

## ・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	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売が売上のかさ上げに貢献してくることに加えて、受注残が多いことから、年度内の売上に大きく寄与することになる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・買上客数は10月が前年比97.4%、11月が前年比98.1%、12月が前年比100.8%となっている。4月以降、買上客数は前年比94%～95%で推移していたが、10月以降は改善傾向がみられることから、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・客の節約傾向は変わらず、今後はその傾向がますます顕著になるとみているが、個人需要が多様化しているなか、新入学、新生活需要など、世帯で必要となる消費への需要は十分に期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新商品が出る予定があるため、今後についてはやや良くなる。
		自動車備品販売店（店長）	・来月以降も積極的な販売施策を予定していることに加えて、店内改装を行い、それに伴うリフレッシュオープンセールの実施も予定しているため、今後についてはやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・行政や航空各社による近隣アジアへの観光誘致の結果が出てくるのが期待できる。特に2月は雪まつり等の各種イベントが行われるため、期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・今年は管内の農業や漁業といった1次産業が好調に推移していることから、関係団体の需要が伸びており、今後についても期待できる。周囲からは新車の売行きも好調であり、預金も増えていると聞いている。
		タクシー運転手	・例年、2～3か月先は売上が落ち込むが、今シーズンは雪の多さと寒さが続くことで、売上がそれほど落ち込まず、やや良い状態で推移する。
		通信会社（企画担当）	・消耗戦になるが、商品力、サービス力で他社に対抗できる環境が十分に整いつつあることから、今後についてはやや良くなる。
		観光名所（従業員）	・団体件数、利用客数ともに、今後3か月の団体観光客の予約状況が前年より増えている。また、施設内レストランの宴会予約の件数も多くなっている。これらのことから、今後についてはやや良くなる。
		変わらない	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・国の政策に変化がなく、消費税の増税もどのようになるのかが分からないため、今後については変わらないまま推移する。
	一般小売店〔酒〕（経営者）		・東日本大震災からかなりの期間が過ぎ、当地における観光客の入込数もかなり回復しているが、地元客の消費が活発ではなく控え目であるため、今後も現在の状況が続く。
	百貨店（売場主任）		・今後3か月の長期予報によれば、1～2月は例年並みの寒さとなる一方で、3月は暖かい日が続くことから、春物のコート、スーツ、ジャケットなどの動きが良くなる。
	百貨店（販売促進担当）		・景気の先行きの不透明感は依然として強く、年が明けても急には回復基調とはならない。
	百貨店（販売促進担当）		・来客数の減少を客単価の上昇で補えず、前年割れの傾向が継続していることから、今後も、前年実績からの大幅減とまでは至らないまでも、微減の状態が続く。
	百貨店（役員）		・客の様子をみても、何かを買おうという雰囲気がない。必需品のみを購入している状況であり、今後も変わらないまま推移する。

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
		スーパー（店長）	・11～12月の動きはほぼ横ばいであり、上ぶれも下ぶれもない状況が続いており、ボーナス後もクリスマスも同様の状況であることから、当面はあまり変化のない状況が続く。天候も前年のような状況で推移しているため、天候や気温に左右される季節商材も前年と同様の動きを示すことになる。
		スーパー（企画担当）	・東日本大震災の復興支援による景気上昇が言われているが、対象や地域は限定的であり、当地まで好影響が生じるかどうかは分からない。T P Pについても、当地においては1次産業従事者の生活防衛意識をあおることになるため、消費が減退気味であるなど、良い兆しは全くみられない。
		スーパー（企画担当）	・東日本大震災後の心理的な影響、消費税上げの可能性、雇用環境や所得環境の低迷など、客に消費を喚起させるような明るい材料がなかなか見当たらないため、今後も変わらない。
		スーパー（役員）	・各種の税率の上昇や年金問題など、今後への生活不安が更に増してくることになるため、客の消費行動がますますシビアになる。
		スーパー（役員）	・今年は冬の観光も期待できず、消費が上向く要因も見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費の縮小傾向は今後も続く。特に改善されるような要素もないため、当面、流れは変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・客から悲観的な話ばかりを聞くなど、良くなる様子がないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（店員）	・今後に向けての起爆剤が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（地区統括部長）	・来年3月までは家電エコポイント制度の反動が続くが、今月同様に、後はやや回復傾向で推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・景気の先行きが不透明なため、今後も売上の厳しい状況が続く。
		旅行代理店（従業員）	・年末にかけて徐々に来客数は増えてきているが、国内旅行の低価格傾向が変わらないため、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は2月が前年比101%、海外旅行は2月が前年比110.5%となっており、全体的な状況は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・消費税の増税議論など、政治の先行きが不透明であるため、今後も個人消費の消費マインドが上がらない。
		タクシー運転手	・海外からの問い合わせが少しみられるものの、今後の注文数の増える要素が見当たらない。
		美容室（経営者）	・客の生活パターンが固定化している雰囲気が出てきているため、よほど悪い状況が発生しない限りは現状維持の状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の悪化を口にする客が多く、現状よりも客の数が増える、もしくは客の購入意欲が向上することは考えられない。その一方で、市場規模は数年前と比べれば十分に縮小しており、これ以上急激に市場が縮む可能性は小さい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・入学や就職準備、卒業の時期であるが、中心市街地においては、最近2～3年の動向として、買物客の減少に加えて客単価の低下傾向が顕著であるため、今後の売上の増加は見込めない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・現政権からは増税の話ばかりが聞こえ、何も進められないことに対する不信感が沈滞ムードにつながっている。旅行どころではないという気分が出ているため、観光客の入込の増加が見込めず、今後についてはやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・主食になるような弁当や総菜などの動きは良いが、菓子や飲料水など間食するような商品への節制意識が強いことから、今後についてはやや悪くなる。また、夜間の来客数の減少は一向に改善されない。
		衣料品専門店（店員）	・初売りの動向に期待しているが、客は商店街よりも大型複合店に集中する。消費税の増税案が具体的になってきたことから、家計も数年先を見据えた貯蓄型になり、消費行動は一段と控えられることになる。
		家電量販店（経営者）	・薄型テレビの需要も一段落しており、今後についてはこれまでの反動が出てくる。
		高級レストラン（経営者）	・消費税の増税や税負担の増加が予想されることから、客の財布のひもが固くなっている。例年よりも年末の客の動きが悪いため、年が明けても期待は持てない。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・毎年1～2月の売上は悪いが、12月の状況から判断すると、今後、数か月は良くならないまま推移する。例年、2～3月の団体や催事の予約は年内に入るが、今年は現時点でほぼゼロであり、今後に不安をかき立てられる。
		観光型ホテル（経営者）	・旧正月を控えて、アジアからの観光客の入込は順調だが、本州方面からの客の動きが非常に悪い。さらに、宿泊単価の持ち直し傾向もみられず、年明け以降、増収となるような要素が全く見当たらない。
		観光名所（職員）	・海外観光客の予約が依然として低調であり、今後の予想がつかない状況にある。また、国内観光客も前年に比べて来客数が減少している。
		パチンコ店（役員）	・北海道の場合、冬期間になると、灯油、電気、ガスの使用頻度が上がるが、灯油の単価が前年よりも上昇しているため、今後の消費行動に大きく影響することになる。
悪くなる	商店街（代表者）	・年金問題、消費税の増税議論など、将来的な増税の可能性がメディアで出ていることから、消費者の財布のひもはどうしても固くなる。	
	スーパー（店長）	・年末商戦については1人勝ちの店もなく、小さなパイを奪い合う状況であり、周辺の競合店が増えた分、需要が分散している。こうした傾向は今後も続くため、前年の売上の9割すら確保できないと見込まれる。	
企業動向関連	良くなる	建設業（従業員）	・復興支援に加えて、建設関連の補正予算も予想以上に増加したことから、建設関連の景気は徐々に回復に向かう。
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・周辺の企業を含めて、見積件数がやや増えてきたことから、今後についてはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・公共工事については、補正予算やゼロ国債による工事などの発注が始まる。民間建築工事についても雪解け後に着工物件の引き合いが徐々に増えてくるため、マインド面では明るさが出てくる。ただし、年度末工期の工事が完了してくることに加えて、新規工事の着工は4月以降になることから、稼働自体は1年で最も落ち込む。
	変わらない	輸送業（支店長）	・補正予算も決まり、震災復興が本格的に動き出す。輸出入貨物は、円高の影響もあり、輸入が好調であるが、さけを始めとした不漁と円高が重なったことで、輸出は不調であり、全体では前年並みで推移する。
		コピーサービス業（従業員）	・少しずつではあるが、客の購買力が上がってきているように感じられることから、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・ここ数か月、例年になく受注残が多いことから、目先は明るい。ただし、長期的な展望はまだ見えない。
		食料品製造業（役員）	・特に受注量が大きく増減するような案件が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		家具製造業（経営者）	・しばらくは現状のまま推移するであろうが、欧州の信用不安や円高に加えて、国内の増税問題など不安要素も多い。
		金属製品製造業（役員）	・販売店、業者も含めて、見積の引き合いが特に増えている様子もないため、今後も横ばいで推移する。
	やや悪くなる	金融業（企画担当）	・観光客は東日本大震災前の水準に近づく。しかし、大きなウエイトを占める個人消費は、所得の伸び悩みや将来の消費税の増税を意識することで弱めの動きとなる。総じて景気は横ばいで推移する。
その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）		・関西からの受注が増えてきているなど、良くなりそうな気配のある一方で、東京からの受注が減ってきている。欧州の信用不安も年明け以降、長期間にわたり影響を及ぼすことになる。	
やや悪くなる	通信業（営業担当）	・取引先の様子として、社会情勢の変化や増税議論などに押される形で厳しい見通しを立てる企業が増えていることから、今後についてはやや悪くなる。	
	司法書士	・建物の新築や改築工事が皆無であり、来年の雪解けまで工事の増加が見込めないため、今後についてはやや悪くなる。	
雇用関連	悪くなる	○	○
	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○
	変わらない	人材派遣会社（社員） 求人情報誌製作会社（編集者）	・今後について変わるような要因、起爆剤がない。 ・ここ2年ほど、地域経済を支える農畜産業の1次加工及び2次加工の生産量と出荷額は同じような水準で推移しているため、今後も雇用面に大きな変化が出てくることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・宿泊業ではアジア人観光客だけでなく日本人観光客も戻り始めており、稼働率が高まってきている。他業種でも来年を見据えた求人が増えてきており、しばらくはこうした求人状況が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大小問わず、起爆剤となるような明るい材料が出てこない限り、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・求人の職種等の内容について、変化がみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は19か月連続して前年を上回っているが、新規求人数は前年を2か月連続して下回っており、依然として厳しい雇用環境が続いていることから、今後も停滞した状況が続く。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・求職者の就職意識が低く感じられる。国や地方公共団体からの雇用対策事業で就職支援を行っているが、なかなか企業面接を受けるという意思決定がされず、就職数が伸びていない。また、人材紹介事業においても、自身のスキル以上の求人企業を望む求職者が多く、就職するまでの期間が長期にわたる傾向にある。さらに、就職に対する危機感が希薄になっているように見える。これらのことから、雇用環境が改善に向かうと思われない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・いくつかの業種で求人数が前年を下回り始めていることから、今後についてはやや悪くなる。
悪くなる		—	—

## 2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	衣料品専門店（店長）	・現在の状況を見ると、リクルートの客も成人式の客も好調であり、今後は初売りも含めて、フレッシュマンの客も順調に伸びるのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・1月の初売り、2～3月の需要期に加え、エコカー補助金制度の復活が後押しになり、かなり良くなることが期待できる。
		旅行代理店（店長）	・東京電力の賠償金の支払や、政府による全県民を対象とした商品券給付が検討されているため、良くなるのではないかとみている。
やや良くなる		商店街（代表者）	・10月以降、飲食の売上は非常に良くなっている。今後もいろいろな飲み歩きイベント等を考えているので、飲食を中心に景気が良くなるだろうと期待している。
		百貨店（営業担当）	・震災から1年を迎える3月までは、衣料品や生活用品の買換え需要は続く。また、3月の新生活準備の需要は伸びることが予想される。
		百貨店（経営者）	・東日本大震災発生から1年が経過する来年3月は売上の実数そのものが前年から伸長するため、やや改善に向かう。
		コンビニ（エリア担当）	・高速道路の無料化により、週末の来客数の増加が期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・寒波の後押しもあり、トレンドに敏感な層に加え、一般客による普段着需要が増えることが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税の延長、エコカー補助金制度の復活で、市場が活発に動くこと期待しているが、減税並びに補助金の対象車種に需要が集中し、供給量不足から納期が遅れる恐れがある。また、補助金終了後の反落も懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金制度の復活と2～3月の需要期が重なり、販売は伸びると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・年始に新型HV車の販売がスタートすることから、需要は伸びる見込みである。初売り待ちの客も相当数いるようで、年明けからの市場の活性化が期待できる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・春先に向けて人の動きもあり、今よりは良くなる。売上に期待している。
		一般レストラン（経営者）	・来客数がかかなり増えており、このまま良い状況が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストラン、宴会すべての部門で、引き続き、復興支援の関係者や地元客の来店が前年を上回っている。来月の予約状況も前年を上回っており、こういった良い状態は3か月先も続くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・震災の悪影響が少しずつ薄れてきており、今後の景気回復に期待したい。
		通信会社（営業担当）	・12月が予想を上回る回復だったことから、3月に向けて新規加入も上向きの傾向で推移するとみている。特に3月は、年度末の異動や入学及び進学などの効果もあり、上向きが予想される。
	変わらない	商店街（代表者）	・当地では復興景気が続いているといわれるが、良い人もいれば悪い人もいるため、全体的には景気はあまり変わらないのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・商店街には復興需要が流れてこないため、変わらない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・必要な物に関する消費マインドは多少上がったまま推移するとみている。
		百貨店（売場主任）	・客は購入のチャンスを見定めている。クリアランスその他、オケーション需要の動きで、今の動きはしばらく続くことが予想される。
		百貨店（買付担当）	・復興までは時間がかかるため、現在の状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・1月セール、2月以降は卒業及び入学、新生活とイベント、打ち出しが盛り沢山となっている。ひとつひとつしっかり計画し、修正していくことで、今年の4月から続く前年及び予算のクリア連続達成は必至である。天候にもよるが、流れに乗っているため、この春の商戦は変わらずに行けるのではないかとみている。
		百貨店（経営者）	・復興に向けた全体での方向性が不透明であり、消費者の購買意欲は向上しない。
		スーパー（経営者）	低下の傾向は止まったものの、回復するほどの力強さはなく、好材料も無い。
		スーパー（経営者）	・復興特需は建設関係等の一部の地域のみで、就労環境はミスマッチが続き良くなっているわけではなく、避難先で仕事に就けなければ現在の消費動向も長続きしない。先行きもしばらくは同じ傾向で推移するとみている。
		スーパー（店長）	・競合店との価格競争は激化し、現状同様厳しい状況が続くとみている。消費も正月のイベント明け以降は儉約ムードになり、通常消費に戻る。
		スーパー（店長）	・天候の影響などから、今後も来客数は伸び悩むことが予想される。
		スーパー（店長）	・当社でも2店舗を閉鎖するなど、景気が悪くなっている。現在の景気の悪い状態が続くことが予想される。
		コンビニ（経営者）	・営業数値は来客数を除き、各項目とも前年を上回っており、好調を持続している。景気の良い状態が続く。
		コンビニ（経営者）	・復興需要としての売上の伸びは期待できるものの、周辺住民の所得増による暮らしぶりの変化はあまり期待できないため、現状と変わらない。
		コンビニ（経営者）	・景気の先行きは不安で、消費の活性化につながる要素が無い。
		コンビニ（エリア担当）	・今のところマイナス要素が見当たらないため、来年度初頭までは、現在の傾向が継続すると予測している。
		衣料品専門店（経営者）	・復興需要は当面続くと思われるが、必要なものしか買わないという慎重な購買行動は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・震災等の影響がまだまだ続き、今後の展開が見えてこない状況で、景気回復には相当な時間を要する。
		衣料品専門店（経営者）	・世間では景気が上向いているといわれることもあるが、当店においてはまるで期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・冬物セールの反応から、販売量は今後も伸び悩むと予想している。春物の本格的な動きにはまだ早く、売上アップは期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・現在の好調は天候の影響とマーケットのずれによる一時的な回復であり、景気自体は停滞することが予想される。
		衣料品専門店（総務担当）	・現在の傾向が続くとみているが、極端に景気が上向くことはない。
		家電量販店（店長）	・景気が上向きになる要素が見当たらない。半年程度は現在の状況が続き、景気の悪化が進むのではないかとみている。
		家電量販店（店長）	・震災の復興需要も落ち着いてくることが予想される。
		住関連専門店（経営者）	・同業者は廃業のため減少しているが、来客数も減少しており、需要は減少傾向にある。今後好転する材料は何も無い。現在の売上に合わせた経費にすることが必要だが、大変に困難なことである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・現在、震災により家を新築した人の仏壇購入が多くなっているが、この先2、3か月も同様に売上の伸びが期待できる。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・問屋からも売上が上がらないという話を聞いているので、現在の悪い状態は続くと予想される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・震災後の進まない復興に輪をかけるように、消費税増税や年金問題など、消費者の不安をあおる要素が多く、景気が上向きになるとは到底考えにくい。在庫管理の徹底などの努力がいままで以上に必要になってくる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費税増税の報道などが買い控えに一層の拍車をかける。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・消費意識の高い状況が続くとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・年明け3月ぐらいまでは、予算が優先的に出ているため、現在の景気が続くと予想される。ただし、その後の対策は来年度予算になるため、震災復興需要がどの程度出てくるのか不透明で、4月以降の景気動向は予測できない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災以降、平常には戻りつつあるが、不安材料が多くなっており、景気のよし悪しは判断がつかない。
		一般レストラン（経営者）	・景気は徐々に上がってきている。やや良い状況は3か月先まで続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子を見ていても、羽目を外さなくなっている。この先も、高価なレストランなどに足を運ぶ人が増えるとは考えられず、現状のような状態が続く。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては好調のまま推移している。比較的直近での予約が多いため判断しにくい面もあるが、現在の好調が持続するとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大手電気機械器具メーカーが、当市近郊にある子会社2工場の閉鎖を明らかにし、地元で大きな衝撃が走っている。一般宴会においてマイナスに働くことが予想される。しかしながら、リニューアルしたブライダル部門が売上をけん引しているため、一般宴会の落ち込みとでプラスマイナスゼロになるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今の世の中は閉そく感があり、先行きも不透明ななかで、防衛意識が企業並びに個人ベースで非常に高くなっている。政治の世界においても、増税ありきの論議が主流で、どこまでコストの削減をしたのか疑問であり、一般企業に比べると対応が生ぬるい。いかにして客に来ていただくかということを再度いろいろな角度から見直す機会である。すべてにおいてゼロベースからの再構築が必要である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は送別会を中心に年明けから予約が集中すると予想される。
		旅行代理店（従業員）	・この先、どのような支援策が出てくるのか、それによってどれだけ消費が高まるのかといったところが不透明であり、変わらないというよりも、分からないというのが実情である。
		通信会社（営業担当）	・向こう3か月を見ても、景気回復の好材料、効果的な施策が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・好材料に乏しく、好転への変化はみえない。
		通信会社（営業担当）	・企業のスマートフォンへの関心は高くなっているが、端末価格が高く、通信料の増加が導入の阻害要因になっていることから、状況は変わらない。
		テーマパーク（職員）	・被災地支援、復興支援を目的とした企業や団体の需要があるため、売上はまずまずだが、東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害により、本来の客層であるファミリー層は戻らない状況が続く。
		遊園地（経営者）	・東日本大震災でキャンセルとなった近隣の小学校の修学旅行について、各県の旅行代理店を訪問してPRをしてきた。大半は戻りそうな見通しであるが、戻るまで年数がかかりそうなどところも少なくない。
		設計事務所（経営者）	・被災工場では国からの補助金を活用して新築や増築の話があるものの期限があるため、景気が上向きような状況にはならない。
		住宅販売会社（経営者）	・受注量はあるが、震災により作業員が不足しており、現場の進捗に支障が出ている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・3月11日が近付けば、東日本大震災発生から1年ということでマスコミが取り上げることが予想される。そうなると、また買い控えムードが蔓延し、被災地の復興景気にブレーキがかかる恐れがある。
		商店街（代表者）	・震災復興税や消費税増税など、消費を抑制する話題が多すぎるため、やや悪くなる。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・将来の税制、あるいは社会保障に対する明確な回答が得られないなかで、個人消費は春先にかけてじり貧になっていくという印象を持っている。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・降雪の影響や多種イベントの開催により、客は商店街ではなく郊外店に行くのではないかとみている。売出しをしても経費に見合う売上は期待できない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・震災特需が収まれば、前年と同じような景気の悪い状況に戻る。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・全般的に何か悪い方向に向かっているという印象がぬぐえない。来客数、販売量、客単価があまり良くなく、必要な物だけを買うといったつましい買い方をしているのが現状である。今後もそれは変わらない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・周囲の消費活動は、被災者を対象とした各種経済的支援により、かろうじて支えられているのが現状である。また、少なくとも震災前程度の経済的活況を見越した設備投資などの復興需要によって支えられている。地元の仕事が無いなかで、経済の低迷が長引き経済的な支援が途絶えると、急激に悪化することが懸念される。今後の施策次第である。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・先行きは全くつかめず、どうなるか分からない。
		百貨店（総務担当）	・消費税の増税問題等により、先行きに不透明感があるため、消費者マインドはなかなか上がらない。
		百貨店（経営者）	・円高、株安の影響が出てくる。
		スーパー（経営者）	・雇用保険が切れるためなのか、売上や単価等々が下がってきている。この先もこのような状態が続くとみている。
		スーパー（店長）	・景気は依然として低迷した状態にあり、買い控えの傾向は長期間続きそうである。来客数こそ前年並みで推移しているが、1品単価及び客単価は上がらず、売上は回復しないままである。競合店の出店も迫っており、売価も下げざるを得ない状況が続き、ますます厳しくなるとみている。
		スーパー（営業担当）	・景気が回復する要因が見当たらない。
		スーパー（販促担当）	・消費税増税等の懸念材料もあり、消費が拡大する要因が見出せない。
		コンビニ（エリア担当）	・復興需要による好調が続くことを期待したいが、好不調の波がより大きくなり、全体としては徐々に悪化していくのではないかとみている。
		コンビニ（店長）	・当県の景気はこれから良くなると言われ続けているが、建設業界以外の地元企業については、先行きが不透明であり、景気は徐々に後退していくのではないかとみている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・春先の異動シーズンまで好転する材料に乏しく、風評によると思われる消費の落ち込みや、仕入価格が高騰する可能性がある。政府や県などの対応も期待できない状況では、厳しい見方をせざるを得ない。
		高級レストラン（経営者）	・1月以降の予約状況が悪くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・客の話を聞いてもまだまだ厳しいという声が多く、この先もあまり良くなるような雰囲気ではない。
		一般レストラン（経営者）	・動きが活発になるはずの年末でも、多少の低迷感が感じられたことから、イベントなども少ない2～3か月先は、現状より厳しくなると予想される。
	スナック（経営者）	・忘年会シーズンに期待をしていたが、売上は予想より伸びていない。こうした現状では、この先も期待できそうにない。	
	観光型ホテル（経営者）	・2、3か月後の予約状況は芳しくなく、復興支援の空気も薄れてきているように思える。また、例年訪れる地元客についてもあまり期待ができない。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・例年利用してくれている団体においても、縮小並びに中止となっているものが多々ある。また、農家や漁家が楽しみにしている1泊温泉も例年と比べ数が減っている。週末はそこそこの入込であるが、本当の意味での好転はまだ先である。	

