる。商品プランニングにおいて、貸し切りバス・航空機等が大変競争が激しくなり、旅行単価が低下してくる。旅館等の値下げで原価を抑えることになるが、その分利益も落ちてくる。 |
| | | タクシー運転手 | ・12月はタクシー業界にとって年間1・2を争う売上がなければいけない月であるが、客の話を聞いていても、忘年会の回数が増えるでもなく、このままマイナスの状態が続く。 |
| | | 通信会社（通信事業担当） | ・需要期に入ったが、新規加入数が減少し、解約数が増加しており、例年を下回る結果となっている。今後も同じような傾向が続く。 |
| | | 美容室（経営者） | ・同じ商圏内に同業の大型店舗が出店し、これからその影響があると思われ、今後が心配である。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・受注増加の方策が見いだせないのと客の収入の伸びがみえない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・建築関係では、民間の投資状況はまだまだ上向いていない。ましてや役所関係ではこれから発注が少なくなる時期になるので、春まではこのまま厳しい状況が続く。 |
| | 悪くなる | 乗用車販売店（営業担当） | ・今現在の低迷している販売状況が続く。 |

| 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 | |
|-----------------|----------------------------|-------------------|--|--|
| 企業 動向 関連 | 良くなる | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・これから先も、業務請負の業務拡大を予定しており、ますます多忙なままで推移する。 | |
| | | 農林水産業（従業者） | ・先月は不調だったが、今月に入りイカ釣り漁が持ち直してきた。また、巻き網船も海がしげないということで、好調に水揚げができています。この調子で12月も豊漁が続くのではないかと。 | |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・自動車関連は相変わらず好調な受注が入っており、生産ラインは当面フル操業の様相に加え、今月より欧米からの上乗せ受注が入り急ぎよ人員採用での対応に追われている。白物家電も年末商戦に強気の受注が入っており、時間外では対応できず正月3日のみラインを止めるなどの対応を考えている。 | |
| | | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・稼働日数の関係で販売量が減少する月もあるが、日々の生産量はさらに増加する。 | |
| | | 通信業（支社長） | ・前年度は2～4月の新生活スタート時期に光電話の申込が殺到した。今年度においても同様に推移する。 | |
| | 変わらない | 化学工業（総務担当） | ・物流費や原燃料費高等の影響はあるものの当面現状を維持する。 | |
| | | 化学工業（総務担当） | ・一部素材製品の値上げが待っているが、その分販売価格に転嫁できる環境はある。 | |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・依然として、鉄鋼需要は堅調が持続しており、引き続きフル操業が続く。 | |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・円安傾向は、輸出製品の価格競争にはプラスに働くと考えるが、原材料の高騰が続けば、実りなき繁忙となることが懸念される。 | |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・受注は高水準、工場はフル生産の状況が今後も続く。品質、価格は当然のことながら、納期へのウェイトがより高くなっていく。心配することとしては、原材料の高騰、特に非鉄（銅、亜鉛）の値上がりがある。 | |
| | | 一般機械器具製造業（経営企画担当） | ・国内市場の悪化により、当面、売上が伸び悩む。 | |
| | | 輸送業（統括） | ・当社は全国展開している客との取引を行っているが、新規に出店する店もあるが閉店する店もあり、私の事業所ではあまり変わらない。 | |
| | | 通信業（営業企画担当） | ・広域LANやIP-VPNなどの高品質ネットワークは各事業者の商品に格差がなく、インターネットの利用拡大に伴う多様化もあって、厳しい価格競争から脱しきれない状況になっている。 | |
| | | 金融業（業界情報担当） | ・米国経済の減速は懸念されるが、アジア経済は拡大が続き、世界経済全体としては堅調に推移すると予想され、輸出向けを中心に引き続き高水準の受注が続く。 | |
| | | 金融業（営業担当） | ・企業のなかには、小さな設備資金の需要が少し出てきているが、それも金額が小さいので大きく変わらない。これだけものが動かないと、心理的にも落ち込みかねない。基本的に今が底でこの状態のまま推移する。 | |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・11月は新車の発表等があり広告出向が一時的に増えた。しかしあくまで一過性であり今後には続かない。 | |
| | | 会計事務所（職員） | ・売上高は頭打ちなのに対して、諸経費は値上がり傾向にあり、中小零細企業の利益は徐々に圧迫されてきている。 | |
| | | やや悪くなる | 食料品製造業（総務担当） | ・製品の受注量は若干ながら増加しているが、食料品は品質管理面から在庫を持っていないので、現在の受注から先を見通す事が難しい。また、新商品を作っていないと売上・利益等を伸ばしていけず、今後も厳しい。 |
