

・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	スーパー（店長）	・降雪が遅かった分、10～11月と衣料品が苦戦していたが、気温が下がり、通常の冬になりつつあることで衣料品が好調になっており、今後もこの状況は続く。食料品は引き続き堅調に動くことが見込まれることから、全体的にはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・絆という言葉が世相を反映し、一家団らのムードが高まっていることで、外食より内食が増加傾向にあることがプラスに寄与する。また、ギフトも内容は変化しているが、気持ちの表現として増える傾向にある。
		家電量販店（地区統括部長）	・今月で、売上が底を打ったと予想されるため、依然として厳しい状況は続くが、需要は徐々に回復していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の投入とエコカー減税終了前の駆け込み需要で、販売量の増加が期待される。
		自動車備品販売店（店長）	・オイル交換、タイヤ交換などのピットサービスに加えて、来客数も堅調に増え続けており、今後も販売量の増加が期待できる。また、カーナビの需要もタイヤの洪水の落ち着きとともに戻ってくる。
		通信会社（社員）	・新年度を迎えることが1つのきっかけになる。北海道は冬の観光シーズンにも重なるため、景気が上向くことが期待される。
		通信会社（企画担当）	・冬春の新品への期待が前年よりも大きいため、今後の売上の増加が期待できる。
		観光名所（従業員）	・高速道路の延伸や海外との定期便復活による観光客の入込増加の効果が期待できる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・映画の撮影等のイベントが計画されており、それにとまなう輸送量の増加が期待できる。
		住宅販売会社（経営者）	・2～3か月後には為替が円安に振れることが期待できる。また、来年3月に向けて株価も回復するとみられる。それにとまなう消費者の消費意欲も上向くことになる。
	変わらない	商店街（代表者）	・2～3か月先も防寒物のバーゲン狙いの客がまだいるとみられるものの、春物に対しての動きがそこまで早くから出てくることは見込まれないため、結果的に今と変わらない状況が続く。
		商店街（代表者）	・当地の3大まつりの1つが行われる時期であるが、中心市街地ではまつりに関連する大きなイベントも計画されていないため、イベント会場から中心商店街に人の流れは来ないとみられる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末という特殊要因を除けば、基調的に現在よりも良くなることは望めない。
		百貨店（売場主任）	・売上のトレンドはやや上がってきているものの、買上客数は前年実績を上回らず、客単価の上昇でカバーしている状況が続いていることから、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・本格的な冬の到来で冬物商材の動きは活発になるものの、欧州の信用不安の影響で客が生活防衛に入ることが懸念される。また、高騰傾向にある灯油価格も消費回復の足かせとなる。
		百貨店（販売促進担当）	・各種の動員施策を企画しても来客数の増加につながらず、縮小傾向にあるため、今後も厳しいまま変わらない。
		百貨店（役員）	・生活者は身の回りのことで手一杯な感がある。前年のエコポイント特需による消費が何か別の商材に回るのか、貯蓄に回るのかで状況は変わってくる。
		スーパー（企画担当）	・ここ数か月、客の消費行動はこう着状態を保っているが、競合店との価格競争が激しさを増している。極端な低価格販売の動きが懸念されることもあり、今後の商戦は厳しくなる。

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
		スーパー（役員）	・東日本大震災以来、今後の社会保障や税負担の問題を受けて、将来に起こり得る可処分所得の減少に備えて、消費者の生活防衛意識が相当強まっていることから、今後も厳しいまま変わらない。実際に、実質所得の減少がすでに現実化しており、その影響で1世帯の購買回数が減少し、来客数の減少につながっている。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送特需による需要の先食いにより、これまでの主力であったテレビの売上が今後しばらくは伸びないことが見込まれる。LEDなどの省エネ商品が伸びる傾向がみられるものの、テレビの落ち込みをカバーするまでには至らない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・将来の年金に対しての不安要素が景気回復を邪魔しており、今後もこのまま不安定な状況で推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・暖房用灯油の価格が高騰しており、節約志向と相まって販売量が減少傾向となる。
		高級レストラン（経営者）	・これから年金は減り、税金は増えていくため、消費はどんどん落ち込むことになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末年始を迎えるが、先行きが不透明なため、引き続き下降線をたどることになる。
		旅行代理店（従業員）	・11月に入ってから来客数が伸び悩んでいる。一方、販売単価は微減傾向にあり、取扱額の伸びが今後も見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・法人需要の低調さに加えて、個人消費の上向き傾向が感じられないため、今後も節約志向がまだ続く。
		旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所の影響により、東京方面への旅行の動きが鈍い。
		観光名所（職員）	・年内は海外客の利用増加は期待できないが、国内の個人旅行は増加傾向にあるため、集客が見込まれる。
		パチンコ店（役員）	・天候にも左右されるかもしれないが、灯油やガソリンの単価が前年よりも高いことから、消費を抑える傾向が強まり、今後も厳しい状況が続く。
		美容室（経営者）	・よほどの悪い材料が出現しない限り、当分の間は同じような状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・将来の増税が予想されるが、まだ先の話であり、客からそのことについての話は特になく、増税への危惧はまだみられない。しかし、現金買いの客が増えている現在、昨今の株安は一部の客にとってマンションの購入原資の減少となるため、今後のマンション販売に悪影響を及ぼすことになる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・行財政改革や消費税増税、年金問題等における国の方向がはっきり示されない限り、消費者心理は上向かない。
		商店街（代表者）	・年末に向かって、少しは景気が良くなるとみられるが、年末に向けての買い控えが起きている現状から、年末を過ぎた1～2月も客の財布のひもが固くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・政治やメディアにムードが左右されている。復興がはかどらないとか、欧州の信用不安、タイの洪水、国内の増税や年金の話題など、あまりにも悪い話題ばかりであるため、今後についてはやや悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報が出たが、暖冬という予報であったことから、今後の防寒衣料の動きが鈍くなることが懸念される。円高の影響も含めて消費の低迷はこのまま続く。
		スーパー（役員）	・冬に向かうなか、灯油の値上がりが続いているため、生活必需品以外の商品の買い控えが今後も継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・クリスマス商材など、高価格帯商品の予約の伸びがやや鈍い。ボーナス支給が低迷すると年末年始商戦は厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災以降の自粛ムードや消費の抑制がまだ回復していないため、今後についてはやや悪くなる。年末年始に向けて、催事品の動きも悪い。
		衣料品専門店（店員）	・年金や消費税増税の問題など、将来の生活の見通しに不安要素が多すぎるため、消費者の購買心理としては無駄に支出しないで老後の貯蓄へと回すことになるため、今後についてはやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・年末商戦はあまり期待できない。客に付加価値の高い商品を進めても反応が悪いため、必需品以外についてはやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・冬場に向かうなか、新車販売が厳しくなる。特に今年は消費者の購買意欲のない状態が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		高級レストラン（スタッフ）	・クリスマスの予約も出足が悪く、12月の景気回復も見込めそうにないため、3か月先に良くなるとは考えにくい。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・今後については、円高により海外客の入込が鈍化する。タイの洪水による各メーカーのダメージも大きく、法人需要も期待できない。また、需要を喚起するような大型イベントもない。	
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は12月が前年比105.5%、1月が前年比93.7%となっており、海外旅行は12月が前年比110.3%、1月が前年比85.4%となっていることから、年明け以降についてはやや悪くなる。	
		タクシー運転手	・オーダーの増加や来客数の増える要素が思い当たらないため、今後についてはやや悪くなる。	
		美容室（経営者）	・どのような角度から見ても、景気が良くなるような要因が何1つ見えてこないため、今後についてはやや悪くなる。	
		悪くなる	スーパー（店長）	・お歳暮商戦が始まったが、出足が非常に悪く、生鮮品の全国配達数も大幅に減っていることから、今後についてもやや悪くなる。
観光型ホテル（経営者）	・北海道への国内航空路線の削減と使用機材の小型化により、本州方面からの輸送力が大幅に低下しており、集客自体が困難になっていることから、今後については悪くなる。また、デフレの進行による景気低迷、北海道方面への観光需要低迷により、宿泊単価の下落傾向に拍車がかかっている。			
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		建設業（従業員）	・予算の補正措置により、年度内に公共建築工事が相当額発注されるという情報があるため、今後についてはやや良くなる。	
	変わらない	コピーサービス業（従業員）	・受注額の大きな案件が決定するようになっていることから、今後についてはやや良くなる。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・来年の春先にかけて、受注していた大型物件が納入されることになるため、今後については期待が持てる。	
		食料品製造業（団体役員）	・震災復興などの補正予算が国会で議決されたものの、財源問題や消費税の増税、年金支給額の減少の話が先行していることで消費者の節約行動が強まっていることから、今後も厳しいまま変わらない。	
		食料品製造業（役員）	・2～3か月先までは、スポット的受注がつながって現状維持が見込めるが、その先の受注状況が不透明である。	
		家具製造業（経営者）	・東日本大震災の復興需要が拡大し、請負物件にも動きが出てきつつある。しかし、欧州の信用不安が市況を冷やしかねない状況にある。	
		輸送業（営業担当）	・待望の農産物の入庫が開始したが、過去2年が不作ということで、繰越在庫が少ない。新物の出庫も始まっており、本州への出荷は良いが、倉庫業としては厳しい環境にある。また、円高により、紙製品の輸出がストップしていることもマイナス要因となっている。	
		金融業（企画担当）	・観光関連は持ち直し傾向が続く。しかし、個人消費は冬期賞与の減少が見込まれることから、正月商戦、春物商戦は弱い動きとなる。建設関連は公共投資や住宅投資の減少傾向は変わらず、停滞感が強まる。総じて景気は横ばい圏内での推移となる。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・建設投資においては、現行の執行案件が減ると同時に第3次補正予算の執行が見込まれることから、今後も変わらないまま推移する。	
		やや悪くなる	金属製品製造業（役員）	・建築確認申請が落ち込んできており、住宅着工率も同様に少し悪い状況で推移していることから、今後についてはやや悪くなる。
			輸送業（支店長）	・本格的な冬場が始まり、土木建築物の需要が落ち込む。また、円高の影響で紙や機械部品等の輸出が不調であることに加えて、魚類の不漁が重なり、全体の取扱量が減少する。一方、輸入に大きな落ち込みはないとみられることから、全体ではやや悪化での推移となる。
			通信業（営業担当）	・当社の状況だけを見ると、販売量や問い合わせ量は見込みどおり堅調に推移しているが、一方で、世界的な経済状況に大きな不安があり、この先、国内、道内にも少なからず、その影響が出てくる懸念があるため、今後の景況感はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・例年、冬期間の建物工事は少ないが、今年も増加する要因が見当たらない。今後、土地の売買、建物の工事は更に減少することになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・先行きへの懸念で設備投資控えが続くことになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・北海道内の公共工事の発注量が減少していくため、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	建設業（経営者）	・手持ち工事が完了していくなか、新規の受注がほとんど見込めないため、1番底の状態になる。第3次補正予算による新規案件の発注時期や工事内容、規模などがどうなるかはまだ分からないが、量的には多くを期待できず、繰越になる可能性もある。ただし、企業にとっては厳冬期施工よりも来春施工の方が望ましい面がある。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・欧州の信用不安等により、リーマンショック以上の世界的な不況になりそうな気配があるためか、システム投資に対して企業が消極的になっており、リース会社、カード会社の作業が先送りになっている。
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）	・個人消費関連が回復してきているため、この秋口からの求人増加傾向はしばらく続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業側の採用担当者との会話で、再来年度の採用に向けた積極的な採用意欲や求人増の傾向がうかがえる。しかしながら、道内企業については、現時点における採用動向に見え難いところがある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数そのものは前年より13%程度上回っているものの、前月や前々月と比べると2～3%の減少傾向となっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は前年比プラスを維持しているが、業種によってはプラス幅が若干縮小してきている。大きく件数が落ち込むことはないにしても、これまでのように高い水準での前年比プラスを維持できない懸念がある。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年よりも改善しているが、非正規社員の割合が前年より高くなっており、不安定な状況が続いている。さらに、円高や欧州の信用不安等の影響から企業が慎重にならざるを得ない状況にある。
		職業安定所（職員）	・前年と比較して求人倍率が依然高く推移しているが、その増加幅は縮小しており、新規求人数も減少していることから、全体的には回復基調にあるものの、先行きに不安を感じる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ここ3か月、企業への派遣数、紹介数は横ばいで推移している。年末に向けてパートやアルバイトの求人がある程度増えると思われるが、年明け以降は公共事業も終了していることから、求人は低迷する。また、業績の拡大に向けた企業活動にも期待できないため、雇用状況は横ばい又は低迷で推移する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・出稿の好調なここ数か月の勢いが維持されることを期待したいが、2月は毎年求人数の落ち込みが激しい月であるため、やや悪い程度で収まれば良い。
	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）	・今後、当地域特有の初売り商戦を控えているが、ビジネスマンのなかには防寒衣料など冬物をしっかり揃えようという傾向があるため、需要増が期待できる。また、客の話を聞くと、震災復興などで仕事が忙しかったこともあり、衣料品購入に回せるお金が増えているようである。したがって、年末年始休暇などの休日には、買物やレジャーに動きがあるのではないかとみている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・新たにサービス業の店が出店した反面、古くからの店が閉店するなど地元店が苦戦するなかで、中央資本の店舗の進出が盛んな状況は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・商品が多少だぶついてきているが、全体的には予想以上に持ち直してきている。今後、どの程度まで数字が上がっていくかは分からない。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・今年は震災があったため、例年と全く違う状況にある。忘年会をして盛り上げようという雰囲気があるため、近隣の飲食店では、予約が例年より大分多くなっているようである。人でにぎわえば当店にとってもプラスになる。
		コンビニ (エリア担当)	・景気に対する様々な不安定要素は依然として解消されていないが、顧客の来店状況に変化は無く、年末年始の販売促進策を手堅く実施することで現状は維持できる見通しである。
		コンビニ (エリア担当)	・高速道路の無料化により、人の動きが活発になることや、ハレの日の特需効果が前年より期待できることから、プラスに転じると予想している。
		コンビニ (店長)	・復興予算が成立したので、今後、震災復興事業が本格的に執行されれば、当地域の景気は総合的に上向いていくと予想される。特に建設業が下支えとなり、今後数年間は上向きで推移するのではないかと。
		衣料品専門店 (経営者)	・防寒衣料に本格的な動きがない状況で、年明けのバーゲンに客が集中するのではと予測している。
		衣料品専門店 (店長)	・買上客数は安定しており、1人当たりの買上点数が上がってきている。また、タンス在庫にない気に入った商品なら多少高くても購入する客が増えてきている。そういったことから、今後も期待が持てる。
		乗用車販売店 (経営者)	・来月半ばに発売予定の新型軽自動車について、既に先行受注が入っていることから、発売後の更なる受注増が期待される。
		乗用車販売店 (経営者)	・各社とも前年末より、より多くの新型車の投入が予定されている。特にHV車に代表されるエコカーは時代のトレンドでもあり、顧客の動きも活性化すると予想している。
		住関連専門店 (経営者)	・震災の影響も落ち着いてきて、ようやく自分の生活もできるようになるため、必要な物は出てくるようになるであろう。今月よりは若干良くなっていると予想している。初売り以降、小学校入学関連や雛人形及び節句関連の商材が少しはプラスになると見ている。
		高級レストラン (支配人)	・復興景気はまだ始まったばかりであり、観光は幾分弱いですが、人の流れは明らかに当地域が中心となっており、引き続き上向きの動きが期待できる。
		都市型ホテル (スタッフ)	・来月の予約状況も堅調に推移しており、上向きの見通しである。
		旅行代理店 (店長)	・東京電力福島第一原子力発電所の事故に伴う賠償金支払により、当県においても金が動き出す。賃金の遅配等も解消され、消費活動がさらに活況となることが見込まれる。
		住宅販売会社 (経営者)	・住宅受注残と併せて、新規受注予定の見通しは明るい。
		その他住宅〔リフォーム〕 (従業員)	・工事が徐々に完了に向かい、売上計上が始まる。
変わらない		商店街 (代表者)	・年末年始商戦の商店街のセールは規模を抑え目にし、各店も全体的に縮小傾向のようである。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・店が飽和状態ということもあり、一般薬の売行きはだんだん悪くなってきている。客は、相談は当店で、購入は安い店でというふうに店を使い分けている。そういった状態は今後も変わらないのではないかと見ている。
		百貨店 (売場主任)	・プラス要因とマイナス要因の両面が様々に交錯しており、どちらの方向に向かうのか予測は付かないが、現状のまま推移するとみている。
		百貨店 (総務担当)	・国内や海外の不透明な景況感から、客のマインドがどうなるか、先行きが不透明である。
		百貨店 (企画担当)	・お歳暮ギフトは堅調で、年末商戦まで現在の状況が続くとみており、初売りなど年明け以降の動きも楽しみである。
		百貨店 (営業担当)	・見舞い返しの需要は中元で一段落ついたらとみられ、お歳暮商戦では今のところ同様の需要は少ない。ただし、今後2、3か月は、冬物や梅春物の需要が続くと考えられるため、現状と比較して先行きに大幅な変動は無いと予想される。
		百貨店 (買付担当)	・復興需要は当分続くと見ている。

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）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の影響により、海産物や農産物関係で不安な要素も多いが、震災後、初めての年末ということで帰省客が多いと聞いており、年末年始の商売は前年以上を見込んでいる。
		スーパー（経営者）	・復興関連の需要が2月くらいまでは続くものと見ている。
		スーパー（経営者）	・復興予算が成立したが、それが執行されて有効需要になるにはもう少し時間がかかる。しばらくは今の状況が続く。
		スーパー（店長）	・所得水準も上がらず、節約傾向はますます強くなると見ている。景気が好転する材料が見つからない。
		スーパー（店長）	・価格等、ディスカウント対応が続くため、全体として1品単価はダウンの傾向にあり、客単価が伸び悩んでいる状況である。ここをどう変えていくかが課題となる。
		スーパー（店長）	・今後、節約、低価格志向による特売品の依存度は更に高まると予想される。
		スーパー（店長）	・前年の相場高の反動で苦しんでいるが、今後もしばらくは同じ状況が続く見通しである。
		スーパー（店長）	・冬に向けて、消費動向の減少が予想される。
		スーパー（営業担当）	・ここ数か月の消費者の動向を見ると、節約志向はまだ続くことが予想される。
		スーパー（販促担当）	・寒さが厳しくなるにつれ、衣料の売上は伸びるが、生鮮類は産地も含めて今と大きな変化はないと見ている。また、客の買物行動は震災後と同様、特売価格をチェックして、店舗の使い分けを行うなど、無駄な出費を抑える傾向は続く。
		コンビニ（経営者）	・当分、復興需要は続き、売上は堅調に推移するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・商品の品薄や入荷遅れが目立つなど、震災等の影響がまだまだ続くなかで、運賃等の値上げにより利益の減少が今後も続くのではと懸念している。
		衣料品専門店（店長）	・当地の景気が不安定で、客の買い控えの傾向は続くとも見ている。
		衣料品専門店（総務担当）	・災害対策や消費税増税等の政府方針、内容がまだ見えない状況にあるため、一般消費が今後拡大していくとは考えがたく、現在の状況が続くとみている。
		家電量販店（店長）	・家電販売業界では、テレビに代わる主力商品が出てこなければ、数年は現状維持の状態が続くとみている。
		家電量販店（店長）	・景気の底上げ部分としてプラス要素になる話題が全くないことと、欧州の信用不安が日本の株式市場にも影響を与えているため、現在の状況が変わることはない。
		家電量販店（店長）	・タイの洪水被害による商品の供給不足といった不安材料はあるものの、現在、省エネをキーワードに来客数及び客単価が上がっているため、プラスマイナスでそう変わらないと見ている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の個人需要は冬のボーナスの動向並びにエコカーへの関心の高まりから、今後発売が予定されている次世代環境対応車に期待している様子が見受けられる。一方、法人需要は一部の業種では活況を呈しているものの、昨今の円高で身動きがとれず深刻な状態が続いている業種も数多い。また、自動車の買換えサイクルの長期化が顕著であり、当面、市場回復の実感を持ってず、低迷状態が続くのではないかと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・タイの洪水被害による影響もあり、生産再開や代替供給等が進んだとしても原状回復が精一杯と考えられる。エコカー減税継続見込みから、年度末もそれほどの駆け込み需要はないのではないかと予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税が間もなく終了予定にもかかわらず、商談等はなかなか増えてこないため、今後も販売の増加は見込めない。
		住関連専門店（経営者）	・地方都市は構造的に人口減少に伴う経済の縮小が進んでいる。公共投資が望めないなか、最大限の販売努力はもちろん、経費の圧縮など業態を現実の売上に合わせるように変化させている。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・問屋の話聞いても、単価の安い物しか動かず、売上は落ちているとのことであり、状況は変わらない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・現状のまま変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・例年ならば年末年始にかけて繁忙期に入るが、来年の正月は喪中の人も多いため、どこまで正月ムードになれるかが不透明である。
		その他専門店〔食品〕 (経営者)	・東京電力福島第一原子力発電所事故の解決の糸口が一向に見えてこない。このような状況では東北の農畜産物は受け入れてもらえない。
		その他専門店〔靴〕 (経営者)	・正月の初売りのにぎわいがどうなるか不透明で、景気が良くなる要素は見当たらないが、落ち込む雰囲気もうかがえない。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・良くなるような材料も見当たらない。今後何が売れるのかの判断が難しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	・冬場に入り、復興需要が雪の影響で遅れる見込みであり、東北の高速道路無料化も冬場のことで観光需要にあまり寄与しないと予想される。総じて、しばらくは今のままの状況で推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	・だんだん良くなることを期待したいが、買い控えの傾向はまだ見られ、先行きは不透明である。
		高級レストラン(経営者)	・年が明ければ、現在見られる復興に向けた勢いに陰りが出てくると見ている。
		一般レストラン(経営者)	・現在のような安売り、値下げ競争をしながらやっていく状況は3か月後も続く。
		一般レストラン(経営者)	・駅前や繁華街は活気があるようだが、当店のよう中心部から1、2キロ離れてしまうと活気がない。予約の状況から見ても、今後も現在のような状態が続く見通しである。
		一般レストラン(経営者)	・12月は忘年会シーズンのため、例年通り忙しくなることが予想されるが、1月の動きはまだ読めないため、景気が良くなるのか判断し兼ねる。
		一般レストラン(経営者)	・震災復興バブルと言われるような当地域の繁華街の需要も落ち着きつつあり、今後、景気が上向くとはいえない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・これから年末に向けてクリスマス商戦及び年末商戦が控えているが、今のところ反応は鈍い。社会に閉そく感が漂うなかで先行き不透明感が強く、企業並びに個人ベースでの防衛意識が非常に高くなっている。価格競争では体力的にきついがそうも言っていられない。低価格商品をいかに価値あるものとして販売できるかがポイントである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宴会は法人や団体の新年会がメインだが、それ以外の新規受注は今のところ動きが無く、宿泊部門はオフシーズンとなり、レストランも天候に左右されやすいため、不安定な要素が多い。
		旅行代理店(従業員)	・第3次補正予算等で、3月末までは現状維持で推移すると見込まれる。継続的な需要発生が鍵となる。
		通信会社(営業担当)	・当面、景気が上向く材料が見当たらない。
		通信会社(営業担当)	・景気が好転する材料が見当たらない。
		通信会社(営業担当)	・好況感が特需関連に限定されており、その他の企業は投資に慎重である。好転材料は特に無い。
		通信会社(営業担当)	・1、2月は1年で最も新規加入者が少ない月であり、特に良くなる材料も見当たらないため、例年と変わらないと予想している。
		テーマパーク(職員)	・高齢者の来場が増えている反面、東京電力福島第一原子力発電所事故の影響が続いているため、本来の客層が戻るまでには時間を要する。
		観光名所(職員)	・2、3か月先の予約状況の前年実績はマイナス20～30%であり、この先も傾向は変わらないとみている。
		競艇場(職員)	・失業保険や特需などの震災関連の動きが一段落するまでは、現在の状況が続くとみている。
		設計事務所(経営者)	・先行き不透明で景気が良くなる材料が見当たらない。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・東日本大震災の発生から約1年となることから、消費者は必要な物しか購入しなくなっている。3か月後は踊り場状態になると見ている。
		商店街(代表者)	・復興関連の需要について商店街への波及は期待できない。
		百貨店(経営者)	・復興バブルの様相を呈している地域もあるが、当地域は全くの蚊帳の外で、雇用が回復していない。したがって、今後2、3か月の回復は難しい。
		百貨店(経営者)	・震災復興需要も一段落し、円高、株安等の影響がより出てくる。

