

## ・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	旅行代理店（従業員）	・経済対策により、客の心境が上向きである。ただ、二極化は変わらない状況である。
		旅行代理店（従業員）	・農業従事者の観光旅行受注時期に入るため、今後についてはやや良くなる。
(北海道)	やや良くなる	商店街（代表者）	・参議院選挙が終わって自民党が大勝したことで、国民の期待感も上がっている。観光に関しては、来月、もしくは再来月ごろから景気が上がってくる。
		商店街（代表者）	・夏の終わりには北海道でも景気回復を実感できるとみられるため、消費拡大への期待感がある。今年の北海道は、今のところ大きな気象災害もなく、このまま推移すれば秋の収穫も期待され、景気回復には援軍となる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・石油製品の値上がりで家計も企業も経費が先に増加しているが、何と云っても現政権の経済対策に対する強い期待感が消費を押し上げている。ただし、客との会話でもよく聞かれるが、今回の参議院選挙で自民党が勝ちすぎたことが心配されている。
		百貨店（売場主任）	・シーズン先行での正価品の好調さに加えて、秋口から来春の消費税増税前の需要が起こることが期待される。
		百貨店（販売促進担当）	・富裕層の顧客の高額品需要がおう盛となってきた。天候の中期予報も不安定要因がなく、衣料品の堅調な動きが期待される。
		スーパー（店長）	・来客数は増加傾向にある。
		スーパー（店長）	・徐々にだが、単価が上がってきているため、これからもっと良くなってくる。
		コンビニ（エリア担当）	・現政権の政策が進むことを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・少しずつ客単価と来客数が回復してきている。
		衣料品専門店（店員）	・北海道では各地で夏のイベントが開催されており、客は消費税増税や電力料金の値上げ等を気にするよりも買物を楽しんでいる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税、電気料金の値上げなどのニュースを背景に、大型冷蔵庫や省エネ家電品の販売が伸びてきている。今後も引き続き同様の動きが期待できる。
		家電量販店（店員）	・お盆需要が期待できる。また、猛暑が続くことによる需要も期待できる。
		家電量販店（地区統括部長）	・デジタル放送への完全移行後、2年間不振続きであったテレビの売行きが徐々に回復傾向にあり、年末に向けて4Kテレビ等の新アイテムの影響で販売がさらに加速する。
		乗用車販売店（営業担当）	・全国、全道の景気動向が上向きと報じられるなか、当地区も業種によって上向きの業種が出てきているため、波及効果を期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・現在は一部の景気が良くなっているため、今後、もっと広範囲に景気が良くなれば、上昇につながる。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行需要が国内旅行にシフトする傾向が9～10月まで継続するとみられるため、国内旅行需要のシェアが高い道東地区への旅行者が前年を上回るとみられる。
		旅行代理店（従業員）	・10月を出発日とする旅行の受付状況が良い。
タクシー運転手	・少しずつ夜の人出が多くなっており、観光客も増えているため、今後、売上が良くなることを期待している。		
通信会社（企画担当）	・自社のブランドイメージが回復しつつあるため、今後についてはやや良くなる。		
観光名所（従業員）	・旅行マインドの高まりや海外の定期便の増加など、国内客、海外客ともにここ最近のプラス要因に変化がみられないため、今後も観光入込客がこのまま堅調に推移する。ただし、JRの特急減便、減速運転などが、当地の観光にどの程度響いてくるのか見極めきれない部分も多く、若干の不安要素がある。		

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
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・航空運賃の割引率が高くなることから、再度来客数が増加することになる。
		住宅販売会社（経営者）	・国会のねじれ解消により、政局が安定することで、為替が安定し、株高に向かうとみられる。ただ、人手不足、物価高の影響が若干心配である。
	変わらない	商店街（代表者）	・街の商店や中小零細企業の従業員の給料が上がる状況にはなく、ボーナスを出せないところの方がまだ多い。
		商店街（代表者）	・公共事業関連で、建設関係は受注が増えているが、それが消費に直結するかは疑問である。
		商店街（代表者）	・夏からの傾向で、客が安易にシーズン物に飛びつかないため、秋物や秋冬物の立ち上がりにもかなり慎重になるとみられる。
		商店街（代表者）	・実質的に給料が上がらず、ムードだけが先行している状態では、先がよく見えない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月の売上自体は普段の月と比べて良かったが、これは例年7月に行われている様々なイベントの影響が売上を押し上げたものであり、それらの季節要因を差し引くと、基調的には3か月前とあまり変わっていないため、今後、2～3か月前についても変わらない。
		百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報によると、8～9月は高温が続き、残暑が残るとの予報であるため、9月のスタートを考えている秋物商材の動きや、ジャケット、コート、セーター関連の動きが悪くなることが懸念される。
		百貨店（売場主任）	・都心と違い、景気回復にはかなりの時間を要する。観光産業中心の当地では、周りの観光関連の景気がまず良くなり、最後に小売業の景気が良くなるため、まだ景気回復の実感はわからない。
		百貨店（販売促進担当）	・夏物衣料の動きが期待値ほど伸びておらず、来月以降も気温の影響で、秋物の動きが読めない状況である。
		スーパー（企画担当）	・目立った給与の増加がないなかで、電気料金の値上げ、円安による輸入原材料及び食料品の値上がりなどにより、食料品を始めとする日用品の消費動向はこの先も回復感が乏しい。
		スーパー（役員）	・今後2～3か月は気温も高く推移する見込みであるため、売上もやや良い状態で推移するとみられるが、9月に電気料金の値上げや消費税増税の最終判断などが予定されているため、消費に影響が出てくる。
		スーパー（役員）	・トイレットペーパー類など、値上がりした商品の売上不振が値上げから2～3か月遅れで出てくるため、小麦粉、食用油などの値上げの影響がこの秋から出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候や気温に左右され、売上が一時的に回復するが、日々の消費に関しては、たばこや酒を始めとした嗜好品は依然として節約志向にあり、前年を大きく下回っている。
		コンビニ（エリア担当）	・参議院選挙でも現政権の経済対策が争点の1つとなっていたが、依然として客の動向に変化がみられない。
		乗用車販売店（従業員）	・北海道の場合、冬に近づくにつれて売上が落ちるため、2～3か月後は現状維持で推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・3か月前は現政権の経済対策に関する発言が景気を良くしていたが、現実的にはまだ何も変化していない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・末端の小売業にとって、現政権の経済対策の効果はまだ分からない。ただ、バブル期もそうだったが、健康に関する業種は景気に大きく影響されないようである。
	高級レストラン（経営者）	・現政権の経済対策の効果は、まだ地方や個人には反映してきていない。参議院選挙での自民党の圧勝により、消費税も上がる見込みであるため、ますます財布のひもは固くなる。車や住宅は駆け込み需要があるため、一部のみ景気は良かったとしても、庶民感覚での景気は上がらない。	
	高級レストラン（スタッフ）	・円安で外国人観光客が増加することに期待したいが、高級レストランにまでは影響がない。	
	観光型ホテル（経営者）	・外国人団体客の引き合いは強いが、国内観光客の動きは鈍い。北海道では外国人、国内客含めてツアー用の大型貸切バスが圧倒的に不足しており、団体のキャンセルが相次いでおり、これ以上の宿泊客を受け入れる足が用意できていない。	

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
		観光型ホテル（スタッフ）	・8月は韓国からのチャーター便によるゴルフツアーと市内開催のスポーツイベントで好調であるが、9～10月は需要を喚起するようなイベント、大型団体予約がいまだみられない。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行が堅調に推移している一方、海外旅行が前年の8～9割程度にとどまり、足を引っ張っている。
		タクシー運転手	・全国的な経済状況としては、景況感の持ち直しがみられているが、身の回りの状況を見ると、消費動向はまだ戻っていない。この秋は、来年度の消費税増税に向けての動きが出てくるため、今しばらくは様子見の状態が続く。不安定な状況には変わらない。
		タクシー運転手	・地元の利用客がタクシーに乗る回数は増えていない。それに加えて物価が少しずつ上がっているため、乗り控えが懸念される。しかし、観光シーズンでもあるため、全体的な景気は変わらない。
		タクシー運転手	・来月、再来月の問い合わせ状況は、前年比であまり変わらない。
		通信会社（社員）	・現在、市況がにぎわっているのは一部のサービスを必要としている人の需要によるものであり、それも必要に迫られてのものである。隅々にまで好景気の波が行き渡っているとは決して思えないため、2～3か月後がピークとなり、それ以降は緩やかな下降線をたどるとみられる。現政権の経済対策効果の恩恵は全く感じられず、受けてもいないという印象である。
		観光名所（職員）	・自分の知りうる限り、あらゆる規模、業態の企業が一貫して潤っている実感が無い。
		その他レジャー施設（職員）	・今のところ上向き要素が感じられない。
		美容室（経営者）	・これからどのような感じになっていくのか心配している雰囲気強いので、当面は現状維持が続く。
		やや悪くなる	
衣料品専門店（店長）	・良くなる要素がない。		
その他専門店【造花】（店長）	・一般消費者の財力が向上する見込みがない。		
パチンコ店（役員）	・電気料金の値上げによる製造業のダメージ軽減策が立っておらず、閉鎖、倒産する企業が増える。		
悪くなる		スーパー（店長）	・秋に消費増増税が閣議決定されれば、前倒し需要があったとしても、客の消費動向は儉約に向かうことになり、今後しばらくは売上も厳しくなる。
企業動向関連 (北海道)	良くなる	輸送業（支店長）	・すでに秋口に向けた道内物件があり、来年度計画も明るい。今期については、下期より本来の活況を迎えるほか、消費税増税前の駆け込み需要が発生してくる。
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・現在は、地方都市における景気回復の実感に乏しいが、首都圏を中心とする住宅関連産業の好況が徐々に全国に波及する。
		建設業（経営者）	・土木、建築、住宅について、官民ともに引き合いや工事量が多くなっている。ただ、作業員や機械の不足に加えて、資材も含めて単価がかなり上がってきている。採算性や工期、工程の関係から今後の受注については選別せざるを得ない。入札での不調や一時中止なども増加することになる。
		通信業（営業担当）	・ユーザーからの申込及び問い合わせが、明らかな増加傾向を示している。また、販売単価もこれまでの下落傾向から緩やかな上昇に転じていることから、この先の景況感の良い方向に向かう。
		金融業（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が徐々に表れる。住宅着工は好調に推移する。個人消費は耐久消費財を中心に堅調となる。観光関連は円安で外国人観光客の増加が続く。ただし、原材料価格の値上がり懸念材料となる。
		コピーサービス業（従業員）	・個人消費が伸びていると感じるため、まだ伸びしろがある。

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	
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・中断していた案件がいくつか動き始めた。設備投資に関しては、様子見の印象があるが、前向きになってきている。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・参議院選挙も終わり、公共工事が本格的に始まれば、多種多様な業種への波及効果が期待できる。ただし、人手不足は深刻であり、一概に楽観視はできない。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・鉄骨加工業者の仕事量が急増することが確定しており、客先への販売量の増加と、それにとまなう関連商品の供給が期待できる。	
	変わらない	食料品製造業（役員）	・これ以上、落ち込む感じはないが、増えていくと思われる案件も見当たらない。	
		司法書士	・不動産取引、建物の建築等について、大都市などの一部の地域では回復傾向にあるが、地方都市では大して変わらない。	
	司法書士	・大会社の景気回復が叫ばれるが、全体の経済からすれば微々たるものである。景気回復の恩恵を受ける前に消費税増税が決定されれば、消費は低迷し、何も変わらない状況となる。		
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・建築工事費の高騰による予算とのかい離が続けば、消費税増税の影響もあり、工事の総量が減少することになる。	
	悪くなる	—	—	
雇用 関連  (北海道)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・現政権の経済対策の効果による北海道への影響は、まだほとんどない。しかしながら、景気回復に向けての明るい兆しは、経営者心理にプラスに働き、積極的な経営姿勢への変化が期待できる。これにより、求人増加など、労働環境も改善に向かう。	
		人材派遣会社（社員）	・例年の傾向から、下期に入る前後で求人数が少し多くなる。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当面、現在の好調が続くそうである。人手が足りなくなっている業界や職種もあるため、潜在的な労働力が起き上がることに期待している。	
		職業安定所（職員）	・前月と同じだが、大規模な経済対策の効果で、全体的に景気は上昇していくとみられるが、円安によって業種間の格差が大きくなる。	
		職業安定所（職員）	・まだ、道内の景気回復感はあまり実感できないが、販売やサービスの一部の職業では賃金の上昇がみられているため、今後に向けて、多少良くなる。	
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食系サービス業の開店ラッシュが一段落している。一方、建築、土木、公共工事は若干増加したものの、若年技術者の不足感が否めず、人材不足が足を引っ張っている。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・年内に関しては、現在の求人意欲が落ちずに推移していきそうである。ただし、求人に対しての求職者の動きは鈍く、売手市場の傾向がみられ、人手不足から募集企業の業績向上に少なからず悪影響を及ぼしそうな気配がある。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・農作物の作況は、今のところ平年並みを維持している。T P Pの動向が大きな懸念材料だが、直近で地域の雇用に影響することはなく、農業関連のすそ野の事業での期間雇用は現状のまま推移する。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・ボーナス後の消費者の購買意欲が向上しているようにみられないため、今後も変わらないまま推移する。	
		やや悪くなる	—	—
		悪くなる	—	—

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人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  (東北)	良くなる	コンビニ（店長）	・売上は今よりは多少下がるが、前年比については、前年よりも上向きに推移していくとみられる。年々内食化の概念は薄れてきているようである。
		乗用車販売店（経営者）	・9月初めに新型車の発売が予定されており、拡販が期待できる。その他、届出車の新機種も発売予定があり、同様に期待ができる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・選挙その他も全部終わるので、不安定要因が一掃される。あとは、一般消費が天候等で左右される程度で、先行きとしては不安要因が無くなるのが一番大きい。