| | | | 繊維工業（統括担当） | ・我々の業界でも原材料の値上がりが明確になってきた。それを製品価格に転嫁することは難しく、先々厳しくなる。 |
| | | | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・大型案件の生産も最終盤であり、12月は年末年始対策がありまずまずの生産量を確保できそうだが、その後の引合は少なく、現在の生産量確保は困難である。 |
| 電気機械器具製造業（広報担当） | ・今後の受注の十分な確保の見通しがまだ立っていない。 | | | |
| 悪くなる | | | | |
| | | | | |
| 雇用 関連 | 良くなる | 求人情報誌製作会社（支社長） | ・12月のボーナスシーズン、並びに4月に向けての人員増等により、来年3月末まで求人数が伸びる。 | |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（支店長） | ・製造業関連で増産の計画がある。 | |

| 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 |
|----|----------|----------------|---|
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（担当者） | ・依然として人材の不足感が企業側にある。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人は落ち着いてきたが、2007年問題を控え、企業の募集が極端に少なくなる事は考えられにくい。ただ、一方で求職者のさらなる正社員志向が高まれば派遣スタッフの確保が難しくなり、業績は下向きにぶれる可能性はある。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・個人消費の動向がこれから大きく改善されるとは思われず、また企業も業績が良くなっても、それを賃金に回すことは少なくなっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・一向に上向かない景気の影響で、引き続き事業廃止となる事例が相次いでおり、求人募集の面でも都会地とのギャップが際立っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数が増加する要因が全くない。一般機械製造業では在庫調整をしており、関連会社も仕事量が減少している。また、年末にかけて求人が増加傾向にある小売業・宿泊飲食業でも求人が減少している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・今後も求人倍率は一倍代で推移するものの、産業別にみるとかなりばらつきがあり、企業の好不調の影響が求人数にもはっきりと現れている。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | ・派遣求人の増加を要因とした新規求人の増加傾向に一服感の予感がある。正社員求人の増加も低調に推移すると思われる。久しぶりに工業団地への企業進出情報もあるが、全体に及ぼすほどの影響はない。また、景気変動の伴う大量離職者の発生情報もない。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・システム開発関連企業では、技術職の中途採用が計画通りに進まずに、受注をこなしきれない状況が散見される。 |
| | | 学校〔短期大学〕（就職担当） | ・景気が上昇とはいっても地域差がある。また、学生の動きも鈍く、内定数の上昇は難しい。 |
| | | | やや悪くなる |
| | 悪くなる | - | - |

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、　：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------------|--|--------------|---|
| 家計動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 百貨店（営業担当） | ・全体的に商品の動きは好転している。新規来客数が多く、街の人出も多くなっている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・建物の改修工事が終了し、観光客の入場者数が再び増加する。 |
| | 変わらない | 百貨店（売場担当） | ・一般消費者の所得は伸びておらず、購買意欲に欠け、財布のひもは堅い。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・例年に比べて暖かい日が続く、鍋物の売行きが悪い。このまま気温が下がらないと12月商戦が心配である。 |
| | | スーパー（予算担当） | ・今年は暖冬の予測があり、1月までは寒さが期待できない。ただ、10月・11月と比較すると気温は下がっていくので、冬物の販売も進んでいく。好要因としては、新型ゲーム機の販売があり、ソフトと合わせて販売量は伸びる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・前年に比べて客単価は変わらないが、来客数、買上客数が1割程度落ち込んでおり、やはり暖冬により売上が伸び悩む。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・特に良くなる理由が見当たらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新車販売台数が今後伸びる要素は少ない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・2、3か月前には、新型が出てくるので良くなるという見方をしていたが、実際に新型が出て、今、前年割れを起しているところを見ると、今後も良くなるような要素はない。 |