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	
		観光型旅館（経営者）	・復興需要は一部の業種に限られているため、個人客がメインの当館では宿泊増加に結び付いていない。当地域も東京電力福島第一原子力発電所事故による風評被害があり、今後の見通しは不透明である。	
		タクシー運転手	・客の乗り控えは続く。	
		通信会社（営業担当）	・消費税増税と年金の問題により、消費者の経済的不安は更に増していく。	
		通信会社（営業担当）	・東北地方はこれから雪が降るので、初売りが終われば一服感があり、3月の春商戦まで経済はそれほど動かない。	
		通信会社（営業担当）	・現行政府への絶望感は強まり、蔓延していくことが予想され、実質的な景況感は後退、良くても現状維持である。	
		観光名所（職員）	・乗船予約人数は前年比で4割減となっている。直前に予約をする客も多いので、この先若干は増えることが予想されるが、今月と同様に前年比10数%減の状況が続くとみている。	
		美容室（経営者）	・被災者の失業給付が終わるが、かといって仕事が増えているかというとはほとんど変わりがないという状況で、日雇いの仕事はあっても常勤の仕事は無い。暗い方向に行くのではないか。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・市中の金が足りないように思える。金回りの良い人を最近見たことがない。	
	悪くなる	スーパー（経営者）	・価格競争が激しさを増していることに加え、今後の増税や手取り収入の減少が懸念材料となっている。	
		スーパー（店長）	・販売促進の強化から来客数、売上共に伸びてきたが、去年の3月は震災による特需があり、何もしなくても売場にあったあらゆる商品がなくなった月である。去年の反動から3月以降、売上は前年同月比で急速にダウンすることが予想される。	
		コンビニ（経営者）	・子どもが新学期を迎える前に引越しをするというような話もまだ耳にするので、この先も景気の低迷が続く可能性が高い。	
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税の反動による売上効果も一巡し、今後は来客数が増加する要因も特に見当たらない。	
		タクシー運転手	・12月は忘年会シーズンということもあり売上も少しは上がっているが、今月だけであり、来月以降はまた厳しくなると予想している。	
		企業動向関連	良くなる やや良くなる	－
		建設業（従業員）	・高速道路整備の大型案件や除染関連事業の件等が見込まれる。	
		輸送業（経営者）	・当社を取り巻く環境は良い方向に進んでいるとみられ、来年に向け希望が持てる。	
		通信業（営業担当）	・一部の顧客において受注量が増加傾向にあり、今後も追加案件が見込める。	
		通信業（営業担当）	・震災特需による受注増がこの先も見込める。	
		通信業（営業担当）	・年末年始を踏まえて、今年度予算枠の利用が増加することが予想される。	
		広告業協会（役員）	・来年は地元水産加工品の復興、被災3県での地上デジタル放送への移行、不動産市場の活性化などがあり、広告市場は活況を呈することが予想される。	
		公認会計士	・建設関係、小売関係は今後も業績の回復傾向は続くと思われているが、それ以外のサービス業、製造業関係の回復は不透明である。	
		コピーサービス業（経営者）	・復興需要が本格的に増え、民間を中心に活発になるとみている。逆に、官公庁は例年と比べて発注量が減少することが予想される。	
	変わらない		その他企業〔企画業〕（経営者）	・新築住宅の需給バランスが供給力不足の状況にあり、景気を劇的に押し上げるほどにはならないとみている。ただし、総需要は続くため、住宅設備や建材などの需要は堅調に推移すると予想される。
			食料品製造業（経営者）	・今月は販売量が前年比数%増で終わりそうな状況であるが、こういった好調は2か月先も続くと思われている。
食料品製造業（総務担当）			・心理的に消費者の財布のひもが緩むような経済状況にはならない。	
食料品製造業（総務担当）			・円高が緩和されれば若干の景気好転も期待できるが、現時点では景気好転の材料が見当たらない。	
		繊維工業（経営者）	・震災復興や消費税増税の問題などで政治は混乱しており、景気にも影響が出てくることが予想される。	

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
		木材木製品製造業（経営者）	・冬場は需要が減少する時期でもあり、需給バランスが悪く、早急な改善は難しい。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・タイの洪水被害の影響がまだ残り、電気製品の生産回復に至らないことが要因となり、製品価格の回復は当分先の見通しとなる。また、円高による輸出事業への影響は半年先まで続くと予想される。
		建設業（企画担当）	・仕事量がバブル期並みに急増するも、人手不足やコストアップの影響が懸念される。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因は見当たらない。
		金融業（広報担当）	・エコカー補助金制度の復活や春先以降の住宅需要も期待されるが、欧州の信用不安や海外経済の不確実性など景気下振れリスクも否めず、総じて現状のまま推移する。
		広告代理店（経営者）	・年度末になるため、ある程度の仕事量は確保できる見通しだが、極端に増えることはない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・事業者の立場からも消費者の立場からも、震災以降、時間が経過するに従って、上向き、低迷の二極化の傾向が見られるため、良くなることも悪くなることもいえない。
		経営コンサルタント	・復興特需はしばらく続く。
		司法書士	・登記件数の減少傾向が続いている。一方、住宅着工件数も増えてはいないが、減少傾向は緩やかで、下げ止まり感がうかがえる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・取引先の大多数は中小企業であるが、ボーナスが全く出ないところや出ていても前年より2、3割減となっているところが増えているという話を聞く。このことから、消費については今後ますます悪くなるのが予想される。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年が明けても、復興関連での人や物の動きは活発な状況が続く、中心市街地の飲食店や納入する小売店の忙しさは続くと思われる。また、被災地における仮設店舗などでの営業再開が増えており、飲食や小売に関しても見通しは明るい。
		金属工業協同組合（職員）	・受注に動きは見られるものの、安定しておらず、受注量の増減が激しいといったこともあり、先行きは全く不透明である。
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・直売所の販売量の伸び悩みは今後も続く。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・例年ならばあるはずの仕事が約20%減少している。東京電力福島第一原子力発電所事故対応の特需はあるものの継続性は期待できず、景気は悪化に向かうとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・復興景気がある一方で、リスク分散や事業継続計画の関連で発注が外部へ流れている状況が増えてきており、やや悪くなる。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・現在の景気の悪さから全体的な仕事量は減少している。年末年始の休暇も、会社によるが9～12日間と長くなっている。関係している半導体企業でこれだけ長い休暇を取ることはいまだかつてなく、景気の悪さがうかがえる。また、当地域の別の半導体工場は、この暮れにきて、3～6月ごろには工場を閉鎖することが決まり、従業員約300人の解雇など先行きが心配される。
悪くなる		農林水産業（従業者）	・農機具販売店では暮れに展示会を開いたが、新しい農機具がほとんど売れず、中古品を望んでいる農家がこれまでになく多いとセールスマンが言っていた。こうしたことから、農家の生活が苦しい状況はしばらく続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安等により先行きは不透明である。また、輸出環境が極めて厳しい状況が続くと予測している。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・国内大手生命保険会社が派遣子会社を解散するにあたって、当グループに営業譲渡し、その受け入れが1月からであるため、2、3か月先に良くなると予想している。
		人材派遣会社（社員）	・建設、建築、資材及び設備に関連した業界で、引き続き高い需要が期待できる。
		アウトソーシング企業（社員）	・官からの復興関連の仕事は確実に増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・被災地の住宅建設も具体化してきており、しばらくは建設関連で景気の良い状況が続くようである。
		職業安定所（職員）	・4月以来、求人倍率が上昇傾向にある。この流れは当分変わらないとみている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・良くなるような情報も悪くなるような情報も特にない。
人材派遣会社（社員）		・住宅関連や小売店の求人数は相変わらず堅調であるが、電力会社や金融関連機関のシステム投資が控えられている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・東北経済はいまだ先行きが不透明であることなどから、特に上向くこともなく変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・震災後1年となる来年3月までは、現在のような雇用の上向きの傾向は続くともみているが、その後が正念場となる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現在のデフレ不況は当面継続すると予想され、3か月後良くなるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・例年、求人が減少する時期であり、景気が良くなる要因は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で8か月連続で増加となり、月間有効求人数も前年同月比で8か月連続で増加となっている。有効求人倍率はわずかず上向きで推移している。今後の動向については、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）	・雇用調整を実施する企業数は、最高時に比べ3分の1に縮小しているものの、新規求人の申込が9.5%減少しているほか、新卒者求人が前年とほぼ同水準で推移している。一方で、求職者は減少基調が続いていることから、有効求人倍率はかろうじて低下していない。当面、この足踏み状態が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・円高や欧州の信用不安等により、先行きの不安材料が解消されず、労働力需要は依然として弱含みである。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているものの短期の募集も多く、また、求職者数も増加してきており、雇用環境が良くなる材料は見当たらないが、急激に悪化することも考えにくいことから、あまり変化はないとみている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・派遣求人が減少し、求人数はこのまま推移していくとは考えられない。ただし、震災復興関連での求人が増加してくれば、この限りではない。
	悪くなる	—	—

### 3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来春になると新学期が始まるため、やや良くなる。
		百貨店（営業担当）	・セールになり、冬物の動きが活発になる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災被災地へのスキーの修学旅行などが当地に変更になったことが、地域経済の活性化になってくる。それ以外でもホテル、旅館関係は満室が多く、食材などが莫大で金が回るため、観光地の特性で景気は良くなる。
		コンビニ（店長）	・当店の商圏内にあるスーパーが営業不振により、3月ごろ商圏外に移転する話が出ているため、期待している。
		家電量販店（店長）	・エコポイントによる実績の影響が薄くなり、好調のスマートフォン、LED照明器具、その他省エネ関連商材の伸びが良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の初期受注が良好であることに加え、エコカー減税の駆け込み需要とエコカー補助金が補正予算に盛り込まれたため、受注増が見込める。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから新型車が出るため、新型車の展示会、車検、点検の安売りをすることで来客数が増え、その分だけ売上が伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・新年会の予約が多く入っており、日々の食事も少しずつ回数が多くなってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税の問題などで皆非常に財布のひもが固くなってきているのではないかとと思うが、時節柄、新年会や歓迎会などの時期に入ってくるため、これからはしばらく良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・タイの洪水等でまだ影響が多少あると思うが、東日本大震災による自粛も解消されてきており、これから伸び、やや良くなることははっきりしている。
		タクシー運転手	・東日本大震災の復興需要に期待し、やや良くなる。
		通信会社（経営者）	・現状の見積案件から考えると、このまま年度末まで中規模の受注が増えていく傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・年明けからは政治の動き、消費税や予算関連の状況が明確になるにつれて、現在の低金利の優位性が認められ、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
	変わらない	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・年末の売出もあまり動きがないが、春になって東日本大震災の復興が見えてくることを期待している。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・テレビ、エコ商品、太陽光発電機と提案型営業を盛り上げ推進し、積極的に営業を強化して売上を確保したい。
		百貨店 (営業担当)	・景気の先行きは非常に不透明で、この先も良くなる要素は何一つないという状況のなかでは、消費マインドが上がる要素はない。
		百貨店 (販売促進担当)	・クリアランスセールに入ってくるが、時期の前倒しや短期集中の傾向となっているため、価格訴求だけでの買上はより難しい傾向になっており、正価品と同様の接客が必要である。
		百貨店 (販売促進担当)	・冬物クリアランスセールを目前に控えているが、主力の婦人衣料品が不振であるここ数か月の状況では冬物商戦も期待できず、苦戦が予想される。
		スーパー (総務担当)	・電気料金の値上げ、増税、年金不安等から財布のひもは固い。必要な物だけを買ひ、衝動買いは控える状況は変わらない。
		コンビニ (経営者)	・年末商戦も終わり1～2月と細かいイベントがあり、更なる努力はするが、天候次第で、大雪だったりすると数字が少し読めない。
		コンビニ (経営者)	・1月以降、季節変動で売上、来客数は下がるが、3月くらいになってやや暖かさが増してくると来客数も増えるため、総体的に考えると現在の調子が維持できる。
		コンビニ (経営者)	・今の客の様子から、この先良くも悪くもない。
		衣料品専門店 (統括)	・最近、節約なのか決定する時間がゆっくりになっているのか、年ごとに年始用の注文がだんだん遅くなってきており、ぎりぎりの納品がやっとなところもある。東日本大震災以来、自粛ムードが非常に強くなっており、いまだに節約、買い控えにつながっている状況は変わらない。
		乗用車販売店 (管理担当)	・国内消費は、日用品などはやや上向きだが、エコカーは充電施設の未整備や走行距離が短いなど問題が多く、販売拡大は望めない。
		住関連専門店 (統括)	・グローバルレベルでの経済問題や、国内では増税、年金問題等の不安要素が多く将来が不透明で、消費マインドが低下しているため、変わらない。
		一般レストラン (経営者)	・宴会は例年どおりに戻ったが、一般の客数が減っており、まだ上伸気運にはない。
		一般レストラン (経営者)	・歳末の景気、今後の福島第一原子力発電所の風評被害の影響を考えると、商売のやり方の難しさがより一層感じられるようになり、薄利の商売がどこまで続けられるか心配である。
		スナック (経営者)	・客の話から現金を使うことに対して不安感があるようなので、変わらない。
		観光型ホテル (営業担当)	・相変わらず景気回復の要素は見当たらず、先行き不透明である。
		都市型ホテル (経営者)	・好転できる材料がない。相変わらず下請の縛りがきつく、閉塞感は増すばかりである。
		旅行代理店 (副支店長)	・先行きが不透明なため、当社のような余暇産業は将来的な取扱、販売が伸びるとはなかなか考えにくい。
		通信会社 (総務担当)	・客の節約志向は変わらず続いており、消費が低迷する。
		通信会社 (局長)	・やや良くなると判断できる好材料は特に見当たらない。むしろ増税議論などの行方により、やや悪くなることが危ぶまれる。
		通信会社 (販売担当)	・消費税の議論による不安や円高の影響により、景気回復は考えにくい。
		遊園地 (職員)	・東日本大震災から9か月が経過し、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)	・今月は寒気団の襲来によって途中から来場者の伸びが止まってしまい前年よりも下回っているが、1、2月の取り込みは今のところ前年くらいで推移しているため、気温が若干上がってくれば今月の落ち込みは持ち返せる。単なる気候的な問題での来場者数減なので、総体的には前年並みくらいにはなる。
		その他サービス〔清掃〕 (所長)	・新年を迎えると初詣や新年会等で一時的に街中のにぎわいはあるが、その後はすぐに元の状態に戻るため、先行きは変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・今月に入って前年比で乗客数が約2%、単価は約5%向上しているため良いように考えられるが、客の買物の様子や声を聞くと、買上量は増えていないため、先行きは変わらない。
		設計事務所（経営者）	・小さい物件はあるが大きい計画は少なく、厳しい状況は続く。
		設計事務所（所長）	・しばらく安定しているため、変わらずに維持していきたい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・大型店のみで日用品を買い求める人が多くなり、小売店、路面店はますます苦しくなる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年末のムードは良くなかったところに消費税の議論等から将来への不安が増し、景気に影響することは必至である。
	やや悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新製品が出たとしても消費者の購入意欲を誘うほどではなく、消費に冷めた様子が見られる。年末の様子からも新入学を控えたこの先、ますます必要最小限の消費しか望めない。
	やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・福島第一原子力発電所の事故の収束がないと難しく、明るいニュースなどの良くなる材料が見当たらない。
	やや悪くなる	百貨店（店長）	・経済の先行きの不透明感や増税への不安などから、年明けからは売上が減速することも考えられる。
	やや悪くなる	スーパー（統括）	・電気料金の値上げ発表や消費税、年金等の生活不安要素による消費意欲の減退に加え、天候、気温などの気象与件に左右される不安定な営業状況が続く。
	やや悪くなる	スーパー（経営企画担当）	・消費不振のなかで消費税増税の議論が進められるなど、心理的に景気回復に水をさす懸念が大きい。
	やや悪くなる	スーパー（副店長）	・年末の繁忙期である現在と比べ、2、3か月後には通常の生活に戻っているため、やや悪くなる。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・1年のうちでいつも2番目くらいに売上が高い今月に比べると、2、3か月先は売上が落ちるため、やや悪くなる。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・12月末になって気温が急に下がり始め、客の購買意欲も非常に悪くなっており、消費が非常に低迷してきているため、3か月後にはやや悪くなる。
	やや悪くなる	コンビニ（店長）	・来月同じ系列の店舗が近くにできるため、どうしても当店の個店売上は下がってくる。
	やや悪くなる	衣料品専門店（店長）	・欧州の信用不安によるユーロ安に伴い、円高にますます拍車がかかる懸念があるため、良い方向には進まない。
	やや悪くなる	乗用車販売店（従業員）	・販売が年内に一部前倒しをしているため、先の状況は厳しい。
	やや悪くなる	乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災や風評被害などとは関係なく、当社は観光地であるため、毎年のが12月に駆け込み需要がある。1～3月はどうしても観光客が減るため、販売台数は減り、冬場は良くない状態が続く。
	やや悪くなる	乗用車販売店（営業担当）	・今月も何とかサービス売上で仕事量はカバーできたが、販売は低調で先の予想が立たない。
	やや悪くなる	一般レストラン（経営者）	・一部の企業が良くなっても、中小企業など小さい所は依然としてなかなか景気、経済状況が良くならない状況が続き、やや悪くなる。
	やや悪くなる	都市型ホテル（支配人）	・福島第一原子力発電所事故の風評被害により、観光客が大幅に減っている。茨城空港利用の外国人観光客もほとんど当地域には来ておらず、今後2、3か月はこのような状態が続くと思うため、やや悪くなる。
	やや悪くなる	都市型ホテル（営業担当）	・12月は忘年会シーズンでピークであったにもかかわらず、伸びていなかった。客の財布のひもが固い状況が続いているため、やや悪くなる。
	やや悪くなる	旅行代理店（所長）	・国内需要は引き続き厳しいことが想定され、福島第一原子力発電所の事故のしっかりした解決が必須である。さらに、北朝鮮総書記死去の影響が海外旅行で一番人気の韓国旅行に影響を与える懸念がある。
	やや悪くなる	旅行代理店（従業員）	・燃油サーチャージも変わらず高額であるため、やや悪くなる。
	やや悪くなる	旅行代理店（副支店長）	・東日本大震災、円高、自然災害など、良くなる条件が無い。輸出企業の業務渡航やタイなどに工場がある企業は厳しい状況が続き、その下請も更に厳しい状況が続くため、やや悪くなる。
	やや悪くなる	テーマパーク（職員）	・東日本大震災までが好調だったため、前年比で大きく下回り、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		
		ゴルフ場（支配人）	・隣県が冬季クローズのため、来場を期待するが、1～2月の冬季は雪や寒さで厳しい予約環境にある。現在の予約は前年並みだが、価格競争が大変厳しくなっているため、中止になると大変厳しい。		
		競輪場（職員）	・毎年それなりの来場者や売上がある年末のグランプリの開催でも、今年は前年に比べてかなり落ち込んでいるため、やや悪くなる。		
		美容室（経営者）	・成人式の着付けの予約状況は、異業種のカメラ店や着付教室が頑張っているため、非常に悪くなっている。これから先、経営努力をして頑張らないと、異業種に仕事を奪われていける状況になる。		
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災による当地への一時的な避難需要は一巡したと見込んでいるため、やや悪くなる		
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税も決まりそうなので通常だと増税前の駆け込み需要が見込まれるが、逆に購入をあきらめる客も出てきており、更に景気が悪くなる傾向がある。		
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響はいまだに終息の兆しが見えない。商店街への買物には慎重で、シビアな様子が見られる。		
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・工業団地内企業では2月までは減産予定のところが多いことと、地域内高齢者の購買意欲が落ちていることから、悪くなる。		
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・12月は年末なのでタオル関係などを多少は販売したが、全体的には良い方向に向かない。これからもそれほど良くなっていくような気配は感じられない。		
		スーパー（経営者）	・先行き不透明感があり、心理的に購買意欲が減退する。		
		衣料品専門店（販売担当）	・年末から年明けにかけて幾分元気を出さなければと客自身が鼓舞するような雰囲気は見られるが、それが消費行動に向く感じは全く見られない。相変わらずクレジットカードの使用率も低迷したままで、客の雰囲気からは不安によるストレスが見られる状態は今後も続き、悪くなる。		
		一般レストラン（経営者）	・仕入れ価格の上昇に加え、新年会予約も付き合いの範囲であり、一般の動きは全くないため、悪くなる。		
		スナック（経営者）	・良くなりそうな動きがなく、税金の議論で生活防衛に拍車がかかると危惧している。個人レベルでは全く手の打ちようがなく、お手上げの状態である。		
		タクシー（経営者）	・不景気のためタクシーの利用が少なく、この先も悪くなる。		
		ゴルフ場（副支配人）	・当ゴルフ場は1～3月までクローズ期間になる。来場者数0人となり、会員券の募集等をしないと売上にはならないため、景気は当然悪くなる。		
		設計事務所（所長）	・現在は忙しくても、来年の仕事の見通しが立っていない所がほとんどである。		
		企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（経営者）	・通常の生産の他にも、これから徐々に始まる復興需要が出てくるため、全体では平均的に良くなっていく。
				その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・行政中心の環境機器を扱っているため、2～4月に集中し、良くなる。
			やや良くなる	化学工業（経営者）	・4～9月の状況はあまりにひどかったが、3月の期末に向けては仕事量は確保できたため、ここで一息つけそうである。
				窯業・土石製品製造業（総務担当）	・前年比では売上は落ち込んでいるが、受注量が増えて生産が間に合わず残業をしているため、やや良くなる。
金属製品製造業（経営者）	・金属加工では住宅用換気扇部品の仕事が多くなりそうであり、自動車部品も引き続き仕事が出る様子なので、来年は少し希望を持っている。				
一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の開発案件では忙しい状況が続く。東日本大震災のリカバー生産の継続及び新規の量産案件が本格的に立ち上がる予定で、油圧建機関連の在庫調整による仕事の落込みをカバーできる見込みである。				
一般機械器具製造業（経理担当）	・輸出量が戻ってくれば、幾らか良くなる。				
金融業（役員）	・地域の製造業の雇用が活発化しており、消費の拡大が期待される。				
新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・現在の県内チラシ出稿動向から見ると、外周部の新規出店などが後押しとなり、良くなる。				
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・外部環境が混とんとしており、先行きの不透明な状況が今後も続き厳しいことには変わりはないが、現状の引き合い、受注量で推移すると販売量は増加する。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・業界内の一部メーカーはヨーロッパに逆輸出をしているが、数量的にはまだわずかで、業界全体の景気を上向きにするほどの効果は出ていない。長期にわたる円高の影響によりボディブローが効いてきており、県内メーカーにかなりのダメージを与えつつある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・定常的に来る注文はやや減少しているが、タイの洪水による応援品の注文がそれを補い、作業量に変化がない状況が今後2、3か月は続く。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後2、3か月は取引先、受注量等を確保しているため、やや良い状況が変わらず続く。
		社会保険労務士	・賞与は前年並みか多少減額している所が多く、今後大きなプロジェクトがあるわけでもないため、大きな変化はない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税の議論や電気料金の値上げ、また、欧州の信用不安などの不安材料が、国内の消費マインドや景気を更に冷ます要因になる。
		食料品製造業（製造担当）	・新穀が出始めてくるが、放射能の検査体制などで販売が難しくなる。また、測定にかかる費用は中小企業には負担になり、原料の取り合いで来年度分まで契約などが進み、激化しているため、厳しい。安心、安全を求めて価格が上がっていくと思うが、販売価格には反映できないため、ますます厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・官庁関係の来年度の見積が前年に比べて少なく、少し景気が悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・先行きは依然不透明のままである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が減ったりと、全体的に細くなっている。活気が感じられず、心細い見通しである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いの件数が減少しており、先行きの仕事量の確保は難しくなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力自動車メーカーからの生産の3か月見通しでは、1～3月と少しずつ少なくなってきた。今年は東日本大震災があったが、例年だと3月がピークになるため、生産調整に入ってきているようである。
		輸送業（営業担当）	・年末年始のイベントが終わり、人も物も動きが落ち込む時期である。また、エコポイントなど様々な収入による例年の家電や自動車関係、住宅関係の動きが落ち込む見込みである。今後も白物家電等の動きに期待したいところだが、先行きは難しい。
		金融業（経営企画担当）	・製造業において、円高による大企業の海外シフトにより、受注減を懸念する取引先が多い。
金融業（調査担当）		・欧州の信用不安、円高の長期化など不透明な先行きについて、慎重な姿勢の企業が増えているため、やや悪くなる。	
経営コンサルタント	・総じて地場企業の活気が失われており、消費、設備投資、建設投資等の先行き不透明から、景気については期待できる要素が見当たらない。		
悪くなる	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ここ数か月売上は落ち込んできたが、12月は特にひどく、問屋筋も仕入れを控えている。時々金額の高い商品が売れることもあって、そのおかげで売上が前年を大幅に下回りはしなかったが、それはたまたまであり、客全体が回復基調にあるわけではない。1月は国際宝飾展の会期が大幅に早まっていることもあり、先行きは不安要素が大きい。	
	不動産業（管理担当）	・建物のオーナーからの経費削減要求が多く、清掃やメンテナンスにかかる費用を減らすしかないため、売上全体が減少し、利益も少なくなる。業者に委託する仕事も回数や頻度を減らすことになるため、業者の売上も減少する。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・タイの洪水の影響で仕事が日本に戻ってきているため、あと2、3か月は忙しい。
		人材派遣会社（管理担当）	・タイの洪水の影響がこれから半年間は続き、臨時的に日本の製造が増えるため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・衣料品関係の伸びが今一つで横ばいの状況である。自動車関連、携帯関係は少しずつでも伸びるかという状況が募集には出ていたが、2月の落ち込みが予想されるため、横ばいと見ている。住宅関連は相変わらず細々と、改修工事等で底辺を推移している。
職業安定所（職員）		・求職者数はそれほど減らず、求人数もあまり伸びていないため、変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・円高等の不安要素が多いことから、企業側は従業員の採用に対して慎重に考えている。雇用調整助成金の活用等で、人員整理のような最悪のケースを何とか回避している企業もあり、雇用の動向は今後も不透明さが続く。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・今年度の求職者に対する内定状況が悪いにもかかわらず、来年度の就職活動も開始されたが、求人社数、求人数共に非常に良くない。また、求人を出さなくても自然に応募のある会社等もあり、ますます求人からの景気動向が読めなくなっている状況は変わらない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・今後、新しい年を迎えても景気が良くなる要素は無く、求人情報も減少する。
		職業安定所（職員）	・1月になると若干だが求職者が増えてくる。また、年末商戦が一段落し、秋口に多数あった短期の仕事が一段落するため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月、求人数は伸びてきているが、求人の雇用調整も行われている。円高の影響も大きいいため、それによって求人数が今後止まってくる可能性があり、雇用調整も更にある。
		職業安定所（職員）	・製造業にかかる希望退職の募集の相談が続いており、今後新規求職者が増加し、先行きは悪化する。
	悪くなる	○	○

