

・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	-	-
		百貨店（販売促進担当）	・参議院選挙が終わり、選挙を控えて抑制されていた支出が通常の水準に戻ることを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・天候要因が悪化しているため、前年比は伸び悩んでいるが、漁業、農業が好調であることから、来月以降、回復する気配が感じられる。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送開始に伴う、薄型テレビ、DVDレコーダーの新規需要が見込まれる。
		家電量販店（地区統括部長）	・札幌エリアを除いた北海道地域都市の地上デジタル放送が10月から始まるので、薄型テレビの需要が増えてくると見込まれる。
	変わらない	旅行代理店（従業員）	・秋の旅行シーズンに向けて、新商品の告知方法を工夫することで、販売量の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・秋物についてはこれまでとは違ったトレンドが出ており、秋物商戦のスタートダッシュが良くなると見込まれるが、コートなどの重衣料については単価の上昇が危ぶまれており、どのような出足となるのか今一つ不安な面がある。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・やや良くなってほしいという希望はあるが、ここ2～3か月の流れをみると、そういう気配は一向に感じられない。上昇する月もあれば、動きが止まってマイナスに転じる月もあり、非常に不安定な状態が続いている。
		百貨店（売場主任）	・このところ、団塊世代のスーツ離れからカジュアル商品の動きが顕著に良くなっており、旅行関連用品も活発に動いていることから、秋の動きにも期待できる。また、ウォームビズ需要にも一部期待が持てる。
		スーパー（店長）	・急速な回復は望めないものの、1～6月の前年比トレンドから食品、生鮮の数字が底を打ちつつあり、緩やかながら上昇軌道に乗りつつある。
		スーパー（店長）	・5～6月よりも販売量は増えているものの、重苦しい低迷のトンネルを抜け出せずにいる状態であり、今後についても変わらない。
		スーパー（役員）	・客単価で若干の落ち込みはあるが、来客数が増加している。1人当たりの買上点数は前年並みであることから、徐々に回復傾向にあり、今後についても変わらないまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・ガソリン代が高くなったためか、行楽が控え目であり、また買物時に掛かるお金も気にするようになるなど、客の消費意欲に元気が無い。
		コンビニ（エリア担当）	・依然として北海道の景気は厳しいが、競合他社の閉店が続いており、今後も前年の売上を維持する状態が続く。
		衣料品専門店（店長）	・3か月後には北海道は冬支度に入るが、今年は燃料の高騰が景気の足を引っ張っているため、秋から冬にかけては厳しくなる。
		家電量販店（店員）	・地上デジタル放送が間近に迫り、薄型テレビ、DVDレコーダーなどがよく売れるようになる。
		乗用車販売店（従業員）	・地域全体の自動車市場は相変わらず前年割れで推移している。当社は新型車効果で若干ではあるが前年を上回ったものの、今後は中越沖地震によるメーカーの生産遅れが影響しそうだ。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・客は必要な物以外は買わない傾向が続いており、医薬品の販売量が頭打ちとなりそうだ。
		観光型ホテル（スタッフ）	・原材料や原油の値上げの影響で個人消費が抑えられているようであり、高額商品の動きが悪い。
		タクシー運転手	・すすきの飲食店従業員に聞いた話では、通勤には自転車を使用しており、悪天候時以外は極力タクシーへの出費を抑えているとのことであり、今後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
	やや悪くなる	観光名所（役員）	・依然として国内の個人団体客の予約の動きが鈍く、また海外からの観光客も頭打ちとなっているなど、厳しい要因しか見当たらない。
		設計事務所（職員）	・原油高騰に伴う物価上昇、冬に向かうという北海道の季節要因などから、建設需要が高まり、景気が回復するとはとても考えられない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気低迷の大きな理由として、所得の低迷が挙げられる。それが解消されない限り、状態が上向き可能性は低い。
		商店街（代表者）	・トレンドの変わらない状態が続いているが、このような状態では商店街の疲弊状態が客離れを起し、トレンドもやや悪い状態に移行することになる。
		商店街（代表者）	・北海道の消費は先行きに不安がある。特に北海道などの予算の問題もあり、建設業が非常に不況であることから、一般的な消費マインドも低下しており、今後についてもやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・定率減税の廃止、マヨネーズや食用油などの各種商品の値上げの動きなど、家計へのマイナスの要因がじわじわと客の買物行動に影響を与えてくる。原油価格も上昇を続けており、商品価格の上昇感もぬぐえない。
		コンビニ（エリア担当）	・原油高騰による関係資材の値上げにより、冬場に近づくに連れて消費の締め付けが厳しくなる。
		コンビニ（オーナー）	・前年、前々年と夏のピーク時の客単価は大体同じであったが、今年は買上率が同じであっても客単価が非常に低くなっている。今年はまだピークとなるような期間が短いこともあるが、本来のピーク時にある程度取れるべき単価が取れておらず、今後についても、厳しくなることが見込まれる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油価格の急騰により、8月も大幅な石油製品の値上げが実施されるため、更に消費者の節約が進む。
		観光型ホテル（経営者）	・今後の入込客数の急激な回復は難しいものとみられ、消費単価の伸びにも限界がある。先般の台風や中越沖地震の影響も少なくなく、今年のオンシーズンが始まったばかりではあるが厳しいものがある。
	観光型ホテル（経営者）	・函館への入込客が少なくなっており、入込客が回復する具体的な見通しが見つかからない。函館の魅力自体が無くなってきているのではないかと懸念している。	
	美容室（経営者）	・客との会話の中で、ガソリン、日用品等の値上げや増税の話題が多く、今後の売上がかなり厳しくなると感じられる。	
	その他サービスの動向を把握できる者	・観光の最盛期に入るが、定率減税の廃止やガソリンの高騰の影響から消費者の節約ムードが強まるなど、落ち込む要素が多すぎる。	
	悪くなる	高級レストラン（スタッフ）	・3か月後にはオフ期に入る土地柄であり、ホテル間の客の奪い合いに拍車がかかる。
タクシー運転手		・規制緩和以降、札幌では新規参入と増車が続き、今月も新しいタクシー会社ができ、例年、9月は祭日が多く、タクシーの利用が減ってくる時期でもあることから、今後については厳しさが増してくる。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・道内の経済状況は、今一つ芳しくないが、好調な本州方面の企業への受注拡大を試みており、今後成約が進めば、楽しみな状況となってくる。
		輸送業（経営者）	・現在の輸送量の増大がどのくらい続くかは検討がつかないが、1年は続くのではないかと期待感がある。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（役員）	・原油をはじめ、原材料の値上げの影響が心配される。特に用紙の値上げをユーザに浸透させられるかに不安な面がある。
		金融業（企画担当）	・建設関連は公共投資の削減と住宅着工の減少で厳しさが続く。観光関連は旭山動物園効果と北海道洞爺湖サミットの開催効果で土産物を扱う水産品、菓子業者は堅調に推移する。個人消費は官・民とも所得環境が厳しく力強さに欠けて推移する。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〕（支店長）		・各社コスト削減に注力しており、いまだに新規の設備投資意欲がうかがえない。	

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
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・工事や建設の発注量の増加が見込まれるものの、収益性を疑問視する向きもあり、期待したほど良くはならないとの見方が強い。
	やや悪くなる	食料品製造業（団体役員） 家具製造業（経営者） 輸送業（支店長）	・円安傾向の強まりによって、輸入原材料の価格高が見込まれ、今後の製造業の景況は悪くなる。 ・請負物件が減少傾向にある。 ・道内景気の落ち込みによる住宅建築の鈍化、これに伴う輸入木材の落ち込みに加えて、建築基準法改正の影響で、今期の着工を予定していた道内建築物件の着工が来期に伸びるケースが多く発生している。これらのことから、今後の建築資材、鋼材等の荷動きの悪化が見込まれる。
		通信業（営業担当）	・周囲の状況から、景気を押し上げるような新規案件、大型商談の話が聞こえてこない。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今の状況のまま進んでいけば、求人数と求職者数のバランスが改善されてくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・前年比で10%程度の求人情数の減少が6か月間続いていたが、今月は5%の減少にまで改善しており、今後も改善傾向にあると感じている。社員系求人に関しては、業種や職種に広がりが出てきている印象を持っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・基幹産業の畑作が順調に推移しており、農業地帯の書き入れ時を迎えることができれば、今よりも多少良くなるが見込まれる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・春採用は一段落したが、複数の企業から内定を得ている学生が多いことから、内定を辞退する学生が多くなり、9月以降の秋採用を行う企業が増えることが見込まれる。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・相変わらず地方から本州方面への派遣請負件数が多く、地元の人材数は横ばい状態であることから、今後についても変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、パートの割合が高く、また業種も限られていることから、今後についても変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の減少に伴い、無業者で29歳以下の男性の新規求職申込件数が減少している。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・夏を過ぎると家電量販店、デパートといった流通業界の大きなイベントは少なく、人材の需要も大きな盛り上がりが見込める。人材派遣業界においては、9月の上期決算日にて派遣契約の更新時期を迎える企業も多く、人材の入替えなどの需要は見込めるが、決算の成績次第では派遣を終了する企業が出る可能性も高く、今後については予断を許さない状況が続く。
		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	家電量販店（店長）	・当地域では地上デジタル放送の開始が控えており、開局に合わせてテレビの売上也伸びる。
		乗用車販売店（経営者）	・これから年末にかけて続々と新型車投入が控えており、販売に悪い影響はみえない。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・選挙結果にもよるが、低所得者層に配慮した政策を執らざるを得なくなる。その気分転換的な波及効果が期待される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・近所の同業者が自社ビル建設のため薬局を閉じることから、その分、当店への来客が増える。
		百貨店（売場担当）	・客の購買意欲の低下は冬物商戦を前にして回復してくる。前年のコーディネートアイテム売上不振からの反動で、本年はプラスになる。
		スーパー（店長）	・競合の状況は変わらないが、来客数の増加対策を継続し固定客を10%伸ばす。
		スーパー（店長）	・当店の地域は一次産業が盛んである。夏の暑さによって野菜の相場が上がり、青果の一品単価が上昇しているが、農家にすれば良いことである。また、漁業も順調なようで、近海魚、生いかなどがコンスタントに入荷される。このような状況が続けば、地域の景気は良くなる。

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		衣料品専門店(店長)	・夏場に向けて商品単価は下がってきているが、1人当たりの買上点数が増加傾向である。
		衣料品専門店(店長)	・隣接している紳士服の競合店が撤退するため、競合店の客が流入してくる。
		家電量販店(店長)	・梅雨明けも間近であり、7月の落ち込み分は8月以降に取り戻す。また、地上デジタル放送が当地域でも間もなく始まるため、テレビの売行きが上向く。
		乗用車販売店(経営者)	・中越沖地震の震災による最悪な状況からは、少なからず良くなる。3年前の新潟県中越地震の時もそうだったが、すぐには景気に反映されないまでも、3か月先以降には復興需要が見込まれる。なお、同じく3年前の水害の時は、直後の復興需要が大きかった。
		乗用車販売店(経営者)	・拡販キャンペーンを展開している。また、10月にはフルモデルチェンジの予定があり、大いに期待できる。
		観光型旅館(経営者)	・ホームページの第3次改訂作業が大詰めである。PPC(クリック課金広告)など未経験の分野にも取り組むが、一つ一つ客の反応を点検し、悪いところは訂正を繰り返し、早急に完成形に近づけていく。
		旅行代理店(従業員)	・現在の申込状況からすると、前年の同時期と比較して若干良化している。
		観光名所(職員)	・前年同期と比べて予約状況が非常に良い。企画商品の募集状況も良好である。
		住宅販売会社(従業員)	・来月から長期管理客の受注も始まり、見通しは悪くない。要因の一つには、金融機関による期間限定金利競争もある。
		商店街(代表者)	・徒歩、自転車、バスを利用して商店街に来る客が多いため、消費は天候に左右されることが多く、購買力の高まりは感じられない。
		一般小売店[書籍](経営者)	・商材全般において、けん引役となるヒット商品の誕生が見込めない。小ヒットを取りこぼさず展開していくしかない。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・企業のリストラなど、多くの変革の波にさらされて、すでに消費者は十分にぜい肉を落とし、儉約する生活をしている。これ以上落ちようもないところで、経済活動は安定局面にある。将来の展望に安心感があれば、消費者はむしろ、少々の無駄遣いなど、はめを外したがつているようにも感じられる。
		百貨店(営業担当)	・天候に大きく左右され、かつ購入に慎重なマインドが支配的である。コートなど重衣料の売れ筋が固まり、本格的に気温が下がる時期までは大きな動きは期待できない。
		百貨店(経営者)	・ガソリン価格の上昇、住民税の引き上げ、食品関係の値上げなどにより消費者の生活防衛意識が非常に強まっているため、2、3か月先もあまり変わらない。
		スーパー(経営者)	・中越沖地震の影響は、当初は特需による消費上昇もあるが、その後に不安がある。
		スーパー(店長)	・原油や様々な商品の値上げに加え、住民税の増額により家計は苦しくなる一方である。買い控えが増えており、景気回復の兆しはみえない。
		スーパー(店長)	・今月上旬に1次商圏内にオープンした競合店の影響がある。現在の状況が当分続く。
		スーパー(総務担当)	・今後も中国製品へ向けられる目は厳しさが増し、原油高の影響も一層広範囲の製品価格への転嫁が進み、車の燃料費や電気料金の値上げなど、家計は負担増で消費環境は厳しい状態が続く。政界でも各種法案の成立に時間が掛かり、改革スピードが低下して生活不安が広がることが懸念される。最低賃金の行方も気になり、地方は停滞感が広がる。
		スーパー(企画担当)	・食料品は前年実績に近づきつつあるものの、ホームセンターやドラッグストアと競合している日用品の不振は続く。
		コンビニ(経営者)	・来客数、客単価、買上点数のいずれも回復してきており、最悪の状況は脱した。夏場を過ぎると買上点数が減少する傾向があるので、どのように対応するかが課題である。特に大きな企画イベントも無く、電子マネーのアピールで活路を見出していくしかない。
コンビニ(エリア担当)	・基本的に大きく変わる要因は無く、梅雨明け後の天候が消費動向を左右する。		
コンビニ(エリア担当)	・ここ数か月の売上は前年比で同じような数字が続いており、今後も回復する材料が見当たらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・身の回りに景気の良くなるような話題は無い。東京などと違い大手企業も無く、ボーナスもあまり支給されていないのが実情である。
		衣料品専門店（総務担当）	・来客数が伸びず、単価も下降している状態が続いており、2、3か月後も変わることはない。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリンの高騰が続いており、ドライブシーズンや夏休みが近づいても、車の販売動向は控えめである。当社の扱っているメーカーでは、8月に新型セダンを5、6年ぶりに発売するとの情報があるものの、どれだけの効果があるのか懐疑的にみている。秋田では経済がプラスになるような話題が無く、節約志向が強まっている。
		乗用車販売店（従業員）	・商談の件数があまり増えていない。
		住関連専門店（経営者）	・同業者がまた1店廃業した。売上は一時的に伸びるかもしれないが、景気自体は良くならない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・8月に大幅な卸価格の引き上げが予想されており、販売価格にも転嫁されると7月までの需要減の傾向を更に加速することとなるため、業績回復は見込めない。また、価格転嫁が難航すれば、「かぶり」の発生で収益を圧迫する。石油業界の景気はしばらく低迷する。
		観光型旅館（経営者）	・県内や近郷近在の農家、商店、中小工業者からは厳しい経営の話しか聞かれず、旅行やレジャーに対する意欲低下が感じられる。一部好景気地域からの宿泊はあるが、大手観光ホテルに集中する傾向があり、小規模旅館や観光地全体としては、この不景気感のまま推移する。
		都市型ホテル（経営者）	・ライバルとなるホテルがまたオープンする予定であり、宿泊客は減少することが避けられないが、宴会部門、料飲部門の充実ぶりからすれば、全体的には大きく変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気は回復していないが、夏の帰省シーズンを迎えることや、国体開催があるというプラス要素もあるため、プラスマイナスで変わらない。県内企業には国体終了後を注意している様子もある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・中越沖地震後の対応、参議院選挙の結果で様々な影響が出てくるが、画期的に良くなるとか悪くなるというような要因は無く、総じて今の状況が続く。基本に忠実に一つ一つ対応することが地道な成果を出す近道で、さらには、企業価値をいかにして向上させるか考え、他社との差別化を図ることが重要になってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・受注量、販売量は変わらない状況が続いているが、基本的に競争は激しくなっている。良い悪いのバランスも変わらず、全体的に良くなっている雰囲気は無い。
		タクシー運転手	・通常の客は減るが、お盆で人の動きがある。
		タクシー運転手	・新規参入はまだ増えており、最近では初乗り運賃の値下げをする会社もあり、価格競争も始まっている。初乗り運賃が5、6種類くらいになり、客もどれが本当に安いのが分かりづらい状況になっている。規制緩和によって供給過剰になっており、事態の好転は見込めない。正業としては成り立たず、副業的になっている。
		通信会社（営業担当）	・大手スーパーの大型店舗の出店で影響を受けている業種もある。当店も影響を受けている。
		遊園地（経営者）	・秋にはイベントを展開する予定であるが、地方の景気は上向く材料が乏しくこのままの状況で推移する。
		美容室（経営者）	・今の時期で来客数が伸びていない状況であり、この状態が続く。所得が伸びないなかで住民税が上がり、消費者の財布のひもが固くなり、厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・市内が不景気という割には、海外旅行に出掛ける人や本物志向で高額品を買い求める人もいる。個人商店などの厳しさは想像以上であり、旅行に出掛けたような人は、日用品などを買い控える傾向が出てくるので、見通しは暗い。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・年金問題、参議院選挙後に続く消費税の引き上げ構想などの不透明感が払しょくされない限り、消費は弱い動きになっていく。