| | | 乗用車販売店（管理担当） | ・個人の所得は増えていないので、需要の増加が見られない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・販売量が期待しているほど伸びない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・夜の来客数が少ない上、同業種の店舗が増え苦戦を強いられている。 |
| 都市型ホテル（経営者） | ・来客数・予約・単価の動き、共に低調である。このまま景気が良くなっても、若干弱含みで進んでいく。 | | |

| 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 |
|------------|--|---|---|
| | | 通信会社（支店長） | ・クリスマス・ボーナス商戦で単発的な動きは期待できるが、大きく好転しそうな材料が無い。 |
| | | 美容室（経営者） | ・良くなる見通しが立たない。 |
| | | 設計事務所（職員） | ・業者間競争は大きな変化もなく、継続する。仕事量も大きな増加が望めず、例年並み又は例年よりやや減の範囲にとどまる。 |
| | | その他住宅（住宅ローンセンター） | ・景気好転の予兆が感じられない。 |
| | | その他住宅（住宅ローンセンター） | ・中央の景気が回復しても、地方へその効果が波及するには結構な時間のラグがある。急激な変化やそのきっかけが発生すれば何かしらの変化があるだろうが、その予兆も感じられない。自分の周辺の様子から考えても数か月でどうこうなるものではない。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・商店街近くで行われたイベントも1月上旬で終わるということで、なかなか明るい話題がない。冬物の出足も非常に悪く、これが今後の景気にも影響してくる。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・近くに大型ショッピングセンターができる予定であり、かなり苦戦しそうである。 |
| | | 美容室（経営者） | ・景気回復の兆しとの報道が多いが、地方ではまだまだ厳しい状況が続く。 |
| | 悪くなる | スーパー（店長） | ・寒くないので冬物がほとんど売れない。また、いろいろなものの相場が上がってきており、例えばマグロなどは前年比30%以上の値上げになって非常に売行きが悪くなっており、今後も期待が持てない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・来客数が減ってきている。 |
| 設計事務所（所長） | | ・マンション業者の倒産や、設計のダンピング等が起きている。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 電気機械器具製造業（経営者） | ・3か月先まではかなり受注がある。今も、案件は例年より多く、また他社にも同様の動きがあると聞いている。設備投資は盛んであり、3か月先はより盛んになる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・年末年始を控え、客への営業活動をする中で、個人が例年より早い時期から消費に動いていると強く感じる。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・建設会社・ゼネコンから、支店・店舗を探してほしいというオファーが増えている。設備投資意欲が少し強くなっているようである。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・大都市圏だけでなく、地方でもある程度受注が増え始めた。ただし、単価はまだ低く、急激に業績に影響を及ぼすことはない。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（従業員） | ・2月に春の新商品が出るので、それに期待する。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・繊維業界で、消費を押し上げる特別な要因は見られない。 |
| | | 木材木製品製造業（経営者） | ・販売量に関しては、原材料費が上昇してきているので、若干駆け込み需要がある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・油圧クレーンの総需要は、20か月連続で前年を上回っており、一部の地域（北海道・東北）を除いてはクレーンの稼働率は堅調で、当面の間この状況に変化は無い。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・年度末に向けての商談が多く、全般に堅調である。 |
| 建設業（経営者） | | ・良い方向へ変わる要素がない。 | |
| 輸送業（役員） | | ・燃料価格の高騰も一段落した。またボーナス水準も昨年を上回り、一般消費も例年より活発化する。 | |
| 金融業（融資担当） | | ・県内の主要産業である土木建設業については、公共工事の減少から底の状態が続いている。また、小売業においても、賃下げ等による消費の低迷から振るわず、今後も厳しい状態が続く。 | |