#### 4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	旅行代理店（従業員） 旅行代理店（支店長）	・円高が続き、海外旅行が非常に伸びる。 ・団体、法人部門では2、3月に大型団体を予定しており、売上が例年に比べて非常に伸びる。また、いよいよスカイツリー開業の年ということでカウントダウンが始まり、3月には個人の販売も始まり個人旅行も伸びるため、良くなると確信している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響が落ち着いてきて、その反動で売上が少しずつ戻ってきている。普通は12月にはあまりない店の入替わりも、今年は意外と活発である。世界情勢や政治が混乱しない限り、良い方向に向かう。
		商店街（代表者）	・来年度の予算増で恐らく東日本大震災の内需が出てくるため、2、3か月以内には多少良くなってくると期待している。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・来月以降の案件もある程度出てきている。大幅に増えているということではないが、徐々に良くなってきている。
		百貨店（販売管理担当）	・株価や金融情勢などの不安要素は存在するものの、コート等の身の回り品を中心に単価が上がっている現状から、一部の高額所得者ではなく一般消費者の購買意欲が回復基調にあることがうかがわれるため、やや良くなる。
		スーパー（総務担当）	・現状の天候、気温の状況から、寒さが続き雨が少なければ来客数が伸び、頻度性の高い物を中心に売れていく。3月の東日本大震災与件による衣料品等の売上減をカバーできる。
		乗用車販売店（販売担当）	・12月に入ってからエコカー購入補助金やエコカー減税の話も加わり、新型車発表の話も出ているため、それに対しての受注が好調に伸びている。客の動きも良いため、やや良くなる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー減税の継続、エコカー購入補助金の追加、ハイブリッド、プラグインハイブリッドの新型車発売等により来客増に期待し、販売増につなげたい。リッターカーが主流で売上単価等が低く楽観視はできないが、各メーカーとも販売促進費をかけての告知、提案活動が活発化し、市場を盛り上げていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・トラックではエコカー補助金が出るのが決定したため、決して本来の景気が良くてトラックが売れるということではないが、新車の需要はそれを元に持ち直していく。
		旅行代理店（従業員）	・業務性需要の復活で、やや良くなる。
		タクシー運転手	・年が明けて新年会、成人式、卒業式、歓送迎会等、行事が続くため、少しは良くなる。
		通信会社（総務担当）	・一時的、季節的なもので景気回復とは言い難いが、これから3月末ごろまでは転居が多くなる時期であり、通常であれば新規加入が増大するため、期待は大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・2012年を迎え新たな1年ということで期待を込めて、東日本大震災、欧州の信用不安、原子力発電所の問題等、様々なマイナス要素が一旦リセットされ、やや良くなる。
		その他サービス〔福祉 輸送〕（経営者）	・東日本大震災の影響で上期に納車が遅れて売上が上がらなかった状態から、生産の回復で順次納車できるようになっており、今までの受注残が売上に結び付き下期に集中する。通年ではやはり前期より若干マイナスになっているが、3月までは数値的には前年を上回ることが期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・東京スカイツリーが開業するまで、目立った景気浮揚要因が見当たらない。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・世の中の動向も不安定であり、良くなる理由が見つからない。
		一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・今月の状況を見ると、年賀状印刷が落ちたがその他の物でカバーしているため、それほど悪くならない。
		一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・まだ東日本大震災の影響を引きずっているようなイメージがある。
		一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・年末から年始にかけて支出が増え、また進学、受験期にもあたるため、買い控えがある。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・東日本大震災の影響か、自分の身の回りにいつ何が起きるか分からない状況のなかで、必要以外の物はあまり購入しないという状況は変わらない。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・当社は今の状態を維持できると思うため、変わらない。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・客にいろいろ働き掛けても、購入意欲のある返事が返ってこない。
		百貨店（売場主任）	・新春の福袋、クリアランスは大きな期待を持てるが、それ以外のアイテムの動きは現在と変わらない。新年に対して景気向上するものが何もない。
		百貨店（総務担当）	・前年度の売上高を前後する状況が続いている。上回る月が多くなってはきているが、まだコンスタントに良くなっているといえる状況ではない。
		百貨店（総務担当）	・国内にとどまらず世界の経済が不透明であり、また政治への不信等が見られるなかでは消費の低迷、景気の回復にはまだしばらくかかる。
		百貨店（総務担当）	・企業では業績が少しずつ回復しつつあるとも聞いており、そういう意味では少しずつ景気が良くなる兆しもあると思うが、欧州の信用不安や極度の円高、株安、増税の議論があり、消費マインドがまた冷えてくる可能性もあるため、何ともいえない。
		百貨店（総務担当）	・今後も株価は低迷し、電気料金の値上げなども控えており、先行き不透明な状況で財布のひもが緩むとは考えづらい。ただし、東日本大震災の影響による絆や家族愛で、オケーションについては客も重要視している状況がうかがえるため、対応をしていく必要がある。
		百貨店（広報担当）	・秋口から好調だった100万円以上の高額品の売上が12月に入りプレーキが掛かり始めていることなど、富裕層の買物に停滞感が漂ってきており、先行きは不透明である。
		百貨店（営業担当）	・気温に左右される冬から春物商戦になる。この状況で寒い冬が続いても、春の気温は「5寒2温」が例年の傾向であるため、2～3月にかけて不安が残る。トータルの上上は変化がない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の議論のなか、ますます財布のひもは固くなりそうである。景気動向も不透明さを増し、不要不急の商品は買い控え傾向が続く。ただし、前年は3月に東日本大震災の影響で大きく売上が落ち込んだことから、見かけ上は良くなる状況になる。
		百貨店（営業担当）	・消費者心理は依然冷え切っているため、変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・寒さ対策に加えて新生活、入学、卒業、セレモニーのオケーション対応ニーズが期待できるが、年明けのセール商材不足の懸念や、継続する日用品よりの雑貨苦戦が見られるため、このまま伸長傾向とは楽観視できない。
		スーパー（店長）	・食に対する安心、安全という面では、福島第一原子力発電所の事故の問題がまだ解決されたわけではないため、客はなお一層、産地に対する厳しい目を向ける。3か月先の消費が今よりも良くなるとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・まだまだ予断を許さない状況に変わりはなく、年末年始の出費が今まで以上に生活にのしかかるため、楽観視できない。
		スーパー（営業担当）	・将来に対する不安が非常に強い。特に、社会保障制度が今後どのような形になってくるかによって、景気にも相当な影響がある。
		スーパー（仕入担当）	・来年も原子力発電所の不安、タイの洪水による輸入商品への影響、電気料金の引上げ等、家計を直接圧迫するような懸念材料が多くあるが、家族の絆をキーワードに、価値ある必要な商品には金を使う状況は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・年末にはケーキやおせち等で高額商品が動いたが、この現象が続くとは思わない。一部高額商品がなくなった後、売上が元に戻ることは明白である。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災後、景気が少し悪くなるのではないかとずっと思っていたが、当店は順調に推移してきた。3か月後どうなるのか肌で感じた情報では、やはり悪い。しかし、これまでと同じように少し悪くなるが結局は変わらない感じがするため、客単価、来客数その他、総合的に見て変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・客数の動きは横ばいであるため、変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	・節分など商材の予約は、ほぼ前年並みである。
		コンビニ（商品開発担当）	・持ち直した感が出ていることと、円高、欧州の信用不安など外的要因の影響が小康状態に入っており、景気的には横ばいである。
		衣料品専門店（経営者）	・数か月前から価格戦略で、少し良い商品の量を増やしている。過去3か月の売上が好調なのはそれが原因だと思うため、このまま維持できる。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響が残っており、まもなく1年がたつが復旧が進まない被災地などのことを考え、通常に戻すように努めつつも、消費、レジャーは控えめになる。
		衣料品専門店（営業担当）	・季節的なものであって、不況感はまだまだ続く。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント制度終了等の反動による低迷から少しずつ時間をかけて回復していくが、テレビ、レコーダー、カメラを中心に商品単価が予想以上に下落していることが危惧される。
		家電量販店（統括）	・1～3月も今と同様の状況が続く。明るい兆しは4月以降である。
		家電量販店（副店長）	・前年のアナログ停波による地上デジタル放送のテレビ需要が始まるころとなり、厳しい状況は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。第4次補正予算でエコカー補助金が決まれば、それ以降は良くなるかもしれない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金に客がどのように反応するか読めない。
		乗用車販売店（総務担当）	・何となく停滞感が漂い、活気が無い。車の必要性が薄れている感がある。エコカー購入補助金の復活にかけたいが、円高、消費税の議論の行方が購買力を下げてしまっている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・興味を引く商品や販売促進策がなければ客は来店してくれない。景気の影響というより、どれだけ上手な仕掛けができるかに尽きる。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・先行き不安が先行しており、消費購買意欲を向上させる理由等が見当たらないため、大きく変化することはない。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移から、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・12月23日までの前年比では10店舗中3店舗が100%を超え、2店舗は85%前後である。全体で100%超えが2～3か月続き、10店舗中6店舗が100%を超えといったあたりが、良くなったといえる基準であるため、まだまだ厳しい状況が続くそうである。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は微増傾向ではあるが、風評、食の安全報道等ですぐに来客数に反映される状況は変わらない。
		一般レストラン（店長）	・来年も外食や出費をなるべく控える状況になってくると思うため、来客数と単価の減少は変わらず続く。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会は新規宴会の取込がうまく進み前年の同時期を少し超えているが、相変わらず値下げ圧力が強い。レストランは女性客をターゲットに値ごろ感のあるメニュー情報を発信し、今年の後半同様に集客が進めば、今後大きく減少することはない。宿泊は周辺施設のイベントに左右されるが、前年より多いと情報を得ているため今後は増え、さらに周辺への企業の進出も少しずつ増加しているため、今後ビジネス客も予約が入ると期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・特に変動する要素が見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行の予約件数が伸びてこない。現在予約や問い合わせが入ってきている内容の大半が、来年4月以降のものになってきている。
		旅行代理店（営業担当）	・新年の商品の申込に勢いがいない。
		タクシー運転手	・とにかく先が不安という一言である。
		タクシー（団体役員）	・契約顧客や一般客も、交通費等の経費削減や節約傾向は今後も続くと思うため、変わらない。
		通信会社（経営者）	・ネット加入からテレビ加入へつながる道筋が見えてこない。テレビの回復なしでは、ケーブルテレビ業界の更なる発展の見通しが立たない。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビでは地上デジタル放送化以降、新規加入者があまり増加しておらず、この先もこの状態が続く。
		通信会社（局長）	・東日本大震災復興のスピード感の遅滞に加え、消費税増税問題もあり、景気回復要素に欠ける。
		通信会社（営業担当）	・強力なコンテンツがなければ多チャンネル放送への需要は上昇しない。
		通信会社（営業担当）	・転入居シーズンであり加入増となるが、解約も増えるため、サービス加入件数を保つには依然として厳しい状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・競合他社との価格競争が厳しく、苦しい販売状況が続く。
		ゴルフ場（支配人）	・当ゴルフ場では来場者の多くが会員である。高齢で会員数が減少しつつあるため、今後も大きな収益は望めない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （店長）	・年末商戦向けの売れ筋商材さえ売行きが鈍い状況となっており、ここ数か月の消費動向の回復はボーナス支給後の現在でも見えてこない。年末に差し掛かっている現状でも鈍い動向が急速に回復するほどの材料は、当面考えられない。
		設計事務所（所長）	・混迷する政治及び世の中において、何が見通しできるかわからず、かなりひどい状態になると思うが、今までもそのようなものなので変わりはない。
		設計事務所（所長）	・前月と全く変わっておらず、年度内は期待できない。
		設計事務所（職員）	・どちらかといえば下降傾向に向かうように感じているが、予想される社会背景から変化があるとは思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・年度末に向かって販売供給量が増え、また、決算期を迎える建売業者の大幅値引きなどが期待できるため、景気はこのまま、やや良い状況で変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きがまだ活発にはなりきっていない。
		住宅販売会社（従業員）	・見込み客が増加しないため、受注も横ばい状態が続く。
		その他住宅[住宅資材] （営業）	・欧州の信用不安等いろいろあるが、急激に悪化するようなことはない。
	やや悪くなる	一般小売店[和菓子] （経営者）	・東日本大震災以降、季節の行事等の利用がかなり落ち込んでいる。年末などの様相から考えると、需要は落ち込む。
		一般小売店[家具] （経営者）	・これから先は今よりもまだ悪くなる感じがする。消費税増税が決まれば増税前の駆け込みにより幾らか需要が増えてくるという期待もあるが、やはり悪くなる。
		一般小売店[茶]（営業担当）	・個人用のお茶などは良い物を飲みたいが、事業所用の飲物ではコスト削減が続く。お茶の担当者に現状より良い商品を勧めても、福利厚生費が削減されているため、飲物は各自で用意する方向性になってきているとの声がしばしば返ってくる。
		百貨店（広報担当）	・消費が活性化するような事柄が出てこないし、ユーロ圏の問題や隣国との摩擦など国際的な環境も予断を許さないため、消費者は東日本大震災後から続く絆を合言葉に消費を抑え、家庭内、友人間などに限定された消費が続く。