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（売場主任）	・9月には前年オープンした大型ショッピングセンターの1周年セールがあり、来客数が減少する。また、住民税の大幅増税により買い控えが進む可能性がある。秋物商戦は天候次第の面があり、需要の予測ができない。
		スーパー（経営者）	・所得税の定率減税廃止、住民税のアップ、ガソリンの値上げ、年金問題などに加え、中越沖地震が発生したことから、消費者の心理は盛り上がり欠けた状態がしばらくは続く。新潟には、これといった好調な産業も無く、大きな期待はできない。
		スーパー（経営者）	・原油の上昇に伴い、ガソリン価格や商品の仕入価格が値上がりしている。メーカーはインフレでも、小売はデフレの状態が続いている。
		コンビニ（経営者）	・来客数、客単価の悪化が進行している。
		コンビニ（店長）	・原油価格の上昇もあり、購入意欲の上昇は見込めず、むしろ低下する。
		衣料品専門店（経営者）	・原油高が最大の要因となって、あらゆる物の価格が上昇しており、景気が回復に向かおうとする勢いを失わせている。
		衣料品専門店（経営者）	・住民税の増税感もあり、客は価格に対して再びシビアになっている。
		乗用車販売店（経営者）	・秋口の商戦に向けて新型車が発売予定となっているものの、個人の所得が増えていないこと、今乗っている車に問題が無いこと、燃料代や維持管理に出費がかさんでいることなどから、需要が喚起されず厳しい状況が予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・中越沖地震の影響がどの程度の規模になるのか、しばらく予想がつかない。
		住関連専門店（経営者）	・客は経済的に厳しい様子であり、2、3か月先に現在の売上を維持することは難しい。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・商品、材料の原価が上がってきており、また、消費者が価格情報を得ていることもあって、売手側にすれば利益確保がこれからもっと厳しい状況になってくる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・梅雨が長引き、天気が不順で農作物の育ちも悪い。地域には農業従事者が多いため景気が悪く、この傾向は長引く。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・今の状況からして、この先品物がよく売れるようになることはない。得意先となる企業は経費削減をますます進めており、ユニフォーム業界は厳しさを増してくる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・来月も大幅な値上げが見込まれることから、買い控えがますます進む。市場価格が上がらなければ、元売からの卸価格だけが上昇し経営が苦しくなる。このような事態を早く解消しなければ、倒産につながる可能性もある。
		一般レストラン（経営者）	・定率減税が廃止になり県民税が上がったことから、多くの客には増税感がある。家計が切り詰められることによって、我々の業種にも影響がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・中越沖地震による風評被害は3年前と同じく、回復するまでは相当な時間を要する。会社の体力も心配である。
		悪くなる	
スーパー（店長）	・前年までは無かった競合店が近隣に3店舗オープンし、うち1店舗はショッピングモールを形成しており集客力が非常に高い。当店もショッピングセンターに位置しているが、今後は集客力の差が如実に表れてくる。		
コンビニ（経営者）	・売上、来客数が前月比、前年比共に大きく低下しており、先行きも非常に不安である。		
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・燃料、石油製品、プラスチック製品に加え、紙製品も仕入価格が20%程度上昇したが、販売量は伸びず、販売価格への転嫁もできない。		
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	土石製品製造販売（従業員）	・中越沖地震による震災や台風被害の復興作業が続く。現在も生産が追いつかないほどの状態である。
		広告代理店（従業員）	・仙台圏内については明るい材料がある。案件数は増加している。
広告代理店（営業担当）	・いくつかの得意先から、これまでに無かった物件の受注がちらほら出ている。		

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	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・秋口へ向けた季節商材の提案が各メーカー活発である。	
		食料品製造業（経営者）	・牛タンに限らず、牛肉が高値で安定しているため、消費者は「食べなくてもいい」と考えるようになり、需要が縮小している。	
		食料品製造業（総務担当）	・涼しくなるので需要が増加する時期であるとともに、新製品投入で前年並みの売上は確保できる。ただし、原材料の値上がりで収益面は厳しい状況が続く。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・中小企業は仕事が無くて困るが、厳しい条件の仕事が来ても困る、という現実が全く改善されていない。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・当社や業界のビジネスという意味では当面大きな変化はないが、地元全体としては、国体の経済効果に期待していきたい。	
		建設業（経営者）	・原油の高騰に伴い資材価格も上昇している。将来的にも心配の種である。	
		建設業（従業員）	・参議院選挙結果による動きは分からないが、当面の低価格傾向は変わらない。	
		輸送業（経営者）	・この地域でも業績の良い業種と悪い業種がある。取引先には両方含まれるが、今のところバランスが取れている。	
		輸送業（従業員）	・工業製品は工場の在庫調整で出荷が停滞気味である。	
		通信業（営業担当）	・製造業の一部では積極的な設備投資をしているようだが、全体的には新規契約の締結に関しては慎重な姿勢であり、何か起爆剤的なことでもない限り状況は変わらない。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・地元の中小、零細企業には経営環境が厳しいところが多く、店を閉める人が何人かいて新聞購読を中止している。中央での景気回復が波及してくる様子も無く、不景気な状況が変わらない。	
		公認会計士	・好調を続ける電子部品製造業の主力製品に対して、10%を超える値下げ要請があった。事業存続のため経営者はこれを受諾することとしたが、この対応により更なる合理化が求められている。	
		その他企業〔管理業〕（従業員）	・取引先の工場の製造ラインは忙しく好調である。しばらくこのような状況が続く。	
		やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・原材料や包装資材などで値上げしている物が多く、製造コストが上がり非常に厳しい。
			出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・ガソリン、重油、原材料などの値上がりがあるが、競合もあって、値上げ分を受注価格に転嫁できないでいる。
一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車用部品については、国内向け自動車販売の不振や、新モデル向け部品の製造原価の上昇で、収益力が低下することが予想される。携帯電話用の部品については、これまでのように低調に推移する。			
広告業協会（役員）	・個人消費支出が伸び悩んでおり、広告出稿を見合わせる商店、自動車ディーラー、遊技場関連などが増加してきている。			
悪くなる				
雇用関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・製造業関連の派遣需要が増加している。案件滞留率もアップしているものの2、3か月先にわたって注文増加が見込まれる。金融機関への紹介予定派遣も依然として活発である。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・選挙が終わった後は求人が増えるという例もあり、何らかの形で良い動きが出てくる。	
		職業安定所（職員）	・今秋オープン予定のショッピングセンター関連の求人が、今後更に増える。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・ほとんどの派遣契約は更新継続が前提のものばかりで、先行きの不透明感はなく無い。2、3か月で変調するようことはなく、好況感も安定して続く。	
		人材派遣会社（社員）	・外部人材も中途採用で吸収される傾向にあり、新規での人材募集が非現実的になりつつある。	
人材派遣会社（社員）		・地方格差の問題、特に雇用の問題に何らかの施策が打ち出されれば景気は更に上向くが、選挙結果が影響を及ぼすまでには、それなりの時間が掛かる。		

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）	・有効求人倍率は低下傾向から横ばい状況に推移しつつあるが、各企業とも業務量は確保できても利益率を上げることに苦労しているようで、また求人数の増加に結び付くとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・県下最大規模のショッピングセンターが秋にオープン予定であり、700人規模の採用が見込まれるが、大半がパート雇用であり、今後正規社員採用が大幅に増加する状況はみられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は減少しているが、新規求職者数も減少していることから、有効求人倍率はほぼ変わらない動きとなっている。
	やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・地方の市町村は景気がますます悪化している。その状況が当社にも影響している。
		職業安定所（職員）	・企業合理化の動向は、4～5月の離職者数が前年同期を上回っている。新規求人数も前年比22.1%の減少であり、この傾向に歯止めが掛からない。
		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）	・天気が今一つで暑かったり雨の日が多かったりして大変だったが、実はこれが幸いした。暑い日や雨の日、日々の販売予測をこまめに立て、目標を持って取り組めたことが来客数の増加につながった。この先もこれを続けていけば数字は上がり続けるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・地元名産品を生かした料理メニューが定着しつつあり、単価を気にしない県外客の注目を集めてきている。
	やや良くなる	衣料品専門店（店長）	・昨年は暖冬で秋冬物の立ち上がり方がかなり悪かったので、本年度は昨年の分、商材によっては需要が伸びる。
		自動車備品販売店（経営者）	・ここ数か月間、全体的に当地区の消費は落ち込んでいたが、いつまでも消耗品を交換しないわけにはいかないという現実的な問題があるので、ここ2～3か月のうちにはやや上向きに伸びていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はさほど期待できそうにないが、宴会部門は秋以降の受注増に大いに期待している。
		ゴルフ場（従業員）	・単価は依然として変わらないが、来客数は問い合わせ等を含めて多くなっているので、先行きはやや良くなる。
		ゴルフ場（副支配人）	・今のところ、天候の不安定要素、選挙関係で来場者が伸び悩んでいるが、秋口の引き合いも順調にきており、来場者数はいくらか増加すると見込んでいる。県内の今月の状況を見ても、前半は天候悪化で若干下回っていたが、中程からはほぼ前年並みの水準に戻っている。今年の夏はあまり暑くないようなので、このまま前年並みくらいで推移するのではないかとみている。
	変わらない	商店街（代表者）	・夏休みの人出を期待したいが、中越沖地震の後遺症、今後の気象条件に左右されそうである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費動向が慎重なので、景気の予想が厳しい状況である。客の購入意欲が出た時に当店で購入してもらえるような動きを地道にしていくのみである。
		一般小売店〔金物〕（経営者）	・特に良くなる材料が見当たらない。仕入価格がますます上がってくるという状況のなかで、それを売り先になかなか転嫁できないこともあり、販売量の伸びは期待できない。
		スーパー（販売促進担当）	・今月は気温と件により衣料品が不振であるが、店計としては前年を越えている状況である。今後も衣料品は気温によって上下することもあるが、住居商品、食料品が堅調なので今後2～3か月も変わらない。
		スーパー（統括）	・天候と件以外でプラスと件が見当たらない。中越沖地震の風評についてもマイナスに作用している。
		コンビニ（店長）	・町中の人の流れが減少している。夏休みに入ったら増えるかと期待していた若者の姿もますます見られなくなってしまっている。客は周りの大型店等に行ってしまうようである。夏祭り等祭日には来街者がかなり増えるが、物販にはほとんど寄与していない。このような傾向が更に続く。