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（経営者）	・好材料が無い。
		コンビニ（経営者）	・競合店出店による来客数の減少により、厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・夏以降、売上、来客数共にそれほど大きな変動はなく、短期の景気動向に変化はみられない。ただし、積極的な消費は見込めず、今後の景気は徐々に悪くなると予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・前年のたばこの駆け込み需要の反動減による販売前年比の増加が薄れ、下降してくる。また、たばこ以外の商品販売についても改善の見込がない。
		衣料品専門店（店長）	・セールは一段落し、春物もしばらくは売れない。
		住関連専門店（経営者）	・義援金をもらった人もたくさんおり、一時的にはお金の動きがあるようだが、景気の悪い状態はこの先も続くことが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始の書き入れ時に突入するが、忙しさは季節的な一過性のものである。イベント以外で家族や友人と飲食店で食事をとるといったことについては自粛ムードがうかがえる。
		観光型ホテル（経営者）	・復興の集中支援も少なくなり、例年通り、地元客を中心に営業するしかない。支援の後の反動が心配である。
		観光型ホテル（スタッフ）	・週末は混んでいるものの、平日は東京電力福島第一原子力発電所事故に伴う風評被害によるためか、特に遠方からの客が減っている。この先についても、デフレによる客単価の低下や来客数の減少は続くと考えている。現在の予約状況からも厳しくなることが予想される。
		観光型旅館（経営者）	・震災後に一息つきたいという意識から12月から1月にかけての忘新年会の需要は増えているが、震災特需の流れは落ち着きつつある。シーズンのオン、オフに関係なく直前予約が大半を占める状況であり、現在の予約状況から景気の先行きを判断するのは難しいが、2月以降、通常の客の旅行マインドは逆に低下する傾向が予想される。
		観光型旅館（スタッフ）	・現状の予約販売状況では回復は期待できない。大型観光キャンペーンもほかのエリアが中心であり、その影響がマイナスに振れる可能性が高く、楽観視できない。
		都市型ホテル（経営者）	・忘年会は例年通りであるが、新年会の予約率は非常に悪くなっている。婚礼の動きも鈍化している。復興特需も下火になり、先行きはやや悪くなるのではないかと予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現時点で原因はつかめていないが、2、3月の予約状況は極端に悪い。
		タクシー運転手	・東日本大震災以降、バスなどを利用する客が増えており、乗客の減少が懸念される。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンに対する法人企業の需要はほとんど変わらず、販売量自体が減少傾向になる可能性がある。
		美容室（経営者）	・第3次補正予算の成立により復興事業がいつの時点でどこから動き出していくのか、ボーナスの支給はどうなるのか、倒産企業が増えるのではないかなど、不安要素が多く、景気は後退すると見ている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・震災復興財源の確保、消費税やその他の増税の議論が進むほど、消費者の自己防衛意識が高まり、消費が停滞することが予想される。
悪くなる	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・社会保障や税制など、個人消費を取り巻く環境は不透明感が強まっており、消費はますます抑制傾向に向かうのではないかと心配している。	
	スーパー（経営者）	・人口減少にもかかわらず店舗出店が多く、完全なオーバーストア状態にあるため、競争は激化し、デフレが更に進む。	
	コンビニ（経営者）	・放射能汚染の問題で人が戻ってこないため、景気はますます悪くなっていく。	
	その他専門店〔酒〕（営業担当）	・年末年始の需要が悪化するとともに、米の価格高騰や地域経済の悪化がマイナスの影響を及ぼす可能性が高いとみている。	
	タクシー運転手	・景気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	—	—
		建設業（従業員）	・第3次補正予算の成立に伴い、大型の震災復興関連工事の出件の確度が上がっており、期待できる。
		輸送業（経営者）	・ほぼ震災前の状況に戻っている。操業度に若干の不安はあるが、現状よりは良くなるだろうと、物量の増加に期待している。
		通信業（営業担当）	・大口顧客からの値下げ要請が落ち着きはじめており、新規受注案件も好調の兆しがみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞販売店〔広告〕(店主)	・配達員募集の広告を出しても、なかなか人が集まらない。他の業種も同様のようである。失業手当が切れて、職を求める人が増加してくれば、あるいは、がれき処理の仕事が落ち着いてくれば、就職活動や企業の活動ももう少し活発になると予想している。
		公認会計士	・震災復興関係の需要がこれから少しずつ浸透していけば、建設業関係を中心に業績が改善する企業が増えてくると予想される。
		コピーサービス業(経営者)	・第3次補正予算が通ったため、近いうちに、何らかの形で仕事につながると見ている。そうなれば、復興のスピードも増し、仕事量も増え、景気も上向く。
		金属工業協同組合(職員)	・年度末に向けて製造業全体の動きが出てきている。特にここに来て半導体関連の動きが出てきている。また、タイの洪水被害の影響で仕事が一時的に日本に戻ってきていることに加え、海外製造等を見直すことを検討する動きも出てきている。また、有機ELの動きが良い。
	変わらない	食料品製造業(経営者)	・夏の中元は震災の見舞返しなどで結構潤ったので、歳暮需要においてもその辺りにやや期待が持てる。反面、全体的に客の懐具合がいいようには見えないので、歳暮需要にどのくらいつながるかが心配である。
		食料品製造業(経営者)	・当業界では、12月が最大の商戦であり、その動きで1年が決まるといっても過言ではない。12月次第でその後の状況は大きく変わる。
		木材木製品製造業(経営者)	・全国的に住宅需要が増えていくことはないとしている。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・円高、株安に加え、震災復興のための消費税アップ等の不安材料はあるが、景気が上向く材料はほとんど無い。現在の企業業績も良くないため、財布のひもは固くなる一方である。
		建設業(企画担当)	・現状のまましばらくは大きな変化は期待できない。一方、人手不足とコストアップが懸念される。
		通信業(営業担当)	・年末年始の動向不安から、先行きは現状維持程度にとどまるとみている。
		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)	・持ち直しの動きは継続しているものの、ここへきてそのテンポが緩やかになっているようである。円高等の問題を見極めていく必要性から、今後の動きは横ばいで推移すると見込んでいる。
		広告代理店(経営者)	・年度末の物件もある程度見込めることから、大きな変化はないとしている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕(経営者)	・受注、販売共に非常に悪い。まれにみるような悪さで、この先どうなるか非常に心配している。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕(経営者)	・復興事業関係者による繁華街の繁盛はしばらく見込めるが、在庫がひっ迫してきた地元清酒メーカーが出荷調整を始めたことから、年末以降、高止まりの状況が予想される。
		その他企業〔企画業〕(経営者)	・地元住宅メーカーの場合、消化力に限界があるため過剰な受注を避け、適正棟数にとどめる傾向がある。そのため、受注が多い現状のまま推移する。ただし、業界全体としては棟数は増加する見通しである。
	やや悪くなる	農林水産業(従業者)	・TPPの交渉参加に向けた協議入りの表明により、米にかかる関税の撤廃などを見越した卸業者などが米の買いたたきをするのが予想される。
		食料品製造業(総務担当)	・年末の需要期が終わり、家庭での在庫も増え、新規購入が少なくなる時期である。競合も激しく、例年以上に厳しくなることが予測される。
		食料品製造業(総務担当)	・求人倍率も低迷しており、消費者の購買意欲の向上は期待できない。
		広告業協会(役員)	・第3次補正予算では、復旧、復興のハード面を中心に組まれているが、観光PRやイベントといったソフト面は組まれているため、広告業界は復旧、復興需要が一段落すれば市場は厳しくなることが予想される。
		経営コンサルタント	・復興特需は徐々に剥落し、不調業種は相変わらず低調といった状況になる。
		司法書士	・東日本大震災の復興による景気上昇を期待しているが、就職先が見つからない人も多い。

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
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・現在の不景気の原因は、円高、欧州の信用不安及びタイの洪水被害に伴う海外工場の生産停止により国内工場が影響を受けたことに加え、世の中のニーズが変化してきているところにある。若者のニーズはPCや携帯からスマートフォンやタブレット、モバイル端末などの商品に移行しており、IC部品などもPCなどから見ればはるかに少ない部品点数でできてしまう。また、タイの洪水被害により自動車関連の半導体需要も落ち込み、景気の低迷に拍車を掛けている。したがって、半導体の需要回復は見込めない。
	悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、輸出環境が極めて厳しい状況にある。加えて、欧州の信用不安に伴う混乱やタイの洪水被害の影響も懸念される。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・復興のスピードや景気回復が実感できるようなオーダーラッシュとまではいかない。
		アウトソーシング企業（社員）	・しばらくは復興関連の仕事が多くなると見ている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・震災復興需要で全国から支援企業等が集まっており、量は小さいがサービス業を中心に震災復興バブルが起きている。当面この状態は続くと思っているが、特需的なものなので、この間に実質的な地元活性化が推進されることがポイントになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災後のイベント自粛ムードはほぼ無くなり、各業種とも活発に開催されてきている。それに伴い、求人活動も活発になっていくと予想される。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の減少基調が続くとともに、雇用調整を実施する企業も減少に転じている。また、円高やタイの洪水被害の影響はあまり聞かれず、求人の増加基調も続いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・ボランティア団体からの請負業務に代わり、原子力損害賠償支援機構からの大型請負業務が開始となる見込みであるが、登録者が減少傾向にあって不透明であり、2、3か月先はあまり変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・円高の問題や欧州の信用不安等々で先行きが不安な部分はあるが、震災の特需があるという顧客の声もあり、しばらくは現在の状態が続く。
		人材派遣会社（社員）	・円高等により、先行き不透明感が強くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・欧州の信用不安、円高など、先行き不安が続くことが予想される。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加は見込めず、新規求職者も現在と同水準で推移することが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響は計り知れない。新規求人数は前年同月比で7か月連続で増加となり、月間有効求人数も7か月連続で増加している。有効求人倍率は少しずつ上向きに移行している。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）	・新規学卒者を対象とする求人が前年同月比で減少している傾向は変わらない。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢が好転する材料に乏しく、円高の影響が一層懸念されることと、冬期間に入り求人数の減少も予想されることから、求人倍率は一進一退が続くと見ている。
職業安定所（職員）		・建設業が忙しくなっているため、それに付随した業務は繁忙が予想されるものの、状況が好転するといえる状況ではない。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・求人活動は活発であるが期限付き雇用の求人が多く、正社員の割合は減少傾向にある。また、製造業では円高の影響も徐々に始まっており、状況が良くなるような材料は見受けられない。	
	職業安定所（職員）	・円高の影響で県内の工場を県外の本社に集約し閉鎖を予定する企業や、県内工場での生産を海外生産に切替えて、県内工場はコールセンター化を検討している企業もある。円高の影響が徐々に出て来ている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・被災県に対する復興支援が一段落し、今後は地域が自力で立ち上がっていかなければならないなか、住宅や建築、車両など限られた業界の需要は高いが、観光レジャー、し好品、外食などの不振は続く。

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	コンビニ（経営者）	・クリスマスや年末年始、バレンタインデーやホワイトデーなど、取りこぼしがないよう心掛ければ、まだまだ拾っていきける。余程の悪天候でも続かない限りは大丈夫である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・現在、来年春の学校販売の注文を受けているが、2月の初めごろから販売が始まるので3か月先は景気も良くなり、売上も伸びていく。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の評価が良い。また、エコカー減税の駆け込み需要が始まってきたため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費がある程度抑制されている状態が長く続いているが、少なくともあと2～3か月たてば消費の意欲が多少増す。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから忘年会並びに新年会などで、前年並みに行くかどうかは難しい点もあるが、サービス業にとっては多少伸びるのではないかと期待するところが大きい。当地域は決して景気が良いというわけではないが、客の財布が一番緩む時期であり、多少良くなっていく。
		通信会社（経営者）	・低値安定であり状況は良くないが、年末年度末に向けた見積りや受注が増えており、多少の好転要素が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・例年どおりとはいかないまでも、年末のボーナス商戦で少なからず消費の促進がある。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・例年そうだが、年を越すと景気の流れや雰囲気みたいなものがかかり変わってくるため、現在の流れからすると、今が一つの底のような気がする。12月になると年末商戦及び客の使用可能金額が増えることもあり、若干希望的観測ではあるが、先行きある程度客が戻ってくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・周囲に聞いても、購買意欲は全く見当たらない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・株も低調で物価も安値安定のため、放射線の影響で米が値上がりしているくらいであり、景気の浮揚は見込めない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・客が特に関心を持つような商品が出るか、環境が変わらなければ、なかなか難しい。
		百貨店（販売促進担当）	・冬物クリアランス時期に入ってくるが、クリアランス前の買い控えが年々顕著になってきている。また、クリアランスセールでは一時的な売上は確保できるが、継続しない傾向にあり、必需品以外の購買は依然慎重である。
		百貨店（販売促進担当）	・気温の変化に伴い、少しずつだが重衣料や防寒物が動き始めており、特に機能下着は堅調に売上を伸ばしている。しかし、店全体で見ると、こういった売上をけん引する商品が少ないため、今後も今とあまり変わらない。
		スーパー（店長）	・冬の行楽や観光が大きなマーケットになっている立地のため、例年どおりに降雪があれば当店も潤うが、東日本大震災時からの外国人客の減少と暖冬傾向で期待は持てない。
スーパー（総務担当）		・福島第一原子力発電所の事故、円高、年金問題等、消費が増える要素が見当たらない。	
スーパー（統括）		・東日本大震災や節電の影響でクリスマスイルミネーションなどに対する社会的抑制が働き、消費意欲をかき立てるヒット商品やトレンドも少なく、天候、気温などの気象条件に左右される営業状況が続く。	
スーパー（経営企画担当）		・製造業が良くなって景気が回復する要素が感じられない。地方の小売業は、世の中の景気が良くなってからでないと良くなるはならないため、変わらない。	
スーパー（副店長）		・景気が良くなる要素があまりにも少ない。	
コンビニ（経営者）	・来客数増を見込める動きがないことと、イベント間に地域の活動がないため、変わらない。		
コンビニ（経営者）	・正月が過ぎると例年、来客数、売上共に非常に落ちるが、現状の方向からはひどい落ち込みにはならず、変わらない。		
コンビニ（経営者）	・客の購買力に覇気が感じられない状況は変わらない。		
コンビニ（経営者）	・東日本大震災後の客の購買量は今と変わらず、それほど良くもならないし悪くもならない。		

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
		コンビニ（店長）	・大変遅くなったが、東日本大震災による家屋の修理がようやく近隣にも及んできたようで、その関係者らしき来客が増えている。しかし、これは一時的なことであり、基本的に来客数は横ばいである。
		コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響はまだ若干残ってはいるが、大分通常の形に戻ってきているため、季節ごとの変化はあるものの、特別大きく変わることはない。他の店舗の出店があるため、その点で若干影響が出てくる程度である。
		衣料品専門店（経営者）	・12月第1週からの歳末セールの開始を皮切りに、各種イベントを例年どおり企画しているが、環境の改善は望めず、あまり期待できない。
		衣料品専門店（統括）	・客の他地区への流出が目まぐるしく起きている。郊外ショッピングモール等、まだまだ勢いは止まらないため、中心商店街の利用は元に戻る気配がまだにない。これから年末年始に向けても期待は非常に薄く、今後は今までと違う対応を考えなければならない。
		乗用車販売店（従業員）	・国内外の問題が発生しているため、需要が回復してきているとは思わないが、低価格な小型車には需要が発生する。
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ2～3か月は年末年始、スキーシーズン到来と好条件がそろっているが、当地域は観光地のため風評被害でまだ客が戻ってきていない。年内、正月早々と客が来てくれれば良いが、風評被害が落ち着くまで来ないとなると、現状のまま景気はあまり上向きにならず、変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界の中にもいろいろな収益部門があるが、ディーラー、メーカー等をのぞいてみると、当社でもここ数年、販売よりサービス部門での収益比率が高い。予想を立てやすいサービス売上に頼るところが大きいので、景気はあまり上がり下がりが少ない。
		乗用車販売店（販売担当）	・景気も売行きも変わらず、かえって悪くなるのではないかと心配しているが、このままの状態がしばらく続く。
		乗用車販売店（管理担当）	・まだまだ消費者の節約志向は根強く、財布のひもは固い。円高が続くと企業収益は更に悪化する。
		住関連専門店（統括）	・株値低迷、年金制度等の不安定要素が多く、購入意欲が減少方向にある状況は変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・ほとんど東日本大震災の影響がなくなり、限定地域での特需も落ち着きつつある。その中で日用消耗品、ペットフードなどは購入数の減少がみられ、季節の後押しの期待以外にプラス要因がない。
		一般レストラン（経営者）	・飲食に関しては、福島第一原子力発電所の事故の風評被害がじわじわと来ている。また、閉塞感を取り除くためにはまだ時間がかかり、世界的なマイナスの雰囲気が変わらないと無理である。
		一般レストラン（経営者）	・当店の外装工事も終了し、売上は上向いているものの、忘年会シーズンに対する客の反応があまり感じられないため、先行きも変わらない。
		観光型ホテル（営業担当）	・身の回り而言えば、地元の活性化に向け地域で一体となった販売促進策が必要だが、好況となる要素が思い浮かばない。
		都市型ホテル（経営者）	・低価格安定で、良くなる兆しがない。
		都市型ホテル（営業担当）	・過去3か月と今後の宿泊客の動きを比べた場合、目新しく大きく増えるような要因も減るような要因もないため、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・環境の変化が期待できないため、変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・販売量が前年比7～8割という月が続いている現状から見て、今後も厳しくなる。
		旅行代理店（副支店長）	・海外旅行や長期の旅行が減少気味である。前年同時期に比べても受注が少なく、年末年始にかけての旅行の申込みも少ない今月と同じ状態が続く、大きな変化はない。
		通信会社（総務担当）	・景気の先行きが不透明であり、個人消費は低迷したまま厳しい状況は変わらない。
		通信会社（局長）	・年末商戦等、消費刺激材料への期待感はあるものの、短期的なものである。長期化しているタイの洪水の国内経済への影響やT P P参加問題などが不安要素となり、景気に影を落とす懸念から、家計にも心理的に影響し変わらない、又はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（販売担当）	・ボーナス商戦で期待はしているが、円高などの先行き不安が続くため、財布のひもは固い。
		遊園地（職員）	・レジャー、サービス業界は徐々に回復傾向にあるが、持ち直しのテンポが緩やかになってきていることから、今後の景気はあまり変わらない。
		ゴルフ場（業務担当）	・先月に比べて来場者数は若干増えたが、前年に比べて売上が伸びていない。どうしても単価の動きが敏感で、低価格料金に集中しがちなところがある。コンペなどにおいてもパーティーの単価が下がっている関係で、総体的に売上が出ないため、来場者数は入っても客単価は下がっている。12～1月の状況は土日のコンペの取り込みが前年を上回っているの で、土日の集客には幾らか反映されるが、それは早めの特割、低価格プランである。
		ゴルフ場（支配人）	・年末ゴルフを期待しているが、予約数は前年と変わらない。天候によって予約が前後するので、安定した天気を期待したい。
		競輪場（職員）	・他場の全国記念競輪の売上も、ほぼ前年度と同様の推移をしているため、変わらない。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・年末年始のお歳暮や年賀等の買物で、購入する品物が多少変わり多くなるが、ボーナス等が出ても必要最小限の買物にとどまる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・各イベント、大型店の提携、共同イベントなどの販売促進策を行っているが、それにもかかわらず、客の買い控えと宿泊客の横ばいといった点から、先行きも変わらない。
		設計事務所（経営者）	・小規模の物件は幾つかあるが、まだまだ物件は少ない状況が続く。
		設計事務所（所長）	・地元建設業界の下請業者が全く足りない状況は、少なくとも今後3か月は続く。
		設計事務所（所長）	・悪い状況からやっと脱出したため、ここしばらくは安定し、今月と変わらないと思うが、年末から新年にかけてのイベントを実施し、受注促進に役立てたい。
		住宅販売会社（経営者）	・ムードが非常に停滞している。物件はまだまだ下がっているようなので、このデフレが続いている以上は、こうした沈滞ムードが続く。
		住宅販売会社（従業員）	・円高、タイの洪水の状況、東日本大震災後の状況と不安定な要素が多く、しばらくは踊り場の環境が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・交通量調査を見ると、減少傾向が顕著である。隣接大型店の移転の影響がだんだんに効いてきている。
		商店街（代表者）	・暖冬の年末年始であれば買物に出かける気にもなるだろうが、それにしても東日本大震災の影響は残っているため、買い控えはある。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・これといって消費者の購入意欲を誘うような商品がない。エコ、省エネとはいっても、太陽光発電購入には補助金があっても高額な設備投資となり、一般ユーザーは成約に結び付かない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・タイの洪水による影響を受けている企業が結構ある。また、高齢者の購買意欲がここ2～3か月落ちているため、やや悪くなる。
		百貨店（総務担当）	・来客数の減少に加え、1人当たりの食品などの売上も減少し、目玉商品の売上も多くない。また、以前よりそういった客が多く、より目立っている。当店の利用客は60～90歳が多いが、年金の減額も売上の低迷の1つに考えられ、先行きが非常に不安である。
		百貨店（営業担当）	・円高による影響と欧州の信用不安を含めると、消費マインドは一向に上がる気配がない。相変わらず慎重か、マイナスの傾向になる。
		百貨店（店長）	・国政や景気の先行き不透明感などにより、今後、更に不安感が増して行く。
		コンビニ（経営者）	・欧州の信用不安やアメリカの景気後退による円高からくるデフレ、輸出企業の収益悪化による日本市場全体の景気低迷により、先行き不透明感からの買い控えがあるため、やや悪くなる。
		高級レストラン（店長）	・通常でも正月明けから2月までは売上が落ち込む時期だが、予約の状況をみると今後深刻な状態が予想される。
		スナック（経営者）	・良くなっていきそうな希望がまるでない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（支配人）	・福島第一原子力発電所の事故の影響が当地域にも表れており、観光客、行楽客を含めて、来県客数が減少している。福島第一原子力発電所の収束をみないままでは集客は上がらない。また、茨城空港を利用している海外便も、まだストップしたままである。
		旅行代理店（経営者）	・恐らく円高の関係で、製造工場関係があまり元気がない。工業都市なので製造業に元気がないと町全体が景気が良くならない。
		タクシー運転手	・マインドが負に働いているため、やや悪くなる。
		タクシー（経営者）	・不景気感が払しょくできない状態にあるため、この先も良くない。
		美容室（経営者）	・暮れに向かって客足は減っている。当地域ではボーナスの話題はもらえない人が多くなっているためタブーである。客の間で年金、税金などの話題が飛び交っており、前年より一層厳しいと言っているため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・年明けからの冬場は例年仕事が少なく、今後の2～3か月も同じだと思うが、例年よりもなお悪い状態が続くそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・円高傾向がある限りは輸出関連企業が悪く、地元の基幹産業である自動車関連が悪いため、地元の顧客の動きも鈍くなることが予想される。製造関係も地元の老舗企業の信用不安なども噂が出たり、良い材料が見つからない。
悪くなる		一般小売店〔青果〕（店長）	・当店の場合は12～3月と福島産の自然乾燥干柿、また、茨城産の天然干芋が売上の3分の2くらいを占める売行きだが、今年は干柿は放射能被害で完全に駄目であり、干芋に関してもどれだけ風評被害が出るか心配である。
		百貨店（営業担当）	・世界経済状況など、現状の日本経済に悪影響を与える要因に加え、税制や年金の将来への不安など、マインド的な消費引き締めが考えられるため、悪くなる。
		スーパー（経営者）	・欧州の信用不安や、国内のデフレ状態が続くことによる心理的な不安が、消費を低迷させる。
		衣料品専門店（販売担当）	・夏の終わりごろから客の動きが本当に鈍く、安心材料が全く見当たらない。完全にこの2～3か月同じような状態で落ちてきており、本当にどこが底なのか分からず、底なし沼の様相である。12月上旬にはボーナスが出ると思うので、お歳暮が済んだ後、自分へのご褒美として幾分期待はしているが、あまりにも先行きが不透明で、残念ながら明るい材料が見当たらない。
		スナック（経営者）	・努力だけでは無理のような状況に感じており、良くなる気配が一つもない。
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンを迎え、状況は厳しくならざるを得ない。福島第一原子力発電所の事故の根本的解決が見えてこないためであり、実行は後からにしても、方針だけでもしっかり固まらないと需要は喚起されない。
		企業動向関連	良くなる
その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・年明けに、行政や事務組合から何件の予算が通るかの連絡待ちになっている。冷媒フロン回収機は顧客先プラントの来年の計画の打ち合わせが進んでいる。		
やや良くなる		化学工業（経営者）	・東日本大震災の後片付けのために、わずかではあるが、燃焼品以外の特需が出てきそうである。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・国の補正予算も決まり、季節的要因で多少良くなるのではと期待している。
		金融業（役員）	・年末商戦に向かって、卸、小売業を中心に前向きな資金需要が見込まれていることから、期待感が高まっている。
		広告代理店（営業担当）	・昨年のこの時期は既に年度内予算の引き締めに入っていた。来年の宣伝広告について、既に予定が組まれており、積極的な販売活動を行おうというスタンスが見られるため、やや良くなる。
変わらない		食料品製造業（営業統括）	・県内各メーカーとも、県外へのPR活動、和食店舗への拡大販売等、販売努力はしているものの、円高の影響は変わらず、大幅な伸びは期待できない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ボタン電話システム製品の客先の生産予定について、生産計画に上向く予定が出ていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・部品調達などが安定すれば、生産は安定する。円高のみならず、世界の変化が中小零細企業まで影響するので、安心した見通しがたたない。