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
		百貨店（副店長）	・欧州の信用不安、円高、消費税増税の議論などで、やや悪くなる。
		スーパー（経営者）	・12月は晴れの日が結構あり、そこで売上を上げている感じである。1～3月にもそれぞれ晴れの日はあるが12月ほどではないため、普段はなかなか厳しく、少し悪くなる。
		スーパー（店長）	・2、3か月先だと阪神大震災の17回忌、あるいは前年の東日本大震災の影響で防災関連商材の動きは活発になると思うが、現在の消費税増税の議論や将来の問題もあり、景気は落ち込んでいく。
		コンビニ（経営者）	・将来的な不安や消費税増税に関する議論により、客の消費性向は落ちる。
		コンビニ（経営者）	・様々なデータや周囲の様子を見ると、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・1年の中で最も需要の多い12月が過ぎ、バーゲン終了から春物に変わる時期で購買意欲が低下する。景気にかかわらず、あまり期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・増税、年金等のニュースには大変敏感で、買い方を見てみると本当に必要な物以外は安くても買わない。収入が減っている感覚が消費を引き締めているため、今後景気の上昇はあまり期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・今月、当地域ではプレミアム付き商品券を行政と一緒に買ったが、2年前には1日で完売したが今回は3分の2が売れ残った状態である。また広告を出してやっと売り切れた現状から、消費者の財布のひもが本当に固くなっていると感じるため、やや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・ネット通販が加速するにつれ、販売店という小売業は閉店していく可能性がある。
		住関連専門店（統括）	・増税の議論等で、安心して消費できない状況がまだまだ続く。
		高級レストラン（支配人）	・来年上半期の予約状況は、前年と比べるとかなり伸び悩んでいる。個人の利用は好調とはいえないが変わらず推移しているものの、業績が好調の企業もあるが全体的に沈滞ムードに入りつつある。
		一般レストラン（経営者）	・年明けの新年会の予約はやはり若干弱い。東日本大震災の需要などが一巡したという話も客から聞いているため、年明けは今より少し悪くなる。増税等いろいろな社会負担が増えるという議論が要因になってしまうようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年の動きに比べて直前に予約が入る傾向は変わらないが、特に2月以降の受注が停滞しており、先行きが不透明な状況である。現時点で先々の受注状況を見ると、前年比で大きくマイナスとなっており、例年開催案件の取り止めも目立ち、景気回復感は全くない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始は一時的に利用が伸びたが、今後の政治不安や年金問題などにより、外食やレジャーに慎重になる可能性がある。また、外国人客の来日動向もまだ厳しい状況は続くと思われるため、やや悪くなる。
		タクシー運転手	・街の様子は、居酒屋は短時間で飲み放題というような究極の競争をしており、これからあまりよくなると思えず、消耗戦という感じである。
		通信会社（営業担当）	・客が収入の安定を不安視しているため、やや悪くなる。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・円高の進展や欧州の信用不安がもたらす日本景気への影響が懸念される。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災後、遠くから通ってくる小学生が少なく、相変わらず入ってこない。まだ景気が良くなる兆しは見えない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・現在の状況ではますます先行き不安が募り、経済状態は悪化する。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今年の冬期講習生の申込状況は前年比5%減である。東日本大震災の影響が徐々に出てきている感じがする。さらに消費税増税の議論により、ますます景気は後退する。
		設計事務所（所長）	・非常に仕事量が減っているうえに業者が多く、低価格競争になっている。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・商品がとにかく出していない。大手量販店が商品の単価をどんどん下げて売っているため、客はどうしてもそちらと比べるようになってきている。1、2月は元々商品があまり出ない時期なので、かなり厳しい状態になる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・広告を出しても目玉商品が売れるだけで利益が出ないため、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
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・新店へ客が流れてしまうため、悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・風評被害により贈答品への利用が減少しており、売上が低迷しそうである。
		百貨店（営業担当）	・雇用、所得が伸びない状況で景気の先行きは楽観できない。
		衣料品専門店（経営者）	・明るい話題が無く、セール動きを見ると盛り上がり欠ける気がする。夕方以降は商店街を歩く人数も大幅に減っている現在、更に寒さが厳しくなると不安要素が多い。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税増税の議論で、ますます買わない、売れない。倒産が増えるなか、どう生き残っていけばいいのか、小売店は大変心配な時期に来ている。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・年末商戦が活況だった反動が来る。
		タクシー運転手	・消費税増税が議論されていることや、世界経済の不安定、東日本大震災の復興がままならない等で、タクシー業界も景気はしばらくの間は戻らない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・季節的な要因で景気が良くなると思ったが、来客数が減っているため、悪くなる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・欧州の信用不安等があつてよく分からないが、徐々に落ち着いてきているように感じるため、良くなりそうである。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末の動きが1月まで継続しているため、年度末まで引き続きこの状態を維持できれば、1年の出だしとしてはかなり前向きな状況となる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人の店頭での売上については、月1本がせいぜいの象牙の印鑑は11月の3本に続いて12月も3本の受注があつた。会社関係はやや不透明なところがあるが、個人需要は割と財布のひもが緩く、少し上向くと感じている。
		輸送業（経営者）	・例年2、3月は新学期を控え教科書、参考書等の取扱量の増加があるため、期待したい。
		金融業（支店長）	・東日本大震災の復興需要やタイの洪水関係の復興が若干上がり、公共事業も多少なりとも伸びていくと思うため、やや良くなる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・来年2月から実施する物件で、利益率は低いが、久しぶりに大口の契約が決まっている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・顧客の年度末に合わせ、スポット作業が増えることを期待している。
	変わらない	繊維工業（従業員）	・繊維業界は、毎年の気候に大きく左右される。来年に向けて低迷を続ける売上には大きく改善する兆候もなく、消費者はそれぞれが余ほどの衣類に買い控えが見えるなど、繊維業界にとって景気に改善の兆しは見えない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・東日本大震災復興のための増税を考えると、この先景気が良くなる要素はない。
		化学工業（従業員）	・国内向け製品の受注は低調であり、海外向けも1、2月は受注が無い。復興による商品の動きにも影響はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・円高の影響で輸出には期待が持てないが、内需関連の医療容器の受注に見通しが立ったため、大きな変動はなさそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・受注価格低下に歯止めが掛からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の客の7社のうち大きい所に関しては、4月以後は少し分からないが、3月までは現状で行くのではないかとのことである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の流れとしては相変わらずで、当分は引き続き流れていくと思うが、先行きの見通しは決して良くなる様子はない。来年もまた今年と同じような流れのもと、最小限の経費で事業を継続していく。手の打ちようがない状況である。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・良くも悪くもないなかで安定してきており、これからもそういう状況が続く。
		建設業（経営者）	・既に悪いのでそれ以上悪くなりようがない。
		輸送業（経営者）	・小売業や外食産業において来客数が非常に少なくなっているという話を聞く。また、雇用関係の改善が見られていないことから、景気は非常に低調で推移する。

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
		通信業（広報担当）	・今の水準を更に上回るには、もっと景気に力強さがないと難しい。
		金融業（従業員）	・小売業やサービス業では、年末年始に向け売上の増加が期待されるのだが、消費動向が不安定で先行きに対する不安の声を聞く。
		金融業（役員）	・先行きは明るいという明確なメッセージが必要だが、具体的な動きはなく、けん引役も見当たらない。
		金融業（支店長）	・投資家はリスク商品を回避する傾向にあり、安定志向が高まっている状況は変わらない。
		不動産業（総務担当）	・今後も賃料の上昇は全く見込める状況になく、収益の改善は厳しい。
		広告代理店（経営者）	・単発で何か新規が出そうな空気はあるものの、今の基調が前年割れであるため、相殺したらイーブンとなる。
		広告代理店（営業担当）	・会社では2011年上期より売上が上がって赤字分が減ったが、来年の見通しはクライアントの状況がまだ読めないため、変わらない。
		経営コンサルタント	・3月に決算を迎える中小企業では、来年度の経営計画策定の準備に入っている。その前段階ともいえる経営環境の見通しでは、明るく見ている企業は極めて少ない。現状の悪さもさることながら、先の読みが難しい要素が多過ぎるというのが、多くの経営者の声である。
		税理士	・年が明け好景気の兆しが欲しいが、良い材料は見当たらず、現状維持が精一杯である。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・3月くらいまで今の売上が持続する見込みである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・先行きの不透明感が強く、取引先工場の稼働率が落ち込む心配である。よって受注量も厳しい状況が続く。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年度末を迎えるが、学校などの卒業関連の撮影が減少しているため、良くなる方向とは思えない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年末商戦時期にもかかわらず、受注件数が思うように伸びていかない。今後も伸びていく要素が見当たらず、低調な景気動向が続いていく。
		やや悪くなる	
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・3月の期末まで厳しい状況が続きそうであり、やや悪くなる。		
建設業（営業担当）	・消費税増税の議論により、設備投資額の多い顧客は不安がって、時間がかかったり余分なコストが生じる場合が最近多くなっている。		
建設業（経理担当）	・東日本大震災の復興で公的な予算が東北に向かい、当地域の公共工事の補助金はあまり望めそうにない。民間工事でも、製造業の中小企業の受注単価は大手よりかなり下げられているようである。このような状況で、地域の中小企業からの受注はあまり望めそうにない。		
輸送業（所長）	・発注がある製品に対し、タイの洪水による被害で、製品が出来上がらない物が出ており、供給できない状態とのことである。徐々に回復傾向だが、まだ時間がかかるため、しばらくは厳しい。		
広告代理店（従業員）	・売上が前年比で減少傾向が続いているため、やや悪くなる。		
悪くなる			
		金属製品製造業（経営者）	・円高が続く、中国の景気が落ち、国内での製造には海外と比べて費用が掛かり過ぎることなどから、国内での仕事量が減り続けているため、良くなる方向ではない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事量が極端に少なくなり困っているため、悪くなる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・円高や、消費税増税の議論などの影響が大きい。復興需要、タイの洪水による設備関係の需要等が期待できるが、なかなか前に進まない。
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・倒産や廃業は外部には見えず突然やってくるかもしれないため、油断せずに新しい年に向けて気を引き締めているが、いろいろな事業計画、営業所や支店の増設等の計画を聞いているため、全体を見渡すと明るい話題が多い。

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
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・派遣求人は時期需要などを含めて新規採用を行う企業が出始めている。人材の流動化が活発化し始めており、派遣業界にとって景気回復の兆しではないかと感じているため、やや良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大手企業を中心に、新卒採用は短期決戦が予測される。うまく進展しない学生をフォローしたい中小企業の採用は長引く可能性が大きいいため、予期しない予算が発生し、前半戦、後半戦と予算が膨らむかもしれない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・若干だが、求人広告量が増えてきているようである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・委縮した気持ちから変化が見られ、徐々に経験者求人が増えてきている。成約率は高くないが動きは出てきているため、やや良くなる。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・電気料金値上げや、東南アジアに生産拠点を動かそうかという話があるような話がある製造業で出ているため、日本の景気が良くなるとは思わない。
		人材派遣会社（支店長）	・年末年始に一時的に派遣を増やした企業も、2、3か月先には継続的に見込める状況ではない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数、雇用数が増えてこそ回復すると思うため、先行きは変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・長期的な採用数は横ばいだが、年末の短期採用で若干採用数が増えている。年内での終了数に対して年明けからの採用数が追いついていない。年度末も長期的な採用は横ばいと思われるが、短期的な採用は若干増えてくると期待できるため、現状と変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年間を通じて、保育士、看護師、介護士、美容師など有資格の求人は比較的多いが、製造や流通、飲食関連の求人、また季節的な臨時アルバイト、パートも思った以上に少ない。誰もが働ける職種が少ない傾向はしばらく続く。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末の特需のため増加はしているが、底堅い感じではないため、変わらない。
		職業安定所（所長）	・新規求職者数は確実に減少しており、新規求人数も堅調に増加しているが、将来への不安要因が複数存在することから、景気が今より良くなるとは思えない。
		職業安定所（職員）	・求人件数は増えていても求人内容があまり変わっていない感じであり、求職者が希望する職種の求人は一向に増えていないようである。
		職業安定所（職員）	・求人数はここ最近是非常に良い動向で右肩上がりになっているが、企業に聞くと円高及びその他のマイナス要因等は今後影響が出てくるかもしれないとのことである。このまま良くなり続けるとは思えないので、変わらない。
		職業安定所（職員）	・今月はタイの洪水による自動車部品関連の製造工場1社から休業の相談があった。雇用調整助成金の申請にかかる休業計画件数は前年比で10%ほど減少しているが、事業主には円高に対する不安が残っており、変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・1月以降の求人計画に大きな変化が感じられないため、変わらない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・合同企業説明会等の参加企業がない。また、当短大で平成24年度就職対応の学内企業説明会を開催しようと思っただけで参加企業を依頼しても、採用計画が立たないので不参加とする企業が多い。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・次年度の採用状況を各社へ確認しているが、採用の復活や募集人員数の増加企業は目立って増えている状況ではなく、おおよそ今年度と同じ状況である。
やや悪くなる		職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていないため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・景気動向の不透明感が強く、中小零細企業は採用について慎重な企業が多い。
悪くなる		人材派遣会社（支店長）	・派遣、人材紹介共に受注数が落ちてきている。先行きの景況感から採用自体が減ってきており、今後も続きそうであるため、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
		求人情報誌製作会社 (広報担当)	・円高、欧州の信用不安など、全く景気が良くなる兆しが見えない。2012年になっても何がきっかけで上向くのか、全くイメージできない。

## 5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・来客数の傾向や客の表情を見ていると、景気回復の兆しが見えてくる。
		乗用車販売店（経理担当）	・新エコカー補助金によって、特需の再来が見込まれる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災以降、消費を我慢していた客にも購買意欲が少し戻ってきているため、今後はやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・クリスマスが終わり現在の来客数は減少しているものの、輸入物のクリアランスが始まるため下見目的の来客数は増加している。年明けには、良い物を安く買おうという客が増加する。
		百貨店（店長）	・クリアランスセール開始と、改装前の売り尽くしセールを計画しているため、今後はやや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・自動車産業ではタイの洪水の影響から回復してきており、人員を確保する動きがある。周辺の店舗では少しずつではあるが売上が増加してきており、今後はやや良くなる。
		家電量販店（店員）	・今年は冷え込みが厳しく、今後は季節商材が伸びそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・新エコカー補助金は大きく、受注量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・これまでは、東日本大地震やタイの洪水の影響で新車の生産が追いつかず、中古車業界も混乱していた。最近は落ち着き始めており、客の購買意欲も高まってきている。今後もこの傾向が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の延長と新エコカー補助金により、販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・年明けから、新型ハイブリッド車を中心に店頭は活気付く。また、新エコカー補助金もあって年度末にかけて新車を勧めやすい環境ができるため、市場は活性化する。
		乗用車販売店（従業員）	・新エコカー補助金が実施されれば、受注増が見込める。エコカー減税と重なる3月までが勝負である。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の終了に伴う駆け込み需要によって、1～3月の販売量は増加する。
		旅行代理店（経営者）	・今後はロンドン五輪、韓国の海洋博覧会等があり、前向きに販売していけば上向きになる。
変わらない	商店街（代表者）	・必要品以外は買ってもらえない状況が続いており、今後も販売量の増加は見込めない。また、原材料等の価格上昇に伴う必要経費の増加もあり、資金繰りが厳しくなる。	
	商店街（代表者）	・これだけ物が動かない年末は初めてであり、12月がこの状態では、年明け以降も厳しい。	
	一般小売店〔自然食品〕 (経営者)	・生活への不安や負担となる要素がなくなる限り、今後も消費は増加しない。	
	一般小売店〔惣菜〕 (店長)	・お歳暮、年末商戦の結果は、心配したほどには悪くなかった。主要客には裕福な年配層が多いこともあるが、今の状況が今後も続く。	
	百貨店（経理担当）	・来客数はまずまずであるが、客単価が下落しており、今後も厳しい状態が続く。	
	百貨店（経理担当）	・気温も下がり、年始のクリアランスは期待できそうであるが、全体として景気が良くなる材料はあまり見当たらない。	
	百貨店（販売担当）	・不安要素がなくなる限り、現状以上の好転は望みにくい。気温、天候や世情の変化によって景気が左右される状況は、今後も続く。	
	百貨店（販売担当）	・若年層の来店が減っている。この傾向が今後も続く。	
	百貨店（営業企画担当）	・世界経済に不安定な要素はあるものの、最近の消費マインドは冷え込んでおらず、当面は現状を維持できる。	
	スーパー（経営者）	・当地域では円高の影響が大きく、円高が収まらない限り景気は良くならない。	
	スーパー（店長）	・節約のため、今後は生鮮食品などで値引き商品を購入する行動が増える。また、消費増税の議論もあり、節約意識は今後一段と高まる。	

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
		スーパー（営業担当）	・国会などで消費増税の議論が活発になってきており、今後の消費は活性化しそうにない。単価も上昇してこない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加している店舗もあるため悲観的にはなっていないが、販売量や単価が悪化しており、主力のおにぎりや弁当も前年を下回っているため、良くない材料は多い。当面は停滞が続く。
		コンビニ（店長）	・先行き不透明であり、消費者の不安感が消えないため、今後も現状並みが続く。
		コンビニ（店長）	・低単価商品が売れ筋であるため、景気は上向きそうにない。
		観光型ホテル（経営者）	・3月までの宿泊予約数は前年と比べて増加しており、回復基調にある。ただし、4月以降は良くなる判断材料がなく、総合的に考えると今後もあまり変わらない。
		観光型ホテル（販売担当）	・2、3月の受注状況は、現時点では思わしくない。特に3月は、今年の東日本大震災によって休止された物件が戻るかどうか、不安である。
		都市型ホテル（支配人）	・良くなる要素はなく、今後も厳しい状態が続く。
		都市型ホテル（営業担当）	・円高の影響に変化がない限り、大きくは変わらない見込みである。製造業を始めとして、大きな動きはない。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊部門では前年と比べて客単価が低くなっており、今後も厳しい状態が続く。
		旅行代理店（経営者）	・当地域では、新エコカー補助金の効果で自動車産業がどの程度活気を取り戻すかが注目される。
		旅行代理店（従業員）	・旅行に出掛ける客からは、引き続き安定した申込が続く。
		通信会社（企画担当）	・競争の激化、購入商品の低価格化、節約などによって、厳しい状態が続く。
		テーマパーク（職員）	・レジャー人口に変化はなく、周囲からも景気が良くなることにつながる情報は聞かれないため、今後も現状並みが続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・寒い日が続くと言約の動きも鈍るが、現時点では2、3か月先の予約件数は今一つである。この先も天候次第ではあるが、少し悪い状態のまま推移する。
	やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品を贈る回数が減少しており、自分用の消費を中心とする傾向があるため、贈答品店の売上は減少している。この傾向は今後も続く。
		百貨店（企画担当）	・今月は気温が低下したため前年並みの売上を確保できたが、必要に迫られて購入しただけであり、積極的な購入意欲は感じられない。今後も極端な円高や株安、消費増税への心配から、景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・今後は、消費増税の動きが非常に注目される。消費増税によって消費は落ち込むとみられるため、先行き不安も非常に増している。
		スーパー（店長）	・価格競争が激化しており、来客数が少しずつ減少する傾向は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・出店競争が激化しており、今後既存店は影響を受ける。
		家電量販店（店員）	・冬のボーナスが良くなく、消費増税の議論や海外の財政、金融不安などもあり、今後良くなる要素はない。
		高級レストラン（スタッフ）	・宴会件数は減少、小型化しており、来客数が回復する兆しも全くない。
		一般レストラン（経営者）	・国会では消費増税の論議があり、飲食への消費は減少する。
		スナック（経営者）	・客の話では、来年は更に経費が削減されるとの声が多い。景気が良くなる材料はないため、飲食店では売上の確保に必死になっている。年内に閉店をする店も多い。今後、景気はますます悪くなる。
		スナック（経営者）	・消費増税が具体化すると、客の財布のひもは固くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・客単価が上昇する環境にはないため、今後も厳しい状態が続く。
		旅行代理店（従業員）	・年明け以降、先行き不安によって余暇への支出を抑える客が増える。
		タクシー運転手	・今月は忘年会があり夜間、深夜の動きが良かったが、製造業が中心の当地域では、円高が続く限り消費は活発にならず、逆に引き締められる。
		テーマパーク（職員）	・周辺施設の閉鎖、閉店が相次いでおり、今後は更に厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	テーマパーク（経営企画担当）	・先行き不安によって、レジャーへの支出は抑制される。
		設計事務所（経営者）	・個人住宅を設計事務所に依頼する客は非常に少なくなっており、企業案件の規模も小さくなっている。良くなる材料は全くない。
		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）	・大きな物件の見積依頼を始めとして、今後に向けた引き合いは皆無である。
		コンビニ（店長）	・消費増税が決定されると、消費意欲は更に減速する。景気が良くなる要素はない。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・この1年間を通して、来客数、客単価共に悪化しているが、特に客単価の低下は激しい。年明け以降は更に厳しくなる。
		パチンコ店（経営者）	・サービス業では個人の消費マインドに大きく左右されるが、個人は景気の先行きにかなり不安を持っているため、今後は一段と厳しくなる。
		理美容室（経営者）	・客からは、ボーナスが出ていない、給料が減少しているといった話題を良く聞く。そのため、今後の景気も良くならない。
		住宅販売会社（経営者）	・金融機関からは不動産購入のための借入がなかなか受けられない状況にあり、今後も厳しい状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅建築業界ではいよいよ限界に達しており、今後は一段と厳しくなる。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・来客数や問い合わせ件数が減少しており、今後の契約数は苦戦する。良くなる材料がない。
企業動向関連	良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・住宅着工件数は、タイル、食器、衛生陶器を含む窯業界の景気の先行指標である。平成23年7～9月期の住宅着工件数は4～6月期と比べて13%増加しており、今後の景気は良くなる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・スマートフォン部品関連の受注が伸びるため、若干ながら上向きそうである。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・生産計画では増産が予定されているため、今後はやや良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・タイの洪水等の影響で、自動車の生産台数は計画と比べて大幅に遅れている。生産台数の回復をはかるため、今後は土曜日の稼働や残業等を増やしていく。
		会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先には新たな借入れを考えている企業はなく、営業収入でやりくりできている。今後借入金の返済が進めば資金繰りも楽になり、投資に対しても積極的になる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・これまで停滞していたIT投資が活性化しつつあるため、今後は良くなる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国経済は停滞気味であるが、インド、東南アジア関連の案件は増加する見込みである。
変わらない	変わらない	一般機械器具製造業（営業担当）	・今月は好調であったが、北米の年度末に伴う予算消化が主要因であり、これが来月以降も続くとは思えない。また、長引く円高が利益率を圧迫しているが、この状態は今後も続く。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の信用不安、米国景気の停滞、円高や消費増税論議などがある一方で、プラス要因はない。今後徐々に改善が進むとしても、数か月間では大きな変化は見られない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先企業の生産計画を見ると、現在の受注状況は年明け以降も持続する。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・当業界では、先行き不透明から設備投資をためらう状況が見られる。この状況は今後も続きそうである。
		輸送業（従業員）	・円高の影響が、徐々に国内メーカーに及んでいる。従来の製品や部品が、徐々に姿を消している。このままでは、人も工場も国内から流出していく。
		金融業（企画担当）	・欧州の信用不安や米国の景気停滞によって、景気は当面現状維持が続く。
		広告代理店（制作担当）	・原材料価格が少しずつ上昇してきているため、企業が発注を控えるケースが見られる。この傾向は今後も続く。
やや悪くなる	やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・加工材料である段ボールシートの購入価格が、年初から10%以上も値上がりする。販売価格に反映されるのは4月以降であり、またすべて転嫁できそうもないため、今後は厳しくなる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・今後は、原材料価格の上昇等の影響により、景気は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の業界の景気が悪いため、設備投資の増加が見込まれない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・販売価格等は今後も上昇する。円高や消費増税なども考えると、景気は良くならない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・現在はタイの洪水の収束に伴う特需があるが、3か月後には落ちてくる。
		建設業（営業担当）	・公共関係の入札価格は下がると予想しており、今後は厳しくなる。
		輸送業（経営者）	・取引先各社では、タイの洪水等の影響によって、計画されていた海外増産を再検討する動きが広がっており、不透明感が増している。
		輸送業（エリア担当）	・本来ならば12月は1年間で最も荷物量が増加する時期であるが、今年は前年並みの量である。そのため、閑散期となる1月以降は、景気が悪くなる。
		金融業（法人営業担当）	・当地域は自動車、機械など輸出依存度が高い産業の比重が高い。今後円高が更に進行、定着し、欧州の信用不安や中国等の新興国の景気減速も懸念されることから、輸出の減少が懸念される。
		不動産業（開発担当）	・今より良くなる要素は見当たらない。そうしたなか、不動産の供給量は増えていくため、競争が激しくなる。
		経営コンサルタント	・住宅地価は、雇用の状況に影響される。現在は正社員の雇用環境が良くなく、住宅の購入や消費につながらないことから、地価の上昇は見込めない。
		会計事務所（職員）	・米国の景気低迷や欧州の信用不安が続くなか、各企業では守りの姿勢が固い。設備投資を予定している企業はほとんどない。
		悪くなる	
鉄鋼業（経営者）	・鋼材メーカーでは、販売価格の乱高下によって市況が崩れている。先行き不透明から、今後も需要が急増することはない、足踏み状態が続く。		
金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、景気は悪くなっていく。		
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・3月までは、自動車関連企業で増産計画がある。
		職業安定所（職員）	・輸出関連企業の一部には円高の影響が出ているが、全体的にみれば雇用環境は底堅い。
		職業安定所（次長）	・求人数の増加と求職者数の減少の傾向は、今後も続く。
	変わらない	民間職業紹介機関（営業担当）	・自動車産業、輸出産業の回復によって、今後はやや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・求人数は減少しており、単価も低下している。企業は技術力が高い人材を求めるが、ニーズに見合う人材がいない。募集しても、応募者もいない。今後も厳しい状態が続く。
		人材派遣会社（社員）	・正社員をを求める企業は増えているが、要求水準が高い。中高年や低技能の求職者に対する求人は少ない。この傾向は今後も続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・株価の低迷と円高には大きな改善が見込めないため、今後も厳しい状態が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・周辺の企業に元気がなく、円高や株安の傾向が続いている。この傾向は今後も続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・製造業中心である当地区では、現在の停滞が解消する要因は見つからない。停滞は今後も続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円高や欧州の信用不安など、先行きへの不透明感が増している。そのため、設備投資や消費の拡大は見込めず、求人数も増加しない。
		職業安定所（所長）	・円高など先行き不透明な要素はあるが、来年3月ごろまでは東日本大震災からの復興に伴う生産受注分のある事業所が多く、今後も大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は上昇しているが、正社員求人の割合は小さく、長期雇用の求人も少ない。そのため、今後も景気は良くならない。
		職業安定所（職員）	・学卒求人数がやや減少している。全体の求人数も減少傾向になっており、今後は停滞する。
民間職業紹介機関（支社長）	・来期に向けて、慎重姿勢を見せる企業が多い。		