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
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売予定だが、新型車の効果も1～3か月程度であり、前年を越えることができるか疑問である。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の車に対する関心が薄れていて、新型車効果が全く望めないため、変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今年に入ってから展示会を開催してもなかなか成果が上がらない状況が続いている。今月のボーナスキャンペーンもあまり良くないので、これから真夏～秋にかけて、展示会等あの手この手で趣向を凝らすつもりではあるが、急に販売台数が伸びる要素はない。良くなってくれればと思うが、今のところ良い条件が何もないので、今の悪い状態が続くのではないかとみている。
		乗用車販売店（営業担当）	・下取りする車はほとんどといっていいくらい走行距離が10万キロ近くを超えている。それだけ今までよりギリギリまで長く使用しているケースが目立っている。
		住関連専門店（仕入担当）	・季節品は短期間の処分になり、前年と同等の販売促進では前年同様の売上高は維持できないため、どうしても利益率の低下は避けられない状況である。原材料高騰による仕入原価の上昇、中国製品の値上げなど、利益率低下の要素が重なり非常に厳しい。
		一般レストラン（業務担当）	・通販部門受注は今後も前年15%増程度で推移する見通しとなっている。8～10月のレストラン、宴会部門の予約組数は前年並みであるが、1件当たりの人数、料理単価は前年を下回り、全体では前年並の売上を少し下回る予定である。
		旅行代理店（従業員）	・秋の団体旅行の予約状況が思ったほど伸びていない。客先も経営状態が思わしくなく、旅行どころではないといった状況に感じられる。
		旅行代理店（従業員）	・原油価格高騰や円安による影響が非常に大きく出ているため、変わらない。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は秋のシーズンに入るが、夏の動きをみるとなかなか良い材料もなく、団体の動きも今一つである。
		ゴルフ場（支配人）	・リゾート地にあるゴルフ場なので早く夏の暑さが来れば良いと考えているが、景気は上向きの状態には感じられない。客の値引き交渉は依然として続いている。
		競輪場（職員）	・他の競技や他の競輪場の売上もほとんど変化がみられないからである。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・夏から秋に掛けての行楽シーズンについても、やはり少ないお金で楽しめるところに客の流れがあるように思われる。当店のようアミューズメントパークなどで気軽に余暇を楽しむ傾向はこれからも増えていく。
		設計事務所（所長）	・いろいろな税金の値上げで消費意欲が相当落ちている。住宅もかなり影響があるので、しばらく景気が良くなる実感はない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・中越沖地震や長雨の影響で、家計の負担が大きくなり財布のひもを締めてしまい、収入と支出の反比例の状態が続くのではないかと心配である。
		百貨店（営業担当）	・ガソリンの値上げなど、石油製品の値上げがこれからも見込まれることや若干株価が下がり気味ということもあるので、消費自体はそれほど活発にはならない。
		スーパー（統括）	・原油の高騰や、バイオエタノールに起因する穀物相場、繊維相場の上昇により、あらゆる商品の値上げが予測され、先行き不安から消費がより慎重にシビアになっていく。
		高級レストラン（店長）	・増税や、石油、野菜などの生活に密着した物の価格が高騰しており、消費者の出費を抑える傾向は今後より強くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・自動車産業の不調で市内の景気も冷え切っており、大手ホテルチェーンの進出で2割の悪化を見込んでいる。客室料金の価格合戦が起こりそうで、安価な単価で悪いスパイラルに陥る可能性が市内で見受けられる。
		旅行代理店（副支店長）	・大都市では景気回復の兆しがあると言われているが、地方はまだ回復が見られない。これから2か月間は農家の収穫時期であるが、台風の状況次第では最悪となる。収穫ができて、燃料高騰や金利上昇の影響で利益は圧迫される。
		タクシー運転手	・得意先の飲食店で、閉店する店も出てきており、見通しは暗い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（経営者）	・政局が不安定になり、年金問題の解決の糸口が見付からず、庶民の将来は不安感を増すばかりである。将来を考えると無駄づかいできない深刻な状況で、消費は伸び悩む。
		観光名所（職員）	・企業の景況感は比較的良いものの、個人については増税等厳しい状況があり、購買力低下につながっている。
		美容室（経営者）	・夏はカットが主流で客単価が下がるので、売上はあまり期待できない。キャンペーンもあまり効果がなく、迷っている。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者が目に見えて減少し、新規情報入手しにくい状況となっているので、数か月後には販売量の減少として現れてくる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・多くの店主はサラリーマン的な考えの経営に変わってきている。日曜日を休みにしたり、10時オープンで6時閉店など、こんなになった商店街に客を呼び込むことは数店だけではどうしようもない。
		コンビニ（店長）	・来客数は増えても客単価が一向に増えない。特に今の若い人は何を食べているのか、非常に客単価が低く安い商品しか買わない。これが悪くなる原因である。
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリン、税金の値上等で皆消費に回らなくなってきている。
		家電量販店（店長）	・減税や昇給など可処分所得が増える実体がないと、この先商品力だけでは、購買欲を駆り立てるのは難しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・6月から来春に掛けて新たなホテルが数件進出するという、非常に厳しい状況にある。既にオープンしたところは朝食付きで特別安い価格でやっている。全部で1,000室近く増えるので、対策に苦慮している。
		企業動向関連	良くなる やや良くなる
変わらない	やや良くなる	一般機械器具製造業（生産管理担当）	・建設機械関連において秋口の増産案件が動き始めている。また、その他の業界の新規案件も何件か受注が決定している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・前月同様、引き合い、受注量共に増加傾向にあり、活発に推移している。
		食料品製造業（営業統括）	・燃料費の高騰が観光客の外出を抑えている大きな要因と考えられる。また、大河ドラマで来県した観光客も、いったん立ち寄るもの他県へ流れてしまい、例年以上の売上の増加は期待できない。
	変わらない	化学工業（経営者）	・秋口までの工場の稼働は問題ないと感じているが、石油関連製品の値上げが進んでいくと、当社も価格の改定を考えなくてはならないかもしれない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の受注など、例年よりは多くの受注が期待できるが、特注品受注に関しては予測がつかないでいる。クールビズの影響で、胸元などのワンポイントに、ちょっとしたアクセサリー小物が売れている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・コスト競争が厳しく、作れば作るほど赤字が出てしまうくらいの価格が提示されている。人を雇うと赤字というような厳しい単価で、忙しいが利益なき繁忙である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の製品改版日程がまだ定まっていないので、以後3か月の状況が不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・1月から忙しい状況が続いているので、今後半年くらいはしばらくこの調子でいけるとみている。
		やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）
		輸送業（営業担当）	・給油価格上昇のなかで荷主に運賃転嫁の交渉をしているが、荷主自体が輸入原材料等の高騰で共に厳しく、難しい状況である。また、今年の冷夏による夏場商品の輸送量の落ち込みも併せて厳しく、今後は物量の確保と運賃の内容が反比例してしまい、見極めの判断も厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・夏場に向けての広告宣伝が、前年を15%も下回っている。秋にそれほど大きな拡販がないので、消費者を大きく動かす要因が見当たらない。
	悪くなる	建設業（総務担当）	・公共工事が9割を占め、土木舗装工事を中心とする業態のため、取引金融機関の対応が大変厳しくなっている。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・一般機械器具製造業等からの求人が増加している。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・例年夏は飲食、商店などサービス業のパート、アルバイト募集の広告は多いが、業種別にみて、特に正社員募集が少ない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年同月に比べ11.9%の減少となっている。離職理由をみると自己都合による離職者がやや増加している。
		職業安定所（職員）	・新規求人については、今後大幅に増加するような要因が見受けられない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・いまだに予定する人材を獲得できないので、夏から秋に掛けての企業の採用活動は前年以上に活発に行われるのではないかと予測している。今年は特に学生側の動きが鈍かったこともあり、お互いの動きがかみ合う時期になる可能性がある。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・小口の倒産や人員整理が数件あり、また製造業の一部で生産調整があることや原材料の高騰などの影響で一部業界に厳しさが始めている。
民間職業紹介機関（経営者）		・地域間、企業間でのばらつきが相当顕著になってきている。製造業では、大手、準大手で良し悪しははっきりしており、中小は比較的堅調なところも多いが、大手企業の受注減が今後影響してくるものとみられる。	
	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	百貨店（企画担当）	・沿線における住宅のしゅん工が目立ち、新規客が見込めるため上向きになっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・8月は夏休みの会社があり売上が落ち込むが、9月に入ると期末になり、新型車発表を控えているので市場が活発になる。
		住関連専門店（統括）	・新築需要の買い増し、買い換え等が増え、販売量の動きが伸びてくる。
		高級レストラン（支配人）	・来客数が徐々に増加し、客単価も上昇する。同窓会等、法人ではなく個人での来店が多くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人のレストラン利用は順調に伸び、企業の少人数の接待も落ち込まない。宿泊利用は周辺への新規企業進出や、コンサート等での個人利用がある。婚礼受注はなかなか進まないが、効率良く高単価で法人宴会を取り込むことで目標は達成できる。
		旅行代理店（従業員）	・秋の旅行シーズンになるので、見積依頼、受注等が増えてくる。
		旅行代理店（従業員）	・現在行っている団体旅行の見積はほとんど2～3か月先の分であり、受注件数が増えている。今年に入ってやっと予約ペースで前年を超える。
		通信会社（営業担当）	・マンションブームの中、放送通信設備は最初からあって当たり前という世界になってきており、新築分譲へのサービス提供は今後も増える。
		通信会社（営業担当）	・デジタル化に伴いテレビの買い換えが進んでいるため、多チャンネルの販売は工夫次第で回復する。
		その他サービス〔語学学校〕（総務担当）	・問い合わせ等は多く、秋口にかけての集客に期待が持てる。
		設計事務所（所長）	・現在取組んでいる計画が具体化されるため良くなる。
住宅販売会社（従業員）	・大型ショッピングセンター内にあるため、夏休み期間中はターゲットとなる30代の来客数の増加が販売量増大につながる。住宅ローン金利が上がり基調だったが、8月には下がる予想されていることも好材料となる。		

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
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街はかなり人通りが多く人気があるのだが、最近は通行量が若干減ってきている。商店街全体でも売上がスローダウンしている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・工事と設備投資等の話は来るようになったが、家電製品の売上についてはテレビ等買い控えをしており、客は今後どのように値段が崩れるか気にしており、全体的に難しい状況である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・マンションは戸数が増え入居者が増えているが、その返済で家具を買う余力はなく、売れない状態は続く。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・上質品と値ごろ品との売行きがはっきりしているが今後も購買意欲は強く、前年並みは確保出来る。
		一般小売店〔CD〕（営業担当）	・客単価は低く、高額商品の売行きが良くないため回復の兆しが見られず、厳しい状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・自動給茶機を複数導入するなど、景気の良さを感じる会社はあるが、総体的に茶に対する会社側の経費削減については、今後もあまり変わらない。
		百貨店（総務担当）	・景況はあまり変化がないが、ガソリンの高値が続き、中国製品の安全性が深刻化すると影響が出る。
		百貨店（総務担当）	・個人差はあるものの、好転材料は見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・個人消費に大きな変化が見られず、来客数が前年を下回ったまま回復しない。原油の高騰、中国問題による安全への不信、天候不順など不安要因が多いなか、秋商材の立ち上がりを早め、新鮮さを出すことにより購買動機を喚起して売上の確保を図るが、大きな変化は期待できない。
		百貨店（販売促進担当）	・8月も引き続き地域顧客ニーズにあった施策を打ち出す予定で、秋物の訴求も含めて9月以降の商売の基礎固めをしており売上確保が見込める。
		百貨店（店長）	・今秋冬のファッショントレンドに大きな変化がなく、購買意欲を刺激する要素が弱い。
		百貨店（業務担当）	・梅雨がなかなか明けなかった分、8月に売上が上がるとは言えない一方で、購買意欲につながるようなことも見当たらず、景気はあまり変わらない。
		百貨店（販売管理担当）	・ボーナス上昇傾向等の報道はあるものの消費の先行きは決して楽観できるものではなく、競合店対策も依然として大きな手が打てない。
		百貨店（店舗政策担当）	・ある要因があつて一時的に売上が回復しても、その反動があり、トータルで見るとあまり変わらない。
		スーパー（経営者）	・良くない状態が続いているが、今後も変わらない。月によって多少良くなったり悪くなったりを繰り返すが、競合が激しくなっているため、今までのような売上を確保するのは難しい。
		コンビニ（商品開発担当）	・販売動向等が上向く外的要因が出てくる見込みがない。
		衣料品専門店（店長）	・残暑が厳しく、秋の気配が見受けられないようだ、来客数の伸びが見込まれず現状と変わらない。
		家電量販店（経営者）	・テレビはこれからも引き続き前年実績を上回り、パソコンも少しずつ法人需要が見込まれるが、いずれも販売台数は期待できても単価は下がる傾向にあり、全体を大きく引っ張るほどではない。
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数が減り、既納客からの台替えもほとんどなく、5年以上は乗るというユーザーが増加する。
		乗用車販売店（渉外担当）	・ガソリン価格の不安定材料は当面落ち着く気配はないが、後半からの低燃費新商品投入により前年を若干上回る販売量で推移する。
		乗用車販売店（販売担当）	・燃料が高値安定しており、環境規制によってトラックの車両代が上がっている。一方運賃は上がらないのでドライバーの確保は出来ない状態である。業界全体で改善への取組や合理化を図らなければ当分この業界は好転しない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・数字の動向が天候に左右されやすく、梅雨明け後の天候次第で数字は変わってくるが、販促をやらなければマイナスになってしまう状況は変わらない。
		その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・住民税の増加が影響しているのか、本当に必要なもの以外は買い控え、節約する傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・一部の富裕層対象の商売がほとんどで、一般層向けの営業は先細る。

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（店長）	・ボーナスが出終わっても販売量、単価、乗客数共に伸びず、2～3か月後も大変厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚披露宴の予約状況の伸びが悪い。
		タクシー運転手	・増税の話が客の口から良く出ており、買い物が慎重になりタクシーにもあまり乗らなくなるので変わらない。
		タクシー運転手	・8月以降はガソリン等燃料の値上げや秋に行われるタクシー運賃改定の結果で一時期落ち込み、その後安定して良くなる。
		タクシー（団体役員）	・繁華街での客の出が悪く、流していても実車になるまで時間が掛かり、2～3か月後も現在と変わらない。
		通信会社（営業担当）	・ボーナスキャンペーンの終了にともない新規契約数は減少する。
		通信会社（営業担当）	・営業面で種々対策を練り加入獲得の努力をしているが、解約は増加傾向で歯止めが掛からない。
		競馬場（職員）	・客の購入単価の前年比が、依然として低下しているが、総売上では前年比で微増している。地方の発売所でも、前年を下回る売上の地区が減少しており、景気の悪化に歯止めが掛かる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・家庭用においては良い状態がそのまま持続する。業務用についても10月にゲーム機のショーがあるため、これが追い風になって右肩上がりを見せていく。
		その他サービス[学習塾] （経営者）	・生徒数はずっと横ばいの状態である。
		設計事務所（所長）	・上昇気流であったが動きが非常に悪く、契約物件が少なくなると同時に公共物件もほとんど発注されてしまったので、これからはしばらく厳しい状況が続く。
		その他住宅[住宅資材] （営業）	・販売量は落ち込んできているが、さらに落ち込むことはなく、少し悪いまま継続していく。
		やや悪くなる	
一般小売店[文房具] （経営者）	・人の出は通常と変わらないが、買い物という点はシビアになっており、そのため売上がダウンする。		
一般小売店[家電] （経営者）	・異常に来客数が少なく、催事をしないと客が来ない状態が続く。		
一般小売店[米穀] （経営者）	・物を売る商売はチャンネルが増えすぎて小さな店にとっては厳しくなる。		
百貨店（管理担当）	・購買動機を引き出すような景気情勢ではなく、原油価格の高騰が報道されており、客は消費を控える動向である。		
百貨店（売場主任）	・晴れの日が少ないという予測で夏物が思うように伸びず、婦人紳士等での単価アップは見られるものの、全体の来客数は減少する。		
百貨店（総務担当）	・参議院選挙結果に基づく政局不安や中越沖地震に見られる大手メーカーの操業停止及び原子力発電所への懸念材料等によるマイナス影響が大きい。		
百貨店（広報担当）	・駅ビルやインターネット販売に客が移行し、百貨店ならではの商材が少なくなっているため、ヤングキャリア層向けの婦人服の動きが止まっており、この層の売上減が全体を引き下げる大きな要因となる。		
百貨店（営業担当）	・気候や現在の売行きを考えると、今後数か月は伸びる要素がない。		
百貨店（販売促進担当）	・昨年オープンした大型ショッピングセンターの影響がまだまだ衰えず、今後もオープン以前の状況に戻る見通しはない。		
スーパー（店長）	・天候不順により夏場の消費動向が予測出来ず、またガソリン等の値上げの影響により、食品に対する消費支出が落ちる。		
スーパー（仕入担当）	・日本が加工品の大半を輸入している中国商品に対する消費者の不信感や、国産原料の高騰により消費自体が冷え込む。		
スーパー（統括）	・客の1回の買上金額、あるいはトータルの平均単価を見ると上昇傾向になく、売上自体も前年に届かない傾向がここ2～3か月続いており、今後もやや悪くなっていく。		
コンビニ（エリア担当）	・特に大きな催事や商品が出てくる予定はなく、また上期末の競合の集中出店が予想され、影響がある。		

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
		衣料品専門店（経営者）	・中越沖地震のショックと、参議院選挙の異常な盛り上がりで、年金問題や収入格差等今までの不満が一時に出ているので、安定するまでしばらく掛かる。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物衣料が悪く、秋物衣料を早めに導入する予定ではあるがあまり期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・本格的な夏前にセールに入り粗利益が苦戦し、晩夏、初秋の8～9月商戦は残暑が読めず仕入れが消極的であり、売上ダウンを懸念する。
		衣料品専門店（次長）	・物流経費や原材料の上昇が確実視され、売価設定を変えていかざるを得ないことから、販売量の減少は避けられない。
		家電量販店（店長）	・特需ヒット商品がなく、今後は全体的に家電単価が減少する。
		都市型ホテル（経営者）	・市内にハウスウェディング施設がこれから3か月以内に相次いでオープンすることになっているため、婚礼の取り込み状況が非常に悪くなり、3か月後はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員） 通信会社（管理担当）	・この先の海外渡航ニーズの減少が懸念される。 ・販売量の下降トレンドを抑制する要素がない。消費税引き上げの懸念から趣味性の高い当業界の伸びは期待できない。
悪くなる		商店街（代表者）	・和の文化を好む客は多いものの、高齢化が進み着物に手を出す客が減っている。売手も買手も高齢化していることが難点で、よほどのことがない限り呉服商売は厳しい。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・一般所得が上がらないため、フリーターを正社員として雇用できるほど中小零細企業の成績が良くなる兆しが見えない。
		コンビニ（経営者）	・大型店の集中出店を始め、経営環境が悪化している。特にパート、アルバイトの確保が困難であり、必然的に時間給のアップを余儀なくされ営業継続が非常に難しくなっており、収益の悪化が進む。
		設計事務所（経営者）	・行政の仕事は現在90%が耐震診断、耐震補強という業務に傾いている。意匠の仕事に携わる事務所には依頼が来ないので先がまったく見えない。
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） 金属製品製造業（経営者） 金融業（審査担当） 金融業（審査担当）	・法人は注文を取れないこともあるが、見積依頼の数が増え、店頭では個人需要が多く、実印、認印の注文が増える。 ・これまで止まっていた物件の見積が動き出し、原料の高騰により利益には結び付かないものの、成約には結び付く。 ・企業、個人共に長期金利は今後も上昇すると予想しており、当面借入れを長期固定化するニーズは高まる。 ・取引先企業では設備投資熱が高まっており、工場用地を探している取引先が増加する。
	変わらない	化学工業（従業員）	・原材料は値上がり傾向にあるが、販売数量及び生産数量は現状を維持する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在量産で忙しい仕事が、秋口になってどうなるかわからず、利益率は確保できるがあまり良くない状態が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注は相変わらず同じ状態が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先の物件が決まりつつあるが、引き合いの件数が多いとはいえない。価格競争が激しく商売をしても利益が出ない状況となり、景気の勢いはない。
		輸送業（財務・経理担当）	・新規案件等があるが、すぐ売上に結び付いていかない。
		不動産業（経営者） 不動産業（総務担当）	・全般的に中小企業の業績は伸びず、格差が拡大する。 ・高水準の入居率は当面維持できる一方、ハイスペックの大型新築ビルの供給も多く、競争力を維持するために相応の設備投資が必要となる。
		広告代理店（従業員）	・入札が多く、昨年と同じ仕事を受注したとしても、利益率が落ちる。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者） 建設業（経理担当） 輸送業（総務担当）	・材料高が生産計画を慎重にさせており、来月以降の注文、引き合いは同業も同じく、少なくなる。 ・工事の案件がこの先少なくて厳しい。公共工事は小額な工事まで一般競争になりつつあり、受注の機会は増加するとともに、競争相手も増加し、適正価格での受注機会が減少していく。 ・燃料価格が上がる一方で、荷主と運賃交渉の話すらできない状態で、運賃に転嫁できない。