| 広告代理店（経営者） | ・商店街再開発事業の一部完成等の明るい話題もあるが、多くの得意先では現状維持あるいは広告費削減の話が多く、結果として変わらない。 | | |
| 公認会計士 | ・経営者達は景気の先行きに不安を持っており、不動産投資を控えている。設備投資についても様子を見てという話が非常に増えてきていることから、景気は若干下向きになりつつある。 | | |

| 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 |
|----------|----------|----------------|--|
| | やや悪くなる | 電気機械器具製造業（経営者） | ・価格下落が一段と激しくなっている。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・燃料価格が一時的にわずかに下がったが、年末にかけて再上昇の気配もあり、年明けにそれが現実になれば例年に増して物量の反落も予想されるので楽観はできない。 |
| | | 通信業（支店長） | ・番号ポータビリティの特需が徐々に薄れてくる。 |
| | 悪くなる | - | - |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（支店長） | ・企業の積極的採用が増えている。紹介予定派遣も増えている。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・販売系の求人は増えているが、事務系の求人は減っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数の伸びが最近になって鈍っており、しばらくはこの傾向が続くため、3か月先も景気はあまり変わらない。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | ・地方では、まだまだ景気の回復を感じる企業は少なく、今冬の賞与についても前年並みの支給であるという企業が多い。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・補充のための採用という程度の動きしか見られず、大きな変動は期待できない。 |
| | やや悪くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・明るい兆しや情報が全くない。冬のボーナスが出たところで目減りしており、消費には結び付かない。 |
| 悪くなる | - | - | |

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、_：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|--|-----------------|--|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | コンビニ（販売促進担当） | ・量販店の特別セールスの頻度が高くなっている。また、クリスマスケーキ、生もち、オードブル等の注文が多くなっており、売上も前年をクリアする。 |
| | | 乗用車販売店（管理担当） | ・買換え需要や新卒者の新ユーザーの受注等、客の購入意欲が増している。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・日用消耗品の売上が伸びており、今後、気温が下がるとシーズン品が良く売れるようになる。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・近隣の地元スーパーが廃業し、遠くまでいけない客が当店に流れる。 |
| | | スーパー（店長） | ・来客数は伸び、価格にかかわらず良いものが売れている。衣料品は気温の冷え込みに伴い、バーゲン品ではない正価販売品の売行きが非常に堅調になっている。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・これまでより大型の薄型テレビやDVDが売れ始めており、やや良くなる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・12月1日の地上デジタル放送開始に伴い、薄型テレビへの需要が喚起されている。買い控えが起こっている。パソコンの新しいOSも年明けには動くため良くなる。 |
| | | 家電量販店（総務担当） | ・12月1日の地上デジタル放送の開始に伴い、薄型テレビ等のAV商品が活発に動く。 |
| | | その他飲食の動向を把握できる者 | ・歳暮時期は例年以上に買物で出歩く人が増え、街が活性化され、それに伴い店も潤う。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・2月の予約状況が前年に比べ大幅に伸びているため、売上は伸びる。 |
| | | 観光型ホテル（営業担当） | ・地域内で交通アクセスの整備や観光施設の整備が行われ、今後さらに充実されるため、来客数が増える。また、大型商業施設等ができるなど、地域の動きが活発化しているため今後は良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・飲酒運転自粛が続くものの忘新年会需要は根強いと予想されるため、良くなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・忘年会のシーズンになり、予約が取れない飲食店がたくさんあると聞く。仕事が忙しくなり、年が明けてもこの状況は続くだろうと話す客も多い。 |