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
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営企画）	・雇用が減少した業界から、アウトソーシングが活発な業界に人材が流れるため、人材供給側では競争が激化する。
		人材派遣会社（社員）	・歓送迎会の時期の予約状況は、今のところ良くない。
		人材派遣会社（支店長）	・事務系の派遣社員求人数は減少方向にあり、この傾向は今後も続く。
		職業安定所（職員）	・円高や欧州の信用不安の影響は、年明けごろから徐々に出てくる。企業からは、先行き不透明の声も若干出ている。
		職業安定所（職員）	・中小零細企業では、事業の縮小や廃業の傾向が見られる。また今後は、円高の影響が製造業を中心に大きくなる。
	悪くなる	—	—

## 6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	通信会社（営業担当）	・人気商品の潤沢な在庫状況がこの1～3月期になると思われる。また、新入学生向けの新規契約が増える。
	やや良くなる	乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金復活の発表もあり、好転するものと思われる。
乗用車販売店（経理担当）		・年明け以降もエコカー補助金やエコカー減税の継続など期待出来る要素があるので、比較的好調に推移する見込みである。	
その他専門店〔医薬品〕（営業担当）		・寒くなれば寒くなっただけの暖房用品、防寒用品が売れている。今後も必要なものは売れていくと思われる。	
通信会社（営業担当）		・スマートフォンなど新しい商品に対する期待は高まっている。	
住宅販売会社（経営者）		・見込み客数から判断すると今後2～3か月は現状より良い。	
変わらない	商店街（代表者）	・衣料に関しては大きな動きは見られない。	
	商店街（代表者）	・バーゲンシーズンに入るが、今年は商品の供給量も少なく、また、2～3割引では低価格に慣れた客を引きつけるまでの力はなく集客にはならないようだ。	
	一般小売店〔精肉〕（店長）	・店舗が入居するビルの改装など設備投資の影響で来客数が増加していたが、12月の売上の伸び率が良くなかったため、今後どうなるのか予断を許さない状況である。	
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・年明け以降も今の消費行動が継続すればよいが、不透明な部分が多い。	
	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・東日本大震災、タイの洪水、欧州の信用不安など懸念事項が残っているが、年度末までには、ある程度動きがあるのではないかとみている。ただし、4月以降は不透明である。	
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・地域の経済状況、客の動向などから類推すると現状推移で変わることはない。	
	百貨店（売場主任）	・経済不安、東日本大震災の影響による増税など不透明感が高額商品の低迷につながってくる。	
	百貨店（営業担当）	・ unnecessaryなものは買わないという購買行動に変化は見られないものの、ファッション系に動きがあるので、消費自体に変化の兆しを感じる。ただ、今必要なものかどうかの見極めに対しては厳しい目が続き、また、年金などの将来不安などがあり、消費全体が上がってくるにはさらなる時間が必要であろう。	
	スーパー（店長）	・ここ数か月、売上高 来客数に伸びが無く、今後も景気が良くなる要素が見当たらない。	
	スーパー（店長）	・良い商品を求める客と安い商品を求める客の二極化のなかで、両方の客のニーズに答えていくことが使命だと感じている。こうすることによって特に景気には左右されず、店舗への支持も得られると考えている。	
	スーパー（総務担当）	・生活に必要な商品の売行きは今後も変わらないだろうが、節約意識はまだ持っているため不用な出費は抑えていくだろう。	
	コンビニ（店長）	・前年は大変雪が多くその影響で売上は悪かった。前年比で見れば、雪次第となるが、この期間是有利になるだろう。普段の雪がない時期では前年比でみると苦戦しているので、雪があった時期の実績を上回ればよいと考えている。	
	コンビニ（店舗管理）	・閉塞感を払しょくする材料が見当たらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・改装したり新規出店したりした百貨店やショッピングセンターなどには客の関心が高く、売上が増加している。手をこまねいているところの売上は減少傾向にある。客の移り気は早い。
		衣料品専門店（総括）	・消費税増税など先行き不透明感が続き、消費が上向くとは思えない。
		家電量販店（経営者）	・新しいカテゴリーの商品発売が見込めないで、既存商品では上積みは難しいと予測している。
		家電量販店（店長）	・景気には波があると言うが、ここ最近は売上も伸びず下り坂ばかりなので良くなるとは思えない。いつかは良くなるだろうが数年は現状維持である。
		家電量販店（店長）	・春の新生活向けも少子化にともない年々販売数量は落ちている。売上をけん引する商品群はまだ出てこない模様である。
		自動車備品販売店（従業員）	・春商戦は天候に左右されるが、現状では明るい条件が乏しく良くも悪くも予想できない。
		住関連専門店（店長）	・低迷している景気が良くなる要因が見つからない。
		高級レストラン（スタッフ）	・新年会を中心とした地元の動きは例年並みだが、珍しく2月から県外からの団体受注が数件入っている。
		一般レストラン（スタッフ）	・若い世代からは将来もらえるか分からない年金を納めても無駄ではないか、働いている女性からは専業主婦と違い不公平であるとか、子ども手当とも無縁の独身者からは税金の使い道についてなど、今まで話題にしなかった世代が話題にしている。消費税や年金などについて、具体的に決まれば、今すぐではないにしても、若い世代でさえ財布のひもは固くなりそうである。
		観光型旅館（経営者）	・新年会シーズンの予約も集客に苦戦している。しかし、3月以降県外客の集客は順調である。
		観光型旅館（スタッフ）	・現時点では、1月以降の予約保有は前年同月をクリアしている。しかし間際予約がどれだけ確保できるか見えないのが不安要素と言える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は今ひとつで低調に推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・社会全体に大きな影響を与えるいくつかの外的要因についての見通しは不明瞭であるが、足元の景気としては直近の状況から大きく変わる要素はない。
		旅行代理店（従業員）	・平成24年の3月11日へ向けてさまざまなイベントが開催されることになると思うが、これが落ち着く3月12日以降、東日本大震災前の通常の状態になれば需要の復活が予想される。3月11日まではこのままの状態が継続すると予想している。
		旅行代理店（従業員）	・来年度の相談の動きは出ているものの、例年よりは遅く、件数も少ない。個人には節約ムードがまん延していて、旅行意欲が見えない。
		タクシー運転手	・売上は回復していない。
		通信会社（社員）	・携帯電話の販売数に大きな変化はないと想定している。
		通信会社（役員）	・新規契約件数の低迷は継続すると見られるが、現在進めている既存契約者に対する上位商品への切替勧誘の効果が今後出てくるものと期待している。
		その他レジャー施設（職員）	・ほぼ前年並み、夏並みの賞与であったが、賞与月の反応としては鈍いものがみられ、この状況に変化は見られないであろう。
		美容室（経営者）	・客の消費マインドが短期的に変わるとは思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・相変わらず土地の動きが悪く客の様子に活気がない。この状況での客の動きの変化に期待が持てない。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・本来年明けにスタートするはずの冬のセールがかなりの店舗で前倒しされている。12月の数字としては伸びているように見えても、前倒しされているため、1～2月分の落ち込みが予想され、全体的には伸びるとは判断しにくい。婦人ファッションについては、必ずしも必要でないものは買い控えが続いており、買上点数は伸びにくい様子がうかがえる。
		百貨店（売場担当）	・値下げ品が前年よりかなり伸長し、割引品も大幅に伸ばしている。価格重視と前倒し需要の傾向が強い。年明けについては、初売りやセール品も値下げ品や割引品が中心となり、かなり単価が下がり、売上については伸び悩むのではないかと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・現状では景気が良くなる要素がないのに加え、客の来店頻度が減少しているなかで客単価も低下しており、現状よりさらに厳しくなると予想される。
		スーパー（総務担当）	・製造業は上向きの兆しがあるとも伝わってくるが、小売業では明るい話題がなく回復の兆しを感じられない。
		コンビニ（経営者）	・競合する他業態の店舗でも厳しいのか、営業時間を延長したり、良く似た商品を扱うようになったり、また、今までは当店でしか扱っていなかった商品を扱うようになったりしており、今後もこの傾向は続くと思われる。客についても目的買いが多くなっており、不用な金は使わない傾向は強まっている。
		コンビニ（経営者）	・近隣に同業他社の新店舗の出店を控えているので、苦戦するのは間違いない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・欧州の信用不安をはじめ世界中が不安定になっている。地方でもその影響を受け、良くなることは考えられない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税が増税の方に向かっていっているので、消費は加速度的に低迷する方向に向かっていいる。
		スナック（経営者）	・円高を始めとした為替などの要因で影響を受けやすい業界では、先々が読めなかったり、不安な状態が続くことが予測されたり期待ができない。
		タクシー運転手	・12月は活気があり非常に良かったため反動が考えられる。また、一部には忘年会を開催しても新年会は開催しないとも聞いており、今後には期待できない。
		テーマパーク（職員）	・団体客の向こう2～3か月の予約数は、前年同月比で1割近い減少となっている。個人客が前年並みに推移するとしても、やや弱い動きが予想される。
		競輪場（職員）	・年始開催はその年の運試的な要素があり、若干売上増が期待できるが、それ以降は客足が伸びる要素がない。気候の影響が売上減に拍車をかけている。
		住宅販売会社（従業員）	・社会保障と税の一体改革などで政治が流動化し、先行きが読めないなかであって、客の動きは鈍いと考えられる。高額商品である住宅産業の展望が読めず、特に消費税の問題が大きい。
		住宅販売会社（従業員）	・政府の政策もほぼ見えてきており、住宅に対する政策は平成23年を下回ると予想される。潜在的な客層を掘り起こせる環境には乏しく、公務員など安定した客層の動きしか見えないなかでの競争は厳しいものとなりそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・個人消費を改善させる要因が見当たらない。長期的に考えると、消費税の税率変更が大きな負担になると考えられる。
	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
企業 動向 関連	やや良くなる	金融業（融資担当）	・東日本大震災後の復興需要もあり、今後大きな落ち込みがなければ、売上は前年並みまたは緩やかながら改善の兆しがでてこよう。
		金融業（融資担当）	・消費税増税の動きや円高が長引きそうな懸念もあるが、東日本大震災からの復興の動きが本格化すると予想されるので良い方向に進むと思われる。
		税理士（所長）	・円高などの不安感はあるものの、経済が落ち着いてくれば、国内経済の底力は感じられる。国内向けの多様な需要もあり、企業の底力が上がっており、デフレや円高にも十分対応できる力がある。
		変わらない	食料品製造業（企画担当）
		化学工業（総務担当）	・今後の受注については、社内打合せ会議のなかで横ばいの予定と報告された。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・現状が3か月後、6か月後までは続くと思われ、それ以降も大きな変化は見られないであろう。
		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と変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・円高状況が継続し、デフレ脱却の兆しがない。景気回復のきっかけが乏しい状況で現状からの変化は難しい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・引き続き、販売量が増加する取引先と減少する取引先に二極化が進むと思われる。スマートフォン関係で販売を伸ばしてきた取引先も円高の影響でかなり苦戦を強いられており、一進一退の状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・国内やアジア向けはしばらく堅調に推移すると思われるが、欧州や米国向けについてはさらにコストダウンをはからないと為替の影響で厳しい状態が続く。
		繊維工業（経営者）	・中国向けは健闘しているものの、円高に加え、欧州市場の悪化も重なり、欧米向け輸出の先行きがますます不透明となっている。国内市場は横ばいである。
		繊維工業（経営者）	・1～3月は為替の影響により業績の変動が大きくなると予想され、非常に慎重になっている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・東日本大震災、またタイの洪水の影響で特需があるとの予想もあるが、当社製品のような高機能機は今後も厳しい環境が継続する。
		輸送業（配車担当）	・エコ家電などの動きも収束し家電製品の荷動きが悪くなった。今後物量が増えるとは思われない。
		不動産業（経営者）	・ここ最近、個人からの問い合わせや要望が減少しているのので、この先良くはならない。
		司法書士	・分譲マンション業者で大口の破産申立があり、建設業者や不動産業者などにその影響が出てくる。
	悪くなる	建設業（経営者）	・1月の手持ち工事は、近年では最低だった前年同月よりも上回っているが、それでも不十分である。前年は手持ち工事が無いなかで、1～2月の大雪による除雪作業が発生しそこそこの利益が出て助かったが、今季の積雪はどうなるか分からない。不謹慎ではあるが、除雪の利益を願うのは偽らざる気持ちである。
		建設業（総務担当）	・工事発注量が依然として低調な中で、期末を控えた第4四半期を迎える。受注確保のためますますし烈な受注価格競争の展開が見込まれ、厳しい情勢が続くと予想される。
	雇用 関連	良くなる	○
やや良くなる		—	—
変わらない		人材派遣会社（役員）	・業務量の落ちる1～3月は、人材の大幅な増員は見られそうもない。
		人材派遣会社（社員）	・例年、年度末に向けてシステム開発などの技術者派遣が増える時期ではあるが、携帯電話やスマートホン関連以外では人材需要がほとんどない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用につながる話が出てこない。
		職業安定所（職員）	・求職者数は減少し、求人数は増加しているものの、引き続き大幅な増員、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）	・製造業の海外移転が具体的になるなど、雇用に関する良い材料が少なく感じる。
やや悪くなる		職業安定所（職員）	・管内の輸出型製造業の事業所にアンケート調査を実施したところ、売上高への円高の影響が前回調査より大きくなっており、先行きが懸念される状況である。
悪くなる	—	—	

## 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・少しずつであるが、回復に向かいつつあるため、先行きの見通しは良い。
		百貨店（企画担当）	・食料品以外、特に衣料品の売上が伸びており、特選洋品などの高額品も好調に推移しているため、見通しは良い。
		百貨店（営業担当）	・クリスマス商戦の流れで、年明けも福袋を中心に活発な動きとなる。特に、紳士時計や婦人物雑貨が好調であることから、先行きの見通しは明るい。
		スーパー（社員）	・競合店の出店が一段落し、店頭での客の動きは順調となっている。年末から来春にかけて、客の消費意欲を高める販売促進策やイベントを実施すれば、更に良くなっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・同業者や当社の最近の動きをみる限り、受注数も比較的回復しているので、年明け以降は少し上向く。
		乗用車販売店（営業担当）	・車検時期などに合わせて乗換えを検討していた客が、エコカー補助金や年始からの初売、決算キャンペーンなどで購入する動きが増えるため、受注台数は上向く。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー減税が3、4月末で終了するため、購入を検討する客が増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（営業担当）	・エコカー補助金が閣議決定されたので、新車販売台数が増加する。
		高級レストラン（支配人）	・忘年会やクリスマスでのグループ利用が多く、販売量の増加につながっているなど、景気回復の兆しがみられるため、先行きはやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・家族や友人と過ごす時間を増やす傾向や、自粛していた宴会を徐々に増やす傾向が少し強まり、予約の動き出しが早まっている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・客との会話でも今冬のボーナスが話題となっており、長らく収入が増えていなかった客にも、回復の実感が出てきつつある。高額品の購入には至らないが、日々の小さな消費につながっているため、先行きの見通しはやや明るい。
		旅行代理店（店長）	・東日本大震災後の新たな年を迎えて、家族の絆が改めて見直され、旅行に行く人が増える。今後は前年に行けなかった地域への旅行や、これまでの自粛分を含め、様々な動きが出てくる。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・新規客がリピーターとなるほか、口コミ効果で来客数が増加する。
	変わらない	商店街（代表者）	・クリスマス明けの売上が前年並みであるため、今後急に良くなることはない。
		商店街（代表者）	・商店街や店主の発想が値下げ競争から抜け出せないうちは、状況が改善することはない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年の冬は寒くなる予報が出ており、一時的に防寒商品が売れるため、1～2か月は売上が少し良くなる。ただし、3か月先については、前年水準の維持が精一杯である。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・生活面の不安や企業業績の先行きなど安心できないことが多いため、消費者が金を使わなくなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・全体的に良い話が少ないため、今後も消費の落ち込みによる売上の悪化が続く。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・例年の大口進物需要が減少した一方、クリスマス商戦は日並びが良かったため、来客数が前年よりも80人増え、大幅に売上が伸びている。今までの落ち込みをカバーすることはできたが、接客時の感触や客単価の動きをみると、景気の悪化も実感されるため、先行きには明るい見通しが持てない。
		百貨店（売場主任）	・来客数や売上は天候要因や販売促進策によって変化するが、最近数か月はほぼ横ばいであり、今後も好転する要素はない。
		百貨店（売場主任）	・景気の先行き不安は引き続き広がっており、取引先の経営状況も改善していない。生活不安を取り除く策が打たれない限り、今の状況は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・外部要因に大きな変化がないため、現在の状況は変わらない。大阪は商業施設の新設や改装の動きが落ち着いたところであるが、人口や家計の所得が増えないなか、各店による営業努力だけでは対応しきれない。
		百貨店（企画担当）	・新年の福袋やバレンタイン商戦には期待できるが、消費税率の引上げや電力不足といった不安材料が多いため、一時的には盛り上がりつつも、全体的な底上げにはつながらない。
		百貨店（営業担当）	・高級ブランドでも勝ち組と負け組に大きく分かれつつあるが、好調なブランドはこれから更に売行きが伸びる。
		百貨店（サービス担当）	・来年の百貨店業界は、今年以上に営業面積の拡大が進む。本格的に集客力が問われる状況となるため、客を囲い込む動きが激しくなる。
		百貨店（販促担当）	・年末商戦では依然として慎重な動きが続いているため、クリアランスセールでも大きな変化は見込めない。また、昨冬はかなり冷え込む日が多く、防寒商材の動きが良かったが、今冬は厳しい状況となる。
		百貨店（婦人服）	・消費税率引上げの具体化による影響は、予測が立たない。
		スーパー（経営者）	・当店の周囲には競合店が非常に多く、毎日のようにチラシが入っている。客のなかには建築や運送関係の社員も多く、業況の悪化もあって価格には非常に敏感であるため、今後も厳しい状況となる。
		スーパー（経営者）	・消費者は依然として価格に敏感であり、一度値上げした商品も特売価格を徐々に下げている。食品のデフレ基調にも変化はないため、体力の消耗につながる価格競争が今後更に激しくなる。