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
雇用 関連	やや悪くなる	電気機械器具製造業 (営業担当)	・先行きの見通しが非常に不透明であり、取引先の様子を聞いても、この先、景気が好転する等の良い情報が得られない
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・主力取引先自動車メーカーからの生産の3か月見通しでは、若干数量は落ちるものの、安定した形で高水準の受注が続いている。タイの洪水の影響が2、3月あたりから徐々に出てくるという情報も入ってきているのでその後が心配だが、今のところ安定している。
		輸送業 (営業担当)	・年末年始に向かって食品、雑貨の荷動きも良い方向に進み、例年並みの物量は確保する見込みである。しかし、円高による輸出産業等、特に生産材等の物流が落ち込む状況になりそうであり、燃料高も改善されていないため、業界としては、また仕事量に対して利益率が落ち込む。
		新聞販売店 [広告] (総務担当)	・外周部では新規出店などの話も聞くが、中心部では相変わらず横ばい状態とのことである。先日ホームセンターがリニューアルオープンし、競合店も含め盛り上がったが、一時的なものになっており、先行きは変わらない。
		社会保険労務士	・今のところ年末商戦が特に悪いといった話がないため、急に景気が悪化することはない。
		その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	・東日本大震災後のリスク対策、円高等、構造変化に対応すべき対策が個々の企業で打たれ始めている。その中でもIT投資が徐々に増えてきている。
	悪くなる	食料品製造業 (経営者)	・増税や年金減額の話が多く、今後は消費が抑えられるため、やや悪くなる。
		食料品製造業 (製造担当)	・新穀の価格が気になる。福島第一原子力発電所の事故の影響で価格の高騰は免れない。販売価格に転化できればいいが、決して景気は良くはないので、状態としては悪いほうへ流れていく。
		出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・官庁関係の入札が出始めるが、かなり値幅が落ちているため、先の仕事を取りにくく、また、安くなっている。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・業界全体の受注状況が著しく低迷しており、将来的に明るい材料が見当たらない。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・今月までは仕事量は増加傾向にあったが、親工場の一部海外転出計画により、12月より減少に転じるため、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・年明けから減産見込みの製品が油圧建機分野で多くあり、そのマイナス分を他の分野の仕事で埋めきれない。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・今のところずっと前年同月と似たような数字であり、あまり良くない横ばい状態が続いている。直接的にアメリカ、ヨーロッパの輸出関連の仕事は無く、国内の仕事が7～8割だが、全体的な景気が沈み国内の需要が落ちれば当社にも影響してくるため、2～3か月先に影響が出てくる可能性がある。
		金融業 (経営企画担当)	・円高の影響で大手企業が製造拠点を海外に移行する考えがあるため、下請企業が不安を感じている。現実には親企業より製造拠点の海外移行の通達を受け、経営を残念した中堅企業も出ている。
		金融業 (調査担当)	・海外需要に減速がみられ、円高の影響も重なり、製造業の受注への影響が懸念される。
		経営コンサルタント	・東日本大震災後の余波で受注残を抱えている一部の建設業、建設機械関連の下請などで見通しが立つ程度であり、他は不振である。
	司法書士	・先行きの見通しが良くなるような準備段階、商談等はないので、良い方向にはまだまだ進まない。	
	悪くなる	不動産業 (管理担当)	・どこからも、少しでも費用面で安くして欲しいという話ばかりで、利益が少なくても売上確保のために対応せざるを得ない状況が続く。
	変わらない	良くなる	—
やや良くなる		人材派遣会社 (経営者)	・住宅関連によるエコ商品等の設備や機種の変更等が夏場からみられ、今月も暖房機等含めて家電は伸びていくようである。また、住宅関連の他には電機関連や自動車関連など、連動しているかどうかは判断しづらいが、徐々に生産関係の人員募集等も増えているようであるため、やや良くなる。
変わらない		人材派遣会社 (経営者)	・今のところはいろいろな会社から人を入れて欲しいという話があるが、規模が小さく、いつまで続くか分からない。
		人材派遣会社 (管理担当)	・クライアントの生産計画は、短期ながらも安定している。

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
		職業安定所（職員）	・求人数もそこそこだが、タイの洪水による代替等の短期間雇用の求人も多かったため、この先の景気は停滞する。
		職業安定所（職員）	・円高等によって製造業の動向が全く読めず、どうなるか分からない。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が前年比で増加を続けていることから、求人倍率は上昇しているが、一部業種での解雇者の大量発生や、ミスマッチによる再就職の鈍化等、マイナス要素も多く目立つことから、雇用環境は依然厳しさが続く。
		職業安定所（職員）	・今のところ、求人数は少しずつ増えてきているが、企業によっては円高の影響が出てくると先行きが分からないため、良くなることも悪くなるとも言えない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・高校生の就職率の低さや大学からの求人依頼など、例年に増して就職を取り巻く環境は厳しく、企業の選考基準も更に上がっている。今後コンピュータ産業を中心とした東日本大震災復興のための企業活動に期待したい。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・家電生産減少に伴う管内事業所の大規模な人員整理が年末に控えており、今後、新規求職者が増加する見込みである。
	悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・良くなるという理由が見いだせない。

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	○	○
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・景気はすぐに良くなるとは思えないが、以前より落ち着いている感じがし、必要な物なら少し高くても買うため、やや良くなる。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・年賀状印刷の注文が減っているだけで全体的な売上はそれほど落ちていないため、年賀状が終われば例年どおりの売上ができる。
		コンビニ（商品開発担当）	・前年割れすると予測していた時期となっても前年超えを維持しているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・年末から年明けに向かって客の動きが良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ2、3か月は受注も順調に推移していたが、今月はやや伸び悩んでいる。しかし、新型車の発表が間近でありそれが出るまで皆慎重に検討しているため、発表後には受注も需要も多く、市場も活発になる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・各社新型車の投入、エコカー減税延長の動き、生産量の回復等、今後は自助努力も含めて期待したい。ハイブリッド低燃費車を中心に偏りはあると思うが、総販売量は伸びていく。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・賞与についても少し増額が見受けられ、当社の売上の中でも単価がやや上がっている傾向がある。
		旅行代理店（従業員）	・業務性需要が回復してきているため、やや良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・正月商品の申込状況が昨年よりも順調であるため、やや良くなる。
		タクシー運転手	・年末年始はお酒を飲む機会が多くなるので、当然のように利用客も多くなる。遠方まで帰る客も増え、年間を通して一番忙しい時期を迎える。
		タクシー運転手	・世界的に強く欧州の信用不安が出ており何とも言えないが、これから東北の補正予算が動き出せば、多少は上向いてくる。
		タクシー運転手	・年末から来春にかけて東北の復興に変化が見られそうであり、景気は多少上向きに転じる。特に福島第一原子力発電所の事故後の朗報があれば、やや良くなる。
ゴルフ練習場（従業員）	・利用金額等には伸びがないと感じられるが、小幅ではあっても来客数はずっと伸びているため、先行きはやや良くなる。		
その他レジャー施設（経営企画担当）	・来客数は堅調に推移しており、今後低下する要因は見当たらない。宿泊施設の利用者について、海外客の回復が目に見えて表れてきており、今後の予約も堅調に推移しているため、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
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・自動車は立ち遅れていた生産が順調に戻って、現在受注残となっている注文が徐々に販売、登録となり、実績が上がり始める。また、年末に発表される様々な新車効果を含めると、景気は若干上向きになる。
	変わらない	商店街（代表者）	・めぼしい好転材料が見当たらないが、景気が良くないと世間で言っている割には大幅に落ち込むこともないため、平行飛行を続ける。
		商店街（代表者）	・最近、金融機関の貸出顧客に対するチェックがかなり厳しくなっている。優良の借入をしている所は全く問題がないが、若干問題があるような所についてはかなり厳しいチェックが入り、問題がありそうな所については非常にシビアな対応が、知っている所でもあった。今年から来年にかけて、金融機関の締め付けが大変怖い。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・東日本大震災の影響でギフトの動きは鈍いままである。年末年始の帰省土産や年賀の贈答品の販売がまだ不透明で不安要素があるため、さほど良いとは思えない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暮れの売り出しやプレミアム付き商品券などもあるが、12月はともかく1、2月は工事などが中心になるため、変わらない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・量販店では無休、しかも低価格で販売しているため、普段と変わりがない。買い置きする客も全くいない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・理由が分かれば改善はするが、この落ち込んでいる経済はどのように立て直せばいいのか。当業界だけでなく全般的に冷え込んでいると感じ、厳しい。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・しばらくは今のような状態が続く。
		百貨店（売場主任）	・株安、円高が当面続きそうであるため、大きな買物、特にぜいたく品とされる宝飾などはあまり期待できない。
		百貨店（総務担当）	・当店や近隣店の売上を見ていくと、前年比100%前後で推移する状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・引き続き景気が上向く要因は見当たらないため、購買行動も慎重にならざるを得ない状況では、先行き改善の期待は難しい。
		百貨店（総務担当）	・この半年くらいから今年の暮れまでの動きを見て、景気の不透明感、欧州の信用不安を含めた全体としての経済の動き等をかんがみると、客の動きは決して良くなることは見込めない。
		百貨店（総務担当）	・株価など先行き不透明な現状のなか、良くなる要素が見当たらない。ただし、おせち、クリスマスなどのオケージョンの商品は悪くないので、それをヒントに商売を進めていくことも考えなければならない。
		百貨店（営業担当）	・例年より気温が高いため、婦人、紳士コートを始め防寒衣料の動きが鈍い。ただし、欧州の信用不安、米国の財政不安のなかでの円高、株安の傾向が続きながらも、宝飾、時計、美術品は堅調である。
		百貨店（営業担当）	・ボーナスシーズンを前に下見する客の数も少なく、お歳暮も前年を割っている状況である。
		百貨店（営業担当）	・冬物需要のピークが遅れると予想しており、クリアランスにより単価は下がるものの、気温の低下により、販売量は増える。また例年と比べ円高ではあるが、海外旅行を控え近場で家族と過ごす機会がより増えると思うため、販売機会は十分にあると言える。ただし、世界経済全体が不安定ななか、財布のひもは更に固くなることも考えられるため、いかに購買意欲をかき立てる情報発信ができるかで今後の動向は変化する。
		百貨店（営業担当）	・続く円高、株価も本年最低と景気回復の予兆が感じられず、依然消費者心理は冷え込んだままである。
	百貨店（販売促進担当）	・気候が寒くなりコートやアウターなど高単価アイテムの動向が伸長すると考えられるが、12月にはセール待ちの顧客心理が働き、1、2月についても春物は様子見で、セール商材は品不足の状態が想定される。	
	百貨店（販売管理担当）	・欧州の信用不安や株価の下落から外商顧客の購買意欲に懸念は見られるものの、おせちの受注が好調に推移するなど家族や友人との絆に関連する商品や、クールビズの終了でスーツ需要が回復するなど、新規需要も喚起されていることから、全体的にはプラスマイナスゼロである。	

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
		百貨店（営業企画担当）	・天候、気候等にも左右されるが、婦人用品に関してはこのまま好調を維持する。
		スーパー（店長）	・暖冬傾向がどこまで続くか分からず、先行きが不透明な部分がある。年金問題や円高、株安等でやはり将来に対して客は不安を感じている。単価の安い特売品以外の買上数量や単価の高い高額品の動きが悪いということもあり、現状とあまり変わらない。
		スーパー（店長）	・当店の来客はかなり年配客が多くいるため、年金問題の報道等で、買い控えや必要な物以外は買わないという状況が続く。
		スーパー（店長）	・ギフト需要やクリスマス、年末年始があるため、ある程度の消費は見込めるが、前年を上回るだけの勢いは感じられず、厳しい状況は続く。
		スーパー（総務担当）	・可処分所得が非常に下がっているように感じられ、低価格の物を必要最低限しか買わない状況が多く見受けられる。まだまだ東日本大震災以降の沈滞したムードが払しょくされていないことと合わせて、円高又は周りの景気感により、客の財布のひもは固い。
		スーパー（営業担当）	・欧州の信用不安が世界的な経済に与える影響は非常に強く、また円高、株安と非常に不景気感があり、客の行動も冷えたものになっている。
		スーパー（仕入担当）	・売上の鈍化により、価格訴求の傾向が各社共に強くなってきているため、売上が伸び悩む可能性が高い。
		スーパー（仕入担当）	・年末を控え必要な物、価格を下げた商品しか売れていないため、このまま通常商品と、暮れ、正月といった行事用の最低限の商品しか売れていかない。
		コンビニ（経営者）	・客の買物動向に大きな変化が出なくなってきており、当分は今の状況が継続する。
		コンビニ（経営者）	・客の様子は、将来への不安で必要な物以外はなるべく買わない、同じ物があつたら控える、今日は幾らに抑えるといった節約意識が非常に大きい。いろいろな危機が迫っているが、新年になってそれらが解決されていくという見通しさえ明るくなれば、もっと客はお金を使ってくれるのではないかと思う。しかし今のところ不透明なので、3か月先も今と変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・気温に影響される業種だけに、このまま暖冬が続くことも考慮して対策を立てなければならぬ。
		衣料品専門店（経営者）	・温暖化の影響はかなり大きく、また増税、年金問題など収入の減る話ばかり聞こえるため、消費者心理も冷え切っている。しばらく景気が良くなる環境ではない。
		衣料品専門店（経営者）	・天気によって左右されるところが大きいですが、やはりまだまだ客数が伸びていく状況にない。何かを打ち出さない限り、前年を超えるのは無理である。
		衣料品専門店（店長）	・年末年始にかけては現在の消費状況が続く。東日本大震災から1年が経過するころになると、電力状況が改善され、メーカー工場などの生産遅れが出なければ、現状のまま推移しそうである。
		衣料品専門店（店長）	・景況感が変わらない限り、ここから先上向きになるとはなかなか言い切れない。
		家電量販店（統括）	・昨年の特需による影響は終息に向かっているが、大きく業績を拡大させることは厳しい。
		家電量販店（副店長）	・昨年はエコポイント対象商品の継続需要、地上デジタル放送化に伴うテレビ需要の増大があったが、今年は特別な施策が無いので、厳しい状況になる。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っている。販売は前月からあまり芳しくないが、来年1月以降からは徐々に上向きになる。
		乗用車販売店（販売担当）	・欧州の信用不安、円高等のなかで、将来像がよく見えないため、消費者は買い控えをしている。東日本大震災での一時的な需要は増えたが、その後落ち着いている。予想よりも増えてはならず、売上は上がったが利益は下がっているということから、景気はまだ悪くなっており、今後数か月間は変わらない状態が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・タイの洪水の影響により納期が大幅に遅れ、売上のめどが立たない。

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（総務担当）	・相変わらず部品調達が遅れている。自動車部品に加え、カーナビ、オーディオ関係に遅れが出ている。国内での生産分は何とか平常に戻りつつあるも、海外での生産分に大きな遅れが生じており、国内販売に大きな影響を与えている。時期が来れば平常時に戻ると思うが、今後の不安が暗くのしかかっている。
		住関連専門店（店長）	・政治、金利の動向から、変わらない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・常に販売促進策を講じていかないと成績を上げるのは難しい状況は変わらない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・大型タイトルが継続的に販売されるほか、年末商戦には新しいハードが投入され、盛り上がりの継続が期待できる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・欧州の信用不安に出口が見えず、日本経済の先行きも厳しい。先行き不透明感が払しょくされておらず、個人消費も厳しい状況が続く。
		高級レストラン（店長）	・予約状況の推移から、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・10月は前年比で売上99.8%、客数102%となって底かと思ったが、11月はこの分では96、97%となりそうであり、まだまだ底が見えない状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・年末を控え同窓会、地元の忘年会などの問い合わせは増えているが、企業、官庁の宴会の自粛は相変わらずであり、変わらない。
		一般レストラン（店長）	・ボーナス、給料が下がるという状況が続いているため、飲食までは回ってこないということが最大の原因であり、2、3か月先もその状況は変わらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・前年より落ちずに維持しているが、赤字にはなっていないものの、支払が上ってきているため利益は得られていない。それでも当店は他店に比べて良いほうである。繁盛店でも非常に頑張っている前年維持であり、あまりにも周りが悪い。このまま景気が上がるような傾向はない。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量の動きは変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・料金を落としていることもあるが、結婚式の予約件数が増えてきており、結構上がってきている。ただし、今より良くなるとは感じられないため、変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・T P P交渉参加への協議や円高等、非常に不確定要素が多いため、変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・売上に関しては徐々に戻ってきているが、先行きが不透明で良くもなく悪くもない状態が続いている。今後、何か大きく変わるような動きは、現在はない。
		旅行代理店（経営者）	・旅行をするためのリフレッシュ用の費用は皆持っているようだが、なかなか財布の口は固いようである。これから12月、正月と出費が多くなってくるが、今のところ当社に反響するほどのことはないようであり、期待している。
		タクシー運転手	・ますます客の財布のひもが固くなってきている。やはりこの先の不安が大きいということで、不安要素を言う客が日増しに多くなってきている。
		タクシー（団体役員）	・本来ならば新年会、賀詞交換会等で人が動く時期なので業界は一番の繁忙期になるはずだが、先行き不透明である。一過性の忙しさはあると思うが、厳しい状況は変わらない。
		通信会社（経営者）	・アナログ放送終了によるテレビの契約の落ち込みはしばらく続く。
		通信会社（経営者）	・欧州の信用不安があるものの、ボーナスが出て買物もそれなりに増えそうである。
		通信会社（局長）	・大きく落ち込むことはないが、T P P交渉参加への協議や年金問題もあり、消費が伸びる要素に欠ける。
		通信会社（営業担当）	・テレビ離れもあり、多チャンネルサービスの契約数はしばらく低調な状況が続く。
		通信会社（局長）	・年末年始の季節要因があっても企業活動全般が回復への兆しを見せない限り、改善する見込みはない。
		通信会社（総務担当）	・身の回りの景気ということでは、不景気の理由が定かにならない限り、回復は難しい。好転するとすれば、春の引越シーズンになる。
		ゴルフ場（支配人）	・当ゴルフ場では近年、会員の平均年齢が高く数が減りつつあるため将来に不安を残しているが、なかなか補充できない。

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
		パチンコ店（経営者）	・今は時期的なことで少しは良くなってきたが、以前と比べるとパチンコ離れという感じを若干受ける。また、景気の動向、消費税のこともなどもあるのか、客の財布のひもが固くなっており、朝もだが特に夕方からの客が減っている。この先も急に好転することはない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・政治、円高等、外的要因の改善が見えておらず、消費動向に変化は起こらない。
		設計事務所（所長）	・現状では、良くなる要素も悪くなる要素も見付からない。
		設計事務所（所長）	・増税等の話が出ているなか、なかなか具体的なものは今年度内は難しい。来年度以降に期待したい。
		設計事務所（職員）	・円高、デフレ、増税等の様々なプラス及びマイナス要因があるが、全体に好況となる感じはしない。
		住宅販売会社（従業員）	・例年だと年度末に向かって住宅、不動産が動くが、景気の良くなりそうな要素が見当たらないため、低迷したまま変わらない。住宅購入を考える客の絶対数が少なくなっている。景気の先行きが見えず、今は様子を見たり、買換えを諦める人も多いようである。
		住宅販売会社（従業員）	・今の状態と大きく変わらない。特別な要素もなく、金融情勢によっては厳しくなるような気もするが、契約数は横ばいで推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きはそれほど変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・3か月先の年明けは、復興支援・住宅エコポイントが始まったものの、それ以上の好材料は見当たらない。厳しさは相変わらずである。
		住宅販売会社（従業員）	・欧州の信用不安の影響で、先行きが不透明ななかで住宅購入について慎重になっている状況は変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気が急速に回復する兆しが感じられない。
		商店街（代表者）	・衣料品店などは寒くならない肌着が多少動いているということだが、今後は非常に寒くなっていき、高齢化社会になってくるといふこともある。我々の所のような専門店に来る客は高齢者が多いため、今後は非常に厳しくなっていく。
		一般小売店 [文具] (販売企画担当)	・本来であれば補正予算が下りたので役所の案件などが今後見込めるかと思っていたが、タイの洪水の影響を受けている。例えばコピー機、ハードディスク関係を積んだ家電やプロジェクターなど、また文房具の一部でも、既に生産の見込みが立たないという物がある。3月までの間に売りたいくても売れない状態が出そうな雰囲気があり、それが一番怖い要因となって少し落ち込む。
		一般小売店 [茶] (営業担当)	・放射性物質の懸念が消えない限り、お茶などの薬物の購入は低下し、缶ジュース、ペットボトル類に軍配が上がる。
		百貨店 (営業企画担当)	・9月はほぼ前年並みに推移し、10月は前年を下回る売上であった。下期に入って消費マインドは厳しくなっている様子がうかがえるため、先行きも油断はできない。
		百貨店 (店長)	・初夏に比べると若干の買い控えが見られる。株価の低迷などの要因も高価格商材では打撃となるため、相対的に苦戦する。
		スーパー (経営者)	・今までも決して良くないが、11月になってから非常に消費が冷え込み、数字が良くない。この傾向は12～2月と続く感じがしており、今までにない状況で、非常に先行き不安がある。何とか売上を上げるため、いろいろな手を打っていかなくてはならない。
		コンビニ (経営者)	・世界的な経済不安や国内政治の不安定、TPP交渉参加への協議や消費税問題等と不安要素が多く、国民一般も不安要素は高いと思うため、景気自体は下降気味になる。
		コンビニ (経営者)	・駅前の複合商業施設がオープンしたため、客数が約2割減である。経験上、景気が良い時は少しずつ戻ってくるのだが、やはりそれがないため、今後も横ばいである。
		コンビニ (経営者)	・今月の来客数や周囲の動向から、景気は悪くなっていく。
		コンビニ (エリア担当)	・欧州の信用不安に伴う景況感の冷え込みで、やや悪くなる。
		衣料品専門店 (経営者)	・現実として人通りも少なくなったように感じている。プレミアム付き商品券を発行したが、今のところまだその効果が出ていない。良い材料が無く、全く良くなる要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（営業担当）	・増税など、小売業には本当に厳しい材料しかなく、消費者の財布のひもをきつく締め直す政策ばかりで、これから大変厳しい状況になる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税の終了による買い控えが出てくるため、販売台数の減少は避けられない。
		乗用車販売店（店長）	・東日本大震災からやっと立ち直った工場も、タイの洪水によって部品供給がなされていない。また、円高による景気の悪さも、ストレスがたまる一方である。
		住関連専門店（統括）	・現在の景気の低迷や東日本大震災の影響で買い控え等がなかなか収まらず、まだ何か月かは消費の低迷が続く。
		高級レストラン（支配人）	・まだそれほど数字には表れていないが、欧州の信用不安やタイの洪水など良い材料が見当たらず、景気に確実に影響してくる。
		一般レストラン（経営者）	・飲食店、レストランは1、2月は大分暇であるため、かなり下がり、景気は悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も景気低迷で、デフレが続いている。決して望むような展開はない。
		一般レストラン（経営者）	・T P P交渉参加への協議や政治不安、あるいは消費税の増税のような話が出てくると、やはり心理的には消費を控えるような動きになっていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊客はネット中心の集客になり、間際まで安い料金が出るのを待っている様子である。来年の春先にかけて学会、地区大会等の予約が取り込めていない状況であり、苦戦が予想される。レストランは土日祝日の個人利用を中心に記念日利用や同窓会等の予約が取り込めているため、このままで推移して欲しい。宴会は婚礼客の取込が進んでおらず様々な対策を打っているが、最終的には周辺施設との価格競争になり、厳しい状況である。一般法人宴会は、新規開催と中止があり、集客はほぼ前年並みである。3部門で見ると、レストランと宿泊部門のこれからの集客状況によるが、苦戦が予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼規模の縮小が目立つため、売上も伸び悩みそうである。
		通信会社（営業担当）	・大手競合他社の攻勢もあり、苦しい販売状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・景気に対する不透明感が重くのしかかっており、購買意欲に悪影響を与え、新規契約数の増加は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・多くの顧客は収入が減少しているとの声を聞くため、先行きの不安が解消するにはもう少し時間がかかる。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税論議も活発になることが予想され、サービス、娯楽への支出は差し控えられる。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・12月は忘年会、冬休み等通常であれば需要が多く見込まれる月だが、現時点では予約数が前年を下回っている。欧州の信用不安、株安に引張られ、予断を許さない状況が続く。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	・円高、年金問題など景気後退要素があり、良くなるとは思えない。
		美容室（経営者）	・どこで買物をしているのか分からないくらいに商店街の人通りが少なく、買上が激減しているため、やや悪くなる。
		その他サービス [立体 駐車場]（経営者）	・年末や正月用にお金を使ってしまうため、やや悪くなる。
		その他サービス [学習 塾]（経営者）	・東日本大震災以降、電車に乗って通ってくる生徒が少なくなり、近くの塾に行ってしまう傾向が続いている。特に小学生などは電車を止めて近くの塾に移動しており、人数が減っているため、先行きが明るいとは思えない。
		その他サービス [保険 代理店]（経営者）	・行き先が見えない景気動向による購買意欲の低下がある。消費者の厳しい選択、とりあえず必要な物以外は購入しない買え控えがある。不安、不信などの失望感が消費者の守りの意識を促進させている。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の被災地へ施工業者、特に建物解体業者が大量にシフトしているようで、すべての工種において施工単価が値上がりしており、コスト上昇が見込まれる。
		その他住宅 [住宅資 材]（営業）	・円高、欧州の信用不安、タイの洪水といろいろとあり、企業としても投資を渋るような状況になってくる。そういったなかで、一般の消費マインドもなかなか伸びにくい状況になる。

