

・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）	・今年の節電により、秋冬に関しても暖房をかなり節約するとみられることから、ミドルゲージやローゲージの羽織物等が例年よりも早めに動くことになる。
		百貨店（販売促進担当）	・夏休み、盆期間に入り、来道者数が堅調に推移しており、来客数が東日本大震災前の水準まで回復しつつある。さらに、国慶節期間の中国人観光客が増加することが見込まれることから、景気は回復基調で推移する。3月に開通した駅前通の地下歩行空間の利用者数も当初予想を上回っており、今後も安定的に利用されれば、来客数の増加に有効に働く。
		百貨店（販売促進担当）	・空港発着機種の縮小に伴う観光客減少が一巡することになるため、来客数の前年比ベースが同一基準となる。客単価上昇の傾向が継続的に続いているため、来客数の基準ベースが上がることで状況は上向くことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数も商品の販売量も順調に伸びているため、今後についてはやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・秋の増販期に入り、受注残が売上につながってくると同時に新型車の投入も売上を後押しすることになるため、やや良い傾向になる。
		旅行代理店（従業員）	・7月以降、来客数が微増傾向にある。受注内容は2～3か月先のものがほとんどであることから、今後については、状況が若干改善することになる。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は9月が前年比102.1%、10月が前年比83.7%となっており、海外旅行は9月が前年比114.5%、10月が前年比123.4%となっている。さらに、申込傾向が出発間際にあることから、9月以降は若干期待が持てる。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災からの復興ムードが高まっていることに加えて、消費者の我慢もそろそろ頭打ちとなることが見込まれるため、今後についてはやや良くなる。新政府への期待感もある。
		タクシー運転手	・このまま観光客が増えてくれば、秋に向かっても好調が維持できる。ただ、増税などにより、個人負担が増えることになれば、消費が冷え込むことになるため、タクシーの売上にも影響が出てくる。
		通信会社（社員）	・第3四半期に入り、各種イベントが増えてくる時期となるため、消費が刺激されることになる。自粛疲れも出てくる時期とみられることから、今後についてはやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・スマートフォンに対する注目度が高まるとともに、今まで興味がなかった人にまで認知度が浸透していることから、今後の端末販売の伸びが期待できる。
		観光名所（従業員）	・団体客は海外観光客を始め、停滞したままであるが、個人客が好調で、来場者、売上がほぼ前年並みまで回復してきている。個人客は客単価が高いことに加えて、9～11月は祝祭日や連休も多く、更に高速道路の延伸が11月に決まっているなど、観光業にとっては好条件が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・今後、円高の解消、株式市場の回復が進むことになれば、住宅投資、消費等の意欲が上がってくる。
変わらない	百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報によれば、9月は残暑が残り、10～11月は平年並みとなっている。前年は9～10月が非常に高温で、コート、ジャケット、パンツ、セーター等の秋物商材が前年比90%台で推移したため、その反動から、今年は前年を上回って推移することが期待できる。	
		百貨店（売場主任）	・客単価の上昇により、売上が上向き傾向にあるものの、来客数は前年比95%前後で上向いてこないことから、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・依然として、客の節約、引締め感が強いことから、今後も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（役員）	・農産物を中心に福島第一原子力発電所事故の風評被害がかなり発生している。特に米への影響が顕著で価格上昇、消費減退の恐れがある。
		衣料品専門店（店長）	・現状からしばらくの間は現在の状態が続く。景気が良くなる材料も全くみられない。
		衣料品専門店（店員）	・消費者の生活にゆとりを持つ意識がないと変わらない。消費意識が向上しない限り、現状のまま推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・前年はエコカー補助金等、国策の追い風もあったため、それなりの実績を上げることができたが、特需のない今年は懸命に努力して前年並みが精一杯とみられる。
		高級レストラン（スタッフ）	・中国を始めとした外国人観光客が増えてくることで、市内での飲食店利用が増えてくることが期待される。
		観光型ホテル（経営者）	・今後3か月の先行予約状況を見ると、本州方面からのツアーの予約状況が低調である。海外客の回復も遅れており、前年並みの来客数、売上を確保することは難しい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・観光目的の来客が見込めるトップシーズンは9月までであり、10月以降で集客を見込める大型イベントや学会の開催が今年はないため、今後も変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・タクシー会社の経営は、規制緩和以降、景気の影響で利用客が減るなか、台数が増えていることで大変厳しくなっている。8月末に中堅タクシー会社が倒産しており、今後も厳しい状況が続く。
		観光名所（職員）	・福島第一原子力発電所の事故の影響もあり、海外の来場者については低迷が続いているが、国内の修学旅行、家族旅行等は回復傾向にあり、イベント等を行うことで集客増に結び付くことが期待できる。
		美容室（経営者）	・今の状況から、あまり良くなるような環境ではなく、当分は現状維持が続く。客もまだまだ様子見をしている雰囲気を感じられる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・予約状況が今月と同様のデータとなっているため、このまま推移すれば輸送量の増加が十分期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・国内外の経済情勢が混沌としているなか、高額商品である住宅は悪影響を受けやすいが、分譲マンションに関しては、相対的に需要が供給を上回っている状態が続いていることから、今後もデベロッパーにとって良好な市場環境が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・夏が涼しい地域であるため、夏場の観光客の増加がみられたが、影響は一時的なものであって、長くは続かないとみられる。
		百貨店（役員）	・ペットフードの売上低迷が続いている。一番景気に敏感とされる部門であることから先行き不安が否めない。
		スーパー（店長）	・ライバル競合店が9月から業態転換することで、自社の店舗も含めて競合条件が厳しくなり、今後の売上が厳しくなる。
		スーパー（店長）	・競合店との価格競争はますます激化することが予想されるため、今後は客の取り合いが続き、単価低下に伴う売上の減少に加えて、利益も圧迫される傾向が強まる。
		スーパー（企画担当）	・政局の安定化が望まれるなか、政策の実行度合いに疑問が残る状況にあるうえ、国内外の金融経済の混乱の解消や東日本大震災の復興に向けての対応も後手に回る可能性があるなど、消費者の購買意欲にプラスに働く材料がなかなか見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・東日本大震災以降の自粛ムードも薄らいできているが、福島第一原子力発電所の事故の影響により、肉、果実、魚等の商品において、福島周辺が産地であるものには間違いなく風評被害が発生している。また、外国人観光客の減少も観光地の温泉や市街地のホテルに大きな影響を与えており、閉店に追い込まれる飲食店もみられる。それらのことにより、個々の消費マインドも冷え込んできており、9月以降は更に厳しさが増してくる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げに伴う売上の上乗せが一巡するため、今後についてはやや悪くなる。夏型商材も気温上昇に伴う販売量の増加が落ち着き、販売量の減少が発生している。また、夏季休暇中の消費傾向から、年末商戦における客単価の低下は避けられない。
		コンビニ（エリア担当）	・夏休み期間の売上が低調であったことから、秋の連休での行楽や年末商戦での回復は見込みづらい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（地区統括部長）	・買換え需要の反動減は、年末にかけて徐々に回復するとみられるが、前年のようなエコポイント特需もないため、厳しい需要が見込まれる。
		高級レストラン（スタッフ）	・景気が上向く要因が見つからないため、今後については引き続きやや悪くなる。
		タクシー運転手	・円高の影響なのか、海外に旅行する客の状況は良いが、国内の旅行客が増える要因が見当たらない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・例年10月は大きな集客イベント等がない。また、天候の状況にもよるが、冬物商戦にもまだ早い時期であることから、来街者数は激減する。そのため、ほとんどの業種で今後の売上の増加は見込めない。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送への完全移行が終わったため、先行きの状況が良くなる要素が見当たらない。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	金融業（企画担当）	・国内の復興需要の顕在化が見込まれることから、道内にもその影響が及んでくる。また、建設関連では冬を前に追込みの時期となるため、活発化が見込まれる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・厳しい状況に変わりはないが、少しずつ客の仕事量が増え、それに伴って購入意欲も改善していることから、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	食料品製造業（団体役員）	・観光産業の状況が改善しておらず、消費者の動向も節約志向が強まっていることから、今後も変わらないまま推移する。
		金属製品製造業（役員）	・客から景気が良くなるような話を聞かないことに加えて、見積依頼も増えていないことから、今後も変わらないまま推移する。
		建設業（従業員）	・建設業の川上となる設計業界でもほとんど新規物件がないため、今後の工事発注量が増加するとは考え難い。
		輸送業（営業担当）	・釧路港が穀物部門でバルク戦略港湾に国から指定されたことにより、港湾の整備、施設の新設等の種々の工事が発生することになる。サイロ、コンベアー等の民間施設も同様であり、大きな経済効果が期待できる。日本の食糧基地としての発展も望める。ただ、これらは5～10年と長いスパンでの話であり、2～3か月先については変わらないまま推移する。
		通信業（営業担当）	・現状、受注量や問い合わせなどは、東日本大震災からの立ち直り傾向がみられるが、今後についてはこれ以上に景況感が上昇する材料が見当たらないため、変わらないまま推移する。
		司法書士	・状況は大きく変化しないと考えられるが、個人住宅の建築等が回復し、それに伴い不動産取引関連が活発化することが見込まれる。
		コピーサービス業（従業員）	・景気はかなり長い期間、停滞している状態であり、今後の急な変化は期待できない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・畑作は順調だが、今後、本州の大手和牛生産農家倒産の影響が広がってくるのが懸念される。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（従業員）	・悪くなる条件はあっても、良くなる条件は見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。
		建設業（経営者）	・工事の稼働はピークの状態だが、受注面で新規物件がほとんど見込めないため、今後についてはやや悪くなる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共工事の発注がこれから落ち込んでくることが見込まれる。
	悪くなる	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・明らかに10月以降の受注量が減りそうな状況にある。顧客に停滞感が極めて強く、しばらく様子を見ようとしている状況にある。
	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）	・復興支援に伴い、建設関連や測量関連の道外従事に向けた求人が増えており、景気回復への明るさが見えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・10月に行われる企業の内定式に向けて、複数内定者の動きが活発になっていることから、例年のように追加採用等が展開されることに期待したい。ただ、北海道における企業の採用の特徴として、当初からほとんどの企業の採用枠の幅が狭いこと、また優秀な人材にこだわっての採用であることから、未内定者がこれをカバーするには相当の評価を得る必要がある。このため、動きとしては良くなるが、結果的に状況はそれほど変わらないとみている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・事務系の求人が減少傾向で推移するなか、事務系希望の求職者が増加している。一方、介護系の求人は増加しているが、介護系に進む求職者は少ない。求人と求職のミスマッチが顕著になっているが、全体的に若年者、女性、中高年者のマッチングが進んでおらず、今後の雇用環境の改善が見えない状況にある。
		人材派遣会社（社員）	・下半期に向けての組織変更に伴い、求人、求職ともに動きが出てくるとみられるが、雇用が増えるというよりは、減員と補充により、結果的にプラスマイナスゼロとなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・建設関連の地域老舗企業が人員整理を行うなど、厳しい状況にあるが、農畜産業に活気がみられることから、今後の波及効果が期待が持てる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・道内外の製造業の求人が急速に伸びてきたが、今後の円高の影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は低いながらもやや上向いてきているが、昨今の景気状況が懸念材料となっている。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響に加えて、業種によっては円高の影響もあり、先行き不透明な状況が継続していることから、今後も雇用環境は停滞したまま推移する。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・円高の影響がどの程度出てくるのかが懸念材料となっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・農業関連の需要が落ち込んでいることから、今後の売上に影響を与えることが懸念される。
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	衣料品専門店（店長）	・秋物の立ち上がりに伴い、東日本大震災で服を失くされた人たちにスーツやコートの需要が出てきて、前年以上の売上になるのではないかと見ている。
	やや良くなる	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体的に買回り品は厳しさが残るものの、子どもの教育費や住居関連、節電に関わる消費はこれから徐々に増えていく。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・義援金が被災者にわたれば、繁華街も冬支度のための買物客でにぎわうのではないかと見ている。
		百貨店（企画担当）	・これから実りの秋を迎え、福島第一原子力発電所事故の影響が懸念されるが、現在の消費傾向はしばらく変わらないと思われ、年末商戦まで持続することを期待する。
		スーパー（経営者）	・新政権の運営など先行き不透明な要素はあるが、来客数、売上、買上点数などすべての数字が上向きになっており、この状況は年内いっぱい続くと見ている。
		コンビニ（経営者）	・客単価が前年比110%と伸びていることに加え、買上点数が5か月連続で上昇している。客層も震災直後の4、5月と異なり、震災以前の客層に戻った数字であるため、景気は回復に向かっている。
		コンビニ（エリア担当）	・気温は例年より高くなるとの予報であり、秋の行楽などで客の動きは活発化することが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物衣料の実需期に入ってくれば、東日本大震災の被災地からの来店が増加し、売上も増加することが予想される。
		衣料品専門店（店長）	・秋物も本番になり、重衣料も売れる時期になることから、単価が上がれば売上増加も期待できる。
乗用車販売店（経営者）	・新車の生産供給が急速に回復している。また、エコカー減税、グリーン税制の期限切れに伴う駆け込み需要も予想される。当社においても、新車受注残が2.5か月分ほどあり、これらのことを考えると、市場は大変上向いていくと予想している。ただし、車種別には次世代環境対応車や法人のバン、トラック関係が販売の中心になると見ている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・下旬以降の営業により、見込みが始まっている。また、10～12月にかけて新車の発売が予定されており、かなりの呼び水になると期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響も大分少なくなってくるため、生産も落ち着き、販売量も伸びてくる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・食品の放射能汚染問題は、検査態勢が一通り整えば消費活動も持ち直すと見ている。
		一般レストラン（経営者）	・震災復旧に向けて、産業によってはかなりの増員があるようである。復興対策が本格化すれば、客足が戻り忙しくなるのではないかと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・市内のホテル等は震災復興関係の客でいまだ満室状態が続いているため、外食等の需要もまだ見込めるのではないかと見ている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響も大分落ち着きつつあるので、平泉の世界文化遺産登録の効果により、客数が伸びてくるのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・定例の一般宴会のほか、300～400名の大型婚礼を受注し、久しぶりにブライダル部門が売上の柱となりそうな状況である。各部門への好影響が期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月の売上も前年を上回る見込みとなっており、好調は続くと思われる。
		旅行代理店（店長）	・求人が増えていることとあわせ、個人消費が微増ながら上昇している。個人客の先行受注も前年比でほぼ100%に達している。
		通信会社（営業担当）	・決算期及び例年の販売傾向から、景気は良くなると予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災後、鉄筋コンクリート構造のマンション建築の相談及び受注があり、借り手もそれを望んでいる様子がかがえる。景気の動きは決して良くないが、大きな建築物やロードサイド店進出の動きはかなりある。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・仮設住宅設置の完了により、今後は一般住宅の改修に需要が移る。
	変わらない	商店街（代表者）	・円高がプラスに働いておらず、消費者も安いから買うという意識でもないようである。今月見られた消費の減速傾向が今後も続くかどうか、注視していきたい。
		商店街（代表者）	・生活は徐々に安定に向かい、通常の商業活動に戻ると見ている。
		商店街（代表者）	・売上は低調であり、今後、秋物が動き出すことを期待している。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の直後に比べて商品供給は回復し、落ち着いてきているものの盛り上がりには欠けているため、景気は落ち込み、消費は弱くなる。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・現在の状況が大きく変わることはない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は必要な物は多少高くても購入するが、それ以外の物には手を出さない。そのような状況は今年一杯は続きそうである。
		百貨店（売場主任）	・電力などの問題が解決されていないなか、季節の変化とともに、寒さ対策の動きが活発になることが予想される。客のライフスタイルに合わせた動きをとることで、現状を維持できると見ている。
		百貨店（営業担当）	・全体的に消費活動は落ち着いてくると予想される。東日本大震災により避難生活をしている方の秋冬物衣料の需要増加が見込まれるものの、結果としては今の景気の状態から大きな変化はない。
		百貨店（経営者）	・地上デジタル放送への完全移行に伴う駆け込み需要など一部家電関係がかなり好調で全体をけん引していたが、他の業種への好影響は無く、むしろそこで使った分、他を切り詰めるといった状況になっている。このため、2、3か月先も現状と変わらない。
		百貨店（売場担当）	・当店が立地しているエリアにある3つのファーストフード店が今月末に閉店した。気軽に入れる価格で、若者からミドル層まで幅広い客が利用していた店が閉店したことで、客の流れが変わることを懸念している。ただでさえ残暑厳しい秋物商戦のなか、当地区に足を運ぶ人の動きが心配される。
		百貨店（販促担当）	・前年同様の状況を維持すると見ている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経営者）	・中心市街地の集客を促す地元自治体の具体策がない。特産品を県外や海外に売り込むことが主眼となっており、地元小売業に目が向いていない。客もイベント開催や商品が充実している仙台に流れており、今後の大きな改善は見込めない。
		スーパー（経営者）	・前年は猛暑により飲料が9月まで好調で、野菜なども高値で売上が伸びていたが、今年はその反動がある。加えて、消費のペースも弱くなる。
		コンビニ（経営者）	・現状、義援金などの復興支援が家計の一助になり、それが消費に回っていると思われるが、景気の先行きには不透明感がある。
		コンビニ（経営者）	・たばこ販売は値上げから一巡し、客単価の前年比増は見込めないが、来客数は前年比105～110%で推移すると予想され、総合的に判断すると現状と変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・売上はしばらくの間、前年比をクリアできそうだが、福島第一原子力発電所の事故以降、東北の観光客は減っており、景気が良くなるとはいえない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品全般に仕入れ値の高騰が目立ち、利益の減少傾向が続くと予想され、秋冬物商戦への影響が懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・今後に期待が持てず、悪い状況は変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・地元客によるカジュアル衣料の需要が増加しており、来客数の増加にも期待が持てるが、月を追うごとに当地を離れる人が増えていることが懸念材料となっている。
		衣料品専門店（店長）	・ブライダル需要とリクルート需要の立ち上がりが遅れている。
		衣料品専門店（総務担当）	・東日本大震災の直後に比べ、消費環境は戻りつつあるが、震災特需の動きも落ち着いてきていることから、今後の景気上向きは期待できない。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送に関連した商品に変わる主力となる商品が無い。
		家電量販店（店長）	・目立った好材料がなく、先行きは不透明である。
		家電量販店（店長）	・復興需要が落ち着いてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の生産は完全に回復する見込みだが、現在の受注状況から、需要が伴うか懸念している。
		乗用車販売店（経営者）	・現状を維持するのに精一杯であるため、変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・紅葉など秋の観光シーズンを迎えるが、東日本大震災による地域経済への影響は続く。
		住関連専門店（経営者）	・新築住宅の着工が少ないことに加え、一部の建材に納期の遅れがある。悪い状況を長引かせないためにも、買換え需要を掘り起こすための販売促進強化を検討している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・変わらないというより、分からないという方が合っている。東日本大震災以降、政治不安も続き、風評被害の問題も次々と出てきているなか、今後どこまで復興していくのかが不透明なままでは、消費者も安心して買物することはできない。このままの状態が横ばいが続くとみられる。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・これから米の収穫期を迎え、風評等により価格が高騰すれば、日本酒等へも悪影響が出ることが懸念される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・放射線量が高いため、秋の観光シーズンに向け、今後影響は顕著になる見通しである。また、収穫期を迎える農作物についても販売への悪影響が懸念され、農家にもじわじわと影響を及ぼしそうである。そのため、心理的な需要抑制の動きが表面化することに強い懸念があり、今後の需要見通しは楽観できない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり客が不安がっている。会社自体も不安定な状況のなかで経営しており、この先良くなるのか悪くなるのか分からない。
		一般レストラン（経営者）	・良くなつてはきているが、3か月後も現状とそれほど変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・レストランにはぜいたくな雰囲気があるため今の状況は厳しく、先行きの見通しは立たない。
		スナック（経営者）	・歓送迎会などで多少の動きはあっても、大きな売上の変化などは期待できない。
		観光型ホテル（経営者）	・今月の好景気がいつまで続くか、全く分からない。首都圏から東北地方への入込は全く伸びていない。
		旅行代理店（従業員）	・旅行申込の間際化のためか、10月以降の申込については先が見えない状況となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		タクシー運転手	・震災以降、タクシーの利用者が減少しており、増加が見込めない。		
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響がまだ残っており、現状は依然として復興のめどがたない状況にあるため、変わらない。		
		通信会社（営業担当）	・政治の不透明感に加え、円高に歯止めがかからないため、現状維持で推移する。		
		通信会社（営業担当）	・当面は現状のまま推移する。		
		通信会社（営業担当）	・顧客を取り巻く環境において、全体的に改善される見込みはない。		
		通信会社（営業担当）	・新内閣に期待するしかない。再生エネルギー法案がらみで活性化する商材があるかもしれないが、円高が続くと経済は衰退に向かう。		
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンへの切替えニーズは当面の間続くため、一定の販売量は確保できる。		
		通信会社（営業担当）	・先行きが不透明なことへの不安から、消費の停滞はしばらく続くと思われるが、エンターテインメント業界は年末が近づくとつれて、徐々にではあるが回復傾向に向かうと予想する。		
		美容室（経営者）	・しばらくは現在の状況が続く見通しである。		
		美容室（経営者）	・客からは、現在の状況が変わることはまだなさそうだという話が多く聞かれる。		
		設計事務所（経営者）	・まだ先の見えない状況が続く。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・企業の第3四半期は悪くなることが予想されるため、消費動向は期待できない。
				一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・今月の落ち込み具合は季節要因だけでは説明できない。消費者の財布のひもが急速に固くなってきたという印象を受けている。最低でも2、3か月はその状況が続くと見ている。
				一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当地域には東日本大震災後、福島第一原子力発電所事故の関連で人が流入し、住居物件が極端にひっ迫していたものの、ここにきて空き店舗が目立ち始めている。人が流入しても幅のある消費をしていない様子がかがえる。現状の地域の閉塞感や不安感を考えれば、消費は縮小傾向に向かい、景気は厳しさを増す。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・震災関連の商品の受注も一段落することが予想される。冬場に向けての寝具類の需要に期待したい。				
百貨店（経営者）	・元、ウォンに対しての円高影響が競争力の低下に拍車を掛け、不景気になることが予想される。				
スーパー（経営者）	・東日本大震災に伴う賠償金支払の遅れもあり、被災者及び被災地周辺の人々の将来への生活不安がかなり高まっている。また、電気及びガス料金の値上げに加え、円高や株安も続いている。このような状況において、消費環境は弱含みで推移し、景気は一時的に厳しくなることが予想される。				
スーパー（店長）	・農畜産物の放射能汚染の報道の影響もあり、国産品の今後の動向が大変気がかりである。また、節約志向が続くなか、米の値上がり等で生活防衛意識が高くなることも予想される。				
スーパー（店長）	・東日本大震災後から続いている競合店の店舗改修が終われば、競争が激化し、業績が厳しくなることが考えられる。また、今後収穫される新米について、放射性物質汚染の検査の結果が懸念される。				
スーパー（店長）	・9月後半から米の収穫期を迎えるが、放射能汚染問題の影響がどうなるのか先行き不透明感が強い。				
スーパー（営業担当）	・景気が回復するような材料が見当たらない。				
コンビニ（エリア担当）	・来客数は微増で、売上も前年をクリアする状況が続いているが、今後はたばこ増税の効果が一巡したところで、若干厳しくなるのではないかと見ている。				
コンビニ（店長）	・単価の下がり方が顕著であることから、消費は徐々に落ち込んでいくのではないかと見ている。				
乗用車販売店（経営者）	・今後数か月は新車の投入もなく、集客は引き続き苦戦が予想される。				
住関連専門店（経営者）	・当店として新規需要が期待できるのは、復興で新築住宅が建ち始める2、3年後であり、それまで景気は停滞気味に推移していくと予想する。				
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・被災企業はかなりの人員を解雇せざるを得ない状況となっている。市場としても、今後、お金の回転がかなり鈍くなると予想している。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・消費ムードが低迷したままだと、今後の消費動向は右肩下がりになると予想される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・繁忙期である秋以降の予約状況は、特に関西方面と海外等の遠方からの団体客の予約が非常に悪くなっている。
		観光型旅館（経営者）	・紅葉を迎える10月は期待できる部分もあるが、地域を訪れる観光客の総数は減っており、連休など休み以外の集客はほとんど見込めない。大手旅館などは旅行代理店の復興支援プラン等の企画に乗れるが、小規模旅館には期待できない。
		都市型ホテル（経営者）	・震災以降、売上をけん引してきた宿泊の予約がかなり鈍くなっていることから、料飲施設の売上も落ちることが予想される。また、震災等の影響で月遅れで開催されていた歓送迎会や会合等も一段落するので、やや悪くなることが予想される。
		観光名所（職員）	・7、8月と来客数が前年比90%まで戻ってきたが、川下りの事故の影響により、今後の団体客の予約状況は前年同期に比べて芳しくない。
		競艇場（職員）	・内閣が新しくなり、増税の動きが出てくることを懸念している。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・9月には同一エリアに競合店の出店が予定されている。また、福島第一原子力発電所事故は収束せず、食料品の安全安心に対する客の不安や不信が増幅する。
		スーパー（販促担当）	・福島第一原子力発電所の事故後の状況が好転するとは考えにくい。特に米は津波の影響で作付けできなかったことに加え、放射能汚染問題の影響がどのように出てくるのか不安要素が大きい。場合によっては米価の高騰や、他の食品の価格競争による客単価の低下が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・放射能の影響は徐々に大きくなっており、景気が上向く要素は全くない。
		コンビニ（エリア担当）	・復興需要もあり、現状の売上は好調に推移しているが、経済自体に活況があるわけではなく、一部の地域を除き景気は悪くなると予想される。また、福島第一原子力発電所事故の問題で若年層を中心に県外流出の動きが顕在化しており、当該地域の景気は徐々に悪化していくことが危惧される。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・当業界では来月からほとんどのメーカーで値上げをするため、駆け込みの受注も多少はあるが、今後の引き締めを懸念している。かなりの値上げになる商品もあり、円高で輸入品は安くなるが、実際には注文を控える動きが出てくることも予想される。
企業動向関連	良くなる	建設業（従業員）	・自治体発注の瓦れき処理業務が今後2、3か月にわたって順次出件される。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・瓦れきの撤去や仮設住宅の建設に一定のめどが付き、本格的な復興建設が始まれば、沿岸地域の小売店や飲食店の再開による市場回復が見込める。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・需要期を迎え、新商品の発売も予定されていることから、商品の動きの活発化が期待される。
		繊維工業（経営者）	・震災の復興事業の本格化は、景気に刺激を与えるのではないかと見ている。しかし、円高の影響で状況が変わる懸念もある。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需要が安定してきており、今後も期待できる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・東日本大震災から5か月が経ち、前年比ではマイナスとなっているものの、仕事量は若干だが上向きで推移する。
		建設業（企画担当）	・具体的な受注はないが、復興に向けた発注計画等を多く耳にするようになり、期待感が高まる。
		輸送業（経営者）	・全体的に回復傾向にあるものの、高速道路の中型以上のトラックの無料化が終了し、負担増が予想される。
		通信業（営業担当）	・上半期の締めの時期にあたり、企業の活性化が予測される。
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災により特需になっている業種もあり、そういった企業からの発注は増える見込である。
		公認会計士	・震災関係の復興需要が徐々に出てくるため、建設関係は堅調に推移することが見込まれる。
		コピーサービス業（経営者）	・復興を前向きに考えている企業では、2、3か月後には計画もでき上がり、動き出すような状況にある。そのため、景気も良くなると見ている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・被災した各市町村の復興計画が出てくることに伴い、住宅需要がある程度は伸びてくる見通しである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	農林水産業（従業者）	・風評の影響で、23年度産の米の価格は低下することが予想される。
		食料品製造業（経営者）	・福島第一原子力発電所事故による放射性物質拡散の問題で、9月以降も当地への入込は期待できず、前年並みの売上を確保するのは難しい。
		食料品製造業（経営者）	・震災特需はもう少し続くと見ている。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・復興需要が現れている反面、円高等の影響が考えられ、現時点では総じて良くなるとは言いきれない。
		広告業協会（役員）	・求人関係の募集広告は伸びてきているものの、現在の状況が続けば、広告業界はかなり厳しくなる。
		司法書士	・不動産の売買件数が低迷して久しく、登記申請件数も減少傾向にあることから、中古市場に活気はあるものの、景気を左右するような状況にはならない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・小売店及びスーパー等の売行きが非常に悪い。今後しばらくは現在の状況が続く。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・現状、景気の良い会社がある一方、受注が落ち込み従業員の間でも先行きを心配する声がかかる会社もあり、全体的には横ばいで推移する。
		やや悪くなる	やや悪くなる
一般機械器具製造業（経理担当）	・現状の円高水準が続くようであれば、海外へのシフトがますます進み、国内産業の空洞化が懸念される。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事を失ってしまった企業も多いことから、復興関連を除き景気は徐々に悪化することが予想される。		
電気機械器具製造業（企画担当）	・円高の影響による主要製品の価格低下と株価低迷による企業業績の下降状況から上向き要素は無く、年末にかけて景気は悪くなると予想される。		
建設業（経営者）	・資材の高騰や円高の影響を受け、景気後退による受注量の減少が予想される。		
通信業（営業担当）	・大幅な値下げをカバーするような案件も当分は見当たらないため、かなり厳しい見通しである。		
金属工業協同組合（職員）	・自動車等の輸送用関連の動きが活発だが、半導体関連は減速、失速状態となっているなど、受注は業種によって格差がある。		
悪くなる	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）	・保険業界からの新規引き合いが堅調となっていることに加え、建設系やコールセンターからの見積依頼も増加しており、2、3か月先はやや良くなると予想される。
		人材派遣会社（社員）	・3月の繁忙期がキャンセルされた反動は、必ず来年2、3月に来る。その証拠に、ヘッドハンティングなどのオファーの数が非常に増えている。派遣の需要は正社員需要の後で必ずやってくる。
		人材派遣会社（社員）	・今年の大学4年生向けの新卒採用を開始したいという、中堅中小企業からの問い合わせが増えてきており、先行きに明るさがみられる。
		アウトソーシング企業（社員）	・少しずつ回復してきてはいるので、良くなることを期待したい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・先に成立した復興予算に盛り込まれている雇用促進の動きが具体的に出始めており、それが求人の動きとなって現れつつある。本格的になれば、地元中小企業にも大きな助けになってくるので、少しは改善に向かうのではないかと期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業の生産活動が回復し、景気は徐々に持ち直してくると見られる。また、このまま良い天候が続き、米などの農作物が例年どおり収穫できればお金が回り始める。さらに、円高の是正、政局の安定などの外部要因がプラスに転じてくれば、更に良くなる。
		職業安定所（職員）	・製造業関係では震災の影響から立ち直り、秋には生産量が平常に戻るとみている企業もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		職業安定所（職員）	・製造業や災害復旧の求人の増加によって、復職する人が増加していることもあり、新規求職者の減少傾向が続く。
		人材派遣会社（社員）	・震災特需といわれるような業種も落ちつきを見せるのではないかと見ている。
		人材派遣会社（社員）	・補正予算の成立や復興計画が遅れていることに加え、急激な円高により景気が下ぶれし、雇用に影響することが懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気の回復が実感できない状況では、採用したいというマインドにはならない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、月間有効求人数共に前年同月比で増加傾向にあり、有効求人倍率もわずかずつだが上向きで推移している。ただし、東日本大震災の影響は計り知れず、今後の動向は予断を許さない状況であり、注視していきたい。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加基調は続いているものの力強さはなく、雇用調整を実施する企業もほぼ横ばいで推移しており、現状から変わらない。
		職業安定所（職員）	・求職者数は減少を続けているものの、求人数が一気に増加するような好材料はなく、円高の進行も懸念される。
		職業安定所（職員）	・製造業は先行き不安で業務計画が立たない状況である。建設業は求人数が増加しているが、業務量が増加しているため求人ではなく、被災地の応援に出向いている小規模事業所が多いため、地元での作業者が不足しているからである。
		職業安定所（職員）	・復興関連を中心に求人は増加傾向にあるものの、円高による影響も懸念される。現在は大きな影響は見受けられないが、この状況が続けば雇用調整も考えられる。
		やや悪くなる	
職業安定所（職員）	・新規学卒者を対象とする求人の減少傾向はしばらく続く。		
悪くなる		—	—