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（経営者）	・増税問題や欧州の信用不安といった暗い話題が多いため、消費意欲は悪化に向かう。
		スーパー（店長）	・一部のAV関連商品は苦戦しているが、今冬は節電対策商材が順調な動きとなる。気温が例年よりも低めとなるため、食品では鍋物商材が好調となり、客単価も比較的高めとなる。
		スーパー（店長）	・円高の継続や欧州の信用不安、消費税率の引上げ問題など、消費マインドが悪化する要素は非常に多い。景気が足踏みするなか、店舗間の競争は激しさを増すため、来客数の増加や客単価の上昇は困難である。
		スーパー（店長）	・年末年始での出費の反動や、消費税率の引上げ関連の報道などで、消費の冷え込みが心配される。
		スーパー（経理担当）	・年末や正月ぐらいいはぜいたくしたいという動きの反動で、再び節約ムードが強まる。消費税率の引上げや年金制度の見直しに関する議論の活発化に伴い、消費マインドも悪化する。
		スーパー（広報担当）	・消費税率の引上げ議論などで将来不安が高まり、消費マインドに悪影響を及ぼす可能性がある一方、プラスの要素は見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・客は価格の安い商品を求めて、様々な店舗を買い回っている感がある。その結果、客1人当たりの買上点数は増えても、1品単価が下がっているため、今後も買上金額が前年をクリアできない状況が続く。
		コンビニ（店長）	・消費税や所得税の負担増に関する議論も、ここ2、3か月で売上に大きな影響は出ない。
		衣料品専門店（経営者）	・今と同じような悪い状況が続くため、中小の小売店は経営が苦しくなる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客の購買意欲が低く、低価格品しか売れないため、今後も厳しい状況となる。
		家電量販店（経営者）	・消費者が先行きに明るさを感じなければ、財布のひもは固いままである。ただし、消費者は金を持っており、本当に価値のある物には金を使うため、いかに当店が価値ある提案をできるかが問われる。何もしなければ、身の回りの景気は先行きが真っ暗である。
		家電量販店（企画担当）	・節電意識の高まりに伴う消費の自粛もあり、まだまだ先行き不安感はぬぐえない。
		乗用車販売店（販売担当）	・小型ハイブリッドカーの新車が発表されたが、全体的な販売量の押し上げ効果は薄い。
		乗用車販売店（営業担当）	・他店の価格を材料に値下げを求める客が依然として多く、それにこたえる店も多いため、今後も価格の低下傾向が進む。
		住関連専門店（店長）	・ここ数年は、増税問題などで客の様子が一変してきたため、売上に安定感が出てくるまでには時間がかかる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円高や株安が続く限り、今の厳しい状況は変わらない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高が続くなか、消費マインドが海外旅行や輸入ブランド品の購入に向かう傾向が今後も続く。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費市場では、今後もデフレ傾向が続くことに大きな変化はない。
		一般レストラン（スタッフ）	・増税問題をはじめ、先行きが不透明なため、消費についても様子見の状態が続く。
		観光型旅館（経営者）	・依然として東日本大震災前の水準までは回復しておらず、今後も良くなる見通しは立っていない。
		観光型旅館（団体役員）	・年明け以降、台風による落ち込みからの回復を期待しているが、団体客の動きが2～3か月で好転することはないため、現状とほとんど変わらない。
		都市型ホテル（支配人）	・東日本大震災の復興や北朝鮮問題の推移によって、業況がどう変化するかが予想できない。
		都市型ホテル（マネージャー）	・売上に占めるウェイトが高い宴会部門では、法人需要に大きな変化がみられず、今後も苦戦が予想される。先行きの不透明感から、個人消費にも良くなる兆しはない。
		旅行代理店（経営者）	・学生の卒業旅行の予約が少し動き始めたが、就職活動の開始が遅くなった影響は不透明である。今のところは春出発の旅行について、予約受付の動きが鈍くなってきている。
		旅行代理店（広報担当）	・東日本大震災から1年の節目となり、気持ちが自粛に向かう客と、買物をして復興に協力するという客に分かれる。それぞれが相殺し合うため、全体の状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（経理担当）	・前年と同様に、23～25日のクリスマス期間中は来場客、売上が増えた一方、そのほかの期間は非常に苦戦している。クリスマスなどのイベントに消費が集中し、それ以外の期間は減少するという傾向は、今後もしばらくは変わらない。
		観光名所（経理担当）	・テレビ番組の放送終了と共に博覧会も閉会した。継続的な来客数、売上の増加につながったが、今月は前年の数字に戻っている。今年最後の連休も雪の影響で最悪の状況となったほか、土日の悪天候で店頭での販売も芳しくないなど、先行きの見通しは良くない。
		競艇場（職員）	・特に景気が良くなるという材料は見当たらないが、悪くなる材料もない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・3月にはプロ野球の公式戦やコンサート、企業イベントが予定されているため、例年どおりの集客となる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・韓国からの団体客の回復が遅れているほか、円高の影響もあるため、海外からの観光客の動きはしばらく楽観できない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2月に無料体験キャンペーンがあるため、その結果によって生徒数に変化が出る。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要など、客の動きが変わる要素がない限り、大きな進展は望めない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築需要の喚起という意味では、今以上に政府の後押しがなければ厳しくなる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・観光客の減少もあって、これから2～3か月は最も厳しい時期となるが、今年は例年よりも更に厳しくなる兆しがある。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今月は若干良かったが、まだまだ安心できる状況ではない。客からはリストラの話が聞かれるなど、先行きの不透明感が強い。見通しは厳しい。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費の冷え込みが続いているほか、電気料金の上昇で製造や販売、消費に悪影響が出る。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・年末になっても消費の節約志向が感じられるが、年が明けると消費は一斉に冷え込むため、見通しは厳しい。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・健康ブームのほか、亡くなる年配の固定客も出てきたため、今後またこの購買は減少が進む。
		百貨店（売場主任）	・増税の方向性が出てきたことで、富裕層を除き、一般の消費者や法人需要の冷え込みが更に進む。
		スーパー（店長）	・冬の節電で関連商材を売り込んでいたが、売れ筋商品の在庫が少なく、顧客のニーズに対応できていない。石油ストーブもほとんど入荷がなく、売るべき商品の確保が非常に困難である。薄型テレビの需要も伸びていないなど、先行きの見通しは厳しくなっている。
		スーパー（企画担当）	・売上の推移に変化がないなど、前年比での悪化が止まる気配がない。冬物商材の動きも良くないため、今後も売上の前年割れは避けられない。
		スーパー（管理担当）	・消費税率の引上げが決まれば、導入前といえども悪影響が出てくる。
		スーパー（開発担当）	・賃金の増加が望めないなか、今後は消費が冷え込む。消費税率の引上げ議論も本格化するため、景気は良くならない。
		スーパー（企画）	・年明け以降も景気が回復する要素は全く見当たらない。消費を喚起するような政策も予定されていないほか、近い将来には消費税率の引上げといった不安要素もあるため、当分は厳しい状況となる。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店で競争が更に激化するため、来客数の減少のほか、特売の増加による客単価の低下も進む。
		コンビニ（店員）	・当店が面する道路の1キロ手前にコンビニが開店し、車で来店する客が少しそちらに流れているため、先行きの見通しは厳しい。
		コンビニ（広告担当）	・消費税率の引上げや社会保障制度の見直しに対する不安感もあるため、見通しは厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・何となく客の財布のひもが締めつつあるため、今後は厳しい状況となる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少ないほか、車検、一般修理の入庫台数も減りつつあるため、見通しは厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安や原子力発電所問題など、国内外に不安要素が多く、来年に向けての明るい兆しはない。消費を刺激する要素もないため、今後は更に厳しい状況となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・今月の売上は前年を下回ったほか、1、2月はイベントも落ち着き、閑散期に入るため、更に厳しい状況となる。
		観光型ホテル（経営者）	・円高やデフレが解消される見通しが立たないうえに、将来的には増税が行われるため、客の財布のひもがますます固くなることは避けられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では特に目立ったイベントもなく、先行予約の動きは悪い。宴会も、一部では新規の大きな会合を受注できているが、既存客の動きが悪い。中止が決まっている会合もあるなど、先行きの見通しは厳しい。
		タクシー運転手	・寒い時期には必要最小限の利用はみられるが、今後は節約傾向が顕著となるため、見通しは厳しい。
		通信会社（経営者）	・客との会話で、見通しの良い話が聞かれない。
		通信会社（社員）	・単価を下げた新しい加入コースを設定したため、加入数は伸びるが、全体的な売上減につながる可能性が高い。
		通信会社（企画担当）	・消費税率の引上げ問題などで、景気は悪化方向に進む。
		テーマパーク（職員）	・施設のリニューアル工事は順調に進んでいるが、来年3月には近隣に観光施設がオープンするため、集客は難しくなる。
	住宅販売会社（経営者）	・最近では新規の問い合わせが伸びていないほか、契約見込み客の土地の手配が難航している。住宅ローンの審査も下りにくいなど、前進しにくい状況であるため、見通しは厳しい。	
	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）	・金融機関の融資姿勢が厳しくなっているため、先行きの見通しは暗い。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街では今月末に3店舗の閉店が決まっているほか、空き事務所も増えているなど、商店街としての機能が低下しつつある。客の要望にこたえられなくなっているため、今後は非常に厳しくなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・年末の時期に動きがみられないため、年明けの催しにも期待できない。新年を迎えても好転する兆しは全くなく、むしろ増税などの不安が大きい分、消費者の購買意欲は鈍っていくばかりである。
		コンビニ（経営者）	・来年もコンビニの出店競争が続くほか、ミニスーパーやドラッグストアも参入してきているため、競争が更に激しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は消費税率の引上げやデフレの影響で、価格は更に低下すると考えている。また、最近では中国などのアジア諸国からの輸入品が増え、高品質の国産品はほとんど流通していないため、紳士物のシャツやニットの仕事も大変困難になっている。重衣料もこの傾向が強まっているため、先行きの見通しは厳しい。
衣料品専門店（販売担当）		・消費税率の引上げ議論が進むため、景気も悪くなる。	
一般レストラン（経営者）		・飲食店の業況は天候要因に左右されるが、最近ではマイナスの要素が多いため、先行きの見通しは暗い。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・通常の販売額が今までに比べて増えてきたほか、新規事業ももうすぐ立ち上がるため、先行きの見通しは明るい。
		化学工業（経営者）	・止まっていた大型案件の問い合わせが徐々に入り始めているなど、徐々に景気回復が進んでいるため、先行きは良くなる。
		金属製品製造業（管理担当）	・今後も再開発関連の受注が継続的に出てくるため、見通しは良い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量が増加し、来年は休業もなくなるなど、状況は良い方向に向かう。
		建設業（経営者）	・エリアにもよるが、来年は土地の動きが出てきそうな気配がある。土地価格に底値感も出ており、客による不動産の取得意欲も高いため、見通しは明るい。
		広告代理店（営業担当）	・年度末に向けて、比較的好調な業種の広告出稿は前年よりも増える。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・9～12月の広告市況は良かったため、今後もその流れが続いて好調な状況となる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後、受注量は増加に向かう。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・冬らしい気候になってきたため、安定した売上が期待できるが、一般的な景気の底上げにはつながらない。今後も現在のような状況が続き、売上が大きく伸びることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（団体職員）	・タオルの需要は、東日本大震災の影響などで微減となっているが、国産品への需要はほぼ前年並みであるため、今後も現在の状況が続く。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量には変化がみられないため、今後2～3か月は大きく変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・販売量の増加につながる商談が少ないため、今後も現在の状況が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・受注件数は必要最低限の低空飛行であり、これよりも悪くなることはない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶の生産では電気をかなり消費するため、原子力発電所の停止によるエネルギー問題が非常に悩ましい。今後しばらくは回復の期待も持てない。
		金属製品製造業（経営者）	・来年度は円高が大きく影響し、相当悪くなると予想されるが、今後2～3か月は大きく変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在の業況は悪くなく、今後も好調な状況が続く。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・為替や株価の状況次第という部分もあり、先行きは不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安による影響が出てくるほか、円高も激しさを増すため、引き続き厳しい状況となる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・公共事業ではメーカーの新品が使用され、中古品には需要が波及してこないため、東日本大震災の復興で景気が良くなることはない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内での受注が停滞気味であり、先行きの見通しは厳しい。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の復興の動きが本格化し、職人不足に陥る懸念がある。
		輸送業（営業所長）	・現状から大幅に変化することはない。
		金融業（営業担当）	・取引先の受注は増えているが、利益率が低下傾向にあるため、今後も全体としては変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・1月は読者の契約更新が多いが、事前の交渉では、新規読者を獲得しても同じぐらいの読者が更新を見送っている。他紙への変更ほか、経済的な理由で購読を止める動きも目立つため、今後も厳しい状況となる。
		広告代理店（営業担当）	・事業の利益率が改善しない限り、厳しい状況は変わらない。
		司法書士	・案件自体が少ないなど、来年も良くなる要素がない。
		経営コンサルタント	・顧客企業の百貨店をみると、売場の人員削減や、会員向けの値引き販売、営業時間の短縮など、すべての手を打ち尽くした感があり、良くなる材料が見当たらない。
		コピーサービス業（店長）	・依然として先行きは不透明であり、年明け後も厳しい状況が続く。これからは学生の利用が増加する時期となるが、少子化の影響で利用が年々少なくなっている。
		やや悪くなる	繊維工業（総務担当）
繊維工業（総務担当）	・将来に対する不安感から、消費者の購買意欲は低下する一方であるため、靴下のような低額商品ですら、バーゲンでしか買わないような動きが強まる。		
金属製品製造業（営業担当）	・取引先からは、世界景気の減速で受注が減るといった声が聞かれる。		
電気機械器具製造業（経営者）	・国内の空洞化が進んでいるほか、好調な海外取引も円高による悪影響を受けているなど、先行きの見通しは厳しい。		
輸送業（営業担当）	・年末で食品の輸入関係の荷物が多かったが、製造業関連は悪くなっている。年明けはもっと悪くなる見通しであるなど、先行きは厳しい。		
輸送業（営業担当）	・学習機の売れる時期が年々早まっているほか、少子化の影響もあり、2、3か月先は例年よりも厳しくなる。		
経営コンサルタント	・顧客企業の現状や全体的な経済情勢から判断して、状況が好転することはない。		
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・経済状況の悪化などで得意先からの値引き要請が増え、利益が出にくくなっているため、先行きの見通しは暗い。		
悪くなる	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円高の影響で、今後も輸出の不振が続くため、業況の悪化が進む。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・電気・ガス関連や介護関連の求人が出てきているほか、正社員の求人も増えているため、先行きは良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇労働市場は、人手不足による賃金の上昇で、これまで建設業を敬遠していた生活保護の受給者や若年層の就労が進むため、やや上向いていく。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人案件が増加傾向にあるため、先行きはやや良くなる。
	変わらない	求人情報誌製作会社（企画担当）	・1～3月は年間で最も求人数が伸びる時期であるが、現状の伸び率から考えると、他地域よりも改善が進む要素は見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・引き続き良くなる要因はないが、大阪府・市の統合に向けた動きは企業の関心事であり、今後の動向次第で求人市場にも影響が出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・1～3月の動きは全く予想が立たないが、消費税率引上げの素案がまとまれば、消費マインドは悪化するため、雇用情勢にも影響が出てくる。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は米国の大型金融機関が破たんした直後の水準まで回復しているが、有効求職者数はいまだに高止まりの状態であるため、全体的な状況は大きく変わらない。
		職業安定所（職員）	・産業によって求人の動きに差はあるが、求人数全体は増えているほか、求職者は減少傾向にあるなど、雇用情勢は回復が進んでいる。ただし、急激な円高の進行などで、企業の雇用意欲が低下し、求人票の提出をためらう傾向も出始めている。また、管内の大手電機メーカーでは大規模な雇用調整が計画されているなど、今後は雇用情勢にも悪影響が出てくる。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・東日本大震災の復興による景気の底上げが期待されるが、大阪は動きが少し遅れる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・今までは求人が前年比で増え続けてきたが、企業の採用意欲が変化し始めている。まだ数字には表れていないが、先行きは不透明である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・訪問先の企業からも、先行きが不透明なため採用枠も未定といった声が多いなど、上向く見通しはない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・百貨店の撤退や電気機器工場の閉鎖、船舶関連の事業縮小の動きがあるなど、今後は雇用情勢がやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・円高やタイの洪水で生産減となっている事業所は、休業などの雇用調整を行っている。今後も円高が続く状況では、景気の回復は難しい。
	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）	・新商品の投入、エコカー減税の延長、エコカー補助金の復活が濃厚となり、市場が追い風になる見込みである。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金が復活する見通しで、景気が良くなる。
	やや良くなる	コンビニ（エリア担当）	・ディスカウント業界をはじめとして、今後当地域に出店があるため地域全体での販売量は伸びるが、既存のコンビニエンスストアや量販店は厳しくなるので、売上は一時的に上昇した後に横ばいになる。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金が復活する見通しで、良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・今まで購入を控えていた客が動き出しているため、今後は良くなる。
		乗用車販売店（店長）	・減税の延長とエコカー補助金復活の話題は非常に大きく、間違いなく景気は良くなる。
		乗用車販売店（副店長）	・エコカー補助金が復活する見通しで、追い風となる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・地元が舞台となる大河ドラマの影響が出て良くなる。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・気温の低下が遅れた影響によりセールの需要が長期化する。
		一般レストラン（経営者）	・現在これ以上ないほどに景気が悪いので、今後少しは回復する。
		一般レストラン（経営者）	・今冬の賞与額目減り部分は年末年始の消費で調整し、新年度を迎えるころには地域的不安定感も収まり、雪解けとともに消費意欲や消費機会が増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		テーマパーク（業務担当）	・冬季閑散期であるが、関心の高い花に関する展示や利用者が増加している貸自転車冬季料金サービスを展開して来園者数を確保する。
		テーマパーク（広報担当）	・3月に実施するイベントの団体ツアーが多数企画されており、団体客が増加する。
		設計事務所（経営者）	・住宅エコポイントの再開と消費税増税論議が出てきたことで、住宅工事の前倒し着工が起きる。
		住宅販売会社（経理担当）	・短期的には住宅エコポイントや住宅ローン減税、贈与の特例などの景気対策により景気が持ち直す。
		商店街（代表者）	・客は必要以上に買物をしない傾向が強まっており、購入量を最低限に調整している様子がうかがえるため、今後も厳しい状況が続く。
		商店街（理事）	・卒入学の時期なので売上は伸びるものの、景気が良くなる状況にはならない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・地域の高齢者人口の減少により、小規模小売店は厳しい状況であるが、正月用品の販売等は例年と変わらない感触である。新年も低調ながら現状維持で今よりは悪くならない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元の客は財布のひもが固く、今後もこの傾向が続く。
		百貨店（営業担当）	・寒くなりすぎるとミセスゾーンを中心に来客数が減るが、冬らしい気候が続いているのでクリアランスセールは好調に推移する。
		百貨店（営業担当）	・今後2～3か月はアウトレットモールのオープンが大きく影響するので、客足が一巡するまでの期間は耐えるしかない。アパレル以外の雑貨、サービス系への影響はあまりないのが救いである。
		百貨店（販売促進担当）	・今後も節約、低価格志向は継続する。冬のセールや正月福袋商戦もスタートするが、以前のようなプラス購買は期待できず、大きく景気が回復する気配はない。
		百貨店（売場担当）	・1月からのクリアランスセールは商材が充実しており、震災復興需要も見込めることから、全般的に前年並みで推移する。
		百貨店（購買担当）	・クリアランスセール商品と来春を見越した衣料品の梅春物が出てくるが、アパレル業界も厳しく梅春物で出す商品が減っている。ぎりぎりのタイミングでものづくりが行われているため、ほとんどがセール商品の投入に切り替わっており、3か月後のことは不透明である。
		百貨店（電算担当）	・12月上旬は売上が好調であったが、中旬になると減少している。収入の格差が広がっていることから、客は必要なものだけを購入する一方、催事によっては高額な美術品が好調であり、全体的な景気に変化はない。
		百貨店（営業企画担当）	・景気のテコ入れ策が具体的に出ないと、自助努力での改善は困難な状況である。
		スーパー（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料もないので変化はない。
		スーパー（店長）	・商用月である12月に期待をしていたが、販売点数、来客数ともに3か月前とほぼ同じであることから、今後も同じような状況が続く。
		スーパー（店長）	・商圏人口が増加する見通しもなく、気候に左右されてヒット商品もないなど、今のところ売上が上向く要素はない。
		スーパー（店長）	・景気向上の要素はないが、今後省エネやエコに関する商品に限っては売れる。
		スーパー（総務担当）	・催事の際でも客は必要なものだけを購入しており、必需品の動向も落ち着いているため、今後も変化はない。
		スーパー（管理担当）	・11月までの3か月間は来客数、客単価ともほぼ前年並みで、12月も上がり下がりせずの状態である。来春にはディスカウント店出店の情報もあり、販売価格低下の状況も否めないものの、当面変化はない。
スーパー（営業システム担当）	・クリスマスは天候に左右された結果となったが、全体的に前年よりも良い結果が出た。催事に関しては買い渋りがあまりみられないことから、使うときは使うが締めるときは締めるという状態がしばらく続く。		
コンビニ（エリア担当）	・季節商材の動きは昨年並みであり、大きな増減はない。来客数や商品の動向からしばらくは現在の状況が続く。		
コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数が回復する要因が見当たらない。		
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。現政権の経済政策にも期待が持てない。		