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
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故で、客からどこのお茶か、放射線は大丈夫か、検査済みか、他地区のお茶は置かないかと毎日聞かれている。風評被害もあり、売上は激減しており、先行きも悪くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・商品の単価もどんどん下がっている状態で、量販店は目茶苦茶な数字を広告で出しているため、どうしても比べてしまうことが多々ある。今後、客の設備投資の話もなく、どこに行っても本当に良い話を聞かないため、もっと泥沼に入っていく。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・小売業、サービス業の給料が上がらないと、勤めている従業員の消費意欲は更に悪化する。
		百貨店（営業担当）	・欧州の信用不安や大規模災害による世界景気の減速、円相場の高止まりによる企業収益の減少など、先行きの不透明感は強まっている。
		百貨店（副店長）	・欧州の信用不安、円高、株安、増税予測に伴う消費マインド低下で、悪くなる。
		スーパー（ネット宅配担当）	・今後、増税やTPP交渉参加への協議等の政治、経済不安から、さらにより一層節約志向は強まる。年末商戦は絆志向から家族向けは好調と予想されるが、楽観はできない。1～2月は更に厳しくなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・円高や欧州の信用不安などの国内外の情勢、TPP交渉参加への協議や復興遅れなどに代表される政治の停滞等、暗い材料ばかりで良くなる見通しが全く立たない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災以降、買物によりシビアになってきている。特に必要性や価格に敏感で、クリスマス商戦、その後の冬物セールは苦戦が予想される。
		家電量販店（営業統括）	・去年はテレビがさばききれないほどの売行きだったが、今年は反転して全く売れない。年賀状の時期に入るが、プリンタの供給数も厳しく買換えも進まず、さらに暖冬で暖房も伸びない状況で、年末の盛り上がりも期待できない。欧米の状況も不透明ななか、消費はしぼむ一方である。
		旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンの反動を受け、国内団体旅行の予約件数が極端に減っている。主要路線である北海道、沖縄線の予約率が非常に悪く、前年の70%にとどまっている。
		旅行代理店（支店長）	・スカイツリーはいよいよ開業年を迎えるのでその営業には期待ができるものの、今月は秋で本当の最盛期となっているため、冬で団体も動かなくなり個人旅行もなくなる2、3か月先は、当業界の景気としては良くない。
		観光名所（職員）	・11月はトップシーズンであり、3か月後は一番の閑散月となるので、かなり悪くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・良くなる要素、希望が見えない。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災後、仕事量が減っている。大企業はどんどん海外進出ということで、国内での計画、投資等の拡大は一向に見えてこないのが現状である。このようななかでは景気が良くなるというほうがおかしい。
住宅販売会社（経営者）	・今後日本の経済が良くなる何かの方策が出されない限り、外的要因を含めて景気は悪くなる材料ばかりが考えられる。景気回復のめどは全く立っていない。		
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）	・客に少し余裕が出てきたようで、菓子を自家消費するようになってきている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・次年度関連がかなり動き出してきている。控え気味の広告予算も若干上向き傾向に感じるため、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・大手電力会社やその関連会社が得意先である。3月11日以来、事務部門が非常に少なくなっていたが、ようやくここへきて注文が若干増えてきており、やや上向きになってきている。関連会社も同じように注文が以前に比べて少し多くなってきている傾向なので、これからは法人関係が少し良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・春先までの受注の動きは、受注量が月毎に多少増えていく数字になっている。今後、現実動いていくかどうかである。
		輸送業（経営者）	・来月から1社新しい荷主が増え、独占でやらせてもらうということになったため、何とか良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・ようやく前年度を超えてくる取引先もあつたりと、来年度の話が前年に比べて活発に出てくる所も多くなってきている。

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
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・来月に入り仕事が増えていくため、やや良くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今月の受注数は若干の減少にとどまっている。今後、年末商戦、年度末に向けて若干上向きになると思うため、このまま変わらず若干の好調が続く。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・いろいろなことが落ち着いているように感じるため、変わらない。
		繊維工業（従業員）	・繊維製品は、外国人観光客がメイドインジャパンを買って帰るようだが、国内では特定の消費者にしか売れない状況は変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年賀状や簡単なチラシなど、自分で簡単に作成できるツールなどが普及しているため、年々こういった印刷の注文が減っている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・災害や欧州の信用不安、円高等が原因の景気動向は、3か月くらいではそう大きく変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・既存の生産、受注量に大きな変化はなさそうだが、各顧客とも円高の影響をにらみながら海外生産の対応を取り始めるなど新規の企画も全く無い状態で、先行きは不安定な状況が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量は増えているが価格は厳しく、売上は伸びないこの状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラック業界は東日本大震災で減産したためそれを取り返すというような話があったが、それも2か月くらいで、今度はタイの洪水、円高となっている。年末、あるいは3月までなどと希望を持つが、すぐにまたしぼんでしまい、また材料が動かなくなるという状態が続く。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・一時期非常に落ち込んだ時があったが、それから得意先関係もいろいろと努力をし、自分たちのあり方をだんだん見つけて、それが定着してきている。良くも悪くもなくということが定着している状況であり、変わらない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・年末の盛り上がり感に欠ける状況であり、良くなる、悪くなるポイントがよく分からなくなっており、来年の見通しがしづらい。
		建設業（営業担当）	・東日本大震災後、鉄鋼関連の資材価格が徐々に上がってきている。また解体後のスクラップの買取価格は安値になってきて、建替えの顧客への影響は大きくなっている状況は変わらない。
		輸送業（所長）	・来年の荷動きとして良くなって欲しいとの期待はあるが、なかなか良い情報を聞かない。会社全体でも新規の顧客が取れていないため、厳しい。
		金融業（支店長）	・年明けの年度末近くになるため、多少は上がるのではないかと思うが、それほど大きく良い材料はないので例年程度であり、特に変わらない。
		金融業（従業員）	・業況は低迷が続いている。卸、小売業においては、年末に向けて売上面で期待する部分もあるようだが、消費も慎重になっており、厳しい状況は依然として変わらない。
		金融業（渉外・預金担当）	・為替や世界経済全般の状況より、回復の進行は鈍い。
		金融業（役員）	・消費マインドが低下していることに加え、最近の円高や信用不安から、何かに新規投資しようとする気持ちにならないようである。業況の悪い企業は、中小企業金融円滑化法終了時の混乱を既に危惧している。
		不動産業（総務担当）	・空室率の改善傾向が続くという見通しはあるが、賃料設定をかなり低くしないと新規入居を見送られる状況にあることは間違いがないため、今後の景気が良くなるという実感が得られるのは相当先になる。
		広告代理店（経営者）	・現時点では3か月後は前年並みを維持できそうであるため、変わらない。
		経営コンサルタント	・タイの洪水の影響、米国経済の立ち直りの遅れなどが大きく影響する可能性があり、予断を許さない。
		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	・タイの洪水、欧州の信用不安など外的な要因による景気不安がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント	・県内の信用金庫では、利払いが滞る延滞債務など、不良債権比率が高まってきている。債務返済猶予を義務付けた中小企業金融円滑化法の期限は1年延期されて平成25年3月となったが、こうしたマイナス要素が埋もれたままでは回復に時間がかかる。
		税理士	・明るい材料が見当たらない。飲食店もリーズナブルな店に集中して高級婦人服も売行きは悪い。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・同業他社との低価格競争がしばらく続きそうである。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・通常流れている仕事も先の予定が少なくなったようで、発注数も減っており、年明けからの仕事が本当に心配である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・春先に毎月5万個流れる案件がアメリカへ移管されるということで困っていたが、11月中に移管されるという話がタイの洪水の関係でアメリカの会社はそちらを手伝わなければならないため、移管は1月末までとなり、2か月伸びている。そのため、また2月ごろから売上が落ちる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・不安定要素が多過ぎる。復興需要も、半年たっても依然影響が見られない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・これから将来、海外生産に切替えるという大手企業の動きで、国内生産が落ちる。
		建設業（経理担当）	・現在は採算を度外視して仕事量を確保しているが、この先は全く不透明で、採算を度外視してまでも仕事量を確保するのは難しそうである。
		輸送業（経営者）	・東北地方の復興がまだまだ軌道に乗っていないため、しばらくの間は現在の状況が続く。
		輸送業（経営者）	・燃料価格が徐々にだが高くなりつつあるため、状況は悪化する。
		通信業（広報担当）	・全体の景況感は徐々に厳しくなっており、これ以上の好転は見込み難い。
		金融業（支店長）	・特に製造業では半導体関係が売上減少となっている。また、円高の影響で海外に親会社が行くことなども想定されているため、今後の売上が見込めない。小売業もやはり売上が落ち込んでいる。倒産件数又は個人でも自己破産が多くなっているため、景気は下火になっていく。
		金融業（支店長）	・国内は資金余剰の状況に変わらない。少しでも運用利回りが良く、元本保証されている定期預金に資金が流入する傾向にあり、株式相場上昇にはつながらない。
		不動産業（経営者）	・明るい材料がない。
		広告代理店（従業員）	・売上の減少が数値で分かるため、やや悪くなる。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・円高や株安が改善される要素が無く、冬場を迎えますます消費が衰える。また取引先にしても新規で新しい仕事が入るといった状況にはない。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・年末年始のスポット的な契約が減っているため、やや悪くなる。		
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・国内向けの問い合わせが減っている。海外もヨーロッパ向け、中国向けの在庫調整とあって1月以降、生産量は今より減る傾向にある。	
	建設業（経営者）	・景気不安や先行き不透明により設備投資が減少する。	
	輸送業（総務担当）	・荷主の出荷計画が、延び延びになっている。国内出荷も輸出も数字だけが先行して、実際のところは確定していない。年末から年度末にどうなるか不透明である。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・株価の下落や円高が今後の不安材料で、設備投資などの足を引っ張りかねない。	
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・1、2月は例年増大が見込まれるが、今から相当数の計画予定を聞いている。それらの注文が全部来れば、かなりのものになる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・リーマンショック、東日本大震災の影響も落ち着きを見せ、求人件数も増加しており、このままの傾向であれば今より景気は良くなる。しかし、人材市場の回復というほどではなく、あくまで今より良くなるという感じである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・景気そのものが良くなるとは思えないが、人材市場は上向く。
		職業安定所（職員）	・前年同月比で求人は8%増加し求職者は14%減少しており、景気回復傾向と見られるため、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
		民間職業紹介機関（経営者）	・チリ火山の噴火とタイの洪水で大きな打撃を受けたということもあるが、需要はしっかりしたものがある。内部体制、関係先との連携状況の改善等もあり、基本的にはこれからベースを固めて更に改善していきたいという気持ちが強いようである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・タイの洪水の影響か、技術系求人が増えてきているため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・特に良くなる状況が見えないということで、変わらないのではないかという意見が多い。
		人材派遣会社（社員）	・11月は企業の求人活動も活性化し、景気は良好であったと言える。例年12月については、時期的要因から求人減少し、一時的に減退の見込みである。しかし自動車メーカー、製造業の求人需要が下支えとなる見通しで、1、2月は現在と大きくは変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・期間が短期、単発的な派遣ニーズの見込みはあるが、長期的な派遣依頼は一部の業種であるのみである。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用者数、給与額が向上、改善する様子が見られない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ここ数か月間は求人等の状況が変わっていないため、今後もまだ変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・景気が良くなるのか悪くなるのか判断が付きかねる。本来であれば年末年始に向けた動きで先読みできるが、その判断ができるだけの材料が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・回復はしているが底堅さに欠けるため、変わらない。
		職業安定所（所長）	・新規求人数は前年同月比で増加傾向を維持しているが、新規求職者数、雇用保険受給資格決定件数が微減にとどまっている。加えて円高、欧州の信用不安等の不安要因が多過ぎることから、楽観はできないものの、ここ2、3か月は現在の状況が続く。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災後の復興需要が引き続き堅調に推移しているところがプラスであり、欧州の信用不安がマイナスで、双方を勘案すると相殺されるため、今後は変わらない。
		職業安定所（職員）	・中小零細企業からは円高による受注減少等、休業に関する問い合わせがある。雇用調整助成金等の申請件数については横ばいの状況が続いているため、変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・変わらないから、やや悪くなる兆しもある。求人自体は活発だが、面接の通過率などがわずかに変化する傾向もあり、しばらくは様子見である。
		民間職業紹介機関（職員）	・現状ですぐに悪くなる要素は見えないが、グローバルで影響を受ける欧州の金融不安、円高、タイの洪水等で心理的な変化が見られてくる可能性はある。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・求人開拓のなかで、景気の悪化で来年度の見通しが立たないため採用は未定であるという言葉が多い。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて短期の採用が若干増えているが、それ以外では横ばいの状況が続いている。年が明ければ終了となり、今よりも就業人数が減る見通しである。
		人材派遣会社（支店長）	・取引企業から経費削減が目的の値下げ要請が数社きており、業績悪化から採用ニーズも更に減る見通しである。
		職業安定所（職員）	・中小零細企業では経済動向を様子見しているため、採用を控えている企業も多いため、やや悪くなる。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・次年度の採用計画確認をしているが、今年度より募集数を伸ばす企業はほぼ見られず、円高の影響で採用計画の方向転換を考えている企業も表れている。
悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・円高とタイの洪水の影響が新卒採用に影響してくるのは来年度なので、特に製造業は更なる大打撃が来そうである。	

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	○	○
	やや良くなる	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・このところ前年並みの売上に戻る傾向にあり、12月は客足に戻る。年明けは不透明ではあるが良くなる。

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		
		百貨店（販売担当）	・初商いの売上は期待できるが、年々状況は厳しくなっている。複数点をまとめ買いをする客は少なく、時間をかけてじっくり購入するアイテムを絞り込む客が増えている。このため、楽観視はできないが、人気の有名ブランドやショップブランドの売上は良くなる。		
		百貨店（販売担当）	・必要なものへの投資意欲を減退させる大きな要因は見当たらないため、よほどの異常気象や事件が起きない限りは回復に向かう。ただし相変わらず消費者心理は微妙なバランスで揺れ動いており、少しの変化に対しても大きな動揺が起きることから、力強さは本格的ではない。		
		乗用車販売店（従業員）	・12月は一旦落ち込むかもしれないが、今の客の状況から、1月以降に引き合いが増える。エコカー減税延長がどうなるのか不透明なため、3、4月の終了に合わせて動く客が増える。		
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税が終わることで駆け込み需要があり、3か月後ぐらいには市場が活性化する。		
		乗用車販売店（従業員）	・販売台数等から見ると、中古車販売については良くなる。		
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税の駆け込み需要が見込める。さらに、減税の延長が検討されるといった動きがあり、やや良くなる。		
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・年末年始にかけて、多少は買物、忘年会等の消費が増える気配があり、良くなる。		
		旅行代理店（従業員）	・紅葉の時期がずれて12月も例年より旅行需要が多い。忘新年会も順調に申込がある。海外旅行も円高のおかげで、旅行申込が増えている。ただし競合他社との凌ぎ合いが多いため、利益は横ばいとなる。		
		タクシー運転手	・11月は販売量が増加したので、2、3か月先も多少は良くなる。		
		通信会社（サービス担当）	・引越し等回線の移転が増えるので、販売も増加する。		
		設計事務所（経営者）	・案件数の圧倒的な少なさからは徐々に回復しつつある。ただし、これが継続するものなのか確信が持てない。		
		変わらない		商店街（代表者）	・原材料の高騰が依然として続き、客の購買意欲も向上しない。
				商店街（代表者）	・これだけ長期間景気が低迷していることを考えると、3か月程度先でも全く変わらない。良くなる要素が全くない。
商店街（代表者）	・拠点駅周辺は良いが、その他の地区では低迷が続いており、低い水準で安定している状況は変わらない。				
商店街（代表者）	・土日、平日を問わず街の中が閑散としている。何かイベントをやらない限りは来客数は増加しない。				
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・景気の状態はこのまま続く。				
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・今後更に飲食店での来客数が増加すると思われる材料が見当たらず、状況は変わらない。				
一般小売店〔土産〕（経営者）	・駐車場の有料化による参拝客への影響が心配である。全体としては変わらない。				
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・年末年始の時期となり多少期待感はあるが、過疎化のため景気が良くなる要素がない。個々の店の営業努力にかかっている。				
一般小売店〔惣菜〕（店長）	・これからお歳暮シーズンに入るが、伸びが期待できる分野ではなく苦戦が予想される。年末のおせち等に関しては、年末年始を家で過ごす人が増えるという予想もあり、それなりに期待できる。				
一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。				
百貨店（売場主任）	・これからお歳暮商品やクリスマスのプレゼントを買い求める客が増えるので売場もにぎわうが、紳士靴の売上にはつながらない。ただし来年1月にはクリアランスセールがあるので売上が増加する。全体としては変わらない。				
百貨店（売場主任）	・他店も含めて購買率が低く、この状態が続く。				
百貨店（企画担当）	・売上の減少傾向はここ数か月間継続しており、この先数か月後に売上や景気が上向く要素は特に見受けられない。				
百貨店（経理担当）	・年末にかけて様々な販促策を講じていくが、このまま株安や円高が続くと販促効果が薄れてしまうことを危惧している。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業企画・販売促進）	・コートが動き始める時期にセールの前倒しが重なり一時的に盛り上がりは見込まれるが、単価下落のため前半の落ち込みをカバーするまでには至らない。
		百貨店（店長）	・沈滞した消費マインドの回復が期待できない。
		百貨店（販売担当）	・来客数が増えないので売上は伸びない。
		スーパー（経営者）	・価格破壊によって客は安価な商品を求めるようになり、厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・放射能汚染問題により、牛肉は依然として買い控え傾向にあり、米や水産物等も東北産のものは買い控えられている。家飲みなどの内食需要は高まるが、それにも増して節約意識が強く、景気回復は当面望めない。
		スーパー（店長）	・先行きの不安がある。一部不足する商品、又は天候による先出しや遅れ等がある。以前は良い物も売れたが、今は買得な商品しか売れない。
		スーパー（店員）	・年末までは客単価は上昇するが、年明け後は財布のひもが固くなる。良くなる要因は特に見当たらない。
		スーパー（店員）	・果物や野菜の単価が低い水準のままなので売上は増加しないが、年末商戦には期待している。2～3か月先は今と変わらない。
		スーパー（店員）	・来客数が減少しており、商品の買い方も非常に少なくなっている。この傾向は変わらない。
		スーパー（総務担当）	・客単価が横ばいである。天候も暖かい日が続く、野菜や肉を中心に鍋物商材の売行きが悪い。
		スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。ディスカウント店は活況を帯びているが単価が低く、利益を圧迫している。
		スーパー（販売促進担当）	・他店との競合による数字の低下はそろそろ下げ止まりに向かうが、販売エリアが縮小した部分の客は取り戻せない。2～3か月先も状況は変わらない。
		スーパー（営業企画）	・日用品については単価の低い商品を志向する傾向がしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・客は必要な物は購入するが価格に敏感であり、衝動買いは減少傾向にある。しばらくこの状況は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・商品のPR、企画を継続することで、今の傾向がしばらく維持される。
		コンビニ（店長）	・世界景気は減速に向かい、日本経済もその影響を受けるため良くなる兆しは見当たらない。来客数や購買量の動きにもその兆候が見られる。
		コンビニ（商品開発担当）	・たばこの値上げによる売上の底上げが続いている。自動車関連企業の回復に伴う労働人口の増加に期待する面もあるが、長期的には海外移転が進み厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数年、先買いをする客が減少しているので、季節がずれ込むと得意客の減少がそのまま売上減につながってしまう。3か月先は今と変わらない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・商品が動いているので、下がる要因は見当たらないが数量は伸びない。
		衣料品専門店（経理担当）	・この先も一進一退で進む。
		家電量販店（店員）	・生活必需品の買換え需要は堅調である。前年のエコポイント特需を除けば特に変化はない。
		乗用車販売店（経営者）	・悪くなるとも思わないが、良くなる材料が見当たらないため変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・来年3月までは需要増が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・年末から来年に向け、新たな話題性のある車の発表会がおこなわれることから、発表会等を通じて周囲が活気付き、来場者数は増える。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の駆け込み受注は見込めるものの、販売が大幅に見込める要素はなく、厳しい状況に変わりはない。受注が取れても納期のかかる車が多く、売上につながらない。
		乗用車販売店（経理担当）	・2012年春以降もエコカー減税を延長する方向で調整に入ったというニュースが流れており、延長決定となれば景気の下支えとなって購買意欲が上がる。ただし、1、2、3月の需要が4月以降にずれ込むため、景気は変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売は東日本大震災の反動増もあり、まだ数か月は好調が続く。

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
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅や民間企業の設備投資の動きがなく、個人消費の低迷によりリフォームも一時ほどの上昇傾向ではない。状況としては変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・年度末は忘年会などいろいろと宴会があるが、景気は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・景気がよくなる要素が何一つ見当たらない。
		一般レストラン（従業員）	・世界中の政治経済が不安定で、日本だけが景気が上向くとは考え難いため、状況は変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先は景気を後押しするような外部的要因がないので変わらない。2月までは東日本大震災の影響はなく、3月は東日本大震災時よりは良くなる。予約状況は前年ほど数字が伸びていない。悪くはならないが現在と同じ状況が続く。
		都市型ホテル（営業担当）	・客の需要が増えていく様子はないが、予約状況は3か月先もほぼ横ばいの状態である。円高が変わらない限り、状況は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・円高傾向の改善等がない限り、現状からの脱却は難しいため変わらない。
		タクシー運転手	・11月下旬から12月にかけて、前年通りに戻って暇になるため、状況は変わらない。
		タクシー運転手	・前年は11月後半には忘年会での深夜利用が多かったが、今年はあまり目立った利用がない。景気が良くなる気配がないなか、客が消費を控えている。この状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・3か月先以降は少し上向きになると期待しているが、当面は現状維持となる。
		通信会社（営業担当）	・国全体での景気回復策、各企業の冬のボーナス支給額の状況等、総合的に考えても明るい兆しは感じられない。
		テーマパーク（職員）	・冬季は客層として若年層に移るため大きな期待は寄せられない。これまでのやや弱い状況は変わらない。
		ゴルフ場（企画担当）	・来年1月の予約数も今一つであり、前年の予約比率と比べると今一歩及んでいない。毎年1、2月は予算的に厳しい時期であるが、今年度も厳しい月となる。状況は今と変わらない。
		美顔美容室（経営者）	・しばらく大きなキャンペーンがないため、販売量は増えない。
		美容室（経営者）	・来客数や単価の落ち込みはそれほどないが、伸びもない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者【室内装飾業】（経営者）	・見積り依頼等の引き合いが安定して来ていることから、良くも悪くもならない。
	やや悪くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・放射能による風評により牛肉を中心として消費にどのような影響が出るか未知数である。良くなる材料がなく、やや悪くなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・欧州の信用不安が日本に円高や株安をもたらし、回復しかけた日本の企業業績に大きく影響を与えている。このため年末に向けた客の購買意欲が更に慎重になり、景気回復は遅れる。
		百貨店（販売担当）	・2、3か月先は例年セール期間がほぼ終わり集客が難しくなる時期である。東日本大震災後1年が過ぎようとしているが、明るい話題も少なく、購買意欲のきっかけになることが見当たらないため、やや悪くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・円高進行による地元の自動車産業の収益悪化が予測され、消費意欲が減退する。好転材料は見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・年末年始で出費が増える反動で消費を抑えるため、やや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・主力商品の売上が前年より減少しており、しばらくこの状況が続く。競合店ができるので良くなる理由がない。
		コンビニ（エリア担当）	・原子力発電所の近隣にある自動車関連工場が撤退する等のマイナスの情報が多く、やや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・最近のはたばこでも安価な銘柄の売上が増加してきている。まだまだデフレ傾向が続く、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の低迷が1、2年続いており、明るい話がない。やや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税やタイの洪水、円高の問題や東日本大震災からの復興の遅れにより経済的なしわ寄せがきており、購買意欲が減少し、収益は抑制される。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・客単価上昇の効果は長続きしない。来客数の回復に見通しが立たない状況が続く。
		スナック（経営者）	・特例水準による年金給付の見直しなど相次ぐ先行き不安材料により、この先期待できない。
		観光型ホテル（販売担当）	・今の経済状況のなかでは、大手企業が催事を控えると中小企業もそれにならって動きがなくなる。食堂の接待利用も減る。
		都市型ホテル（経営者）	・景気の先行きが見えない。客単価も来客数も向上せず、場合によっては落ち込んでいくので景気は良くならない。
		旅行代理店（従業員）	・景気低迷が長引き、冬のボーナスが減少する見通しのため、旅行需要が増えるとは考え難い。やや悪くなる。
		タクシー運転手	・年明けは欧州の信用不安やタイの洪水によって、生産遅れのしわ寄せが懸念されるためやや悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・近辺の土産店やドライブインなど閉店が続いており、やや悪くなる。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が薄利多売傾向になって大型店舗が寡占状態となるため、やや悪化する。
		美容室（経営者）	・先行きが見えないのでやや悪くなる。
		設計事務所（職員）	・景気が悪くなると建売住宅の方向に動くが、今の景気では建築が立ち直るのはまだ先である。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・来店客の話では、アルバイトしか仕事がない状況で、若年層の就職率が低下している。このような状況のため2～3か月先はやや悪くなる。
悪くなる		コンビニ（店長）	・年末需要に期待はしたいが、売込みをかけても反応が鈍い。2、3か月先は悪くなる。
		家電量販店（店員）	・前年度のエコポイントの影響が今年度末まで響いてくると思われるため、3か月先は悪くなる。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・年金生活者の購買意欲が低下している。不安を口にする客が多く、先行きが見えない。景気は悪化する。
		スナック（経営者）	・客の話では一次会の回数自体が減っており、二次会以降に飲みに行く事がなくなってきている。来年以降も厳しい状態が続く、売上は悪化する。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数が減少しているので悪くなる。
		理美容室（経営者）	・景気が良くなり給料も増加しない。このまま商売を続けていけるのか不透明である。
		理容室（経営者）	・景気の悪い話は当分なく、悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・先行きが不安であるため、悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・価格低下が著しく、追随すればいつかはパンクしてしまう。その時がじわじわと近づいているように思われる。2、3か月先は悪くなる。
		企業動向関連	良くなる
やや良くなる	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）		・客先の生産計画を聞くと今後は多少増加する見通しなのでやや良くなる。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）		・タイの洪水被害に対する復旧目処は立っており、年明けには元の生産水準に回復する。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）		・2、3月は完成車メーカーの発注量が増加するので景気は良くなるが、前年同様に4月はその反動で景気は悪くなる。
	輸送業（エリア担当）		・タイの洪水による影響が少なくなり、自動車が増産しだすと荷物の動きが良くなる。
	輸送業（エリア担当）		・タイの洪水の影響も徐々に回復してきており、大手自動車メーカーでは土曜日でも稼働するようになったので、今よりは良くなる。
	金融業（法人営業担当）		・タイの洪水の影響が終息に向かい、自動車生産が急ピッチで回復に向かうため良くなる。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）		・受注が増えてくる時期であり、引き合いなど少し動きが出てきているので良くなる。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）		・少し円安になってきたが、根本的には円高である。ただ、当面は自動車各社の増産が続くので設備投資によって当社は忙しくなる。
変わらない	食料品製造業（経営企画担当）		・増税へ向けた議論も盛んに行われ、消費マインドはますます冷え込む。状況は良くならない。