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	一般レストラン（経営者）	・残暑が続く限り、来期も今期同様、県外客の動きに期待できる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・太陽光発電やリフォーム等の物件の成約が少しずつ出てきているため、少しは明るくなる。
	やや良くなる	乗用車販売店（経営者）	・10月から11月にかけて数車種のマイナーチェンジや新型車の追加を予定しているため、やや良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・旅行計画の間際化が顕著に見られ、数日前に突然予約が増える傾向にある。特にインターネット予約は堅調な伸びを示し、紅葉の季節を控え、予約はほぼ前年並みに推移している。
		旅行代理店（所長）	・企業需要が鈍い状態であるが、秋季には、春に予定し延期していた旅行の実施が期待される。
		遊園地（職員）	・東日本大震災から約5か月が経過したレジャー、サービス業界は徐々に回復傾向にあり、今後2～3か月先は今日よりも回復傾向に向かう。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・放射線関係の騒ぎがまだ続いているが、来客数は横ばいで順調に保たれている。単価は上昇の気配が感じられ、各テナントの販売量が増加しているため、やや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・高齢層を中心とした都会からの移住指向の高まりにより、別荘需要が増加すると予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・円高傾向で輸出産業は難しい局面を迎えるが、一方で輸入材の価格下落が景気をけん引する可能性が高い。
		商店街（代表者）	・景気は東日本大震災前に戻っているが、秋の収穫シーズンは今後の天候に左右されるので、先行きが読めない。
変わらない		商店街（代表者）	・急に良くなるという要因は何もない。厳しい毎日が続きそうである。
		商店街（代表者）	・2学期に入り学校が始まると、運動会等の用品が動き始める。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・郊外や大型店の中に外国の安売り店が開店したため、購買がどう変わるか見通しが難しい。商店街の納涼セールも今年はマンネリで効果がなく、地元は何か考えなければならぬが、それも考えつかない。現状維持がやっとならぬ。これでは景気の浮揚は考えられない。
		商店街（代表者）	・2学期に入り学校が始まると、運動会等の用品が動き始める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費が冷めていても必要な物は購入する。しかし、新規客の獲得が厳しい分、売上増は難しい。
		百貨店 (営業担当)	・秋物の動きが活発になる見込みが少ない。
		百貨店 (営業担当)	・円高など経済状況の中に景気の先行き不安な部分があるので、消費はそれほど上向き感じがしない。
		百貨店 (販売促進担当)	・極めて狭い範囲では、売れ筋、ヒット商品が出ているが、全体への大きな流れには至らない。消費行動を阻害する要因が払しょくされないため、当分状況は変わらない。
		百貨店 (販売促進担当)	・業界の休日分散により、前月に引き続き平日の売上が顕著に増加している。しかし、消費者の節約志向は依然変わらず、不要不急なものを買わない堅実な買物動向が続いている。今後は、前年のように残暑が長引くと秋物が動かない状況に陥り、気温の変化が今後の売上動向を握っていると考えている。
		百貨店 (店長)	・東日本大震災後、消費マインドは回復しているが、経済環境はますます不透明感を増しているため、今後を見通すことは更に難しくなっている。
		スーパー (経営者)	・福島第一原子力発電所の問題や東日本大震災からの復旧速度が遅いため、景気の浮揚には時間が掛かる。また、円高により景気ムードが落ちている。
		スーパー (店長)	・東日本大震災による特需が収まり、円高による原価の引下げが出てくる。販売価格にすぐに反映されないが、購買活動は活性化する。
		スーパー (総務担当)	・小売業は天候に左右される部分が非常に大きく、今後3か月の天候次第で売れる物が変わり、かなり数字が違ってくるため、何とも言えない。景気全体は、まだ本当に良いとはいえない状況なので、現状維持である。
		スーパー (統括)	・秋物は順調に滑り出しているが、残暑や台風など天候と件による農産物の価格変動が懸念される。小麦などの原料高も販売価格上昇の懸念材料である。
		コンビニ (経営者)	・期待する材料がないため、状況は変わらない。
		コンビニ (店長)	・客が必要な物は買い、不要な物を買わないという状況であり、当店のようなコンビニにとって、普段の生活が大きく変わらない限り、特別な変化はない。
		衣料品専門店 (経営者)	・輸出関連産業が立ち直り、コンビニ業界や百貨店が活況を取り戻している。しかし、福島第一原子力発電所問題の影響は簡単に払しょくできないため、変わっていない。
		衣料品専門店 (経営者)	・客が物を買うことを怖がっているような感じで、街や商店街に出てくることさえも避け、なかなか買物をしない傾向にある。イベントには出ても金は使わない状態にある。
		衣料品専門店 (店長)	・東日本大震災後、売上は何とか戻りつつあるが、円高や株価の低迷が続く限り、悪い状況は変わらない。
		衣料品専門店 (統括)	・東日本大震災から半年経つが、客の気持ちがなかなか上向かず、買物に行こうという気持ちが起きていない。猛暑の影響で街に人が出てこないことなど、売上に結び付く要素がない。
		衣料品専門店 (販売担当)	・節約疲れで幾分か買物に走る時期もあったが、東日本大震災直後の不安とはまた違い、その後は、社会環境あるいは社会保障といったインフラの部分で安心感が持てないという先行き不安が大きな要素を占めている。そのような状況に自然現象が重なったことで、不安な日々を送っている人たちは消費に目が向かないため、変わらない。
		乗用車販売店 (従業員)	・政治、経済の不透明な中、様子見の状況が続き、販売量の増加は見込めない。
		乗用車販売店 (販売担当)	・今後2～3か月の間で、よほどの景気刺激策でもあって観光地が潤うようなことがあれば別だが、今現在、当県は風評被害が少し残っており、観光客もまだ元の人数に戻っていない。そのため、ホテルマンなどにほとんど車を買ってもらえない状況なので、2～3か月先もこの悪い状態のまま変わらない。
		乗用車販売店 (販売担当)	・ここ最近、売れる月と売れない月が交互に来ており、今までのように大幅な動きはない。悪い状態がずっと続いているので、先行きは変わらない。
		乗用車販売店 (営業担当)	・単価は安い、軽自動車を中心に商談が少し出てきている。薄利多売に期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（経営者）	・周辺の工場等では仕事が少なく、工場移転の話なども多い。来店する客も警戒心が強く、購買にあまり結び付かない。しかし、当店としては同じ状態に持っていこう、何とか販売量を増やそうと努力している。
		住関連専門店（統括）	・円高、株価、政局が安定しないことや、福島第一原子力発電所に端を発する放射線問題への政府の指針及び方向性が明確に打ち出されないことには、消費に対する不信感は払しょくできず、消費拡大へつながらない。
		一般レストラン（経営者）	・12月になるまで宴会や集会があまりないので、回復は望めない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災以後、消費が低迷し、異業種間での話でも経済状況は決して良い方向に行っていない。むしろ悪くなっており、その状態が続いている。
		旅行代理店（副支店長）	・余暇産業へ回ってくる余裕がまだ消費者から感じられないため、状況は変わらない。
		通信会社（販売担当）	・円高や株価の下落などで先行きが不透明なため、状況が変わるかどうか分からない。そのため、消費に対して積極的にならない。
		通信会社（営業担当）	・マスコミの言う節約効果が大きく影響し、消費することに慎重になっている。
		通信会社（総務担当）	・景気の先行きが、いまだ不透明である。
		通信会社（局長）	・景気回復につながる材料がなく、期待感が全くない。
		通信会社（営業担当）	・消費を促す要因が見当たらない。8月の出費が増えた分を抑える傾向にあるため、変わらない。
		テーマパーク（職員）	・良くなりつつも、不安定な状況が続いている。
		ゴルフ場（副支配人）	・急激な円高などの関係で、景気全体が下向いている。ゴルフ場には直接的な影響はないが、やはり、来客数の動きは微妙に変わってくる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・ゲーム用の人気キャラクター景品の話題が落ち着いており、相乗効果での来店動機が見込みづらくなっている。しかし、夏季節電営業が終了して通常に戻ることで、当店の主要客層のファミリー客の土日来店が期待できるため、状況は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・今月の状況をみると、まだ安定して仕事が増えることは期待できない。
		設計事務所（所長）	・被災地の復興が軌道に乗る等、何かきっかけがあれば、波及効果に期待したい。しばらくは今とあまり変わらない状態で推移する。
		設計事務所（所長）	・最近、計画件数が少ないのに競合が多いため、なかなか受注に結び付かない。来月決算イベントを行うので、集客につなげたい。
	やや悪くなる	一般小売店 [乳業] (経営者)	・業界全体では良くも悪くもならないと思われるが、当地域では百貨店の撤退など消費意欲の減退要因となる事柄が続くので、消費の落ち込みが少し懸念される。
		百貨店（営業担当）	・不安定な社会情勢や円高による企業収益に与える影響が、消費行動にマイナスに作用すると予想されるため、やや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・円高や金の値上がり、株価の値下がり、政治が安定しないことなど、いろいろな状況からなかなか消費動向は出てこない。
		スーパー（総務担当）	・食品の放射能汚染問題による消費低迷、円高による輸出産業の低迷、政策の不透明感など、客の生活に直接関わることが多いため、収入の減少、節約志向の高まりにつながっている。
		スーパー（経営企画担当）	・内部要因が大きいですが、客数、買上点数の改善には時間が掛かる。
		コンビニ（経営者）	・夏休みが終わり人の動きが元に戻ってくることや、秋のイベント等が夏よりも少なくなることから客数が減り、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニの宿命というか季節的なもので、夏がある程度ピークなので、これから秋口に入るとやや下がってしまうということは否めない。また、前年は9月にたばこの値上げによる仮需要が起こったが、今年はその分がなくなってしまうということも含めて、非常に厳しい予想をしている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災以来、物資をなかなか供給できなかったが、最近では供給できるようになった。しかし、この猛暑で非常に上がってきた売上は、今後は天候が不安定なため、減少していく。
		住関連専門店（仕入担当）	・暖房関連の売上は、今夏の冷房ほどは上積みを期待できない。また、これまで順調であった資材等住宅関連品の売行きもピークを過ぎ、9月以降厳しい状況が予測される。自動車関連企業の休日変更により土日の売上減も継続する。
		高級レストラン（店長）	・2～3か月先の予約状況を見ても最悪の状態である。年末にかけ、東日本大震災からの復興により多少景気が上向くかもしれないが、中小企業、零細企業の多い当県にはあまり関係ない。
		都市型ホテル（経営者）	・円高、米国の不景気などの影響で、自動車産業の街には明るさが見えない。
		都市型ホテル（支配人）	・茨城空港の海外からの定期便はまだ復興していない。アジアからのインバウンドも今年中は全てキャンセルとなっている。通常の観光客の激減が今後も予想され、福島第一原子力発電所の問題が収束しない間は戻ってくる気配がない。
		旅行代理店（従業員）	・円高が続くようなので、更に悪くなる。
		旅行代理店（副支店長）	・受注は増えてきているがあくまでも上期に失った分であり、むしろ前年の秋に行った旅行が中止になり始めている。また、長期予報では天候があまり良くないことから農業従事者の旅行意識が下がってきている。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが悪く、この状態では先行き良くない。
		通信会社（経営者）	・とにかく物が売れない。消費者もデフレに慣れてしまっているため、少々の安売りでは反応しなくなっている。経済不安に政情不安、東日本大震災以降、財布のひもが更に固くなっている。
		設計事務所（所長）	・先行きへの不安から新規事業を中止した客もあり、しばらくは経済的に縮小傾向にある。
	悪くなる	商店街（代表者）	・家庭や商店の被災後の復旧工事が進んでおり、その工事費用が掛かる分、生活費を切り詰めている様子である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・東日本大震災で壊れた屋根や壁の工事がこれから進むため、数百万円ぐらいの出費になる家庭が多く、必要な物以外は買わないという傾向が強くなる。
		コンビニ（店長）	・全体的な景気の動向とは関係なく、近隣商圈内にできた同一チェーンの新店舗の影響をまともに受けるため、かなり悪くなる。
		家電量販店（店長）	・テレビの先取り分を補う商品群が出てこない、当分の間厳しい。
		スナック（経営者）	・良くなる要素が全然見当たらない。毎日が不安な状態である。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災後の景気悪化が明確になってくる時期で、更に円高株安で余計に輸出産業に影響が出て、世の中全体に不景気感が漂う印象がある。特に影響が大きい不動産関連は、高額なために買い控えが出てくることや地価が下がることも予想される。よって悪くなる可能性が大きい。
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・特に自動車分野において、東日本大震災の影響による遅れを取り戻すため、増産の動きが本格化する。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力自動車メーカーの3か月インフォメーションによると、現在増加基調に入っており、9月はまだ節電の影響もあり前年比100%程度、10月以降は120%で推移するとの情報である。電気不足の問題で困っているため、今後は早く電力制限を解除して欲しい。
	やや良くなる	金融業（役員）	・東日本大震災以降低迷していた外食関係にも活発な動きがみられ、売上の増加等が見受けられる。
		金融業（経営企画担当）	・復興需要や観光地に外国人観光客が戻りつつある。
		社会保険労務士	・円高の影響が気になるが、東日本大震災後落ち込んだ分、ある程度水準までは回復に向かう。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・思ったよりも悪くもなく良くもない状況が続いているので、2～3か月は現状維持になる。

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		
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏休みの繁忙は一時的な要因で、今後秋口にかけては、年末商品の受注はいくらか予想されるものの、受注、販売共に厳しい状態に変わりはない。		
		金属製品製造業（経営者）	・先月あたりから、特装車両である建設機械やミキサー車でようやく復興需要が出始め、受注が増えている。		
		金属製品製造業（経営者）	・景気が一番悪い時よりは良いが、今後受注価格など厳しくなるというので楽観できない。材料関係で小規模のところは廃業しているので、材料の仕入れも心配である。また、仕事の金額が安くなり、外注で海外に流れてしまうという心配もある。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここ2～3か月は受注量に変化がないので、変わらない。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・今ある仕事は東日本大震災での臨時受注による仕事量の増加なので、3か月先の状況がまだ予測できない。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・自動車と住宅関連の受注はおそらく増えるが、それ以外の役所関連の仕事がほとんどなくなっているため、売上は現状と変わらないか、やや落ちていく。どう動くか全然先が見えないので、先行きが不安である。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・当分安定した受注が入っている。今年一杯はこの状況が続くそうである。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現在の円高傾向によって、設備投資の計画中止や縮小、見直し等、かなり影響が出てくる。		
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先10数社の半分以上はそれなりに受注量、販売量があるので、2～3か月は売上に変化はない。		
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・行政向けのライター処理装置等は3月末に集中するため、ここ3か月は受注決定の動きがない。今年は厳しいから来年、との話をよく聞くので、良くて横ばいである。		
		輸送業（営業担当）	・現状の円高により食品や雑貨の輸入商材等の物量、車両依頼も多い状態であるが、運賃単価自体はデフレの状況からいまだに上がらず、少し厳しい状況である。また、今後も節約ということで石油ストーブや湯たんぼ、毛布等の受注量が増加し、車両依頼も増えているが、運賃単価の見直し等も続いているので厳しい状態が続く。		
		通信業（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。		
		金融業（調査担当）	・海外景気の鈍化や為替動向が懸念される。		
		不動産業（管理担当）	・今後も維持管理費の引き締めが続き、更に光熱費が掛からない時期に入り削減幅も少なくなるため、先行きは変わらない。		
		やや悪くなる		広告代理店（営業担当）	・良くなる材料がない。
				新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・ホームセンターの改装工事が始まり、来月以降、秋の商戦に力が入る一方、閉店するガソリンスタンドが2店舗あり、今後の業界の動向が注目される。
経営コンサルタント	・落ち込んだ消費マインドが改善し、企業業績に反映されるようになるには、東日本大震災の本格的復興が見えてこなければならぬ。				
司法書士	・先を見越した事業の相談等がないので、やはりこのままの状況が続く。				
食料品製造業（営業統括）	・高速道路の通行料の見直しや、為替が1ドル76円台に固定してしまっていることから、安い海外ワインに押され、国産ワインはますます苦戦を強いられる。				
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・3月より25～30%上がっている地金とダイヤの価格の高騰のため、秋口用のサンプルを作成しても受注できる金額が定まらず困っている。通常秋口は涼しくなりジュエリーが動く時期だが、これらの要因で思い切った新作の作り込みが出来ないため、前年より悪化しそうである。				
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・復興施策の遅れや円高により、外部環境が悪くなっている。情報化投資の足踏み状態が当分続く。				
悪くなる				食料品製造業（製造担当）	・食品の放射能汚染問題で、今年の穀物単価が上昇している。大手は単価に関係なく数量確保に出てきているため、中小零細企業の状況はますます厳しくなる。また、デフレが更に進むとコストが上昇し、経営困難な状態に追い込まれる。
				化学工業（経営者）	・秋口の受注が入ってくる気配が全くないというのに、仕入れ原材料の値上げを通告されており、更に業績が悪くなる可能性が大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響による工期延長で入金が遅れがちになっている。金融機関の新規融資に問題があり、資金繰りに苦慮している。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（経営者）	・9月から大きな仕事をやる予定なので、当社としては良くなる。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車関連の派遣の仕事が引き続き増加する予定である。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・中小企業等での生産量の工夫なのか、自動車関連では電子関連や部品関係に期待を含めた生産稼働の伸びが見られる。秋冬物衣料も今後への期待をもたせた販売の工夫を展開している。少しずつではあるが持ち直しの動きがある。
		職業安定所（職員）	・秋にかけて、時期的な仕事と自動車関係の会社が忙しくなっている様子があり、若干上向く。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・周辺には工業や自動車関連企業が多く、円高が進むことで企業収益が落ち込むため、今後の雇用に対する先行きは不透明である。
		職業安定所（職員）	・企業も先行きがどうなるかよく分からず、様子見の状態がずっと続いている。
		職業安定所（職員）	・円高等の経済動向の不安要素が少しでも解消されていかないと、企業側の採用意欲が高まらず、求職者が求めているような求人が増えてこない。
		職業安定所（職員）	・求人数はやや多くなってきていると思うが、復興関連の建設関係の求人が非常に目立っている状況でそれ以外の職種が特に多くなっているということではない。また、引き続き風評被害などの影響もあり、サービス関連の求人が非常に悪いので、先行き好転するとは考えられない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含ん引する製造業で異常な円高による海外シフトが勢いを増しているため、東日本大震災後の受注回復傾向に新規採用者数が連動していない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・円高の影響により、生産を海外へ移行する事業所が雇用調整を実施する動きがあるため、やや悪くなる。
悪くなる	○	○	