| | | 通信会社（業務担当） | ・携帯電話の番号ポータビリティが客に認知されつつあり、新商品が出そろい、ワンセグ放送も一部スタートし、年末商戦は盛り上がる傾向にある。来客数、販売台数共に上昇する。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・キャンセルが出てもすぐに新しい客の新しいプランが発注されるなど、良い状況が続いており、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 | |
|--------------|--|----------------------|--|--|
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・大型商業施設の影響で乗客数がだんだん減っている。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・スーパーの競争が激しいが、商店街は駐車が不便なため客が寄りつかない状況が続いている。 | |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・お歳暮ギフトや個品の割引きをしているが、デパート等で買い求める客が多く、当店での上は期待できない。味も工夫し、新商品も販売しているが伸び悩んでいる。 | |
| | | 百貨店（売場担当） | ・婦人衣料のヒット商品がなく、急激な冷え込みがない限り、厳しい状態が続く。 | |
| | | 百貨店（売場担当） | ・暖冬により重衣料等の売上減少の不安があったが、婦人衣料品は前年比を上回っており、良い状況である。ただ前年はコートが前年比130～140%と、大きな伸びを示していたので、反動減が予想される。食料品の動きは安定しており、家庭用品は引き続き動きが鈍いと予想される。 | |
| | | 百貨店（業務担当） | ・昨年は12月に冷え込み、売上を確保したが、今年は暖冬ということもあり、かなり厳しい商況が予想される。 | |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・燃料油の小売価格は落ち着いてきたが、個人消費のマインドはさほど上がっていない。冬の寒さによる需要増と個人消費の回復が期待される。 | |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・例年に比べ、予約状況があまり良くない。 | |
| | | スナック（経営者） | ・固定客に支えられている状態で、今後、新規の客が増えなければ厳しい状態が続く。 | |
| | | 都市型ホテル（副支配人） | ・客単価はなかなか上がらないが、出張ニーズがどんどん増えている。 | |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・年末年始はハワイ、グアム、東南アジアを中心に前年比110%以上となっている。日並びは良いが、ヨーロッパやオーストラリアが前年比を下回っており、国内は全般的に出足が鈍い。 | |
| | | 旅行代理店（業務担当） | ・海外旅行の先行受注状況が前年を下回っている。 | |
| | | タクシー運転手 | ・今年は公務員の飲み会の自粛で、忘年会、新年会が期待できない。 | |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・1月中旬までは比較的堅調な予約状況であるが、下旬から2月にかけて動きが鈍くなる。 | |
| | | 設計事務所（代表取締役） | ・民間の建設需要は、ソーラーハウスやマンション等の環境重視型や住宅のリフォームなどの需要はあるが、全体の建設需要としては限られている。 | |
| | | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・中心商店街から外れた商店街は家賃が安く、新たに商売を始める人の出店場所であったが、郊外の大型店の影響が大きく、従来の売上が確保できず、閉店する店が目立つ。 |
| | | | 商店街（代表者） | ・消費が低迷しているのに加え、来月には商圈に大型商業施設が開店し、いよいよ商店街に客が来なくなる。タクシーの運転手も乗客が少なく、厳しい年末になると話す。 |
| | | | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・年末商戦を控え、ギフト商品の相場が全く上がらない。年末もこのような厳しい状態で動く。 |
| | | | 百貨店（営業担当） | ・不必要なものは買わないという消費者が多く、商品対策をしっかりとしないと購買には繋がらない。百貨店は厳しい状態が続く。 |
| | | | 百貨店（営業担当） | ・現金購入の比率が落ち、クレジットの扱いのみが増えていく。クレジット催事が好調で支払いの先延ばしによる買物が増えている。所得の伸びがなく、消費への不安は募っている。 |
| スーパー（店長） | ・暖冬により、冬物商品の販売量が伸び悩んでいる。このまま続くと、冬物の食料品もなかなか伸びない。 | | | |
| 衣料品専門店（総務担当） | ・貴金属、着物は前年をやや上回っているが、主力の婦人、紳士服等の衣料品の売上が前年比でマイナスとなっている。 | | | |
| 乗用車販売店（従業員） | ・トラックの受注が伸びず、大変厳しい状況である。 | | | |
| 住関連専門店（経営者） | ・地場大手の家具運送会社が民事再生法の申請を行った。家具業界は依然として厳しい。 | | | |
| 高級レストラン（専務） | ・郊外に競合店がたくさん開店し、ますます中心市街地は寂れている。 | | | |