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
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・自社商品では新企画等の実施で実績増加を見込むが、市場の景況が不透明であるため変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・春先から急激に仕事が減るといわれている。繁閑の差を減らしたいが下請の立場ではどうしようもない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円高がこの水準で続くと海外の競合他社に勝てず、受注につながらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・為替の先行きが不透明であるため、今後の想定は難しいが、現状とあまり変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・情報通信は堅調、自動車は微増、工作機械は微減となっており、全体では変わらない。
		建設業（経営者）	・欧州の信用不安や円高などの懸念材料はあるものの、大きな影響はない。
		輸送業（経営者）	・円高、タイの洪水等の懸念要素は多いが、これ以上の景気悪化要因は荷主から聞こえてこないため変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・欧米市場の経済状況が不透明である。状況は変わらない。
		通信業（営業担当）	・変化の兆しは全く見えない。
		通信会社（法人営業担当）	・欧州の信用不安、米国経済の不透明感、タイの洪水の影響、日本の増税路線、株価の年初来安値更新等々、景気が上向く要因が見当たらないため変わらない。
		金融業（従業員）	・今後の見通しが立っていない。状況は変わらない。
		金融業（企画担当）	・円高、欧州の信用不安と個人客も動きにくい状況にある。現状が続くと個人客は投資へ向かわなくなる。当面は変わらない。
		不動産業（経営者）	・微妙な価格の下落はあるものの低値安定で推移し、変わらない。
		不動産業（開発担当）	・2～3か月という短いスパンで変化はないが、長期的に見た場合、マンションの供給過剰感から、市況が悪くなっていく可能性はある。
		企業広告制作業（経営者）	・ものに対する価値観に基準がない現在、使うことを肯定する仕組みが必要であり、使う楽しさを演出しなければ景気は回復しない。増税に対する消費者の反応も影響する。
		広告代理店（制作担当）	・年明けに予定している新しい企画が、前年に比べあまり具体的な形になって表れてきていない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告では遊技場のチラシが堅調に推移している。今月は不動産の伸びが目立つが全体には前年並みとなる。
		会計事務所（職員）	・大企業に付随した業種では受注増加がみられるが、対応できなくなっている中小業者が多いため、受注減少がみられ活力がなくなっている。経営者の高齢化が問題となっている。一方、若い経営者には活力がみられる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・冬のボーナスは前年並みか、もしくは不支給のところもあると聞いている。年末年始をはさみ、節約傾向は続く。
	やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・材料シートの価格が12月ごろから上昇すると見込まれるが、ユーザーへの価格転嫁はタイの洪水の影響や、国内景気が思わしくないこともあって困難である。段ボールでの収益はやや悪化する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・原材料の値上げがあり販売価格にも影響が出ている。利益が圧迫されて先行きの見通しが厳しい状態であり、やや悪くなる。
		印刷業（営業担当）	・受注量や販売量、販売価格等が下げられたり、仕入価格が増加したりと悪い材料ばかりであり、先行きが見えない。
		化学工業（企画担当）	・円高と欧州の信用不安による先行き懸念から、景気は後退する。特に生産財のメーカーでは、経済危機の影響は遅れて現れる傾向があり、今期の予算達成が難しい局面となる可能性が高い。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・明るい兆しはない。円高になっているにもかかわらず、原材料は中国の消費量が増えている影響で逆に高騰している。このため業績はやや悪くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・業者間での単価のたたき合いと少ない需要を多くの業者が追いかける構図が変わらない限り、低迷は続く。良くなる要因は見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の信用不安がどのように進むのか不透明であるため、生産設備やIT化等の大きな投資が期待できない。
		建設業（営業担当）	・年末に向けて仕事量は減少し、年明けから3月に向けてまた増加するが、見積予算を下げるよう客より依頼がある。このためやや悪くなる。
		輸送業（従業員）	・円高により国内産業の空洞化が進む。また原油価格の高騰が次第に景気に影響してくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・タイの洪水の影響が国内の流通に影響を及ぼしている。復旧の目処が立たず、メーカーは代替品が調達できない窮地に陥っている。打開の方法が見つけれないので景気の停滞が続き減退する。
		不動産業（管理担当）	・欧州の信用不安の影響が深刻化している。今後は各事務所の縮小があるので景気は更に悪くなる。
		経営コンサルタント	・地価がまだまだ下落傾向にあり、先行きは不安定である。
		化学工業（人事担当）	・良くなる材料は一つもない。世界的な恐慌になるのではないかという不安が現実感を帯びてきており悪化する。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・タイの洪水に伴う特需も来年3月にはなくなるため悪くなる。
		広告代理店（経営者）	・今、県内の広告業界やイベント業界は国体に向けた特需に対する期待を高めている。一部その恩恵に授かっている事業者も存在するが、めぼしい話題はそれだけであり、悪くなる。
雇用 関連	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産において、タイの洪水の影響で生産体制に遅れが生じたが、部品供給は正常に戻りつつある。生産体制の遅れを取り戻すため、2～3か月先の景気状況は良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・顧客の研究開発需要のおう盛さが継続することが確認できることから良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用の求人が増加して企業の採用意欲が増す。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・製造業主体の当地区では、タイの洪水が収束すれば、年明けからある程度の期間が経過した後は、再度の上向き傾向が表れる。
		職業安定所（職員）	・求人は引き続き多く出ている。求職者が職業安定所に登録してもすぐに就職が決まって、求職者の数が減少傾向にある。よって、先行きは良好である。
		職業安定所（職員）	・円高は懸念材料だが、内需関連企業の求人は増加傾向が続いているため良くなる。
		職業安定所（次長）	・新規求人数は増加傾向が続いており、採用者数も増加している。企業の雇用調整の動きも落ち着いている。しかし、正社員求人は依然として少なく、雇用の質の改善は進んでいない。状況としてはやや良くなる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・ようやく製造業等の雇用回復が感じられ、2、3か月先には良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・ソフト関連はほとんど求人の動きがない。募集しても適任者がいない。ニーズもなければ人もいない。
		人材派遣会社（社員）	・今月が予想以上に良いので、この先は変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・登録型派遣の禁止が見送られたものの、期間限定の採用が全体の40%超を占めているため、売上が流動的な状況となっている。このため、景況感の回復はしばらく見込めない。
		人材派遣会社（営業担当）	・年末で購買意欲の回復なども想定されるが、一時的なものにとどまり、2～3か月後の状況は変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・タイの洪水の影響もあり、当地域の景気としては変わらず冷え込む。一方、これまでの採用抑制の反動があり、派遣求人は前年に近い数字にて推移する。
職業安定所（所長）		・新規求人数は依然として増加傾向にあるものの、円高等の影響から先行き不安も出始めており、今後は更に非正規社員を中心とする求人が多くなる。	
職業安定所（職員）		・新規求人数は増加しているものの、派遣等の非正規の比率が依然として高いままである。一方、休業等の相談も増加しており予断を許さない。	
職業安定所（職員）		・タイの洪水の影響等の不安定要因はあるが、少なくとも年明けぐらいまでは現状は維持できる。	
職業安定所（職員）		・東日本大震災で生産に遅れがあったものの、遅れを取り戻している。ただし、来年3月までの受注がほとんどで、それ以降は不透明である。	
民間職業紹介機関（支社長）		・円高、欧州の信用不安に続き、タイの洪水の影響がまだ読みきれない。	
民間職業紹介機関（営業担当）	・10月より上向きとなっているが、タイの洪水で当地域の製造業停滞が危ぶまれる。自動車メーカーの動きがあらゆる業種に影響を与える。		
	やや悪くなる	—	—

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

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 やや良くなる	—	—
		一般小売店〔精肉〕 （店長）	・先のことが読めない状況にあるなか、テナントビル入居各社の企業努力が功を奏し、来客数が増加しており、これが持続すると思われる。
		一般小売店〔鮮魚〕 （従業員）	・最悪期は脱したように感じられる。取引先からは、客がかなり戻っているとの話が多くなってきた。
		コンビニ（店長）	・11月が極端に悪すぎたように思っている。25日以降には、たばこや酒類など免許品を除いた商品の売上は、徐々に戻ってきてつつある。クリスマスや年末年始のイベントが控えているので、極端には良くなるはならないだろうが、11月末の動きは継続すると考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の導入と春先需要が見込まれ、上向きになる。
		一般レストラン（店長）	・年末年始にかけて、例年以上に客の動きが良くなるように感じている。
		通信会社（職員）	・冬季の節電期間を乗り越えれば、春先にかけてやや消費が戻るものと考えている。しかし、欧州の信用不安など、世界的な経済問題の動向によっては打ち消されかねない。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売に伴い順調に販売増をみせているが、商品の入荷状況がやや不安定なものの、今後の在庫供給及びボーナス商戦での販売増が期待される。また、旧商品の値下げにより全体的な底上げを見込んでいる。
		住宅販売会社（経営者）	・受注見込み客の数が増加傾向にある。
	住宅販売会社（従業員）	・復興支援・住宅エコポイントやフラット35Sエコの創設で、客の動きに期待が持てる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・寒くなるべき時期に寒くならないと、コートの価格が崩れてしまい、価格を落とさざるを得なくなる。
		商店街（代表者）	・人出があってもウインドーショッピングしているだけで、購買には結びつかない。購買意欲をそるような商品が少ないのも事実だが、買う意欲もない。この傾向はしばらく続きそうだ。
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・円高、年金など消費者にとって明るい話題がなく、市場が活性化するとは思えない。また、販売数、売上は前年を大幅に下回っており、これから先も大きく期待はできない。
		百貨店（売場主任）	・前年並みの商品の作り込みであり、大幅な伸びが見込めない。また限られた需要内での食い合いであり、市場全体の拡大が見込めない。
		百貨店（営業担当）	・新年を迎える準備をする中で、心機一転のできる縁起物の用品に期待が持てる。ファッション関係では、単価の安いものは売れるであろうが、高額品は依然として回復が望めない。
		スーパー（店長）	・状況は、すでに下げ止まっていると感じている。これ以上良くも悪くもならない。円高や放射能の問題など好転する材料が見当たらず、底で推移するとみている。
		スーパー（店長）	・現状の来客数、買い上げ点数などからは、今後も景気回復の見通しが見えない。
		スーパー（店長）	・客の動向を見ていると、2～3か月後の状況は現在と変化はないように思われる。
		スーパー（総務担当）	・必要なもののみ買い求める客の購買動向は変わっておらず、高価な商品の売行きは伸びていない。
スーパー（総務担当）		・歳暮、クリスマス、年末、年始を控えているが、例年より客の浮かれた感じが感じられない。	
コンビニ（経営者）	・依然としておでんや空揚げ、焼き鳥など店内調理品は堅調に推移しているが、弁当、サンドイッチなどは低迷している。この傾向に変化が見込めない。		
コンビニ（経営者）	・例年と比較しても際立って変化のある事象は見えてこず、良くなる要素も悪くなる要素もない。		
コンビニ（店舗管理）	・タイの洪水の影響で、近隣の自動車関連の中間財製造工場働く従業員が、来店しなくなった状況が今後も続くであろう。		

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		
		衣料品専門店（経営者）	・引き続き財布のひもは固いが、欲しいものがあれば購入していると思われる。		
		衣料品専門店（総括）	・ボーナスが支給され消費は多少上向きになるかもしれないが、大多数は貯蓄に回され景気が回復するとは思えない。		
		家電量販店（経営者）	・家電エコポイントの反動が思っていた以上に大きい。		
		家電量販店（店長）	・クリスマス商戦や年末商戦が近づいているが、販売量としては例年より鈍いと感じている。		
		家電量販店（店長）	・テレビの売上が主軸となっていたため、それに代わる商品群は当分なさそうである。		
		乗用車販売店（経理担当）	・タイの洪水の影響が現れつつあり、先々が読めない状況となっている。最近の受注状況が弱含みで推移しているので、サービス部門の状況に左右され、現状維持が精一杯である。		
		自動車備品販売店（従業員）	・ナビゲーションなど海外部品調達の影響で品薄状態が続いたが、購買需要も下がっており商売に影響していない事を考えても、上がって行く要素が見当たらない。		
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・ドラッグストアやスーパーマーケットなどの出店計画を見ると、出店は今後も続くと思われ、競争は現在と同じく激しく続く。		
		高級レストラン（スタッフ）	・忘年会や新年会は例年並みの受注で推移し、単価が若干上がっている。		
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税、年金の問題など先行きは不透明である。消費税の行方によっては、駆け込みなどで、車など大型耐久消費財などの消費にお金がまわり、食費や被服関係は節約ムードになる可能性がある。一方、タイの洪水被害の復旧が年明け後から本格的に動き始めれば、休止していた工場の稼働や日本から機器などの輸出も増え、一部の産業は忙しくなり、外食にも好影響があろう。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況、経済情勢から好転する要因はない。		
		旅行代理店（従業員）	・年明けに案件が一気に増加しなければ、恐らく年度明けの4月頃までは小康状態が続くような気配と聞いている。		
		通信会社（社員）	・スマートフォン効果が継続するものの、販売費用も増加する可能性が高い。		
		通信会社（営業担当）	・劇的に上向き要素は今のところ考えられない。		
		競輪場（職員）	・12月はビッグレースが控えており、多少の売上増が期待できるが、それ以降は通常通りに戻ると予想している。		
		その他レジャー施設（職員）	・年末に実施する体験イベントの集客進捗は、今のところ予定通りに進んでいる。		
		美容室（経営者）	・客数の減少傾向はこの先も続くと思われ、売上回復にはまだまだ厳しい。		
		住宅販売会社（従業員）	・円高問題をはじめ今後に出される政策によって個人消費を刺激しないと、住宅取得を始め消費には厳しい状況が続くと思われる。		
		やや悪くなる		百貨店（営業担当）	・2～3か月後の冬物セール期に入ったとしても、安価だといって売れるものではなく、価格と内容を吟味したうえで最小限に絞った買物になる。
				百貨店（売場担当）	・インテリアや生活雑貨関連商品が、ウォームビズや節電の影響で前年の120%と伸びている。一方、呉服、美術、宝飾、時計などクリスマス商戦に人気のある高額商品が前年の80%と低迷が続いており、先行きはやや悪くなる。
衣料品専門店（経営者）	・スーツ業界にもシーズンがあり、本来なら10～12月は一つの山であるが、今回は山にならず、逆に谷になってしまうのではと恐れている。				
住関連専門店（店長）	・住宅関連商品の購入は、必要最小限のものに留まる傾向に変わりなく、上がるようには思えない。				
観光型旅館（経営者）	・一時的に需要は増えているが、忘年会の予約状況は年々小グループ化し、特定の日に集中する一方、入込客数は前年同月を若干割っている。また、個人旅行はますます間際予約が増えており非常に予約が読みにくい状況である。				
観光型旅館（スタッフ）	・現在の予約状況では12月から3月までは前年並みで推移しているが、12月からは地元の割合が高くなるため、地域経済状況により予約の上積みに影響が出てくる可能性がある。				
旅行代理店（従業員）	・来客数、相談件数、受注件数ともに伸び悩み状況であり、今後はやや悪くなると予想される。				

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
		通信会社（役員）	・年末年始はテレビの視聴時間が増え、ケーブルテレビ専門チャンネルの需要の多い時期であり、一時的に獲得件数も伸びることが予想されるが、2～3か月のトレンドでは現在の悪化傾向に変わりはない。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場の来場者減少や商談内容などから、以前ははっきりとしていた顧客動向が見えなくなり、苦戦が予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・減税措置が縮小されたことや、住宅エコポイントも小さくなり、需要を先取りした感が強い。今の状況では新たな需要を掘り起こせない。
	悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・タイの洪水の影響で乗用車などの部品生産が滞り、多機能周辺装置など部品がそろわないため生産が遅れていると聞いている。商品がなければ商売ができず、資金繰りなど心配している。
		乗用車販売店（経営者）	・降雪期に備えるタイヤなどの季節商材でさえ、顧客の取り組みは薄い。先行きに不安を抱える消費者が多くなっている。
テーマパーク（職員）		・予約状況を見ると、国内の一般団体及び海外からの観光客は厳しかった前年同月をさらに下回り、1割の減少となっている。また、個人客もここ2～3か月徐々に弱含みになっている。今後2～3か月は悪いほうに向かっている。	
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		一般機械器具製造業（総務担当）	・東日本大震災やタイの洪水の影響で国内での生産が増加する。これにより設備投資が増加し、国内受注が伸びると予想している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・スマートフォン関係が好調であり、今後ソフト開発が進むにつれ、市場が拡大するであろう。拡大の大きさによって次世代スマートフォンへの展開が進み、好影響が見込まれる。
	変わらない	税理士（所長）	・東日本大震災以降の中断したり、縮小したり、円高によって見合わせたりといった負の部分が出尽くした。企業ではリスタートが来ているのではないかと感じている。外的な状況が変化しなければ、盛り上がりは小さいかもしれないが良くなる方向にある。
		食料品製造業（企画担当）	・需要に関してはどの価格帯も変化は見られず、今後とも同様の推移が予測される。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・2～3か月後、6か月後を考えても、今の住宅市場が大幅に回復するとは思えない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・円高や鋼材価格の高止まりなど景気高揚の妨げ要因が多くある。
		精密機械器具製造業（経営者）	・年明けに向けての生産計画は、国内向け、海外向けそれぞれ現状より若干増加するレベルで推移する予定である。
		金融業（融資担当）	・欧州の信用不安、株価の低迷、円高傾向などが続いており、引き続き現状が続くものと予想される。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・折込広告は新店開設で出稿量が伸びているが、業種によっては落ち込みが激しいものもある。特にパチンコ広告は、表現規制が厳しくなってから出稿量が激減している。
やや悪くなる	司法書士	・前月に続き古い会社の解散が多い。また不動産取引で安くてもいいから売りたいという話が多く、今後良くなる気配はない。	
	繊維工業（経営者）	・海外市況の悪化と円高で輸出関連の苦戦が続くそうである。国内市場も力強さに欠ける。	
	繊維工業（経営者）	・国内外ともに経営環境があまりにも悪すぎる。引き続き円高傾向も収まっておらず1～3月に影響が出るものと予想している。	
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は現状よりやや悪い。	
	輸送業（配車担当）	・燃料費などの高騰が前月より顕在化し、運送業として経営環境がますます悪化する方向にある。	
	不動産業（経営者）	・個人からの問い合わせがかなり減少している。さらに、法人からは今後の情勢が不透明であり、動けないと聞いている。	
悪くなる	建設業（経営者）	・来年3月までの発注工事の予定が、国にも県や市町村にもさっぱり見えない。除雪作業に関しても、12月、1月はあまり積雪がなさそうであり、期待が出来ない。	
	建設業（総務担当）	・一部地域を除き、建設投資の減少による受注価格競争が依然としてし烈な状況にある。一方で職方不足による外注コストの上昇が続いており、業況は厳しさを増すと予想される。	

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
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）	・1～3月は業務量的に少ない時期なので、人員増に結びつく様子は見られない。
		人材派遣会社（社員）	・例年、年度末に向けてIT業界からの需要が見込まれる時期ではあるが、特に目立った動きが無く、しばらくは今のよう状況が続くと思われる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員を求める求人の件数が増えてこない。
		職業安定所（職員）	・当所管内の新規求職者数は、前年同月比で2か月連続して減少となる見込みである。
		職業安定所（職員）	・求職者は減少し、求人は増加しているものの、大幅な増員増産を予定している企業は少なく先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・円高と株安傾向が継続しており、製造業の求人増加は早急には望めそうにない。
学校〔大学〕（就職担当）	・前年同月に比べ、就職の内定者が若干良いが依然厳しい状況である。		
やや悪くなる	○	○	
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	乗用車販売店（販売担当）	・当社が扱っている車種では、今月から新機能を備えた新型車が導入されたため、その効果もあり販売量が伸びる。
	やや良くなる	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・年始には悪い気持ちを吹き飛ばして新しい年にしたいという思いから、楽しく前向きに考える客が増えるため、それに伴って景気も良くなる。
		百貨店（売場主任）	・冬物商材への需要時期が後ろにずれているため、今後の気温の低下に伴って需要が高まる。
		百貨店（売場主任）	・ここ2～3日の気温の低下で冬物衣料の動きが活発になり、お歳暮の受注も急激に良くなっているため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・おせち料理の注文は前年の水準に届いているほか、ギフト関係の動きも戻ってきているため、今後は少し良くなる。
		スーパー（店長）	・12月からは家電エコポイント制度の縮小から1年以上が経過するため、売上の前年比が落ち込むことはなくなる。競合状況に変化はなく、今年は寒さが厳しくなることから、必要に迫られた買物を中心に回復に向かう。
		コンビニ（経営者）	・ファストフード関連の品ぞろえが充実しているため、ついで買いの増加で客単価の上昇につながる。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電や節電、省エネ家電などを積極的に提案し、節電や創電の需要を盛り上げることで、先行きは良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・徐々に客単価や販売数が上向いているため、先行きの見通しは良い。
		乗用車販売店（販売担当）	・小型のハイブリッド車が発表される期待感も大きいため、先行きの見通しは明るい。
		観光型旅館（団体役員）	・台風12号の影響や被害も少しは落ち着いてきている。団体旅行が急に回復することはないが、年明けからは個人旅行を中心に少しずつ良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3か月先の予約状況は前年を若干上回っている。海外からの利用客は大きく減少しているが、新年会や大規模な講演会、パーティーなど、新規客からの受注が目立っているため、先行きの見通しは良い。
		旅行代理店（店長）	・東日本大震災後の新しい年でもあり、消費者が動き始めるため、先行きは良くなる。
		タクシー運転手	・最近の週の後半に医者やイベントが開かれる傾向があるため、タクシーの需要は増える。
		通信会社（経営者）	・取引先の間では東日本大震災の復興関連の仕事が増えつつあるため、先行きは良くなる。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・12～1月にはコンサートが開催されるほか、子ども向けイベントや企業イベントも開催されるため、例年よりも来場客が増える。
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・前年にオープンした新店舗の知名度が上がってくるため、先行きの見通しは良い。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・2～3か月後は一番消費が落ち込む時期となる。それを押し上げる要素もないため、今の状態を維持することが精一杯である。
		商店街（代表者）	・人出の減少傾向は以前から続いているため、今後も急に良くなることはない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・節約志向がクリスマスや正月商品の注文にもみられる。得意先の飲食店の閉店も年末に向けて数件あるなど、まだまだ回復の兆しはみられない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・ミセス層をねらったファッションビジネスは大きく変わり、それが定着し始めているため、今後は徐々に良い方向へ向かっていく。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・客の平均年齢が高いため、年金や介護などのシビアな話題が多い。今後はお金を貯めておく必要があり、使えないと感じる人が増えるため、今よりも良くなることはない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・景気低迷や食品の放射能汚染問題の影響もあり、牛肉のギフト需要は更に減少する。ただし、年末や正月用には少しぜいたくが戻ってくる雰囲気はある。東日本大震災以降の自粛や節約疲れもあり、正月ぐらいいは大勢でご馳走を食べる動きが出てくる。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・お歳暮商品などの受注と重なって、特別注文が入ってきているため、今後も忙しい状況が続く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客は買物を控え始めた感があるが、今後もその傾向が続く雰囲気がある。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・忘年会のシーズンとなるが、予約の単価が高くないなど、見通しは厳しい。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・たばこの値上げがあれば売上は再び激減するが、状況に変化がない限り、当面は現状維持の状態が続く。
		百貨店（売場主任）	・景気の上向き要素がないほか、子ども手当の見直しや消費税率の引上げ議論などで将来不安も高まるため、高額消費を積極的に行う雰囲気にはならない。
		百貨店（売場主任）	・付加価値の高い商品や高級品の動きは好調であるが、それは一部の商品であり、全体的な底上げにはつながっていない。市内はオーバーストアの状態であるほか、消費者の所得も増えないため、今後も大きく改善することはない。
		百貨店（企画担当）	・ようやく気温が下がってきたが、12月になるとクリアランスセール待ちの客も増えるため、大幅な回復にはつながらない。
		百貨店（営業担当）	・金融不安などで投資に見切りをつけた客が資金を現金化し、ブランド品や美術品などに変える傾向が今後も強まるが、このような客は一部であり、全体的には厳しい状況となる。
		百貨店（営業担当）	・上位顧客による輸入時計や高級ブランドのバッグなどの受注が増えているため、クリスマス商戦に向けて更に動きが良くなる。
		百貨店（販促担当）	・株価の低下で高額品の動きも鈍く、先行き不透明な状況が重しになっている。身の回り品も、気温が高めとなることで重衣料の苦戦が続く。来月中旬以降はクリアランスセール待ちの動きが増えるため、前倒しで開始せざるを得ず、客単価の下落などの悪循環に陥りかねない。
		百貨店（サービス担当）	・例年どおり、福袋の予約受付が始まるほか、クリスマス商戦も本格化する。今年は、家庭や家族を大切にする意識が強まっているため、その関連商材を強化することで前年売上の確保につながる。
		百貨店（婦人服）	・小売業では消費税率の引上げが将来的な不安要素であるほか、足元の景気もおぼつかないため、好転することはない。
		スーパー（経営者）	・予算的に厳しい客がかなり多い一方で、一部の客は予算をあまり気にする必要がないなど、買物の仕方が二極化しており、今後も全体として良くなる兆しはない。
		スーパー（経営者）	・欧州の信用不安による景気減速や先行き不安の高まり、企業業績の悪化による冬のボーナス減少など、悪い材料が多い。さらに、税や社会保障負担の増加に関する議論もあるため、消費者の節約志向が解消されることはない。
		スーパー（店長）	・消費者は特別な機会にはお金を使うが、余分な買物はしないため、全体的には大きく変わらない。