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災の影響もだんだんなくなってきていることから、消費者も消費行動に出てくるため、これから先は良くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・今出している料理の内容等で客が徐々に付いてきているため、少しずつ良くなっていく。やはり美味しい物をしっかりと作っていれば、客は多少高くても来る。
		旅行代理店（支店長）	・当業界では秋本番ということで、法人、団体、個人共に最盛期を迎える。特に今年の場合、春先の客が東日本大震災で秋に流れたという団体もあるため、受注状況も非常に良い状態である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・政権の安定と節電不安がなくなることで希望が見えれば、消費者は元気を取り戻すという兆候が感じられる。イベントを行えば人はたくさん集まるし、うずうずしている感じが伝わってくる。
		百貨店（広報担当）	・8月後半～9月に掛けて順次大型の新ショップがオープンし、品ぞろえ、価格帯等の幅が広がり、客の生活感にあったリーズナブルな買物も楽しめるようになる。また、恒例の北海道物産展など大型催事もあり、前年より相当数の客数増が見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・初秋の立ち上がり時期が遅いのではないかと懸念があるが、冬に向けたウォームビズや前年とは異なるコート、アウター等、高単価アイテムへの関心度が高い感触なので、初冬、9月後半以降の稼働には期待している。
		百貨店（販売管理担当）	・冬場の電力事情がひっ迫するという情報もあり、クールビズ同様、ウォームビズ商戦での新たなビジネスチャンスが生まれ、やや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・例年人気を博す催事を盛り込んでおり、特別効果を期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・現在は確かに非常に厳しい面もあるが、先行きは楽観はできないものの、若干良くなるのではないかと期待を持っている。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬に向かっては夏物と違ってファッションの幅が広がり、楽しく着る喜びを感じ取ってもらえる商品が多くなる。また、季節の到来を楽しみに待っている顧客が例年より多く感じる。
		衣料品専門店（経営者）	・3月の東日本大震災以来、消費者には全体的に今楽しまなくてはというような雰囲気もあるため、天候次第では景気も上向く。
		衣料品専門店（店長）	・ウォームビズの高まりとそれによる来客数の増加が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・急激な円高は心配だが、国内の販売は伸びていく。
		乗用車販売店（経営者）	・景気への不安の声はよく聞かすが、自粛ムードはあまり感じず、客から東日本大震災の話は出なくなってきたため、やや良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・ガソリン等、燃料価格の高騰とエコカー減税等により、燃費型の車両から低燃費車、エコカーへの乗換え需要が伸びつつある。少しずつではあるが需要が伸びてきているので、やや良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・6か月近く売上は前年同期を超えることができていないが、今月は前年を超える可能性があるということである。東日本大震災の復興で東北地方では随分トラックの販売が出ており、中古車も売れている。東北が底上げをしてくれているなかで、全国的に景気はやや良くなる。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・夏の節電対策に関する気持ちがだんだん和らいでくるため、やや良くなる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・9月～ホリデーシーズンに掛けて有力タイトルが続々発売される予定であり、現在よりは盛り上がってくる。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移は例年と同程度である。
		一般レストラン（経営者）	・8月は休みが多くかなり売上が下がったため、3か月先は今よりも少しは良くなり、客もやや増えてくる。
		都市型ホテル（経営者）	・秋以降は近隣の大型施設でも東日本大震災の影響が薄れ、少しずつイベントが戻ってきている。また他の大型イベントもあるため、宿泊は回復していく。婚礼宴会も自粛ムードから少しずつ解放され、やや良い方向に向かう。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の件数、また1団体当たりの人数も増えてきている。問い合わせの電話や見積依頼数も増えてきている。
		通信会社（経営者）	・今の円高はこれ以上続かず、安心感が広がり、購買意欲が高まる。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦に向けて、少しではあるが消費が回復する。
		観光名所（職員）	・これからトップシーズンを迎える。秋の紅葉で旅客は増えると期待している。
		ゴルフ練習場（従業員）	・これから秋のゴルフシーズンに向け、売上、来客数共に上がっていく。全体的に景気はやや良くなっていく。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・今が悪いので好景気にはなるとは思わないが、冬物の買物客が少しは増える。
		住宅販売会社（従業員）	・秋に入り客の動きも良くなると思うが、急激に良くなるとはいえない。現状維持か、緩やかに良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きが良くなってきているため、やや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・気候も涼しくなり、物件探しに出掛けるには良い季節になる。金利も下がることが予定されており、購入意欲が上がる。住宅ローン減税等の優遇が多い今年の年末までに入居を希望する客が、駆け込み購入をするケースもある。
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災の特需が多少回ってくるので多少良くなっていくのではないかと考えるものの、それ以前の問題として小さな店が皆閉店し、当商店街では今、3分の1近くが空き店舗という状況になっている。そこにサービス業などの店が入ってきているが、なかなか集客力に結び付いてこないため、非常に困っている。
		商店街（代表者）	・電力使用制限令の解除により街中の明るさは取り戻されるが、地域の中小企業の円高等による低迷がそこでの雇用や手取り賃金の減少に拍車を掛けており、スーパーとの低価格競争に負けた地元商店街の廃業、転業へとつながっていく。

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
		商店街（代表者）	・客の財布のひもがかなり固くなっている。節電節約とかなり騒がれてきたため、それに慣れて委縮してきているように見える。これはなんとか我々が頑張って振り払わなければいけない部分であるが、客の財布はかかなりかたくなに閉じてしまったため、消費が大変悪くなっている状態は変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・季節の行事に消費者はあまりお金を使わなくなっており、9月の彼岸等も需要があまり見込めないため、しばらくはこの状況が続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・落ちるところまで落ちてしまい、業務店への営業のみで、今後良くなる気配は全くない。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月悪かったのは天候の影響のため、景気全体とすればそう悪くはなく、変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・明日の自分の生活が一番とといった感じで、なかなか耐久消費財等の買換え等は難しいようである。
		百貨店（売場主任）	・円高、株価低迷が続く見込みのため、消費が上向くとは思えない。
		百貨店（総務担当）	・変わらないと言うよりどちらとも言えない、先行きが不透明ということである。東日本大震災以降、またこの3か月ということで見れば良くなってはいるが、全体としてのインフラ、円高の傾向といった経済的な状況が上向きにならない限り、小売業の客の上向きな消費はまだ遠い。
		百貨店（営業担当）	・婦人服、婦人服飾雑貨、紳士服、子供服共に売上は暑い日には良く、気温が低下すると低迷する日々が続いており、景気より天候の影響が大きい。また、宝飾時計、美術品等の高級雑貨は、円高、株安の影響をまともに受けており、個人消費の回復は当面なさそうである。
		百貨店（営業担当）	・気温にもよるが基本的には上がる要素はない。慎重に見れば、下がる要素を新規企画等の工夫で現状維持するのが精一杯である。
		百貨店（営業担当）	・好材料が依然ないなか、株安、政治不安定等により秋物商戦を押し上げる要因が全くないため、消費者の購買意欲向上は考えられない。
		百貨店（営業企画担当）	・気候にも左右されるが、暖冬になるようだと言われているが、ファッション関連は苦戦する。
		スーパー（経営者）	・今月は良くないため、その状態がまだ今後2、3か月は続く。
		スーパー（店長）	・現在の景気から、上向きになるような兆候は見られないのが大きな理由である。円高もあり、株も安い。総理大臣交代もあって、この先どうなるか分からないという不安が皆にあるような感じがする。明るい材料があれば上向くかと思うが、まだ客のなかでは期待感がない。
		スーパー（店長）	・業界全体も縮小傾向にあり、突発的な要因で一時的に底上げすることはできても継続的に持続するのは困難な状況であり、しばらくは現在の状態が続く。
		スーパー（総務担当）	・スーパーでは身の回りの品を多く扱っているが、来客数が若干落ち、買上点数は若干上がっているが単価が下がっているため、売上が厳しい状況が続いている。客はだんだんとイベント性に対して動きが鈍くなっているため、このままあまり良くない状況が続く。
		スーパー（仕入担当）	・前年より暑さが落ち着いているため、おでんや中華まん等の秋冬商材の出足が良い。しかし価格訴求が続いているため、数量ほどの動きが見込めない。
		スーパー（仕入担当）	・東日本大震災の影響がまだまだ続き、商品の安全性、量、流通が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・電力使用制限令の解除あるいは今後の天候の変化、福島第一原子力発電所の事故が収束するかどうか等、いろいろな問題がある。前年に比べて、毎日いつものように終わるといった感じがなかなかしない。これからも少し難しいかじ取りが必要である。
		コンビニ（商品開発担当）	・たばこの値上げ効果の終了により、その他の伸び分を含めても五分五分となる見込みである。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災の復興がなかなかうまくいっておらず、アパレルは後回しになっている感じがする。
		家電量販店（店員）	・パソコンの低価格化が進む限り、改善の余地はない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っており、あまり芳しくなかった販売は前月から順調になってきているが、完全に良くなるのは来年以降と見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（渉外担当）	・新車生産は徐々に良くなり、10月にはフル生産になる予定である。新車契約者への納車も始まり収益は改善に向かうが、消費者の購買意欲は新車受注が前年同月比35%減と低く、先行きの見通しは予断を許さない。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所の影響もまだ引かずっている感があり、人々に余裕が戻っていない。この先の政治の動き等で増税感が漂いつつあるので、車の売行きにも影響が出てくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月に半期の決算を迎えるが、客の動向はほとんど動きが無く、あったとしても非常に鈍い状態のため、変わらない。
		住関連専門店（統括）	・現在の景気の冷え込みがそのまま持続され、変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・円高や総理大臣交代など不透明な要素が多くあるが、今より悪くなることはない。
		一般レストラン（経営者）	・一時多かった秋に向かってのイベント中止の動きが減り、例年並みの気分が再生している。
		一般レストラン（店長）	・円高等いろいろなことがあり、皆が仕事帰りに一杯やる余裕はまだ出ない。首相が変わり何か政策が変われば少し飲みに来てくれるのではないかという期待はある。
		スナック（経営者）	・天候もあるが、この状態はまだ続く。もう少し涼しくなれば変わってくると思うため、そこに期待したい。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量も、現状では大きな変化が見受けられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響はほとんど無くなり、前年の95～100%に近い来客数になる。なかでも宴会の予約はほぼ前年並みで、レストランは近年予約が間際に入る傾向があるため、これから増えるものと期待している。宿泊も同様と考えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・まだ東日本大震災の影響で利用を控える状況が続いているため、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・環境的に重要な変化は、しばらくの間はない。
		タクシー（団体役員）	・今後の不透明感がぬぐい去れない限り、景気動向が投影される業界としては、まだまだ厳しい営業環境は続く。
		通信会社（経営者）	・円高の進行、欧米財政不安等明るい材料はなく、販売の雰囲気も少し消沈気味のため、変わらない。
		通信会社（支店長）	・次世代新商品の発売効果も見込まれている。
		通信会社（管理担当）	・7月までの増加は織り込み済みだったのでベースとしては変わらない。総務省からは地上デジタル放送化は90%以上と公表されているが、2、3台目のテレビはアナログのままで映らないまま放置され、これからアンテナ設置かケーブルテレビ加入かを検討する潜在顧客が多いというのが実態である。
		通信会社（営業担当）	・有料チャンネルサービスの契約数は低迷、安価なネットと電話サービスは増加という傾向が続く。
		ゴルフ場（支配人）	・2、3か月先の平日の予約状況、特にコンペの落ち込みが前年より目立っている。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・建設、設備といった業界は、やはり東日本大震災後の投資を大きく行うことで、浮揚することが考えられる。逆にその負担が増税といった形の議論になっていった場合、非常に冷え込んでいる個人消費が建設業と同時に上がっていくかという、逆にもっと冷え込む可能性もある。一般消費に当たる観光等サービスという部分がどういった影響を受けるのかは分からず、先行きが読めない状況である。
		設計事務所（所長）	・民間が活発にならないことには、景気が良くなるとは考えにくい。
		設計事務所（職員）	・復興にかかわる業務が更に増加してくると考えられるが、それ以外に大きな変化はない。
		住宅販売会社（従業員）	・建材の入荷については平準化しつつあるので、今までの遅れ分は9月の上半期決算に少しは戻せそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災後の資産購入への慎重さが続いている。また、株価の不安定さもマイナス要因である。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・荷動きは若干戻ってきている感じはするが、円高が水を差す形になり、現状維持となる。
	やや悪くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今までは環境が味方していたため、今後はやや悪くなる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏の祭事も一段落し、行楽の秋に期待したいが、また3か月前の状況に戻る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・9月の案件等が通常はもう少し出てくるのだが、これが見えていないのが不安要因であり、先行きはやや悪くなる。
		一般小売店〔茶〕 (営業担当)	・夏の間、節電をしていた客が給茶機がなくても支障を来さず、コストダウンにもつながると給茶機の使用を止めたままであれば、相当の売上減となる業者が増える。
		百貨店 (総務担当)	・株価の影響で、特に高額品や外商部門が厳しいと考えられる。いろいろな施策を講じていかなければ、売上は減少していく。
		百貨店 (広報担当)	・東日本大震災からの回復は想定よりも早く進んだものの、円高・株安による経済の先行き不安により、消費マインドが低下する懸念を抱いている。
		百貨店 (営業担当)	・一部小売業では円高差益還元セールの実施を行っているが、客数全体が伸び悩むなかで商品単価減は売上減につながる懸念がある。一方で雇用環境についても厳しさが増すなかで、消費に対する目は更に厳しさが増す。円高はしばらく続き、事態が好転することなく、年度末までは厳しい状況が続く。
		百貨店 (営業担当)	・一部で回復の兆しが見えかけていたが、福島第一原子力発電所の事故による食品の放射能汚染問題が更に拡大し、最高値を更新し続ける円高やこれによる企業の業績悪化など、個人消費が上向く材料が見当たらない。
		百貨店 (店長)	・世界的な株安のなかで景気がどう動くか予測ができない。
		スーパー (店長)	・3か月後の様子は今より更に景気が悪くなっていくように感じる。客の買い方や買上単価、件数、客数を見ても、3か月後にいきなり上昇するというより、徐々に下がっていく。
		コンビニ (経営者)	・利幅の低いセール品と必要最低限の品のみの販売が続き、これからますますその傾向が強まる。
		コンビニ (経営者)	・季節的な要因だが、寒くなっていくということは人間の動きが鈍くなっていくということなので、小売業にとってはやはり良くない傾向になる。
		コンビニ (経営者)	・当店の場合、10月に駅が改装して多くの店舗が入る予定となっているため、大幅な客数減が予想される。
		コンビニ (経営者)	・東日本大震災の影響で消費者心理が冷えてきている。また、円高や政治の混乱ももう一つの要素である。
		コンビニ (エリア担当)	・円高や株価下落に伴い景気悪化が予想されるため、やや悪くなる。
		コンビニ (店長)	・世の中では政治のことでやや期待感はあるが、依然として消費は上向きにならない。
		コンビニ (商品開発担当)	・たばこ増税による売上効果が一巡するうえ、世界的な景気低迷、円高や電力問題の影響による消費控えが顕著化する可能性が高いため、やや悪くなる。
		衣料品専門店 (経営者)	・今は節電関連が一番大きいですが、9、10月は暖房等もまだ必要を感じない気温なので、行楽、旅行等のお出掛け需要がメインになる。しかしまだ旅行、外出はやや低調なため、売上は厳しくなる。
		衣料品専門店 (経営者)	・円高が続いてデフレから脱却しない限り、景気回復は難しい。また政局も混乱しているなかで、購買意欲が出てくるのは当面は難しい。
		衣料品専門店 (経営者)	・特に良くなる要素がなく、初秋物に対する客の期待感もない。かなり消費に敏感で、無駄を省いている。顧客の客単価の低下とフリー客の動きの悪さ、天候と大きな不安要素が多い。
		衣料品専門店 (店長)	・原子力発電所の停止、再稼動の問題から来る電力不安から、衣料品生産の不安定化と節電モードの深刻化が解決していないため、やや悪くなる。
		家電量販店 (経営者)	・前年は夏の猛暑とエコポイント制度の効果で9～11月は大変高い実績を示していたため、前年比の売上は相当厳しくなる。
		家電量販店 (営業統括)	・復興需要に期待しているが、その出足は想像以上に遅く、実質的な消費行動に大きなプラスをもたらす時期は1年前後先になるのではないかと危惧している。円高の是正、株価の上昇など消費者の消費意欲をかき立てる事象が起こらないと、この先も厳しい状況が長期化する恐れを感じている。
		乗用車販売店 (店長)	・止まらぬ円高、政治不信、進まないエネルギー問題、電力不足と、円高は進んでもガソリン等が値下がりする傾向は全くなく、電気料金も上がるという予測である。良い状況には全くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当社の戦略から考えて改善していかないといけない状況で、非常に厳しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・円高、株安、政局不安の状況から、個人消費は盆休み以降、急激に鈍化しており、先行き不透明感が強くなりつつある。
		一般レストラン（経営者）	・夏休みまではある程度消費は順調に推移していたが、盆が終わった途端に少し消費が急にしぼんできたような印象を受けているため、これからは悪くなる感じがしている。
		一般レストラン（スタッフ）	・当店は悪くはなっていないものの支払が増えてきている。赤字にはならずやっているが、他の所は客も来ていない。周りの不景気さなど状態が悪過ぎて、これでは先詰まりになる。今はまだ当店の売上はそこそこあるが、いつ潰れるか分らず、いつまでもつか分からない。全体の雰囲気を見て、やや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・他社との競合が激しくなり、低価格商品への移行が進み、全体の契約数は伸び悩む。
		通信会社（営業推進担当）	・デジタル機器に関連する景気改善の仕掛けが一切見込まれないため、やや悪くなる。
		パチンコ店（経営者）	・7～9月の3か月間は節電で、輪番店休として月に3回店舗が休むようになっており、東京全体では1日に100店以上の店が休んでいる。その関係で夕方の客が少し増えていたが、悪い意味で落ち着いてきたため、この先どうなるかは分からない。2～3か月後も輪番店休が続いているかもしれないが、何となく客がお金を使わない傾向になっているため、やや悪くなる。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	・関東圏で見られていた復興景気はほぼ収束しており、これに伴ってか目的のない立ち寄り客の減少が著しく、客数の苦戦が続く。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・わずかながら回復の兆しが見えてきた外国人客の来場が、円高の進行により再度減少する恐れがあるため、やや悪くなる。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・世の中の経済全体が押し上がっていかない限り、個々の顧客自身の努力では景気が良くなっていくとは思えないので、これからも支出を抑えていく。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・やはり東日本大震災後は遠くから通う小学生がばたりにいなくなっている。何かあった時のために近くの塾に通う生徒が多いようで、小学生を中心に生徒数が減少しており、景気が良くなる兆しはない。
		設計事務所（所長）	・土地が動かないということもあるが、建売住宅などはあちこちで見受けられても、商業ビルや工場等が建つような状況でないと景気は回復しない。住宅ばかり建っても、市町村に落ちる税収は無いのに負担が増えるという逆の状況が出ている。
		住宅販売会社（従業員）	・今夏の受注量の減少は、今後の売上減少に直結する。
悪くなる	一般小売店〔家具〕（経営者）	・将来の景気の見通しは、明るい目標が出てくれば良くなるのではと思っているが、夢が持てず見通しが立たないため、良くなる要素がない。	
	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、悪くなる。	
	スーパー（ネット宅配担当）	・競合店との競争激化による収益の減少と、円高による食品市場のデフレ化が進む。また、扶養控除の一部廃止、電気代の値上げ、復興財源等、先行き不透明な要素が多く、節約志向が高まることも予想され、更に低価格志向は強まる。	
	家電量販店（統括）	・東日本大震災の復興需要以外、消費が回復する要因が見当たらない。	
	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今の日本には、飲食に余計なお金を使う人はいなくなった気がする。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・新規商品の引き合いが数件来ているため、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・名刺の注文は通常は再販がほとんどだが、今月は新規開店が2口あり、また、縮小した会社だが既存取引先の新規採用で注文がきたりと、少し前向きになっている。印鑑に関しては、象牙の実印は5、6月は0本、7月は1本しか出なかったのが、8月は3本出ている。そのため、個人事業の面でも先行きにやや明るさが見えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		建設業（営業担当）	・東日本大震災後、自粛していた町おこしのイベント等について、行政などが見直しを掛けて復活してきているため、景気の上昇が見受けられる。今後は円高や原油値等の影響により建設資材価格の高騰が考えられたり、国政の動きにも景気が左右されていくと思うため、顧客の対応を見ていきたい。
		輸送業（所長）	・どの顧客も下期から回復傾向にあると聞いているので、上期のような低調はなさそうである。
		金融業（支店長）	・円高により海外債券に投資をする客が増えている。現状のような低金利政策が続けば、更に海外への資金流出、投資が進む。
		金融業（渉外・預金担当）	・東日本大震災後に落ち込んだものが上向きになりつつある。
		広告代理店（従業員）	・新規の売上が見込めるようになったので、先行きはやや良くなる。
		経営コンサルタント	・東日本大震災の後の自粛ムードはおおむね終了し、消費者の動きが出ている。震災復興の特需がいろいろと波及してくる。
		化学工業（従業員）	・商品の動きは依然良くない。また、石油関連の原材料が9月より値上がりするが、商品の値上げは当分無理なので、厳しい状況はまだ続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事の受注内容はほとんど年間を通じて同じようなものをしており、変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故処理が長引き、その影響が今後も続く。円高も痛手で、これでは商売がたりである。海外に進出できる企業がうらやましい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・長引く不透明な景気のなかで、客先の需要は引き合いに表れているのだが、金額の面で折り合わない点がある。そのため、見通しとしてはまだ当分の低迷した景気が続くかと問題視している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の落ち込みをこの秋でばん回する。7月はまあまあ良く、夏休みが8日間あった8月も同様であったが、このままいくかどうかは9月にかかっており、同じように出てくれば今年一杯はいくのではないかという感じがする。円高もあるし、本当にまだ先行きは分からないが、早く良くなって欲しい。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・変わる要素がないので、大きな変化はない。ただし、積極的に攻めている所は結構忙しい。
		建設業（経理担当）	・この先、何件か受注案件があるが、発注者側の予算が少なく受注競争が激しいため、今後もしばらくは希望価格での受注は望めそうにない。
		輸送業（経営者）	・販売不振による荷主企業の出荷抑制が当分の間続くものと考えられる。ここ数か月での取扱量の回復は、現時点では考えられない。
		金融業（支店長）	・現状では政治も経済も不安定要素が大きく、変わらないというよりも分かりづらいのが本音である。ただし、明るい材料がないわけでもないため、先行きは変わらない。
		金融業（従業員）	・卸売業、小売業では、東日本大震災の影響により一時的に売上減となったものの、現在は回復基調にある。ただし、生鮮食品やお茶などを扱う一部では、風評による売上への影響が懸念されている。
		金融業（役員）	・復興対策を含めて、将来に対してのビジョンが不鮮明であることから、何か新しいことに着手しようという意欲が感じられないため、景気は良くはならない。
不動産業（総務担当）	・オフィスの空室率改善への動きがまた止まってきている。今後2、3か月先も大口テナントの成約は見込めず、当面は厳しい状況が続く。		
広告代理店（従業員）	・周辺で目新しい情報が耳に入っていない。		
広告代理店（営業担当）	・下期もクライアント各社の予算設定が低いため、変わらない。		
社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。		
経営コンサルタント	・厳しい状況が変わる要素が少ない。		
経営コンサルタント	・円高という厄介な事情も出てきたし、もう少し時間が掛かる。大手はともかく、中小では業種を問わずおおむねマイナス材料である。ある経営者の話では、自助努力で何ともしようのない、こうした経営環境はいら立つ、先に資金繰りのために利用した制度融資の返済も重荷になってくる、とのことである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・もう少し様子を見ないと分からない。イベントはほとんど中止か縮小ムードで、仕事に結び付かない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・2、3か月後も景気が高騰するような材料は見当たらず、このままの様子で低迷しそうである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・先行きに対する明るい兆しが見えず、低迷状態がしばらく続きそうである。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・景気回復の兆候がなかなか出てきていないことが影響していると思うが、マンションにおける新たな設備投資に前向きに取り組んでおらず、受注が伸びていかない。今後2、3か月もこのまま変わらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・状況は悪化の一方で明るい展望が見えない。新規の業務開拓が望まれる。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・用紙、インク等の資材調達部分での値上がりもあり、利幅確保が非常に難しい状況のため、ますます悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・長引く東日本大震災の影響で、材料の値上げや消費を抑える方向に向いている。今後は被災地支援関係の仕事も減少していく。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量は増えているが、価格は更に厳しさを増している。一番の要因は円高との声を聞く。
		建設業（経営者）	・先行き不安と、これと言って明るい材料が見当たらないため、消費者も停滞している。地主もやる気がなくなっている。
		輸送業（総務担当）	・出荷計画が下回り、当分の間は荷動きが低調である。ここに来て燃料費の高騰が収まらず、コスト増となっている。当分は厳しい状況の見込みである。
		通信業（広報担当）	・今後、景気回復の動きが鈍ることが想定されるため、やや悪くなる。
		金融業（支店長）	・従来の景気悪化に伴う東日本大震災の影響もあるが、やはり中小企業の資金繰りが厳しい。受注の見通しが立っておらず、利幅も減っている。現在、中小企業金融円滑化法で返済猶予等を行っているが、倒産件数が増えている。また、一般の客でも延滞が増えて自己破産が増えているため、これが続くともまだまだ予断を許さず、やや悪化となっていく。
	不動産業（経営者）	・礼金0円であっても、新築物件の成約に明るい兆しがない。	
	悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災特需で住宅関連部品の受注が一服したうえ、医療容器、化粧品容器の受注や新企画に勢いが感じられず、厳しい展開になりそうである。
金属製品製造業（経営者）		・円高の影響が続けば、国内の雇用も少なくなり失業率が上がる。中小企業の多くにとっては海外進出など難しいことであり、たとえ海外進出しても労働者の多くは進出先の外国人になるため、日本の失業率は改善されない。	
一般機械器具製造業（経営者）		・今、当社で月産5万個と一番数の出ている物が、円高の関係でアメリカでの現地生産になるということである。これは非常に不安な状態であり、客からも11月一杯だと言われているので困っている。	
精密機械器具製造業（経営者）		・前月までは受注増で要請が来ていたが、今月からは円高によるコストダウン要請が始まり、今後も増える予想である。また、原材料は今月より値上げが始まり、利益確保が更に厳しくなる。	
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10、11月に新店、営業所開設や工場の増設等、いろいろなことでの募集予約を相当もっている。例年にない数量で、これが相当期待できるため、大変な伸びが見込める。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災で影響を受けて減産となった企業、特に自動車業界の生産回復計画が見られるため、秋以降は増産、人材需要の拡大など回復の可能性が見受けられる。
		人材派遣会社（支店長）	・一部取引先より、拠点増設や既存取引業者の見直しによる背景から増員につながる相談、引き合いが来ている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故後、しばらく見送られていた製造業関連などの業種の求人が復活し始めたほか、街の小さな飲食店やカラオケ店、理美容の従業員など、多岐にわたる業種の求人が出始めている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きが増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・県雇用センター、学生ジョブセンター、ハローワークには、採用人数は少ないが中小企業からの求人があると聞いている。また、9月以降に就職説明会を実施していくという話も聞いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造業では電力制限があるために、しっかりした生産計画が組みにくいと非常に困っている。中国へ戻ろうかという人が増えてきていることが非常に懸念される。
		人材派遣会社（社員）	・製造関連での求人が引き続きけん引するが、円高等、市場環境の悪化による国内生産の縮小など懸念材料があるため、変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は少しずつ増えてきているが倍率が高く、雇用者数にはなかなか結び付いてはいない。この状態がしばらく続きそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・採用数つまり雇用数が増えない限りは変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・期間限定の派遣依頼はあるが、売上増となるようなニーズはあまり見込めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒学生にとってスタート時期を遅らせることで、勉学の時間を増やすというが、企業は新卒は短期間、外国人採用は通期、留学生は9月と新卒採用時期と環境は激変しており、多くの国内未就業学生が発生する可能性がある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災の影響はほぼ解消したが、景気向上のきっかけとなるようなことがないため、今のレベルが通常となる。
		職業安定所（所長）	・新規求職者数は前年同月に比べ減少しているが、求職者1人当たりの紹介件数も減少している。新規求人数は前年同月より増加しているが、求職者が希望する求人は増えていないことや円高問題もあり、近い将来、景気が良くなるとは思えない。
		職業安定所（職員）	・企業の雇用調整に関する計画届は減少しているが、電力不足や円高が今後、景気や雇用へ影響するのではないかと懸念される。
		職業安定所（職員）	・急激な円高が製造業に悪影響を及ぼす可能性大である。市内の輸出型製造業にここ最近の状況を電話取材したところ、やはり売上に影響が出ていて前月比で15%以上の売上減とのことである。東日本大震災後の景気回復状況と、急激な円高の悪影響で、今後の景気拡大は相殺される。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災関連の需要に対する期待はあるものの、特に下請の中小企業等では、大企業の状況に振り回されて先行き不透明であるという話を聞いており、新規雇用の予定も立てられないということである。福祉、介護、運送関係、運転手等の人手不足感があるものでは、求人を出しても充足できない状況が続いている。
		職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中途採用を積極的に進めようという企業は見受けられない。経済情勢が構造的に改善されることを期待する。
	民間職業紹介機関（経営者）	・先行き不安感を与える要素が多い。一部、技術系あるいは海外勤務経験者の需要はあるが、継続した需要の回復に不安があり、特に人の採用には慎重になっている。	
	民間職業紹介機関（職員）	・採用意欲の非常に高い企業も多く、全体としては悪くない状況が続く。	
	民間職業紹介機関（職員）	・現在のところ円高影響での求人活動を緩める動きは見られていないが、欧米の景況、中国の成長停滞が今後どれくらい影響を与えるかは不明である。	
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・事前の募集予定企業数から大きな変化はなく、新卒採用における厳しさは変わらない。	
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・人出不足の飲食業、医療、福祉業、IT業関係の新規求人は多いが、円高等により今年度下半期の景気動向については厳しい見方をしているため、新規雇用について様子見をしている中小企業も多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・新卒就職求人情報を扱っているが、大学や経団連の申し合わせにより、大学3年生の就職活動に制限が掛かり、12月までは大学3年生向けに就職情報提供開示やイベント開催ができなくなり、12月までは売るものがない。それに加えて景気は最悪であり、求人広告業界では耐え切れない会社が出るのではないかという懸念がある。