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（経営者）	・景気は少し回復しているものの、消費税増税のニュースが流れると今後の売行きに不安がよぎる。	
		衣料品専門店（販売担当）	・3か月後も来客数や売上に変化はない見込みである。	
		家電量販店（店長）	・シングル需要が見込まれるものの、1人暮らしをする客が減少しているため期待できず、その他に好転する要素が見当たらない。	
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金導入の見通しで買い控えの動きがあるもので、施行までは苦しい状態が続く。	
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・現状では商いが成り立つ状況でないうえに、3か月後も景気は浮上する見込みがない。	
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・増税など厳しい材料しかなく、現状のまま推移していく。	
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況を見るとまだ景気の見通しは不透明である。	
		一般レストラン（店長）	・新年の宴会は厳しい状況にあり、その後も引き続き客単価が上昇しない。	
		スナック（経営者）	・景気対策を早急にしない限り景気が悪いままである。	
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・景気が良くなる様子がなく、厳しい状況が今後数か月は続く。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・大河ドラマの効果が出てくる可能性がある。	
		観光型ホテル（支配人）	・現時点の入込は前年比でマイナスだが、宿泊部門が比較的好調で、大河ドラマの放映もプラス材料になる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年会の予約も芳しくなく、昨年と比べて減っているため、今後も厳しい状況が続く。	
		都市型ホテル（総支配人）	・来客数は前年を上回るが、宴会については景気を反映してか少人数化、低単価化の傾向にあり、販売額としては大きく伸びない状況が続く。	
		タクシー運転手	・客の様子からは人の動きが良くなる状態ではない。	
		通信会社（社員）	・客の問い合わせや申込みに変動がないため、今後も状況は変わらない。	
		通信会社（営業担当）	・客の様子に良くなる材料が見当たらないため、今後も状況は変わらない。	
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送全面移行後の低位安定状態から抜け出せるきっかけが見当たらない。	
		通信会社（総務担当）	・年末にもかかわらずいつもと差異がなく、今後の需要に好況が望めない。	
		テーマパーク（管理担当）	・来客数が変動する要因がなく、今後も変わらない。	
		競艇場（職員）	・12月のレースの売上が他の月より良く、2月初旬から始まるレースでも同様の収益が見込める。	
		美容室（経営者）	・美容業界は全国的に不景気になっているため、様々な方法で集客を試みるもあまり大きな効果はない。今後は常連客からの紹介や話題になるような地道な活動をして、少しずつ来客数を増やすしかない。	
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・サービス利用者の景況感が変化した様子はなく、何か特別なきっかけがない限り今後2～3か月で景気が変わることはない。	
		設計事務所（経営者）	・住宅エコポイントの復活などがあったが、それらのメリットが年度初めの半分ほどに減っているため、特別なけん引材料になっていない。	
		住宅販売会社（販売担当）	・住宅の販売価額は消費税率にかなり影響を受けるため、客が消費税率の動向を見極める期間は住宅購入も模様眺めの状況となる。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・経済が先行き不透明なので、景気が良くなる要素がない。
			商店街（代表者）	・1年で最も盛り上がる12月でこの程度なら、今後に期待はできない。
商店街（代表者）	・来街者の数は減っていないが、購買意欲がなく、本当に必要なものしか買わない傾向が顕著である。			
商店街（代表者）	・消費税増税等の政府案が通れば景気が低迷し、売上を確保することが今以上に困難となる。			
百貨店（売場担当）	・近隣地域で大型企業の撤退や工場の生産規模縮小が発表されて地域の雇用情勢が悪化しており、今後の消費動向に及ぼす影響が大きい。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・オープンしたショッピングモールは県内初の商業施設ということもあり、これからの数か月間は当店への来客数は厳しいものになる。
		スーパー（業務開発担当）	・域内の大手家電メーカーの事業所閉鎖により退職者が出たり協力工場の存続まで懸念されるため、最初に節約される食料品は影響を受ける。
		スーパー（販売担当）	・価格を抑えて中身を減らす傾向が強いが、客は減った分を買い足すことはしないので、必要とされる量も減っており、消費は伸びない。
		コンビニ（エリア担当）	・店舗正面道路拡幅工事の影響で駐車場の利用が制限され売上が減少する。
		家電量販店（店長）	・テレビの販売ウエイトが低下しているうえに消費税増税の流れがあり、ユーザーの節約志向も強くなっているため、販売店にとってはサバイバル時代であり、今後は厳しい状況に陥る。
		家電量販店（店長）	・エコポイント需要の反動とアナログ停波の需要をカバーする商品がなく、特にテレビの単価下落の影響は大きく、来年も厳しい状況が続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税問題、円高、欧州の信用不安など良くなる要素がなく、消費マインドを冷えさせるには十分である。
		住関連専門店（営業担当）	・3か月後も客の購入単価の低下が続く。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・観光はオフシーズンということもあるが、団体客も減少しており、今後も景気は良くならない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・増税に対する不安が募り貯蓄に回るので、客単価が低下する。
		タクシー運転手	・サラリーマンの給料やボーナスが減り、高齢者の年金も若干減る見込みであるため景気はやや悪化する。
		通信会社（通信事業担当）	・大手による無線を使った新サービスの開始などの外部要因に伴い、しばらくは厳しい状態となる。
		設計事務所（経営者）	・年をまたいで受注中の物件が消化され、新たな受注もないことから今後の仕事量は減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・客が景気に対する不安を口にしている状況である。
悪くなる		スーパー（店長）	・来春の競合店オープンで近隣店舗の販売促進が激化するため、自社競合も含めて熾烈な集客合戦となる。
		スーパー（販売担当）	・本店が入居している商業施設が閉館するので、今後の地域の振興、商圏の集客に影を落とす。
		スーパー（財務担当）	・ディスカウント店の新規出店による価格競争と、正月以降の消費者の節約により、来客数や客単価が減少する。
		タクシー運転手	・景気が良くなる要因がないため、今後更に悪化する。
		ゴルフ場（営業担当）	・2～3月の来客数は天候に左右されて減少し、例年と比べても予約数は変わらず悪い状況となる。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・年度末までは忙しい状況が続く。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・3月に価格改定を行うので、それが売上に響くという不安要素があるものの、売上目標を高めに設定しており、それだけの注文が1月に入ってきてきそうである。
変わらない		輸送業（支店長）	・受注量が増加していることから、今後は良くなっていく。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・エコカー向け素材は好調だが、電子機器向け素材はやや低迷しており、全体としての動きがみえない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内市場の冷え込みと海外向けに対する円相場悪化の影響が長期化し、自社製品の売上は厳しい状況が当面続く見通しである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・グループ会社全体が事業再編の途上にあるため、まだ変化はない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・政府の具体的な円高対策効果が現れてこないため、先行き不透明感は否めない。
		建設業（総務担当）	・得意先の改築等の計画が一段落する一方、予測が立つ大口工事の計画が乏しく先がみえない。
		輸送業（業務担当）	・景気が良くなる材料が見当たらない。また来期の予算作成時期に来ているが、予想が厳しく現状維持が精一杯であるため、将来の見通しも変わらない。
		通信業（営業企画担当）	・客の事業コスト削減につながる提案案件が増加しており、新規投資に関する提案件数が減少している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業担当）	・当地での国体も終了したため、スポット的な売上を期待できる新たなイベントがない。地元中小企業経営者は低い単価での取引を求められており、当地の景気を支える中小企業の業績回復にはほど遠い状況にある。その一方で船舶・漁具メーカー等の業種では、第3次補正予算成立以降震災特需に関する動きがみられ、一部の業種では業況回復に明るい兆しがある。ただ新たな設備投資を行う企業はなく、3か月後も景気は横ばいであり、改善が見込める状況にはない。
		広告代理店（営業担当）	・今後も広告販売量にはさほど伸びがないため、状況にあまり変化はない。
		コピーサービス業（管理担当）	・1～2月は年間を通して受注量が少ない時期であるが、円高、消費税増税議論、欧州の信用不安等により内需はますます冷え込み、受注量は減少する。
	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・取引先から受注量の減量見直しの提示が散見され、生産量の減量調整を余儀なくされている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け工事案件と各地のごみ焼却炉の生産が一段落すれば生産量が減少する。
		鉄鋼業（総務担当）	・客の生産動向が悪化しており、主力顧客である自動車メーカーの生産台数計画が毎月、前月比で下方修正が入っている。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの発注内示が大きく減ってきている。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・相変わらず円高や国内の消費の低迷がある一方で、消費財の値下がりがなく、コストの値下げ、公共料金の値上げなど全く良い材料が見当たらない。
		建設業（経営者）	・年度末に向かうなかで公共工事の新たな発注も見込めず、民間の景気も悪化する。地元大手工場の爆発事故復旧工事も中央のプラント関係企業には発注が行くが、地元企業にはその期待が持てない。また隣接市での企業撤退で春以降数百人規模の失業が発生し、消費マインドは最悪になる見通しであり、全般的に当地域の景気は更に落ち込む。
		輸送業（総務担当）	・市内の大手製造メーカーの経営統合に伴い、これまで行っていた業務量が減っている。またそれに関連する企業も大きな影響を受けており、この状況はこの先もしばらく続く。
金融業（自動車担当）	・円高定着の状況は当面変わらず輸出の低迷が続き、生産水準は下方修正を余儀なくされる。		
悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・節約傾向が薄れる気配がなく、商品価格は下がる一方で、更に原料高が続いていく。	
	金属製品製造業（総務担当）	・鉄鋼原材料価格は上昇傾向にあるものの、大幅なものにはならない。しかしフル生産で対応していた受注量が1月には90%、2月には75%に減少する見込みである。生産にはOB等に協力してもらっていたが、先々の見通しを踏まえて雇用の再検討をしなければならない状況である。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが更に悪化する。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・海外との価格競争に太刀打ちできていないので、価格改善ができないなら国内から海外発注に取って変わる可能性が大いにある。	
雇用関連	良くなる	職業安定所（職員）	・円高の影響で輸出関係の製造業は引き続き求人意欲が低いが、年度末を控え工事量の増加が見込まれる建設業、慢性的な人手不足の医療・介護関係、通販のテレホンサービスが見込まれるサービス業、年末年始の販売商戦がある販売業などで求人意欲が高くなる。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・タイの洪水による影響に見通しが立ってきたなかで、新卒採用では団塊の世代の退職補充ニーズ、中途採用では継続する震災復興ニーズの影響で、採用は増加傾向で推移する。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・政治状況も不安定ななか、求人数、求職数とも例年通りの水準で推移しており、3か月先も政治状況に関係なく同様に推移する。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年、年度末に見られる自動車関連企業からの派遣依頼は見込みが薄い一方で、流通小売業など内需型産業からの依頼件数は増えてきているが、求人総数は横ばいで推移する。
		人材派遣会社（支社長）	・今後2～3か月先に正社員の転職希望者数が増加するマーケット要素が見当たらない。
求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用スケジュールが多少不透明となる面が出てくることは否めないが、各社とも採用意欲は維持しているため、例年通りの採用予算を取って採用活動を行っていく予定である。		

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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・10月の県内の景気動向指数は前月より低下し、全国順位は25位に後退した。上昇したのは建設、小売、サービスの3業種で、不動産、製造、卸売、運輸の4業種は悪化している。円高などの影響で景況感は停滞気味で、先行きを厳しく見通す企業が多い。
		職業安定所(職員)	・11月に管内の大手石油会社の事業所が石油精製からの撤退を発表したり、隣接地域では工場の閉鎖により500人以上の解雇者が出る事が発表されたりと不安定要因が増えている。現在その影響は出ていないが、先々の見通しが立たない状況である。
		学校〔短期大学〕(学生支援担当)	・特に大きく変わる要因が見当たらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社(営業担当)	・全業種で求人が停滞しているなか、県内で大規模な企業撤退や解雇の計画が出ており、現状に追い討ちをかける状況のため、各企業の見通しは更に不透明となるとの声が多い。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・県内の従業員500人規模の大規模工場で、来年5月以降工場閉鎖や事業停止を公表している事業所が3社あり、年明けからはこの動きがさまざまな局面に影響を与えるため、景気の足を引っ張るのではないかと危惧されている。
		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ほか、円高の影響が色濃く、多くの企業で求人意欲が冷え込んでいる。
	悪くなる	—	—

#### 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)	・3月が決算期であることに加え、補助金の話も出ているので、景気は良くなる予想する。	
	やや良くなる	商店街(代表者)	・商店街内の空き店舗で開店の準備が進んでいる店が何軒ある。暖かくなるにつれて、消費マインドも上昇するのではないかと予想する。	
		百貨店(営業担当)	・東日本大震災から1年経つことから、企業活動に期待ができる。	
		衣料品専門店(副店長)	・客の購買意欲と店頭商品のタイミングがうまく合えば、今より良くなる予想する。	
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金が12月20日登録分より適用される見込みであることから、新車の販売台数が今後伸びると予想する。	
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー減税の延長とエコカー補助金が復活することから、販売が伸びることを期待する。	
		乗用車販売店(営業担当)	・エコカー補助金が確定したので良くなるはずである。	
		乗用車販売店(役員)	・3か月後は減税等の効果も出て、市場が盛り上がり予想する。	
		通信会社(支店長)	・新商品の販売やサービスを拡大する。	
		美容室(経営者)	・卒業シーズンなので来客数が増えると期待する。	
		設計事務所(職員)	・公共事業の業務量が増加したため、今年度末から来年度当初にかけて、売上が増加するものと見込まれる。	
		住宅販売会社(従業員)	・消費税増税などで、今のうちに家を建てようとする人が増えてくると予想される。	
		変わらない	一般小売店〔酒〕(販売担当)	・年末のかき入れ時期も忘年会の数が減少したせいか売上が伸びなかった。街の反応、消費者の反応も悪い。
			百貨店(営業担当)	・売上高は、リビングの催事が不調だったことから、前年割れとなった。歳暮商戦も前年をやや下回り、食品も苦戦した。
スーパー(店長)	・日常生活は節約し、ハレの日に大きく消費する傾向が継続すると思われる。			
スーパー(店長)	・景気に特に期待できるような要素が見当たらず、この状況は変わらないと予想。			
スーパー(企画担当)	・2011年と同様に、小型店舗の状況に回復が見込めそうにない。その分を大型店でカバーしきれず、状況は好転しそうにない。			
スーパー(財務担当)	・気候変動が大きければ売上に影響するが、現状維持であれば小さい。			

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（企画・営業担当）	・東日本大震災から約1年経ち、平常を取り戻しつつあるが、社会全体の閉塞感や将来への不安などから消費行動が好転するとは考えにくい。		
		スーパー（統括担当）	・このところ客単価は変化がなく、今後も続く予想される。		
		コンビニ（総務）	・消費喚起するような大きな景気対策がない限り、特に地方の景気は回復できない。		
		家電量販店（店長）	・新生活関連需要も昨年度とは変わらない需要予測となっているが、昨年の家電エコポイント制度終了に伴う駆け込み需要の反動減も予想されることから現状と変わらない。		
		家電量販店（店員）	・新生活準備で例年販売が増える時期なので、今期と同程度で推移すると予想する。		
		家電量販店（営業担当）	・来客数が減少していることに加え、客単価が下がっている。来客数が多少回復しても、売上増には結び付かない。		
		観光型旅館（経営者）	・予約状況は昨年と比べて、国内旅行はそれ程増えておらず、また、外国人の日本への入込も減っていることから、今の状態がしばらく続く予想する。		
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況をみると、決して楽観視は出来ないが、財布のひもがやや緩み、個人消費が上向きつつある。レストラン利用、もしくは宴会利用などといったものが伸びてくるのではないかと予想し、景気は今より悪くはないと推測する。		
		通信会社（営業担当）	・例年同様、新入学、新生活の顧客獲得に知恵を振り絞り、いろいろな施策を展開する予定である。携帯市場が飽和状態の中、スマートフォンを中心にキャリア変更が更に進む可能性があり、これらに連動して販売数が伸びることを期待する。		
		観光名所（職員）	・来場者数が落ちてきている。		
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況的には、週末は埋まっており良いが、全体的に考えると、変化がないような感じである。		
		設計事務所（所長）	・公共事業以外に新築の建物があまり建っていない。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・最近オープンした四国最大の大型店の集客力や他地域に対するマイナスの波及はまだほとんど表れていない。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・年末でも高額商品があまり動かなかったので、年明けも期待できない。				
一般小売店〔乾物〕（店員）	・大型店の影響で、お正月以降は、非常に厳しくなると思う。				
衣料品専門店（経営者）	・県下最大のショッピングセンターができ、特に婦人用品に関して強烈な打撃を受けている。紳士用品は、平日はある程度戻ってきているが、土日や祝日については、3か月から半年くらいは、落ち込むのではないかと予想している。				
衣料品専門店（総務担当）	・気温の低下が進み、重衣料の動きが良くなっている為、セール売上の伸びを期待しているが、ここ数年初売りの効果が徐々に小さくなってきている。景気が良くなる気配がない現状からは大きく改善する見込みは薄いと考えている。				
住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びていない。				
その他専門店〔酒〕（経営者）	・今は1年で一番よく売れている。しかし2～3か月先は、だんだんと売れなくなって、かなり悪くなるのが予想される。				
旅行代理店（支店長）	・円高による企業の景気減退やタイの洪水による影響等で旅行需要に悪い影響が及ぶ心配がある。				
通信会社（企画）	・地上デジタル放送移行に伴う需要も一巡し、回復する要因が無い。ここ数か月は減退傾向が続くことが予想される。				
競艇場（職員）	・正月レースがあることから一時的に売上増となるが、12月は好調だったとはいえ前年比6%減であること、また本場開催のビッグレース単体で前年比38%減、場外発売のビッグレース単体では前年比10%減に終わったことから、今後の見通しは依然厳しい状態が続くのではないかと考えている。				
美容室（経営者）	・景気回復の兆しが全く見えてこない。				
悪くなる				衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が検討されているため悪くなる。
				タクシー運転手	・1年を通して売上は、12月が一番良いから、2～3か月先は悪い。昨年を振り返ってみると、自転車や、路面電車など公共交通機関を利用する人が多い。以前のようにタクシー、ハイヤーは使用していない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・例年、1月と2月は12月より悪い。1月は正月休みがあり、2月は稼働日数が少ない。どこまで悪いのを抑えられるかだが、年末の状況をみていると期待できない。3月に入ると四国八十八箇所巡りの遍路客が入ってくるので、多少上向くと思う。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	木材木製品製造業（経営者）	・良くなる要素も無く、悪くなる要素も無い。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・第4四半期の販売は回復すると見込んでいたが、依然として低調である。欧州需要の悪化を始めとして、米国も振るわず、海外市場の販売量が伸びない。さらなる円高が予想され、価格にも影響が出ており、厳しい状況が続いている。
		建設業（経営者）	・東日本大震災関連の工事があるかもしれないが、あまり期待できない。
		輸送業（経営者）	・消費税、年金など未確定部分が早期決着すれば、良くなると思う。
		通信業（部長）	・スマートフォン秋冬モデルも発売され新規需要の開拓を進めているが、法人企業の反応は従前と変わらない。
		不動産業（経営者）	・住宅地、居住用の建物等は、動きが止まっている。収益用物件や事業用物件に関してオファーが増えてきているものの、先行きは不透明。
		広告代理店（経営者）	・同業他社の倒産等による新規得意先からの販促受注や、全国ネットの得意先の受注増加は見込めるが、地方の景況感はい依然として厳しく、多くの地元得意先は広告費の削減が続くであろう。
		やや悪くなる	食料品製造業（商品統括）
	繊維工業（経営者）	・小売店の店頭売上が減少している。	
	鉄鋼業（総務部長）	・受注に先が見えていない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・7月1日に施行される再生可能エネルギー特別措置法が関係しているだろうが、産業用の太陽光発電設備は停滞している。	
	建設業（総務担当）	・来期計画を立案中であるが、受注量はほぼ前年並みに確保できるものの、収益のめどがつかず、赤字になる見込みである。	
輸送業（営業）	・景気低迷による消費の伸び悩みが物流に顕著に現れており、年明け後も国内景気の不透明さは払拭できず、減速懸念が強まる一方である。来年度以降に期待される東日本大震災の復興需要とそれに伴う政策による景気押し上げを期待するが、西日本ではその恩恵が小さいと思われる。		
金融業（融資担当）	・円高や石油価格の高止まり等から、消費が低迷している。県内建設業者に国税局の調査が入ったことも建設業界の冷え込みに拍車をかけることになるかと判断する。		
公認会計士	・今年は土地の価格が下落するのではないかと、いわゆる信用収縮の問題と、金融円滑化法の期限が3月末なので、銀行への返済が始まることから、将来に不安を感じているという話を聞く。景気は若干、悪化すると予想している。		
悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新商品の認知度がアップしたが、季節要因では、かなり落ち込むと思うので、悪くなると予想する。	
	輸送業（支店長）	・燃料単価高騰によるコスト増に対して、荷主のコストダウン要請が更に激化している。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・今年度の営業戦略による人員確保によって求人数は増加すると考えるが、求職者とのマッチングが困難である現状も留意しておきたい。ミスマッチを起こさない手順を整えば、労働人口が改善されると考える。
		人材派遣会社（営業部長）	・派遣法改正案から登録型派遣や製造業派遣の禁止が除外されたことで、派遣に対するネガティブマインドが緩和されることを期待している。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けての需要を期待したい。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・卒業、入学シーズンを前に求人数の増加が見込める。
職業安定所（職員）	・新規求職者数は減少を続けているが、就職者数に変動が無く、無就業者である有効求職者数は減り続けている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・好調に転じたと思われるカーディナーにしても、費用対効果には厳しく広告出稿は慎重になっている。
		職業安定所(職員)	・年末及び新規開店の店からの求人が落ち着いている。今後の経済情勢次第で変動する。
		学校〔大学〕(就職担当)	・年末年始は企業に採用活動の動きはない。次年度向けの求人は12月の解禁以降増えてきているが、2か月遅れてのため、例年に比べるとまだまだの感がある。
やや悪くなる	求人情報誌(営業)	・引き続き先行き不透明感があり、特に製造業の多い当県では、各業種とも工場の稼働状況が低いまま、求人状況の改善もみられず、景気は少し悪くなると思われる。	
	民間職業紹介機関(所長)	・今冬の賞与は減額、又は出ないという企業も多く、来年に向けても高揚感が感じられない。ただし、業種間格差があり、まだまだ人手不足であるという企業も数には少ないが見受けられる。	
	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	乗用車販売店(総務担当)	・年末にメーカーがエコ性能の大変良い新型車を投入している。さらに国のエコカー減税の延長とエコカー補助金の再導入の見通しにより、新車の買換え需要が高まる。			
		やや良くなる	商店街(代表者)	・震災復興関連の需要が増加し、景気はやや良化する。		
			一般小売店〔精肉〕(店員)	・年明けは寒気が続き、鍋物需要が好調を維持しそうである。		
			一般小売店〔生花〕(経営者)	・1、2月は売上が落ちるが、3月は卒入学式等で花の需要が高まる。ただし客の様子をみる限り、仕入れは慎重に行わなければならない。		
			百貨店(営業担当)	・客の動向をみる限り、来客数、買上数量が前年を上回る。		
			百貨店(売場担当)	・7月の競合店閉店以降の前年比は最低でも103%、平均でも107%前後となっており、一巡するまでやや良い状況が続く。前年は競合店の閉店セールや東日本大震災による買い控えが若干あったため、今後は上向く。ただし、来客数については天候次第ではあるが、現状維持が難しい状況であり、物流の確保が今後を大きく左右する。		
			スーパー(店長)	・競合店のスーパーが閉店するため、その影響で売上が前年比12%程度増加している。特に生鮮食品の売上が前年比2けた増と好調に推移しており、1、2月もこのまま推移する。		
			家電量販店(総務担当)	・一時的に遠のいていた客足が、年末商戦や初商でかなり回復しており、今後も良くなる。		
			乗用車販売店(従業員)	・エコカー減税に加えてエコカー補助金も再開の見通しで、客の来店が増え、ショールームもにぎわう。		
			乗用車販売店(販売担当)	・前年を上回る月があったり、前年を下回る月があったり、好不調の波が続いている。景気が完全に上向いているわけではないが、この1～3月は自動車業界においては1年を通して最大需要期であり、例年通りやや良くなる。		
			高級レストラン(専務)	・九州新幹線の全線開業効果が今年いっぱいには続き、九州の景気は良くなる。		
			タクシー運転手	・イベント等が開催され人の動きが良くなり、景気は良くなる。		
			ゴルフ場(従業員)	・年明けの来客数は顕著に良い状況となる。ただし単価が若干落ちており、余計な物は買わないような姿勢が目立っている。イベント等で購買意欲を高めるような販売促進を行っている。またこの1年、海外客がここ4、5年で最低の年であったことが不安材料である。		
			変わらない		商店街(代表者)	・2～3か月先は良くなることが見込めない。卒業、入学等の社会行事があり、普段の買物については、買い控え傾向となる。一般消費者の財布のひもは固くなる。
					商店街(代表者)	・先行きが不透明でなんとも判断しかねる。消費税増税の問題も景気に影響する。
商店街(代表者)	・景気の悪い状態が続いており、これ以上悪くはならない。					
		一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・現状を維持したいが、気候により左右される。冬場に多く販売したいが、客の節約ムードがあり、あまり期待できない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・先月と同様、客の購買意欲を刺激するような何かが起こらない限り、売上が劇的に向上することはない。12月の客の様子をみると、気温が下がればクリアランスの売上は前年を上回ることができる。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮、年賀の持帰り需要は好調である。ギフト受注ではギフトセンターでの受注に比べ通信販売、ゆうパック等の店頭外での受注が好調であったが、1人当たりの平均購入単価、1品単価はやや減少しており、積極的な買物姿勢はみられない。
		百貨店（営業政策担当）	・引き続き海外では欧州の信用不安等不安要素はあるが、現在、足元の消費は底堅く、今後も堅調に推移する。
		百貨店（業務担当）	・消費税増税の話について、客は不安に感じている。景気的不安定さを客は持ち続けており、短期間で景気が回復することは期待できない。
		百貨店（企画）	・大きな流れとしては変わらないが、消費税率引上げに関する法案の動向次第で、消費マインドに影響が出る。万一、引上げが決定した場合は、消費マインドの冷え込みが起り、売上は低下する。
		スーパー（経営者）	・国の施策も先行きが不安定で、景気の先行きは不透明である。
		スーパー（店長）	・社会行事や地元催事関連商品については販売促進をしかけると、伸びる要素が依然ある。ただし、通常商品は単価の下落が更に進み、全体的には現状とあまり変わらない。
		スーパー（店長）	・個人消費が上向くような明るい材料がなかなか見当たらない。さらに競合店の出店計画があり、今後厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・年が明けると例年節約志向が強まるが、来年は一段と節約志向が強まる。寒波を期待してそれに合わせた販売促進を強化することしか対策がない。また、年明けの消費税増税や年金問題等、消費マインドが上がらない材料が多い。
		スーパー（店長）	・競合店が1店舗閉店し、来客数の伸びに2%ほど影響している。単価が上昇し、売上が増加しており、今後も同じような状況で進む。
		スーパー（総務担当）	・今月に限っては、全体的に前年の売上を上回ったものの、気温の低下や販売促進策の要因も多大であるため、今後も継続するとは考えづらい。
		スーパー（経理担当）	・東日本大震災後1年間の景気の動向は予想がつかない。また、政策について消費税の増税や年金等不安要素があり、消費動向は見通し難い。
		スーパー（売場担当）	・良くなる要素はないが、なんとか売上を維持している。今後もこの状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・いろいろ販売促進等行っているが、動きは非常に鈍い状態である。今の状況をみる限り、これが好転するとは全く思えない。
		衣料品専門店（店長）	・来年3月までは商店街の工事が継続されるため、来客数の増加は期待できない。
		衣料品専門店（店員）	・元旦に初売りをする百貨店が近郊にあり、売上の見通しは厳しい。しかし、1月は寒いという予報が出ているため、衣料品の売上は前年並みとなる。
		衣料品専門店（チーフ）	・年末年始のセールで客単価が伸びている。ただし3か月先、大きく変わるような様子はみられない。
		衣料品専門店（取締役）	・消費税の増税問題等、先行き不安がある。現在もボーナスカット等景気の悪い話があるため、厳しい状況となっている。今の状態が当たり前になることを認識して、そこから企業存続のための努力、ヒット商品を出す等をする必要がある。また、徹底した経費削減等で補っていくしかない。
		家電量販店（店員）	・売上は来年の7月くらいまで、アナログ放送停波前の駆け込み需要による反動減が続く。
		住関連専門店（店長）	・景気は不透明であり、消費税の増税やT P P等の問題が末端消費者の不安を駆り立てている。政府の方向性がはっきりしない限り、良くも悪くも大きく動かない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・政治への不信感や消費税増税への懸念等から消費者の生活防衛意識は高まる。