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
		金融業（支店長）	・金利上昇の影響があり事業者の経営が苦しくなっている。税金等の実質収入が減り、倒産件数、個人の破たんが増えていく。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・顧客先工場等の稼働率が落ちてきており、先行きの不透明感が強い。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・公共料金、税金の負担増により、買い控えの傾向が出る。
雇用 関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・お盆明け以降の9～10月は、年間を通して一番動く時期であり、それをねらって圧倒的に募集が出る。特に今年は非常に集まりが悪く再募集を出す必要があり、9～10月は相当の増大が見込める。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・飲食、サービス業の求人の動きが鈍化する7月と比べ、夏季休暇明けの動きは活発になる。秋採用に向けた中途採用の動きや、年末繁忙期に向けた計画的な飲食、サービス業の採用の動き等が顕在化する。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・今秋からの新規事業立ち上げや社内での新たなシステム導入等により、人員増を予定している企業が幾つかある。事業内容を再編して効率を上げる一方、新たな取組に着手する動きが見受けられる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・下半期に入り人件費の予算が決定し求人が増える可能性はあるが、動きは落ち着く。
		人材派遣会社（支店長）	・企業からの派遣ニーズがあっても条件に合う人材が不足しており、派遣の売上は大きく変わる見通しはない。
		職業安定所（職員）	・事業者の倒産で求職者数が増える状況が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の採用計画を聞いている限り、今年いっぱい、減速に向かう要因は見当たらない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用数を減らす企業が増える。
		職業安定所（所長）	・新規求人の減少傾向は今後とも続くが、福祉、医療関係の求人は引き続き増加する。
		職業安定所（職員）	・大手企業の雇用調整が続いており、下請、関連企業にも影響が出始めている。また別企業においても大幅な人員削減が計画されている。
	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		
	やや良くなる	スーパー（販売担当）	・大手自動車メーカー関連の仕事をしている人が周囲に多く、ボーナス支給額も増えているため、今後の売上は上向きになる。
		衣料品専門店（売場担当）	・客の購買意欲は芳しくないが、秋には店舗改装が予定されているため、来客数が増加し売上につながる。また、百貨店業界各社の提携効果も出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・今後商品強化される動きがあり、自動車販売は上向きになる。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅建設、各企業の設備投資、商業施設等の新築に加え、リニューアル関係の仕事も、今後勢いを増してくる。
		旅行代理店（経営者）	・正月商品が売れ始めている。また、来年度の動きも出てきている。
		テーマパーク（職員）	・来場者数は全客層で増加しており、今後もこの勢いを維持する。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・入校希望者からの問い合わせが増えており、今後は良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・デジタルテレビの販売は好調であるが、単価は下落傾向にある。白物家電の売上も落ち込んでおり、今後も横ばいが続く。
		商店街（代表者）	・客の様子を見ると、相変わらず必要以外の物は買っておらず、これから良くなる気配はない。ただし、今が相当悪いいため、これから一層落ち込むこともない。
一般小売店〔土産〕（経営者）		・客の表情も明るく、好調な状況を維持する。	
一般小売店〔酒類〕（経営者）		・消費者は相変わらず慎重なお金の使い方をしており、飲食店への酒類の卸販売量も当面横ばいが続く。	

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
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・これまでやや良い方向にあったが、最近は財布のひもがやや固くなっており、現状が続く。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・今後に向けてプラスの材料とマイナスの材料が相半ばしており、今後も横ばいが続く。
		百貨店(企画担当)	・秋物の第1弾を店頭で展開し始めているが、ヒット商品が現れる兆候はない。ただし、名古屋駅地区では集客力の向上により、今後も来客数の増加を想定できるため、極端に売上が減少することも考えにくい。
		百貨店(企画担当)	・今年の秋は高い気温で推移すると予想されるため、秋物の動きは例年以上に期待できない。
		スーパー(経営者)	・消費者はますます慎重になっており、所得が増えても借入れの返済に回している。こうした現状から、消費の先行きは良くなりそうにない。
		スーパー(店長)	・現在の中元単価の動きから、今後も客単価の上昇は見込めない。そのため買上点数の増加をねらって適量商品を充実しても、買上点数は期待どおりに増えず、結局売上の増加にはつながらない。消費者は、ガソリン等の価格高騰のため、食品購入により一層慎重になる。
		スーパー(仕入担当)	・従来の100円均一の販促が、現在は98円、88円均一となっており、チラシ競争による単価の下落は今後も続く。
		コンビニ(エリア担当)	・消費者に購買意欲はあるが、増税問題等があるため、なかなか良くならない。
		コンビニ(エリア担当)	・主力の米飯、おにぎりの売上が増加しておらず、あまり良くないままの状態が続く。催事品など衝動買いの対象となる商材の売上也厳しくなっており、財布のひもは固くなる一方である。
		衣料品専門店(経営者)	・固定客が、先取りした買物をしなくなってきた。今後も厳しい状態が続く。
		家電量販店(店員)	・天候不順が続き、販売量が大きく変わる要素も見つからないため、現状が続く。
		乗用車販売店(従業員)	・秋には各社から新型車が投入される。客の目は厳しさを増すが、市場全体では活気が生まれる。
		乗用車販売店(従業員)	・大幅な増販は見込めないが、新型車効果もあり、前年並みの販売台数なら見込める。ただし、競争は今以上に厳しくなる。
		乗用車販売店(総務担当)	・ガソリン価格の高騰により、自動車関係全般に対する家計支出も縮小傾向となる。
		一般レストラン(経営者)	・最近は地元客の来店回数が増加傾向にある。安定した売上に繋げるため、客離れが起きないように、しっかりしたサービスに努める。
		都市型ホテル(従業員)	・数か月後の予約件数は、やや良くなっている。
		通信会社(企画担当)	・地上デジタル放送の普及は追い風であるが、競争環境が更に厳しくなってくる。
		通信会社(営業担当)	・他社との競争によりコスト削減等が続き、今後も厳しい。
		ゴルフ場(経営者)	・来場者数は前年に比べて若干増加傾向にあるが、料金を引き下げないと予約が増えない状況は変わっていない。今後も値下げ競争が激しい。
		ゴルフ場(企画担当)	・9月、10月の予約件数は、例年と比べてかなり増えている。ただし、天候に大きく左右される状況にあり、良くなるまでは言えない。
		住宅販売会社(企画担当)	・客からの問い合わせ件数は前年並みであり、今後も変わらない。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・年金の諸問題や株価の下落は尾を引き、今後は若干悪くなる。
		百貨店(売場主任)	・他店に客が流れているため、これからは少し厳しくなる。
		百貨店(企画担当)	・単価の高い商品を中心に売行きが伸び悩む状況がここ数か月継続しており、すぐに改善する兆しは見られない。
		スーパー(経営者)	・超大型店の出店により、中小小売店では大打撃を受けている。これからは、生き残るのも難しい。
		スーパー(店長)	・中国産品に対する不信感があり、販売量は減少する。また、ガソリン価格も再高騰しており、先行きが非常に不安である。

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）	・主要顧客である零細企業からの中元注文を総括すると、昨年並みが2割、件数や1件当たりの単価を下げた企業が7割で、残り1割からは注文が途絶えている。この結果を見ると、今後も厳しいことが分かる。
		コンビニ（店長）	・中元商品の単価が下げられたり、購入数量が減らされたりしており、売上は減少している。今後も厳しい状況となる。
		コンビニ（商品開発担当）	・原油価格の高騰、人民元高に伴う中国産品の値上がり、飼料用とうもろこしの価格上昇に伴う食材価格の高騰が、仕入れの現場では目に見えて現れてきている。諸物価の上昇は避けられず、今後はやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・暑い日が少ないためエアコンが売れず、AV機器やパソコンも単価が大きく下落している。そのため、見通しも良くない。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・セールでも来客数がなかなか増加せず、客単価も上昇していない。今後も前年の実績をクリアできる見込みがない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・原油価格の高騰の影響が、今後材料費等に現れ、収益を圧迫する。
		観光型ホテル（経営者）	・予約件数の前年比は、8月は90%、9月は75%、10、11月は90%を割っている。宿泊件数は伸び悩んでいる。
		通信会社（開発担当）	・顧客企業が業務委託量を縮小してきているため、今後の売上は減少する。
		パチンコ店（経営者）	・監督官庁による規制強化により、来年の春先までは業界の淘汰が加速する。
		住宅販売会社（経営者）	・広告を出してもほとんど反応がなく、今後の販売は厳しくなる。
		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）	・見積などの引き合いが減少しており、今後は停滞する。
		悪くなる	
家電量販店（店員）	・可処分所得が増えていない中、ガソリン価格の値上がりが続く。買い控えは今後も続く。		
高級レストラン（スタッフ）	・来客数の減少、客単価の低下は、従来は曜日、店舗が限定され部分的であった。しかしこの数か月間は、全曜日に拡大し、該当店舗も増え始めている。今後は、一段と厳しくなる。		
企業動向関連	良くなる	企業広告制作業（経営者）	・様々な格差が確かに拡大しているが、今後も好調な企業が全体を押し上げる。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量、販売量共に、現状より約5%ほど良くなる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当面の受注量は、現状維持で推移する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・機械の修理と検査の仕事が入り、今後は少し良くなる。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主力取引先の業績が、今後も順調に回復する。
		広告代理店・新聞販売店〔広告〕	・駅内広告量は、中小企業からの出稿は少し厳しいが、大手企業からの出稿は堅調に伸びる。大手が引っ張る限り、全体ではやや上向く。
変わらない		食品製造業（企画担当）	・原油価格の上昇に伴う副資材の値上がりにより、商品原価は上がっているが、販売価格は据え置きである。販売数量が伸びていないなか、副資材の値上げは今後も続くため、今後も厳しい。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・出版関連では売上がやや低迷しており、この状態は今後も続く。
		印刷業（営業担当）	・現在の受注量や販売量の動きを見ると、景気が上向く兆候はない。今後もあまり変わらないか、やや悪くなる可能性もある。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・磁気テープ関係の販売が厳しいが、蓄電池関係と磁石材料関係の販売増でカバーしている。しばらくは、この傾向が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・企業間の競争は、今後も激しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般機械器具製造業（販売担当）	・主力取引先である米国自動車産業に明るい材料がないため、今後も現状維持が続く。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・原材料価格の高騰分を、今後製品価格に転嫁できるかどうか、まだ不透明である。	
		建設業（総務担当）	・現状ではやや良くなっているが、後は燃料の値上がり影響してくるため、先行きも良いとは限らない。	
		輸送業（経営者）	・軽油価格の高止まりと人手不足は今後も続く。	
		輸送業（エリア担当）	・荷物量は多く引き合いもあるが、運賃は値上がりしていない。今後もこの状態は続く。	
		輸送業（エリア担当）	・営業からの情報では、今後良くなることはない。	
		金融業（企画担当）	・企業の設備投資は依然として自己資金の範囲内であり、借入れを伴う積極的な投資態度ではない。こうした状態では、今後良くなるまではいかない。	
		広告代理店（制作担当）	・紙価が上昇してきているため、印刷物の発注を見合わせている企業が少なく、今後の景気は停滞する。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告が減少しているが、回復する要素は見当たらない。	
		やや悪くなる		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）
化学工業（企画担当）	・原材料価格の高騰に伴い原価が上がる一方で、製品価格に対しては値引き要請があるため、収益に影響が出てくる。			
窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口以降に住宅着工件数がやや落ち込む見通しのため、窯業界も影響を受けて、やや低迷する。			
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・国内の新車販売が落ち込んでいる上に、原油価格の高騰によりガソリン代が高くなれば、車は一層売れなくなる可能性がある。また円高傾向にあるため、後は輸出も厳しくなる。			
輸送業（従業員）	・原油価格の高騰により、トラックの燃料費やフェリー料金が上昇することは確実であり、経営環境は大変厳しい。ガソリンや軽油の値上がりに伴い、消費も落ち込む傾向にあり、一般雑貨の荷動きも低調になる。			
輸送業（エリア担当）	・貨物量の動きは変わらないが、軽油等の燃料費やタイヤ価格の値上がりが続くため、今後も厳しい。			
不動産業（経営者）	・住宅供給は過剰になりつつあり、今後賃料の引き下げ競争になる。			
悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・製鋼メーカーによる大手企業向けの販売価格と中堅向けの販売価格との価格差は、今後も一層大きくなる。	
雇用関連	良くなる	-	-	
		やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業決算に合わせて、9月以降は採用活動が活発になる可能性が高い。
			人材派遣会社（社員）	・企業の直接採用の募集は、今後も増える。人材派遣会社としては、募集しても人の集まりが悪いため、人手不足の解消が大きな課題である。
	職業安定所（職員）	・自動車関連の新工場建設により、雇用状況が改善する。		
	変わらない	職業安定所（所長）	・当分の間、求人数は大きく減少することはなく、新規求職者は減少するため、人手不足は今後も続く。	
		やや悪くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連は、中越沖地震の影響はほとんどないが、国内販売の低調により今後の生産は縮小する。雇用に関しては、自動車以外の産業は好調であるため、不安定になるまでには至らない。しかし、徐々に影響は出てくる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・輸出関連製造業を除いて、求人は大きく減速している。ただし、パート、アルバイトの求人は相変わらず活発であるため、全体的には若干悪くなる程度である。	
	職業安定所（職員）		・原油価格の高騰に伴い、企業の業況見通しが不透明になっているため、採用者数は横ばいから減少に転じる。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）		・ハローワークで募集しているパート求人への応募が、昨年に比べて増加している。また、一時消えていた第2新卒者も、最近ではその求人者に混ざってきている。雇用環境は少し厳しくなりつつある。	
	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
----	----------	-------	----------------