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	美容室（経営者）	・6月から8月は暑さのため客の出足も悪かった。秋になれば陽気によって外出も多くなり、客の来店も増加する。
	やや良くなる	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・週末の減少傾向は続いているが平日の観光客は堅調であることから、秋の観光シーズンに向けて多少は回復する。
		百貨店（販売担当）	・春に旅行等の自粛が多かった分、秋の行楽シーズンへの需要や秋冬商材に対しての需要が高まっていく。
		百貨店（販売担当）	・客は様々な不安要素を越えるモノへの欲求が高まっている。相当大きな経済変動や災害が起きない限りは、消費意欲は今まで以上に高まる。
		スーパー（店長）	・安いものばかりが売れているというわけではなく、美味しい物や客が価値を認めているものについては確かな購買があることから、今後はやや良くなる。
		スーパー（総務担当）	・レジャーや旅行で遠出する人が少ないせいか、内食傾向になっている。今後も食品を中心に売行きが良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・ミセスの流行も前年くらいから大きく変わっているため、買換え需要が期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車投入で久しぶりに市場が活気付く。
		乗用車販売店（従業員）	・首相交代による期待感がある。先行きとしてはやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・秋以降はモーターショーや新車が出てきて駆け込みが期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入などにより秋にかけて販売が伸びていく。
		乗用車販売店（従業員）	・現在の優遇税制が3、4月で終了予定のため、それを気にする客が増えてきた。車種によっては納車まで半年近くかかるものもあり、購入を検討している客が目に見えて増えていることから、売行きは良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・市場は依然厳しい状況ではあるが、何かきっかけがあれば商談が進むケースも多い。秋の商戦が始まり、これから色々な新型車が投入されてくれば、納期問題の解消とともに、新型車の話題で市場に活気が生まれてくる。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の影響で車両の需要に対する供給不足が生じた時期に比べると、確実に登録台数、受注台数共に増加傾向になっている。9月には新型車の発売が開始されるので更に販売量は上向く。
		住関連専門店（営業担当）	・自動車関連企業を始め、民間の設備投資、工場、オフィスなどが増加傾向のため良くなる。ただし、受注価格の乱れは厳しくなっており、量は増加するものの利益は厳しくなる。
		その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・注文の動きなどから、東日本大震災の暗い雰囲気から抜けつつあり、消費も少しずつ回復に向かう。
		都市型ホテル（営業担当）	・企業需要に加えて個人客も増えてきており、年内はこの状況が続く。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災も福島第一原子力発電所事故もある程度落ち着きを取り戻し、景気は少しは良くなる。
		タクシー運転手	・例年は盆休み後の消費控えが見られるが、今年はあまり影響がなかった。夏のボーナス時期に増えたタクシー需要もこのまま上向きに推移していく。特に自動車関連企業の増産体制・フル稼働によって、タクシー業界だけでなく地域全体が良くなる。
		テーマパーク（職員）	・周辺では回復傾向と聞く。観光関連の当園にも徐々に波及してくるため、状況はやや良くなる。
ゴルフ場（企画担当）	・数か月先の予約数は各ゴルフ場とも前年の予約数を上回っている。しばらくは好調に推移していく。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美顔美容室（経営者）	・今年の12月末までホームケアキャンペーンが続くため、8、9月に購入した客が2、3か月後にもう1セット、2セットと購入し、販売が伸びる。
		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）	・まとまった金額の工事依頼が来ており、業績は良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・個人客の売上はある程度あるが、法人客が全く伸びていないため売上としては変わらない。
		商店街（代表者）	・購買意欲は見られるが、円高や政治の不安定感により良くはならない。
		商店街（代表者）	・変化する要素が見当たらない。
		商店街（代表者）	・与党党首も交代しいろいろ変化も起きるであろうが、すぐ良くなったり、悪くなったりはしない。状況としては変わらない。
		商店街（代表者）	・消費者の購買意欲がある程度は戻ってきたが、不確定要素も多くこのまま推移する。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での飲食が増加する要因が見当たらない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・伸びる傾向は変わらないが、不透明感は否めない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・気候的に客の出足は多少良くなるとしても、世の中の情勢からは期待できない。当地域の経済が全く良くないため、今の状態は変わらない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・全体的にはほとんど変わらないが、伸びているところは業績を伸ばしており、伸びていないところは下落している。今後この状況が同様に続いていく。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは状況は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・必要なもの以外購入しないという購買意識がまだまだ高く、今後もその傾向が続いていく。
		百貨店（売場主任）	・少しずつ秋冬の新作が上がってくると若い客層が雑誌などを見て来店し、購入するようになる。最近は高額商品が売れないため、売上は依然低迷したままとなる。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故による放射能汚染による不安などの影響による景気の悪化は沈静化しつつある。しかし、消費者の買い方に変化が見られ、安定していないことから、当面状況に変化はない。
		百貨店（経理担当）	・東日本大震災の影響も一巡し、ここ2～3か月回復傾向にあるが、まだまだ予断を許さない状況が続く。
		百貨店（販売担当）	・製造業の休日も通常に戻るため、家族連れ客が増える。また、東日本大震災後のプライダル需要の増加に加えて、金地金価格の高騰による価格改定への焦りなどから需要が増える。全体としては状況は変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	・円高、株安など景気を押し下げるリスクが現段階では顕在化しておらず、消費者心理も現状程度の水準を維持できる。
		百貨店（店長）	・食品の風評被害や、気温の高温傾向が続く予測が出ているので衣料品も含めてあまり回復が期待できない。
		スーパー（経営者）	・景気自体は変わらないが、企業はチラシ合戦による価格競争に陥り、企業そのものが弱体化していく。
		スーパー（経営者）	・円高が続き、輸出企業は利益が縮小する。競争はますます激しくなり、低価格競争が止まらない。また、国債残高の問題、社会保険の問題等、国民の負担は必ず重くなり、そのため一段と節約志向が進む。まだまだ景気は良くならない。
		スーパー（経営者）	・季節的に良くなる時期だが、現状の悪い状況が今後も続く。
	スーパー（店長）	・政治の混迷が続いており、この先が全く見えない。円高等もあり輸入品については順調な動きになるが、まだまだ景気が底を打っていない。状況としては変わらない。	
	スーパー（店員）	・売上や客単価の傾向からすると、店全体の商品の動きはこれまでと変わらない。	
	スーパー（店員）	・単価の低い商品が売れる状況が続いており、しばらくは良くならない。	
	スーパー（店員）	・自動車産業の輪番操業が来月にいったん終了するので、それ以降どのような動きとなるかが問題である。状況としては変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業担当）	・夏休みが終わり、台風シーズンが到来するなか、日常的な出費を抑える時期が続く。また、円高による輸出産業の停滞で消費は下降気味に推移する。
		コンビニ（店長）	・放射性物質による汚染問題で食品の安全性が問われている。このため、米を中心に食品の売行きは良くならない。
		コンビニ（エリア担当）	・好調な販売状況は秋に向けて当面は継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・前年同様に厳しい残暑が続けば、季節の変わり目を捉えた商品を充実させることにより売上増が見込める。
		コンビニ（店長）	・来客数の減少傾向はこしばらく続き、状況としては変わらない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・消費マインドは依然として冷え込んでおり、安く必要な物だけを買うという客の購買行動は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素は見当たらず、状況は変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災による納期遅れの分の販売が少しずつ追いついてきているので、来年3月までは販売増が期待できる。
		スナック（経営者）	・自動車関連企業の休日が元に戻ると人出も元に戻ると思うが、円高など企業にとって依然として厳しい状況にあるため、消費者の財布のひもは緩まない。
		スナック（経営者）	・東日本大震災後の自粛ムードは少し緩んだとを感じるが、客などとの会話では不安定な政治や景気の悪さが話題の大半を占めている。今後もこの状況に変化はない。
		観光型ホテル（経営者）	・10、11月は本来であれば秋のトップシーズンになるが、現段階の予約数は前年の80%にとどまっている。企業業績や個人消費が好転する場合は更に上積みがあるが、依然として福島第一原子力発電所事故の問題、電力需給の問題、製造業の休日変更などの状況が続くなかで、どのような消費動向が生じるのかは不透明である。最悪期は脱したとを感じるが良くなる兆しもなく、状況は変わらない。
		観光型ホテル（販売担当）	・今年初めに閉館となった2ホテル分の特需が今も継続しており、これは来年の2月までは続く。ただし、現在の予約状況は前年を少し下回っている上、暑い間の節電意識が今後の宴会需要にどのような影響を及ぼすのか予想がつかない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数を見る限り、状況は変わらない。
		都市型ホテル（経理担当）	・福島第一原子力発電所の事故や円高による影響で、中国や韓国などからの外国人旅行者が減少しており、今後も厳しい状況は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題は様々な影響を及ぼしており、まだまだ底打ちの状況ではない。当面この状況は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・これから旅行シーズンを迎えるが、まだまだ先の不透明感が払しょくできない。しばらく状況は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・秋商品の売行きが今一つである。特に連休からむ宿泊は、直前まで待つて、インターネットで価格が下がったところを予約する客が増加している。
		タクシー運転手	・東日本大震災後の5、6月ごろから少しずつ良くなり、それほど悪くない状況が続いている。しかし、円高の影響で親会社はインドネシアへ移転し、子会社の小さな町工場が倒産するという事態が起きている。今後円高の影響は心配である。
		タクシー運転手	・7月には少しは良くなると思っていたが、8月は結局2、3か月前より少し悪くなっている。この状況は当面変わらない。
		通信会社（企画担当）	・競合他社の動きにより解約増は簡単に起こる状況で、更なる低価格化、サービス強化が必要な状況である。厳しい状況は今後も続く。
		通信会社（サービス担当）	・回線の移転等が減るため、景気は現状と変わらない。
		観光名所（案内係）	・新内閣が具体的な方策を出せるかどうか様子見の段階であり、しばらく状況は変わらない。
		美容室（経営者）	・客の様子を見る限りでは、東日本大震災の影響など特に目立つ動きは生じない。

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	一般小売店〔食品〕 (経営者)	・アメリカを始めとする先進各国についても景気浮揚策に対する即効薬がないという話が聞こえてくるところを見ると、日本だけが短期的に景気を回復するという事は更に難しい。回復の見込みが立たないなかで、先行きはやや悪くなる。
		一般小売店〔惣菜〕 (店長)	・現在は改装前の売出し中のため売上は好調であるが、今後改装が始まれば来客数が減って売上も減少する。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・新総理の政策がどちらかと言うと増税緊縮であるため、景気は悪化する。
		百貨店(経理担当)	・円高、株価下落など、消費者の購買意欲にプラスとなる材料は見当たらない。先行きはやや悪くなる。
		百貨店(販売促進担当)	・製造業の休日が土日に戻ると、平日の売上が減少する。
		百貨店(販売担当)	・セール品の動きが良好な状況が続いているため、秋物の動きは前年に比べて鈍くなる。
		スーパー(経営者)	・夏休みの間増加した来客数は今後減少するため、売上は厳しい状況になる。
		スーパー(店長)	・放射能汚染の問題は今後も引き続き発生すると考えられ、政治に対する期待感も乏しい。買物行動は一層慎重となつて、売上は厳しくなる。
		スーパー(販売担当)	・客は年末の買物に備えて財布のひもを引き締めるため、売上はあまり伸びない。
		コンビニ(エリア担当)	・たばこの特需が収束するため、今後は売上が減少する。
		コンビニ(店長)	・たばこの供給は正常に戻ってきたが、まとめ買いの客がなかなか戻ってこない。たばこに関して言えば節約ムードが続いている。
		コンビニ(店長)	・気温の低下とともに、飲料水やその他アイスクリーム等の売上が減少する。
		コンビニ(商品開発担当)	・前年のたばこ値上げ前のまとめ買いの反動で売上全体は悪くなる。自動車関連企業が過去最大級の生産を予定しているため、多少盛り返すとしても全体では悪化する。
		衣料品専門店(経営者)	・現状でも悪い状態であるが、依然として明るい話題が聞こえてこないため、状況はもっと悪くなる。
		家電量販店(店員)	・消費税率を上げるとなると、これは将来に対する大きな足かせとなる。さらに円高が止まらなると製造業に關係する家計の財布のひもはますます固くなる。これらを考えると、先行きは悪くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・車の販売台数が伸びる要素が全く見つからず、現状維持さえも厳しい。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・消費を活性化させる要因が何もなく、今後はやや悪くなる。
		高級レストラン(スタッフ)	・阪神大震災の時に比べて、売上回復の動きが極めて弱い。放射性物質による食品汚染の問題が長引くと、外食需要の回復は更に遅れる。
		都市型ホテル(経営者)	・今は販売量を増やすことが何よりも肝要である。単価を度外視してでも客数を増加させる努力をしないと今後は危うくなる。
		都市型ホテル(支配人)	・輸出企業が多い土地柄のため円高による影響はマイナスとなる。また、海外からのレジャーも円高により予算達成は厳しい。
		旅行代理店(経営者)	・新しい内閣は増税のイメージがあるため、消費マインドがますます落ち込み、売行きが悪くなる。
		旅行代理店(経営者)	・総理大臣の交代や増税により、消費者の財布のひもは固くなる。
		旅行代理店(従業員)	・製造業の休みが再び土日に戻ると思われるが、なかなか休みの都合がつかず旅行への申込は減少する。
		通信会社(営業担当)	・競争相手の販売攻勢により、今までのような販売増加は見込めない。当面の間、競争相手との販売競争を行うため、徐々に悪くなっていく。
		テーマパーク(経営企画担当)	・経済の不安定さ、企業業績の悪化により、レジャーへの支出が抑えられる。
		パチンコ店(経営者)	・消費マインドが低下しており、厳しい状況が続く。
		美容室(経営者)	・景気の見通しがつかず、悪くなる。
		設計事務所(経営者)	・案件の数が少ないままで、好転する気配が全くない。純粋に設計だけの業務だけでは事務所の維持は厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	悪くなる	その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・客の様子では、将来への不安があるためできるだけ貯蓄を崩したくないという意向を持っており、総額的に安い物件を検討する傾向にある。このため売上は減少する。	
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・牛肉は当社でも全頭検査を実施しており安全であるが、風評被害の影響下で売上は伸び悩んでいる。他人へ贈るギフト商品ではより影響が大きく、歳暮の売上は更に厳しくなる。	
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・増税などが不安材料となって売上が悪化する。	
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素が全くなく、更に悪くなる。	
		テーマパーク（職員）	・海外からの来客がほとんど見込めず、状況は悪くなる。	
		理美容室（経営者）	・このまま賃金も増えず、客の消費意欲はますます低下する。	
		理容室（経営者）	・客の来店頻度は減少し、安い店に客が流れてしまっている。当分の間この状況は良くならない。	
		住宅販売会社（経営者）	・住宅購入のための融資を金融機関が実質的に貸し渋る傾向がみられる。これによって成約に至らないケースが非常に多くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントの駆け込みは、一瞬良かっただけで、10月以降の施工物件がない。より厳しい氷河期が到来する。	
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費意欲の回復傾向が見られ、円高差益還元などによって国内需要は段階的に回復する。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・自動車関連の受注も引き続き増加し、この秋の農産物関連の仕事も多くなる。景気は良くなる。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末年始の宴会需要期で広告掲載が増える時期を迎える。東日本大震災の影響で上半期に減少した売上を年末でばい回しようとする動きがあり、PRも活性化する。	
		化学工業（人事担当）	・新政権への期待感がある。これ以上の円高は政府・日銀が阻止する姿勢を見せており、景気は緩やかながら上昇する。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・平成23年4～6月期までの住宅着工件数は、平成23年1～3月期に比べ5.6%増加している。経験則では、食器、タイル及び衛生陶器の需要が今後増加する。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・自社の新製品が年末にある程度売れると見込まれ、先行きはやや良くなる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・自動車、情報、自動工作機械のすべての分野で前年同期の生産量に回復する。ただし、円高や米国市場の回復の遅れに加え、国内市場、中国市場共に不透明感があり、回復スピードに確信が持てない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・新政権になって本格的な景気対策が進めば、状況は良くなる。	
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先で発生した品質トラブルがもうすぐ収束する。その後は売上が戻り、業績が回復する。	
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・大手メーカーの期間工の採用動向やその生産計画から見て、仕事量は今後かなり増加していくと見込まれる。円高によって多少足を引っ張られるが概ね良くなる。	
		建設業（経営者）	・円高の影響が多少懸念されるが、売行きや来客数の動きからは今後良くなる。	
		輸送業（経営者）	・自動車関連企業を中心に、フル稼働となる予定を聞いている。今後の物量増加が見込まれる。	
		輸送業（エリア担当）	・大手自動車メーカーも増産のため木曜日の操業を決めた。このため平日の需要が1日分増える。	
		金融業（従業員）	・自動車産業では全体的に、少しずつ仕事量が増加している。また、9月または10月から勤務体制が変わり休日が週1日になるため、景気は良くなる。	
		金融業（企画担当）	・東日本大震災後、個人消費も落ち込んでいたが、住宅を中心とした高額品への投資も徐々に戻りつつあり、現在よりも景気は良くなる。	
		金融業（法人営業担当）	・円高等の不安材料はあるものの、自動車関連を中心とする増産の動きは当面持続する。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・近所のスーパーでは商品券をまとめ買いする客もいることなどから、今後は消費も少しずつ拡大していく。	
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・問い合わせ等がほんの少しながら増えてきていることから、今後はやや良くなる。	
		変わらない	鉄鋼業（経営者）	・現状は取引先との目先の仕事の確保に手一杯である。今後、建築や道路整備等の需要がどの程度発生するのか、全く見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（営業担当）	・海外の自動車業界での設備ニーズに衰えはない。しかし、円高が続く限りは、受注確率が伸び悩みか受注したとしても利益を取れない状況は変わらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・為替の動きが不安定で先行きは不透明である。状況としては変わらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・生産減による品不足を見込んだ注文が一段落した後の取引は、不透明である。例年同様、年末に向けて需要は高まるが、中期的な需要の伸びは期待できず均衡状況が続く。
		輸送業（エリア担当）	・円高、株安といった世界的な景況感の下落がこの先影響してくる。先行きとしては現状と変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・前年度の軽油単価は92.1円、今年は106.2円と14.1円も値上がりしている。しばらくはこの高止まりのまま推移して行く。
		輸送業（エリア担当）	・アジア経済は堅調だが、欧米の景気の先が読めないでの貨物量に大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	・首相の交代等まだまだ混迷すると考えられるため、変化はない。
		通信会社（法人営業担当）	・日本の政治に対する海外からの評価や政治的な停滞により事態は変わらない。
		不動産業（経営者）	・相場の底打ち感はあるが、当面は様子見が多くなる。しばらくは、あまり変化しない。
		広告代理店（制作担当）	・良くなる要素がないので、上向きにはならない。先行きはまた不透明で、受注競争が厳しくなる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は前年を確保できているが、新聞の購読状況に不安要素がある。
その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・円高の影響により取引先の業績が悪化する。		
やや悪くなる		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・取引先からの受注量は回復あるいは増加傾向にあるが、材料仕入価格の上昇が先々に見受けられるため、他社との競争により受注量が減少する。
		化学工業（企画担当）	・円高、株安、欧米景気減速による影響が遅れて出てくることが予測される。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規引き合い、見積依頼が半分以下に減っており、今後先細りとなる。
		金属製品製造業（従業員）	・低価格受注が止まらないので、忙しくても利益につながる展望がみえない。収益は悪化する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材価格が上昇し、それを価格転嫁できない状況が続いている。今後生産がシフトされる不安もあり、状況は悪化する。
		建設業（経営者）	・政治、経済、外交問題など、安定したものがなく、良くなる要素が見当たらない。新首相には安定した方向に持って行ってほしいが、当面景気は良くならない。
		建設業（営業担当）	・1か月ごとであった受注が2、3か月に1回に減ってきている。定期的な仕事に加えて毎月の仕事を受注したいところではあるがなかなか上手くいかない。今後はだんだん尻すぼみになっていく。
		輸送業（従業員）	・円高と資源高、原油高が、ゆっくりと関連する産業に影響し、価格転嫁できない業界や産業は苦しい状況となる。
		経営コンサルタント	・自動車関連企業の生産が正常に戻ってきているが、雇用回復には至っていない。しばらくは住宅市況の回復は見込めない。
		会計事務所（職員）	・中小業者は一旦事業を縮小すると規模の回復が難しく、相当の景気回復見込みがなければ復帰できない。円高、燃料費の高騰、電力に対する不安が更に拍車をかけており、状況は悪化する。
		悪くなる	
金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しているため、今後業績は悪化する。		
輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災に伴う需要だけでは生産増に向く材料として心もとない。輸出関係のメーカーからの注文が減り始めており、今後状況は悪化する。		
企業広告制作業（経営者）	・新総理が国内向きの政治に終始している以上、国際競争力は向上しない。先行きは悪化する。		