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（経理担当）	・今冬のボーナス支給額は微増が予想されているほか、株価の底打ちや円高の一服などで、年末から年始の消費は底堅い動きとなる。普段の節約の反動もあり、消費は増加しやすくなる。
		スーパー（管理担当）	・年末商戦に期待しているが、既になかなか厳しい状況となっている。年明けに消費税率の引上げ論議が本格化すれば、更に冷え込みが進む。
		スーパー（販売担当）	・競合相手との競争で1品価格が下がっているため、客の買物点数は前年を上回っているが、売上の伸びない状況が続く。
		スーパー（社員）	・円高や世界的な景気後退により、製造業に悪影響は出てくるが、小売業への影響はすぐには出ない。客の動きも堅調であるため、これから繁忙期の年末年始に向けて当面は良い状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・客は実用的な商品や本当に必要な商品しか購入しないなど、今後も悪い状況が続く。
		家電量販店（店長）	・今冬の節電対策で一部の商品は前年の売上を上回っているが、主要商品の需要が高まる材料は見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナスの支給を前に財布のひもが固くなっており、注文が取れない。取れたとしても必要最低限の注文がほとんどで、カーナビやアクセサリはぜいたく品とされているのか、注文する客はいないため、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の予約が少なく、車検や一般修理の注文もあまり伸びないため、見通しは良くない。
		乗用車販売店（営業企画）	・取引先には回復の見込みを感じられない。仮に回復が進んだとしても、単価とのバランスが悪いため、売上が前年を上向くことはない。
		住関連専門店（店長）	・消費者の低価格志向に全く変化はみられない。当店は高額品の品ぞろえが多いため、客との商談機会は増えない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円高や株安傾向、国際情勢に大きな変化はないが、大阪は市長選と知事選の結果によって全体的な雰囲気が変わってくる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・現状では良くなるとも悪くなるともいえず、先行きは不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・低価格志向が進んでいるが、客層の二極化によって富裕客の客単価が大きく伸びているため、全体としては大きく変わらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・国際情勢や国内経済の先行き、原子力発電所の問題といった不透明な要素が多く、好転することはないが、著しく悪化することもない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・現在はほぼ前年並みで推移しているが、気温の冷え込みが弱く商品の動きが鈍いため、見通しは良くない。
		観光型ホテル（経営者）	・観光シーズンで団体客が非常に多かったが、単価が低く、販売促進活動の不足もあり、売上の増加につながっていない。2、3か月先も予約件数は維持できているが、売上が上昇するかは不透明である。
		観光型旅館（経営者）	・道路事情が多少悪くても、正月からは近隣の神社仏閣に初詣に訪れる行楽客が増えてくる。
		都市型ホテル（マネージャー）	・クリスマスや正月から春休みへと行事が続くが、全体的な予約状況はあまり良くない。特に、宴会部門では新年の定例の催しも規模が縮小するなど、良くなる要素は見当たらない。
		都市型ホテル（客室担当）	・円高などで先行き不透明感が強いほか、間際予約が多いため、見通しが立ちにくくなっている。ただし、夏以降の結果をみると、終わってみれば良い結果となっているため、今後も大きな落ち込みはない。
		旅行代理店（経営者）	・ここ数年は旅行需要が大きく落ち込む出来事が毎年起きているが、今年の4月以降は何も起きていない。円高や株安の影響により、しばらくは海外旅行が好調な一方、国内旅行は不調となる傾向が続く。
		旅行代理店（広報担当）	・今年は年末年始の曜日配列が悪く、長期の休暇を取りにくい客が多いほか、気温要因などで季節感がなかなか高まらず、2～3か月先の旅行を申し込む雰囲気にならない。また、今冬の節電要請に伴う動きにも大きな影響を受ける。
		タクシー会社（経営者）	・法人が経費節減で利用を控えているほか、個人客の間でも節約ムードが続いているため、今のような底の状況が今後も続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（経理担当）	・個人客、団体客共に減少傾向であり、来場客の財布のひもも固い。クリスマスの3連休は来場者も増えるが、その前後は前年並みか前年よりも悪化するほか、年明け以降も厳しい状況となる。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・大阪府知事、大阪市長のダブル選挙が終わり、大阪都構想が動き出そうとしているが、市民の生活がどう変化するのは明確でなく、先行きは不透明である。
		住宅販売会社（経営者）	・数は少ないが、受注の見込案件が出てきている。米国の大手金融機関の破たん以来、ひどい状況であったが、目先は少し良くなっている。ただし、この動きがいつまで続くのかは不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの審査が通りにくくなったため、客の購入意欲も低下している。それが住宅価格の下落にもつながっているため、住宅販売業者にとっては厳しい状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・国内外に景気の足かせとなる問題がある一方、有効な打開策が見出せていないため、今後も景気の低迷が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・最近のマンション市況は、景気動向よりも各地域での需給バランスによって契約率が左右されている。デベロッパー各社の仕入状況を見ると、今後も需給バランスに合った供給が行われる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介]（経営者）	・今後の金融機関の融資姿勢や、不動産案件の動きについては予測が立たないが、3か月後の取引件数は一時的に減少する感がある。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	・住宅エコポイントの継続が決まっているが、被災地以外は従来の半分のポイントとなるなど、新築需要を喚起する効果は薄い。住宅に関する税の優遇策が出てこなければ、売行きは厳しくなる。
	やや悪くなる	一般小売店 [花]（店員）	・客単価の低下に拍車が掛かり、売上の減少につながっている。このまま安値志向が定着すれば、利益が上がりにくくなる。
		百貨店（売場担当）	・対ユーロやドル、ポンドで今の円相場が続くか、更に円高が進む可能性が高いため、海外や空港の免税店で輸入ブランド品を買う客が増える。
		百貨店（マネージャー）	・経済的、社会的な悪循環が続くなか、年金や増税問題が加わるため、ますます消費環境は悪化する。その悪条件をひっくり返すような強力なヒット商材やトレンドは見当たらないため、見通しは厳しい。
		スーパー（経営者）	・来客数は維持できているが、客単価は低下傾向にあるため、見通しは良くない。
		スーパー（店長）	・冬の賞与が減少傾向にあり、消費者の間で更に生活防衛、節約志向が強まるため、クリスマスや年末商戦も苦戦を強いられる。また、来月に気温の低下が進まなければ、冬商戦全体が厳しくなり、値引き合戦が始まる。
		スーパー（店長）	・前年は厳冬となったため、暖房器具や防寒商材の動きがシーズンを通して良く、年末商戦や年明けのバーゲンも順調に推移した。今年は節電意識の高まりで、省エネ、節電関連商材の動きは良くなるが、1品単価が低いため、大きな売上にはつながりにくい。全体的に消費マインドが高まるような要素が見当たらない。
	スーパー（企画担当）	・冬物商材の出足が例年に比べて悪い。来客数が下げ止まらないことと合わせて、先行きの見通しは暗い。	
	スーパー（企画）	・消費喚起を促すような明るい材料が見当たらない。子ども手当の見直しなどで、生活防衛意識も更に高まっているため、見通しは厳しい。	
	コンビニ（店長）	・競合店がオープンしたほか、たばこの販売を始める店も増え、競争が激化しているため、見通しは厳しい。	
	コンビニ（店員）	・国道沿いの当店から約1キロ手前に新しい店がオープンし、車で来店する客がそちらに流れるため、先行きはやや悪くなる。	
	コンビニ（広告担当）	・今後、欧州の信用不安による影響が世界各地に出てくる。さらに、日本国内でも税制の問題や各商品の価格高騰などが進むため、先行き不安から消費を抑える動きにつながっていく。	
	衣料品専門店（経営者）	・株価の低迷などで個人の所得が悪化しているため、今後は消費が更に冷え込む。	
衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツ代に回る予算が減っている感があるため、今後の見通しは良くない。		

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
		家電量販店（店員）	・東日本大震災やタイの洪水などの影響もあり、景気が良くなることはない。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安や株安などによる悪影響が徐々に出てくる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今のところは暖冬気味であり、景気も今一つ良くないため、客が生活防衛意識を強めるのに伴って消費が落ちる。
		都市型ホテル（支配人）	・円高や株安といった経済情勢はしばらく続くため、景気回復にはまだ時間がかかる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の先行予約が非常に悪い。予約の動きが弱ければ単価を上げられないため、売上の悪化につながる。宴会も忘新年会の受注が伸びず、低単価の引き合いでも受けざるを得ない状況となっている。全体的な収支構造も、食品価格の値上がりで悪化し始めているなど、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（社員）	・テレビの需要減少が大きく響いており、先行きの見通しも厳しい。
		通信会社（企画担当）	・景気刺激策が実施される予定はなく、増税議論も活発になるため、景気回復は進まない。
		観光名所（経理担当）	・今月も天候に恵まれたほか、現在放送中のテレビ番組の影響もあり、来客数が前年比で40%増、売上が37%増とかなり増えている。ただし、今月に番組が終了するため、街ぐるみで対策を考えているが、好調がどれだけ維持できるかは不透明である。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・円高や欧州の信用不安により、海外からの観光客、国内の観光客共に消費マインドが低下する。
		住宅販売会社（経営者）	・依然として先行き不透明であり、金融機関の個人向け住宅ローンの審査も厳しくなっているため、見通しは厳しい。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・欧州の信用不安が実体経済に悪影響を及ぼし始める。年末商戦への心理的影響も強まるなど、先行きは厳しくなる。
悪くなる		商店街（代表者）	・不安定な天候の影響で今後も売上が伸びないほか、ユーロ安や円高、株安、世界景気の停滞による影響も出てくる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・国内景気の先行き不安に加えて、欧州の信用不安も続いている。消費者の間で、これから安定した生活が送れるかどうかの不安が高まっているため、先行きの見通しは厳しい。
		コンビニ（経営者）	・コンビニだけでも飽和状態となっているところに、食品ミニスーパーが出店したため、今後は更に客が分散する。
		衣料品専門店（販売担当）	・月収が増えず、消費者による生活防衛の姿勢がどんどん強まる。
		家電量販店（企画担当）	・株価の極端な下落や円高による景気の先行き不安、11月下旬とは思えない暖かさなどで、季節商材の需要が見込めない。原子力発電所の問題やタイの洪水による影響、今冬の電力不足もあり、しばらくは消費意欲が高まることはない。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安が世界景気を冷え込ませ、国内でも失業率が上がるなど、内外の環境が悪化している。タイの洪水で新車の納期も大幅に遅れており、売上への悪影響が続くことから、先行きの見通しは暗い。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・年内に近隣の3店舗が閉店となるが、今後は更に閉店の動きが増える。
		観光型ホテル（経営者）	・企業の忘新年会が減っているほか、予約の料金も更に厳しくなっているなど、来月以降は今月までと大きく変わって厳しくなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・円高や株安、年金問題のほか、欧州の信用不安に端を発した世界経済の変調により、企業や消費者のマインドが低下し始めているため、先行きの見通しは厳しい。
		企業動向関連	良くなる
やや良くなる			
食料品製造業（営業担当）	・来月はクリスマスや年末年始の行事で客の財布のひもが緩むほか、地球温暖化の影響で海産物の価格も高騰しているため、売上は前年よりも良くなる。		
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が増えているため、先行きの見通しは良い。		
木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の効果で利益が増えるため、業況は格段に良くなる。		
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・グローバル化の進行で輸出に陰りもみられるが、情報の集約方法が紙からデジタルへと変化しつつあるなど、市場では新たな動きも出始めているため、先行きの見通しはやや良い。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	変わらない	電気機械器具製造業（営業担当）	・一時的な動きに終わる可能性はあるが、取引先からの引き合いが増えているため、先行きの見通しは良い。	
		電気機械器具製造業（経理担当）	・タイの洪水で電子部品が入手困難となっているが、取引先からは景気が上昇傾向にあるとの声も聞かれるため、今後は良くなっていく。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・一部の小売店では輸入品を国産品に切り替える動きが出てきたため、先行きの見通しは良い。	
		輸送業（営業担当）	・金属部品の工場で出荷が増えているため、来月以降、金属製品のメーカーの出荷増につながる。	
		広告代理店（営業担当）	・年度末に向けた動きには前年ほどの落ち込みはみられない。特に、テレビ広告の出稿が好調となる兆しがあり、先行きはやや良くなる。	
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・テレビコマercialのスポット出稿などに改善の兆しがみられるため、先行きの見通しは良い。	
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	・円高や原材料価格の高騰が続いているほか、経済全体の先行きにも明るさがみえない。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなるという情報を取引先から聞くことがない。	
		化学工業（経営者）	・問い合わせも含め、大きな物件は見当たらない一方、悪くなる要因もない。	
		化学工業（企画担当）	・毎年2月ごろまでは消費の伸びが続くが、今年も例年どおりの動きとなる。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・欧州の信用不安や円高の継続、株安といった不安要素は多いが、先行きへの期待感もあるため、全体としては現状維持となる。	
		金属製品製造業（経営者）	・自動車関連を中心に荷動きが活発であるが、今後の為替の動向次第では受注に悪影響が出る。	
		金属製品製造業（営業担当）	・建築関係が少しずつ良くなっていく一方、自動車関連では世界景気の減速による影響が出てくるため、全体として大きな変化はない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・エネルギー関連の産業構造が大きく変化しているが、入替わる動きは緩やかであるため、業況への大きな影響はない。	
		一般機械器具製造業（設計担当）	・今後も状況に大きな変化はないが、景気の悪い状態が長引いているため、景気の悪さに鈍感になっている感もある。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界経済の先行きが不透明であり、経営面での対策が必要となっている。東日本大震災やタイの洪水関連で復興の仕事が増えている企業もあるが、全体としては不透明感が強い。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・タイの洪水により電子基盤の供給減が懸念されるなど、見通しは良くない。	
		建設業（経営者）	・政府による景気対策の実施や公共事業の増加には期待できないほか、円高や欧州の信用不安の影響で、民間企業の間でも設備投資の計画延期や凍結が増えてくる。	
		輸送業（営業所長）	・スポット的な見積依頼はあるが、年間を通しての案件の見積は少ないため、全体的には今の状況が続く。	
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは受注単価に変化のない状況が続くため、今後も売上は伸び悩む。	
		司法書士	・不動産登記では個人の相続や贈与に関する登記以外はみられず、商業登記も役員変更以外はほとんどない。事業の拡大につながるような物も少なく、案件自体があまりないため、現状維持が精一杯である。	
		経営コンサルタント	・経済環境の悪さなどを考えると、現状維持が精一杯である。	
		コピーサービス業（店長）	・以前よりも来客数が少し増えたとはいえ、減少の動きが続いているなど、明るい兆しはみられない。取引先のコスト意識も厳しく、不安材料が尽きない。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・欧米向けの輸出減少やタイの洪水といった景気悪化要因もあるため、消費者の購買意欲は今後も上向かない。	
		やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・売上が急激に悪くなることはないが、緩やかな悪化が進んでいく。量販店とは安売りを前提とした価格交渉が進んでおり、量販店の希望価格で納品しなければ売上がつながらないため、今後は非常に厳しい状況となる。
			繊維工業（団体職員）	・全体的な受注量は前年よりもやや少なくなるなど、先行きの見通しは厳しい。
	繊維工業（総務担当）		・取引先の売上不振が、製造や流通面にも影響しているなど、先行きの見通しは良くない。	
化学工業（管理担当）	・円高の継続や、欧州の信用不安を巡る懸念が高まっているため、先行きの見通しは暗い。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	一般機械器具製造業（営業担当）	・今はたまたま受注が重なっているだけで、半月もすれば元に戻るため、依然として見通しは厳しい。
		金融業（営業担当）	・東日本大震災やタイの洪水の影響を受けた企業が多く、業況の良い企業はごく一部である。今後も大半の企業の業況が悪化していく。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後3か月で予定されている見積が大きく減っているため、今後の受注も少なくなる。
		繊維工業（総務担当）	・物が売れないため、繊維メーカーでは売上維持のために過度な値下げを行っているが、既に限界を超えている感がある。今後も値下げ競争が収まる様子はないなど、先行きの見通しは非常に厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自力で業績を上げる対策を進めているが、それには時間がかかる。数か月先の輸出案件の動向も悪化気味であるため、見通しは非常に厳しい。
		不動産業（営業担当）	・当地域から事業所の撤退が増え、それに伴って住宅の空室率も上がっている。その動きが円高によって更に加速するため、今後も状況の悪化が進む。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（経営者）	・インフラ関係の図面作成やIT関係の求人が増えているほか、自治体からの医療や介護関係の仕事も出てきているため、先行きの見通しは良い。
		人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災の復興需要で東日本を中心に受注が増えており、その動きが西日本にも波及してくる。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人数の先行指標である、鉄筋工の求人がやや増えているため、先行きは良くなる。
	変わらない	学校〔大学〕（就職担当）	・就職活動の開始時期が遅くなり、多くの企業からは採用が難しくなるとの声も聞かれるが、これは積極的に人材を確保したいという意欲の表れでもあるため、先行きはやや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・毎年、年末までの季節的な需要が一巡すると、製造業務を中心とした派遣需要はやや落ち着くが、今年も例年どおりの動きとなる。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年であれば年始から求人数は増加傾向となるが、大手顧客企業の採用姿勢が慎重であるため、先行きは不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・3月末に向けた企業の動向に左右されるなど、先行きの不透明感はぬぐえない。
		職業安定所（職員）	・業種によるばらつきはあるが、求人は増加傾向、求職者は減少傾向と、雇用情勢の回復が進んでいる。ただし、急激な円高の進行で企業の雇用意欲は減退し、求人提出をためらう傾向がみられるほか、管内の大手電機メーカーでは大規模な雇用調整を計画しているなど、今後は雇用情勢への悪影響も出てくる。
		職業安定所（職員）	・円高が続くほか、タイの洪水による影響で製造業での生産が減少するなど、先行きには不安材料が多いため、今よりも良くなることはない。
		職業安定所（職員）	・円高などの不安材料はあるが、新規求人数の増加傾向については大きく変わらない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用意欲が低下しないように祈っているが、先行きは不透明である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・関東の企業を訪問したところ、関西よりも活気があるように感じたが、関西の学生は関東での勤務を敬遠している感もあるため、今後も大きな変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・欧州の信用不安や円高、タイの洪水が輸出企業に大きなダメージを与えており、全体として雇用を控える傾向が強まる。
		やや悪くなる	職業安定所（職員）
民間職業紹介機関（支社長）			・長引く円高や欧州の信用不安、タイの洪水による大手メーカーの業績不安などで、採用抑制の影が忍び寄っている感もあるため、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
	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	乗用車販売店（業務担当） 通信会社（営業担当） 競艇場（職員）	・現在は12月の新商品発表の影響で買い控えが起きているものの、発表後は大幅な販売増が見込まれる。 ・スマートフォンブームに加え冬商戦のキャンペーンや新商品登場により店頭がにぎわい、販売数が増加する。 ・来月から2月にかけて収益を見込めるレースが開催される。
	やや良くなる	スーパー（店長） スーパー（営業システム担当） コンビニ（地域ブロック長） 家電量販店（店長） 家電量販店（販売担当） 乗用車販売店（店長） 乗用車販売店（副店長） その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員） その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当） 観光型ホテル（スタッフ） 都市型ホテル（スタッフ） 通信会社（総務担当） テーマパーク（広報担当） 住宅販売会社（経理担当）	・駅前アウトレットモールがオープンし、広域から人が集まっている。当店の来客数に影響はあるものの、購買意欲は高まり全体的に景気は良くなる。 ・生鮮商品の価格も安定してきており、客の購買意欲も戻ってきている。今は円高なども以前ほど騒がれていない状況であり、不安材料が少ないので買物もしやすくなっている。クリスマスも控えているため、事前の宣伝や売り込み次第で良い結果が出る。 ・駅前へのアウトレットモールの出店で県外からの客が見込め、総合的には県内の消費活動が活発になる。 ・地域内の景気の状態が好転する理由は特に見当たらないが、当店に関しては移転予定もあり、それに伴った閉店セールを行うことで売上確保が見込まれる。 ・今年はエコポイントの反動で落ち込んでいるが、来年はそれほど落ちる要因はないので良くなる。 ・タイの洪水により車種によって生産の状況は異なるが、ナビゲーション関連部品の供給状況が解消されれば、今よりは間違いなく良くなる。 ・エコカー減税の終了に伴い、駆け込み需要が見込める。 ・催事もいろいろあるので客の動きも活発になり、上向き傾向になる。 ・気温が低下してきたことで買い控えていた客層が動き始める。 ・観光オフシーズンとなる一方で、来年放送予定の大河ドラマの影響で徐々に景気が上向き可能性がある。 ・ビジネスマンの宿泊利用が増えてきており、今後もその状況が継続する。 ・利用エリア拡大に伴う需要増が見込まれる。 ・2月下旬からのイベントの反響が大きくなってきており、来年以降も伸びが期待できる。 ・住宅業界における新たな景気刺激策が第3次補正予算で可決し、フラット35の金利優遇や住宅エコポイント制度により状況が好転する。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（理事） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔靴〕（経営者） 百貨店（営業担当） 百貨店（販売促進担当）	・商店街の店舗数減少は止まっているが、現状維持が精一杯である。客の動向からみても今後良くなることはない。 ・大型店舗の進出で当店は売上不振に陥るが、世間一般では変化はない。 ・客や同業者いずれからも良くなるという話は聞かず、このまま推移していく。 ・東日本大震災の影響による客の購買意欲の低下は今後も続く。 ・消費者の財布のひもは固いが、買物をしたくないのではなく単価を抑えている。 ・例年に比べ早くから秋物や冬物に入っているブランドもあるが、客の反応は今一つでクリアランスセールにも期待できない。 ・市内最大手企業のリストラが12月末に行なわれるため、数百人規模の離職者が出るとともに、関連企業や下請企業への影響も避けられず、今後も消費マインドが低下する。