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
		商店街（代表者）	・8月にねぶた祭りや各商店街のイベント等が多数ある。特に、ねぶた祭り期間中の宿泊客の予約はこれまでで最も混雑しているため、今後の売上、来客数、観光客の買物増加に大いに期待が持てる。
		百貨店（売場担当）	・7月は夏物商戦を大きなマイナスで終えた。8月、9月も残暑の影響を受けることが考えられ、7月の負けを8月で補てんできるとは考えにくい。しかし、秋冬ファッション、また、オケージョンの強い百貨店の様々な仕掛けやイベントが盛り沢山の9、10月は売上も上がると予測される。
		スーパー（店長）	・中元等のギフト販売による単価アップが予想される。
		コンビニ（経営者）	・天候に左右されている分、伸び悩んでいるようではあるが、客単価、買上点数が好調を持続しているため雰囲気は悪くない。今後、天候が回復できれば売上も更に伸びる。
		コンビニ（エリア担当）	・参議院選挙の結果などを踏まえ、今後、更なる経済対策の活発化が予測される。
		衣料品専門店（店長）	・春夏にスーツ購入を控えていた客が秋にスーツを購入すると予想している。
		家電量販店（店長）	・引き続きエアコンや冷蔵庫など白物家電は順調に前年をクリアできると見込んでいる。節電、省エネをうたった良い商品が客に支持されているので、単価も高くなっている。テレビは前年割れしていたが、ここ2、3か月元に戻ってきている。大きく伸びるということではないが、単価の高いテレビも出てきているので、前年並みに近づいている。タブレットやスマートフォンなども前年比150%以上と伸びている。
		乗用車販売店（経営者）	・為替相場、株価の安定、そして成長戦略の実行等を背景に、更にこの秋口から新型車発売も加わって、需要の回復が期待できるものとみている。また、非常に不確定であるが、消費税増税前の駆け込み需要も発生するのではないかと考えている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車がまだまだ好調で、今後もまだ続くとみられる。
		乗用車販売店（店長）	・今後夏から秋をめどに増税動向が加速すれば、今以上の消費マインド向上に繋がる。各社とも増税前にエコカーの新型発表があり話題も豊富である。
		乗用車販売店（店長）	・9月は半期決算月なので、販売量の増加が見込まれる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・先送りした予算を消化するための動きがあるのではないかと。制服関係は徐々にではあるが持ち直しているというメーカーの話もあるので、後は秋冬物に力を入れていきたい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・参議院選挙で自民党が圧勝した結果、政権が安定し政策実行が容易になった。株価も更に上がると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先、竿燈まつりや大曲の花火大会、お盆があるため、多くの観光客が訪れる。また、県出身者が帰ってくるため、人口も膨らむ。人口が増えれば、購買意欲も確実にアップしてくる。その余勢を駆って、9、10月とデスティネーションキャンペーンに入っていくので、非常に期待できる。
		旅行代理店（店長）	・中小企業においてはようやく好景気を実感しているとの発言もあり、今後更に良化する可能性がある。
		タクシー運転手	・客も切れ目なく乗ってくるので、この先も段々良くなっていく。
		テーマパーク（職員）	・震災後、被災地復興を目的とした復興景気が落ち着きを見せ、本来の経済状況の姿が見えてきた。春先には実感できなかった家庭への影響が出始めている。
		観光名所（職員）	・天候不順により来客数は減っているが、客単価は上昇しているため、天候が戻り客さえてくれれば、前年を上回ることが期待できる。
		観光名所（職員）	・8月は首都圏等からの来客も多く、期待が持てる。
		競艇場（職員）	・参議院選挙も終わり、政治が少しは安定するとみられるので、期待したい。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気が回復して好景気になり、企業業績も好調に転じるという現在のムードがいつまで維持できるかがポイントである。このまま続いてほしい。
		住宅販売会社（経営者）	・大手量販店の閉鎖、再出店が多く予定されており、大型不動産仲介、店舗建築も受注予定である。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の問い合わせが増えてくることに期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街としては、震災前から下りていたシャッターが開く店舗があり期待しているが、店によりまだまだ厳しいこともあり、全体的に良くなることは期待できない。
		商店街（代表者）	・小売店は忘れ去られている。
		商店街（代表者）	・参議院選挙での自民党大勝により、いよいよ消費税増税が現実的なものとなってきているが、各商店は困ったと言う以外なく、対応策は見えていない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税が10月に閣議決定されるかどうかによって、更に悪化する懸念がある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・秋にはそろそろアベノミクスの効果が表れるはずだが、9月の電気料金の値上げ、諸々の物価の上昇があるために、相殺されて良い状況にはなりにくいのではないかと。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・特別に良くなることはないが、今の傾向が続くことは考えられる。今月も客単価は前年比106%となっている。夏場はより来客があるのを見込んでおり、変わらないのではないかと。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・復興はまだ進まないなかでも、新築の家は確実に増えている。しかし、大手企業の建物が多いため、地元にはなかなか仕事が回らない。今後も仕事量の増加は当分望めない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税や天候などを客はシビアにみている。実生活で景気回復の実感が得られない限り、大きな動きはない。
		百貨店（総務担当）	・参議院選挙も終わり、いわゆるアベノミクス効果が今後どこまで地方の最終的な消費に回っていくのかという部分については、なかなか首都圏ほどの勢いが見えない。不透明感があるなかで推移を見守りたい。
		百貨店（企画担当）	・物価上昇が具体的に消費に影響し始める。しかし、既に高額品の値上げは落ち着いており、今後、食料品等のアイテムに更に広がりを見せるものの、消費税増税による駆け込み需要に少しずつ拍車がかかっているとみている。
		百貨店（営業担当）	・今月中元商戦の落ち込みのような特殊要因を除けば、顧客の購買意欲に大きな変化はなく、今後も堅調に推移していくとみられる。また、来年の消費税増税が早い時期に発表されれば、駆け込み需要が始まることも予測される。
		百貨店（買付担当）	・消費税増税が決定されれば、駆け込みというプラス要素もあるが、その後のことを考えると、消費は冷え込み、小売業は苦戦すると予想される。
		百貨店（経営者）	・アベノミクスの恩恵がある業種が少なく、消費者の所得の向上や雇用の増大に繋がっていない。今後2、3か月のスタンスでは、むしろ物価の上昇、公務員の所得減の影響が先にくるとみられる。
		百貨店（経営者）	・電気料金値上げや消費税増税といった不安要素が解消され、隅々まで購買意欲がおう盛になる要素がない。また、長期予報で残暑が厳しいと報道されており、被服を中心とした初秋物にも影響が出そうである。
		百貨店（経営者）	・アベノミクスへの期待で一部の企業は収益が好転しているが、まだ一般の消費者にはその恩恵が行き渡っていない。今後、消費税増税が見えてくれば、よくて現状維持程度と想像する。
		スーパー（経営者）	・電気料金の値上げや消費税増税の決定が消費者の心理にどう影響するか不安である。
		スーパー（経営者）	・8月は天候不順が生鮮品の価格に影響し、電気料金及びガソリンの価格の上昇も続くので、消費環境は良くない。地場では小型の投資や小規模な事業拡大の話は聞かれるが、雇用の拡大には結び付かないようで、現在の推移に大きな変化はない。財政再建に向けた消費税率アップへの判断の行方について気になるが、それでも各企業の強気の経営判断と、そこへの規制緩和を含めた行政支援を期待したい。ただ、しばらくは今のままの推移が続くとみている。
		スーパー（店長）	・今後、光熱費などの値上げの影響から、食料品等、小売業における買上点数の減少が懸念される。
		スーパー（店長）	・円安による油脂、調味料類、石油製品の値上がりにプラスして天候不順による野菜の値上がりも懸念される。現状では、景気が好転する材料は見当たらない。
		スーパー（店長）	・競合店の状況も変わらず、来客数及び買上点数も現状を維持するものと予想される。

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
		スーパー（物流担当）	・実質的な家計収入が増えなければ景気は良くならない。都市部で景気が良くなっても、地方まで波及するには数か月以上掛かる。
		コンビニ（経営者）	・天候が安定しないと来客数も伸びてこない。
		コンビニ（経営者）	・ガソリン価格の高騰、輸入品の値上げ等で庶民の懐事情は悪くなる一方である。買い控え傾向は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・前年は記録的残暑により来客数が伸長していた。
		コンビニ（エリア担当）	・実体経済が好転していない。
		コンビニ（エリア担当）	・単価は向上しても競争環境の激化により来客数が減少している。環境変化が一巡するまでは厳しい状況は継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・夏の来客数は伸長するが、前年比較では割り込む模様である。収入は増えない。ただし、冬に向けての最低限の購入など増えることが予想されるが微量である。
		コンビニ（店長）	・冷夏ということで、電気代の出費も減っているせいか、ガソリンが値上がりしてもそれほど大変だという雰囲気は客に見られない。また、アベノミクスに対する若干の庶民レベルでの諦めのようなものがあり、悪い意味でこう着状態なので変わらない。単価の安い方向に動いているということも変わることはない。
		コンビニ（店長）	・8月は気温の動向にもよるが、売上がピークを迎える。しかし、競合店の出店が相次いでおり、売上動向が非常に読みづらい状況になっている。
		衣料品専門店（経営者）	・この先、どれだけ新規客をつかめるかが重要である。
		衣料品専門店（経営者）	・まだまだ実際に収入が増えるわけでもなく、すぐには消費に結び付かない。
		衣料品専門店（店長）	・梅雨明けが遅れ、残暑の予報が出ていることから、今後、秋物の立ち上がりが遅れることが予想される。
		衣料品専門店（総務担当）	・天候不順もあり、季節商材は箆箆在庫で賄われている。ねじれ国会の解消で今後与党がどのような法案を出してくるか心配という声や、国民負担が増えるのではないかと心配する声を聞く。状況を見ながらという感じが強い。
		家電量販店（店長）	・例年と同じく、季節商材の販売が落ち着くと来客数が落ち着く。
		乗用車販売店（経営者）	・好評な新型車を中心に受注が堅調となっている。ダウンサイジングが進み売上高は伸び悩み傾向だが、販売台数は現状ペースが維持できそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・これまでの流れをみても、この先2、3か月で急に上向きになるということはない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込みによる売上は増加する可能性があるものの、その反動減もあり、景気が回復するとは考えていない。
		住関連専門店（経営者）	・選挙で自民党が圧勝したので、経済対策に力を入れてもらえれば若干回復はするが、大企業に比べ中小零細の回復は時間が掛かる。現実には、給与もなかなか上げられないというような状況があり、厳しい状況がまだ続く。
		その他専門店 [パソコン]（経営者）	・今のところ大きな見積り依頼が多数あるわけではなく、今までと大きな変化はみられず、先々の見通しは立っていない。そういったことから、今後も爆発的な商売の見込みは薄い。
		その他専門店 [酒]（経営者）	・ニュースでは景気は良くなるという話をよく聞くが、地方にその波が届くまでにはまだ時間が掛かる。消費者もそれをよく分かっており、どこかまだ景気が良いのは他人事のように受け止めている。まだまだ雰囲気流されるような楽観的な状況ではない。
		その他専門店 [靴]（従業員）	・前年のような厳しい残暑になるときつい。
		その他専門店 [酒]（営業担当）	・天候状況と地元の農家の方々の状況次第で変わってくるが、今のところ同じ状況が続きそうなので、大方のところ変わりは無い。

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〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・現状の末端価格が大幅に下がる可能性は低い。消費者の節約志向も続くため、大幅な需要増は望めず、現状のまま推移していく。農作物の生産も天候の影響と当県特有の原発の風評被害により消費の低迷が続いているため、一部除染関連の軽油等の需要増、建設の活発な需要増が燃料需要を後押しするとみられるが、現状を大幅には改善できず、現状維持で推移する。
		高級レストラン（経営者）	・全国的な景気が上向いても、地方までくるのは相当時間が掛かる。しばらくは景気が良くなることはない。
		高級レストラン（支配人）	・消費税対策も現実のものとして仕事や思考に入り込んでくる。既に物価が高騰しているにもかかわらず、企業の溜め込みや設備投資などで、賃金アップは兆しすらみえない。
		一般レストラン（経営者）	・参議院選挙も終わったが、効果がどうかというのは3か月くらいでははっきりしない。
		一般レストラン（経営者）	・株価の上昇などで、雰囲気は良くなっているが、実際に給料が増えないことには景気は良くならず、客も増えていかない。期待はしているが、今のところは難しいとみている。
		一般レストラン（経営者）	・引き続き選挙があることに加え、ある程度天気次第というところはあるので先が読めない。
		スナック（経営者）	・そろそろ納涼会などが入ってきているし、ボーナス時期でもあるので、多少は売上が上がる。ただ、さほど大きな売上の変化にはならない。
		観光型旅館（経営者）	・お盆やその後の連休などは先行して予約が入ってきているが、平日は予約がゼロの状態である。直前に予約が入るが、全体としては低調なまま、景気に変化の兆しはみられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・参議院選挙については、ほぼ予想通りの結果が出た。今後は確実な政策実行により、マインドを含めて、景気回復が実感できるような経済政策が進むことを願っている。地方においてはタイムラグがあり、特にホテル業についてはその差が非常に大きい、プラス面が早く出るように期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・建設関係、除染関連企業は相変わらずの好景気が続いているようだが、関連する宴会があるわけでもない。一方で、避難されていた方々が徐々に戻りつつあるという良いニュースもある。
		旅行代理店（従業員）	・アベノミクス効果が浸透するには、時間が掛かりそうである。
		タクシー運転手	・お盆を控えてのことか、財布のひもが非常に固くなっているようである。
		タクシー運転手	・乗客のなかには「人手が足りず仕事ができない」という人もいれば、安定した仕事が無いようで「仕事がない」と嘆く客もいる。労働者派遣法がある限り、景気は良くならない。アベノミクスは我々には全く関係がない。
		通信会社（営業担当）	・非正規社員の求人の増加が増えているため、正社員雇用が減少する。よって個人消費の伸びは期待できず、更なる節約が始まるのではないかと。高齢者及び若年層の求人と企業のコンプライアンスが今後の鍵となる。
		通信会社（営業担当）	・一見良くなるように見えるが、各種物価の上昇があり、良くなるとは思えない。
		通信会社（営業担当）	・良い材料が見当たらないため、変化は無い。
		通信会社（営業担当）	・完全失業率が改善されたとの報道があるが、身の回りで考えるとその改善値を実感するまでに至らない。
		通信会社（営業担当）	・例年に比べ涼しい夏が続いており、夏物の個人消費に勢いが無い。このままの状況が続くと新商品の導入も売上増加に結び付かず、大きな変化もないまま秋冬商戦に突入すると予想される。
		通信会社（営業担当）	・南東北の建設業は復興需要があるが、青森の建設業は特にその恩恵をうけていない。アベノミクスによる景気回復にはもう少し時間が掛かるようである。
		遊園地（経営者）	・電気料金の値上げ、食料品、燃料などの価格上昇などが心配されるが、復興需要の下支えによって、そこそこの推移が見込まれる。
		美容室（経営者）	・ボーナスが出て、若干持ち直すかという期待はあるが、来月から一斉にミルクなどの日用品の値上げが相次ぐので、そういった意味で、プラスとマイナスの差し引きゼロで横ばいになるとみている。
		設計事務所（経営者）	・資材不足や人手不足はあるようだが、今の状況がもう少し続くとみている。



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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今の景気回復というのは気分だけが先行しているようである。旅行などの出費は若干増えているようだが、身の回りのものに関しては、どこかのデパートのように高い宝石が売れたというようなことは全くなく、この先も景気回復は難しいのではないかと。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・電気料金が上がるようなので、経費が多くなる分、利益が下がる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・顧客の可処分所得がぎりぎりであることは店頭で実感しているが、T P P参加や、消費税増税等の経済環境により更に進むだろう。企業は零細規模であろうと、国際競争の渦に巻き込まれ、コストダウン競争にさらされている。社会構造の変革と、財政問題の解消を経ないで景気が本格的な回復軌道に乗ることはない。
		スーパー（店長）	・節約志向は相変わらず根強い。また、商品の値上げもあり、価格を維持するのも厳しい状況である。競合店も次々と出店を表明しており、良くなる材料は全く思い当たらない。
		スーパー（総務担当）	・来客数が大きく落ちている。これに合わせ、売上前年比も全店100%を切っている。これは長梅雨の影響だけではないとみられる。また、電気料金、ガソリン、ガス代が大きく値上がりしており、インフラコストの上昇も響いている。
		衣料品専門店（経営者）	・新聞やテレビニュースでは景気の回復がいわれているが、一般庶民の実生活では円安による食品やガソリン等の値上がりで、ますます財布のひもが固くなっている。
		衣料品専門店（店長）	・東北は震災後に特需があった。そのスーツや礼服の買換え需要はここ1年の間に進み、ほぼ一巡している。スーツは耐久財なので、毎年買換える方は少ない。そういったことを考えると、春の状況からみて、秋の買換えもそんなにスムーズにいかないのではないかと予測している。
		自動車備品販売店（経営者）	・毎年8月は夏季休暇等で受注数が落ち込む。
		住関連専門店（経営者）	・大企業の流れがアベノミクスの方に傾いて、景気が上向きかけているようだが、我々のような小規模な店はそういった影響はほとんどなく、上向きになるということも考えられない。
		高級レストラン（支配人）	・末端の個人まで収入が増えない限り、悪くなる一方だろう。
		観光型ホテル（経営者）	・現在の9、10月の入込は前年より3割程度少ない。魅力あるイベントも少なく、旅行客の動向が我々の方を向いていないようである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ホテル自体ではいろいろな企画をしているが、なかなか本来の集客には結び付いていない。現在のデフレ状態はしばらく続き、本当の意味での回復はなかなか厳しい状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・各部門のこの先の予約状況を分析しても、経済効果は全くうかがえない。地方ではアベノミクスは無縁である。むしろ、ガソリンや原材料の仕入価格の高騰等、営業経費のマイナス要素の方が大きい。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話はスマートフォン景気も一段落し、新商品もあまりぱっとしない状況である。新型iPhoneが9月か10月に発売されるが、それもあまり大きな盛り上がりは期待できない。
		美容室（経営者）	・生活に必要な物が多々値上げされていけば、客はカットやパーマ代から節約していくと予想される。また、ガソリン代が高くなればなるほど、今まで遠くから車で来ていた客の来店回数も減ってくる。
悪くなる		スーパー（経営者）	・8月のお盆商戦が終わる。また、4月から消費税が増税されるという見通しのなかで、客の財布はまた固く締まる。アベノミクスへの期待はあるものの、地方や中小零細企業には恩恵が出ていない。
		コンビニ（経営者）	・天候不順により7月は悪くなっている。いくら天候が悪かったとはいえかなり悪いので、これからののびしろも無いのではないかと懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・サラダオイルやてんぷら油などが一斗缶で1,000円くらい値上がるなど食材の値上がりも大きく、来客数もかなり減るのではないかと予想している。
		一般レストラン（経営者）	・豪雨による断水がまた起きるかもしれないという不安感や、天候不順によるスイカの収穫量の減少などマイナス要素は沢山あるが、明るい要素は何もない。