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
雇用 関連	良くなる	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・自動車生産の増産に伴い、9月以降休日出勤が増えることから求人増加する。思うように雇用人員が確保できず、人材確保に関しては苦戦を強いられるだろうが、先行きとしては良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・今後も継続的に技術者需要が見込まれるため、先行きはやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用の求人が増えてきているため、先行きはやや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・震災復興に関わる特需や、首相交代により一時的に景気は回復する。
		人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災後抑制されていた派遣需要は今後緩やかに増加するため、先行きはやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・現状は製造系の求人にけん引された雇用回復になっているが、今後は他業界への波及が予測されるため、現状よりは良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・自動車製造業で期間従業員の募集が行われており、多少なりとも景気は回復に向かう。
		職業安定所（職員）	・単価の変更等はまだまだそれほど生じておらず、現時点では円高の影響はあまり受けていない。しばらくは求人需要の増加によりやや良くなる。
		職業安定所（次長）	・求人は徐々に増加しており、雇用面が改善していけば景気への波及効果が見込まれる。雇用の改善に力強さはあまり感じられないが、先行きはやや良くなる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・各取引先からの注文が増えており、人員や設備等に対する投資意欲が高まっていく。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・現時点での予約状況はあまり良くないが、今後は法人関係の予約が増えていく。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・不安定な政治、円高、株安が改善されない限り、状況は変わらない。	
	職業安定所（所長）	・業種間にばらつきはあるものの、新規求人は非正規社員を中心に動いている。ただし、今後の円高等の影響次第では、企業は一層の効率化を進めざるを得ず、コストダウンが求められるため、雇用にも影響が生じる可能性がある。	
	職業安定所（職員）	・製造業を中心に求人が出てくるようになったが、期間工や臨時の求人が多く、まだまだ景気回復には至らない。	
	職業安定所（職員）	・求人の数は増加しているが賃金ベースはあまり高くなく、結果として就職者の数は頭打ち状況にあり、状況は変わらない。	
	職業安定所（職員）	・自動車生産の回復により動きは見られるが、異業種間や企業規模間でのばらつきは依然として大きく、今後円高の影響も顕在化してくる。大きな変化は見込めない。	
	職業安定所（職員）	・円高が続いており企業から懸念の声が聞かれる。状況は良くなる見込みはない。	
	民間職業紹介機関（支社長）	・円高の影響が不透明である。このままの状態が続けば企業体力が続かず、コスト削減に向かう企業が出始める。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年と比べて学生のエントリー、説明会参加数などに伸びがない。当面厳しい雇用状況は変わらない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・新規取引企業においては3～5%の値引きを求められることが多く、派遣単価の引下げ圧力が強い。一部の大手企業では入札制度を導入するなど、前年に比べて単価が大幅に下落するケースも出始めている。このよう状況から先行きは悪くなる。	
	人材派遣会社（営業担当）	・政治の状況によっては今後さらに景気が悪化する。	
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 関連	良くなる	通信会社（営業担当）	・年末に向けて、かなり多くのスマートフォンが発売され、これに伴い需要の増加が予想される。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・消費傾向からすると、秋のファッショントレンドなど日常の生活着とは違った商品の動きが目立ち、東日本大震災以降、固かった財布のひもがようやく緩みつつある。非生活密着商品の動きからすると明るくなる予感がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・流通業では輸入品について円高の恩恵があるだろう。東日本大震災について一定のめどがついてきたと思われる。
		乗用車販売店（経理担当）	・最近の受注状況は弱含んでおり、先行きが懸念されるものの、目を追うごとに配車状況が改善されているので、9月以降には期待している。当面は受注残の消化に追われるが、新たな受注獲得が必要になっている。
		乗用車販売店（経理担当）	・今後の受注状況は好転するものと予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・既存店の来客数の5%程度の伸び、買上点数では0.4%程度の伸びがみられるので、やや上向きに推移しており、今後この傾向が続くと予想される。
		観光型旅館（スタッフ）	・個人客の予約は戻ってきたが、団体客の戻りが遅れているので、秋の行楽シーズンは苦戦が想定される。しかし、9月から12月の全体の予約状況を見ると、前年を下回っているのは11月だけである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊者数も増加傾向にあり、また企業の懇親会の開催も増えており、上半期に比べ秋期には市場の動きが活発になる。
		通信会社（社員）	・当分の間、スマートフォン需要が継続する。
		住宅販売会社（経営者）	・受注できるであろう客の数が増加傾向にある。
変わらない		商店街（代表者）	・気温次第で変わるが、9月に入り気温が下がれば売上も上がるが、気温が高い状態が継続すれば売上は伸びず厳しい。
		商店街（代表者）	・各店舗とも秋物への移行が難しい状況である。
		商店街（代表者）	・製造業や建設業の不調が開こえてきており、小売がよくなる要素がない。川下はしばらくはこのような状態が続く。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・牛肉の放射能汚染問題は落ち着きを見せているものの、日本人にとって主食である米の放射能汚染問題が政府の対応によりどう動くのか、先行き不透明な状況である。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・消費の持ち直しは感じるものの、上向きには動意が足りない。なんらかの景気対策を新内閣で講じて欲しい。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・無駄な買物はしないなど、消費者の動向は依然厳しく、景気が大きく変わる要素はない。
		百貨店（売場主任）	・端境期から秋物需要の高まりの時期だけに円高の影響は大きい。節電、電力消費も一段落し、客の商品に対する喚起まではしばらく時間がかかる。
		百貨店（営業担当）	・ファッションに関しては、秋物の新商品に客の関心が高まっているが、購買につながる客は依然として少ない。今必要で買物する客、トレンドに敏感な客はまとめ買いする傾向がみられており、来客数減単価増という印象を受ける。今後、飛躍的に売上が伸びる、客数が伸びるといったことは想像できない。
		百貨店（売場担当）	・夏の売れ筋商品は生活雑貨が中心であり、エコや節電などをテーマとした商品が売れている。秋冬もこの状況に変化はない。生活に密着したウォームやエコなどがテーマの商品が売れ筋になると予想される。
		コンビニ（経営者）	・目的買いの客が多く、ついで買いの客は少ない。寒くなった日もあり、おでんなど秋冬物商品の動きが良くなったが、一時的に終わっている。この傾向は変わらないだろう。
		コンビニ（店長）	・毎年8月末まで売上が上昇し、9月以降低下するサイクルがある。しかし、今年はコンビニ再編成の影響が響き、8月の前月比下げ幅が大きく、前年同月の売上も下回った。ただ、再編成の影響は今月限りとも考えられる。
		コンビニ（店舗管理）	・政局も安定せず希望がわいてこない。メディアは、円高＝悪との評価一辺倒なものも閉塞感の原因かもしれない。
		衣料品専門店（経営者）	・勝ち組負け組がより一層鮮明になるであろうが、この先も急激な変化があるとは思われない。
		衣料品専門店（経営者）	・銀行員や税理士、建築会社の経営者などの話を聞くと、極端な話をする人はいないものの、上向き、横ばい、下向きまちまちの意見が出ている。このように判断に苦しむ状況が続くものと予想される。
		衣料品専門店（総括）	・現在の様子を見ていると、特に良くなるとか悪くなるとか考えられない。
家電量販店（店長）	・この先、家電商品の特需がなく販売量は今月とかわらないと予想される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・景気の変動を売れ行きだけで判断しにくい、良いものを買って長く使う傾向は感じられる。大きく景気変動するとは感じられない。
		乗用車販売店（経営者）	・客は身の回りの景気がどうなるかで購入時期を迷っている。この状況がしばらく続く。
		自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル放送関連やE T Cの特需が無くなり、単価も低迷している状況で新たな需要商品が無い。特に冬季商品は天候に左右されるため見通しが出来ない。
		住関連専門店（店長）	・変わる要素がまだ見つからないのが現状である。特に高単価のものは動きが悪い状況にある。
		高級レストラン（スタッフ）	・秋の観光シーズンの受注が例年より好調である。客数も単価も団体も良い。特に名古屋、中京方面からが多い。関東、東北への流れが少し北陸へ傾いていると思われる。
		スナック（経営者）	・国際的な思惑で左右される為替や株などは、客に大きな影響がある。この厳しさが続くか、落ち着くか、いずれにせよ現在の状況が続けば、売上増加は期待はできない。
		観光型旅館（経営者）	・秋の予約数は、前年並みとなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況からみて、大きく変動することは見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・上期最終月である9月までの駆け込み需要を感じさせる動きは多少あったが、10月以降の動きが緩慢である。東日本大震災からの復興のスピード感の無さが影響しているのかもしれない。今年はこのままの状態かもしれない危機感すら感じる。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行については相談件数、受注件数ともに上積みが見えていない。個人旅行については、高速道路料金の休日上限1000円制度廃止などにより客の動向が見えない。
		タクシー運転手	・今までが悪かったため、秋の行楽やイベントがあったとしても、全体として大きな変化はなく、しばらくは低調な状況が続く。
		タクシー運転手	・売上が前年並みに戻っており、しばらくはこの調子が続く。
		通信会社（職員）	・猛暑や地上デジタル放送への移行などにより様々な消費活動が活発化したが、今秋はその反動で様子見となる。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦において新機種の販売とともにスマートフォンが人気で、前年に比べて全体的に好調である。ここ3か月の販売数は前年とほぼ同水準である。
やや悪くなる		スーパー（店長）	・今後主食の米をはじめ、放射能汚染の問題が出てくる可能性がある。客の動きを見ていると、少しでも放射能が検出されると購買を控えており、消費が冷え込む可能性がある。
		スーパー（店長）	・来客数などを見ても、依然として前年並みで推移しているなか、惣菜や加工食品、駆け込み需要があった薄型テレビなど購買要因が明白な商品だけが売れており、この現象は消費者の無駄買いをしない姿勢の表れである。
		スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題で、牛肉以外にも報道された物の動きが悪く客が物を買わなくなってきた。また景気回復の要素も見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・円高が消費生活にどのような影響を与えるかは現状ではまだ不明である。秋以降も行楽関係の商品は低迷しそうだ。
		コンビニ（経営者）	・気温の低下とともに、飲料の売上が低下し、廃棄のリスクが伴うおでんや中華まんなどに期待することになり、売上は大きくダウンするものと予想している。
		家電量販店（経営者）	・テレビの販売数が激減し売上はかなり厳しい。その他の商品も販売数量・金額とも前年を下回り、今後はテレビがある程度回復するまでは苦戦が予想される。
		一般レストラン（スタッフ）	・この夏はショッピングセンターでもアパレル関係など必要なものだけ購入して帰る客が多かったと聞いている。食品の放射能汚染問題、円高による国内製造業の海外移転、増税の行方など、将来に対する不安から安心、安全にはお金を使うが不要なものは購入しない傾向が続くと考える。
		通信会社（役員）	・地上アナログ放送が混乱無く終了したことから、ケーブルテレビに対する関心も低下していくと考えられ、今後の契約獲得は難しくなると予想している。
		競輪場（職員）	・年に1度の地元開催記念レースがあったため、売上、来客数共に増加したが、来月以降は通常通りに戻る。

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（職員）	・年間で入会者数が一番多くなる時期である。しかし、子どものサマースクールの参加人数は例年と変わらなかったが、新規正会員への入会が伸び悩んでおり、今年度の入会者数の確保は難しい見込みである。
		住宅販売会社（従業員）	・受注単価の悪化による収益の減少は避けられない。加えて、年末に向けて完工高確保のため工事集中による資材、工賃の値上げは今後も必至であり、予想した収益の確保は厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・客が世界経済減速の話をするようになってきた。盆明けは例年一定の来客数が見込めるが、今年は静かな状態になる。
		住宅販売会社（従業員）	・円高や政治が不安定な状況が続く、企業には良い材料が無い。
		住宅販売会社（従業員）	・フラット35Sの金利引下げ幅拡大の適用期間が終了し、客の動きも多少鈍くなる。
		悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）
	家電量販店（店長）	・今までテレビが販売を引っ張ってきたが代わりになるものがない。	
	テーマパーク（職員）	・現時点で3か月先の前年同月比を比較すると、10～15%の来客数の減少と予想される。主な要因は、一般団体、企業団体の予約が前年と比較して鈍くなっているためである。これから先は団体シーズンでもあり、厳しくなると予想している。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		通信業（営業担当）	・電話設備の投資需要も増えており、中小事業所でも活性化が進んでいるようである。
		税理士（所長）	・円相場が落ち着けば、東日本大震災の影響や為替相場の乱高下で滞っていたものが動き出す。上半期滞っていたものが下半期回転し始めると、遅れている部分を取り戻すエネルギーが発生し、良い方向に向かう。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・現状のすう勢が続くものと感じている。
		繊維工業（経営者）	・円高及び市況の悪化で、ビジネス環境の悪化が懸念される。一方、車関係では上期は落ち込んだままであったが、下期においては回復が期待される。
		繊維工業（経営者）	・円高があらゆる用途に影響を及ぼすことが懸念され、先行きは全く不透明である。
		化学工業（総務担当）	・社内会議の中では、今後の受注状況について現状維持で推移するとの報告があった。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅市場の回復には2～3年が必要であり、短期的な回復は望めない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ここにきての円高の再来により、輸出関係における収益が厳しい状況が続くと予想される。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・どの業界も革新が求められ、生産方式の見直しが始まっている。このため設備投資が引き続き行なわれると予測している。
		精密機械器具製造業（経営者）	・年末に向け、生産量としては現状レベルよりも増えていく計画となっている。一方、円高の影響で、一部のものについては海外工場への移行が検討されている。
		輸送業（配車担当）	・目新しいこともなくこのままの状態でも推移していく。
		金融業（融資担当）	・受注量、販売量の動きについては改善の兆しがみられるが、一方で、円高や株安の影響が控えており、一進一退の流れが続く。
		金融業（融資担当）	・円高相場の高止まりと新内閣の税制への取り組みの見極めができるまで景気の不透明感は続く。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・折込チラシの出稿がやや足踏み状態となっている。
		司法書士	・新規事業の動きがない上、融資、不動産取引についてもほとんど無い。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合をみると、現状よりやや落ちる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現在量産に入っている製品についてはしばらく安定して流れる見込みであるが、9月以降、新規の製品の受注が不調であり、3か月後には売上はかなり低下すると予測している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（配車担当）	・今後、円高が継続すると輸出関係の製品の物量が落ち込み、これに伴い輸送業界としての物量が総合的に落ち込むと予測できる。今後急な景気の回復が見込めないためますます悪化する。
	悪くなる	建設業（経営者）	・とにかく仕事が無い。特に、来年度の国の公共事業は4兆円を下回り3兆円台になると言われ、この先、建設産業はどうなっていくのかと思うと不安で夜も眠られない。
		建設業（総務担当）	・一部の業者の中には、受注方針を低価格競争から採算重視に方向転換の動きが出ているものの、一方で、依然として低価格競争も続いており、厳しい受注状況の改善は見込めない。
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（役員）	・景気回復しない限り、全体的な人材の増強はまだまだ見込めそうもない。
		人材派遣会社（社員）	・今後、派遣契約の大きな節目である9月末を迎えるが、新規の案件はまだまだ少なく、基本的には求人数に大きな増加は望めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ピークを過ぎたのか今月も求人件数が低下している。
		職業安定所（職員）	・今後、休業等実施計画届の新規提出件数は、円高の影響にもかかわらず大幅に減少する気配がある。
		職業安定所（職員）	・円高の影響で、製造業は厳しい経営環境となっており、雇用への影響が懸念される。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・大幅な円高が続いていることから、地方でもさらに求人数、採用数が抑えられる。早期の対策が求められる。	
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	商店街（代表者）	・売上が前年比で4%増加するなど回復傾向にあるため、今後もやや良くなる。
		商店街（代表者）	・円高で輸入品の仕入価格が低下し、激安価格での販売が増えているため、今後は消費も活発になる。また、3～6か月後のドル建て決済で仕入れた場合、以前の仕入分では為替差益が発生しやすいため、この秋は円高還元セールを行う施設が増える。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・来客数が増え、客単価も徐々に上がってくるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・婦人衣料のトレンドは、誰もが身に付けやすいクラシックテイストが人気であるほか、上質な素材感の商品が支持されているため、今後は購入客数や1品単価の改善が進む。
		百貨店（企画担当）	・電力不足に陥る懸念から、寒さ対策の商品については動きが活発になる。
		百貨店（営業担当）	・夏物商材では高額品の販売量は少なかったが、今後は本格的に秋冬物が有名ブランドを含めてそろってくるため、高額品の受注が増える。
		百貨店（販促担当）	・今後は冬の節電に伴い、温感商材への需要が高まる。
		スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題の影響で落ち込んでいた牛肉の売上が回復しつつあるため、そのほかの商品の回復も進めば、先行きはやや良くなる。
		スーパー（販売担当）	・広告初日には卵などの低価格商品に買物が集中するが、その中でも価格ではなく品質の良い商品がよく売れていることから、先行きの見通しは良い。
		スーパー（社員）	・売出し日などには客の買物意欲も高まるほか、前年の秋は店頭の販売状況が悪かったこともあり、今年は秋から冬に向けてやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・節電の影響で8月以降は企業の残業が減り、売上は前年比で約16%減ったが、2～3か月先は涼しくなって節電の動きも落ち着くため、売上も回復する。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーパークールビズの影響で、スーツやネクタイといった夏物商材の売上は最低であったため、これ以上は悪くならない。		

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
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災の後は、中間決算フェアなどがすべて延期となっていたが、今後は新型車の発売も予定されている。集客につながる材料が多いため、売上の回復傾向が進む。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車の生産も回復してきたため、これから少しずつ仕事が増えていく。
		スナック（経営者）	・新しい店がオープンしては消えていく動きが続いているが、35年間営業している当店にも客が訪れ始めているため、これから良くなっていく。
		観光型ホテル（経営者）	・光熱費の支出がピークを過ぎ、予約件数が今月よりも増えるなど、収支が改善に向かう。大きな婚礼も増えてきているため、先行きの見通しは良い。
		観光型旅館（経営者）	・高速道路料金が元に戻り、都市近郊で高速道路料金もあまり掛からない当地区に客足が向かいつつあるため、先行きはやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼の単価は低下傾向にあるが、宴会は予約率や単価が上昇している。また、講演会の受注が伸びているほか、設備の改善によって宿泊の予約率や単価も上向いているため、先行きの見通しは良い。
		旅行代理店（店長）	・先行受注の状況が上向きつつあるため、先行きはやや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・先行きは不透明であるが、リーマンショック以降、激しく落ち込んでいた受注が回復しつつあるため、先行きはやや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・近畿では東日本大震災による影響も和らいできており、秋の異動シーズンを控えて、市場の動きは若干活発化する。
	変わらない	商店街（代表者）	・売上の良い時期と悪い時期の差が極端であるなど、まだまだ不安定な状況が続く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客が低価格品に飽き始めており、品質を求める声が増えてきている。ただし、実際に購入する客は少ないため、当面は今の状況が続く。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・余裕のある客は高額品に興味を示しているが、少しでも安く買おうとする傾向が強い。また、消費者全体の購買意欲も高まっている感はあるが、実際の消費につながるには時間が掛かるため、平均するとあまり変わらない。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・東日本大震災の影響で材料が不足しており、今後も入ってくる見通しが立っていない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・冬場に入っても、客の動きが良くなるとは思えない。社会や経済全体に明るさが出てこなければ、消費者の購入意欲が高まらない。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・ここ数ヶ月の売上は横ばいで変わらないが、以前の水準には遠く及ばず、回復は困難である。
		一般小売店〔花〕（店長）	・景気の先行き不安のほか、円高や株安といった不安材料が山積しているため、今後も厳しい状況が続く。
一般小売店〔花〕（店員）		・客の節約志向が定着しつつあるため、生活必需品ではない花の購入が増えることはない。	
一般小売店〔酒〕（店員）		・客単価や来客数が前年よりも落ち込んでいるほか、進物の需要も極端に低下しているため、先行きの見通しは厳しい。	
一般小売店〔菓子〕（営業担当）		・業界に景気が良くなるムードはない。消費者の財布のひもも固いため、ぜいたく品などの嗜好品の売上はなかなか伸びない。	
百貨店（売場主任）		・世界経済の停滞や東日本大震災の復興財源問題など、先行き不透明感が強い状況であるため、消費が回復する兆しはみられない。	
百貨店（売場主任）		・全体的な景気や競合店舗の状況を考えると、大きく落ち込むことはないが、今よりも回復することは困難である。	
百貨店（売場主任）		・円高が続くため、一部の商品の動きは良くなるが、全体的な売上の底上げにつながるまでには至らない。また、来客数と客単価の改善が求められるなか、大幅な来客数の増加は、劇的な環境変化がない限り難しいため、大きな変化は起こらない。	
百貨店（企画担当）		・客の購買意欲が一気に高まるような、大きな出来事がなければ、今後も変わらない。	
百貨店（営業担当）	・ごく一部の富裕客は、今後もブランド宝飾品や美術品を購入すると予想されるが、大部分は消費を控える傾向が始めているため、見通しは厳しい。		
百貨店（店長）	・これといった明るい兆しがないため、今後も厳しい状況となる。		