| タクシー運転手 | ・歓楽街の客の動きは鈍く、タクシーを利用する客もかなり減っている。 | | | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|-----------|---------------------|--|
| | 悪くなる | 通信会社（管理担当） | ・正社員数が減り、給与の安い派遣社員がわが社でも増えており、厳しい状況である。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・自社サービスの競争力が低下している。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・当面は近直オープンの中堅スーパーマーケットや大型ショッピングセンターに加え、近々オープン予定の地場ショッピングセンターの影響で来客数の減少が予想され、苦戦を強いられる。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・忘年会の予約が今年の半分くらいしか入っておらず、年明けの予約もほとんど入っていない。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 金融業（営業職涉外係） | ・地上デジタル放送開始に伴い、テレビの買い替え需要が見込まれる。番号ポータビリティ制度導入により、携帯電話の買い替え需要も見込まれる。 |
| | | 不動産業（従業員） | ・引き続き、市内の不動産取引価格が上昇傾向である。 |
| | | その他サービス業〔物品リース〕（役員） | ・引合件数が増加しており、今後しばらくは上昇する。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（経営者） | ・受注量は前年比で減少しており、主要取引先の集客状況も芳しくないことから、前年割れのまま推移する。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・燃料のガスが高止まりであり、原材料価格等も上昇しているが、単価の値上げは出来ず厳しい状況が続いている。 |
| | | 鉄鋼業（経営者） | ・民間の建築物件はマンションやIT関連施設の増設、自動車関連等が引き続き計画されており、建築需要は今後も堅調に推移する。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・軽油価格が値下がり傾向であるが、ここきて商流貨物の荷動きが悪くなっている。費用は低下するが、売上も少し下り坂にある。 |
| | | 通信業 | ・公共工事の減少や談合問題などが長引けば、悪い影響が出てくる。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・客は、家計の余分な資金を保険による運用にまわす様子がない。 |
| | | 新聞社（広告） | ・百貨店や流通各社に元気がない。近隣のテナントビルも1月に閉店を迎える。 |
| | | やや悪くなる | 繊維工業（営業担当） |
| | 建設業（総務担当） | | ・年末にかけて手持ちの工事が終わり、一部の長期工事を除き、今後手掛ける工事が全くない。 |
| | 悪くなる | 経営コンサルタント | ・生き残りをかけた量販店の統合が始まる。酒規制緩和にて一般酒販店は倒産に追い込まれ、もはや酒販店ではなくなっている。 |
| | 雇用 関連 | 良くなる | 民間職業紹介機関（職員） |
| 民間職業紹介機関（支店長） | | | ・情報通信系業界、商社・卸系の求人需要に加え、製造業からの需要が高まりつつある。メーカー直販の営業・販売職の需要は今後も増加する。 |
| やや良くなる | | 人材派遣会社（社員） | ・企業の求人数が増えてきた。また形態も正社員など安定雇用が見込まれてきた。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・人材確保の意味でも、雇用の気運が高まっていく。 |
| | | 民間職業紹介機関（社員） | ・例年、年末商戦、年度末決算案件等により市況が活発になり人の動きが増大する。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当者） | ・求人数の動向は現状と変わらないが、2008年3月卒業対象の求人活動は今後一挙に活発になる。 |
| 変わらない | | 人材派遣会社（社員） | ・当社、同業他社ともスタッフ不足のせいか、他社のスタッフの交代、補充に伴う派遣のケースが多くなっている。また、中心街でなく周辺都市及び郊外型ショッピングセンターへの販売応援の依頼が多いが、通勤できるスタッフが確保できず、成約は難しい状態である。 |
| やや悪くなる | | - | - |

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

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）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 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | コンビニ（経営者） | ・前年と比較して、年末年始のギフト関連と年賀状印刷の注文が多くなっている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・前年の同時期と比較して売上にさほどの変化は無いが、来客数、客単価は上がっている。一点単価としては下がっているものの、買上点数の増加でカバーしているので、全体としてはやや良くなっていく。 |