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	
		観光型旅館（スタッフ）	・変化についていけない。	
企業 動向 関連  (東北)	良くなる やや良くなる	広告代理店（経営者）	・受注量が明らかに増えている。	
		食料品製造業（総務担当）	・政府の対策の効果が、末端消費者まで浸透してきてもいいところである。	
		繊維工業（経営者）	・良くなることを期待はしているが、なかなか良い注文は入ってこない。	
		木材木製品製造業（経営者）	・9月以降、住宅需要が活発化すると予想している。	
		土石製品製造販売（従業員）	・消費税増税前に住宅購入される方が目途として九月までに契約するので、その後しばらくは新築マンション工事や新宅工事に追われる。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・受注量及び販売量は増加傾向が続くとみられる。好影響が企業から個人に伝わっていくことで、景気は徐々に良くなると思う。	
		輸送業（経営者）	・荷主の状況に左右されているが、現在よりは少し操業率が良くなると予想している。	
		輸送業（従業員）	・今月の荷動きの気配から、良くなるのがうかがえる。	
		通信業（営業担当）	・自民党政権及び円安・株価の上昇による企業業績の回復による復興の進展に期待している。	
		広告代理店（経営者）	・デスティネーションキャンペーンの仕事が増えてくる。また、これまで増刷だった物件がリニューアルでコンペになることが増えてきているため、全体的に動きは活発になるとみている。	
		経営コンサルタント	・ねじれ解消となったアベノミクスの成長戦略の加速に期待している。	
		公認会計士	・沿岸部の復興関係の建設が徐々に始まるとみられる。これに伴う内需増加が期待される。	
		コピーサービス業（経営者）	・参議院選挙も終わり、政治の動きは以前よりは早くなる。我々の業界にも2、3か月後にはその恩恵がくればよいかと期待している。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・食品は、アベノミクス云々とか景気が良くなったからといって需要が伸びるものではない。少子高齢化が一番の問題で、働く世代や食べる世代が元気でなければ需要は伸びない。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新品種や集約化により若干の期待は持てる。VIPの客も若干ではあるが増加傾向にある。	
		金属工業協同組合（職員）	・見積の件数が増加傾向にあり、契約成立も増加しつつある。半導体関連が今後とも期待大である。ただし、依然として単価及び納期は厳しい。	
		変わらない	農林水産業（従業者）	・今年のもの最盛期はお盆前になり、前年よりも3日くらい早まる。それは良いことだが、雨が多く、梅雨明けが8月までずれ込み、品質が落ちるのではないかと心配している。
			食料品製造業（経営者）	・県外から来た方たちがお土産や食事に牛タンをとというような流れはしばらく変わらず、このまま持続できるとみられる。それに加えて、七夕、お盆の時期になり、地元を代表する牛タンの需要が増え、例年どおり売上を伸ばすものとみている。
			一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、国内、海外共に需要の回復により、数量がやや増加するとみている。しかし、販売単価の低下により、売上及び採算性は伸び悩むものと予測している。
			電気機械器具製造業（営業担当）	・製造業では見かけ上仕事が入っているところも利益率は非常に悪く、雇用の維持が精いっぱいというところが多いので、今後も状況は変わらないと考えられる。
		建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み等で受注量が増えているが、将来的には技術者不足、資材の高騰という問題が出てくる。	
		建設業（従業員）	・大型公共工事の発注及び受注が進展する一方で、労務単価の改定等が実状に追い付いていない状態が続いている。2、3か月先の時点では、各受注企業の収益確保に関する問題点が依然として残っていると予測される。	
		建設業（企画担当）	・フル回転の状況がしばらく続くとみられるが、量的、質的にも選別しながら現状維持を図っていく。	
		通信業（営業担当）	・受注傾向は現状の増加傾向がいつまで続くかは不透明であり、予断を許さない状況は変わらない。	
		通信業（営業担当）	・政治次第である。	
		金融業（営業担当）	・企業動向に活気が出てきている。	
		金融業（広報担当）	・景気変動要因が少ない。	

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
		司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要による不動産取引件数はさして伸びていない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・天候不順による低温でビアガーデンなどの売上の伸び悩みが懸念される。一方、利益商材である地酒の販売は順調で、まずまずの収益が期待される。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・公益エネルギー企業の諸事情から鑑みるに、当方への景気好転材料は当面見当たらない。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・豪雨、長雨により、米やその他の転作作物の減収が予想される。
		食料品製造業（総務担当）	・原副材料の高騰や市場の縮小が予想される。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・紙やインキなど、原材料が約15%値上がっている。この値上がり分を取引先にスムーズに転嫁できそうもないため、景気は悪くなっていくのではないかと。
		広告業協会（役員）	・東北楽天が好調なので、ぜひクライマックスシリーズに出場してもらいたい。期待しているスポンサーも数多くいるので、広告界としては大歓迎である。
悪くなる	—	—	
(東北)	雇用 関連 良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価の乱高下はあるが長期的には平均株価は上昇傾向にあり、輸出関連企業を中心に季節従業員の求人が上向くとみられる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・2015年4月採用の今の大学3年生に向けて、既に企業は動き始めている。インターンシップを企画する企業も前年の2倍くらいあり、採用にかなり力を入れている企業の動きが見て取れる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・参議院選挙に続く仙台市長選、宮城県知事選が終わる2、3か月先の秋口から復興の本格的な第2ステージに入る。そうした期待に新しい国、県、市の復興政策が伴うことが条件にはなってくるが、それが機能すれば回復傾向や上向き傾向になっていく。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月、新規求人が増加し、新規求職が減少していることから、企業の採用意欲は上向いていくとみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・8月から通信系の派遣会社の事業譲渡の実績を計上するため、前年比プラスマイナスゼロを見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・6月末までの駆け込み採用が一服し、7月になったとたん求人や派遣依頼が減っている。現時点で6月に比べて半分であり、8月の盆明けまで続く労働市場の停止が、オーダー数に顕著に表れている。
		人材派遣会社（社員）	・好転材料がまだ見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・アベノミクスで景気が上向いているという実感を持っている経営者が少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元建設関連企業は安定した業績が今後も続くようだが、その恩恵はまだ出て来ていないし、その予定も今のところない。
		職業安定所（職員）	・アベノミクスの効果も地方には全然波及していないという意見が多い。
		職業安定所（職員）	・採用意欲の高まりがうかがえない。
		職業安定所（職員）	・今のところ大規模な企業整備等の情報もないことから、新規求職者が大幅に増加する要因もない。また、新規出店などもあり、新規求人数は引き続き高水準を維持すると考えられ、現状が大きく変わるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・飲食業の一部に景気回復ムードによる求人はあるが、全体的には増員求人につながるような材料に乏しい。
職業安定所（職員）		・当面、今のような数字で推移するとみられるが、7月末に製造会社において40名の希望退職があり、先行き懸念材料も一部に見られる。	
職業安定所（職員）	・管内の復興はまだ進んでおらず、状況は変わらない。求人、求職の動きも特別な動きは見えないことから、そのまま継続するものとみられる。		
職業安定所（職員）	・求職者数は減少傾向にあるものの、求人数は横ばいの状況にある。		
やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・求人職種は相変わらず変化が無い。震災復興や福祉、運送等が多く、製造業は皆無に近い。	
	人材派遣会社（社員）	・顧客からの大量募集の話も無く、アルバイト、パート募集についても慎重な動きになってきている。	

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
		アウトソーシング企業 (社員)	・震災関連の仕事が減り、仕事量の減少があるなかで、人件費、電気料金、ガソリンなどの値上がり分を価格に反映することができない。
	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  (北関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・めまぐるしい天候に左右される時もあるが、夏休みはまだこれからである。品ぞろえとその量、接客の向上、さらに努力したいと思っている。売上と来客数の伸びが道を示してくれている。
	やや良くなる	乗用車販売店（統括）	・9月以降、新商品の投入計画があるため良くなる。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税絡みのメディア情報が奏功しているのか、リフォーム、太陽光工事関係の見積、受注は多少出てきそうである。販売側はその波に乗りたいところであるが、地上デジタル放送、家電エコポイント制度を振り返ると、後に来る状況をどうするのか、頭の痛いところである。
		百貨店（店長）	・参議院選挙も終わり、政治も一服し、夏本番の中で気分が再び上がり始めることを期待している。
		百貨店（店長）	・国会のねじれ現象が解消したので、アベノミクスに期待している。円安効果も出てくる。
		スーパー（経営企画担当）	・単価の上昇などが持続すれば若干は上向くのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・これからお盆や秋の行事があるので、やや良くなる。
		コンビニ（店長）	・7月下旬の夏まつり期間中は予想より気温が大変低く、降雨も災いし、人出が大変少なく、当店始まって以来の最悪な結果となった。中心市街地の空洞化が一層進んでいるからかもしれない。今後、秋風とともに状況が改善されるのではないかと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・9月に主力車の新型車が発売されるため、初期受注が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・参議院選挙で大勝した自民党支持者の多くの県民がアベノミクスにあおられて希望を持ち、購買に走って実体経済に貢献してくれるかもという希望的観測を持っている。
		乗用車販売店（経営者）	・来年春の消費税増税前に、今年の年末ごろまでに自動車を購入したいという客の声を耳にするようになった。
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月後になると消費税増税を見越した駆け込み需要が増えると見込んでいる。新しい車が出る予定も今のところないのでそれ以上は望めないが、駆け込みで若干は良くなる。
		住関連専門店（経営者）	・低迷していたリフォーム、エクステリア部門の単価の高い商品が上昇に転じてきている。また、余暇を楽しむための商品や、行楽用品の動向も前年同月比で上向き始めている。購買心理として、景気に対するの安心感が生じてきているようである。
		スナック（経営者）	・選挙が終わったので人が出ると期待している。
		都市型ホテル（営業担当）	・秋から冬場、年末にかけては例年景気が良くなってくることもあり、今の経済状況からしてもそんなに悲観するようなことはない。期待感も込めてやや良くなると考えている。
		旅行代理店（経営者）	・全体的に景気、経済は上向きと感じているが、末端までの影響はあまりない。全体のムードが上向きになっていることで、これから秋にかけて相当な動きになってくるとみている。
		旅行代理店（営業担当）	・夏から秋にかけては旅行需要が増加するからである。
		通信会社（営業担当）	・9月以降も残暑が続くものの、夏休み期間での出費がかさむことで9月から10月にかけては落ち着く。
		遊園地（職員）	・新規施設のオープンにより、多くの客の来園を期待している。
		美容室（経営者）	・今月から客の入店回数が少しずつ増えている。
		設計事務所（所長）	・自民党が圧勝した影響で、消費税は確実に上がるということで、駆け込み需要に期待している。これから混み合ってくるので万全の準備で対応したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・アベノミクスの景気浮上策はいつ効力が出るのか分からない。夏祭りで一時的にでも商店街に人は来るものの、恐らく買物は難しいとみている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・参議院選挙が終わり、これから消費税増税が行われることになるし、T P Pの交渉も気掛かりである。先の見通しが難しいので購買力が上がるとは思えない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる要因が見当たらない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・8月のお盆過ぎから秋商戦についてはまだ見えてこない面が相当ある。
		百貨店（営業担当）	・このところ株が頭打ちで乱高下しているのと、ガソリンを始め、生活必需品の値上がりが見え始めてきたので、一進一退の状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・参議院選挙での与党圧勝により、今後の追加経済政策の実行に期待したい。地方都市では、今のところアベノミクスの効果を実感できておらず、今後2、3か月は現状維持である。
		百貨店（販売促進担当）	・参議院選挙も終了し、落ち込んでいた来客数の動向が気になるが、基本的に節約志向は変わらず、大きな変化はない。
		百貨店（店長）	・中央の大手企業の好況がいずれ地方にと思っていたが、具体的にその時期が見えない。
		スーパー（店長）	・周りでは夏の賞与が出せない企業が多く、当地域ですぐに景気が上昇するとは到底思えない。
		スーパー（店長）	・曜日ごとの客数は数か月間変化がない。
		スーパー（総務担当）	・参議院選挙での自民党圧勝後、景気に対する期待感から少しは売上が上がるかと思ったが、特にそういうことはなかった。来年の消費税増税もあるので客の財布のひもが緩むということはない。
		スーパー（統括）	・市況の乱高下はあるものの、売上高、来客数共に堅調に推移しており、消費税増税が具体化するまでは今の状況が続く。
		スーパー（商品部担当）	・市場全体が値上げ傾向にあり、消費拡大にはつながらない。
		コンビニ（経営者）	・近隣の競合店が閉店したものの、最近近くに別の店が開店したので、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアの季節変動では夏、7～8月がピークである。いずれにせよ気温が低下すると下がってしまうことになる。今がピークで、秋からは若干売上、来客数共に落ちてしまうと言わざるを得ない。
		衣料品専門店（統括）	・先月ごろから祭り用商材の注文が増えている。8月の夏祭り用としての注文が安定してきており、個人使用の衣装も順調である。何とか秋まで継続できれば良いと考えている。
		衣料品専門店（販売担当）	・今月は徐々に悪くなり、そこに参議院選挙が追い打ちをかけたような形である。客との会話でも、身の回りの生活必需品や食卓に上る物が相当値上がりしているという痛切な声が聞かれる。そのような状況では、プラスに動くような要素は見当たらず、今後も変わらないのではないかという印象である。
		家電量販店（店長）	・秋へ向かって新製品が多く発売されるため、期待は持てる。テレビの回復が今後の課題である。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の車に対する関心がまた少し遠のいた感があり、思うように商談が前進しない。
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3か月前と全く経済状況は変わっていないが、当店の得意先のホテル、旅館関係のうち、エリアで一番大きなホテルが東日本大震災の後遺症のような感じで、今月で閉鎖することになり、品物を納入していた業者も廃業に追い込まれたりしている。良くなる条件は全く見当たらない。これ以上、そう極端に悪くならないとは思いますが、このまま低水準での推移が続く。
		乗用車販売店（管理担当）	・ガソリン価格が急上昇しているが、必要時の燃料は消費する。しかし、車の買換えについては、ガソリン車以外では現在はハイブリットカーであるが、価格が高くコンパクトなハイブリットカーは少ないため、買換えにはつながらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・特に良くなる理由が見当たらないので、現状維持が精一杯である。
		住関連専門店（店長）	・客は価格に敏感で、価格競争が厳しくなる中、買上点数も厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（仕入担当）	・消費税増税をにらみ、消費に慎重な様子がかがえる。食料品、ガソリン等の値上げも重なり、住関連品の購買は今後も同様の傾向が続く。
		一般レストラン（経営者）	・参議院選挙後、政権が安定したが、アベノミクスの効果は一部の企業に反映されているものの、なかなか末端まではまだ実感が出て来ないので、まだ時間がかかる。
		一般レストラン（経営者）	・夏休みであるが、客の動きが例年より悪く、今年良くなるような傾向は見えない。
		一般レストラン（経営者）	・地方ではまだまだ上昇する雰囲気はない。願ってはいるものの、政権が唱えることが現実になるのは程遠いことに思える。
		スナック（経営者）	・例年8、9、10月と売上が落ちるということを踏まえ、現在客の動きが少し良くなっているので、今と変わらないくらいに来店してもらえないのではないかと期待している。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、現在の悪い状態からこれ以上変わらないで欲しいということである。アベノミクスがなかなか末端まで届かないので、あまり信用していない。なんとかならないものか。
		観光型ホテル（経営者）	・先行きが非常に不透明である。先日もまた円高が進み、株価が下落している。国民が生活に豊かさを感じられないなかで、必需品の値上げが先行されると、余暇を楽しむ気持ちにもなれないのではないかと思う。
		観光型旅館（経営者）	・現状の入込では前年並みと予想している。
		都市型ホテル（支配人）	・先の予約状況からして、それほど良くも悪くもなく、同じような状態が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・8月は年間で一番多忙な時期でもあるので多少は良くなると思うが、9～10月あたりは逆に一番稼働が悪い時期なので、それほど良くなる可能性はない。
		旅行代理店（副支店長）	・現況では変わらない。景気回復と言われているが、地方が回復傾向となるまでにはかなり時差がある。人口の多い大都市の受注が上がるのは当たり前で、地方の受注が上がって初めて景気回復と言えるのではないか。燃料価格の問題や消費増税の影響がこの先懸念される。
		タクシー運転手	・2～3か月前から当地域に同業者が増えたので、しばらくは平行線で行く。
		タクシー（経営者）	・不景気感があるので、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・様々な物が値上がりし節約傾向にある中では、新規加入には結び付かない。
		通信会社（局長）	・個人消費の向上が実感できない。期待感ばかりが空回りしている。
		テーマパーク（職員）	・6、7月の入込状況が悪いのに加え、不安定な天候が続いていることから、アイスやドリンクなどの夏季向け商材の販売不振も続いており、期待が持てない状況である。
		ゴルフ場（支配人）	・予約は順調に伸びているものの、プレイ料金に納得しないと予約が入らないので、ますます客単価は下がっていく。
		ゴルフ場（業務担当）	・現在から向こう3か月先の予約の取込みについて、結構引き合いが来ているので、それなりの取込みはできるのかと感じている。ただし、皆できるだけプレイ費を安くと考えているようで、単価は前年を下回っている状況である。潤っている中身としては、シニア層、年配客の利用が多くなり、ゴルフ場全体の利用者数を引き上げているということであるが、年配客はあまり余計なお金を使わないので、単価は出てこない。そのため、収益の改善はあまり見込めない。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪等の売上が前年とそれほど変わらないからである。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・2、3か月で変化があるとは思えない。
		その他サービス [イベント企画] (職員)	・燃料費の高騰等、先行きが不透明で慎重にならざるを得ない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の停滞感を脱した客層からの別荘需要が見込まれつつある。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税後の政府の住宅取得者への「給付措置」で対象となる年収制限が、当社の購買者層と合致しないことが予想され、増税後は販売が厳しくなる。また、原材料高で特に一般建築部門の原価が圧迫され、これまで通りの拡大路線は取りづらくなる。