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（購買担当）	・2～3か月後は寒くなるという情報もある一方で、客の財布のひもが固いため冬物の動きが悪い。安くて良い物でないと買わないという傾向がより強く出ており、景気はあまり好転しない。
		百貨店（営業企画担当）	・株価の低迷、円高など日本を取り巻く環境は明らかに悪化しており、マイナス要因を抱え込んだままで消費マインドには変化が起らない。
		スーパー（店長）	・景気の変動に関して、大きな要因は今のところみつからない。
		スーパー（店長）	・円高などで消費が冷え込んでおり現在の状態が続く。
		スーパー（店長）	・冬物の動きは良くないし、客の購買意欲も低い。昨年のエコポイントに伴って起きたような家電の動きもないため、景気の先行きに不透明感がある。
		スーパー（総務担当）	・景気が低迷した状態で安定しており、上昇の糸口をみつけるのが難しい。
		スーパー（業務開発担当）	・客単価、販売数量ともにほとんど変化のない状態であるものの、世間では金がいづらい雰囲気があり、これからのクリスマス商戦や年末商戦が非常に心配である。
		コンビニ（エリア担当）	・特に良くなる材料も悪くなる材料もなく、今後しばらくは現在の景気が続いていく。
		コンビニ（エリア担当）	・販売量が回復する兆しがなく、先がみえない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響も落ち着き、客からの注文も少しずつだが増えてきている。
		乗用車販売店（統括）	・市場の声からは良くなる材料が見当たらず、厳しい声ばかり聞こえる。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税終了、消費税増税のニュースなどの影響で、駆け込み需要が増加するとの期待もあるが、現在はまだその状況にはない。どんな施策があっても消費者がすぐに反応できる状況ではない。
		乗用車販売店（営業担当）	・先が読めないうえに、ボーナス商戦にも期待できない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上良くなる要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・より安い価格が良しとされ、現状では先行き不安もあり、品質の良いものを見極めて買うというスタイルがあまり見受けられない。すべての客が安価な製品を求めているわけではないが、当店のよう高額品を中心に販売している業態には当面厳しい状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因がなく悪い状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・年末にかけて同業他店の安売りが懸念される。体力消耗戦の様相を呈しているため、各店とも利益確保もさることながら、売上確保にまわる傾向となっている。
		一般レストラン（店長）	・宴会予約が減少しており回復の兆しもなく、単価も低く推移しているためあまり変わらない。
		観光型ホテル（支配人）	・1月以降の入込は前年同期比でマイナス10%、新年会も弱含みである。当ホテルのインパウンドの主力国である台湾からのツアーも、総統選の影響で催行の取消しが発生している。
		都市型ホテル（総支配人）	・昨年度は1月の豪雪被害、3月の東日本大震災の影響で大幅な減収となったが、今年度は売上が見込まれ、ほぼ例年並みの収入を確保できる。
		タクシー運転手	・売上が増加する状況にはない。
		タクシー運転手	・12月は忘年会で一時的に来客数が増えるものの、それ以降は景気が良くなる条件が見当たらない。
		通信会社（社員）	・年末に向け新たな通信サービス利用者の増加に期待がかかるものの、景気が上向くほどにはならない。
		通信会社（企画担当）	・今年度は東日本大震災を含めて大きなマイナス要因があったものの、何とか年を越していける状況になってきており、現時点では停滞状況も幾分軽減してきている。
		通信会社（営業担当）	・2～3か月後に良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（広報担当）	・スマートフォンの販売状況により大きく変動するが、見通しは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（管理担当）	・来館者、館内販売額に著しい変化もないため、現状のまま推移する。
		美容室（経営者）	・客の様子から、財布のひもが固いまま推移する。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・サービス利用者や仕事で接する人たちの経済状況に、良くも悪くも変化の兆しがみられず、今後2～3か月でその状況が変化することはない。
		設計事務所（経営者）	・一旦終了していた住宅エコポイント制度が再開され、少し期待感が出ているものの、全体的には建築工事に至るまでの動きが悪いままである。
		設計事務所（経営者）	・景気の先行きが不透明な現在、景気対策で住宅ローン金利の優遇制度などが復活しない限り、住宅建設などの大きな投資は先送りされる。
		住宅販売会社（従業員）	・人物金の動きが鈍い状況が続いており、光明となる状況が訪れても、すぐ消えかかったような状態になっている。
	やや悪くなる	一般小売店〔印章〕（経営者）	・駅の再開発で来年1月に支店を閉めるので大幅な売上減少になる。駅再開発後の地元店舗の入店の話は一切なく、何のための再開発なのかが疑問である。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・節約ムードで忘年会予約も少ないため売上も低迷する。地域全体として高齢化や人口の減少に歯止めがかからず年々厳しい状況が続いている。学生数の減少、自然減、流出など人口減が続き、地域経済がメンタル面で好転するような良い材料に乏しい。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客の購買意欲が以前よりも低い状況が続いており、今後も全体的に悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・隣市のアウトレットパークの開業を目前に控えたこの時期に現状の落込みであることから、悲観的にならざるを得ない。少なくとも今後2～3か月は売上が戻らないと覚悟している。
		百貨店（売場担当）	・百貨店は広告宣伝費の削減、取引先は人件費の削減を実施しており、週末は来客数を確保できるものの、平日は減少する傾向にある。しばらく緊縮催事が続く見込みで、大きく数字を押し上げる要素はない。
		百貨店（売場担当）	・最近の傾向として招待会などの集客策がある場合は良いが、通常日の落ち込みが厳しく、総じて低下傾向にあり、地域の地盤沈下が相変わらず進んでいる。
		百貨店（電算担当）	・先月まで売上が横ばいで推移していたが、今月は急降下している。前年比マイナス8%でしかも食料品、衣料品、雑貨、身のまわり品すべての売上が減少しており、客の購買意欲が低下するとともに来店回数も減少し、財布のひもが非常に固い。
		百貨店（販売担当）	・11月末から12月初旬にかけて近隣に大型商業施設が2店舗新規オープンすることもあり、来客数が減少する。
		スーパー（店長）	・客は生活必需品以外余分なものを買わない傾向にあるため、年末年始に向けても期待が持てず売上が低迷する。
		スーパー（財務担当）	・大型ショッピングセンターとディスカウントストアの新規開店があり、ますます競争が激化するため来客数の減少が続く。
		スーパー（販売担当）	・年末年始は品ぞろえの良い大型店に客を取られるうえに、年明けは消費が冷え込むので売上増加は見込めない。
		スーパー（管理担当）	・消費が伸び悩むなか、ディスカウント形態に移行する店があったり、ディスカウント店の新規出店予定もあったりで、今後競争が激化することは避けられず、条件的には厳しさが増す。
		コンビニ（エリア担当）	・地元の電機メーカーでリストラがあり、来客数が減少する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数前年割れの傾向を変えるための経済的なプラス要因が見当たらない。また、天候が冬型となるまで冬物商品の販売状況は良くならない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・景気は引き続き厳しく、特に安い商品のみが売れているため、単価が回復する可能性が低い。
		衣料品専門店（販売担当）	・来客数が減少しているので景気は悪くなる。
		家電量販店（店長）	・節電意識の向上により、高省エネタイプの家電製品の売上が伸びて単価も上昇しているが、主力商品のテレビの落ち込みが尋常ではなく、エコポイント対象商品であった冷蔵庫やエアコンも伸びていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・就職難で進学希望者が増え学費負担が増加するので、家電製品を始めとして他に金が回らない。
		乗用車販売店（店長）	・客の動きはあるが成約には至らない。タイの洪水の影響でカーナビの調達が困難なため、付加価値の高い車ほど入庫が遅れている。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・まだ暖かいせいもあり、カニも例年のように売れず、歳暮需要も遅くなっているだけでなく、客の様子から判断しても上向くことはない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・例年に比べ売上が悪いときにはより厳しい数字となって表れており、現状から判断して良くなる要素が非常に少ない。
		タクシー運転手	・タクシーの台数が多過ぎて、需要と供給のバランスが取れておらず、今後も厳しい状況が続く。
		通信会社（通信事業担当）	・利用者の節約意識は大変強く、特に通信サービスについては、家庭内での主たる利用者がいなくなるとすぐに解約になるケースが多い。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送への全面移行完了後は、テレビ視聴への関心が急速に失われたままで推移しており、回復に向けた好材料も見当たらず、当面はこのままの状況が続く。
		テーマパーク（業務担当）	・冬季閑散期になるため大幅な集客が見込めないうえに、客の節約志向による行楽地への出控えが起きる。
		設計事務所（経営者）	・同業他社とともに年内を過ぎれば受注した仕事も一段落し、次の仕事を待つ状況となる傾向にある。
		悪くなる	
スーパー（販売担当）	・来年1月末に当店が入居している商業施設の閉鎖が決まっており、それに伴い当社も含め多くのテナントがこの地区からの撤退を表明している。商圏として今後の見通しは不透明である。		
家電量販店（店長）	・東日本大震災以降やや生産も回復してきたが、タイの洪水の影響で商品供給が追い付かない。		
自動車備品販売店（経営者）	・東日本大震災から少し立ち直っていたが、次はタイの洪水被害で日本企業は非常に厳しくなっている。特に製造業への影響が大きく、今後は国内の商業も内需の縮小で厳しくなる。		
ゴルフ場（営業担当）	・オフシーズンに入るうえに今年は天候も不安定なため、来客数は減少する。		
企業動向関連	良くなる	○	○
		やや良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）
	変わらない	輸送業（支店長）	・取引先受注量の増加が見込まれる。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・懸念材料はあるものの実際の受注減がまだみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	・円高によって得意先の受注量が減少すれば、当社への受注も減ることになるが、この先3か月ではそうした影響はない。ただしこのような円高状況が続けばいずれは影響が出ると懸念している。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内市場の冷え込みで、自社製品の売上不振が長期にわたり続いている。また海外市場では注文は入ってくるものの、円高の影響により、損益面では今後も非常に厳しい状況が続く見通しである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・来年1月にグループ内で事業再編が行われることで、景気に変動は起こらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・景気対策にてこ入れがみられないため、先行きに不透明感がある。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・既存製品の生産量は下降傾向であるが、大型新製品の本格的な量産が開始されることで、底堅い生産量が期待できる。
		建設業（経営者）	・良い材料はないが特に悪くなる材料もなく、悪いままの状況が推移していく。
		建設業（総務担当）	・円高解消の先行き不透明感で、当分の間は投資マインドの増進が望めそうもなく、このままの状態が推移しそうである。
建設業（総務担当）	・大型物件の受注予測が立たない。		
輸送業（業務担当）	・現在のような停滞した状況が来年も続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	通信業（営業企画担当）	・通信コストの削減傾向が増しているものの、機器やシステム等情報関係への設備投資に関する商談も増加している。
		金融業（営業担当）	・製造業の取引先で東日本大震災の復興需要に伴う受注増加を期待する声が出てきている。漁業器具や船舶を製造する事業者は、東北から徐々に出てきている様子であるが、まだ特需というには程遠い状況である。そのほかの業種には目立った改善の状況がみられず、3か月後も現在とおおむね同水準の景気状況である。
		農林水産業（従業者）	・沖合底引き網、大中型巻き網、イカ釣り船、定置網の四つが前年に比べて増加しているものの、今後も厳しい状況が続く。年末までシケが少なく出漁でき、寒ブリが定置網にかかれれば状況も良くなるが、自然が相手なので難しい。
		食料品製造業（総務担当）	・節約傾向が強いため、年末年始後の個人消費が低迷し更に景気が悪化する。
		繊維工業（統括担当）	・円高、欧州の信用不安、TPP等の問題もあり、景気は悪くなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・タイの洪水、欧州の信用不安、中国の景気悪化、中東情勢など国際情勢の悪化や円高によって景気が沈滞する。
		化学工業（経営者）	・来年1月以降の受注量を下方修正する取引先が、大口を含め増加基調にある。また主要原料の生産委託先から単価の全面引上げとなる費用負担割合引上げの申し出があり、利益率の下降は避けられない状況にある。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼、焼却炉の工事案件がスポット的にはあるものの、継続は見込めない。
		金融業（自動車担当）	・関係先企業は懸命の合理化努力により何とか採算は確保しているが、円高の定着により輸出は欧米向けを中心に低迷し、中国国内での生産も前年比でマイナスとなっている。この状態が長期化すれば、人員削減などの合理化が避けられそうもない。
		会計事務所（職員）	・関係先の工事関連業者には、年内は受注済みの仕事があるものの、来年以降の受注状況は白紙のところが多く、親会社からの受注見込にもはっきりとした返答をもらえてない状態である。
		コピーサービス業（管理担当）	・年末年始の印刷需要が終わり2月の閑散期を迎えるが、円高の影響で景気後退感もあり、例年より更に厳しい状況となる。
悪くなる		鉄鋼業（総務担当）	・自動車メーカーの生産計画が毎月下方修正され、それを受けて自動車メーカーや部品メーカーから当社への発注数量も当初想定より下振れしており、この状況が今後も続く見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・欧米景気の悪化が景気悪化につながる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪化する。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・仕事量が減ってきている。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けて繁忙期対策としての派遣需要や、中途採用の需要が増加してくる見込みである。
		職業安定所（職員）	・求人票の様式変更により求人数が減少していたが、無効求人更新も一巡し、今後新規求人数は増加傾向で推移する。一方、新規求職者数は今年度に入り前年同月比で10%前後の減少で推移しており、今後も急激に求職者数が増加する状況にはない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・例年この時期は各社の採用活動が活発になる傾向があり景気も上向きにみえるが、世界情勢も日本情勢も依然として上向きとなる良い材料がないため、2～3か月先は例年に比べて変化がない見込みである。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数はやや増える傾向はあるが、増員採用よりは欠員補充の要素が高い。また年末商戦のための一時的な求人需要もあまりない。企業採用担当者の話を聞く限り、先行きを見通しての人員確保ができるほどマインドは高くない状況である。
		人材派遣会社（支社長）	・タイの洪水被害や欧州の信用不安などから景気動向に不安を感じる求職者がいるが、今後は東北の復興需要が発生し雇用につながる可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社 (広告担当)	・来々春の新卒採用が本格的にスタートし、各企業とも会社説明会や早い企業は選考試験も行うが、採用枠自体は例年並みの情勢で粛々としたスタートとなる。
		求人情報誌製作会社 (支社長)	・中堅中小企業の採用意欲は改善傾向にあるが、円高やタイの洪水の影響が出てきているため、輸出関連の大手企業を中心に今後新卒採用を控える傾向がみえ始めている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・企業の求人動向は依然として鈍く、来春卒業の経済学部大学生のなかには、就職をあきらめて医療現場の補助業務に関わる資格を取得するため、専門学校に再入学する動きも始めている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・県内の製造、販売、サービス業は回復傾向で求人数を増やしているが、建設、卸小売、運輸、倉庫業は求人状況が悪化し、農林水産、金融業の求人は横ばいの状況である。
		民間職業紹介機関 (人材紹介担当)	・市場での新たな動きがみられないため、今後の見通しが立たない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関 (職員)	・明るい材料がなく起爆剤もないため閉塞感だけが漂い、更に生産の海外シフトが加速する。
		その他雇用の動向を把握できる者 [労働機関] (職員)	・地元主要企業の電機メーカーのリストラが進行中であることや、円高やタイの洪水などの影響が色濃く、多くの企業で求人意欲が冷え込んでいる。
	悪くなる	職業安定所 (職員)	・世界的な金融不安や長期化する円高により、製造業の求人意欲が低いことに加え、全体的な雇用情勢は良くならないが、唯一慢性的な人手不足の介護医療関係の求人意欲が高く、求人数を支えている。

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	乗用車販売店 (従業員)	・例年1～3月が一番車が売れる月となっているので、期待している。
	やや良くなる	スーパー (店長)	・東日本大震災の影響がさらに弱まり、元々あった消費者の上質志向が浮揚してくると予想する。
		スーパー (人事)	・年末年始の気候や賞与の状況にもよるが、幾分は持ち直すと思われる。平日や平常時はやや節約志向が強いが、家族の絆型の催事の多い時期なので、そこに伸びしろがあるとみている。
		衣料品専門店 (経営者)	・寒くなってきた、冬物衣料がやっと動き出した。
		通信会社 (支店長)	・新たな商品やサービスの販売拡大に期待している。
		通信会社 (営業担当)	・年末年始に向けた新商品が続々と登場してくることや、年末商戦、春商戦の到来で市場が活気づくことに期待する。
		競艇場 (職員)	・12月は本場開催、場外発売ともにビッグレースがあり、1月は正月レース開催ということで、一時的にせよ売上増が見込める期待感がある。
		設計事務所 (所長)	・工場など、業務用施設の建設が少し増えてきたように思われる。
		設計事務所 (職員)	・第3次補正による防災減災関係の公共事業が増えることが見込めるため、多少、受注環境が好転することに期待している。年度末まで期間が短いため、早期の補正予算執行を期待している。
		住宅販売会社 (従業員)	・新規の商談件数は増えてきており、今後の受注は増加する見通しである。
変わらない		商店街 (代表者)	・商店街内の店舗で、リニューアルや、新規出店等の動きがみられる。年明けから春先にかけて新しい魅力的な店のオープン予定もあるが、このままの状態が推移すると予想する。
		商店街 (代表者)	・例年なら年末に向けて動きがあるのだが、今年は全然感じられない。年金、社会保険料、税金など、公的出費が増えそうな感じが強いことも原因と推測される。
		百貨店 (営業担当)	・催事の関係で高額商品に動きがみられた。また、雑貨及び衣料品については、婦人、紳士用品共に感度が高い商品に動きが目立った。お歳暮の前哨戦は若干、前年割れで推移している。
		スーパー (店長)	・気候も、また周りの環境もなかなか変わらないので、現状でも景気は変わりようがない。
		スーパー (店長)	・今の政策が増税に向かっている以上、なかなか景気が上向くことはないと思える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・年末に向けて賞与の支給状況などにより影響は出てくる。
		コンビニ（店長）	・すぐに景気が悪くなるとは思わないが、当店では増収減益となっている。景気が回復する状況にはないと考える。
		コンビニ（総務）	・先行きの不透明感や身の回りの景況不安など、今後消費喚起するような材料が見当たらない。
		コンビニ（商品担当）	・タバコ増税効果が一巡し、更に政情が混沌としているなかでは、中々消費が向上する予想は立てにくい。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の増税が検討されているため、影響は予想される。
		衣料品専門店（総務担当）	・依然として来店客は伸びず、必要なものだけを買うという意識が高い。気温の低下が遅れるほど、顧客はセール待ちになり、収益が悪化する。
		家電量販店（店員）	・12月、1月とゲーム等の販売が他商品の低下を補う程度で、回復まではいきそうにない。
		家電量販店（営業担当）	・いまの買い控えの傾向は、長引きそうである。全体的な販売が、1ランク下で推移しそうな傾向にある。エコポイント終了後の影響が強く出る形となっている。
		乗用車販売店（従業員）	・多額の年金等の受給者は高齢の方が多く、自動車の購入にはつながらず新車販売の台数は徐々に減少していくと予想される。
		乗用車販売店（営業担当）	・2～3か月先は春の最需要期に入るが、大きな期待はできない。
		観光型旅館（経営者）	・現状はまあまあ良いという状態だが、これが良くなることもない。2～3か月先の予約状況をみても、あまり変わらない状況で、当面、良くなる外部要因も見当たらない。
		旅行代理店（支店長）	・今後、欧州の信用不安や円高による景気の低迷により、旅行需要への悪影響が懸念され不安な状況である。
		通信会社（営業担当）	・他社の動向を考慮すると例年以上に競争が厳しい。
		観光名所（職員）	・入場者数の伸びの変動が小さく、今後もこの状況が続くそうである。
		ゴルフ場（従業員）	・12月、1月も、前年と比較して、非常に悪い数字となっている。不景気だからなのか原因が分からないが、単価も下落、客数も減っており、愛媛県内のみならず、四国全体が同様になっている状況となっている。
		美容室（経営者）	・年末は一時的に増加の見込みはあるものの、節約傾向が相変わらず強いので改善されないと予想する。
やや悪くなる		一般小売店〔生花〕（経営者）	・贈り物や送別用商品単価が少しずつ下がってきているように思う。クリスマスなどの年末商品も、お手頃価格のものは売れそうな見通しである。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・商圏変化は継続していくものであり、既存商圏の変化は長期的な取り組みが必要である。
		スーパー（企画・営業担当）	・今年の年末年始は、家庭や近親者で過ごす傾向にあることから、プラス要因とみている。しかし、街の景況感は決して良いとは言えず、消費マインドは低調である。
		衣料品専門店（経営者）	・アウターは、気温が低くなれば、ある程度は売れると思うが、県内に大きなショッピングセンターが11月にオープンしたため、その影響が非常に大きく、1～2割くらいのダウンはみている。
		家電量販店（店長）	・アナログ停波後のテレビの落ち込みに加え、家電エコポイントの施策もなく、今年度について景気は上昇することがない見通し。
		乗用車販売店（役員）	・今月は販売状況が少しは良くなると考えていたが、依然として受注状況は非常に悪く、タイの洪水でカーナビが到着しない等で、販売ができない。ただ、今後ハイブリッド車の投入等もあって、市場の盛り上がり期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災や東京電力福島第一原子力発電所事故で、ムード的に悪い。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・お正月を過ぎると、大変暇になるので、景気は悪くなる見通しとなっている。
		一般レストラン（経営者）	・景気が悪く、身動きがままならない状態。郊外に100店舗からなるニュータウンができ、人、物、金が移動している状況下では、対策に苦慮している。
		タクシー運転手	・お遍路自体の仕事もなくなり、街もまた一層、暇になると思う。昼も夜も現状より悪くなるのではないか。
		通信会社（企画）	・高額商品の引き合いについては、大きく伸びる要因がなく、今後はやや悪くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	一般小売店〔乾物〕(店員)	・近隣に大きなショッピングセンターがオープンしたので、その影響がボディブローのように効いてくると思う。客足が目立って減っている。
		一般小売店〔酒〕(販売担当)	・県内に11月、郊外に大型ショッピングセンターがオープンし、今後、客足がそちらへ集中し、ますます商店街が閑散すると予想される。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	通信業(部長)	・冬商戦に向けて新商品の発売もあり、市場は少しは活性化するものと考えられる。
	変わらない	一般機械器具製造業(経理担当)	・タイの洪水問題が長期化すれば、他社メーカーの転注等により部品調達に間接的に影響がでる可能性がある。また東日本大震災以降の各社の増産により、一部部品に供給不足が生じており生産計画に若干の修正が必要になってきている。
		建設業(経営者)	・災害復旧工事が本格的になるのは来年度以降の見通し。
		建設業(総務担当)	・耐震補強工事の案件が、公共、民間とも増えてきているが、採算を考えると、落札できない状況が続く見通となっている。
		輸送業(経営者)	・株価の低迷、燃料の高騰など不安要素が多い。
		通信業(総務担当)	・変動要素が見当たらない。
		金融業(融資担当)	・冬の賞与も横ばいの見込みである。
		広告代理店(経営者)	・大手流通関係得意先の近県オープンに伴い受注増が今後も多少見込まれるが、地元資本の得意先の多くは販売不振による広告費削減の話が多く、全般的にはあまり変わらない。
		公認会計士	・将来に対して非常に不安を持っている方が増えてきている。特に不動産等に関しては、地価が下落傾向で、来年度も下落するのではないかという話が広がっている。企業の業績悪化や、設備投資が前向きにいかないということではないかと思う。
	やや悪くなる	電気機械器具製造業(経営者)	・今、産業用の太陽光設備が非常に好調だが、法律は来年7月施行となっており、肝心の電気料金等々が決まっていない。引き合いはあるのだが、契約には至らないのが現状。そのほか、設備に対しても、少しかげりが出てきたと感じる。
		電気機械器具製造業(経理担当)	・欧州市場の受注数量減が顕著。大幅な価格対応を行っても、従来の受注数量を確保するのは非常に難しい状況。さらに円高が今後も続くことと予想され、為替差損の影響を受けるとともに、タイの洪水の影響もあり、悪化の方向である。
		輸送業(営業)	・景気低迷や円高を背景として様々な衣食住関連商品が値下がりしており、適正な流通価格での取引がされていない。荷主企業各社も生き残りをかけたコスト削減に躍起になっており、経営の安定化に不可欠な要素となる適正運賃の収受もできていない。
		広告代理店(経営者)	・資材価格の値上げ状況については、先が見えない。
悪くなる	食料品製造業(商品統括)	・円高の固定化と欧州の信用不安により、日本人気質として楽観的な購買行動へは絶対つながらないと考えられる。気持ちが後ろ向きとなる。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・例年1、2月は一番受注量が落ちる時なので、受注量は減少すると予想する。	
	鉄鋼業(総務部長)	・現在の円高水準が続けば、受注量の激減、販売価格の下落は避けられない。	
	輸送業(支店長)	・公共投資の沈静と、荷主生産数量の沈滞化による。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社(営業)	・冬季賞与支給に伴う消費意欲は高まる見込み。引き続き、非正規雇用の需要は高まり、一時的な労働人口は高まると考え、景気もやや良くなる見込みとなっている。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・今後も新型車の投入が続くので車関係は伸び、優遇税制の延長見込みにより、販売台数は堅調に推移する見通し。また、住宅着工件数が増えると様々な分野で消費を促進すると思われる。ただ、新規店舗の出店は鈍く、お金が回っているという状況になるのは難しい。地場の小売店は厳しく、県外資本店が優勢の流れに変わりはない。
		学校〔大学〕(就職担当)	・求人数が若干増加の傾向にある。例年この時期は、年度末の退職者等から求人数が増える傾向があり、改善すると予想される。
変わらない	人材派遣会社(営業部長)	・求人数は堅調に推移しているが、派遣登録が低調である。内容が大幅に緩和される見込みの派遣法改正案がはっきりすれば求職者が動き出すだろう。	