分野	景気の先行き判断	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） コンビニ（店長） 乗用車販売店（総務担当） 観光型旅館（スタッフ） 通信会社（社員）	・地元百貨店のオープンにより周辺商店街に活気が広がる。 ・たばこ、酒類が好調に推移している。7月下旬からは冷やし中華やざるそばなどの冷めんも売れ始めており、明るい兆しがある。 ・例年9～11月は需要の山ができる時期であるが、当社では市場の膨らみに加え、8、9月に高級なスポーツ多目的車やワゴンを発売する。この分野の市場は結構大きいので、販売の上乗せが期待できる。 ・8月以降の予約は、本館では9月のみ前年割れとなっているが、それ以外の月は12月まで上回っている。ただ、温泉全体としては能登半島地震の風評被害の影響がまだまだ残っている。 ・携帯電話の新しい割引サービスを開始するため、販売量の増加が期待できる。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・来客数が増加する見込みはないが、家具やファッションでは秋の衣替えのような動きが多少見られるため、低下傾向に歯止めが掛かる。
		スーパー（営業担当）	・夏の天候不順が影響する農作物不作による値上がりに加え、ガソリン価格の高騰による食品の買い控えなどが懸念材料である。
		コンビニ（経営者）	・来客数は安定しており、これ以上悪くならないが、逆に大型キャンペーンや大型の新商品の発売がないと、良い方向へも展開しない。
		家電量販店（経営者）	・テレビ以外の大型商品では新規需要、買い換え需要とも見込めない。特にパソコンは一進一退が続いている。
		家電量販店（店長）	・客の購買傾向に目立った変化はない。やがて、商品の新旧入替え時期になるが、これといった新製品の発売予定もなく、現行商品のマイナ・チェンジばかりで、客にとって魅力がない。
		乗用車販売店（経理担当）	・お盆休み等の長期休暇シーズンが待っているため、新車販売には厳しい時期となる。また秋の需要期も新型車等の効果はあるものの限定的で、大きな変化は期待しにくい。
		高級レストラン（スタッフ）	・冷夏の年は飲料やステーキハウスの売上が伸びず、苦戦することが多い。特に明るい材料はない。
		観光型旅館（経営者）	・参議院選挙も終わり、今後の客の動きに期待できるが、原油の高騰や天候の影響などで食材の仕入れ金額が上昇する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・能登半島地震の影響が続いていることに加え、住民税増額の影響もすぐに回復するとは思えず、しばらくは利用客の減少が続く。
		旅行代理店（従業員）	・参議院選挙の結果や地震災害の多発を受けて、前年実績を維持するのは極めて難しい。
		タクシー運転手	・客は公共交通機関が動いている間に帰宅してしまうため、夜のタクシー利用は少ない。
		通信会社（営業担当）	・ボーナス時期は終わったが、安い料金プランを軸に携帯電話の販売シェアは確保できる見通しである。
		通信会社（役員）	・今後、年末商戦における大型デジタルテレビの一層の価格低下を期待して、例年この2～3か月は購入手控えの動きが見られるため、契約獲得の大きな伸びは期待できない。
		競輪場（職員）	・大型連休やボーナス月及び地元のイベント開催時は売上高の回復傾向が見られるようになったが、それ以外の月は入場者数、売上共に低調に推移している。
	住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場客の多くは、地震への構造面や安全性に関心を示しており、今後これらに対する十分な説明が極めて重要である。	
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・相次ぐ地震により悪影響が出ている。また年金問題やガソリンの高騰など明るい兆しが見えない。一般消費者の購買意識が低下し、格差が更に広がりそうな気配がある。
		百貨店（売場担当）	・昨年、隣県で複合商業施設がオープンして以来、30代の来客数が若干減少し、この影響で売上が厳しくなり、現在も続いている。
		スーパー（総務担当）	・原油値上げの影響が、商品価格や物流にも波及し始めている。
スーパー（総務担当）		・原油高騰による輸送費の増加から、商品価格が値上がりし、このため多少なりとも買い控え傾向が出てくる。	

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
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリンなどの値上がりや給与の手取り金額の減少などから、客の不景気感が広がっており、今後も買い控えが続く。
		乗用車販売店（経営者）	・高級ブランド車は景気の見通しに左右されやすい。明るい材料が出てこない、ますます厳しい状況となる。
		自動車備品販売店（従業員）	・ガソリン値上げの影響から、車に関する支出を極力抑えたいという動きが客に見られ、今後は必要最低限の消耗品や車検整備が中心となる。
		一般レストラン（スタッフ）	・世界的な株暴落、円安、ガソリンの値上げ、中国産食品の問題等で、食品及び生活必需品の値上げが予測され、消費の低迷とともに、店では経費増となる。
		スナック（経営者）	・業種格差の広がりに加え、相次ぐ地震の影響から、好況業種の客からも一部で良くない情報が聞かれるようになった。
		テーマパーク（職員）	・能登半島地震の風評被害の影響は徐々に落ち着くと思われる。しかし、中越沖地震を含めた地域全体の風評被害は年内いっぱい残り、来客数は前年比約1割の減少と予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・客からの需要が、中越沖地震と参議院選挙という悪材料により沈静化したため、この影響の程度が読めない。
悪くなる		商店街（代表者）	・猛暑が予想されていたが、今のところ冷夏の感が強い。しかし、季節が1か月ずれているような感じもあり、8月以降に暑い日が続けば、一段と「出かけない、夏物はもう買わない」のパターンになりそうな気がする。
		スーパー（店長）	・住民税の増額、原材料の高騰による各商品の値上げ、ガソリン価格の値上がりなどの諸問題はすぐに解決できるとは思えない。当面、消費動向は悪化する。
		コンビニ（経営者）	・周辺の公共工事の減少から来客数が減っており、加えて住民税の増税、ガソリン価格の値上げなど、客の財布のひもは固くなる一方である。売上の増加は期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・原油高による資材の高騰と選挙後の金利引上げ予想のなかで、駆け込み需要どころか、例月に比べ折衝案件が減少している。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	税理士（所長）	・地元企業では、従来の公共事業頼りから徐々に脱皮しようという動きが見られる。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・国内の消費に力強さが欠けており、円安による輸出頼みの状態が続くと思われる。為替の変動リスクが高くなっている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・IT関係など一部に在庫調整が終了し、増産に移っているが、業界全体を押し上げるまでの動きにはなっていない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡市場では現在、中国製商品の品質問題が多発しているが、国内フレーム産地全体の仕事量は依然として減少傾向が続いている。ただし、下降スピードは一時と比べ、やや緩くなった。
		通信業（営業担当）	・通信分野の技術は飛躍的に伸びているが、末端の利用者側がフルに活用していないのが現状である。電話を始め、在庫管理としてのデータ送受信を行う程度の利用にとどまっており、特に中小企業ではまだホームページすら持たない会社もある。市場の活性化はまだ遠い。
		司法書士	・個人住宅の新築の動きが鈍い反面、分譲マンション新築の話が複数進行している。
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・原料単価がますます高くなるのが明確になってきており、収益に更なる悪影響を与える。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・原料が更に値上げ含みで、現に一部は値上がりしており、今後不安がある。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・機械設備も一段落の感があり、今後更なる生産設備の増強にブレーキが掛かる。
		輸送業（配車担当）	・8月から軽油の値上がりが確実となっており、これをカバーするコスト削減にも限界があるため、収益の確保がますます難しくなる。
		金融業（融資担当）	・所得税の増額、原油価格の上昇などの要因から、消費動向が悪化する。
	悪くなる	建設業（経営者）	・参議院選挙での自民党の大敗により、公共事業に関するまともな議論がされなくなり、公共事業費削減に歯止めが掛かるのが更に遅れる。

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
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・9月にオープンする大型百貨店の求人の採用状況があまり 良くない現状から、今後、求人の動きが活発化する。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・企業の採用意欲は強いが、それに見合う人材は少ない。求人 広告の効果も薄く、人材の確保に苦心している状況である。
		職業安定所(職員)	・新規求人数が減少しているが、新規求職者数も減少してい る。
		職業安定所(職員)	・事業主都合離職者の内容を見ると、景気拡張基調となっ ても業績が好転せず、企業整備によって離職する人が多い。
	民間職業紹介機関(経 営者)	・地元百貨店のオープンによる特需求人はあるが、それ以外 は求人・求職者数共に横ばい状態で推移する。	
やや悪くなる	職業安定所(職員)	・新規求人数はここ3か月間、前年比で減少傾向が続いてい 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	-	-
	やや良くなる	百貨店(売場主任)	・今のところは価格や相場が安定しているため、今後も今の 価格水準を維持できる。
		衣料品専門店(販売担 当)	・次のシーズンに関する問い合わせが、例年に比べて早まっ ている。
		乗用車販売店(営業担 当)	・最近では部品販売が増えており、伝票の整理量も多くなっ てきているなど、良い傾向がみられる。
		乗用車販売店(営業担 当)	・4~7月は今まで経験したことがないほど悪かったため、 これ以上は悪くならない。商品力の低下も現状に比べて少し は良くなる。
		観光型旅館(団体役 員)	・予約が前倒しで入ってきている。
		都市型ホテル(役員)	・客室やレストランの改装により、来客数、単価が今よりも 良くなる。宴会部門も件数だけは引き続き伸びており、上向 き傾向がみられる。
		通信会社(企画担当)	・1年を通して平均的に推移すると思われるので、過去3か 月で少し沈んだ反動と猛暑による影響で、少しは良くなる。
		変わらない	商店街(代表者)
	一般小売店[時計] (経営者)	・年金問題などがすっきりしないのに加え、様々な商品が静 かに値上がりしてきている。時計も舶来物を中心に徐々に値 上がりしており、以前の価格を知っている客は購買意欲を 失っている。	
		一般小売店[精肉] (管理担当)	・政策的に客単価は上昇させているものの、来客数が上昇す る環境にないことから、売上全体としては変化がない。
		一般小売店[カメラ] (販売担当)	・以前は夏のレジャーの思い出を写真に残す人が多かった が、最近はカメラ付き携帯電話に残すだけである。プリント しない人が大半であるため、この業界が伸びていくことはな い。
		一般小売店[コー ヒー](営業担当)	・原油の高騰に伴い、商品の値上げを行った影響がこれから 出てくる。生活必需品はともかく、嗜好品では苦戦を強いら れる。
		百貨店(売場主任)	・この上半期は店頭売上が厳しい一方、下期には取引先での 生産が抑え気味となる傾向が強まっている。販売量が増加す る状況ではないため、効率の良い販売機会が得られない限 り、大きな増収となるのは厳しい。
		百貨店(売場主任)	・天候要因のほか、ヒット商品が出ないことから大きく好転 することはない一方、悪化する要因もないことから、現在の 堅調な状況が続く。
百貨店(企画担当)		・クリアランスセールは好スタートを切ったものの、その後 は非常に厳しい状況となっている。特に、客が買上点数を絞 る傾向が続いている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経理担当）	・パートの時給などに上昇傾向がみられるものの、それがすぐに消費に向かうわけではなく、欲しい物を欲しい量だけ購入するといった行動に変化はみられない。
		百貨店（営業担当）	・客がこれから必要と感じる物について、日常の営業活動では特に聞かれないため、今後も現状のような状況が続く。
		百貨店（統括）	・一部の婦人雑貨ではヒット商品もみられるが、衣料品などではヒット商品が見当たらない
		百貨店（サービス担当）	・秋物商材の立ち上げを早めても、なかなか消費には結び付かないのが現状である。ただし、この秋の世界陸上による来客数の増加に伴って、売上は増加する。
		百貨店（店長）	・売上の底が見えた感はあるものの、上昇傾向とはなっていない。
		スーパー（店長）	・単価が維持できても、来客数が増えなければ下向き傾向となる。今後も競合店との客の取り合いは続くため、当分は今の状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・全体的に客の動きが鈍く、特に夜の動きが悪い。飲酒運転の取り締まり強化が大きく影響しており、今後は単価の下落も懸念される。
		スーパー（経理担当）	・中国産の商品については前年の水準を大きく割り込んでいるが、全体への影響は限定的である。また、住民税の負担増による影響も、今のところは顕著にはみられない。
		コンビニ（経営者）	・これまで夏の売上には飲料水が大きな部分を占めていたが、最近はコンビニにも様々な商品がそろっており、昼食も自分の予算に合わせて選ぶことができるため、売上に大きな変化はない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数や車検の予約件数については、今後もあまり伸びることはない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・特に大きな変動要因は見当たらない。ドラッグストア業界では週末の購買が全体の約6割を占めるため、土日が天候不順の場合は極端に影響を受ける。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売れそうな商品をそろえても、当たり外れがあるので予想が立たない。新しい定番品やブランド展開を検討中であるが、良くなる要因が見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・昨年秋は比較的来客がみられたものの、今年は住民税の負担増や、旅行に出掛ける人の増加などで出費が増えているため、来客数に変化はない。
		一般レストラン（スタッフ）	・今のところ、来客数はほぼ横ばいで推移している。夏休みに入っており、来客数の増加が若干みられるものの、今後の更なる増加には結び付かない。
		一般レストラン（店員）	・夏休みに入って売上が伸びると期待したものの、客単価の高い主婦層が減って単価の低い学生が増えたため、変化はない。
		観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先に景気が良くなる要素は何一つ見当たらない。9、10月の予約はある程度入っているものの、金、土の週末にかなり集中しているほか、エージェントによる仮押さえ分もかなり含まれている。
		観光型旅館（経営者）	・温浴施設の利用客数は前年並みに戻ってきているものの、ガソリンの高騰が続いている限り、回復は難しい。
		都市型ホテル（支配人）	・予約状況に変化はみられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会は受注できているものの、単価が前年を下回っている。宿泊も新規参入ホテルとの競争で単価が下がりつつある。
		都市型ホテル（マネージャー）	・月によっては予約状況の良し悪しがあるが、平均するとほぼ前年並みとなり、大きな変化は見受けられない。
		旅行代理店（経営者）	・団塊の世代による海外旅行が増えるといわれているが、夏商戦では感じられない。年末年始の海外旅行の予約受付についても、今の流れが変わる材料は見当たらない。
		タクシー運転手	・例年は夏休みに入ると、暑くなるのに伴って客の動きも出てくるが、タクシー台数が以前よりも非常に増えているため、あまり変化がみられない。
		タクシー運転手	・平均的に売上が伸びているが、これ以上良くなる要素もないため、今のままで推移する。