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・最近、経費増が目につくようになった。その割には売上が伸びず、苦戦している。
		商店街（代表者）	・駅前立地でありながら、観光客等、街を歩く客の減少を感じる。車のみが渋滞している。贈答需要についても、春の天候不順により農作物に影響が出て、良い商品が確保できない状況である。
		コンビニ（経営者）	・夏休みが終わり、来客数が減るからである。
		乗用車販売店（従業員）	・受注台数が減少しているので現在の状況が続く。消費税増税の動向で変化する。
		乗用車販売店（店長）	・このままの状態が続けばまだ良い方かも知れないが、消費税が上がるとともに物を買おうという客は減っていく。特に、高額商品はその分掛かる税も上がるので、厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・このまま仕入原価高騰が続くとすると、価格見直しの影響により見通しは暗い。
		観光型ホテル（営業担当）	・国内旅行のトレンドが、世界遺産で盛り上がる富士山やスカイツリーなど、メディアの取り上げによるものも大きく、特定の地域に向いている。それ以外の観光地では影響を受ける可能性が高いと感じている。
		旅行代理店（所長）	・外国人の来訪は順調に増えているものの、団体ではなくあくまで個人なので、全体数の押し上げには至っていない。さらに、富士山の世界遺産登録で、山梨、静岡の富士山エリアの秋の団体受注が好調であるという情報をかんがみると、当地域の厳しい状況は今後も続く。
		通信会社（経営者）	・脱デフレは輸入品の価格高騰によるものだけで、実体経済は高く仕入れて安く売らざるを得ず、むしろ悪化している。この上、消費税が増税されれば完全に失速する。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・ガソリン代、その他購買品が値上がりする動きになっているため、来客数が徐々に減ってきて、やや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税が決まると駆け込みの仕事はなくなり仕事量が減少する。
		設計事務所（所長）	・今後の消費税の動向もあるが、大企業はともかく地方の中小企業には、今のところ景気向上や設備投資意欲を喚起させるような要素は感じられない。
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の时限措置期間が終了すると同時に急激に冷え込むと予想している。		
	悪くなる	商店街（代表者）	・冬の物を扱わないので、毎年秋が来ると悪くなるのだが、今年は7月の半ばごろに大型スポーツ店が出店したので、二重の意味で売上が落ち、かなり悪くなると覚悟している。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・世界遺産に絡めいろいろな発想でイベントをしているが、あまりうまくいかない。花など自然の方でも様々なイベントをしているが、うまくかみ合っていないような気がする。良くなるような要素は全くない。
		スーパー（経営者）	・物価上昇圧力により更に悪化する。
		コンビニ（店長）	・近隣に同業他社が出店してくるため、影響を受け、3か月後は確実に悪くなる。
		高級レストラン（店長）	・昨年当社のビルに入居していた事務所が撤退した後、まだ後の入居者が決まっていない。それに加えて今月一杯でもう1店舗が出ていくことになっており、入居者の予定もないので、かなり厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・暑い日が続いてもタクシーの利用客が少ないのでは、今後ますますひどい状態になるのではないかと心配である。
		通信会社（経営者）	・中央ではアベノミクスの影響で部分的にバブル期を迎えているようだが、地方の街ではみじんも感じられない。地域の商店や中小零細企業がメインユーザーの当社にとって厳しい時期はまだ続くという予測しか立たない。
企業 動向 関連  (北関東)	良くなる	食料品製造業（営業統括）	・富士山周辺の地域を中心に来県者の増加が見られ、ますますワインの販売量の増加が期待できる。また、8月に発表される国産ワインコンクールの結果も更に拍車を掛けるものと思われる。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・新規事業で土地を購入して0.5～1.5メガのソーラー発電の準備をしている。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・7月より新規品が立ち上がったが、当社全体としてはいまだに赤字を抜け出せていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内に残る自動車関連部品は底堅く推移するが、まだまだ回復の勢いは弱い。秋から建設機械関連の生産に回復の動きが予想されている。新規開発品の動きも徐々に本格化する見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・宝飾品の需要期は秋口であることから若干の伸びは期待できそうだが、前年を上回ることができるかは疑問である。
		建設業（開発担当）	・東日本大震災の影響で作業員不足が続いているため、公共工事の労務単価が上昇し、発注単価も上昇、結果的に発注額も上がった。今後は、5年以上も続いていた安値受注からの脱皮が期待できる。また、自民党政権により公共工事への重要性が認識されているので、期待できる。
		通信業（経営者）	・売上等を見ると前年とほとんど変わらない状況だが、得意先の話や聞くと新規発注の気配が出てきた段階なので、期待感を込めてやや良くなる。
		金融業（調査担当）	・現在の状況が続く見通しである。建設関連では公共工事量の増加も予想される。
		金融業（経営企画担当）	・製造業についてはアベノミクス効果が波及してくることへの期待が大きい。サービス業では、富士山の世界遺産登録の効果が今後さらに大きくなるとの期待がある。
		司法書士	・本当にわずかではあるが、徐々に良くなっているの、そろそろ少し上向き加減を実感できるようになるのかなという気がしている。
		食料品製造業（製造担当）	・当社の商品だけを買いに来てもらうのは非常に難しいので、いろいろと呼びかけて、悪くならないように努力するだけである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今後の見通しは難しく、分かりづらい状況である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新商品を投入しているものの、全く予想すら付かない状態である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・どん底状態が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量が多くなるという具体的な話は何もない。先のことが見込めない、とても不安になっている。我々にも早くアベノミクスの影響が来ないかと待ち望んでいる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内でどんどん生産できるようになれば景気も回復すると思うが、今の状態では考えられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・中国からは大分仕事が離れて行きそうな感じが、中国がダメだから国内に戻ると言うような話は全然聞かない。次に候補に挙がっているのがベトナムで、ベトナム調達をするといった話がかかなり出てきている。海外シフトは全然止まらず、苦しい状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先からの新機種の受注量は、市場動向がまだ不鮮明であり、安定していない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・参議院選挙は自民党支持が圧倒的多数で終了した。景況が若干改善されつつあるとはいえ、当業界の受注内容は依然として厳しい状況にある。早急に的確な景気対策を行ってほしいと願っている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月はやや良くなっている状況だが、これから2～3か月先は日々状況が変わるので分からない。これ以上は良くなれないと思うので、今の調子で下がらなければよい。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手自動車メーカーの3か月見通しによると、8月は大幅に減少、9、10月は若干増加基調となるが、一部車種は減産となる。国内的には若干の伸びにとどまり、海外でその分をカバーする状況で、売上は横ばい、コストがどんどん上がってきていることから収益面では厳しい状況が続く。
		建設業（総務担当）	・極端に良くなるという情報や材料もないが、参議院選挙でねじれ状態が解消したこともあり、ここ1～2年のようなお先真っ暗といった状況からは脱しているの、今後はあまり変わらない。
		輸送業（営業担当）	・今後もそこそこの暑さが続きそうなので、飲料水等の輸送の物量は良好に確保できそうである。その反面、暑い日が続く家畜等が餌を食べる量が減り、飼料等の輸送が落ち込んでいる。また、円安による原油高で燃料コストが上がり、利益の少ない状態が続いている。
		金融業（役員）	・一部建設業や自動車関連では良くなりつつあるが、それ以外の業種においては、まだ大企業と違って中小企業の末端まで、良さが全然伝わって来ない。
不動産業（管理担当）	・顧客によっては必要なものは価格を下げないでお願いできるが、上げる場合は他社との相見積りが相変わらず多いため、今後も当面の間は難しい。		



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
		新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・量販店の店長は、消費税増税が決まれば一時的に家電などの値が張る商品の購入は増えるだろうが、反面、日常の消費は落ちると警戒していると話していた。
		経営コンサルタント	・市場の回復傾向が感覚的にも感じられる個々の企業は見受けられるものの、まだ様子見の段階と思われる。
		社会保険労務士	・輸出産業は多少、派遣社員を増やしているが、いつまで続くのか不透明であり、先行きは大きくは変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・特段の変化は見られない。肌で感じるようになるまでにはまだ時間がかかる。
	やや悪くなる	化学工業(経営者)	・当地域では鉄骨加工、建築関連、金属加工の業種が悪く、当社製品の販売が伸びない。その上に仕入原材料の値上がり分を思うように転嫁できず、利益確保が難しくなっている。
		電気機械器具製造業(経営者)	・安定した仕事はなく、先行き不透明である。
		不動産業(経営者)	・新築住宅、賃貸新築物件が次々と建てられているが、その反面、これまでに空家、空室が増えている。消費のアンバランスが大きくなりそうで不安を感じている。
		広告代理店(営業担当)	・商品の値上げ、来年の消費税増税など不安材料ばかりで、この先の地方経済は相当悪化する、という話をよく聞く。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・相変わらず利益がなかなか出ず、資金繰りが大変である。
	雇用 関連  (北関東)	良くなる	—
やや良くなる		人材派遣会社(経営者)	・お盆明けから少し仕事が入っているの、今よりは若干良くなる予定である。
		人材派遣会社(社員)	・以前に比べ、周辺のホテル、旅館からの引き合いが増えてきている。その分集客を見込める状況になったと判断しているようである。まだ成約に至っておらず、どうなるかは分からないが、取引先が集客を見込んでいるという状況は明らかである。
		職業安定所(職員)	・企業に景況などを聞くと、受注が少し増えてきたという回答をするところが増えてきている。
変わらない		人材派遣会社(経営者)	・自動車関連等と電子電機の動きはほぼ横並びの状態かと見込んでいる。住宅関連は期待しているが、まだいまのところは一進一退である。秋口にかけて、衣料品がどのような出足になるかが不安材料である。小売店、百貨店等の販売はかなり伸びていると思われるが、微妙で不透明なところである。
		人材派遣会社(管理担当)	・派遣は順調であるが、夏季休暇の影響で求人求職は停滞する。
		職業安定所(職員)	・ここ数か月の新規求人の状況をみると、前年同月比で1月が1割減、2月はほぼ横ばい、3月は5.6%減、4月は8.6%減、5月は12.7%減となっている。6月は19.2%増加しているが、短期間の求人が相当数含まれている。対して新規求職者数については、4～6月にかけて追加の早期退職実施が何度もあり、増加幅は縮小しているものの、4月は前年同月比7.5%増、5月が6.4%増、6月も2.6%増と増加傾向が続いている。求人は減少気味、求職者は増加傾向という形である。企業訪問などで事業主に話を聞いても、依然新規求人などは厳しい状況であり、状況は変わらない。
		職業安定所(職員)	・ねじれ国会解消により動きはあるものと考えているが、地方波及には時間がかかる。
		職業安定所(職員)	・大手企業の多い県と比較すると、当県は中小零細企業が中心であることから、景気の回復を感じ取るまでには時間がかかる。
		民間職業紹介機関(経営者)	・求人をけん引する製造業において正社員の採用条件が厳しく、受注予測が難しいためか採用意欲に強さが無い。景気回復の実感が見えにくい。
		学校〔専門学校〕(副校長)	・景気動向がどうなるかは分からないが、実際問題として地方まで景気の上昇傾向は見られず、特に、営業職などの職種の増加はない。この時期、各企業の物品等の入替えなども低調であり、景気回復による求人増までにはもう少し時間がかかる。
やや悪くなる		人材派遣会社(営業担当)	・消費税増税など、身近に課題や問題点が多すぎる。

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	—	—

#### 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  (南関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・全体的に当地域における景気は良くなる。祭り景気もあったが、その他にも非常に明るい見通しを持って我々は商売にかかわっているため、今後も売上は伸びる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府のアナウンスメントが非常に評判が良いからである。
		観光名所（職員）	・今は夏休みに入り、徐々に客は増えているが、3か月後は秋の観光シーズンが始まる。観光地にとってはトップシーズンになるので、客が増えることを期待している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・参議院選挙の結果がアベノミクスを後押しするものだったので、おそらくやや良いぐらいの景気は持続すると思う。消費税増税問題はあるが、決まったら決まっただ、実際に上がるまでの数か月は高額なものを中心に駆け込み需要が高まりそうである。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・我々の業種にもやはり多少なりともアベノミクスの恩恵を授かりたいと思っている。どの程度末端にまで到達するか、時間的なことは分からないが、希望的観測としてはやや良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・参議院選挙で現政権が大勝してねじれが解消したので、これから良くなっていく。
		百貨店（広報担当）	・当社店舗における商品販売動向から、消費動向に若干の明るさが感じられる。
		百貨店（販売管理担当）	・消費税率引上げというネガティブな事柄が予定されているものの、宝飾や時計などを中心に高額所得者の購買意欲は継続して堅調に推移していることと、最も客の生活に密着している食料品が前年を上回る実績を残しているためである。
		百貨店（店長）	・ねじれ国会の解消への期待と、秋からの賃金上昇のためである。
		スーパー（ネット宅配担当）	・円安の影響が更に出てくる。製造業の好業績が消費を活発にさせることは間違いない。原材料の値上がりから食品価格が全般に高騰しているが、消費の質の変化をとらえられれば業績は上げられる。
		コンビニ（経営者）	・高付加価値商品への期待はさらに増しているようで、しばらくは現在の上昇基調に変化はない。
		コンビニ（商品開発担当）	・現時点では天候も多少落ち着いているが、8月後半の残暑に期待している。
		家電量販店（営業統括）	・日用品や家電分野では依然として価格に対する厳しい要求があり、デフレ脱却はほど遠い。しかし、外国人観光客の増加、消費税増税前の不動産取得による耐久消費財購入、夏から秋にかけてのレジャー需要増進などにより、しばらくは消費拡大傾向は続く。
		家電量販店（統括）	・消費税増税前の特需に期待する。
		乗用車販売店（経営者）	・急激な伸びは無理だが、来客数と売上が今後も増加する見込みである。
		乗用車販売店（販売担当）	・新車及びトラックの売行きについては、中古車も含め、ある程度上下するが、全体としての購買意欲は高いままで推移している。アベノミクス、株価上昇、現政権の圧勝など、今後の先行きについては明るい見通しがあるようである。
		高級レストラン（支配人）	・10月以降の予約状況は、前年に比べるとやや動きが早い。個人の利用は比較的安定しているので、法人の動きが活発になれば秋以降期待が持てる。
		一般レストラン（経営者）	・今がかなり悪いので、2、3か月先の景気は少し良くなると思う。また、ケータリングの予約もかなり入っているので、今よりは少し良くなると期待している。
		一般レストラン（経営者）	・参議院選挙で現政権が勝利し、ねじれが解消されて法案成立が進む。また、アベノミクスの景気対策等で少しずつ勢いは出るが、来年4月の消費税増税に向けて秋ごろまで議論されるので、消費が冷え込んだり、駆け込み需要等があったりと良いところと悪いところがあり、まだどうなるか分からない状態である。少しずつ上向いてきてもらわないと困るので期待を込めて少し良くなる。