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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・賞与支給において、地場企業は厳しかったという客の声をよく耳にする。必要品を購入した後は、貯蓄に回す傾向が強まっている。灯油等の冬季商材の販売に期待したいが、節約指向のため、先行きは不透明である。ただ、エコカー補助金の復活等による消費マインドの向上に期待したい。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	・欧州の信用不安による株安や消費税問題等が毎日のように報道され、景気が良くなる環境にない。
		観光ホテル（総務担当）	・3月は、歓送迎会等で例年売上が伸びる月だが、12月の好調さが持続されることが期待される。
		都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドの予約が現時点で全く見込めていない。
		都市型ホテル（副支配人）	・1、2月は例年以上の予約が入っているが、3月は見通しが見つからない。特にインバウンドの見通しが立たない。
		旅行代理店（従業員）	・予約ベースで前年を下回っており、勢いが感じられない。ハワイ直行便の復活もまだ浸透していない。
		旅行代理店（企画）	・年末年始の客は前年と比較して大きく動くと思定される。しかし、2、3月は東日本大震災から1年ということもあり、自粛ムードが起こる可能性がある。
		タクシー運転手	・今月は動きが良かったが、客の話では年が明けたらなかなか思うように仕事が入っていないという声も聞かれるので、来年は厳しくなる。
		通信会社（業務担当）	・スマートフォン人気で1月前半の販売はある程度期待できるが、後半は下降し、月間トータルでは前年並みとなる。
		通信会社（総務局）	・景気が上向き材料に乏しく、現状で推移する。
		テーマパーク（職員）	・スポーツ合宿、2月のプロスポーツキャンプに期待するものの、個人旅行の伸びに追い風となる話題がない。当面の状況は変わらない。
		競馬場（職員）	・東日本大震災からの自粛ムードがなくなりつつあるが、すぐには景気は良くならない。
		美容室（店長）	・ボーナス等を貯蓄に回し、客は金を出したがいらない。景気が良くなるとは思えない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・2012年4月に介護報酬改定を控え、利用者の負担増が懸念される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の報道が盛んに行われている。増税という話が出てくると、客は財布のひもを閉じる。客の先行き不安により購買力は落ち、非常に厳しい状況となる。
		商店街（代表者）	・政治の混乱により、消費者は自己防衛に入り、必要な物以外の購買意欲は一段と減少する。失業率も微増し、就職内定率も前年を下回っている状況で、厳しい状況が続く。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・東日本大震災の影響はほとんどなくなっているが、客は買い控えをしており、厳しい状況が続く。特に果物の買い控えが目立つ。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・例年のことであるが、正月の一大イベントが終わると消費は伸び悩む。来客者を見てみると、確実に高齢化社会になっている。特に鮮魚の個店には若い人が来ない。今後、何とか対策を考えないといけない状況となる。
		百貨店（営業担当）	・中間層の購買力がかなり落ち、クリアランス時期である1、2月は厳しくなる。消費の二極化が進んでおり、富裕層の購買力はかなり上がっているが、ボリュームの大きい中間層がかなり落ち込んでおり、総じて厳しい状況となる。
		百貨店（営業企画担当）	・年金問題や復興税、医療費、消費税の増税等のマイナス要素が多く、今後も客の購買意欲は低下していく。
		スーパー（店長）	・ここ数か月、売上は下降傾向にある。客の動きや会話から、今後もこの流れは大きく変わりそうもない。
		スーパー（業務担当）	・円高対策として、近隣の工業施設は海外シフトを始めている。これは全国的な傾向であり、近隣企業の従業員が減少し、来客数と売上が減少している。政治的な不安定要素や消費税率の問題もあり、先行きは不透明である。
		コンビニ（販売促進担当）	・量販店の激安セールsの頻度が増えているが、利益面には結びついていない。景気は先細り感があり、買上点数も上がらず、客単価が下がっている。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（総務担当）	・競合店閉鎖による好影響がほとんどなくなり、今後は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・年々景気が悪くなっている。同業者においても年々来客数や売上が減少している。また、大型チェーン店舗は生き残り策としてインターネット販売に力を入れている店もあるが、採算を取るのが厳しい状況となっている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月は例年通り、コーヒー豆の販売は年間で一番売上が上がった。1月はその反動で売上が下がり、2～3月に通常の流れに戻る。
		高級レストラン（経営者）	・2、3か月先の予約状況をみたところ、例年の年明けと比べると、少しは入っているが、12月の繁忙期と比べるとまだまだ物足りない。
		スナック（経営者）	・12月の営業は良いが、今後良くなるといった状況ではない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・これといったイベントがなく、宿泊予約が少ない。海外からの旅行者が戻ってこない。円高や放射能汚染の影響がいまだに影響している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円相場に左右される大手製造業の大規模工場が多い地域であるため、今後も円高が続けば、地域経済が下降する。
		タクシー運転手	・通常であれば、消費税が上がる前の駆け込み需要でゴルフのタクシー営業が増える。ただ、前年の東日本大震災の影響でそれはあまり望めない。
		タクシー運転手	・これから2、3か月先は入学準備等の買物客が増える。また受験シーズンでもあるが、少子化の影響でそういった利用は少しずつ減っており、あまり期待できない。
		通信会社（企画担当）	・新サービスの投入等もあるが、大きな需要喚起につながることは見込みにくく、財布のひもが緩む実感を得られない。
		ゴルフ場（支配人）	・1～3月は気温が平年よりも低いと予報されており、ゴルフ場は厳しい冬シーズンとなる。地元の景気動向も特に良くなる行事等の予定はなく、不景気のまま推移する。
		競輪場（職員）	・福島第一原子力発電所問題の影響等により、今後もやや悪くなる。
		理容室（経営者）	・12月の美容業界は忙しいので、今月だけは良いが、1、2月になると12月の反動で来客は減少するため、やや悪くなる。景気が良くなると客の金の使い方は変わるが、今の状況では見込めない。
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入り、転勤も多くなるため、今よりもっと景気は悪くなる。
		設計事務所（所長）	・3か月前に比べより一層、仕事量が減っており、今後もやや悪くなる。
		設計事務所（代表）	・現在の問い合わせ数をみる限り、今後はやや悪くなる。
住宅販売会社（従業員）	・景気の低迷や円高、株安の影響で資金が回らない状況が続いている。国が抜本的な景気対策をしないと、景気は悪くなる。		
悪くなる		商店街（代表者）	・所得が上がる保証もなく、消費が活発になる状況が考えられない。さらに、政府は増税等を検討しており、将来への不安から、景気が良くなるような消費回復は望めない。
		商店街（代表者）	・催しがなくなり、寒さも増すため、来客数が激減する。今後は厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・ガソリン価格の高止まりや円高及び世界経済の不安定により、今後ますます先行き不安となり、雇用や所得環境の改善に結びつかない。消費マインドの悪化は避けられない。
		衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。大型商業施設等に客は集中する。人口の少ない地域は厳しさが増す。
		家電量販店（店員）	・家電業界はかなり冷え込んでいる。売上は前年実績の半分がやっとの店もある。
企業動向関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・予算確定後、年度末に向けて実行される案件がある。
	やや良くなる	家具製造業（従業員） 新聞社（広告）（担当者）	・来年度は復興需要が少しずつ高まるため、良くなる。 ・3月は東日本大震災により、広告活動がほとんどなく、前年実績を超えるのは比較的容易である。また、通信販売や食品関係の広告の出稿が堅調に推移しており、広告市場は活性化する。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新しく2、3企画の商品を開発しているが、相対的な受注量は落ち込んでおり、景気は上向きにはならない。

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
		鉄鋼業（経営者）	・学校、病院、特別老人ホーム等の建築関連の需要がある。また鉄筋コンクリート造が中心である共同住宅の新規着工も増加しているため、景気は回復傾向にある。ただし、公共、民間土木に関する需要が激減しているため、今後もこの傾向が続くことが懸念される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災やタイの洪水からの復旧が今後急速に回復していくため、今後の景気は悲観的にはならない。ただし、欧州の信用不安や円高、株価の低迷等マイナス要素もあり、先行きには不透明感がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状をみる限りやや悪くなる傾向が強いが、一方でやや良くなる様子も見受けられ、総じて景気は変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が良くなったり、悪くなったりの繰り返しの状況が続いており、今後も変わらない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・今期までは生産計画の数字は変わらないが、来期の見通しが立たない状態である。派遣社員の契約更新を60～70%打切る方針も決めている。
		輸送業（総務担当）	・荷動きに大きな変化はなく、このまま推移する。
		通信業（職員）	・年度内の受注に関して、大きな伸びはない。
		金融業（営業担当）	・年度末にかけて建設業を中心に受注が増えている。ただし、単価の低迷や人材不足の問題等不安定要素もあり、業況浮揚には至らない。
		金融業（得意先担当）	・現状に明るい材料が見当たらない。平成25年3月に中小企業金融円滑化法が終了することで、業況の悪い企業の混乱が危惧される。
		金融業（調査担当）	・東北の復興需要も九州にはほとんど影響はないとみている。九州の基幹産業の販売先である外需の動向が気になる一方で、資源価格の落ち着きもみられることから、大きな変化はないとみている。
		不動産業（従業員）	・ホテル宴会部門の稼動が下降傾向にあり、今後低迷する。
		広告代理店（従業員）	・前年ベースを小刻みに上下し、平均で前年を維持している状態であり、今後もこの状態が続く。
		経営コンサルタント	・今は不景気のためか、内向きの傾向が強い。内部の整理や縮小等に目が向いており、企業が新しい仕事に取り組む意欲が感じられない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・夏以降の流れをみると、消費が通常モードに戻っており、年が明けて3月まではこの状態が続く。
経営コンサルタント（代表取締役）	・大きく上向き気配もないが、落ち込む材料も見当たらない。取引先においても急激に業績が悪化しているといった話は聞かれない。		
やや悪くなる		農林水産業（経営者）	・大手加工メーカー向けの受注が12月で終了する。国内生産が安定しており、さらに円高による輸入肉の供給過剰で大量に余剰感が出てくる。当然単価が下がり、量販店も2月は例年厳しい状況であるため、3月くらいまでは厳しい状況が続く。
		農林水産業（従業者）	・3か月先は需要期ではないため、厳しくなる。また消費動向が非常に厳しいので、景気は上向かない。
		食料品製造業（経営者）	・観光面では好調な九州新幹線の全線開業効果がいつまで続くか不透明であり、東日本への観光シフトが来年は顕著に表れる。南九州の景気はやや悪くなる。
		金属製品製造業（企画担当）	・消費税増税等、将来に対する閉塞感や不透明感から、消費者はますます消費を控える。また、中小企業金融円滑化法が平成25年の3月に期限を迎えることで、中小企業の倒産が増える。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産量が減少するため、先行きはやや悪くなる。
		建設業（従業員）	・増税によりますます消費が落ち込み、経済状況は悪くなる。また建設業界も受注競争が激化し、採算性が著しく低下する。
		金融業（営業職渉外係）	・与党で離党が相次ぎ、政局は混迷を深めており、景気回復への対策が出てくるまで時間がかかる。
		広告代理店（従業員）	・12月の新聞折込受注枚数は前年比95%となった。クリスマス商戦が伸び悩み、電力不足が再燃していることを考えると、今後、受注枚数は増えない。増税等の消費税問題もあり、消費者の負担が増えることばかりで、景気はますます冷え込む。
		経営コンサルタント（社員）	・東日本大震災の影響で飲食店での外食控えが続く。景気が回復する兆しがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・取引先である医療関係や食品等、一部業種で設備投資が積極的である。ただし、全体的には先行きを見据えた慎重な対応がほとんどである。それに加え、円高基調や政治の混迷等不安要因も山積みであり、現状より更に厳しくなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い見積等から景気の悪化が懸念される。売上計画の半分程度になり、厳しい状況が続く。
		建設業（社員）	・年度末を迎え、手持ち工事のない今の時期に繰越工事を受注できるよう努力している。また民間工事へも目を向け、官公庁の早期発注までの半年間を乗り切らなければならない。厳しい状況が続く。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国の予算は新しい建設需要を喚起しているものになっていない。建設や計画、調査に予算配分が少ないため、コンサルタントが入手できる利益はわずかになっている。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		職業安定所（職員）	・フルタイムの求人が増加しており、就職しやすい求人が増え、就職者数も増加傾向で推移している。この傾向は今後も継続する。
		民間職業紹介機関（社員）	・年度末需要として短期単発型の依頼がある。試験監督、イベント等の動きが出ているが、長期的な派遣利用の動きは少ない。
	変わらない	学校〔専門学校〕（就職担当）	・九州は貿易や観光等アジア経済を取り込んでいる。また自動車等基幹産業の上向き傾向もあり、それらに伴う採用が新たに出ている。新設航路やLCCの新規就航によって、エアラインの求人も増えている。新たな傾向として、中国や台湾、韓国からの留学生の求人も増加している。ただし、決まる学生とそうでない学生の格差はあり、就職難は完全には払しょくされない。
		人材派遣会社（社員）	・年末需要の代わりに、年度末需要が出てくる時期である。建設関係等からの注文や引き続き飲食店関係からの注文がきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・相次いでオープンしている大型商業施設の雇用の吸引力が高まり、周辺の零細企業の採用難が続く。零細企業の労務倒産が心配される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末から動きがあった求人市場も一巡し落ち着いてきたが、進出企業を始め、求人の状況は堅調である。
		職業安定所（所長）	・11月に引き続き12月も求人の動きは鈍化しており、今後しばらくはこの状況が続く。
		職業安定所（職員）	・年末までは引き続き堅調な動きを示す。欧州の信用不安や円高の継続等から、来年は下振れの傾向が払しょくできない状況となっている。また、新規求職者数は減少傾向を示しているものの、雇用保険受給者が若干増加傾向を示しており、注視している。
		職業安定所（職員）	・新規求人は16か月連続で前年比増と改善傾向で推移しており、当所の主要産業である卸売小売業や医療福祉、製造業からの求人が順調に伸びている。製造業は円高等不安要素もあり、不透明な部分も多い。
	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感じられ、現状の厳しい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）	・取引先の企業業績をみても、先行きに対する不透明感が強い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新卒の求人状況をみると、中小企業が中心となっており、中堅、大手企業の求人が少ない。若者の雇用が増えなければ、景気の回復も厳しい。
悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・企業のニーズは臨時的、一時的な派遣労働者を採用するよりも人数限定で意欲のある若手社員の直接採用に軸足を移している。さらに紹介手数料は、年収の20～30%が基本であるが、一律5万円等、取引のベースではなく、厳しい状況となっている。	

## 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	良くなる	コンビニ（経営者）	・近隣の空き店舗に居酒屋が新規オープンしたため、付近に活気があり、来客者増が見込まれる。

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
関連	やや良くなる	コンビニ（エリア担当）	・観光客の動きが予想以上に活発であり、今後も当分は好影響を与え続けるものと判断する。
		通信会社（サービス担当）	・スマートフォンへの切替えが多くなり、新たな需要が出てくる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・住宅購入は、消費者にとって大事で、熟慮する事柄である。住宅エコポイントや贈与税関連の状況、消費税増税議論の件などにより、早めの対応を考えている客が多い様に見える。そのため、今後の商談は増えると予測され、やや良くなるとみる。
	変わらない	百貨店（営業企画）	・衣料品では前年をクリアできるとみられるが、食品、高級雑貨の動きが今後も苦戦するものとみられるため、店舗全体としては低調な推移と予測している。
		スーパー（企画担当）	・3か月後には東日本大震災から1年が経過し、商品供給に関しては前年を上回るが、競争与件の影響が厳しく景気は横ばいで推移する見込みである。
		スーパー（販売企画担当）	・特売や景品付きサービス等を増やして来客数増を狙うものの、伸びずに低迷した状態であり、今後も同様に推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・年末の動向をみる限り、3月頃まではたばこ以外の商品売上はやや前年を下回る傾向である。カウンターで販売するホットスナック系もシビアで値ごろ感が無いと売れない。ワゴン車で訴求し、販売促進をかけても前年には追いつかない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・今月だけだと若干、消費者の購買意欲は増えたようにみえるが、実際には今後2、3か月は厳しい状況が続く。
		ゴルフ場（経営者）	・単価を下げ集客するところと、来客数は減らしても単価を上げて売上を維持するところ、二極化の方向にあるとみている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街において、集客は少しは戻っているが、客の消費単価が落ちており、今後に向けての危機感を抱いている。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・インターネットや通信販売、テレビショッピングなどで、店頭へ行かなくても商品の価値や価格調査ができる。また、店舗へ行って購入する必要が無い。そのため、競争相手の増加と売上の減少が当分続きそうである。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現在の予約状況から推測される客室稼働率は、前年並みか前年を下回る状況である。また引き続き円高基調が強いため、海外方面との競争が加速される見込みも強い。
通信会社（店長）		・現時点では新商品発売やボーナス時期ということもあり販売は伸びているが、最近の傾向では好調な波は一瞬だけで落ち着いてしまうので、春の新入学シーズンまでは静かになると予想する。	
観光名所（職員）		・予約がなかなか入らなくなってきた。あっても間際予約であり、この傾向からは先行きはやや悪くなるとみる。	
悪くなる	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・一部に安売りに飽きて付加価値を求める客がいるが、全体的には政治経済の不透明感や、放射能汚染問題、生肉の提供規制等の食の不安から、外食に対する財布のひもはより固くなっていく。	
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）	・競合他社との競争が激化しているため、広告宣伝の強化や、値下げなどの対応策を実施する。
		建設業（経営者）	・見込みのある申込や引き合いの件数が増えており、将来につながる。
		通信業（営業担当）	・新しい技術を要する案件も出てきているので、景気はやや良くなる。
	変わらない	輸送業（営業担当）	・本土系の外食、アパレル、その他小売店の参入が相次いでいるが、需要が増える要素が無く供給過剰になっていると推測される。県民の需要が頭打ちの状態であり、国内外からの観光客増による消費を期待したいが、インフラ整備が追いついていない状態で急激に増える見込みが無い。
		会計事務所（所長）	・特段、景気の底上げをする要因が見当たらない。
	やや悪くなる	輸送業（代表者）	・活況の宮古島でも、架橋建設が終盤になっており、民間物件の動きも鈍いため、景気が悪化する。
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）	・個人消費に関する求人数が増加傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・県内企業は、派遣期間の更新よりも終了が多くなってきている。本土系企業では、派遣の受注はそこそこにあるものの、良い人材がいたらということで、慎重になってきている。円高、景気の不透明、増税議論といった企業の景気に対する不安要素が依然として根強い。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—