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
		観光名所（経理担当）	・近隣で大きなイベントが開催されている影響で、乗客数が減少している。イベントが11月まで実施されることから、夏休みを含めて当分はこの状況が続き、客単価もなかなか伸びない。
		観光名所（経理担当）	・新企画のイベントを投入して集客増を図るものの、前年水準の維持が精一杯である。
		競輪場（職員）	・今年の3月ごろに入場者、売上共の上昇傾向が止まり、やや減少した後、低位のまま推移している。今後も当面は上昇に転じることはなく、現状維持すら厳しい。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・夏休みにかけて人気球団による試合や人気グループのコンサートで来場客が増えるものの、10月は人気球団のプレーオフ、日本シリーズ進出に備え日程を確保しているが、現時点の成績をみると難しい状況である。それらの代替イベントについても、大きなイベントの確保は難しい。
		住宅販売会社（総務担当）	・競争相手を含めて、土地、建売住宅共に、契約に至るまでに時間が掛かっている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・近隣のスーパーの品ぞろえや鮮度、衛生面での対応をみると、商店街との差が広がっている。また、来街者については、午前中にはある程度みられる一方、休日のばらつきが大きいほか、閉店時間の早い店が増えているなど、先行きが懸念される。
		百貨店（営業担当）	・数千万円の商品を買う客はいるものの、大部分の客の購入が減ってきている。
		スーパー（経営者）	・今夏の予想が猛暑から平年並みへ変更されたが、果物産地の降雨不足や日照不足による収穫の不振のほか、相次ぐ加工食品類の値上げ問題、中国産の食料品問題など、消費を減退させる材料がそろっている。
		スーパー（店長）	・主に原料や燃料のコスト上昇による影響が出てくる。
		スーパー（店長）	・月中から月末にかけて、客の財布のひもが非常に固くなってきている。特に、給料日前の商売が難しくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・原油高や円安など、乗用車の売行きに関する不安材料は依然として多い。
		住関連専門店（店長）	・ユーロ高に伴い、この夏はヨーロッパからの輸入商品が軒並み大幅な価格改定となる。値上げ前には駆け込み受注が増えるが、その後の落ち込みが懸念される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊に一時の勢いがみられず、特需に結び付くようなイベントもない。宴会、会議の先行予約も悪く、例年利用がみられる常連客の動きも鈍いほか、飲食なしの会議のみが増加している。金融、保険といった不祥事を起こした業界が、研修を含めた行事を自粛している影響が出ている。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、夏休みに入っても個人客の動きが悪い状態である。8月後半には世界陸上が開催されるものの、チケット自体の売行きが悪く、ホテルへの影響が懸念される。また、一般宴会も参議院選挙の影響で企業の動きが止まっており、受注状況が悪いほか、婚礼も依然として受注が減っているなど、大変厳しい状況となっている。
		旅行代理店（広報担当）	・法人需要が鈍化している。特に、9～10月の秋の行楽シーズンにおける申込状況が芳しくない。
		その他レジャー施設 [イベントホール] （職員）	・参議院選挙の結果に左右される要素は少ないものの、年金問題や住民税の負担増の影響で、高齢層を対象とした催しについては来客数が減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・建築基準法の改正に伴って、建築確認に必要な期間が1.5～2か月と長くなったことで、住宅の着工が遅れ始めている。
		住宅販売会社（従業員）	・販売不調にもかかわらず、マンション価格の上昇が続いたため、客の購入意欲が更に減退する。
		その他住宅 [展示場] （従業員）	・展示場はアスファルトで囲まれているため、猛暑となれば集客においてマイナス要因となる。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・円ユーロレートが約6か月間で10%上昇しているため、秋冬物商品の価格が5%上昇する。さらに、税金や社会保障費などの増加に加え、石油製品も値上がりしてくるため、売上は低迷する。
		乗用車販売店（経営者）	・マーケットそのものが縮小傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
企業 動向 関連	良くなる	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・例年以上に秋の新商品が多く発表されるため、受注量が増える。	
		木材木製品製造業（経営者）	・2、3か月後には受注量が増えていく。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大型の新設工事は少ないが、設備の改修工事は増えている。	
		建設業（経営者）	・徐々に回復しているが、昨年のような受注量まで戻るかどうかは不透明である。	
		建設業（営業担当）	・非常にゆっくりとしたスピードではあるが、建築コストの上昇が浸透してきており、入札でも極端に低い価格を提示する応札業者が減少している。さらに、極端に低い価格を提出する企業を敬遠する建築主も増えてきている。	
	変わらない	変わらない	金融業（営業担当）	・食品スーパーでは、販売量の減少を単価の上昇でカバーし、売上が回復基調となっている。自動車部品製造業でも、売上増に加え、今後は材料高の販売単価への転嫁が進む。さらに紳士服製造、卸売業においても、秋冬物の受注が増加してきている。
			食料品製造業（従業員）	・原料価格が高騰しているものの、値上げができないため、特売などの調整を行っている。大量販売ができなければ循環が悪くなって売上も落ちるが、まだ余力があるので、しばらくは現状程度で推移する。
			繊維工業（団体職員）	・輸入量は微増が続いている一方、ごく一部に国産品への回帰の声は聞かれるものの、現状では需要の回復はみられない。
			化学工業（管理担当）	・7月の受注量は好調であり、取引先の業況は堅調に推移している。今後2、3か月先については、直近の円高傾向や政局の先行き不透明感などで、企業の設備投資意欲はやや減退する。また、素材価格の高騰で製造原価が上昇しているものの、すべてを転嫁できる企業は少ない。金利や株価などの不透明感もあることから、結果として現状維持が精一杯である。
			金属製品製造業（経営者）	・材料の値上げ分を製品価格に転嫁するのに時間を要する。
			金属製品製造業（総務担当）	・民間での案件数が増加してきたものの、価格は相変わらず厳しい。
			一般機械器具製造業（経営者）	・当社には鉄鋼関連の取引先が多いが、好調な状況は変わっていないため、当社への引き合いの減少は一時的なものである。
			電気機械器具製造業（経営者）	・原油が高騰すると、製品の原材料コストが上昇するため、利益面に影響が出る。
			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関連の好調と、冷蔵庫などの電化関連の荷動きの不振については、今後もあまり変化がない。
			電気機械器具製造業（営業担当）	・先の仕事の予定が決まっている。
			建設業（経営者）	・技能労働者不足に伴って工賃が高騰するほか、建設資材も高騰するなかで、今後も激しい受注競争が続く。
			輸送業（営業所長）	・秋以降は季節も変わって衣料品なども動くものの、今のところは新規案件の話題が少ない。
不動産業（営業担当）	・土地の価格は上がっているものの、消費者の所得が増えていないため、高いマンションが買えなくなってきている。3か月後も横ばいが続く。			
広告代理店（営業担当）	・インターネット広告の好調と、紙媒体の不振といった構図が依然として続いている。			
経営コンサルタント	・好転が実感できる業務がないほか、好転する材料も見当たらない状況である。中越沖地震や、円の反発による影響がどのように出るのかは分からないが、全体としては今の状況が続く。			
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・テレビスポットCMの市況は横ばいとなっている。			
やや悪くなる	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・販売量、販売価格共に悪化が続いており、好転する兆しが全く見受けられない。取引先は市場シェアを上げようと躍起になっており、値引き要請が一段と強くなっている。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料価格の上昇に対し、値上げ交渉の長期化が懸念される。	

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	
		化学工業（経営者）	・原料価格の値上がりを押さえられないメーカーと、価格転嫁に応じないユーザーの間で消耗戦が続いており、根本的な戦略の見直しが迫られている。	
		化学工業（企画担当）	・中国のオリンピック需要が続く限り、原料価格は高騰し続ける。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅着工戸数の減少による影響が出てきている。今後は、原料高や原油高などによる景気の下降傾向が出てくる。	
		建設業（経営者）	・建設業者の淘汰が加速するため、しばらくは様々な影響が出てくる。	
		司法書士	・案件が少なく、現状が大きく変わる要因もないため、若干の悪化傾向が続く。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資に関する案件が非常に少なくなっている。	
	悪くなる	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・原油価格の高騰で収益性が悪化しているが、製品価格に値上がり分を転嫁できない。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		人材派遣会社（経営者）	・例年どおり、7、8月は落ち着いた動きとなっている。ただし、企業業績が良くなっているため、秋以降は活発な動きが出てくる。	
		職業安定所（職員）	・大阪府の有効求人倍率は1.30倍と3か月連続で上昇し、昨年12月以来6か月ぶりの1.3倍台となった。新規求人数も高水準で推移し、事業主都合離職者も引き続き減少傾向にあるなど雇用失業情勢は改善傾向にある。一方、正社員の新規求人数は5か月連続で前年を下回り、有効求人倍率も0.65倍と前年と同水準にとどまるなど、雇用形態別では改善傾向がみられず、引き続き厳しい状況にある。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・秋に向けて採用ニーズが増加する。	
		変わらない	学校〔大学〕（就職担当）	・夏期休暇中は学生の動きも鈍くなるが、9月からの就職活動再スタートに期待する企業も多い。また、企業からの学内セミナーへの参加依頼も多く、積極採用の意欲がうかがえる。
	人材派遣会社（経営者）		・企業からの求人については、今後も大きな増減はなく堅調な動きが続くものの、注文に合った人材の確保が人材派遣会社の課題となる。	
	人材派遣会社（支店長）		・企業からの求人に対して登録者の確保が追い付かず、人材不足が解消されない状況が続く。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）		・合同企業説明会などのイベントを予定しており、秋以降は広告が増加するものの、今の時点では好材料が少なく、今後2、3か月は厳しい状況が続く。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）		・特に大きな企画もなく、広告形態でも紙媒体は相変わらず減少している。ただしインターネット媒体も、今後はパソコンに代わって携帯電話が主流になっていく。	
	職業安定所（職員）		・原油高といった良くない材料はあるものの、既にある程度は織り込み済みとなっている。予見できないような悪い材料が出てこない限り、現在の水準付近でしばらくは推移する。	
	職業安定所（職員）		・学卒求人は採用が難しいとの見方から、昨年よりも動き出しを早めた事業所が多かったが、最終的な求人数は昨年並みとなっている。派遣事業所からは、企業で新卒の受け入れが落ち着き、派遣社員の必要数が把握できる時期になれば、求人が増加するという声が聞かれる。	
	職業安定所（職員）		・求人の傾向が、人手不足の解消から企業の将来を見越したものに变化してきており、しばらくはこの傾向が続く。	
		やや悪くなる	職業安定所（職員）	・原油価格が再び上昇傾向にあるものの、雇用面への顕著な影響はみられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）		・9、10月の売上も依然として前年割れとなっているほか、あまり良い話も聞かれない。	
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一部の職種、業種を除いて、人の動きが止まっている状況である。			
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・若い人が集まらなくなったため、今後は新聞広告から若い人の募集がますます少なくなっていく。	

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
	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（販売促進担当）	・アパレルは不振であるが、雑貨は前年同月を上回る状況である。この勢いが続けば全体に良い影響を与えてくれる。
		自動車備品販売店（店長）	・来客数・客単価共に前年より上がってきており、この傾向が続く。
		都市型ホテル（従業員）	・企業のグループ単位の予約が増加しており、体力回復が感じられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みの宿泊の予約も好調で、満室の日数の増え具合が前年と比べても早い。
		旅行代理店（経営者）	・先行きは不透明であるが、参議院選挙が終わり、これから本格的な旅行シーズンに入るので、今まで控えていた分、増加するのではないかと。
		ゴルフ場（営業担当）	・少しずつだが会社支払の売掛が多くなってきた。先の予約も増えている。
		競艇場（職員）	・10月に、記念レースのG1競争があることもあるが、入場者及び売上に例年以上に伸びがみられる。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街自体に新規店舗出店の予定もなく、現状から良い方向へ変わることもない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・客の表情は少し明るくなった気もするが、依然、商品は動かない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・企業関係の新しい注文が少なく、前向きな動きが見受けられない。
		百貨店（営業担当）	・消費者の必要な物を選ぶ目が一段と厳しくなっており、商品によって、好不調に格差がでてくる。
		百貨店（売場担当）	・春もそうであったが、シーズンの立ち上がり厳しく、秋以降についても厳しくなる。寒くなり、防寒物が本格的に動き出す時期が1つの鍵となる。
		百貨店（購買担当）	・先月同様、少し早めに秋物を投入して、クリアランスの商材不足を補充しているが、秋物の動きも鈍く先行きが見えてこない。また7月のイベントも予想以上に集客につながらなかったため、9～10月に大きなイベントを予定しているが、苦戦を強いられる懸念が大きい。
		スーパー（店長）	・ガソリン代の更なる値上げや一部食料品の値上げ、また紙類の値上げなど、取り巻く状況にマイナス要因が多い。また、新規ディスカウントストアオープンによる価格競争の激化も考えられ、厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・ここ数か月、販売点数も来客数も前年比102～103%と推移しているため、2～3か月先もこのままの状態が続く。
		スーパー（店長）	・この夏の猛暑予測が平均気温程度と変わり、季節商材について一品単価の下落が予想される。
		スーパー（店長）	・客が収入と支出のバランスを食費で調整している傾向が見受けられる。税の問題・ガソリンの問題・食材の値上げの問題等で、食費の構成比が上がるということは考えられない。
		スーパー（総務担当）	・ちょっと上のランクの商品が売れないため、客単価が上がらない傾向は続く。衝動買いが減って目的の物しか買ってもらえない。
		スーパー（管理担当）	・3か月前から価格強化の販促を組み、3か月前と比べて来客数が120%と伸びたことで売上金額も伸びているが、ここ最近伸び幅がなくなってきている。
		スーパー（販売担当）	・お盆用の商品は伸びると思われるが、中国産などの食品の安全に対して客の目が大変厳しく、購入には非常に慎重になっており、相殺して変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・後半は出店の予定も若干はあるが、全般的には売上等があまり回復していない。今後もこのままの状態が続く。		
コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店が続く予定であり、売上の伸びが期待できない。		
コンビニ（エリア担当）	・今月は前半は悪かったが、後半は暑くなり盛り返した。しかし根本的に売上状況は悪く、1人当たり売上点数や客単価のダウンはこれからも続く。		

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
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・ 今後は気温も上がってくるとは思うが、バーゲン期に入り一気に単価が低下するので、全体的には売上が増加しにくい状況になる。
		乗用車販売店（経営者）	・ 原油価格、ガソリン価格の高値も引き続くようであり、参院選後の政局も不安定なような感じを受け、良くなる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（サービス担当）	・ メーカーの支援策、新型車両の投入、モデルチェンジ等の良くなってくる材料が今のところ見当たらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・ 来客数は低調であるとは言え、タイヤ、オイル、バッテリー等の補修商品や高額品のナビ等は堅調に動いており、今後は期待できる兆しもあるが、当面は現状水準の維持が精一杯である。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 9月の予約はまだまだ少なく、10月に入ってやっと少し予約が増加しており、月によってかなり差がある状況になっている。
		一般レストラン（経営者）	・ 先月今月と前年をクリアしていないが、夏休みに入ってから数字は前年比100%をクリアしており、全体的には今後もあまり変わらない。
		一般レストラン（店長）	・ 今のところ、予約件数・来客数の動きをみても横ばい状況なので、何か大きなイベント等ない限り、このまま横ばいの状況で推移する。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・ 夏休みに入り、家族旅行や各種レジャーには、ある程度のお金を使うものと思われるが、大きな期待はできない。地方は、首都圏や大企業のような好況感はない。
		タクシー運転手	・ 客の話は、年金と介護保険の不安ばかりであり、これはこれからも続きそうである。
		タクシー運転手	・ 客単価が伸びない状態が、ここ1年来続いている。7月は各種イベントがあったので、それがプラス要因になったが、将来的にもイベントが多くないと、タクシー業界は厳しい。
		通信会社（企画担当）	・ 商品単価の下げ止まりもあるかも知れないが、サービス内容の吟味をして、購入に時間が掛かる傾向は続く。
		テーマパーク（業務担当）	・ 夏から秋にかけて大規模イベントを控えており、春から続いている前年比での回復傾向が、今後もしばらくは続く。
		設計事務所（経営者）	・ まとまった物件は大手が取るので、我々中小企業は仕事量も少ない状況がこれからも続き、景気が上向く気配はない。
		設計事務所（経営者）	・ 原材料価格が値上がりしている中、少しずつ製品の価格も高くなってきているため、建築主からの発注もしばらく様子見となる。
		住宅販売会社（販売担当）	・ 展示場イベントへの来場数も前年比と増減無く、また売上も、あまり増加しておらず、この状態が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ 商店街や一般小売店は、大型店に客をとられ、空き店舗になっている。中小小売業は廃業に追い込まれる店が多く回復の見込みはない。まちづくり3法が実施されるが、遅すぎる。
		商店街（代表者）	・ 郊外にショッピングモールができ、商店街のなかで高齢化が進んでおり、いずれにしても大変良くない状況が続いている。中小零細の小売業はこれからどうしようもなくなる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・ 同業者や飲食店関係の取引先などの状態をみても好転の材料がない。購買意欲が低調なため、今後、お盆の帰省客などで一時的には活発化しても、8月中旬以降は急速に冷え込む。
		百貨店（販売促進担当）	・ 9月には郊外ショッピングセンターが倍に増床してオープンする。市内の個人商店も現店舗を閉店しショッピングセンターへ出店する店もでており、ますます、中心市街地の空洞化が進む。更に全体の消費が上向いてくるとは考えづらい。
		百貨店（売場担当）	・ ヤングキャリアゾーンの売上が悪く、前年2けた伸ばしたブーツの売上は、今年は取りきれない。原油高、円安と中国の人員費増が商品単価を跳ね上げ、客の目に見える形で秋物に現れる。
		百貨店（販売担当）	・ 駅構内に新たな商業施設が入り、メンズ・レディースの人気ブランドが導入されるため、来客数に一時的な影響を受ける。
		スーパー（店長）	・ 食品の原料偽装、中国製品からの客離れ、原油の高騰など、食品を扱う立場としては現在のところ良くなる材料が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（財務担当）	・原価の引上げ等があり、販売価格に転嫁出来にくい状況で利益率の低下がある。
		コンビニ（エリア担当）	・競合の出店及びドラッグストアの出店により、更に客足は遠のく。既にオーバーストア状況になっており、しのぎを削らなければならない状態である。
		コンビニ（エリア担当）	・住民税・ガソリン高騰など個人消費に逆風の要因があまりに大きい。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・値段が安いからといって購入する客さえも減少しており、本当に必要なものしか購入しない、無駄なものは一切買わないという客が増えている。この状況はしばらく続く。
		家電量販店（店長）	・例年に比べて気温も不安定であり、競合店の動きもあり、この先、厳しい状況が続く。
		家電量販店（店長）	・薄型テレビ等、デジタル家電の伸び悩み、白物の販売不振はまだまだ続く。
		乗用車販売店（統括）	・顧客である地域の中小企業の社長たちとの懇談でも、ほとんどの人がこれからも厳しいと言っている。
		乗用車販売店（統括）	・ガソリン代の値上げや食料品などの値上げなどにより、買い控えが起こったり、値引きを要求されたりで、これからもあまり良い商売ができない状況が続く。実際、自分でも大きな買物には消極的になる。
		住関連専門店（広告企画担当）	・地方のマーケットでは、高額単価の商品を購入する客の数が圧倒的に少なく、これからも厳しい状況が続く。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方は所得が増加していないのに、ガソリン代を始め、いろいろな物価が値上がりし、売上にまともに響いており、この状態が続く。
		その他専門店〔スポーツ〕（経営企画）	・値上げ商品がこれから増えてくると、更に買上点数の減少につながる。
		一般レストラン（店長）	・ファミリー層の減少が響いている。さらに、原油高で仕入れコストも徐々に上がってきており、利益も圧迫している。今後もコスト高は避けられない。
		都市型ホテル（経営者）	・前年同期との比較で、予約率が低くなっている。
		通信会社（通信事業担当）	・近くに大型電器量販店が開店したため、タイアップして様々な販促の手段をとる大手のサービスへの乗換えが増加し、新規客もそちらへ流れる可能性がある。
		通信会社（販売企画担当）	・夏商戦期も終わり、これから新商品の発売等の目立ったトピックスもない。
		美容室（経営者）	・同業者同士で話し合っても、この夏の売上が伸びないと、この先見通しが暗いという話ばかりである。
		住宅販売会社（従業員）	・原材料の値上げ傾向、受注件数及び金額の減少傾向が見受けられ、しばらく続く。客の動きも今一步積極的でない。
悪くなる	スーパー（店長）	・改装中の近隣の商業施設のリニューアルオープンが、11月初旬の予定となっているため、あと数か月は商圏として来客数が減少し続け、厳しい状況が続く。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・クライアントからの受注が、9～10月にかけて増強の要請があり、景気は良くなると予想される。
	やや良くなる	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・次の新製品については、大型の受注がある。
		輸送業（統括）	・急激には回復しているとは思えなが、少しずつは良くなっており、当面はこのような状態が続くと思われる。
	変わらない	その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	・夏を迎え、今年は水の味に関心を持つ客が増えてきているので、浄水器関連が伸びる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規引き合い案件も入っており、現在の生産量は今後も確保できる。
	鉄鋼業（総務担当）	・継続して自動車、造船、産業機械向けの好調な需要を受け、フル生産が継続している。しかしながら、中国の鋼材輸出拡大や米国経済の先行不透明感などの憶測も流れており、注視が必要である。	
	鉄鋼業（総務担当）	・ガソリン等物価も上昇基調にあり、コスト増につながっている。製品値上げでカバーしきれない状況が続く。	