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
		旅行代理店（経営者）	・秋の行楽シーズンに向けての問い合わせは大幅増えてきているので、できることならそれが全部仕事につながってくればという状況であり、やや良くなっていく。
		タクシー運転手	・参議院選挙も終わってねじれが解消し、政局も安定の方向に推移し、本格的に景気回復するとみて良くなる。
		タクシー運転手	・建築関係の仕事が上向きという客の話に期待が持てそうである。走っていると建築現場を目にすることが多く、大型車や資材を積んだ車を多く目にする。確かに良くなりつつあるようである。
		タクシー（団体役員）	・参議院選挙で与党が大勝したことで、ねじれ国会が解消し、しばらく安定するとともに景気も上向きと期待している。全体的な動きが良い方向になる。
		通信会社（経営者）	・政局の安定が消費者心理に良い影響を与える。
		通信会社（経営者）	・アベノミクス効果は感じられないが、参議院選挙も現政権が勝利し、長期政権になりそうなので今後期待したい。
		通信会社（社員）	・契約の見込みが立つようになってきた。イベント時の客の反応も良かったため、今後につながっていくと見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・大手企業を始め利益が出ているようであり、従業員の所得が増えるようになれば、消費意欲が増加すると感じる。また、連日の景気上向きとのニュースの影響で、消費者は近い将来、景気は良くなると感じている。
		通信会社（総務担当）	・参議院選挙も終わり、経済政策が推進されるという希望的観測である。しかし、消費税増税の影響によっては実質的に景気が冷え込むことも考えられる。
		ゴルフ場（支配人）	・秋口の予約が順調に推移している。
		美容室（経営者）	・アベノミクスの影響ではないかと思う。
		その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・ここ数か月同じような回答だが、希望的観測でやや良くなる。
		その他サービス [保険代理店]（経営者）	・期待も込めて、秋口ぐらいから販売量が少し増加し、顧客単価も上がってくる。
		設計事務所（経営者）	・取引先の来客数が増えてきており、これからの計画が出てきているため、当社の受注量が増えることが期待できる。
		設計事務所（所長）	・現在、官公庁の仕事は耐震補強に関する業務が中心である。これをきっかけに民間業務が活発になることを期待してやや良くなる。
		設計事務所（所長）	・現在動いている物件が成約すれば多少上向きが、それ以降の受注の予定が見込めず、長期展望は考えにくい。
		住宅販売会社（経営者）	・やや良くなることを期待しての回答である。円安の影響で自動車産業などの輸出関連企業は良いようだが、我々中小企業はまだ不況の中にある。建設業については、建設費が高騰しているために赤字の仕事が非常に多くなっている。大企業だけではなく、中小企業の景気対策を期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み客による商談が増えているため、その需要が8、9月に見込まれる。受注残が増えているので、9月の上期売上は増加する見込みである。
		住宅販売会社（従業員）	・参議院選挙の結果、消費税増税はまず間違いなく実施される見通しとなったことで、改めて増税前の駆け込み需要が発生すると考えられる。
	変わらない	商店街（代表者）	・アベノミクスということで、経済状況を少しでも良くしなければならぬとやっているが、我々中小零細企業にはなかなかその恩恵が至らず、全く関係ないような感じがしている。もし恩恵を感じるようになるとしても、今年の暮れか来年初めになるのではないかと。
		商店街（代表者）	・今年は予測がつかないような非常に変わった天候が続いている。とにかく天気が良くて涼くなれば客の動きが良くなると思うが、今の状態ではなかなか難しい。普通の天候が続いてもらわないと商店街としては大変である。
		商店街（代表者）	・水物が非常に売れてくるのではないかと思うが、やはり天気次第で左右されるのではないかと。
		商店街（代表者）	・抜本的な構造の変化には期待できない。
		一般小売店 [家電]（経理担当）	・家電を買う客は二極化しているように思う。以前の消費税増税前は駆け込み需要があったが、今回は全くみられない。
		一般小売店 [家具]（経営者）	・アベノミクスで株価等が上がってきた時には良くなると思っていたが、ここへきてしぼんでしまい、今の状態がこれからの続きそうである。

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
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・3か月後、想定するプラスとマイナスの原因がお互い引っ張り合い、プラスマイナスゼロだと考えている。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・7、8月はなかなか案件がない時期だが、今月は特に良く、案件に恵まれている。また、この後の9月、特に10月以降の消費税増税に伴うようなことで、客から商品の問い合わせなども受けているので、このまま良い調子が続くのではないかと考えている。
		百貨店(売場主任)	・消費税が今後どうなるのか客は様子見しているようである。購買意欲はまだ変わらないという状況である。
		百貨店(総務担当)	・個人所得が上がるとは思えないし、消費税増税も阻害要因になる。
		百貨店(広報担当)	・参議院選挙が現政権圧勝に終わり、当面は政府による景気拡大策が継続すると思われる。また、衆参両院のねじれが解消され、来年4月の消費税増税も現実味を帯びてきた。このままいけば、顧客動向として消費税増税前の駆け込み需要も期待され、販売する側でも、そこを狙って各種販売促進策を仕掛けていくため、売上は現在の好調を維持する。
		百貨店(営業担当)	・婦人服をはじめ衣料関連のバーゲン商品の動きが、天候不順とバーゲン会期の影響により低調である。アベノミクスの好影響は一部美術宝飾品にとどまっている。
		百貨店(営業担当)	・マクロでは景気が上昇しつつある感覚はあるものの、婦人服に関してはまだ反応が鈍い。今後も秋口にかけての大きな伸びは、商品構成からも価格からも慎重に考えている。
		百貨店(営業担当)	・アパレル関連については、セール期間の変更により好不調の波がみられるが、全般的には復調傾向にあると推察される。一方で食料品については、販売価格の値上げの影響も含め商品単価が上昇しており、売上の底上げにつながっている。デフレ脱却という旗振りの下、しばらくはこの傾向が続く。
		百貨店(営業担当)	・企業業績に左右される年末ボーナスの増減にもよるが、消費税増税前の駆け込み需要による耐久消費財購買が多くなれば景気は上向くが、10月までは不透明なので変化はない。
		百貨店(販売促進担当)	・消費に慎重な動きは継続していく。
		百貨店(営業企画担当)	・株価は堅調に推移しており、宝飾品など高額品の好調は持続すると思われるが、海外特選ブランドは値上げに伴い販売量が減少し、伸び率が鈍化している。衣料品は、残暑の状況など季節要因が大きいのが、その影響を打ち消すだけの消費意欲の改善はまだ見られない。さらに秋に消費税増税の判断があると、直前の駆け込み需要以外は防衛的な消費傾向になると懸念している。当面は大きく悪化するとは思えないが、景気回復が個人の所得増につながらないと、本格的な回復にはつながらない。
		百貨店(副店長)	・高額品は好調な一方、デイリー需要が思った以上に伸びていない。当店は高額品のシェアが少ないので、魅力的なデイリー需要の喚起を複合的にしないとイケない。
		百貨店(計画管理担当)	・アベノミクスという言葉だけが独り歩きしている感が強く、一般大衆レベルまで好景気の恩恵を受けていない。セールの動きや客の買い方を鑑みるとこの先の消費が活発になるとは考えにくい。
		スーパー(経営者)	・今月は曜日回りがあまり良くないので、前半はそうでもなかったが後半はやはり伸び悩んでいる。当社へはなかなかアベノミクスの効果は出てこないような感じで、2~3か月先も同じような状態が続くのではないかと感じている。
		スーパー(店長)	・3か月後の予測は良い形に持っていきたいが、今現在行っている対策が、なかなか集客に結び付いていないため、今と変わらないような見通しである。店としても集客に向けて安売りをしたり、様々なイベントをしているが、来客数が前年に追い付いてくるような状況に至っていない。急に客が降って湧いてくるような状況にないため、変わらない。
		スーパー(店長)	・定番商品の販売量も以前と比べて持ち直してはいるものの、依然としてより安い物への趣向は変わらず、同じ様な状況がしばらく続く。

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
		スーパー（店長）	・政府の経済政策の効果が家計にはまだ反映されておらず、相変わらず低価格商品の割合が高い。景気が良くなる実感は、高額商品が動き出すことによると思われる。今後の消費税増税問題等、駆け込み需要は期待されるが、現状より良くなるというような感じではない。
		スーパー（店員）	・食料品についても、価値あるものに関しては高額でも買物をするが、まだ節約ムードから抜け切れていない。また、消費税増税を見越しての節約、倹約は更に加速する。
		スーパー（総務担当）	・アベノミクスによって景気が上向いているというが、まだ個人消費にはつながっていない。また、円安等でガソリン等が値上がりしている反面、個人消費につながる食品などの身の回りの品については逆に低価格志向になっている。もう一つは天候予見に左右されるが、大流行する、また、購買意欲を盛り立てるような話題、情報、そういった要件が見当たらないことから、このまま変わらずに前年を若干下回った推移を示すものと考えている。
		スーパー（営業担当）	・現政権の圧勝により景気対策が今後期待されるが、日本だけではなく世界的な情勢のなかで円安、株高傾向が続けばいいが、それが逆転されるようになってくると、日本の景気対策も鈍ってくるのではないかと。
		スーパー（仕入担当）	・景況感が良くなっているような報道が増えているが、円安の影響による輸入品の価格上昇、消費税増税の問題は今後の大きな懸念材料である。
		スーパー（仕入担当）	・各企業とも価格訴求は継続実施しており、数量が伸びても単価下落により金額が比例して伸びる状況ではなく、しばらくはまた続くものと思われる。
		コンビニ（経営者）	・夏で来客数及び単価が若干上がっていると思うので変わらない。
		コンビニ（経営者）	・景気回復と言われているが、末端までくるにはまだ相当時間がかかるように思う。また、何となく内外共に不安要素が多いので、これからもあまり良くなるとは思わない。
		コンビニ（経営者）	・環境の変化もなく、7月をみていると8月も同じように思える。
		コンビニ（エリア担当）	・政権も安定し、株価も高値で推移していることもあり、プラスに転じているトレンドの維持が可能だとみている。
		コンビニ（店長）	・近隣の人のためのコンビニであるには、例えばその食生活を支えとか、何か視点を変えていくことがこれからの進む方向と考えている。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費についてはまだ回復と言えるまでの兆しがみえず、依然として厳しい状況が続くと予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・収入のある人、ない人の差が大きくなり、アベノミクスの経済効果、消費のサイクルが末端まで届くようになるには、もう少し時間がかかるようで、今のところ景気の良い話はあまり聞こえてこない。
		衣料品専門店（経営者）	・選挙では現政権が大勝したが、景気動向は変わらない、あるいは分からないというのが現状である。これから秋の商戦に向かうが、9、10月もまだまだ不透明である。しっかりと見極めていきたい。
		衣料品専門店（経営者）	・今のところ景気回復は全く感じられず、客もこれからの政治に不安感がある様子であり、それが消費に影を落としている。
		衣料品専門店（店長）	・民間企業の従業員収入が増えるにはまだ時間がかかると思うので、年末あたりからに期待をしたい。
		家電量販店（店員）	・量販店は競合店との競争で、停滞状態は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしており、整備は順調に売上が伸びているが、販売の方はあまり芳しくない。10月に消費税の決定があると思うが、それによって今後の売上が左右される。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税のせいなのか客の動きが悪く感じる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・東日本大震災やタイの洪水等による新車受注残の新車需給バランスが正常に戻り、実績ベースでは前年比マイナス10%程度で推移するとみている。エコカー減税や新型車の投入で楽観視はしないが、これから2～3か月は現状と変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車に関する税金など、減税や免税等がないと変化しないように感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（総務担当）	・好転の気配もなく、今後も競争激化でユーザーの取合いが予想される。
		住関連専門店（統括）	・急激な来客数と販売量の増加は、なかなか見込めるものではなく、現在と同じような景気だと思う。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・食料品に対する消費者の意識が変わってきている気がする。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・年末に次世代ゲーム機の発売を控え、現在のゲーム機で最後となる大型タイトルがいくつも発売となるため、一時的な盛り上がりは期待できるが、厳しい状況に変わりはない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現時点が少し前より良い状態になっている。景気が現在より更に良くなるには、実際の所得が増えないと難しい。
		一般レストラン（経営者）	・アベノミクスは全く関係なく、段々悪くなるような感じである。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の建築ラッシュもあり、大きな落ち込み要因を感じない。
		一般レストラン（経営者）	・やっと下げ止まりの気配である。少し上向き加減かと思える数字も出てきているが、前年が悪過ぎたので前年を少し上回っても決して良い状態ではない。まだ大きく売上が伸びるとは感じない。
		一般レストラン（経営者）	・客から景気が良くなったという実感はあまり聞かれない。現政権が安定して、大きな財政出動も期待できそうになく、あまり経済的な政策を打ってくる感じもないので、少し期待外れの感がある。
		一般レストラン（スタッフ）	・全体的にみて良くはなっていない。ただし、業種によって動きそうな企業は割と使用してくれている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の話も不明確になってきているので、しばらく景気が低迷するのではないかと。
		旅行代理店（従業員）	・予約件数は前年に追いついていないものの、秋口の見積り件数が日々増えてきているので今後の予約に期待ができる。
		旅行代理店（従業員）	・進捗状況は前年比でほぼ変わらないが、天候要因で受注状況は少し悪いのである。
		旅行代理店（従業員）	・平行線をたどるのではないかと。単価が上がる気配がない。
		旅行代理店（支店長）	・参議院選挙の結果により、世間的には安定した雰囲気になると思うが、旅行への結び付きはすぐには出てこないため、良い条件にはならない。また、英国でロイヤルベビーが誕生し、一部の海外には影響すると思うが、全体ではどうなのかと思うので、あまり材料もなく、変わらない。
		タクシー運転手	・来月に入れば多少は良くなる可能性もあるが、現在とあまり変わらない。やはり参議院選挙の後ということなので、どの企業でもあまり良いという話は聞かない。
		タクシー運転手	・参議院選挙も終わり、客も含めこれからの動向を探ろうとしているところである。
		通信会社（経営者）	・テレビや携帯電話等、これといった目玉がなく、営業体制の強化でボリュームアップにつなげる意向である。
		通信会社（営業担当）	・景気回復の効果を現場で体感するまでには、まだ相当な時間がかかる。
		通信会社（営業担当）	・月額料金の安さだけでサービスを求めるユーザーと、自分が価値があると考えているサービスであれば月額料金が上がっても構わないユーザーに分かれている状況がここ数年月続いている。
		通信会社（局長）	・為替による好景気、個人投資家の状況が大きく報道されているものの、全体を見渡せば景気回復の実感はまだ感じられない。悪化こそしていないものの、好況と感じる国民はごくわずかであり、一喜一憂する民間人にとって、確実な底上げはほど遠い印象である。
		通信会社（局長）	・年内はこの調子と思われる。4Kテレビも普及するにはまだ時間がかかる要素が多く、購買量の著しい増加が期待できる商材に乏しい。
		ゴルフ場（従業員）	・悪くなるとは思わないが、長い年月の景気の低迷はそう簡単には良くなる。中国製品があふれ、でも、日本の原点はものづくりであり、日本はどこに向かうべきか考えていきたい。
		ゴルフ場（支配人）	・来客数は増えているように感じるが、単価の低下に歯止めがかからず、売上の増加は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		パチンコ店（経営者）	・パチンコをする場合、人気のある機械にいくらか左右される。それなりに機械はあるのだが、この先、大量導入するような機械は見当たらない。そういうことも含めてさほど変わらない。	
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・来客数の急激な回復要因は見当たらない。また、客単価は上昇しているものの、減少する来客数に対して緩やかな上昇幅であり、取り戻しきれていない。	
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・来場者や催事予約も堅調に推移しており、販売単価も上がっているため現状の景気は良い。ただし、2、3か月先については現状から更に良くなる要因はあまり見当たらず、家計所得の増加も半年先くらいと見込んでいる。	
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・生徒数の増加もみられず、横ばい状態である。今後3か月も景気が良くなるような兆候はみられない。	
		設計事務所（経営者）	・設計の受注に対して新しい考え方を持たなくてはならなくなった。今までは耐震診断、耐震補強という国の施策の中での設計が非常に忙しかった。しかし、公的なものの耐震補強及び診断は約80～90%終わった。これからは民間の中で仕事を見付けねばならず、顧客獲得やPRに重点を置いた営業施策を考えていくようになる。新しい社員を募集して、それに向かったの努力が必要だと思っている。	
		設計事務所（所長）	・仕事の絶対量が不足している。やはりかなりの業者が倒産ないし店じまいしているのが現状である。工場や事務所がどんどん建設されるような景気状況にならなければ、実際の景気は良くなる。これから耐震補強工事など様々な改修工事が主体になると思うが、仕事量ももっと多くなることには景気は良くなる。	
		設計事務所（職員）	・東日本大震災以降の資材高騰、労務不足に基づく建設コスト上昇は続いている。オリンピック招致が決定すれば、関連案件以外の選択、選別が進みコストは更に上昇すると思われる。	
		住宅販売会社（従業員）	・9月末までに契約済みの請負案件は完成、引渡しの際に関係なく消費税が現行のままとのことなので、9月までに請負契約を締結したいという客が多い。9月までは景気が良い状況が続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・戸建用地に関しては厳しい状況が続く。他の投資家向けのアパート販売がうまく進めば、良くなっていく。	
		その他住宅 [住宅資材] (営業)	・消費税増税前の駆け込み需要がしばらくは継続する。ただし、その先は急激に減少する可能性がある。	
		やや悪くなる	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・まだまだ暑さが続きそうなので、客足が鈍くなるのではないかと。また、5月の母の日以降、ギフト商品の売上があまり振るわず、お盆の需要も鈍くなりそうである。
			一般小売店 [家電] (経理担当)	・夏も終わり、これといった買物の時期ではなくなるが、様々なキャンペーンが始まる。今は待っている商売ではとても厳しくなっているので、こちらから出向いていかないと進まない。夏と比べると良いとは思えない。
			一般小売店 [祭用品] (経営者)	・一般消費者は、まだ買い控えの傾向にある。
			一般小売店 [茶] (営業担当)	・最近では急須を使って緑茶を飲む人が少なくなっているが、会社需要のあった自動給茶機は休止による回収が増えてきて、茶葉や粉末の煎茶の売上減少に歯止めがかからず、低迷し続けている。
百貨店（総務担当）	・一般消費者の経済的な好影響がみられない限り、相場の乱高下や来年度の消費税増税も含めて個人消費が高まっていくとは考えにくい。7月についても衣料品やギフトも前年を割った状態のため、今後も先行きが明るい状況はなかなか見えてこない。			
コンビニ（経営者）	・景気回復の実感が無い。			
衣料品専門店（経営者）	・暑さが続くといった長期予報で数字が読みずらく、秋物の展開に不安が残る。夏物最終バーゲンの売上粗利も問題である。			
衣料品専門店（経営者）	・衣料品のほとんどが現在、中国、韓国、東南アジアからの輸入品だが、このところ徐々に値上がりしてきている。2千円で売れるものが2,500円ぐらいでの販売となり、リーズナブルな価格で販売できなくなってきている。値上がりがこのまま続くと消費者が離れ、販売が落ちないか不安である。			
その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	・競合店が準備中のためである。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・客単価は上がっているが乗客数が前年を下回っており、一部の人に動きが限定されている傾向は、消費税増税等の購買マインドを押し下げる要因となりそうなため、悪化するのではないかと。
		都市型ホテル（経営者）	・今後も客単価の上昇はなかなか見込まれず、消費税増税などが宣伝されれば悪影響となり、ますます客が来なくなるという悪循環に陥る。この先3か月も非常に厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの家族利用予約は、誕生日、還暦、喜寿等の記念日は比較的単価の高い店に入るが、平日の友人との会食や家族での単なる外食利用での比較的単価の低い店の予約は前年比2割ほど減少している。宴会の法人利用は予約は入ってきているが、前年比で2～3割人数が少ない。その分を婚礼の個人利用でカバーしている。宿泊は秋に周辺での大型のイベント開催が決定し、その予約は確定していないがかなりの数が見込める。また、その大型イベントを避けた他のイベントも開催が決まり、これから予約が入るものと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年夏季は販売量が落ち込む時期ではあるが、動きがかなり鈍く、先の予約状況が厳しくなっている。直近の動きもほとんどなく、景気が良くなっているという実感はない。先の景気も改善がみられないので悪い方へ向かう。
		通信会社（営業担当）	・物価は上昇傾向だが、収入増につながるものがみえてこない。可能な限り支出を控える意識が広がりそうである。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・今月は参議院選挙があり、選挙がある月は決まって売上が低迷するのだが、想定以上に悪かった。今後も明るい材料がないため、景気が更に悪化していく。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・夏期講習の生徒数が前年の2割減と非常に厳しい状況である。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・7月は来客数も販売量も減少の一途をたどっているなかで仏事の注文があり、売上は3か月前と比べても大きくは変わらない。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・昨年オープンした競合店の影響は当分続く。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・一般の給料は上がっておらず、諸物価はどんどん上がっている。消費税も増税するというような話になっており、消費マインドは段々下がってくると思うので、ますます景気は悪くなる。
衣料品専門店（営業担当）		・政治が景気を良くしたという話であるが、末端ではその風すら感じられない。いまだかつてない出来事だが、商品を取り置きしていた客の中で、今月の給料が少なかったからキャンセルしたいという客が2名いた。こういう状況を客から感じるが多くなってきている。	
企業 動向 関連  (南関東)	良くなる	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・全体的に受注が増えているため、売上増が期待できる。
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・やや良くなっている雰囲気は感じるが、はっきりとした数字が伴っている状況ではない。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の仕事が多くなってきているとの材料関係者からの情報が入ってきているので、秋口には我々中小企業にも回ってくると期待したい。また、新しい研究開発の仕事を手掛けているので、これに力を入れたい。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラック業界も本当はそろそろ上向きにならないといけない。今月は前半、後半と少し動きがあり、忙しくなる兆しが見えてきているとは思いますが、8月には夏休みがあるので、9月の秋口から忙しくなることを期待している。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・夏に入って売上が好調のためである。
		建設業（経営者）	・計画の案件は少しずつ出始めた感じがする。
		建設業（従業員）	・今後2か月も受注が確定しているものがあるので、やや良くなる。
		建設業（営業担当）	・参議院選挙も終わり、官庁関係の工事の発注が増えるとの声が聞こえている。また、民間設備投資では消費税が上がることを懸念し、顧客が前倒しの発注を検討しているため、受注が増え始めている。
		通信業（広報担当）	・アベノミクスの効果が徐々に浸透し、経営者のマインドが徐々に改善してくる。