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
		百貨店（サービス担当）	・東日本大震災の影響で農作物や海産物の確保が難しくなり、価格の上昇が懸念されるが、冬に向けて消費電力を抑えた暖房器具への需要が高まるほか、保温効果の高い衣料品の売行きが良くなる。
		百貨店（婦人服）	・円高や株安で企業業績の悪化が懸念されるなか、高額商品の動きも再び悪化している。今後、消費は必要な物だけに絞られ、不要不急の消費は控えられる傾向が強まる。それに伴い、景気は一進一退の動きとなるため、持続的な回復は進みにくい。
		百貨店（売場担当）	・今年も例年並みの残暑となるほか、宝飾品の値上げも相次いでいるため、客の購買意欲は更に低下する。
		スーパー（経営者）	・周囲には競合店が多く、その日のチラシを見て客が動くという傾向が顕著であるため、今後も厳しい状況となる。
		スーパー（経営者）	・自動車や家電部品関連の中小企業が多い地域であるため、円高が定着すれば、客の節約志向が更に厳しくなる。また、小麦粉や原乳価格の値上げ、米の相場高騰などが進んでいるにもかかわらず、客の財布のひもが固いため、小売店の間では価格競争が激化する。
		スーパー（店長）	・円高の継続や電気料金の引上げといった、消費マインドを悪化させる要素が多いほか、夏の節電で売れ筋となっていた涼感商品の動きも、秋以降は落ち着く。後は消費を盛り上げる要素がないほか、東日本大震災の復興財源としての増税の動きによる悪影響も懸念される。
		スーパー（店長）	・依然として食品の放射能汚染問題への関心が高く、産地へのこだわりが目立つほか、買い控えの動きもみられる。
		スーパー（店長）	・前年とは状況が大きく異なっており、今後も全体的には苦戦が続く。衣料品では品ぞろえの変更で上向くが、家電関係は苦戦するほか、食品も販売量の減少に伴って競争が更に激しくなる。
		スーパー（経理担当）	・消費そのものは底堅く推移するが、円高の長期化によって雇用者所得が減少し始めると、消費にも影響が出てくる。現状は、どちらの方向に向かうかが不透明な状況である。
		コンビニ（経営者）	・周辺のオフィスビルの空室率は依然として高く、購買人口の回復はみられない。また、値引きセールを実施しても、そのほかの商品が売れないため、来客数は増えるが、客単価は低下する傾向が今後も続く。
		コンビニ（店員）	・夕方以降、値引き商品を目当てに来店する主婦やサラリーマンが多いなど、家計の厳しさがうかがえるため、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店（経営者）	・景気の上向く材料が全く見当たらず、2～3か月先の予測が立たない状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・円高や東日本大震災の復興の遅れといった悪い材料がみられるなか、最も悪影響が大きいのは復興の遅れであり、今後も状況は厳しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・車検や販売の予約状況を見ると、先行きはあまり良くない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売効果で一定の受注量は期待できるが、節約ムードもみられるため、大きな回復は困難である。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災で景気の衰退に拍車が掛かっており、身近に明るい材料も見当たらないなど、回復までには時間が掛かる。
		住関連専門店（店員）	・前年に比べて、今年は羽毛布団やこたつに目立った新商品もないため、冬物商材の売上はあまり伸びない。
		高級レストラン（支配人）	・日本人の来客が増えているなど、徐々に回復の兆しもみられるが、外国人客は東日本大震災前の水準に戻っておらず、今後も良くなる見通しは立っていない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災で延期となっていたウエディング客が動き始めるため、売上は上昇するが、落ち込み分を取り戻す動きに過ぎない。
		一般レストラン（経営者）	・天候にもよるが、現時点では良くなる要素が見当たらない。近隣に婦人服のリサイクルショップがオープンしたが、当店の来客増につながるかは不透明である。
		一般レストラン（店員）	・夏休み期間中に早めていたオープン時間を元に戻すが、大きな影響はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔コーヒーショップ〕(店長)	・企業収益の大幅改善といった報道もみられるが、喫茶の利用客の話では、大企業でも社員への利益還元は進んでいない。消費の拡大にはつながっていないため、今後も大きく変化することはない。
		その他飲食〔ジャズバー〕(店員)	・来客数が減っているほか、閉店となる店が増えており、見通しは厳しい。
		観光型旅館(団体役員)	・予約の入り方が非常に遅いほか、客単価が上向くような気配もない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊の伸びる要因は見当たらないが、落ち込む要素もないため、今後も微増の傾向が続く。一方、宴会や会議といった法人客の動きが非常に不透明であるほか、福島第一原子力発電所の問題や増税、円高に対する悲観的な声も増えている。
		旅行代理店(経営者)	・海外旅行には円高が大きな追い風となるが、燃油サーチャージも大きく上昇しており、効果は半減する。ただし、国内旅行では関東のテーマパーク関連の問い合わせが大きく回復しつつあるため、全体としては現状維持となる。
		旅行代理店(広報担当)	・このまま円高が進めば景気が悪化し、収入の減少につながるため、旅行に行く人も減少する。ただし、今秋は3連休が多いため、予約状況は堅調に推移している。
		タクシー運転手	・週の前半は人の動きが少ないが、週末にかけては会合が多い。会議の開催場所が関東から神戸や大阪にシフトしているため、今後も現在の動きがしばらくは続く。
		通信会社(経営者)	・東日本大震災の影響で落ち込んだ消費が回復するまでには、まだ時間が掛かる。
		観光名所(経理担当)	・今月は前年よりも暑くなく、来客数、販売額共に大幅な伸びが続いている。前年の10月から好調が続いており、来期はこの反動で大幅なダウンも予想されるが、当面は好調な動きが続く。
		その他サービス〔コインランドリー〕(経営者)	・来客数の増加につながる要素もなく、安定した状態が続いているため、今後も現在の状況が続く。
		その他サービス〔マッサージ〕(スタッフ)	・毎年暖かい時期になると来客数が増えるが、今年は常連客が減りつつあるため、全体としては現状維持となる。
		その他サービス〔生命保険〕(営業担当)	・東日本大震災の影響もあり、景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は増えない。
	やや悪くなる	一般小売店〔時計〕(経営者)	・電気代やガス代といった生活に必要な物が値上がりするため、節約志向が更に強まる。自然災害などの心配もまだまだ続きそうで、客が買物を楽しむ状況は望めない。今月はまずまずの実績であったが、先行きは今月よりも厳しくなる。
		一般小売店〔精肉〕(管理担当)	・BSEと同様に、食品の放射能汚染についての安全基準は今一つはっきりしていない。検査のレベルにもばらつきがあるなど、分かりにくい状況となっている。出荷制限が1か月以上続くなど、先行きの見通しは非常に厳しい。
		百貨店(マネージャー)	・円高や株安といったマイナス材料によって先行きの不透明感が高まっているため、景気にも悪い影響が出る。
		スーパー(経営者)	・テレビへの需要のほか、東日本大震災関連の需要もなくなり、今後は消費者の間で節約傾向が強まる。
		スーパー(企画担当)	・来客数、売上共に、前年比は96%で推移しており、下げ止まる気配がないため、今後らせん階段状に悪化が進む。
		スーパー(管理担当)	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響が続くなど、消費の増加につながる材料が見当たらない。
		スーパー(企画)	・子ども手当の減額など、今後も先行きが不透明な状況が続く。ここへきて乳製品が値上げされたほか、電気料金の値上げの話も出ているため、消費が本格的に回復するまでには時間が掛かる。
		コンビニ(広告担当)	・復興財源としての増税や、天候要因による物価の上昇などで、消費マインドの低下が進む。
		衣料品専門店(経営者)	・当社の店舗近くのディスカウントストアでは、常識では考えられない価格で販売しており、周辺よりも多くの客を集めている。商品の質は良くないが、半数以上の客はそれを分かって購入している。このような状態をみると、定価での販売が成り立たなくなる恐れもあるなど、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店(販売担当)	・円高が響いて、どの企業も非常に業況が悪くなるため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店(経営者)	・電力不足や円高、株安など、消費マインドを低下させる要素が山積しているため、先行きの見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・前年よりも受注が減少し、客単価も下がっている。客の動きが非常に流動的であるため、今後も良くならない。	
		観光型ホテル（経営者）	・個人客の動きは良くなっているが、9月以降は団体客シーズンとなるため、先行きの見通しは厳しい。また、9月の連休はほぼ満室状態であるが、平日の稼働率が極めて悪いなど、繁閑の差が極端となっている。	
		観光型旅館（経営者）	・2、3か月先の予約状況を見ると、前年比で約5%悪化しているため、先行きの見通しは厳しい。	
		都市型ホテル（支配人）	・円高による生産や消費への悪影響のほか、食品の放射能汚染問題には解決の兆しがみられないなど、景気回復にはもう少し時間が掛かる。	
		都市型ホテル（マネージャー）	・9月以降の予約は厳しい状況となっている。今後も円高や株安の傾向が続くため、秋以降の回復は難しく、特に法人による宴会利用が大きな影響を受ける。	
		都市型ホテル（客室担当）	・春から自粛されていた旅行が、夏休みになって動き出している。今後、秋の行楽シーズンに向けて同じように動くかは不透明であるほか、円高の影響で海外旅行が増えるため、先行きの見通しは厳しい。	
		タクシー会社（経営者）	・法人客、個人客共に、節電が節約志向につながり、タクシー利用が減少するという動きは和らぐ一方、円高などの影響が企業に及んでくるため、先行きの見通しは厳しい。	
		通信会社（経営者）	・新機種効果も徐々に薄れ、年末に向けた冬商戦との端境期となるため、売上は減少する。	
		通信会社（社員）	・年末に向けてテレビの購入が増える兆しはないほか、アンテナを使って地上デジタル放送を視聴する世帯も増えているため、ケーブルテレビサービスへの加入者は更に少なくなる。	
		観光名所（経理担当）	・節電対策で企業の夏休みが後ろに伸びたことで、盆期間後の16～20日の来場者数は前年を上回っているが、今月に入って来場者数が減少しているなど、見通しは厳しい。	
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9～10月はプロ野球の公式戦が4試合あるほか、人気歌手のコンサートも予定されているが、プロ野球シーズンが終了する10月中旬以降は企業イベントが主となるため、来客数は減少する。	
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・消費者のレジャーマインドは大きく変わらないが、今月は天候要因で良かった分、今後はやや悪くなる。ただし、海外からの団体客が戻ってくれば、現状維持は可能である。	
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅の購入に対する優遇措置の終了で、客の購入意欲が低下するため、市場の冷え込みにつながる。	
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・来場者数が増えている要因は、住宅ローンのフラット35Sへの申請期限を前にした駆け込み需要であるため、今後は厳しくなる。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・急激な円高が企業業績に悪影響を及ぼすほか、消費でも生活防衛の姿勢が強まるため、景気の悪化が進む。	
悪くなる		家電量販店（店長）	・アナログ放送終了に伴う駆け込み需要の反動減が出るなか、今年は節電がトレンドとなるが、LED照明の需要は高い一方、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の需要には結びついていないため、見通しは厳しい。	
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品の購入よりも海外旅行に行く動きが増えるほか、家にある金製品などを下取りに出す動きが増える。	
		都市型ホテル（総務担当）	・円高による輸出の不振などで、法人客や個人客の心理が一気に冷え込むため、先行きの見通しは厳しい。	
		競輪場（職員）	・今月は特殊事情で客単価は上昇したが、例年どおりの動きとなれば、今後は悪くなる。増税の予想や物価の上昇、円高の進行など、好転する要素が見当たらない。	
			・見積件数が増えているため、先行きの見通しは良い。	
企業動向関連	良くなる	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・見積件数が増えているため、先行きの見通しは良い。	
		やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・秋から冬にかけても円高が続くようであれば、輸入原材料の価格低下で利益率が上がる。さらに、安売り商品が出回りやすくなることで、商品の回転が速くなれば、受注の増加にもつながる。
			家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達が忙しくなってきたため、先行きはやや良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・継続的に受注可能な事業が成約に向かうため、今後はやや良くなる。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・関東での節電で減少していた生産の減少分を10月以降に増産するなど、先行きはやや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が増えつつあるため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・土地の動きはそれほど良くないが、ホームページへの問い合わせも増えている。土壌汚染に対する関心は高まっているため、先行きの見通しは良い。
		輸送業（営業担当）	・前月に運賃の値上げを行ったが、荷主の理解を得ることができていることから荷物は減っておらず、今後も利益は好調な推移となる。
		金融業（営業担当）	・住宅関連が徐々に動き出すなど、東日本大震災で落ち込んだ消費者の意識にも変化がみられる。今後は特に、エコ関連の商品の動きが良くなる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・自動車や家電業界では各社が競って広告を出しているほか、不動産や住宅関係の広告も増えているため、今後はやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・メーカー関連の広告が増え始めているため、先行きは更に良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは新たな広告の出稿が続くなど、先行きの見通しは良い。
変わらない		食料品製造業（従業員）	・秋に向かって食品関係は徐々に良くなるが、円高や政治の動向次第で大きく変わる。円高の割には輸入原料が安くなっておらず、逆に投機筋による原料価格の上昇を耳にするなど、収益面では厳しい状況となる。
		繊維工業（総務担当）	・現在の受注状況を見ても、好転する要素は見当たらない。価格面でも、取引先には価格転嫁を受け入れる雰囲気は全くない。
		化学工業（経営者）	・東日本大震災の復興需要がこれから本格的に動き出すのが、円高の影響も大きいと、景気が回復するまでにはまだ時間が掛かる。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車産業は活況となっているが、そのほかの製造業は円高で国際競争力が低下しており、海外向けの案件が決まらないなど、今後も厳しい状況となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の復興事業はこれから動き始めるが、景気全体は為替の変動によって左右される。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・今後も販売量の増加が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・復興事業が本格的に始まれば、再び材料不足となる可能性もあり、先行きは不透明である。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・デフレや円高は今後も続くなど、景気の良くなる要素が見当たらない。
		建設業（経営者）	・急激な円高により、取引先の設備投資計画が凍結される懸念がある。
		建設業（経営者）	・円高や国債の格下げといった不安要素が多いと、楽観的にみても現状維持である。
		輸送業（営業所長）	・新規案件も乏しく、先行きの見通しは今後も厳しい。
		経営コンサルタント	・小売業では円高のメリットが出始めるため、好調が続く一方、製造業では円高の悪影響が中小企業に広がるまでには、まだ時間が掛かる。
		経営コンサルタント	・節電や円高により、顧客企業の間では経費削減が進んでいるため、当社にも悪影響が出てくる。
		司法書士	・今月は会社の設立登記や相談があるなど、少しは良くなる兆しもみられたが、この動きが続くかどうかは不透明である。
		コピーサービス業（店長）	・各社の節電対策などで更なるアウトソーシングが進めばよいが、コスト負担が増えることには敏感なため、大幅な回復にはつながらない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・近隣の大規模商業施設を訪れる客の動きも一巡し、開業効果は落ち着いてくる。円高や増税といった不安要素もあるため、消費マインドはあまり良くならない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・小売では堅調な状況が続くため、全体としては現状維持となる。
やや悪くなる		繊維工業（団体職員）	・原材料である綿糸価格の下降により、年末向けの製品価格に影響が出てくる。
		繊維工業（総務担当）	・値下げに頼る取引先が増え、当社の社員が催事で販売支援を行うケースが増えているため、経費の増加が進む。
		化学工業（管理担当）	・円高による輸出の減少や、産業の空洞化が進むため、先行きの見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（企画担当）	・世界的に経済が不安定であり、円高状態の改善が見込めない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・円高や東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故といった問題が山積しており、業界の先行きは不安である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電関連の投資が停滞するため、今後数か月は良くない状況に陥る。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・海外と取引している得意先が多く、特に東南アジアとの取引では円高で商談が不調となっており、受注減につながっているため、先行きの見通しは厳しい。
	悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・円高で生産拠点が海外へ流出するため、製造業の空洞化が更に加速する。
		金属製品製造業（営業担当）	・円高の急進で海外向けの取引が全く成約しない。せっかく回復してきた売上が秋以降は急激に落ち込むほか、顧客の間で海外調達へのシフトが加速しており、このままでは来年以降の業績悪化が非常に懸念される。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・円高の影響で業況が更に悪くなる。
		不動産業（営業担当）	・企業による合理化の動きで当地域から事務所が減り、それに伴って賃貸マンションの需要もなくなっている。これらの悪循環によって、空室率が上がっているため、今後も厳しい状況となる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・先行きに良くなる要素が見当たらない。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・東日本大震災の復興が進んでおらず、先行きは不透明である。
雇用関連	良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・派遣会社などの人材系の業種を中心に、採用予定数を増やす動きが出てくるほか、例年9～11月は年末商戦に向けて増加傾向となる。
		人材派遣会社（経営者）	・秋以降は自動車産業などで増産となるため、製造系はもちろん、事務系でも求人ニーズが増加する。
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災以降、新規求人数は前年を下回っていたが、久しぶりに前年比で8.0%増となっている。これは正規求人の回復によるものであり、今後の本格的な求人の増加が期待される。飲食業では震災以降に落ち込んだ客足が戻らないとの声があるほか、海外比率の高い製造業では、急激な円高による経営への悪影響を懸念する声も聞かれるが、小売業やサービス業、建設業などの幅広い業種で求人の増加がみられる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人依頼件数が前年比で着実に増加しているため、先行きもやや良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業からは雇用への意欲を示す声が出始めたため、先行きの見通しは良い。
		人材派遣会社（経営者）	・下半期の案件が出てくる予定であるが、まだ不透明である。円高などの懸念もあるため、先行きはあまり明るくない。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告全体としては、今後2、3か月は横ばいであるが、求人広告は回復基調となる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後の製造業の動向に大きく左右される。生産拠点を海外に移す企業が増えれば、求人の増加にはつながらない。
		職業安定所（職員）	・円高などによる雇用情勢への悪影響が懸念されるなど、今後の見通しは不透明である。
		職業安定所（職員）	・円高などの不安材料はあるが、求人数や求職数の動きから判断すると、状況は大きく変わらない。
職業安定所（職員）		・新規求人では製造業の増加がみられるが、円高などの不安材料があるため、増加傾向は続かない。	
民間職業紹介機関（職員）		・建設業者によると、復興予算が動き出し、東北での作業員向け宿舎が確保できれば、日雇求人は増える。ただし、関西での工事は減るため、求人全体は増えない。	
民間職業紹介機関（営業担当）		・求人数はやや増えているが、雇用情勢がすぐに良くなることはない。	
学校〔大学〕（就職担当）		・学生は就職活動で内定の獲得に苦戦しており、今後も同様に厳しい状況が続く。	
やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	・東日本大震災の復興に伴う需要が本格化するが、復興財減を含む財政問題のほか、円高による景気への悪影響も出てくるため、雇用全体としては悪化につながる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	—	—
		商店街（代表者）	・長い間の買い控え傾向が終わるため、先行きは良くなっていく。
		コンビニ（地域ブロック長）	・昨年のタバコ増税から1年が経過し、販売数量の動きに改善傾向がみられる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・来客数は減少したが購入単価は上昇しており、秋の行楽シーズンに向けて客単価の上昇に期待が持てる。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・昨年は9月中旬まで残暑が厳しかったが、今年は比較的過ごしやすい気候であるため、消費が上向く。
		一般レストラン（経営者）	・現在の景気の悪さは最低水準にあり、これ以上悪くなることはないため、現状より少しは良くなる見通しである。
		都市型ホテル（従業員）	・国体開催により宿泊状況は良くなるが、期間が短くその後の冷え込みが懸念される。
		タクシー運転手	・金曜日や土曜日の夜に外出する人が少しずつ増えている。
		テーマパーク（業務担当）	・秋季の利用促進策として、大規模な花修景と各種行事を開催することとしており、子ども連れから年配者まで、全世代にわたる来園者の増加を見込んでいる。
		テーマパーク（広報担当）	・秋に向けた団体旅行の動きが始まっている。ただし、観光に本格的な動きが出てくるためには、放射能汚染問題や政治・経済の不安が和らぐ状況が必要。
	その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・需要が見込まれているため、社内努力や戦略化で景気回復は可能である。	
	変わらない	商店街（代表者）	・地方都市の中心市街地にある当商店街では、郊外型スーパーの影響もあり、最近では特に土日の来客数減少が著しい。
		商店街（代表者）	・少子化、デフレ、オーバーストアの三重苦に苦しむベビー服専門店であるが、最近の政治・経済の動向を考えると、景気が上向きになる要素がない。しかし客は生活レベルを下げているわけではないので、今を何とかしのげば将来的には明るい材料がある。
		商店街（代表者）	・秋にかけてイベントが多くあるが、集客はできてもそれを売上につなげるのは難しい。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・相変わらずこれといった景気上向きの話はないので、不安な気持ちで商売をしている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・駅再開発に向けての工事のため閉店する店が増え、営業している店の客数も減っている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客の購入スタイルが変化しており、購入単価が上昇しないため、景気が悪い状況に変化はない。
		百貨店（営業担当）	・残暑が10月ごろまで続く中期予報が出ており、どの売場でもジャストシーズン買いが進み、売上回復は見込めない。
		百貨店（営業担当）	・売上の良いテナントが増える状況ではなく、良いテナントと悪いテナントが目まぐるしく入れ替わっている状況であり、現在の様な状態がしばらく続く。
		百貨店（販売促進担当）	・秋商戦がスタートし、節電への取組は継続すると想定されることから、ウォームビズ関連商品の動きには期待が持てる。ただし、大きな消費の上向きにつながるかどうかは疑問である。
百貨店（売場担当）		・秋物商材投入に取引先間でばらつきが出てきた。ファッションより防災などの実需的な買い方になっており、低価格一辺倒から若干良いものを長く使おうという考え方に傾いており、単価上昇が見込める。また、ラグジュアリーブランドが円高で関心を引いており、売上がしばらく安定する。	
百貨店（購買担当）	・子ども手当の内容が変わることになり、消費に及ぼす悪影響が心配である。付加価値を付けながら商品を販売することにより、客の購買意欲を持続させるとともに、既に秋物が動いているので、順調に商品が作られれば、客の購買意欲も今のまま順調に推移する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・食料品は引き続き好調に推移するが、衣類や洋品などの雑貨類は厳しい。地域としての地盤沈下は落ち着いているが、商圈自体はさらに狭くなっている。
		百貨店（電算担当）	・店全体では前年比2.7%の売上減少である。食品の売上は前年と同程度だが、衣料品はマイナスであり、宝石・美術品も大きく減少しており、空港売店は2けたのマイナスとなっている。また帰省客も減少しており、客は不要不急なものは購入せず、財布のひもも固い。
		百貨店（営業企画担当）	・景気浮揚の様子はなく、円安や株安の影響が出始めている。
		スーパー（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料もない。
		スーパー（店長）	・商圈内の世帯数に変化はなく、購買を促進するようなヒット商品もない。
		スーパー（店長）	・牛肉は放射能汚染の風評被害を受けて販売量が低下しており、米の原料不足、新米の入荷遅れなどの懸念材料もあるため、先行き不透明である。
		スーパー（総務担当）	・購入に際しては、客がディスカウント商品を選ぶ傾向が見られる。
		スーパー（営業システム担当）	・8月に入ってからの1人当たりの単価が昨年よりも低下している。東日本大震災の影響で、客には必要なものだけを買う意識が高まっているとともに、円高などの不安定な状況が続くことが予想されるため、客も普段の買物には慎重になっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・今の状況でいけば、今後半年は来客数が前年比10%伸びる可能性があるものの、秋に店舗前の駐車場が減少するため、売上減少につながる恐れがある。
		コンビニ（エリア担当）	・2～3か月先の生産状況が厳しく、来月からキャンペーンも始まるが、盛り上がりには欠ける。いろいろな形で販売の模索はしているが、今後の状況は厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・9月は昨年のタバコ値上げ前需要の反動で、売上が一時低下するが、10月は逆に回復し前年比で大きく伸び、それ以降しばらくは前年超えを持続する見通しである。
		衣料品専門店（販売担当）	・来客数が減少するとともに売上単価も上昇しない。
		家電量販店（販売担当）	・回復する要素がないため、先行きは変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・猛暑続きで客の出足も鈍く、売上も伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品への期待も思ったほどではなく、今後の販売に不安を覚える。
		乗用車販売店（店長）	・現状と比べて良くなる要因がないため、先行きは変わらない。
		乗用車販売店（副店長）	・客にとっては、まだまだ安売りや買得感が商品購入の決め手になっており、9月の上期決算を過ぎると客足は鈍くなる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今月より良くなることは考えられない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・今月は金の高騰など持ち直しの感触があったものの、当店ではそれで宝飾品の消費が伸びることはない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・景気が上向き要素がないため、先行きは変わらない。
		一般レストラン（店長）	・家族連れの外出頻度が減っていることに加え、東日本大震災の影響もあり、仕入れ価格の高騰も不安材料である。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・週末の来客数の減少や客単価の低下傾向は変わる様子がない。社会情勢の不安から客の財布のひもは固く、この傾向はしばらく続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高のため海外からの客も増加の見込みがなく、景気回復の良い材料が見当たらない。
		都市型ホテル（総支配人）	・宿泊客、一般宴会等は昨年並みの予約状況である。山陰地区では特に大きなイベントもなく、昨年を上回るような状況は見当たらない。
		通信会社（社員）	・新規利用についての問い合わせが増えていないため、新たなサービス利用が見込めない。
		通信会社（通信事業担当）	・追加オプション契約などを解除し、一番ベーシックな契約に変更するケースが非常に多く、1契約当たりの単価は減少傾向が続く。