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
		金属製品製造業（総務担当）	・ 2～3か月先は現在と同様の高水準な状況（フル生産）で推移すると予想され、特段大きな変化は見られない。また得意先からの増産要請と工作機械や造船業界の強い需要が決定要因となり、中長期的な観点から大規模の設備投資を決定し、来年5月の工事完了予定で進めている。不安要素としては、鉄原料を中心とした価格の高騰がある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ 自動車関連は、先行き相変わらず好調な受注が入っており、多忙の状況が続きそうである。携帯関連は、秋モデルまで少し落ち着いた状況となっている。
		建設業（経営者）	・ 発注者が官も民もい縮んでいるようで、仕様変更を命じておきながら、適切な設計変更に応じないというような状況が多く起こっている。これが、下請け、孫請けにまで影響して、非常に厳しい状況が今後も続く。
		通信業（営業企画担当）	・ インターネットアクセス回線を利用した企業ネットワークなどの実態が見えない。営業訪問先からの情報においても、その顧客に最適な商品については決め手を欠いているといった状況が続いており、通信業界全体の苦戦は当面回復見通しが立たない。
		通信業（部門長）	・ 芳しい業績があったという客の声を聞かない。自動車製造業が好調であるが、海外市場に依存しており、関連企業も特需の意識はなく、好景気とはいえない状況が続く。
		金融業（営業担当）	・ 不動産は動く気配が出てきている。山口市・宇部市の工場団地の進出の話も毎月のように出ているが、単なる流通拠点というだけで、地元が潤うような企業進出にはなっていない。地元での雇用、受注が広がる話は全く出でならず、当分今の状態が続く。
		金融業（業界情報担当）	・ 米国経済の鈍化懸念はあるが、欧州・アジア圏の好調から世界景気はおおむね良好が続くとみられ、当面は高水準の受注が続く見込みである。
		広告代理店（営業担当）	・ 地場企業経営者の話には『地方は当分変わらない』とのあきらめ感のようなものが漂っている。また選挙後の動向が見えず、当面変わりようがない。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・ 食品関係の様々な事件が起こっており、それが関係しているのか、単価が不安定であり、しばらく続きそうである。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・ 特に北米を中心とした海外向けの自社製品の売上に陰りが見え始め、減少傾向にある。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・ これからの受注が十分確保できる見通しになっていない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量・生産高共に横ばいの状況が続く。しかし、原材料価格の値上がりや金利負担の増加・社会保険料の負担増などコストアップ要因が多く、非常に厳しい。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・ 原油が高止まりした状態で何とか保っていたが、再度の値上げで、材料メーカーや海外取引先からの値上げ要請が後を絶たず、ある程度の受け入れざるを得なくなっている。価格の値上げも難しい情勢であり、今後の利益の大幅な圧縮が見込まれる。
		会計事務所（職員）	・ 建設業の不振は、今後もまだ続くとする経営者は多い。さらに、燃料費の増加により物流コストがアップしているため、一部には材料費の値上げを提示されているところもあり、状況が好転するとは思えない。また製造業は堅調だが、自動車メーカーの意向次第ではどうなるか判らない面もあり、先行きは必ずしも安泰ではない。
	悪くなる		
	良くなる	-	-
雇用関連	やや良くなる	求人情報誌製作会社（担当者）	・ 秋以降に新卒採用説明会を開催して欲しい旨の要望の声等がある。
		職業安定所（職員）	・ 学卒求人の受理状況を見ると、製造大手数社が好調であることから、関連企業からも求人が増加している。現段階で求人受理件数は変わらないものの、求人数については既に昨年度の合計数をはるかに超えている。
		職業安定所（職員）	・ 求人数は増加しており、多少景気回復の兆しが見えてきている。しかし求人内容を見ると、非正社員求人やパート求人が多いため、就職者数はあまり変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（雇用開発担当）	・労働市場における新規求人は前年同月比で微増、新規求職は微減となっている。対前月でみると、新規求人・求職共に減少しており、例年の傾向以上に求職者側の動きが鈍くなっている。これは、労働市場が停滞期に入ったものでなく、夏季賞与の支給前（支給済事業所も多いとは思われるが）には採用を抑えがちになるため、今後はその反動で求職者側の動きが活発になるその前触れとも言える状況である。また、管内事業所においては、通年商品に加え秋冬等の季節商材の製造に拍車がかかり、スポット的な雇用確保も必要になるとの情報も聞いている。このため8月益明けから9月へかけて、求人・求職に大きな動きがある。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・企業に応募期間の延長、2次募集等するケースが増える傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・更に中小企業の人材不足感が高まり、企業からの依頼は増加する可能性があるが、一方で派遣業界にとっては登録スタッフの確保が更に深刻な問題となってくる。
		職業安定所（職員）	・一向に上向かない景気の影響で、多くの業種で解雇等事業主都合離職者の発生事例が相次いでおり、求人面でも都会地とのギャップが際立っている。
	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	スーパー（店長）	・野菜の相場が上昇しており、売上増加の追い風になる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果により、数か月は好調を維持できる。中越沖地震による工場ストップの影響が懸念されたが、自動車の生産は順調に回復しており、思ったほどの生産ダウンは避けられた。メーカーも国内販売のてこ入れに本腰を入れ始めており、各県の販売も期待できる。
		通信会社（管理担当）	・新料金サービス等の発表により、今後客の動向が活性化する。また、携帯電話業界全体においても同様の動きがあることから、景気がやや上向きになる。
		ゴルフ場（従業員）	・順調に予約が入っている。
		設計事務所（所長）	・工場や倉庫など、業務用施設の計画が増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・多少来街者が増えているが、景気が良くなるほどのことはない。
		商店街（代表者）	・夏物バーゲンがかなり厳しい。2～3か月後には秋物の販売も始まるが、なかなか回復しない。
		百貨店（営業担当）	・クリアランスでは、まとめ買いは無く目的商品のみ購入していた。中元商戦においても、法人は下げ止まるかと思われたが予想以上に件数が減少し苦戦した。宝飾品、美術品なども動きが鈍い。
		百貨店（売場担当）	・売上は前年を若干下回ることが多く、今後も消費が回復する材料はなく、期待できない。
	スーパー（店長）	・客に、所得が増える様子がなく、食費等は節約する。	
	スーパー（企画担当）	・原油高騰による商品原価の上昇が、店頭価格にも影響し始めている。	
	衣料品専門店（経営者）	・夏物セールに勢いが無い。秋物の早期立ち上げが予想されるが、年々必要なものしか買わない傾向が強くなってきており、残暑が長引くようだとあまり期待が持てない。	
	家電量販店（営業担当）	・1点買いの客が増え、それ以上勤めることが難しくなっている。買い控えも進んでおり、プラス要因は少ない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・軽自動車は非常に良いという見方をされていたが、この1～6月、連続して前年割れである。また、7月も大きく前年割れの見込みであり、良くなるとは思えない。	
	住関連専門店（経営者）	・販売量が予想より伸びない。	
	一般レストラン（経営者）	・客数が予想よりかなり少なかった。	
やや悪くなる	スーパー（統括担当）	・定率減税の廃止が大きい。サラリーマンの手取りが減ったということが大きくマイナスに働く。	

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	
		衣料品専門店（経営者）	・台風の後の動きをみる限り、もっと盛り上がってくるのかと期待していたが、なかなかそういう兆しがみえず、今後も、やや弱い感じが続く。	
		乗用車販売店（従業員）	・毎月のようにガソリン価格が上昇し、小型車クラスのユーザーには影響が非常に大きい。	
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況が今までと比べて悪い。また、建設会社の破産等が続いているため、全体的に沈滞ムードが漂っている。	
	悪くなる	衣料品専門店（経営者） 美容室（経営者）	・市民税の増税による家計の圧迫や年金問題など、先行きの不安感により、間違いなく買い控えが見られる。 ・増税等家計に厳しい状態が続いており、消費意欲が弱い。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	繊維工業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 広告代理店（経営者）	・小売店でも、品ぞろえの良い店舗は活況である。 ・円安により企業業績は好調で、個人消費も拡大する。 ・首都圏中心であったフリーペーパーの受注が地方にも広がってきている。	
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・一部の地方ではクレーン稼働の一服感が見られるものの、関西地区では駅前開発や弱電メーカーの大型設備投資が話題にのぼるなど、都市圏を中心に順調な稼働が続く。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・民間のユーザーの動きが依然として悪い。官公庁の受注にも力を入れる必要がある。以前にもまして厳しさが増してくる。	
		輸送業（支店長）	・8月も燃料が値上げされるため、現状で推移する。	
		通信業（営業担当）	・営業先の商店で、男性用衣料品の売上が伸びたとの声が聞こえない。また、目玉商品、バーゲンの値札が客の店内に目立っている。	
		金融業（融資担当）	・公共工事の減少で、県内の主要産業である建設土木業は引き続き厳しい状況が続いている。また、小売・卸も、売上・利益共に減少傾向にある。	
		不動産業（経営者）	・一般消費者の、土地や家に対する需要は低迷している。ただ、一部の企業に設備投資意欲は若干ある。全般的には低迷している。	
		広告代理店（経営者）	・新規客獲得による広告増加と既存客の広告費減少で、売上及び粗利益は横ばいで、今後の予測も変わらない。	
	公認会計士	・各企業の経営者との話の中では、見通しが明るいと答える経営者はほとんどおらず、まだまだこのような景気が続くのではないかという不安を持っている。また将来、借入金金利が上昇するのではないかという恐れを持っている経営者も多い。		
	やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者） 輸送業（役員） 通信業（支店長）	・引き合いが以前の半分ぐらいに減った。問い合わせや見積りが減ってきている。 ・企業業績の伸びが鈍化傾向にあり、客からの物流合理化提案、運賃値下げ要請が増加している。 ・夏商戦と冬商戦の間、及び新端末の発売の端境期ということとで、需要が減少する。	
	悪くなる	-	-	
	雇用 関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者） 民間職業紹介機関（所長）	・即戦力採用の需要は昨年並み、新卒採用の需要は昨年より高まる予測である。 ・夏季賞与が昨年と比べて増加している企業が多く、消費意欲も多少高まっている。こうした傾向が、様々な業種で見られる。
変わらない		職業安定所（職員）	・新規求人数はやや増加気味であるものの、原油の高騰や株価の下落など不安材料も多く、全体ではあまり変わらない。	
		職業安定所（職員）	・求人企業の多くは小売やサービス業であるが、個人消費が落ち込んでおり、回復する兆しが無い。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数は昨年ほど大口求人がなかったため、前年同月と比べて2けたの減少となっている。	
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	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・相変わらず好調なのは県外からの進出企業と、葬儀社、金融のみで、明るい兆しは何もない。