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	
		金融業（統括）	・参議院選挙で保守が勝ったので、もう少し景気刺激策が取れ、株価等にも反映される。	
		金融業（支店長）	・参議院選挙の現政権圧勝により、国会のねじれが解消され、安定した政権運営が期待される。成長戦略により、物価上昇、景気浮揚につながる可能性がみえてきている。	
		金融業（支店長）	・取引先の受注状況は若干良くなっている傾向なので、今後資金的にも安定して、利益も少し出てくるのではないかと。	
		不動産業（総務担当）	・マンション販売の傾向として、価格が高くて角部屋など条件が良い住戸から売れていたが、ようやく最近になって、低価格帯の住戸にも申込が入り始めた。景気回復の実感が中堅層以下にも徐々に広がり始めていることがかい間見られるようになってきている。	
		広告代理店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がありそうである。	
		税理士	・アメリカの景気が少しずつ回復してきていることで、北米では自動車や電化製品等の日本製品が売れている。しかし、中国が少し失速している。その辺を差し引きすると一緒ぐらいである。いずれにしても海外で日本製品が売れている。それともう一つは、日本の政治がアベノミクス等で上向き傾向である。前政権下と比べて雲泥の差で良くなってきている。そのため、景気が引っ張られるところと実際に良くなっていくところがある。	
		税理士	・輸出産業の好景気が日本全体を盛り上げてくれると思う。デフレからの脱却の道筋もみえてきている。	
		経営コンサルタント	・ある駅前商店街で7月上旬に行なった朝市の人出をみて、秋に計画しているイベントでは、前年を上回る成果を期待して準備を行っているとのことである。	
		その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	・新規見積案件のなかで、3か月先くらいに2件成約の可能性があるので期待している。	
		変わらない	食料品製造業（経営者）	・状況としては良くなると思うが、秋以降だと思う。
			食料品製造業（経営者）	・参議院選挙が終わったが、これから先が良くなるという実感はわいていない。
			繊維工業（従業員）	・低価格品への関心は、よほど賃上げ等に大きな変化がない限りこのまま続くものと思われる。
			出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・名刺も印鑑も今は必要な物しか受注がないという状況である。もう少し景気が良くなってくるとプレゼントとしての印鑑も出てくるが、まだ横ばいである。
			出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・大手の業者が低価格の入札に参加しているのをみかける。仕事を選んではいけない状況の厳しさがうかがえる。
化学工業（従業員）	・販売数は少し良くなっているが、生産量を増やすほどではない。また、客先から景気判断の情報が全くないため、先行きのことはかなり不透明である。			
プラスチック製品製造業（経営者）	・マンション販売が増加傾向にあり、アベノミクスがもう少し浸透すれば住宅関連部品の受注に期待が持てそうなので、化粧品容器と医療容器と併せて利益につなげたい。			
金属製品製造業（経営者）	・国会では法案がスピード感を持って成立しやすい環境が整い、経済、成長戦略の実効性が出てくる。一方で消費税、原材料費、電力、燃料費など負の面もあり、当面は変わらない。			
一般機械器具製造業（経営者）	・新規受注が全然なく、あってもロット数の小さい利益幅が薄いようなものばかりで、ロットが大きいものは海外に持って行かれてしまったという状態が続いている。円安になると円高だろうと関係ない状態になってきており、困っている。			
電気機械器具製造業（経営者）	・新商品を出して頑張っているが、いくら品質の良い物を発売しても結局は価格勝負となり、品質の良さは無視される。現在、安物の商品の試作に追われている。技術屋としての心が痛む。			
電気機械器具製造業（経営者）	・大手企業については比較的良好な展開になっている。中小零細企業に対する影響は今のところ、ほとんど出ていない。待ちの姿勢で秋に期待をかけている。			
精密機械器具製造業（経営者）	・本格的な回復は来年になるような雰囲気である。大きな案件が非常に多くあるが、立ち上げは来年になる。			
その他製造業 [鞆]（経営者）	・状況としては、大きく良くも悪くもならないという様子なので、自分このまま続く。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		建設業（経理担当）	・以前から持ち込まれている案件はいくつかあるが、新たな事業の相談はまだまだ少ない。		
		輸送業（経営者）	・景気は一向に上向いていない。3か月後といっても、それは大変な予想であり、实体经济は非常に低迷していると判断する。		
		通信業（経営者）	・まだ具体的な気配がない。		
		金融業（従業員）	・不動産業や建設業では回復の気配も感じられるが、中小企業全体の業況はまだ厳しい。燃料価格や原材料価格の上昇による収益環境の悪化も懸念されており、楽観的な見方は少ない。		
		金融業（役員）	・値上げと消費税増税という二つの向かい風が予想されることから、しばらくは様子見の状況が続くであろう。長期的な戦略が立てづらい環境であり、景気が今よりも良くなるとは思えない。		
		不動産業（経営者）	・新築物件が完成から数か月苦戦中である。中古物件は1年以上の空きが相当数ある。		
		広告代理店（従業員）	・新規受注等の計画はなく、例年ある既存の受注は予定どおりである。		
		広告代理店（営業担当）	・ほぼ確実となっている消費税増税の政策が、来期の各クライアントの事業計画にどう響くか分からない。		
		社会保険労務士	・良くなるという要素が見当たらない。		
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注量を確保するために、受注価格の値下げを断行せざるを得ない状況が続く。		
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・ある分野では業績が明るい方向に向かっているが、一方では大変暗いという分野があるように、やはり全体的に良くなるか、悪くなるかという方向性はまだみえていない。ただし、明るい方向性も幅は大変小さい。		
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・落ち始めた需要が回復する要素があまり見当たらず、今後も状況が好転するとは考えにくい。		
		やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材の値上げが徐々に効いてくる。9月ごろの2段階値上げの話も出てきているので、後半に向けては厳しい状況になると推測している。
				プラスチック製品製造業（経営者）	・株安、円高が更に進むと思うので、景気は悪くなる。
金属製品製造業（経営者）	・現在の受注量増の原因が、消費税増税対策であったりすることから、受注の前倒し感を感じる。				
輸送業（経営者）	・例年9、10月は稼働日の減少等により売上が落ちる傾向にある。上昇が止まらない燃料価格の負担増により、経営は更に圧迫されるものと思われる。				
広告代理店（経営者）	・相変わらず景気回復の実感などなく、現政権が大勝した今、今後も金融的な景気政策が進むだろうが、将来不安と人材劣化の一方での賃金の高さ、世界の需要との質的ギャップを停滞要因と考えているので、政府が何かしても何も変わらない。				
経営コンサルタント	・例年夏休みがあるため8月の製造業は売上が下がる。今年は、それ以上に受注の減少傾向が響いてきそうである。				
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国の景気減速のためである。				
悪くなる				建設業（経営者）	・政策が実行されていない。
		建設業（経営者）	・消費税増税が導入がされたら駄目だと思う。		
		輸送業（経営者）	・仲間内に仕事の依頼をしても、先方からも頼もうと思っただけと言われる状態で、今本当に仕事なくなっているというのが我々零細企業の運送屋である。燃料は上がる一方であり、仕事はなくなる一方なので大変苦しんでいる。		
		輸送業（総務担当）	・国内集荷量が低迷しているなか、輸出で何とか売上確保を見込んでいたが、国際入札や国際契約の遅れで予定していた輸出が延期となり、実施日時は不明ということで、国内外の出荷は今後大幅に落ち込む見通しである。		
雇用関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・お盆明けから9、10月にかけての大々的な募集の予約がすでに20件あまり入っており、それが全部稼働すれば相当な数量が出てくるので期待している。		
		やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・雇用が増えることにより、良くなると想定している。	
		人材派遣会社（支店長）	・ねじれ国会が解消され、成長戦略の政策も、よりスピーディーに決定されることに期待が持てる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用手法が多様化するにつれ、予算が少し膨らむのではないだろうか。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・継続的な求人掲載が増えてきている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人が徐々に増えてきているので、多少良くなってくる。
		民間職業紹介機関（職員）	・我々のビジネスと連動性の高いC I 値、運行指数も上昇してきており、少なくとも下がる要素が現在は見当たらず、一致と先行指数に引っ張られて上がっていく可能性が高い。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造業の経営者と話をしたが、参議院選挙で現政権の圧勝により中国、韓国との関係がどうなるのか、しばらく見極めないで中国生産等の方針もはっきりしないという人も多い。
		人材派遣会社（社員）	・受注量は引き続き増加傾向が続くと思うが、直接雇用の求人で仕事を決める求職者が多く、派遣社員の採用は厳しい状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・現在の人材ニーズの好調感は継続する。
		人材派遣会社（支店長）	・雇用面で今以上に良くなると思われる材料が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・政局の安定により好景気への期待は持てるが、まだ雇用拡大には時間がかかりそうである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・9月以降の景気回復に期待したいところだが、春先に比べて求人数や職種に関してバラエティーに乏しい。
		職業安定所（職員）	・産業界の動向がつかめない。
		職業安定所（職員）	・雇用のミスマッチがあるためである。
		職業安定所（職員）	・アベノミクスにより賃金が上昇するまでには、まだ時間がかかる。
		職業安定所（職員）	・企業は労働力の不足を正社員ではなく、契約、パート労働者の採用を増やすことで対応している。雇用失業情勢の改善には正社員求人の増加が必要である。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加しているが、労働条件の改善はあまりみられない。応募者がいない状況でも求人側からのアクションがみられず、様子見の感がある。また、求職者においても在職中の人が目立つようになってきているが、応募に積極的ではなく、情報収集を主としている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・バックオフィス系の求人は頭打ちである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・人材の採用にはどの企業も慎重で、国内外の景気動向を広範囲にみているようである。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の事業計画から、底堅い人材需要を感じる。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後数か月先の新規採用、募集人数増加等の相談、依頼件数の伸びはない。年度当初の採用計画にて進めている企業が多数である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は微増、派遣費用は削減傾向にあり、各企業は人件費を抑えてより良い人材の確保をする動きとなっている。そのため、求人と求職者との間にギャップが生じており、今後、新規就労者数は現状より悪くなる可能性が考えられる。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・サービスの価格自体が下がり、1案件当たりの利益が少なくなってきた。
	悪くなる	—	—