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
		職業安定所（職員）	・大手企業の業績は良くなっているようであるが、中小企業は良くなっている情報は見られない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・緊急雇用などの予算も3月で終わり景気に不安を感じる。
		求人情報誌（営業）	・企業が求人をしていないのは、経済活動が停滞している表れであり、数か月後に景気が上向いているとは考え難い。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、年末年始は求人数が減少する。
		職業安定所（職員）	・企業の求人意欲が減少しており、就職難による景気の停滞が予想される。
		民間職業紹介機関（所長）	・製造業に勤務する登録者のなかに、現在の勤務先の将来への不安があって、勤務しながら転職活動をしようとする登録者が増えてきた。また、今冬の賞与が無いという企業も多い。
	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	—	—	
	やや良くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・小売業は薬屋や飲食店のチェーン店等が進出しており、ディスカウント化が進んでいる。そのような状況下ではあるが、生花店は個人での経営が割と成り立ちやすい業種であり、他業種ほどは大手チェーン店の影響を受けていない。	
		スーパー（店長）	・競合店が年内に閉店するため、その分売上が増加する。今月も前年比108%で推移しており、今後も良くなる。	
		コンビニ（店長）	・ボーナス時期なので、例年通り良くなる。	
		コンビニ（エリア担当・店長）	・気候によって左右されるが、このまま暖かい気候が続けば、来客数は伸びる。	
		衣料品専門店（経営者）	・創業100年祭で色んな行事を開催するため、少しは良くなる。	
		家電量販店（総務担当）	・客の様子をみると、年明けから消費回復が見込まれる期待をしたい。	
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税適用期間が終了するため、客の動きは活発になり、来客数が増える。	
		乗用車販売店（総務担当）	・年末に新型車が発表され、年初からの販売となる。事前の評判も大変良いので、販売台数は底上げされる。エコカー減税終了に伴う駆け込み需要も重なり、業績は伸びる。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月のお歳暮シーズンになると進物や割引のセールを同時に開催するので、販売量と客単価は同時に上がり、1年を通して売上が一番上がる月となる。それに伴い、客の増加と景気動向も上向き加減になる。	
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・売上及び人の動きが前年より改善されている。そのため少しずつ売上も増え、景気が良くなる。	
		高級レストラン（専務）	・県民が消費を控えており、財布のひもが固いが、九州新幹線全線開業効果が1年ほど続く。	
		スナック（経営者）	・以前に比べると週末の営業に活気がみられ、これ以上の底はないとの期待を込めて、やや良くなる。	
		タクシー運転手	・忘年会のシーズンになり、忘年会をする客がちらほら出ている。また会社関係ではなく、お互い気の合った者同士で行う忘年会に会社が費用を出すといった小さな忘年会が今月から来月にかけて多い。今後は客の動きが良くなる。	
		通信会社（業務担当）	・12月はスマートフォンの新商品が増え、ボーナス商戦と話題性で販売数は更に増える。	
		美容室（店長）	・成人式の予約が前年より多くなっているため、少しは良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・不安材料も多いが、年末に向けて消費は盛り上がる。東日本大震災の復興需要も活発化する。
			商店街（代表者）	・卒業、入学、就職等の社会行事が控えており、今以上に景気が悪くなることはない。
			商店街（代表者）	・本格的な歳末商戦が期待できず、1、2月に寒くなると客足が遠くなる。
			商店街（代表者）	・歳末商戦のにぎわいも12月中旬位まで、あとは正月に向けて買い控えが始まるので、例年並みとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕(店員)	・景気変動の兆候がみられない。
		一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・年末に向けての売出次第で今後の販売量が決まる。早くに消費者の購買意欲が活気付くことに期待したい。
		百貨店(売場主任)	・客の気持ちが盛り上がるような何かがない限り、必要最低限の物しか購入しない傾向は変わらない。客もそろそろ節約には飽きて、何かを消費したいと思っているように感じられるが、きっかけがない。
		百貨店(営業担当)	・恒例の北海道物産展が好調で、来店促進の日替目玉商品や定番品の購入で、催事初日も平日も来店が好調である。金曜日と土曜日の来客数が少なく、必要な品のみ購入にとどまっている。欲しい物を友の会積立やクレジット分割で購入する目的買いの傾向も継続しおり、今後もこのような状況が続く。
		百貨店(売場担当)	・衣料品については重衣料のコートや紳士服のスーツの動きがかなり悪い。前年比で約20～30%である。全体的には前年比102%となっており、北海道物産展の食品催事が全体を押し上げている。衣料品の単価が上がらないことが懸念材料である。2、3か月先はどうなるか注視する必要があるが、流れはさほど変わらない。
		百貨店(営業企画担当)	・株価の下降や円高の定着、年金や消費税の話題など明るい材料がなく、現在の厳しい状況が続く。
		百貨店(業務担当)	・一部旅行関連の商品は、東日本大震災の反動により販売が増えているが、ギフトやこれまで好調だった食に関する商品の動きが弱い。この動きはますます弱くなり、客の購買力の強さが戻らない。
		百貨店(企画)	・冬のボーナス支給額で大きく左右される年末商戦が間近となったが、ボーナスはそれぞれの業種で金額差が大きいいため、全体的には前年と変わらない状況である。また、年明け商戦も特に消費を高める材料が見当たらない状況下で、大きくは変わらない。
		スーパー(経営者)	・T P P問題など、先行きが不透明である。また価格競争も激しくなり、先行きは分からない。
		スーパー(店長)	・売上を前年並みに戻すため、来客数を伸ばす必要がある。しかし商圏人口に変化はなく、競合店が3店舗でき、食品等の単価が下落している。
		スーパー(総務担当)	・買い控え傾向は、継続しそうであり、特に話題の商品やヒットしそうな商品が見当たらない。
		スーパー(経理担当)	・東日本大震災復興財源や消費税増税、年金、電力などマイナスイメージの話題が先行し、消費回復まで至らない。
		スーパー(売場担当)	・年末は他社に比べて、シーズン品の展開を早くして価格を相場より安くしている。当社は例年と変わらないが、市場的には売上が下がる。
		スーパー(業務担当)	・年末へ向けて、重点販売商品の客の反応が鈍い。クリスマスやおせち、帰省需要など、どのトレンドも目新しさがなく、メーカーも今後の景気動向を見越して大きなアクションを起こせなくなっている。従って、12～2月までの本格的な冬商戦では例年と変わらないアイテムが出回るだけで、大きな盛り上がりは見当たらない。
		コンビニ(経営者)	・好転する材料が何もない。
		コンビニ(エリア担当)	・今の厳しい状況が続き、3か月後も全く変わらない状況である。
		衣料品専門店(店長)	・景気が良くなる要素が見当たらないため、悪いままで変わらない。消費税増税の話もあり、景気が良くなる気がしない。
		衣料品専門店(店員)	・固定客の売上の比率が高く、買い回り客が減少している。景気が良くなる気がしない。
		衣料品専門店(総務担当)	・百貨店の閉店、競合店の閉店によって受けた恩恵がほぼ落ち着き、これからは今の状況が続く。気候による変動が考えられるが、基本的な基調としてはほとんど変わらない。
		衣料品専門店(チーフ)	・全体的な様子を見ると、来客数が減少し、客単価が上がっている。2、3か月後も、客の様子からあまり変わらない。地方は市場動向の流れがやや遅れている様子である。
		衣料品専門店(取締役)	・客の様子を見ると、省エネの気分が消費動向にも現れている。政策についても増税や年金の問題も出ており、何も良い状況はない。当地においては新しい店舗がまた加わり、パイの奪い合いとなっている。非常に厳しい状況が続いていく。

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
		乗用車販売店（販売担当）	・現在は新商品が急速な立ち上がりを示しており、多くでている。現在は来客数が増加しているが、この新車効果が持続するかは不透明である。
		住関連専門店（店長）	・2～3か月先は年間でも一番の閑散期に入る。歳末商戦を終え、客の買物意識も薄くなる時期なので、よっぽどの特需がない限り、売上が跳ね上がることはなかなかない。今のところは例年通りとなる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・欧州の信用不安、円高などから客は買い回り品の購入を控えている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・冬の賞与支給月が迫っており、客の様子をうかがうと賞与の支給額見込みが厳しいという声を耳にする。地上デジタル放送への移行に対し、一通り準備も済んでおり、今回の冬の賞与については、貯蓄に多く回したいといった声が聞かれる。
		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）	・企業業績は持ち直しつつあるが、一般消費者に還元された様子はみえない。購入単価は前年と比較して下がっており、客の生活防衛意識はまだ強く、消費に回ってこない。
		高級レストラン（支配人）	・国内景気が悪い中、世界的にもあまり良い情勢ではなく、その影響も受けそうである。
		一般レストラン（スタッフ）	・予約状況をみても、一般利用者や日曜日の利用者の動向がほとんど変わらない。伸びる可能性はあまりない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は東日本に比べると九州新幹線の全線開業からにぎわっている。ただ駅から離れた商店街は夜がとてもしずかしくなっている。外食産業はいくらか激安で儲かっているようだが、激安だから私達はついていけない。
		観光ホテル（総務担当）	・宿泊や宴会の予約状況をみて、今の状態は来年3月までは持続できる。
		都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災以降、需要がなくなっているインバウンドの動きが、依然として見受けられない。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の予約は前年を上回るものの、近場人気が高い。
		旅行代理店（企画）	・気候に左右される部分もあるが、ほとんど変わらないと考えられる。
		タクシー運転手	・3か月後は一番寒い時期にあたるので、外出が減る。ただ、寒ければタクシー利用は若干増えるので、今と変わらない状態になる。
		通信会社（管理担当）	・景気が良くなる材料がない。
		通信会社（企画担当）	・市場の飽和感があり、販売量の大幅な増加は見込めない。ただし販売量が減少するような要因も見受けられない。
		通信会社（総務局）	・景気が好転する材料に乏しい。
		テーマパーク（職員）	・年末年始や2月のキャンプなど集客が見込めるものの、一般客が伸びる要素である旅行マインドを向上させる材料が少ない。
		ゴルフ場（従業員）	・年明けに向かって、県外、会社関係のコンペの予約が入っている。また、イベント等も開催され、地域は非常に盛り上がりを見せている。このチャンスをしっかり掴み取りピーターを増やすべく施策を講じているが、先行きは大きくは変わらない。
		理容室（経営者）	・今月は特に最悪で来月に期待したいが、予約状況を見る限り1月も前年と比べると暇なので、総じて期待できない。少しも良くなる傾向がなく、どうにもならない。
		住宅販売会社（従業員）	・不況感を払しょくする要素がないため変わらない。
		住宅販売会社（代表）	・消費税増税の駆け込み需要はまだなく、年明け2、3か月後も現状と変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・日本の景気も悪いが、世界経済が不安定過ぎる。客の様子をみても、一段と厳しくなるものと予想される。
		商店街（代表者）	・寒くなり、年が明けると客の購買力が大きく落ちる。欲しい物があってもなかなか買わない。
		商店街（代表者）	・当地における経済状況、特に雇用関係が悪化しているので、景気は悪化する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・年明けはいつものことであるが魚が売れない。何とか年末で稼がないといけないが、今年はずべての商品に対し、仕入れを控えめにしている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・最も懸念されるのは経済環境であり、株価はかなり低迷している。一部高額品の動きはみられるようになったが、まだまだその量は少ない。そういった意味で非常に厳しい。今後、クリスマス商戦、あるいは1月のクリアランス等はかなり販売量が減る。
		スーパー（店長）	・景気全体の低迷、先行き不安感は今後も続くと思われる。そういった状況下でも、競合店の出店計画が次々とあり、状況は更に厳しくなる。
		スーパー（店長）	・欧州の信用不安の影響や日本の年金問題、あるいは増税等のニュースが消費マインドを非常に下げている。これから年末にかけてそういったニュースが多いなか、消費に対するプラス要因があまり見当たらない。この年末から年明けにかけて、より一層の消費は冷え込む。
		スーパー（店長）	・これからクリスマスや年末等イベントが入るが、東日本大震災の影響で自粛ムードがあり、それほどの需要がない。バターなどの品薄感もあり、ケーキの原料も少なくなっているため、伸びる気配がない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の復興に向け、消費者行動に安堵感が定着している。ただ、増税懸念や年金問題、欧州の信用不安など、今まで以上に節約に拍車がかかる状況は避けられない。価格訴求からの脱却をどうするかアイデア創出が鍵となる。
		家電量販店（店員）	・悪い状態がこのまま続く。消費動向が経済の足を引っ張り、更にもう一段落ちるのではないかと懸念される。
		住関連専門店（経営者）	・乗客数がなかなか回復しないなか、客は100%自分が希望する商品を探しており、なかなか成約につながらない。景気の先行き不透明感は相変わらずで、置き家具等の耐久消費財への買換え需要は当分厳しい。
		高級レストラン（経営者）	・忘年会シーズンで多くなる来月の予約をみると、前年に比べると今年の予約の出だしは芳しくない。更に営業をかけて忘年会をどんどん引き入れようとしているが、予約は週末の金土曜日に集中しており、他の平日の予約状況がかなり厳しい状況である。繁忙期がこのような状況で、今後も厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高が今後も続く大手製造業の動きが鈍くなり、人員を削減するといった話もある。
		都市型ホテル（副支配人）	・円高の影響が全体的に出ており、特にアジア地区の影響が大きい。
		タクシー運転手	・例年、年末年始のタクシーは昼は暇であるが、夜は週末だけ忙しく盛り上がる。ただ年末年始はレンタカー利用が増えてきており、近年ではタクシー利用者が減っている。
		タクシー運転手	・病院通いのお年寄りがだんだん少なくなっている。そういう点でタクシー利用者はどんどん減っていく。
		ゴルフ場（支配人）	・12月後半からは冬シーズンとなり、客足が落ちる。特にシニア層の来場数は期待できない。この1月は前年同様に気温低下が予想されているため、マイナス要因である。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・季節的に寒くなることにより、客の入院やサービスのキャンセルが想定され、売上の減少が予測される。また、来年4月からの介護報酬改定において報酬が横ばいとなり一部客の負担の増加が議論されており、売上増につながる要素が少ない。
		設計事務所（代表）	・消費税増税の懸念により、消費は低迷する。
	悪くなる	商店街（代表者）	・年が明けると例年通り、一気に売上が下がる。
		コンビニ（販売促進担当）	・12月は前年と比べて非常に受注率が悪い。ボーナスが出ないかもしれない等先行き不安があり、財布のひもが固まっている。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・季節が暖冬気味に推移しそうであり、冬物が動かず厳しい状況となる。
		家電量販店（店員）	・非常に悪い状態であり、特にテレビは前年の5、6分の1しか売れていない状況で、全体の売上も前年の6～7割というのが精一杯の数字である。良くなる要素が全くなく、景気閉塞感、政治の閉塞感をなんとか変えないと、どうにも回らない状態である。伸びる要素が本当にみあたらず、歳末商戦も非常に悪くなる。
		乗用車販売店（代表）	・世界的に不安要素となるニュースが多く、良くなる要因が見当たらない。
		音楽教室（管理担当）	・趣味にけるお金が後回しにされており、今後その傾向が強まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・手持ちの案件が大体3か月から半年で決まるが、現在、手持ちの資料がほとんどないので3か月後はとても悪くなる。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・年末と官庁関係の年度末を控えているので、多少は上向く。しかし一過性の浮揚感であり、根本的に景気そのものが上向く要因は何もない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・自治体向けについては、年度末に予算実行が見込まれる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・この調子でいけば年内、あるいは年明けの1月までの受注量は安定し、拡大の状態が続けられる。さらに新規の仕事の話もちらほら出てきているが、設備や人など、新たな問題が出てくる。仕事が増えるのは嬉しいが、受け皿の状態を考えると難しいところもある。このままの状態を進めば良いと考える。
		金融業（営業担当）	・建設業関係を中心に復興関連の受注が本格化しそうである。年明け、年度末にかけて受注が増加しており、当月に比べ企業の業容は改善が見込める。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・不安要素が多々あるが、春先の東日本大震災以降、若干回復し、秋口にかけて非常に良くなってきており、今後も好調に推移する。あとは為替や福島第一原子力発電所の問題が解決されれば、外国人観光客が増え、街自体の景気が上がる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・牛肉関係の消費は厳しいので、このままの状況でいく。ただ餌代に関しては、今程は上がらず、逆に若干下がる。
		食料品製造業（経営者）	・引き続き安定した受注が見込める。
		食料品製造業（経営者）	・前年と比較すると業績は好調に推移しているが、今のところ業績に大きな影響を与える要因はプラス、マイナス共に見当たらない。九州新幹線効果もしばらくは続く見込みであり、営業等の情報からも現在の景気状況は変わらない。
		繊維工業（営業担当）	・景気回復の兆しが出てきたとしても、すぐには良くなるので変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・原料のスクラップ価格が大幅に下落し、また建材の需要も盛り上がり欠けるため、需要家の購入指値は下落の一途をたどっている。メーカーの採算は非常に苦しくなっている。新設住宅着工戸数は前年同月を4月度より連続して上回っているが、建材需要の回復は実感があまりない。内外に景気回復の好材料が無く、しばらくこの状況が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・タイの復興需要による恩恵が続くといった受注先からの話であるが、それ以外は引き合いが減少する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の先行きが不透明な状態が続いており、今後もこの状況が続いていく。
		輸送業（総務）	・期待できる材料が見当たらない。
		輸送業（総務担当）	・これと言って変化はなく現状維持となる。
		金融業（営業職渉外係）	・欧州の信用不安問題など不安要素が多く、世界経済は様子見の展開が続く。日本においても米国や欧州などの動きに大きく左右されるため、景気上昇とまではいかない。
		金融業（得意先担当）	・行政及び地元経済界の働きかけにより、中国船の寄港が実現したものの、効果は一時的であり、抜本的な改革につながっていない。これから年末年始にかけて一部期待が持てるものの、しばらくは大きな変化はない。
		金融業（調査担当）	・設備投資や消費活動に大きな変化はみられない。倒産件数の変化から、今後の見通しは変わらない。
		広告代理店（従業員）	・売上が前年並みで推移しており、このまま続く。
		経営コンサルタント	・今の停滞した状況が好転するとは思えない。新しいことに取り組む動きがみられない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の業況並びに自社の受注状況から判断すると、景気が大きく変化する材料が見当たらない。
		経営コンサルタント（社員）	・在庫が多くなり、処分の加速度が増している。
	やや悪くなる	農林水産業（経営者）	・12月は年末特需で前年並みとなっている。しかし、年明けの1、2月は円高や国内生産の増加が予想され、価格が崩れそうな気配である。加えて1、2月は冷凍食品メーカー等も需要期であるため、厳しい年初めになりそうだ。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車の関連会社はタイの洪水の影響がかなり大きく、生産調整が続いている。新規需要はなかなか望めない。今後の回復、円安回帰の状況次第であるが、短期的には回復は望めない。

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
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注計画が減少している。これから人材の削減等も考えなければならない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・タイの洪水による11月までの減産分のぼん回計画が不明確である。
		建設業（従業員）	・株価の下落や個人消費の低迷、円高等により、経済全体的に活気がみられない。業界も設備投資が低調である。また、増税による景気後退が心配である。
		輸送業（従業員）	・これから年末にかけては荷動きが活発になるが、年明けはいつも需要が落ち込む。その分を11、12月で補わなければならないが、補う要素がなく消費が低迷している。これからますます悪くなる。
		通信業（職員）	・2011年度も残り4か月となり、年度内受注量の見通しがついてきたが、今までのような大きな案件はなく、小規模案件の積み重ねとなる。
		金融業（営業）	・円高により一部の製造業が生産を海外に移しており、今後それが加速していく兆しがある。大手企業の方針は不透明であり、下請企業は厳しさを増していく。また、資金面では、条件変更をしてきた借入金の返済も問題となってくる。
		不動産業（従業員）	・ホテル宴会部門の予約件数が下降傾向にある。
		広告代理店（従業員）	・11月の新聞折込枚数は前年比97%となっており、この下落基調はこの3か月変わらない。東日本大震災以後消費活動は低迷したままのようだ。12月はクリスマス商戦を迎えるが、一足先に地元球団の優勝セールが始まり、持続すれば新聞折込の受注が増えるのではと期待している。
		その他サービス業【物品リース】（役員）	・景気の緩やかな回復観測のなかではあるが、足元での設備投資等の動きは非常に鈍く、取引先の中小企業は慎重な姿勢に徹し、何とか現状を耐え忍ぶという消極的な対応が目につくので今後もやや悪くなる。
		悪くなる	
その他サービス業【設計事務所】（代表取締役）	・東日本大震災の影響で建設関係の公共事業の予算が東北に多く配分されているため、全国に支店を有する大手企業は、福岡の人員を東北に派遣して、受注を伸ばしている。ただ、福岡に営業所を構える地場企業は、東北に営業することもできず、地元での受注業務の減少に拍車が掛かる恐れがある。		
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）	・一部の地区で新しくオープンする商業施設があり、雇用の吸収力が高まっている。周辺企業への影響は大きい。また、物流の動きも活況を呈している。
		民間職業紹介機関（職員）	・先月に続き、今月も求人件数は堅調に推移している。先月との変化はエンジニアだけでなく、営業職やアシスタント系の求人も増えており、幅広い層で雇用の需要が増えつつある。
	変わらない	学校【専門学校】（就職担当）	・求人件数は前年比102%で微増ながら増加傾向にある。ここ数年求人を出していなかった企業からも採用情報が寄せられている。また、企業担当者との会話のなかで、前向きな話が増えている。
		新聞社【求人広告】（担当者）	・円高による先行き不安はあるものの、今のところ直接的な影響は少なく、製造業を中心に活発な求人状況は、ある程度継続する。
		新聞社【求人広告】（担当者）	・自動車生産の国内水準の回復で求人に期待できるが、米国の大手金融機関の破たん、欧州の信用不安に加え、タイの洪水などの影響から不安もある。
		職業安定所（所長）	・11月に入り、求人の増加は一部動きが鈍化したが、今後しばらくは比較的安定した動きで推移する。
		職業安定所（職員）	・新規求人は15か月連続で前年同月比増加で推移しており、現在のところ改善傾向である。しかし、円高等不安要素もあり、先行きは不透明な状況である。
		民間職業紹介機関（社員）	・年末年始に向け、短期間に人材需要が例年並みに出ている。
		学校【大学】（就職支援業務）	・少しでも優秀な学生、質の高い学生を採用する厳選採用の傾向があり、現状の就職環境はしばらく継続する。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・円高や株安等、マイナス要因の方が強い。
		職業安定所（職員）	・円高やデフレ、消費の低迷等により、景気が落ち込み、今後も同じような求人の減少、低迷が続く。

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
		職業安定所（職員）	・有効求職者数の高止まり傾向が続いており、新規求人数の伸びが鈍化している。
	悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・事務系職種でも年度末の契約終了や直接雇用化が頻発している。臨時的な派遣社員ではなく、少数の有能な人材を直接雇用する動きが増加している。さらに人材紹介手数料は完全に値崩れし、買手市場となっている。

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	ゴルフ場（経営者）	・単価を上げて、今後の予約者数の落ち込みはみられないので、売上は間違いなく増加する見込みである。
		通信会社（店長）	・新商品の発売が続き、景気は一時的には回復すると見込む。ただし、最近の傾向として長続きはせず元に戻るとみる。
	やや良くなる	通信会社（サービス担当）	・新商品発売などで、今後盛り返していくと期待できる。
		観光名所（職員）	・予約状況が良い。
	変わらない	住宅販売会社（総務・企画分野）	・年末年始の季節的な要因もあり、住宅購入を検討する人が増えると考えられる。また、それ以外にも、消費税引上げ議論等が影響しているのか、展示場などへの来場も増加傾向にあり、今後の景気動向はやや良くなる考える。
		百貨店（営業企画）	・前月まで先行きはやや良くなると思っていたが、今月の落ち込みにより、先の見通しが予測できなくなっている。
		スーパー（販売企画担当）	・増税など将来の不安を誘うニュースが多いなか、景気回復は考えられない。
		コンビニ（経営者）	・年末年始の予約商品に力を入れているが、出だしが鈍く活気が無く、今後が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・来客数の改善が今後2、3か月は続くと見込む。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げ後の効果もそろそろ薄まるが、たばこ以外の売上の前年比は2%前後の下落で推移すると予想される。利益率は前年をやや下回る見込みである。今後も同業種、異業態の新規出店が多くなり、客の奪い合いが増すため、来客数を維持するのがやっつである。
		コンビニ（エリア担当）	・観光客の増減により多少の変化はあるかもしれないが、県内消費動向に大きな変化は無いと判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・全体的に購買力が低下しているようにみえる。今月は前年比で単価、客単価共に5～10%ほど下落している。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現在の受注状況から推測すると、今月の稼働状況の前年比は変わらず推移すると見込まれる。年末年始にかけては、例年どおり需要が高いものの、その他の期間において予約状況が伸びていない状況である。
		通信会社（店長）	・年末の需要の伸びは、例年ほどには期待できない。
	やや悪くなる	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・最近の商店街は、年末年始やクリスマスセール等イベントには反応しなくなってきた。大通りは修学旅行や若い観光客が多く、また中国人等の外国人も増えているが、売上には結び付かない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・販売量自体は今年よりも増加すると見込むが、前年比を上回るとは今の状態からは期待できない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費単価が回復しないまま、今後全国的な不況も響き、商店街は大変厳しい状況下におかれる。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・近くにブランドイメージの良い大手居酒屋チェーンがオープンするので、最低3か月は客がそちらに引っ張られ、来客数が落ちるのは必至である。
	企業動向 関連	良くなる	－
やや良くなる		食料品製造業（管理部門）	・競合他社との競争激化に対応した策を実施し、効果が出てくる。
		建設業（経営者）	・引き合い件数が増加しており、契約金額の増加が見込まれる。
		通信業（営業担当）	・本土企業を中心とする株主による沖縄企業が設立され、新しいビジネスが開拓できそうである。
変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・工事件数は現状維持で推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・県外の外食産業や、アパレル関連の県内出店や店舗増などが相次いでいることで継続的な取扱物量は増える見込みである。しかし既存店の物量が落ち込んでいるので結果的に現状維持の状態が続くとみる。
	やや悪くなる	輸送業（代表者）	・活況を呈していた宮古地域も、大型公共工事が終盤にきており、民間物件の動きも鈍いため、今後は悪くなる。
	悪くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・卸小売や観光関連の職種で求人増加傾向にあり、個人消費の堅調さと入域観光客数も回復傾向を表していると感じられ、景気の先行きに期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・年末年始を迎え、短期の派遣需要は少しずつ増加してきているが、依然として長期の派遣は増加していない。円高による県内への観光客の動向や、国内外の景気が不透明なため、企業の様子見が続いている。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・現在景気はやや良いまま、今後2、3か月先にこれ以上良くなる要因は見当たらず、変わらない。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—