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（総務担当）	・景気動向の先行きが不透明で、販売量の増加等が見込めない。
		通信会社（広報担当）	・消費低迷は続いており、物が売れても消費金額が増加しないため、企業としても知恵を出さなければならぬ厳しい状況にある。
		テーマパーク（管理担当）	・政治不安・震災復興・福島第一原子力発電所事故等の様々な問題が精神的不安要素となり、客足に影響を及ぼしている。
		競艇場（職員）	・来月初旬には売上を見込めるレースを開催するが、3か月の期間で考えると売上は横ばいである。
		美容室（経営者）	・安い店が増えて競争が激しくなり、どの店も料金を下げざるを得ない。
		設計事務所（経営者）	・同業者の受注残の仕事が消化されるので、この状況が年度末まで続く。
		設計事務所（経営者）	・公共建物等への木材の利用促進法や建築物等の省エネ化など、徐々に消費者の関心は出てきているが、それが景気に直結するにはもう少し時間が必要である。
		設計事務所（経営者）	・長引く不景気でスリム化している建築業界だが、今年度の公共工事の発注が同時期に一斉に始まったので、型枠大工などの人手不足が起こり、民間の工事を圧迫し、その結果コスト上昇につながる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注金額は例年並みに推移しているものの、震災等の影響で仕入れ原価が今後上昇してくる。
		住宅販売会社（販売担当）	・震災復興財源としての消費税増税が議論されるなか、住宅の商品価格は、その影響額が大きいことから、消費税の結論が出るまでの間、購買意識に大きな変化は生じない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街で閉店する件数が増えており、シャッター通りとやゆされてきている。活性化事業などいろいろな補助事業を実施しているが、結果に結びつかない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・円高の影響、盆の出費増の影響で、客が月の後半から節約志向になっている。地域では今後秋祭りや運動会などイベントは前年通りに行われるものの、何か明るい材料がないと節約ムードになる不安がある。
		百貨店（販売担当）	・7～8月のセール期とは違い、客の購買意欲は現在より低下しており、必要なものを必要なときに買う節約志向は今後も続く。
		スーパー（店長）	・8月と同様今後も厳しい状況になる。円高や株安などの影響で所得が減少し、客が生活防衛に向かうことが懸念される。
		スーパー（業務開発担当）	・田舎では高齢化による食欲減、少子化による消費減が続いており、経済不況の報道等とあいまって購買意欲が湧く状況にない。
		スーパー（販売担当）	・近くのコンビニが野菜販売を始めたため、単身世帯などの量を必要としない客はそちらに行くなど、客足に変化が出る。
		スーパー（管理担当）	・稲わらの放射能汚染問題で牛肉の販売量が減少しているが、魚にシフトする傾向もあまりみられず生鮮関係は苦戦している。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・販売数が前年比で減少しており、弱い基調となっているが、このトレンドを打破するような契機は見当たらず、今後しばらく下降が続く。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客の大多数は、より安い商品の購入に移行しているため、収入は増えにくく、景気は引き続き厳しい状況にある。
		家電量販店（店長）	・電気製品そのものの販売量が芳しくなく、売行きがますます悪くなっていく。今後は太陽光発電設備やオール電化に力を注ぎ、同時にリフォーム業にも取り組む必要がある。
		家電量販店（店長）	・今月も猛暑が続いたことで、苦戦ながらも季節商材を中心に客の購入が進んだが、2～3か月後にも大幅に売れるような商品はないので、今よりやや悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・昨年の9月まではエコカー購入補助金効果があったが、今年はそれがなく状況が悪化している。
		高級レストラン（スタッフ）	・土日の個人利用や団体の予約も少ない状況である。
		観光型ホテル（支配人）	・円高、株安の状況ではサービス業は厳しく、特に法人の宴会予約は依然として低調である。
		タクシー運転手	・状況は非常に悪く、現状がそのまま続く。

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（営業担当）	・7月24日のテレビのデジタル放送全面移行後は、新規加入、解約ともに大幅に減少しており、先行きが読めない。
		美容室（経営者）	・景気回復をまだ見込めないため、客の財布のひももしばらく固い。
		住宅販売会社（経理担当）	・継続した景気刺激策がないため、客の住宅購入意欲は低下する恐れがある。次の焦点は消費税率の上昇時期である。
	悪くなる	スーパー（店長）	・昨年9月前半は残暑の影響で夏物の動きが良かったが、今年は気温低下が早く、その影響をカバーできる商材がない状況である。円高により心理的にも実質的にも影響が大きく出てくる。
		スーパー（販売担当）	・閉館が決まり、既に閉鎖に踏み切ったテナントや早期撤退を検討しているテナントが相次いでおり、今後ますます営業環境が悪化する。
		スーパー（財務担当）	・放射能汚染問題の影響が当分続くとともに、メーカーの値上げもあり、買上点数の下落が続く。
		家電量販店（店長）	・7月まではアナログ放送停波前の駆け込み需要があったが、8月に入り反動が顕著である。猛暑とエコポイントに支えられた前年の売上には程遠い状況であり、株安等の影響もあり今後も売上伸長の要素が見当たらない。
	自動車備品販売店（経営者）	・世の中が円高・株暴落・震災復旧の遅れ・政治の混迷など悪い材料ばかりで先行きも暗く、客の購買意欲が減退している。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋冬に向けて、地場の大手自動車メーカー向けの部品生産が好調で、それに付随して受注量が増える。
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・取引先の生産計画の上方修正など、状況が多少好転する基調にある。
		鉄鋼業（総務担当）	・下期は自動車関連等の回復を受けほぼフル生産となるため、現在よりも稼働率は向上する。その一方で仕入価格の上昇、円高の状況があまり改善される見込みがないため、厳しい状況が続く。
		輸送業（業務担当）	・震災後悪かった荷動きが改善したり、来年4月までの予定業務の延長が決まるなど明るい兆しがみえている。
		通信業（営業企画担当）	・情報関連の設備投資に合わせて、ネットワークの追加検討を行うなどの増収につながる案件も出始めている。
		会計事務所（職員）	・補正予算が実行され始めて、一部の業界では動き出したところもあり、製造業では秋以降の受注に期待が持てる。
		変わらない	食料品製造業（総務担当）
	木材木製品製造業（経理担当）		・不透明な要素が増えており、景気動向に変化がないと言うよりむしろ分かりにくくなってきている。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）		・新規大口注文の案件もなく、現行の生産水準が継続する見込みである。
	非鉄金属製造業（経理担当）		・特に動きがないため、先行きは変わらない。
	金属製品製造業（総務担当）		・受注量は現在の高水準で推移するものの、価格面では依然として厳しい状況が続く。
	一般機械器具製造業（総務担当）		・受注量や販売量の動きに変化がない。
	一般機械器具製造業（経営企画担当）		・円高による為替リスクが懸念され、損益面では非常に厳しい状況が続く。
電気機械器具製造業（広報担当）	・事業再編の途上にあるため、現状と変わらない。		
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・代替材からの戻りが見込まれるため、2～3か月先以降良くなっていく。	
	建設業（経営者）	・本来なら公共工事など新年度事業が出て良いはずだが、市長交代でいろいろな見直しがあり、あまり期待できず、最悪の状況が続く。	
	建設業（総務担当）	・現状を打開できる見通しが立たない。	
	輸送業（運送担当）	・地方ではよほどの景気回復の起爆剤でもない限り、すぐには回復が見込めない。	
	金融業（自動車担当）	・需要は堅調であり、当面は高水準の生産が維持できるが、円高が緩和されなければ完成車メーカーの単価引下げが継続されるため、収益面の悪化が避けられない。	
	金融業（営業担当）	・景気回復には地元中小企業の業況回復が不可欠であるが、円高・原材料高・個人消費の低迷等、業種により様々な問題があり、経営者には明るい見通しを述べる人は少なく、今後3か月で景気に大きな変動はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	コピーサービス業（管理担当）	・円高による影響が懸念されるが、どうにもなるものではなく、地道に取引先を訪問する営業に集中するだけである。
		農林水産業（従業者）	・今期シーズン中のイカ釣り漁がふるわず、ここ数年姿を見せなかったイカの大敵であるイルカの出没で、更に悪影響が加速しそうである。
		繊維工業（統括担当）	・円高、株安が更に進んで、状況は更に悪くなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・欧米、中国における経済が失速している影響を受ける。実態以上にマインドが冷え込むことで景況感の悪化が加速する。
	悪くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・円高が是正されない限り不安要素は払しょくされず、市場に悪影響を及ぼす。
		食料品製造業（総務担当）	・商談の際、節約傾向とか商品価格の下落などの悪い情報は耳にするが、景気が回復するような要素が出てこない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当） その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・仕入価格の上昇や円高などによって原価率が高くなり、苦しい状態である。 ・材料費や人件費上昇に伴い、中国の生産工場から毎年のように値上げ要請がある。タイやカンボジアへの拠点変更も視野に入れているが、納期に影響する日本との距離の問題が大きく、部品価格上昇の抑制に苦慮している。
雇用 関連	良くなる	職業安定所（職員）	・円高の影響で輸出の売上が減少する製造業では、引き続き人員整理を検討するところもあり雇用意欲は低い。しかしサービス業や販売業では東日本大震災による悪影響もなく、猛暑により売上が伸びる傾向もあり、今後も雇用意欲が高くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・企業からの求人の引き合い件数が増加傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	・年末までの繁忙期に向け、自動車だけでなく食品加工業からの派遣依頼件数も増えており、順調に派遣開始ができれば派遣人員の大幅な増加が見込める。ただし、人員の確保が難しくなっている。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・回復基調であったことに加え震災復興需要が顕在化するため雇用状況も良くなる。ただし新卒者の採用については、外国人の採用増加で以前のように増えない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・自動車の増産が開始されることで雇用と消費が向上する。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・東日本大震災後の復興需要や節電需要で求人数は増えているが、極端な円高傾向により今後の採用を慎重に考える企業が増えている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・企業は採用に関する予算を取って活動しなくても、募集すれば反響があるため、求人広告の売上に期待することは厳しい。
		民間職業紹介機関（職員）	・円高等の不安要素が拭えない状況下で、メーカーを中心に海外への依存を高めており、将来的に海外で勤務できる人材を採用したいという声が増えている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・急激な円高等の不安定要素もあり、各事業所とも採用には慎重な姿勢を崩しておらず、求人数の大幅増加は望めない。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・円高など先行きの不透明感から、前年同様全ての業種で来春の新規高卒の出足が鈍くなっている。
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	乗用車販売店（従業員）	・今後は新型車が出るため、販売量が増えるの見込んでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	・軽自動車の販売実績は、4月が前年比45.4%減、5月が30.6%減、6月が24.5%減、7月が21.5%減と改善されつつある。その要因は、東日本大震災以降、節約・節電などへの意識が高まり、ダウンサイジング志向が顕著になっているためである。
		タクシー運転手	・四国八十八箇所周りの遍路客は、東日本大震災の影響で減っているが、秋以降は増えてくるであろう。
		観光名所（職員）	・来客数が持ち直してきており、今後は良くなるであろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・地元商店街の空き店舗を改装オープンするところがあるなど、個店のレベルアップが見込まれるため、秋物商材の売行きが期待できる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・必要な商品は購入するが、ぜいたく品の購入はちゅうちょしている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・酒類業界は暑い季節が書き入れ時期だが、今年は忙しくもなく夏が終わった。今後は、価格競争がもっと厳しくなる。
		百貨店（販売促進担当）	・気温の高い日が続いているため、秋物の動きが鈍い。また、原子力発電所の停止など電力供給に不安があるため、今後もエコ・節電の意識が高く、全体的に売上は期待できない。
		スーパー（店長）	・牛肉販売は少し持ち直すと思うが、高額商品の買い控えや節約志向は今後も継続する。
		スーパー（財務担当）	・新内閣の経済対策や円高対策、デフレ対策で効果的なものが出てくれば、何らかの変化がおこる可能性がある。
		スーパー（統括担当）	・先行きが見えないため、景気は良くも悪くもならない。
		コンビニ（店長）	・例年、売上が下がる時期に入るが、客の購入意欲は好調であるため、現在の状況が続くであろう。
		コンビニ（商品担当）	・残暑の時期が短く、消費が前年よりも縮小する懸念がある。
		衣料品専門店（経営者）	・盆以降の客の動き、販売額、販売数の動きをみると、レディースを中心に秋物が比較的に出ている。今後は、気温が低いとそこそこ売れるが、残暑が続くと厳しい。
		衣料品専門店（総務担当）	・9月から本格的に秋物を投入するため来客数は増加するが、客の購買意欲が低いと、苦戦が続くと思われる。
		家電量販店（店員）	・ここ数か月は買い控えムードが漂い、状況は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・不安定な政局やユーザーの購買心理を考慮すると、景気は良くなる見えない。
		乗用車販売店（従業員）	・県内の8月の新車販売台数は前年比65%であった。新車の生産は回復しつつあるが受注は伸びていない。昨年までのエコカー購入補助金の反動減とみている。
		乗用車販売店（役員）	・7月時点では、販売状況は少しずつ良くなると考えていたが、8月の販売状況、受注状況から考えると足踏み状態にある。全体の景気は底固いと思うので、苦しい局面をなんとか切り抜きたい。
		その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	・肉の安心安全が確認されない限り焼肉業界は苦戦を強いられる。まだまだ先が見えない。
		都市型ホテル（経営者）	・現在の予約状況は決して良くはないが、直近数か月の傾向をみると、動きが出てくる気配がある。
		旅行代理店（支店長）	・東日本大震災から立ち直り、旅行需要は回復傾向にある。また、円高の影響で短期的には海外旅行を中心に好調が続くが、長期的には景気の低迷をもたらす恐れがあり、今後旅行需要への悪影響が心配される。
		タクシー運転手	・2～3か月先は、現在の客の様子や電力問題などから、さほど変わらないと考える。
		通信会社（支店長）	・一部の新品は売上が好調である。しかし、当面は販売状況全体を見て判断していく必要がある。
		通信会社（企画）	・現状が悪いわけではないが、特に良くなる要因もない。
		通信会社（営業担当）	・同業他社との競争が激化していくことが想定される。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先は、例年来場者が伸びるシーズンだが、現状のままでは、前年に比べ弱い状態になる。
		美容室（経営者）	・政治、経済の先行きが不透明なため、景気が回復するとは思えない。
		設計事務所（所長）	・新しいマンション物件の開発が急に止まったため、先行きは不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・新規の商談数が伸びず、成約数は変わらない。
		やや悪くなる	
百貨店（営業担当）	・8月は、月初は前年並みだったものの、中旬以降は低調に推移している。特に、婦人及び紳士衣料の落ち込みが目立った。今後もこの傾向は続く。		
百貨店（営業担当）	・現状は来客数が少し減っており、景気は厳しい状況である。冬に向けて、節電による影響が出てくる。		

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
		スーパー（企画担当）	・例年なら生鮮食品の産地が北上するが、今年は東北の供給が十分でなく、価格の高騰が予想される。今後、店舗間の買い回り行動が促進され、客数・客単価ともに減少するであろう。
		スーパー（人事）	・政治不安や円高など、懸念材料が残っている。
		スーパー（企画・営業担当）	・世の中に対する漠然とした不安感と節電・節約意識から、消費行動に良い材料は見当たらない。
		家電量販店（店長）	・テレビの駆け込み需要の反動が大きくて、テレビの需要はなかなか立ち直れない状況である。
		家電量販店（営業担当）	・購買意欲の低下が進み、来客数が急激に減少している。買い控えはしばらく続きそうである。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・中元シーズンが終わり、年末までの間、売上は少し悪くなる。
		観光型旅館（経営者）	・予約状況をみると、9月は好調であるが、10～11月は例年より少ない。足元は好調であるものの、景気が良くなっているわけではなく、先が読めない状況である。
		通信会社（営業担当）	・夏モデルの登場で製品ラインナップが充実している。例年9～10月は販売数が落ち込むので、これら製品をいかに販売に繋げていくかが課題である。今のところ、販売増につながる特需は見当たらない。
		競艇場（職員）	・今月はやや健闘したものの、2～3か月先は好転材料が見当たらず期待しづらい。
		設計事務所（職員）	・公共事業発注量の増加見込みがないため、今後、ますます売上の減少が懸念される。
	悪くなる	コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるが、高速道路上限千円制度終了の影響や地方経済の状況を考えても、上向く要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・政局が不安定で、増税の可能性もあるため景気は悪くなる。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で、2～3か月先も客の買い控えが懸念される。
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・増産による販売量の増加が期待される。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・例年10月以降は、年間で最も受注の多い期間になる。8月と比較すると、受注量は増加すると考えている。
		通信業（部長）	・夏モデルの新商品を発売したことで商談も増えている。
		不動産業（経営者）	・東日本大震災の影響で不動産需要は低迷しているが、今後は少し落ち着き、法人需要がやや見込まれる。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・消費者の購買意欲は依然低いままで変わらない。
		食料品製造業（商品統括）	・景気は円高傾向の中でも順調に進む。
		鉄鋼業（総務部長）	・直近の円高は昨年頃から予想しており、対策を打っていたため、2～3か月先はさほど影響はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生エネルギー法が成立したため、規格等の仕事が増えると思う。ただ、業績に反映されるのは1年先になる。一般の電気機械器具の受注は減少するが、環境面の受注は増えると思込んでいる。
		建設業（経営者）	・役所や民間の得意先を回っても、良い話を聞くことがない。
		輸送業（営業）	・当社は青果物の輸配送を基幹としている。産地の出荷量に連動して仕事が増減し、気候の変化が青果物の出来高を大きく左右するだけに、今後の気候次第で業績が変動する。
		通信業（総務担当）	・現時点では特に変動要素は見当たらない。
		広告代理店（経営者）	・得意先の多くは消費低迷による販売不振が続いており、広告費の削減が今後も続く見込みである。自動車関連の広告もあまり復活しておらず、今後も不透明である。
		公認会計士	・取引先の社長と話をしても、設備投資は当面控え、資金繰りに重点を置いている、売上の予測も控えめに設定しているといった声が多い。景気が上向くにはもう少し時間がかかる。
やや悪くなる		電気機械器具製造業（経理担当）	・1ドル70円台では、経営的にかなり厳しい状況になる。今後も円安になり難しく、輸出業者の収支は悪化する。
	建設業（総務担当）	・設備投資の基本計画はできているが、地価の下落傾向が続く、景気動向の見極めも難しいことなどから、新規設備投資のタイミングを図りかねている取引先がある。	

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
		広告代理店（経営者）	・石油関連以外の資材についても価格上昇が懸念される。ただし、時期や価格の上げ幅は不明である。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・荷主から更なるコストダウンの要請があり、来年度の公共投資がスタートするまでこの要請は続くであろう。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・年末に向けて、企業は消費意欲の向上策を活発化してくる。また、就職支援に係る雇用対策の効果で、一部ではあるが消費者の生活も徐々に安定し、景気に良い影響を与えるであろう。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・年末に向け、求人数の増加が見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月後半からカーディーラーに新型車が出そう。メーカーの生産体制も回復しており、10月頃から景気を押し上げてくれることを期待している。
		職業安定所（職員）	・世界経済の低迷や円高等、楽観できる要素はないが、企業からの求人数が伸びている。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	・求人倍率は上昇しているが、有料サービスにつながる求人案件やUターン・Iターン案件は伸びていない。
		人材派遣会社（営業担当）	・大型店の出店などにより、求人の期待はできる。しかし、節電や円高などによる工場関係の求人数の減少が気になる。
		職業安定所（職員）	・将来への見通しが不透明である限り、企業の非正規労働による調整と、求職者の正規型雇用への希望とのミスマッチが続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・秋採用の求人は増えているが、内定数が伸びず、依然として求職者数は減っていない。採用側に厳選する傾向があり、厳しい状況が続いている。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・地元の造船関係企業群では、今後数年分の受注を抱えているが、円高による採算悪化が懸念される。
民間職業紹介機関（所長）		・景気が上向く要因が見当たらず、企業は雇用をいかに守るかに必死である。また、資金繰りが悪化している企業も見受けられ、予断を許さない。	
	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	都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災後、直近での宿泊予約や問い合わせが多くなっている。1～2か月先の予約は全くと言って良い程、問い合わせがなく、空室が目立っていたが、現在は順調に埋まってきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・当社は年賀状印刷業務をしており、先行きは不透明であるものの、売上は上がる。
		商店街（代表者）	・7、8月があまりにも悪かったため、底打ちという状況で、秋口は良くなる。
		商店街（代表者）	・天候不順はあるが、秋物新製品の滑り出しが順調であり、景気の底から脱した感がある。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・今年も通信販売は堅調に推移していく。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・暑い夏よりもギフト関連商品で花の利用が増え、開店祝い等の祝いごとでも生花を選ぶ客が多くなる。今年は猛暑でも葬儀のお悔やみの花の受注が結構あり、良い状況となっている。
		スーパー（店長）	・盆が明けて通常の買上単価、買上量が戻ってきつつあり、このまま少し上向いてくる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・盆過ぎから予想不能な雨が続き、客が離れていた。秋口になって天気が良くなれば客足も少しずつは上向いてくるような状況が、客からうかがえる。
		コンビニ（販売促進担当）	・食パンは100円のワンコインで売り出し、他の菓子パンも120円で販売している。小麦粉の価格が上がっているが、売上は若干良くなる。若干際物の売上が落ちている。
		衣料品専門店（経営者）	・100周年でいろんなイベントを開催し、客先をかなりの軒数、丁寧に回るので上向く。
衣料品専門店（総務担当）	・商店街全体としてはやや集客力が減少するが、当店にとっては直接的な競合店が減少したことにより、当然その分の一部を吸収することになるので良くなる。		

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
		家電量販店（総務担当）	・節電や省エネ商品のニーズが徐々に高まりつつある。今後もこの状況が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社はこの秋、技術的に進歩した新商品をかなり出している。これはきっと今の世相、エコの時代に受け入れられる商品だと確信しており、かなり良くなる。
		住関連専門店（店長）	・これから米や野菜等の収穫時期に入るが、九州の産物は東日本大震災等の影響で需要が非常に高まっているため、農家は特に潤う。それに伴い、小売業も多少好転する。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・今年の年末商戦や歳暮用ギフト、進物関係は今から増えていく。これは毎年のごとだが、年末にかけて気候的にも需要は高まり、今年は特にその傾向が強い。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・7、8月の数字は改善している。今後、秋の行楽シーズンを迎えるにあたり、本当に良くなっていくと期待される。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	・新内閣の発足で、東日本大震災復興の本格化や福島第一原子力発電所事故への対応の加速化により、心理的な不安が改善されれば、消費マインドは高まる。
		観光旅館組合（職員）	・当地の需要が高まるシーズンに入るため、客は多くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・九州及び全国規模の大会が予定されており、バンケット、宿泊共に順調に予約数が伸びている。
		旅行代理店（企画）	・東日本大震災の影響が更に薄くなり、円高の影響で、旅行マインドが向上する。
		ゴルフ場（従業員）	・予約数は顕著に伸びており全体的に良い状況である。東日本大震災の影響で東日本は厳しい状況だが、九州では県外客の予約が非常に多く、期待は大きい。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・季節的にも涼しくなり、利用者の増加が期待できる。また来年の介護報酬改定でも、在宅シフト促進の流れから、若干の報酬増加が予想される。
		設計事務所（所長）	・駅前の中心市街活性化や市庁舎の建替えの予定等が出てきており、今年から来年にかけてははすごく良くなる。
		設計事務所（代表）	・エコ住宅向けの補助金や金利の優遇措置終了の駆け込み需要が出てくる。
		住宅販売会社（代表）	・消費税が上がるまではまあまあ良い状況で推移する。
変わらない		商店街（代表者）	・2～3か月前とは変わらない。ただし、年度を通してみれば少しづつ売上が悪くなっている。
		商店街（代表者）	・円高により外国産の物の仕入れ価格が安くなるばかりで、デフレ傾向がより深刻になりつつある。良くなる見通し材料は全くなく、非常に厳しい状況である。これは今後も続く。政局の不安定さに加え、東日本大震災の影響も含め、今の国民のなかに購買意欲が高まる動きはない。
		商店街（代表者）	・多少、上昇の兆しがあるものの、一方で円高の進行や電力供給の不安定性、原材料価格の高騰、株価の低迷、そして政治不信による将来に対する不安等、消費マインドに対してマイナス要因が数多くあり、見通しは不透明である。
		商店街（代表者）	・個人消費が上がる等景気が良くなる理由、状況が全く見当たらないため、今の悪い状況が続く。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・株価の不安があり、各種報道でも購買意欲の向上に直接結びつくようなプラス材料がない。当地はもう少し涼しくならないと県外青果物が中心となるため、売上、利益は厳しい時期が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・朝晩少し涼しくなり、秋の商材を入荷しているが、全く売れる気配がない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気が良くなる見通しは薄く、期待できない状況である。周辺の道路に環状線ができ人の流れが変わってしまったため、今後の売上も見当がつかない。
		百貨店（売場主任）	・民主党の代表が交代したが、劇的に景気が浮揚するような雰囲気でもなく、客の購買意欲をそそるような事象がみられない。秋が深まれば、ウォームビズの需要が少しは期待できるが、9月中旬までは、大幅に気温が下がるような自然現象以外で購買意欲を刺激するようなものが期待できない。