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

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・これから2、3年は景気が良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・来年3月までは、遷宮関連行事で大にぎわいである。
		百貨店（販売促進担当）	・参議院選挙の与党勝利による政策の加速への期待感と、消費増税実施の判断が無理なく行われることから、増税前の駆け込み需要過熱が本格化していく。
		スーパー（経営者）	・当地は式年遷宮を迎え、来客数・販売量とも順調に増加する。
		乗用車販売店（従業員）	・理由は説明しづらいが景気は良くなると感じる。今月もとても良いわけではないが流れは感じる。全体の動きからこれから良くなるような期待を感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや良くなる	商店街（代表者）	・参議院選挙も終わり政権が安定し、これが販売意欲の向上に繋がってくれば売上が伸びる。
		商店街（代表者）	・涼しくなると商品は動いてくる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月の遷御の儀あたりから来年夏頃まで、新たな社殿への新宮参りでまだまだ忙しくなる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・今月は悪かったが、8月は半期に一度のセールもあるため、上昇気流に乗って少しずつ売上が上がっていくと期待を込めている。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込みが、そろそろ始まるのではないかと思われる。
		スーパー（経営者）	・3か月後の景気は、徐々に良くなる。ヨーロッパほど良くないが、アメリカ、アジアの景気は良い。円安とデフレから物価が徐々に上昇し、公共投資の効果も加わり雇用も増加する。家計全体の所得も増加して明るい兆しがみえてくる。来年4月の消費税増税前には、住宅の改築や耐久消費財の購入が活発になる。
		スーパー（総務担当）	・土用の丑の日の鰻のかば焼きが、前年比で売上増加となっている。
		スーパー（商品開発担当）	・好景気とは言い難いが、全体が底上げされていると感じる。社内でも前年のような激安商品を求める動きと比べ、高品質・高利益商品を求める意見が増えてきている。
		スーパー（支店長）	・アベノミクスの金融政策で景気に拍車がかかるのではないかと思うが、現実には、景気の実態がなかなか上向には感じられない。
		コンビニ（企画担当）	・あくまでも気分や雰囲気的なものであるが、選挙が終わり両院とも与党が多数となったので、改革のスピードがかなり上がるのではないかと期待感が高まっている。
		コンビニ（店長）	・7月後半から8月中旬は、花火大会やお祭りなど多くの人出が見込まれるイベントがあるため、来客数が伸び売上也増えると期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・各メーカーが相次いで新型車を投入予定なので、今後の客の動きは良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・確実に消費者の購買意欲が高まっている印象を受ける。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の予定がある。車は単価の高い商品であるため、駆け込み需要がある。
		住関連専門店（営業担当）	・建築業界全体で住宅、マンションを中心に、消費税増税前の駆け込み需要と思われる新築・リフォーム工事が増加している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・涼しくなると同時に、消費税率引上げ前の駆け込み需要が徐々に増えてくるのではないかと予測する。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・国会のねじれ解消により、少しだが金製品が動きだしている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・現状の景気回復が進み、企業業績の回復が給料の増加に繋がれば消費が増え、景気回復の兆しが現れてくるのではないかと考える。
		一般レストラン（スタッフ）	・新規卒卒者の採用に苦戦している。当地域では特にメーカーが求人数を増やしてきている影響である。
		都市型ホテル（経営者）	・政府の経済政策に対してみんなが明るい期待を持っているように感じる。これが消費を促進させると期待している。
		旅行代理店（経営者）	・選挙も終わり、安定した政権のもとに、順調に経済も伸びていく。
		通信会社（サービス担当）	・新しく始まるキャンペーンにより、新規申込が増える見込みである。
		通信会社（営業担当）	・消費税の動き次第であり、8%ではなくいきなり10%への増税となれば、一時的とは思いますが駆け込み需要がより活発となり景気が良くなるように思う。
	通信会社（営業担当）	・今後も、減少傾向が続くと思うが、新たな割引サービスによって少しは良くなる。	
	美顔美容室（経営者）	・来月からホームケアキャンペーンが始まり、セット商品を買う客が多くなる。	
	美容室（経営者）	・7月に忙しかったことから、9月、10月には客の出も良くなる。	
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・例年の秋口の需要増加に期待する。	

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
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・2～3か月後は気候も穏やかになり高齢者の方の体調も安定するため、サービス提供の増加を期待する。介護サービス利用者数は年々増加していると報道されているが、政府が伸び率の抑制対策を検討しているので今後の運営が心配である。
	変わらない	商店街（代表者）	・変わる要素がない。
		商店街（代表者）	・季節的要因でエアコンの販売が好調ではあるが、それも一時期で、本格的に販売が上向いてきているとはとても感じられない。ガソリン等が値上がりしてきているので、経費負担が増えるのではないかと感じている。
		商店街（代表者）	・コストが非常に高くなってきている。食品製造・小売業としては、原材料はもとより水道光熱費、包装資材の値上げラッシュの一方で、商品価格に転嫁できない状態が続いている。客の様子も、暮らしていくことで手一杯で当業界の方へ向かう個人消費は滞っている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・地方都市の個人消費はまだまだ低迷が続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・客のお金の使い方には、ますますメリハリが出てきている。飲食店への来店数は引き続き減少するものと見込む。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ガソリン等も高くなり、生活は確実に厳しくなっている。良くなる要因がなかなか見つからない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・新聞報道等では、大手ドラッグストアの増益という記事が多いが、売れているのは恐らく雑貨、食品等の目玉商品及び処方箋調剤と推測する。町なかの店はチェーン店に客を取られどんどん落ち込んでいく状態である。当地の景気の悪さが影響し、身の回りの景気は、せいぜい横ばいである。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客は様子見で変わらない。二極化が進み、良い人は良く悪い人は悪い。全体で捉えると中間値となるが、分析すると二極化している。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客の様子は参議院選挙の前後でのあまり変化を感じない。現時点では様子見という印象である。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・TPPや消費税など先行き不透明なところがあるため、先行きについて何ともいえない。
		百貨店（売場主任）	・景気の先行きを様子見をしている感がある。同時に、財布のひもを緩める様子もない。
		百貨店（売場主任）	・百貨店で買物をする客は限られており、顔をみれば会社帰りに毎週立ち寄る人が多い。この頃は、昼間に出張で立ち寄る人が少なく、昼間の売上がなく厳しい。給料日以降の客で売上を保っている。催し物をやっても売上は変わらない。
		百貨店（企画担当）	・現政権が発足し、参議院選挙の結果、国会のねじれは解消したが、今のところ景気が上向く気配はなく、前年12月の政権交代時のようなインパクトがない。
		百貨店（経理担当）	・参議院選挙で与党が圧勝し、景気回復の基調は続いていくと思われる。しかし、円安による物価高の影響が負担となり、景気が急激に上向きとなることはない。
		百貨店（経営企画担当）	・商品別の売上も一時期に比べればなだらかになっている。今後は現状程度になるのではないかとと思われる。
		百貨店（営業企画担当）	・増税決定等の状況変化が起きるまでは、もうしばらく現状が続くと考える。
		百貨店（販売担当）	・景気回復の実感はまだはっきりとしておらず、物価の値上がりもあるが、今のところは変化はない。
		百貨店（販売担当）	・実感のない景気回復が、期待感から失望感に変化する可能性がある。特に中小下請企業の業績や雇用の安定が改善されない限り、物価上昇、原価上昇によって消費が冷え込む可能性もあると考えられる。
		スーパー（店長）	・買上点数、単価の推移からは回復傾向がみられない。特売価格等は少しは抑えられるものの、消費者が購買を決定する価格は、引上げても売れないだけとなる。
	スーパー（店長）	・もう少しすると消費税増税の話が出てくる。すると客の財布のひもは固くなり、景気は決して良くならない。可処分所得が増えているのではない。単価が下がっていることで、少しずつ色々なものが買えるようになっていく。	
	スーパー（店長）	・現政権は掛け声は立派だが、政策が景気に直接繋がらない。	
	スーパー（店員）	・近隣にできた店の影響があり、今後は厳しい状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業担当）	・消費税増税に対するマインドなど、あまり心理的な好感は得られない。
		スーパー（販売担当）	・来客数が少しも増えない。
		スーパー（営業企画）	・消費税増税がほぼ確定になってきており、心理的に買い控えに向かう。
		コンビニ（店長）	・消費税増税前の需要拡大に期待したいところではあるが、大手は逆に値下げ攻勢をかけているため、相殺されるのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・当面は、今月同様に売上が前年をクリアできると感じる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費行動は上向いているが、競争環境が厳しくなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・気温、天気など天候に大きく左右されるが、最近の盛夏時の営業数値に鑑みても、大きな期待はできない。
		コンビニ（店長）	・来店客数が増える見込みはない。外部環境も今と変わらないように感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数はにわかには上昇しているが単価は上がっていない。成績の振るわない地元球団やJ1チームの観戦チケット販売も期待できないと予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・生活必需品の値上げで、主婦の財布のひもはますます固くなる。
		家電量販店（店員）	・エアコンや冷蔵庫の故障時等の買換えで出費がかさみ、他の商品には手が回らない状態になるのではないかと。
		家電量販店（店員）	・日本全体の海外依存からすれば、円安は効果がなく円相場下落で終わっている。消費者は、待ち構える消費税の増税や年金問題等の不安を感じて生活している。そのため消費に関しては節約モードである。
		乗用車販売店（経営者）	・変わる要素がない。
		乗用車販売店（経営者）	・しばらくは大きな変化もなく、横ばいの状況が続くと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・今はある程度悪くない状態が続いているため、これが続く。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月で景気が良くなる要素がない。悪い状態が続く。
		乗用車販売店（経理担当）	・円安で輸出中心の企業は好調と聞くが、自動車販売業のような、限られた地域・市場でパイを奪い合い競争している業界では先行きは厳しい。
		乗用車販売店（販売担当）	・営業所によってばらつきが大きくなっている。良い店と悪い店の差が出てきている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年同期比でマイナス0.6%、来客数は同マイナス1.8%である。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		一般レストラン（従業員）	・今月は花火大会の土産としてたくさん売れたが、日々の売上は低いレベルで安定している。
		スナック（経営者）	・7月の大型連休も終わり、10月の異動等の歓送迎会が入ってくる時期だが、冬季ボーナスや賃金が良くなってこないこと、景気は良くならない。
		観光型ホテル（経営者）	・現状と変わらない状況が2～3か月は続く。当地は水産加工や漁業関係者が多く、業界の景気が良くなることは難しい。原材料費の値上がり分を製品価格に転嫁できない状況が続いており、苦しい中で経営を継続している。県外では明るい業界もあるため、多少は上向くかもしれないが、地域経済が良くならないと、レジャー産業は恩恵を受けにくい。
		観光型ホテル（販売担当）	・トータルで見ると予算割れの公算が大きい。宿泊に関しては、8月には学生の大会ものがあり受注状況は良いが、それには負け帰りとリスクを背負うので、慎重にみなければいけない。9月以降の宴会の予約状況がさっぱりで、8月に行う宴会場リニューアルを契機にどう売りだそうか、頭を痛めている。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の動向による。
		都市型ホテル（支配人）	・予約の積み上がるテンポが鈍い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊人員が伸び悩んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・参議院選挙が終わって国会のねじれがなくなったので、景気対策も早く進むと期待するが、実感としてはまだ回復を感じ取れない。
		旅行代理店（経営者）	・円安で消費者物価が上がった分だけ財布のひもは締まってしまう。
		旅行代理店（経営者）	・秋以降については、いろいろな値上げのしわ寄せでファミリー需要は冬休みまで低迷する。夏休み返上組は、秋以降に動きがある。
		旅行代理店（従業員）	・旅行相談件数は横ばいで、来客数は減ってきている。インターネットでの旅行申込みが増え、旅行会社への需要が徐々に低下する現状をどう打破するかが課題であるが、良くなる要素があまり見当たらない。
		タクシー運転手	・参議院選挙が終わっても夜の繁華街に変わりはなく、横ばいである。
		通信会社（企画担当）	・選挙が与党圧勝で終わり、景気対策とともに消費税増税も視野に入ってきている。駆け込み需要は期待されるものの、全体的には節約ムードが広がりつつあるように感じる。
		テーマパーク（職員）	・特に好材料がない。
		ゴルフ場（企画担当）	・9～10月頃にはゴルフシーズンに入る。現時点で9月の入場者予約数は、前年比を大きくクリアし好調に推移している。入場者数に関しては、これからはしばらく良い方向で推移すると考えている。
		美容室（経営者）	・地方では、これから景気が良くなるのかわからない。客も不安に思っている。
		設計事務所（職員）	・参議院選挙が終わったばかりではあるが、具体的な景気浮揚の材料がない。逆に、物価上昇の話等を聞くと、インフレ先行になってしまった感がある。
		設計事務所（職員）	・政権交代があって行政関係の大型工事は良くなっているが、我々には全然関係ない。しかし、変わらないなかでも多くを望まず生きていくのが、日本国民の気質には合っている。
		住宅販売会社（従業員）	・問い合わせは増えているものの、長期金利の動向といった資金繰りの面で長期返済に関わる要因等が払しょくされず、今のところ取り急ぎ話だけという慎重なケースが多い。
		住宅販売会社（従業員）	・短期的にはまだまだ、やや良くなるまではならない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は、頭打ちとなりそうである。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・駐車場の需要でみる限り、景気が良いとは思えない。景気回復にまだまだ時間がかかる。
		やや悪くなる	
一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・7月は暑さに恵まれエアコン等の売上が順調に伸びている。8月以降はエアコンも一服感があり、大きく変動することもない。客単価の低下もあって悪くなる。		
一般小売店〔食品〕（経営者）	・ここ最近は株価も下がり気味で、為替相場も円が若干高くなっており、先行きの状況が読みにくい。選挙が終わったばかりで、まだ景気が上向くような政策もないため、景気回復はまだまだ先となる。		
百貨店（経理担当）	・消費者の購買意欲は、これまでは株高に支えられ緩やかな上昇トレンドをたどってきたが、円安に伴う物価上昇や消費税増税への警戒感から、今後は下降トレンドになると考える。		
百貨店（販売担当）	・クリアランスセールが終わり来店客数が減っている。前年よりも悪い。		
スーパー（経営者）	・景気が改善する気配を感じられない。		
スーパー（店長）	・商品の値上げが増え、食費を少しでも抑制しようとする動きが加速する。その結果、店舗の売上は減少傾向になる。		
スーパー（店員）	・災害に匹敵するほどの大雨で、野菜の価格動向がとても気になる。ガソリン価格高騰による商品の値上げも予想され、物価の推移を見守る必要がある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スーパー（販売促進担当）	・11月に更に大型商業施設がオープンする予定で、食品を中心に売上が厳しくなる。	
		コンビニ（店長）	・競合店の影響による売上減少は落ち着いてきたが、まだまだ前年割れが続いている。	
		衣料品専門店（販売企画担当）	・高額商品のリピートが少ない。	
		乗用車販売店（営業担当）	・客との会話のなかで、消費税率が上がることを考え、買い控えをする人が増えている。	
		乗用車販売店（従業員）	・新車発表も年度内はなく、新車の販売が増える要素がないのが現状で、今後は更に厳しくなると思われる。	
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格の高騰など生活品の価格が上がるなか、客の財布のひもは固くなる。その結果、購買意欲が減少して新型ハイブリッド車販売に対して逆風とならなければと懸念している。	
		乗用車販売店（従業員）	・新車販売は特に良い材料もなく、このまま厳しい状況が続く感じがある。ただ、新車購入を諦める代わりに、しっかりした車検整備を望まれるお客様が増えてきている事実もあり、そういう客をいかに取り込めるかが今後の鍵となる。	
		高級レストラン（役員）	・選挙も終わり、来年の消費税増税に対する現実感が高まり、耐久消費財以外への支出には一層慎重になるものと思われる。	
		スナック（経営者）	・例年、季節柄売上が落ちているため、今年も同じと思っている。	
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・今後、消費税増税などの論議が本格化すると、景気が一気に冷え込む可能性が高い。	
		都市型ホテル（営業担当）	・来年4月の消費税増税に向けて、個人消費には悪影響が出てくると思われる。	
		旅行代理店（経営者）	・アベノミクスの効果が現実的に出てこない、景気が良くなるとは判断されない。円安は、大手の輸出主体の会社のみプラスとなり、中小企業にとってはマイナスの要因の方が多い。アベノミクスが大手企業向けの政策であることを、社会が理解してきているのではないだろうか。	
		旅行代理店（従業員）	・参議院選挙で与党が圧勝したが、アベノミクスの効果を実感しているのは一部の裕福層である。一般家庭では消費税増税を見込んで、財布のひもは固くなる。	
		タクシー運転手	・7～8月は暑い日が多く利用は多いが、9月以降は少なくなる。	
		タクシー運転手	・例年のことであるが、お盆休み後の売上は減少傾向となる。デパートへの買物や通院など昼間の客がこの先も減っていく。	
		観光名所（案内係）	・ガソリン価格の高騰やその他値上がりの影響がそろそろ出てくる。	
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が低単価販売へと進んでいる。	
		理美容室（経営者）	・客との話では、ボーナスも良くなく様々な値上げもあって、景気は良くならない。	
		美容室（経営者）	・今は臨時収入で多少は潤っているが、2～3か月後は元に戻る。	
		設計事務所（経営者）	・案件数が少ない状態が続いている上、特に最近では設計料の引き下げを要求される。	
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の関係では、所得に余裕のある人は購入できるが、ない人は購入できない。建築資材も値上がっているため、今後はさらに厳しくなる。	
		悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税の増税が決まると消費が冷え込む。
			理容室（経営者）	・景気が良くなるとは思わない。アベノミクスは我々には関係ない。
企業 動向 関連  (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数が増加している。	
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・原材料高は、国内製造メーカーにとっては大きな不安材料であるが、デフレからの脱却、高付加価値商品の需要増への期待を込めて、今より景気は良くなると思いたい。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・複数の別冊本を出版する時期にあたり、年末にかけて業績がアップする見込みである。	
		化学工業（総務秘書）	・予想通り参議院選挙で与党が勝ち、国会のねじれが解消し経済政策が速やかに進む素地ができたことは好感される。数か月は期待感が維持される。	