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	-	-
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・業界情報によると、この春・夏のファッションのトレンドが変わりそうなので、今、客のたんすにない商品が売れる。
		百貨店（営業担当）	・電化製品に対する購買の波も一段落し、秋の旅行や衣料品に対する購買欲が高まる。
		乗用車販売店（従業員）	・R Vの新型やスポーツカーの新型が出てくるので、受注はそう望めないが利益は少し改善する。
		スナック（経営者）	・週末営業に活気が出てきており、少し期待できる。
		観光型ホテル（営業担当）	・地元高校生の勉強合宿、スポーツ大会や一般の大会等に伴う連泊が予定されているため、良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・プレ国体の本格化による宿泊需要に加え、一般宴会の受注が若干伸びているため、良くなる。
		テーマパーク（職員）	・夏休み以降の予約については、団体はますます、個人はまだこれからである。ゴルフ関係の伸びが期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・今年の夏は例年より非常に暑いので客足が鈍る恐れがある。
		百貨店（営業担当）	・可処分所得の減少、税制改革による消費意欲の減退が大きく影響しており、催事で来店しても目的の商品のみ購入し、買い回りが見られない。客の購買意欲をそその商品の発掘が困難である。
		百貨店（売場担当）	・住民税の増額、ガソリン価格の高騰が個人消費に影響する。また製造業での原材料価格の高騰が商品価格に転嫁されるのではないかと心配している。他店の状況をもみても、今まで良かった店舗が伸び悩んでおり、突出して良い店舗がなくなっているため、先行きについてはプラス要因があまり考えられない。天候要因等でかなり左右されるが、現状の様子からみると一進一退で動いていく。
		百貨店（売場担当）	・これと言ったプラス要因がない。客の買物の仕方が非常にシビアになっている。
		百貨店（業務担当）	・8月末までは、秋物商材が本格的に動かないため、残暑がどれだけ続くかが景気を大きく左右する。これからは秋物商材が店頭で多く並ぶため、早い秋の訪れに期待するほかない。
		スーパー（経営者）	・天候に左右される。今後の気候や台風等の影響による相場の変動で変わってくる。
		スーパー（店長）	・日常の買物における消費マインドは、ガソリン価格や年金問題等が落ち着くまでは絞られそうである。消費量は少なく、高品質のものがよく売れる傾向は変わらない。
		スーパー（総務担当）	・衣料品関係の売上の落ち込みが相当続いており、今後急に伸びる要素が見受けられない。必要最低限の身の回り品の買いそろえという買物が今後も続く。
		スーパー（企画担当）	・年間でも旬の食材が豊富な時期になり、食品への購買意欲に期待したいところではある。しかし、中元、賞与、お盆商戦による個人消費が一段落し、中国産食品への安全性の懸念材料等もあり、その際に最も買い控え傾向となる食品を主要に取扱うスーパーマーケットでは、景気拡大の見通しはあまり期待できない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・昨年のたばこの値上げによる売上減の反動で、今年はたばこの売上が増えている。しかしデイリー品が少し減退しているため相殺され、来客数も客単価も伸びていない。
		衣料品専門店（総務担当）	・梅雨が明け、猛暑が続く来客数も増加している。特にヤング層の来客数が良くなっている。
		家電量販店（店員）	・猛暑のおかげでエアコンや冷蔵庫の買換えがおきている。その分売上が上がっているが、OA商品の需要が減っており、差し引きであまり変わらない。
	家電量販店（店員）	・税負担増で実質上の収入減となり、ますます家計に響いてきている。猛暑によるエアコン購入も一時的なものにとどまる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（総務担当）	・個人消費の先行きが相変わらず不透明である。
		家電量販店（企画担当）	・小売関係の売上は少しずつ上がっているが、選挙の結果が不安材料である。景気はやや悪くなっていく。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・8月の燃料油の仕入価格も上昇が予想されており、燃料油の小売価格も上げざるをえない。ここまで燃料油の小売価格が上昇すると、個人消費者の消費マインドの冷え込みが不安視される。流通関係のコストに与える影響も心配である。
		その他小売〔雑貨卸〕（総務担当）	・底入れ感があり、秋口には回復する。
		観光型ホテル（スタッフ）	・9～10月の取込み状況があまりおもわしくない。
		都市型ホテル（総支配人）	・今後のイベント等の開催予定が、前年に比べ少ないようである。
		旅行代理店（従業員）	・夏に人気なのはグアム・バリ等のアジアリゾートと北海道である。早期の予約は前年を超えていたが、ここに来てやや止まった状態であり、現在は前年並みである。
		タクシー運転手	・今年は暑いせいか、法人関係の県外客の動きが悪い。
		タクシー運転手	・今から夏のいろいろなイベントが夜遅くまでであるので、乗込みが良くなる。暑いせいかタクシーを利用する機会が多くなっている。
		通信会社（業務担当）	・8月はキャンペーンも続く見込みであり、商品の品ぞろえはある程度期待が持てるが、価格面で集客力のインパクトがなく、来客数・販売数共に厳しくなる。
		観光名所（職員）	・ゴルフ場は以前と全く同じような状態が続いている。客の奪い合いがあり、単価も低いままである。営業努力をしても単価を下げさせられるばかりで、悪い状態のままずっと推移する。
		ゴルフ場（従業員）	・天候不順や暑さで来場者がどんどん減っている。
		ゴルフ場（スタッフ）	・天候が安定していないため、先の数字が読めない。週末には満場の日が多いが、平日は近隣の低価格のゴルフ場に流れている。
		美容室（経営者）	・今一つの状況が変わらず推移する。住民税が増える等、客の中に不信感が増えてきているので、不景気を増長している。一部では上向いているが、地方や末端では、景気は非常に悪くなっている。
		理容室（経営者）	・7月は年間で二番目に良い月のはずであるが、全く良くなかった。この先も良くなることは考えられず、悪いまま変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・新潟中越沖地震や選挙、猛暑等で住宅の需要が出てくるのかが不明であり、あまり変わらない。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・前年の増床オープン後、当社の売上は順調に推移しているが、周りの商店街はショッピングセンターの影響から依然として空き店舗が増え続け、その後の再開が進んでいない。この傾向がますます続いていく。
		百貨店（営業担当）	・接客をしている中で、客の話からも年金の問題が徐々に出てくるようになった。選挙の結果を受け、今後客は不安、不信を抱く。
		百貨店（販売促進担当）	・昨今の原材料価格の値上がり、来月からの石油の値上がり等の影響を受けるため、消費が伸びていく傾向ではない。消費がうまく回らないと、景気が良くならない。
		スーパー（店長）	・年金問題、物価の高騰予兆など、消費意欲の減退条件が大きくなっている。今後の景気予測は楽観を許さない状況にある。
		スーパー（店長）	・盆前に競合店の開店があるため、一層厳しくなる。
		スーパー（店長）	・また新しく競合店がオープンする予定で、半径1.5キロの商圈に3店舗立地することになる。価格の見出しで競合店対策をする調子なので、先行きが厳しい状況である。衣料品は絶対好調であるが、ギフト関係の動きが鈍い。
		スーパー（店長）	・来月以降も競合店の出店計画があり、限られた客の奪い合いによる競争激化が懸念される。
		スーパー（総務担当）	・原油高による諸物価の高騰、特にガソリン価格の高騰及び増税により、今後、客の消費購買力は減退する。
		スーパー（経理担当）	・他店との競合が激しさを増す一方である。それに伴う企業淘汰も続いており、業界としては厳しい状況が続く。

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	
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の相次ぐ出店に伴い、これからも厳しい状況が続く。	
		コンビニ（販売促進担当）	・住民税の大幅増税、ガソリン代の値上げから、おやつ関係の購入が控えられるため、若干悪くなる。	
		衣料品専門店（店長）	・この夏今一つである来客数は、秋冬になっても変化がない。少しずつ減っていく。	
		衣料品専門店（店長）	・石油関連商品の値上げによる影響か、消費マインドが冷え込んでおり、先行き不安である。	
		乗用車販売店（従業員）	・新車の受注台数が伸びない。この傾向が今後も続く。	
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ3か月、来客数は増加しているが、販売量はやや下降傾向を示している。購買に対する客の慎重感から、販売量は若干落ちる。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・材料が9月以降7～10%値上がりするが、販売価格アップは客の理解が得られにくい状況である。このため利益率が悪化するか、販売数量が一時的に減少する可能性がある。	
		高級レストラン（経営者）	・予約の状況を見ると、前年よりかなり悪くなる。	
		高級レストラン（専務）	・大型ショッピングセンターができ、人口に対する店の数が増え、客が分散し、競争が激化するため、悪くなる。	
	都市型ホテル（副支配人）	・予約の話はあるが、客は最初から明らかに単価交渉に入ってくる。この傾向が今後も続く。		
	悪くなる	百貨店（営業担当）	・極めて不透明である。一つは原油高がコストに転嫁されており値上げをせざるを得ない。また、団塊世代の退職による人員不足感が人件費を高騰させ、それが製品の価格に転嫁されている。消費が厳しいなかでは、商品単価が高くなれば販売量が落ちる。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		鉄鋼業（経営者）	・改正建築基準法が新規建築案件に及ぼす影響を注視する必要がある。ただ、秋口にかけて新規の建築物件が数多く着工される見込みである。鉄鋼メーカーとしては、供給責任を果たすべく増産で対応する予定だが、それでも需要が供給を上回る見込みであり、ひっ迫した需給状態が続く。	
	変わらない	金属製品製造業（企画担当）	・原材料価格の高騰を製品販売価格に転嫁できず、相変わらず厳しい状況が続いているが、鑄造関係事業の受注が上向いてきており、一部に明るさが見えてきた。	
		不動産業（従業員）	・賃貸部門において大幅な賃料上昇は期待できないものの、空室率は減少傾向にある。オフィス需要が堅調である。	
		農林水産業（経営者）	・石油製品の値上げからくる消費者の節約ムードが、食品の消費にどのような影響を及ぼすかが心配である。また、今は順調であるが今回の選挙後の動きが心配である。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・業界の予測としては、需要が大きく増減することは考えられない状況である。	
		繊維工業（営業担当）	・本格的に景気が良くなることは難しい。原油とバイオ燃料で、安定した資材や原料の支給が出来ていない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・電子部品関連は在庫調整に入っているため心配していたが、今のところ好況が続いている。夏枯れも心配されたが、むしろ相反する状況で非常に良い。半導体関連をはじめ精密電子機器関係も上々の動きである。この傾向が今後も続く。	
		金融業	・長いトレンドをみるとわずかに良くなっていると考えられるが、上昇傾向と言えるほど顕著な動きはない。材料、燃料費などの上昇が続く不安要素はあるが、景気を左右するほどではない。	
		やや悪くなる	輸送業（従業員）	・また軽油価格が上昇しており、省エネだけでは対応が厳しい。
			輸送業（総務担当）	・特に今年は衣料品の荷動きが悪くなっている。しばらくはこのまま悪い状態が続く。
			金融業（営業職渉外係）	・日本の政局不安や原油等の高騰の影響により、家計、企業の業績に徐々に暗い影を落とす。また、夏場以降は日銀のさらなる金利上げが予想されており、中小企業の業績はますます厳しくなる。
			経営コンサルタント	・芋焼酎の値上げの影響で消費者の買い控えが懸念され、消費の動きが鈍化する。

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
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・えさの値上がりが続いており、それに伴う実質負担も上がっている。3か月後には実質負担がもっと多くなるので、厳しくなる。
		建設業（従業者）	・高騰する原油価格が原材料に転嫁されるため、施工段階での利益が減少傾向にある。また入札では、官公庁や民間両方で叩きあいによる受注を余儀なくされている。また、金利上昇によりマンション・住宅建設が敬遠されてきている。この傾向が今後も続く。
		金融業（得意先担当）	・時期的なこともあるが、例年に比べ工事が全くないという状況にあり、かなり多くの取引先が苦しい思いをしている。今後も工事の発注の見込みがないという声を聞いているため、今後はさらに悪くなり、ますます再編淘汰が起きることが懸念される。
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・先月から非製造業での求人が大幅に増加している。今期業績好調な企業が採用枠を大幅に拡大しており、管理者クラスの求人も目立つ。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業が人材の採用を順調に行っている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・年末へ向けての単発的な雇用は増えるかもしれないが、継続的な求人等は特に変わらない。当地区については、大型スーパーや企業等の出店があまりないので、雇用が増えるかどうかは、既存の企業の業績に掛かっている。
		人材派遣会社（社員）	・選挙等の影響があり、全体の雇用が悪い景況感に引っ張られている。人事の採用活動が鈍い。
		職業安定所（職員）	・今年度に入り有効求人数は若干増加傾向にあるが、パート求人が占める割合が大きく、正社員求人の割合に変化はみられない。
		職業安定所（職員）	・一般の求人、求職、パートの数が以前から減少傾向であったが、ここ数か月は一段落した。これから先、急激な変化はない。
		職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共に、前年から大きな変動はなく、現在の傾向が続く。しかし、今のところはないが、原油価格の高騰がこのまま続けば、雇用に影響がでるのではないかと危惧している。
		職業安定所（職員）	・各自治体が企業誘致に取り組んでいるものの、正社員の大幅な雇用増が見込まれる企業の進出がなく、大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（支店長）	・全体の減少分を、金融系、営業・販売職系派遣需要で埋め合わせることができれば、前年を少し上回る需要が期待できる。さらに企業の正社員採用に繋がる紹介予定派遣需要の急増に対応できれば、その分の上乗せも期待できる。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・現在の水準をさらに上回る材料は見当たらないが、求人意欲が現状よりも悪化することはない。ただし、人手不足や新卒採用枠未達成の企業が出て、今後マイナス要因として作用することも懸念される。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・九州では大雨の被害、新潟では中越沖地震と日本全体の雰囲気は低迷している。選挙もマイナス要因ばかりが目立った。この春にあった景気の上向き感を、最近あまり感じなくなってきた。選挙後の政局が重要ポイントである。	
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	その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	・8月、9月も引き続き県外観光客の予約が好調である。
	やや良くなる	百貨店（担当者）	・お中元と衣料の動向が良い。ギフトに関しては旧盆のズレがあるが、期間を通して3%前後の伸長と予測される。このまま順調にセール売上、秋物の動向が維持すれば全館にて計画値を達成できる見込みである。
		観光型ホテル（営業担当）	・8月、9月とも前年同期比より順調な予約状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	一般小売店〔衣料品・雑貨〕（経営者）	・昨年夏から、少しずつ物販の売上減少が進んでいる。リピート率が高いために今後もなかなか期待できない。一人勝ちを目指した商品開発が今後の売上アップの要因になると考えている。
		スーパー（経営者）	・旧盆に向けますます価格競争が激化する中で、売上はほぼ前年並みで推移している。このような状況は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店やスーパー等の他業種の店舗数は増えることはあっても減ることはないため1店舗当りの来客数が減り、前年の売上を超えることは困難である。このしのぎ合いは当分続くため、極端な売上増は見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	・参院選の結果に表われたように、税金への関心、また6月からの変更は、消費者に大きなインパクトを与えた。景気回復とは逆行の様子が出てくる可能性もある。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、来客数、客単価共に前年を3、4%程減下回っている。これからも良い材料があまりみえないので、同じ傾向が続く。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・夏の観光客の増加や夏祭り等のイベントには期待ができるが、競争相手の増加とインターネット販売での価格競争があり、品質の良し悪しよりも優先する感がある。プラスもあるが不安材料も多い。
		高級レストラン（営業担当）	・ここ数か月、見込みがごとごとく外れている。現在の様子だと同じような結果が予想される可能性が高い。
		観光型ホテル（商品企画担当）	・販売状況はほぼ前年並みに推移している。
		観光名所（職員）	・今年度4月から7月まで沖縄観光は前年度比で順調に伸びている。これから先も沖縄観光に大きい変動要因は見当たらず、台風の影響が無い限り、沖縄観光は順調に推移する。
	やや悪くなる	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・物価が安定しないことには地元客の増加は見込めないうえ、食材の高騰で原価を圧迫している。観光客も去年ほど動きがみられない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・同じ商店街内でも、周辺にある大型店を利用している地元の人が多い。市場内は大変危機的状況になっている。街の中は観光土産品店が多くなり、客割れ状態を起こして大変厳しい状況に陥っている。
	良くなる	-	-
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品生産業（管理部門）	・円高傾向と旧盆需要が見込まれる。
	変わらない	輸送業（営業・運営担当）	・外食系の店舗増により物量的には多くなるが、大きく景気が左右されるほどの物量は期待できない。さらに原油高騰は先行きが見えないため、不安材料は多い。
		広告代理店（営業担当）	・県内景気の気運は高まるようにも感じるが、現実的な受注量や販売量、媒体各社や各取引先の動向をみても、前年同月の実績をベースとした流れになる。ただし、広告ビジネスは変化の著しい業界なので、業務内容は確実に変化しており数字でみえる実績以上に人的労力の投資が拡大して、場合によっては減収傾向となる可能性もある。
	やや悪くなる	-	-
悪くなる	コピーサービス業（代表者）	・印刷業は、いまやコンピュータの猛威にさらされており、今後3～4年が勝ち組・負け組に分かれる分岐点である。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・県内に進出している県外企業の採用活動が活発化している。また、県内企業の内々定も昨年比べて早くなっている。さらに、県知事のグッドジョブキャンペーンで経済界の動きが活発化しており、これが今後の採用拡大につながる。最後に、観光入域者数1,000万人運動を受け、観光関連業界の採用が活発化している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼の内容がより専門色を帯びたものや、高度な語学を要求するものなどが増え、対応できるスタッフの確保に時間が掛かる状況である。またこのような人材は絶対数も少なく、人材のミスマッチも出ており、契約まで少し時間が掛かる状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・燃料費等の値上げ、基幹産業の建設業が相変わらずの状況等の中、新規求人倍率が前月比で0.18ポイント、有効求人倍率が0.01ポイント改善しているが、情報通信業、運輸業、卸・小売業等の一時的な求人によるところで、良くなっているとも悪くなっているともいえない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-