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（営業担当）	・盆の帰省とギフト解体セール等が好調に推移したが、土日祝日の来店が伸びない。また、食の安全への意識が高まり、ギフト商品の産地問い合わせが増加している。客の要望への迅速な対応と購買意欲を高める仕掛け、接客の向上による客の信頼を確保し支持を高めないと客の購買姿勢の好転と今以上の向上は望めない。
		百貨店（売場担当）	・3か月は前年並みに推移する。最近の傾向として、客単価、1品単価が前年より少し上昇し、購買率はややダウンしている。競合店の閉店後、売上は前年比100%だが、来客数は前年比93%位である。傾向としては食料品がかなり伸びている。また、商店街で何店舗か閉鎖している店が出てきているが、競合店に入っていたブランドが当店に移転する等、当店には良い動きもある。
		百貨店（営業政策担当）	・政局の不安定や冬場の電力供給不安等から、消費マインドの冷え込みは継続する。また駅前地区の活況がひと段落し、改めて客の増加は新客の純増ではなく、他地区の客が流れたという現状が浮き彫りとなる。店舗数過剰の傾向が強くなり、引き続き厳しい状況となる。
		百貨店（業務担当）	・極端に悪くなるとは思えないが、円高や国債の格下げ等、マイナスのニュースが多いため、客の心理面での影響が心配される。
		百貨店（営業企画担当）	・今後も客の動向に大きな回復の兆しはみられない。
		百貨店（企画）	・景気が高揚する要因が特になく、また、大きく悪化する要因も見当たらない。カテゴリーでみた場合、婦人雑貨特に海外ブランド商品の苦戦が続いているが、すぐに好転する要素はない。
		スーパー（経営者）	・円高や政治不信、今後の動きがみえないので、買い控えをする客が増える。
		スーパー（店長）	・買上点数、単価共に3か月前に比べると減少傾向にある。大きな落ち込みはないが、それなりの回復を積極的には望めない状況である。
		スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題が今夏の中元商戦に大きく影響を及ぼしている。牛肉を中心に大変厳しく、引き続き不安材料の1つとして今後も尾を引く。このような先行きの不透明感が消費に大きな影響を与える。精肉から鮮魚類にも影響を及ぼす恐れがあることを危惧している。
		スーパー（店長）	・東日本大震災以降、客のライフスタイルの変化で防災、節電、エコに関連する商品の動きは変わりつつあり、ブランド化粧品、防寒、暖房関連商品の売れ筋も変わってきている。需要は見込めるが、全体の売上はあまり変わらない。
		スーパー（総務担当）	・夏場ほどの省エネ意識や寒さ対策への関心は高くなく、目新しいヒット商品が望めず、食品以外は前年並みか、前年割れが続く。
		スーパー（経理担当）	・前年の猛暑に比べて今年は早い時期に涼しくなっており、東日本大震災以降の買い控えを含め、消費の回復を期待したい。
		衣料品専門店（店員）	・客は必要な物を買って来ているだけである。季節の先取りで新作を買うに来る客が減っており、景気は良くならない。
		衣料品専門店（取締役）	・客は非常に価格にシビアで、まとめ買いよりも1単買いの傾向がある。秋物は単価も上がるので、どうすれば購買意欲を高めることができるか考える必要がある。内閣の体制も変わり、少しでも先の見える方策が9、10月に施されれば良くなるが、現時点では不透明である。
		乗用車販売店（従業員）	・景気が悪いと言われるなかで、客は金を使わない傾向を強めており、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の投入予定はなく、現状レベルの販売量が続く。
		乗用車販売店（代表）	・よほど大胆な政策がない限り、今と変わらない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・やや悪くなっている状態が変わらず、決して良い状態ではない。円高、株安から脱却できず、被災地への対処も後手後手では期待も薄く、客の購買意欲は低迷したままとなる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・主婦層の買い控え傾向が強くなり、今後もこの状況は続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油等の販売量に大幅な変化はないが、客との会話からは、スマートフォンの需要が高まっていると感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（支配人）	・景気の見通し、政治不安、米経済の不安、東日本大震災の影響で先行きは不透明であり、厳しい状況が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・夏休み中でも大学生や留学生の動きが前年より少なく、今後も厳しい状況が続く。
		スナック（経営者）	・全く先の見通しが立たない状態で先行きは不安である。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・世の中の不景気だけではなく、政界の動き等様々なマイナス要因が重なり、客は財布のひもを固くし、当地の繁華街もめっきりと暗くなっている。
		観光ホテル（総務担当）	・10、11月の宿泊予約は好調であるが、宴会関係が現状ではあまり良くない。今後の伸びに期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・11月の予約状況が例年に比べ、やや低迷している。
		旅行代理店（従業員）	・ビジネス需要は前年並みに回復したが、個人のレジャー、団体利用はまだ低調である。
		タクシー運転手	・9、10月の予約状況は今のところ全く入っておらず、客は少なく、空車の時間帯が長くなっており、あまり期待できる様子ではない。
		タクシー運転手	・今年はこれと言って大きな行事がなく、人が動くような催し物もなく、夜昼共にタクシーの利用が減っており、今後も厳しい。
		タクシー運転手	・2、3か月先は秋の観光シーズンに入り、それから冬にかけて、当地は東北を予定していた観光客が流れ込んでおり、いくらかにぎわう。
		通信会社（総務局）	・景気上向きの材料に乏しく、個人消費が停滞し、今後も現状と変化はない。
		通信会社（業務担当）	・9月の売れ筋はスマートフォンが中心になるが、買換え需要はある程度落ち着き、販売数は横ばいになる。
		テーマパーク（職員）	・9月については例年稼動が低くなり、10～11月はスポーツやキャンプ、観光等で伸びが期待される。今年いっぱい前年並みに推移する。
		ゴルフ場（支配人）	・秋シーズンとして大型コンペ等の予約が入っているが、特に前年を押し上げるほどの景気動向はない。
		理容室（経営者）	・今月は夏休みに入り、梅雨明けが早かったこともあって、客の動きが割と良かった。盆前に帰省した客の来店があり、少し良かった。しかし、来月、再来月は良くなるような材料があまりないので変わらないか、やや悪くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・当地では観光や建設業等一部の業種で仕事が動き始めているようであるが、他業種の話では、人件費はそのまま、利益はほとんど見込めていない状況となっている。
		設計事務所（所長）	・今の現況は非常に仕事が少なく、これは3か月先に結果が出るものである。今が悪いため、3か月先も悪い。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・2、3か月先は今のところ明るい見通しは何もない。夏休み期間中、家族で旅行したり、アウトドアしたり、家庭サービス等で金を使っている。今後主婦の財布のひもがかなり固くなるため、売上はあまり見込まれない。	
	商店街（代表者）	・新総理のもと増税路線への推進が、消費者の購買意欲の減退が懸念される。	
	百貨店（営業担当）	・客の状況をみていると、円高や政治の不安定さ、そして福島第一原子力発電所問題等により、消費マインドの減退が出ている。特に外商では、高額品の買い控えが出てきており、この傾向はしばらく続く。	
	スーパー（店長）	・生鮮食料品が厳しく、精肉は食品の放射能汚染問題で苦戦しており、生魚も同様に苦戦し、厳しい状況となる。	
	スーパー（店長）	・福島第一原子力発電所問題は依然収束せず、今後の増税等もあり、先行きに不安を抱く消費者が多い。購買動向はなかなか改善せず、今後も厳しい状況が続く。	
	スーパー（総務担当）	・東日本大震災復興のめどがたらず、加えて為替が円高で推移することから、全産業とも厳しい難局の克服を迫られる状況となっている。生き残りをかけた企業間競争は、販売単価を下方で維持せざるを得ず、当分の間、来客数の確保は困難であると推察され、売上の減少が続く。	
	スーパー（売場担当）	・東日本大震災の影響で商品の供給が難しく、原料不足等で商品の価格が上がり、消費者の買い控えがある。	
	コンビニ（エリア担当）	・客の財布のひもが緩むような状況にない。必要な物は購入するがプラスアルファでの購入がなく、客単価が大幅に下がる傾向があり、今後も厳しい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店長）	・乗客数の減少と客の購買意欲の減退でこの先、景気は落ち込む。
		住関連専門店（経営者）	・夏場の売上の減少は毎年のことであるが、同業者も今年の売上の減少と先行きに不安を感じている。国産置き家具の動きが悪く、安価な裾物やアウトレット商品を扱う店が地区内で今年1件倒産した。置き家具市場の先行き景気は当分厳しい。
		高級レストラン（経営者）	・9月、10月の予約状況が悪い。企業からの予約は、円高や首相交代等いろんな要因があって、どのように転ぶのかこの先分らない。また、この季節は結婚式が多いので、結納や結納前の顔合わせ等がこれから入ってくれば良い方向に向かうが、まだそういった予約も入っていない。
		都市型ホテル（副支配人）	・夏休みが終了し、インバウンドを含めてこれからの動きが不透明である。また、円高の悪影響が懸念される。
		通信会社（企画担当）	・ブロードバンドエリア拡大による販売量の増加が一段落し、販売量の停滞が見込まれ、持ち直しの要因が見当たらない。
		競輪場（職員）	・東日本大震災や電力供給制約の問題の影響があり、厳しい状況が続く。
		音楽教室（管理担当）	・受験や進級に伴い稽古ごとをやめる傾向があり、教室の生徒人数が減る。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイント制度や優遇金利制度が終了し、住宅需要を下支えていた柱がなくなり、厳しい状況が続く。
	悪くなる	スーパー（業務担当）	・天候不順の影響をダイレクトに受け、米の生育が大幅に悪化することが懸念される。さらに新政権の景気対策はいまだ迷走するなかで、根本的な景気浮揚の兆候は表れていない点等、不安要素は増大するばかりで一般消費者の儉約志向は今後も続く。
		衣料品専門店（店長）	・政治や経済、震災等と問題が山積しており、景気は悪くなる。
		家電量販店（店員）	・家電業界ではエコポイント制度、あるいはアナログ放送の停波等、需要の先食いをしており、ここしばらくはその反動減は避けられない。
		家電量販店（店員）	・8月は非常に業績が悪く、前年の6割しか販売できておらず、非常に厳しい状況である。前年は猛暑でエアコンが売れたり、またエコポイント制度でテレビが売れたりしたが、今は良くなる要素が見当たらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・クリーンエネルギー関連の新規設備で来年以降が納期の引き合いが出ている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・業種によって、悪いところは引き続き悪い。しかし東日本大震災以降の状況からすると、相当に回復している。今後、更に悪くなることはない。
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・クリーンエネルギー関連の新規設備で来年以降が納期の引き合いが出ている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・業種によって、悪いところは引き続き悪い。しかし東日本大震災以降の状況からすると、相当に回復している。今後、更に悪くなることはない。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・新物の原料が入荷し始めた。前年に比べると原料の出来が良く、受注も前年より多いので今後に期待される。
		食料品製造業（経営者）	・南九州、特に当地の方面への観光客が増加している。今年中は秋以降も動向は変わらないものと考えられる。最近の傾向として直近にならなければ予約状況が明確に把握できず、景気が確実に良くなるとまでは言えないが、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・自治体向けは今期予算の確保後、10月以降の受注が確定している案件が多い。
		鉄鋼業（経営者）	・相変わらず受注量は一定せず、毎月の受注量の増減が激しい。また受注価格も低迷してる。ただ九州地区の新設住宅着工戸数及び非居住用建築着工床面積は、本年4月から6月まで前年同月を大きく上回っており、建材関連の需要が今後増加することを期待したい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今月受注分の納期が10月から11月になるので、この先2～3か月は十分ではないが、これまでの状況よりは改善される。
		精密機械器具製造業（従業員）	・今後、部品投入数が増える傾向にあり、利益も上向いていく。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産台数が増加する。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・年次の定期修繕にて設備更新を実施するため、現状よりも処理量は増産できる見通しである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		建設業（社員）	・当社は、下請が多いので現在でも技術者、労務者ともひっ迫気味であるが、周りの同業者も労務者がひっ迫気味のようなものである。工事の発注は第3四半期まででほぼ完了するので、今のうちにもっと受注をしていきたい。	
		通信業（職員）	・節電、再生エネルギーに対する関心が夏以降も継続する可能性が高い。	
		金融業（営業）	・製造業は現在の状況から、高い受注が続くと考えられる。しかし、その後大手メーカーの海外への生産移転が進むと考えられ、中期的には不透明である。また、福祉関連では、新規施設への投資意欲が高い。	
		金融業（営業担当）	・中小企業における受注が増え始めた。資金需要が増え、仕事の売上代金を引き当てとした借入の申込が増えている。	
		新聞社（広告）（担当者）	・新しい流通施設がオープンすることもあり、年末商戦に向けて広告出稿が活性化されると期待している。	
	変わらない	農林水産業（経営者）	・秋口は年末年始の仕込み時期で各冷凍食品メーカーを中心に原料の引き合いが一段と強くなる。量販店も10、11月の行楽シーズンで期待できる。ただ問題は10、11月の原料不足があり、需要に対応できない。また居酒屋の伸びが頭打ちで不安要素である。	
			家具製造業（従業員）	・東日本大震災の復興需要はまだまだ先で、現在の仮設住宅の需要は大手数社で独占となっており、取引のない業者には仕事は回ってこない。長引きそうな円高により、日本経済全体からするとマイナス要因が多い。家具の輸入にとって円高は追い風であるが、高額商品の動きが鈍いので円高メリットを出せない状況である。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・特に消費動向、受注関係が悪い。7月はある程度ギフト関連が動いたが、9～10月にかけて例年動くギフト関連は今のところ、受注がほとんど入っていない状態である。政府の動向、消費意欲の減退、祝いごとも控えようという状態で、消費が停滞し厳しい状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在の状態でははっきり良くなるか悪くなるかわからないが、現状維持でいかなければこれからの操業が厳しくなる。なぜこんな急激な変化が起こるのか大変苦慮している。	
		輸送業（従業員）	・物が売れるような状況にはならない。円高も進み、物が国内で滞留した状態にしばらくなる。	
		輸送業（総務）	・景気回復に期待はしているものの、良い方向での変化はあまり考えられない。	
		金融業（営業職渉外係）	・東日本大震災の復興や原子力発電所、円高、株安等の諸問題が山積である。新内閣の手腕に期待がかかるが、即効性のある政策はないため、景気回復は考えにくい。	
		金融業（調査担当）	・製造業の回復がある一方、最近の天候不順が消費のマインドにマイナスの影響を与えているという話も耳に入ってくる。円高の影響はこれから出てくることを懸念していることから、先行きは変わらない。	
		不動産業（従業員）	・ホテル部門の売上がやや上向き傾向で推移しており、今後ほぼ前年並みを見込んでいる。	
		広告代理店（従業員）	・前年と同水準で推移する見込みである。	
		経営コンサルタント	・新しい動きがみえないので、景気はこれから大きくは変わらない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・客及び自社の業況が、これから2～3か月で大きく変化する兆候はみられない。	
		やや悪くなる	化学工業（総務担当）	・円高の影響が徐々に効いてくる。
			電気機械器具製造業（経営者）	・景気そのものは一進一退でなかなか先行きに見通しが立たず、今の状況が今後も継続していく。
			建設業（従業員）	・工事量の減少に伴い受注競争が激化し、仮に受注したとしても利益確保が大変困難である。また、景気が不透明なため個人も含めての設備投資が低調である。
輸送業（総務担当）	・全体に預かっている荷動きが悪くなっている。節電から節約という風潮のなか、ますます消費は低迷する。			
金融業（得意先担当）	・足元の業況は厳しい状況が続いている。既存先からの既存貸出金に対する条件変更の申出がちらほら寄せられている。3か月前に比べると回復傾向にあるが、例年を依然大きく下回っている状況であるので、このような状況が続けば、全体的に景気は下振れする。			
経営コンサルタント（社員）	・円高で消費者は海外に向いており、国内消費はもっと悪くなる。回復の兆しがみられない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・受注量の減少に加え、取引先の初期延滞が増加傾向にある。政治の混乱等による復興対策の遅れ等、一部の回復基調もここにきて止まり、一時的に停滞するのではと懸念する。
	悪くなる	広告代理店（従業員）	・折込チラシの受注額は前年比90%と大きく前年を下回っている。例年他の月に比べて大きく受注額が下がる月であるが、これまで前年比でこれほど下回ったことはない。消費者の購買行動が月を追うごとに悪くなっている。政治の不安定さが影響を及ぼしており、早期の安定を望む。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村の建設や調査に関するコンサルタントへの委託業務が、極端に減ってきている。また補助金の削減等から市町村の財政がひっ迫しているため、今後も減少することが予測され、請け負う業者のダンピングによるパイの獲り合いの構図は今後も変わらない。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・企業の下半期の動きが活性化する。
		人材派遣会社（社員）	・新規店舗オープンが相次いでおり、雇用に関しては大きな動きが引き続きある。また、年末へ向けての注文も出てくる時期でもある。
		人材派遣会社（社員）	・スマートフォンという新しい分野でのシェアの争いが活発になり、付随するキャンペーン等の求人の見込みがある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・9月末に新たな大型商業施設がオープンすることから、求人市場が活性化する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・半導体業界向け派遣労働者の求人が引き続き伸びるが、急速に進む円高や、政治への不信感等が不安材料である。
		職業安定所（職員）	・今後も医療福祉を中心とし、観光関連等も求人数の増加傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・企業間で差はあるものの、企業訪問での話から、以前より業況が改善したとする企業が増えている。また、新規求人は、12か月連続で前年比プラスで推移しており、円高等不安要素はあるものの、今後も改善傾向での推移が期待される。
		民間職業紹介機関（職員）	・7月以降、求人数の動きに変化があり、商社、サービス業を中心とした企業にて中途採用、派遣ニーズが増加している。東日本大震災との関連は不透明だが、9月までは順調に推移することが予想される。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災関連の特需の影響は少なく、あるとしても社員でまかなえる程度の規模であり、すぐに雇用増にはつながない。
		職業安定所（所長）	・新規求人の状況等から回復感がうかがえ、これまでは長期失業者及び無業者等の有効求職者は横ばいもしくは増加傾向であったが、新規求職者の動向は7月から再び前年を上回る見込みである。9月以降は見極める必要があり、先行きは不透明である。
		職業安定所（職員）	・夏場の電力不足の懸念は解消されつつあり、例年9、10月に向けて新規求人数が増加傾向となるが、円高という不安定要素があることから大幅な改善とはいかず、現状と大きな変化はないと推察される。
		職業安定所（職員）	・円高やデフレ等、国内景気が劇的に改善する要素は薄く、雇用環境も改善の速度は遅いため当面は大きな動きはない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業の採用動向が業界によって分かれている。大手航空会社は冬ダイヤを増やすことが確定しており、大手鉄道会社の増便も決定し、これに伴い求人が発生している。一方、一般企業や貿易系は採用を控え気味である。地学的リスクもあり、慎重な意見やコメントがやや多い印象がある。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・現在の就職環境は、しばらく横ばい状況が継続する。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・企業の事務業務への労働力需要は当面、落ち着いており、繁忙による人手不足で今後増員予定という計画は情報としてあまりあがっていない。派遣から委託への動きも官公庁案件では発生しているが、民間では少なく、盛り上がりには欠ける。	
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・このまま円高が継続すると、国内での生産ラインは海外にシフトしていくしかない。企業は外国人採用を活発化するものの、国内には海外で働けるグローバル人材が枯渇している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（支店長）	・10月以降の求人が少なく、短期契約のものが多く。

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	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・今月の観光客の増加に、沖縄観光が復活できる勢いを感じている。大幅な売上増にはまだまだであるが、人出が増えて来客数も多くなっている。10月には海外から人が集まるイベントもあり、年内の先行きにとって明るい話題が増えている。
	やや良くなる	百貨店（営業企画）	・季節商材の入替えによる各売場からのプロモーション強化や、改装効果の維持で良い方向へ向かうとみている。
		スーパー（企画担当）	・新規テナントの影響で、売上高は好調に推移すると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・客単価と来客数が前年に近くなってきており、売上は良くなっていくと見込む。
		観光型ホテル（総支配人）	・旅行需要が回復基調にあり、個人客が顕著に伸びている。前年同期比でも10%増で今後も順調に伸びると予測している。また外国人観光客も好調である。
		ゴルフ場（経営者）	・以前に比べれば良い雰囲気である。底を打った感じがあり、今後は少し上向きになっていくとみている。
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	・将来への明るい材料が無いことが一番の問題であるが、福島第一原子力発電所事故の問題もあって消費者は産地にこだわる傾向もある。これから旬を迎えるサンマや果物などが価格高騰して売りにくい状況もあり、景気は厳しい状況が続くとみる。
		コンビニ（経営者）	・客に経済に対する不安感があるため、若者は欲しい商品があっても買わないなど、今後も購買力が無い状況が続くと考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げから1年近く経過するが、たばこ以外の売上の前年比は予測より1%下がっている。要因として天候や観光客減がある。来客数の前年比は5%前後下がっている店舗も多く、その店舗の売上は前年並みにあるが、たばこ以外の売上が少なく、利益率が低下し収益悪化に影響する傾向は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・県内消費は底堅く推移し、来県する観光客数も大きく落ち込むことは無いと判断している。
		衣料品専門店（経営者）	・街全体の様子も、また当店の客の動きを見回しても、ここ数か月変化が無い。1点単価、客単価共にここ数か月変わらず、前年と比べても変わりなく推移しており、先行きも変わらないとみる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・ここ3か月の売上の推移をみていると、前年の同時期とさほど変化がない。よって、これから3か月先も伸びるとは考えにくい。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・この先の見込みに関しても、前年並みの予約受注動向であり、今月同様の推移を見込んでいる。ただ円高による経済状況の悪化や、海外旅行との競争が激化すると考えられるため、安心できない状況である。
		通信会社（店長）	・今の状態で秋冬の新商品発売時期に入ると思われ、スマートフォンへの切替えの客も増えてくるので、好調は維持できると予想する。
住宅販売会社（総務・企画分野）		・住宅は、客にとっては大きな買物であるので、慎重な対応をしている感じがする。ここ数か月では、住宅業界の景気動向は変化しないとみている。	
やや悪くなる		○	○
悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の観光客は一時期よりは少し多くなっているが、消費単価が相当下がっており、売上増にはつながっていない。地元客も同様で、今後いつか景気の底になるのか見えず、大変危機感を抱いている。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・徹底した低価格でないとも客数が取れない上に、地元客は家飲み、中食が定着してきており、平日は来店しなくなっている。企画を打っても反応が薄く、先行きは悪くなる。	
企業動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	建設業（経営者）	・引き合い件数と、モデルハウス来場客数が増加してきているので先行きは明るい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・物流に限っては本土系販売店の進出が数件続いている影響もあり、取扱物量自体は堅調に推移するものと予測される。また、県内への大手ホテルの誘致や、観光関連機関の今後の観光客誘致に関する施策の効果も期待できる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共工事は減少する見込みである。民間は個人住宅と小型賃貸住宅建設が続く見通しである。
		輸送業（代表者）	・東日本大震災の影響や、変動が激しい燃料単価問題など不安材料は多いが、当面は好調を維持する。
		通信業（営業担当）	・受注案件は増えてきたが、契約金が安価で、この先、改善されるような要素が無い。顧客の予算統制も厳しいようである。
		広告代理店（営業担当）	・相変わらず行政の単発型支援事業が目立つ。あくまでも単発なので、持続的な景気回復基調へつながるとはいいがたい。県内主要マスコミの営業広告受注動向を見ても、県内企業の販促投資は消極的なままである。
	やや悪くなる	食料品製造業（管理部門）	・競合他社との競争が激化しており、今後影響してくる。
悪くなる	—	—	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・沖縄観光自体が回復してきているせいか、周りの事業所も活気付いてきている。また、派遣依頼の伸びが続いているのも今後の明るい材料である。
		人材派遣会社（総務担当）	・県外に拠点を置く企業が、一部の部署又は部門で、コールセンター業務を中心に沖縄県内に拠点を移してきている。それに伴い派遣の注文及び問い合わせが増えてきているため、先行きに期待する。
		職業安定所（職員）	・プラス要因として震災復興需要への期待がある一方で、マイナス要因として円高の進行がある。いずれにせよ、次期政権への期待感を込めてプラス要因がやや強いとみる。
	変わらない	○	○
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	