| | | 家電量販店（総務担当） | ・競合店の出店が一段落して丸1年経過しているため、テレビが市場全体をけん引していく。 |
| | | 観光型ホテル（総支配人） | ・旅行各社の沖縄キャンペーンが例年に比べ活発で、予約状況も順調である。パンケット部門も婚礼を中心に好調で販売量増加が見込める。 |
| | | ゴルフ場（経営者） その他のサービス[レンタカー]（営業担当） | ・本土からの来客数が増加している。 ・年末年始の予約の入込状況が前年に比べて好調に推移しており、売上も伸びていく。 |
| | 変わらない | 一般小売店[衣料品・雑貨]（経営者） | ・11月の売上を10月と比較すると35%の減少となり、10月好調の反動が11月に発生している。今後も例年どおりの推移なら11月並みの傾向が続く。売上は前年同月比90～100%の範囲である。 |
| | | スーパー（経営者） | ・競合店の出店に伴いチラシ販促の強化を図った結果、売上、来客数共に増加しているが、収益的には厳しい状況にある。このような状況は今後も続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・新聞報道等では景気の好調が強調されているが、消費者の購買意欲には反映されていないように見える。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・ショッピングセンターやスーパーやコンビニ競合店の出店で、ますます客の分散化が進み、年末年始以降もこの傾向は続く。また、低価格路線傾向も強く、チェーン店とはいえコンビニは不利な状況が続く。 |
| | | その他専門店[楽器]（経営者） | ・年末に期待はするが、競合店が増加しており厳しい。年末年始の季節感が最近はあまり無い。 |
| | | その他専門店[書籍]（店長） | ・大型店の出店により小さな店は全く太刀打ちできない状況にある。これからも厳しい状況は変わらない。 |
| | | その他飲食[居酒屋]（経営者） | ・カップル等の少人数での来客が多く、なおかつ滞在時間も長くなっている。席の回転は悪くなっているが、平均単価は100円ほど上がっている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・沖縄への入域観光客数は梅雨期の大雨による災害が影響した6月、7月を除き順調に推移している。これから先も、特に大きな変化要因は見当たらず、沖縄への入域観光客は、沖縄プームに支えられ順調に推移する。 |
| | やや悪くなる | 百貨店（担当者） | ・前年は全国的な寒波により防寒衣料を中心に好調を維持したが、今年は暖冬が予測されていることから12月は苦戦する。 |
| 高級レストラン（営業担当） | | ・今年は前年と比較して減少傾向にある。現時点での見込み以前年同様の増加率を加算しても、前年より良くなるは見込みではない。 | |
| 観光型ホテル（商品企画担当） | | ・12月、1月の間は年末年始を除き改修工事を予定している。客室販売を制限しているため、稼働率は前年を下回る見込みである。 | |
| 悪くなる | - | - | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 広告代理店（営業担当） | ・年末年始の需要期に向けて、着実に県内企業の営業活動が活発化、前年比でみて幾らか積極的に動いている感がある。要因は明らかではないが、経済振興を掲げる知事の誕生や冬の観光需要が高まるとの予測に基づいている可能性がある。 |
| | 変わらない | 建設業（経営者） | ・客からの引き合い件数、相談件数が横ばい状態である。また、モデルハウスへの来場者数があまり増加していない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------|----------|-----------------|---|
| | | 通信業（営業担当） | ・年度末に向けて多少の駆け込み受注を勘案しても、大幅な売上増は期待できない。 |
| | | コピー業（代表者） | ・広告媒体・CG制作の営業マンを採用したものの、すぐには売上増加が期待できない。 |
| | やや悪くなる | 輸送業（営業・運営担当） | ・環境の変化により企業内リストラなどの改革を行う企業が増えている。料金改定や入札など、次年度に向けた取組が活発化している様子がみられる。 |
| | 悪くなる | - | - |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・建築関係については、民間の工事が少しずつ動き出している。また、電気通信に関しても多少良くなる兆しがあるもので、全体としては年度末に向けやや良くなる。しかし、相変わらず土木業の行き先は不透明である。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・求人してもなかなか採用できない企業が、採用枠を埋めようと2次、3次募集をかけている。年度末に近づきその傾向はますます強くなり、県内外の求人数増加が見込める。 |
| | 変わらない | 学校〔大学〕（就職担当） | ・観光業以外の業態は、求人の動きがやや鈍くなっている。建設業の不調は他業種にも心理的な影響を与え、結果的に求人にも影響しているおそれがある。 |
| | やや悪くなる | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・求職者が希望する職種に採用されないケースが増えている。それに対するあきらめも見受けられ、求職活動が消極的に感じられる。求人者も採用が難しいと判断し、求人を出さなくなる傾向も見受けられる。 |
| | 悪くなる | - | - |