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
変わらない		窯業・土石製品製造業（社員）	・海外からの引き合いが増えつつあり、円安が続けば、こちらの受注が期待できる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・中国の金融不安や新興国の成長の鈍化など懸念材料はあるものの、欧米の経済状況が安定していれば売上を伸ばせそうである。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・8月下旬から、完成車メーカーの一部で期間工を増やすという話を聞いている。大手の自動車部品メーカーでも、一時的な採用増があると聞いている。
		輸送業（従業員）	・猛暑の影響で、飲料を始め暑さ対策の関連商品の荷動きが活発になる模様である。また、消費税率のアップをにらみ、秋以降の消費が伸び荷動きが活発になる見込みである。
		輸送業（エリア担当）	・経済が安定してきている。
		金融業（従業員）	・大手自動車メーカー等では景況が少し戻っているような話を聞く。子会社や下請等も親元・元請けが良くなってくると遅れて良くなる流れがある。多少は目にみえて良くなっており、生産も上がってくると聞いている。
		金融業（法人営業担当）	・地元自動車メーカーの国内生産予定台数が前年比で増加しており、関連産業での生産も増加が期待される。
		企業広告制作業（経営者）	・今後の動向は微妙である。参議院において与党の議席が過半数を占めたからといって、民意が反映されたわけではない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・資金繰りに余裕のある法人が増え、福利厚生に目を向けられるようになってきている。退職金共済を増額したり、法人契約の保険を検討したりできるようになっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・アベノミクスの効果がやっと出ているものの、現状を維持するのがやっとである。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いもまとまらず、引き続き低調に推移する。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・受注、引き合いともに円高の頃よりは高い水準で推移しているが、円安となった当初よりは落ち着いてきた。加えて、携帯電話市場でのスマートフォン需要が落ち着いてきたことに伴い、設備投資計画が凍結や延期されている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・電気電子部品関連事業は高止まりである。その他は、大きな変動はない。
		電気機械器具製造業	・政権安定が見込まれる状況にもかかわらず、不安定な株価の動き、混沌とするアジア情勢を目にすると、先が読めないというのが正直な実感である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円相場は安定はしているが、今後の動きは不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の設備投資の状況、パチンコホール環境が今よりは良くなる。自社製品の販売量が頭打ちとなってくる頃である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新規の問い合わせが若干あるものの、発注がかからない状態が続いている。現状維持の状況はまだ続く。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先での話等を総合すると、悪くなるとはまでは言っていない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・受注量自体に大きな変化はなく、為替の動向に左右される。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・半年、1年前に比べて為替相場が安定しているため、会社の利益に与える影響は、以前と比べて少ないと予想される。
建設業（経営者）	・消費税率アップの懸念があり、これ以上は消費者のマインドは上がらない。		
輸送業（経営者）	・前年対比で考えると、既に6ポイント程上昇をしており、それを更に上回る景気の伸びは考えにくく、現状維持と想定している。		
輸送業（エリア担当）	・物量の増加基調は定着している。しかし、単価が下がっており人員増加で収支はトントンになってしまっている。		
輸送業（エリア担当）	・我々の周りでは、耳寄りな話は聞こえてこない。		
輸送業（エリア担当）	・運送業にとっての景気の良し悪しは、荷物量の増加が一つの要因である。経済が動きだしてから2～3か月後に荷物が動き出す傾向がある。現在は荷物量が伸びていない。アベノミクスに期待が寄せられるが、報道されるほどには経済は動いていない。景気動向はまだ動きがみえない。		
金融業（企画担当）	・もう一段景気が良くなるには、給与引き上げが必要である。		
不動産業（経営者）	・今後半年は、急激には変化しない。		

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
		不動産業（管理担当）	・アベノミクスの効果が、中小企業ではまだ出ていない。当分今の状況が続く。
		広告代理店（制作担当）	・こちらから提案する新規企画等に対して、企業側からの動きはさほどなく、まだ様子を見ている感が強い。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・不動産広告のおかげでチラシは前年並みであったが、新聞を購読しない家庭が目立って来ている。
		行政書士	・繊維、食品の物流業者は景況は普通の状況であるが、建設関係の物流業者は忙しく、景気が上向きである。
		経営コンサルタント	・株高と円安の効果で特に自動車業界が回復してきたため、事業系物件の投資が見込まれる。雇用を含めて景気経済は良くなっていくと思うが、足元はまだ冷えたままであるため、しばらくは一進一退である。
		公認会計士	・景気が回復する前に円安によるコスト高の影響があり、中小企業の収益性は悪化する。円安に伴う輸出型企業の業績向上による株価上昇も止まり、次の好材料がない。消費税増税前の駆け込み後の影響が大きいと考えられる。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・期待しているというだけで、実際の動きが出てきていない。このままの状態が続きそうである。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・まずまずの景況が続いているが、全体の底上げには、ガソリンの税率引き下げや高速道路の一部無料化など、何かインパクトが欲しい。個人的にはガソリンが好ましい。中小企業にも資金が回るようにしてほしい。
やや悪くなる		印刷業（営業担当）	・一部の大手企業だけで景気が良い。末端の中小企業は全く良くなく回復の見通しが無い。まだまだこの状態が続く。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事が動かないので、一旦落ち込むと思われる。
		不動産業（開発担当）	・工事費の高騰により新規供給が難しい状況となっている。土地所有者には地価が上がっているという期待感があるが、実際は工事費高騰のおおりに受けて下がる方向である。
		会計事務所（職員）	・企業ばかりで景気が回復しているようだが、賃金労働者には依然として回復の兆しがみえない。電気、ガスや石油といった生活関連商品値上がりの負担が大きく、回復の実感が得られない。
悪くなる		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・主要取引先の自動車向けの梱包資材は、新興国及びロシア向け販売量が落ち込んだままである。アメリカ向けは伸びていくが、落ち込み分をカバーしきれない。
		鉄鋼業（経営者）	・中小企業の仕事量の確保が進まなければ、大手企業の生産ラインばかりが忙しく、それ以外のものづくりは減退していく流れが見受けられる。公共工事でも大手メーカーとゼネコンとの間で受発注が生じており、中小企業への恩恵は全然なくなっている。
雇用関連 (東海)	良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・市場全体での期待感の好循環に期待する。
		人材派遣会社（営業担当）	・参議院選挙後に国会のねじれが解消したことにより、与党勢力が拡大し建設投資が進み、景気上昇が見込まれる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・国会のねじれ解消により有効な施策が実行に移れば、それに伴い株価上昇の動きとなり、金融業界が活況となるかもしれない。
		人材派遣会社（社員）	・7月が悪かったので、その分現時点での予約状況が例年よりも良い。
		人材派遣会社（社員）	・優秀な求職者は比較的早く正社員に採用されているため、優秀な人材に対する企業の採用意欲は高い。
		人材派遣会社（支店長）	・2013年6月以降、求人全体に占める新規の求人比率が約3割まで増えており、各企業の求人意欲が高まっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・政権が安定し、期待感から株価などは上昇する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車産業は為替相場の影響を受けやすいが、円安に推移すれば生産量は増加する傾向にあり、やや良くなると推測する。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向にある。
学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比較して、特に理系を中心に新卒者の内定が早い。例年の流れから、この後の文系や女子の内定にも期待が持て、志望順位を問わなければ全体的に内定時期は早期化していると感じる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人動きが出ているため良くなると思うが、ピンポイントのオーダーであったり、人材がいない、年齢が高くて派遣できない、若い人はキャリア不足、など要望にうまくフィットしていない。
		人材派遣会社（営業担当）	・参議院選挙が与党の圧勝で終わり、政策の実行にスピード感が増すと思うが、2～3か月では大きな変化はないと考える。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・オリンピック招致が決定した場合のアベノミクスの好転や、消費税増税の影響がどうなるかなど、判断の材料が不透明である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で減少に転じ、やや勢いがなくなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加は、派遣・請負業の増加であり、正社員求人は全体の4割程度と依然として非正規労働者中心の求人である。
		職業安定所（職員）	・基幹産業である製造業の求人が増えてこないため、急激な改善は期待できない。
		職業安定所（職員）	・原材料費の高騰で厳しい状況である。特にこの1カ月で原油高が急激に進んでしまったので、今のままの価格で推移したり、今後、更に上昇すると、より厳しい状況が予想される。現状を維持していくのが精一杯である。
		職業安定所（職員）	・求人数は微増しているが、正社員数は増加していない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているものの、パート労働や派遣労働など非正規求人が多く、正規労働の求人にはあまり変化がない。製造業の求人が減少するなど、求人側の採用条件と再就職希望の求職者の間にはミスマッチが生じており、求人数の伸びほど就職件数は伸びない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・人材を募集する企業側が即戦力採用を求めるケースが多く、転職マーケットに出ている転職希望者の能力ではミスマッチという状況が、引き続きみられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中小企業には景気回復感が感じられず、今後もこれまでと同様の傾向が続くと見込まれる。
その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・求人を募集して面接に来る人がいても、良い人材が来ないという話を広告主から聞いたことがある。また採用してもすぐ辞めてしまい、なかなか定着しないようである。予算をかけて採用しても効果が得られないので、募集広告を出さなくなってしまう場合もある。		
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

## 6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：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  (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・今月はギフト商品の動きが多少悪かったが、これは参議院議員選挙も一因と思われる。今後は当該選挙も終わり良くなる期待感もあるため、2～3か月先の状況についてはやや良くなる予想する。
		百貨店（営業担当）	・3か月先の10月になると、アパレルフロアではコート、婦人靴コーナーではブーツの本格的な打ち出しなど、重衣料をメインとした展開に入ることより、今より客単価が伸びることが予想される。また、お歳暮の早期予約も10月末より始まり、近年早期予約の受注量が増えていることから、現状よりやや良くなるのではないかと予想される。
		スーパー（店長）	・今の流れを考慮すると、これからも来客数の動きも含めて伸びてくるのではないかとと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・秋口には新型車の投入などを予定しているため、販売については増加が期待できる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・客単価の低下傾向が緩やかではあるが回復している。いまだに前年同月割れではあるが、今後のギフト商戦などに期待が持てる。
		一般レストラン（スタッフ）	・店舗の売上及び来客数ともに、今のところ、前年同月比に比べて多少好調であることより、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなる予想する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は弱いものの景気好転の兆しがあるため、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなる予想する。

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		旅行代理店（従業員）	・参議院議員選挙後の景気回復傾向により、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		タクシー運転手	・早い時間帯の夜の繁華街には人が多少戻ってきているような感じを受けるため、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		住宅販売会社（経営者）	・客の様子から、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・長期金利の上昇について新聞などの記事も増えているため、金利が低く消費税率も引き上げられる前に住宅を求めようと、親が子供のために動いているケースも増えており、今の状況はもう少し続くと思われる。ただし、消費者の動きは例年より多く、今後契約件数は間違いなく増えると思う。
		商店街（代表者）	・今後2～3か月先の状況については、現状の悪い状況が続くと思われる。
		商店街（代表者）	・価格上昇が発生しているが、原料費の値上げに起因するものであり、消費の拡大が要因ではない。なお、当該費用に同調して値上げできる小売店はまだ良いが、大多数は自店で仕入れの上昇分をかぶり、さらに値下げして販売しないと売れない状況が続くと想定されるため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		一般小売店〔事務用品〕（役員）	・営業会議においても数か月先の見込みがあまり無い状況にある。また、客は慎重に市場を見極めていくように思われ、まだまだ期待できるような動向は見込めないと想定される。
		百貨店（売場主任）	・高額商品に動きはあるものの中間層に景況感の実感が乏しく、しばらくは市場動向をみる動きになる。また、秋物商品もトレンドに大きな変化が無く、顧客のモチベーションをいかに上げるかが鍵となるため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想される。
		百貨店（営業担当）	・夏物の処分期に入り、価格的にはかなり下がってきたところであるが、例年であるところの時期にはまとめ買いのような消費行動になるが、今年に関しては1点の物を慎重に選んで購入している。安さから2～3枚買うといった購買行動は、少なくとも前年からみると大分少なくなってきた気がするため、先行きは多少暗いような気がするが、今後2～3か月先の状況については今月と変わらないと予想する。
		百貨店（営業担当）	・7月末の集中豪雨やゲリラ豪雨の影響により、洋服の購買意欲が低下していくように感じられ、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・アベノミクスにより株価などが上向きになっているが、現実のところ一部の景気が良くなっているのみであり、ほとんどの人は収入が増えず支出を抑える傾向が続くと思われる。
		スーパー（店長）	・スーパーにとって重要なお盆の商戦を迎えていくが、現在の客の様子をみても高額商品が売れにくい状態は依然として続いている。また、お中元商品を含めてもまだ動きは活発化していないと思われることより、今後2～3か月先の状況については変わらないと想定される。
		スーパー（総務担当）	・高額商品の売行きが伸びたという実感が無く、客単価も伸びていないため、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		スーパー（総務担当）	・特に生活必需品などの消費者の購買意欲はやや上向きとはいえ、ガソリンの値上げなどにより支出が増えているが給与はほぼ変わらない状況にあるため、まだ景気が良くなるとは思えない。
スーパー（統括）	・客の買物動向については、実状的には現在も変わっていないし今後も変わる傾向が無いように見受けられる。具体的には、世の中全般的には景気が上向きといわれているが、買上点数及び客単価ともに上がる傾向は無く、また、より多くの物を客が求めているという感じは見受けられない。		
コンビニ（経営者）	・今月は、一部の商品において高単価商品の販売状況は良いが、全体的には低単価商品の販売が好調であり、トータル的にみると売上は良くはない。なお、今後も改善の見込みは無いと想定している。		

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
		コンビニ（店長）	・来月より本格的な夏に入り、今月の好景気は天気が偶然良かったことに起因するものであったのか、あるいは本当に景気が上向いていることに起因していたのかが分かる重要な月であると思っている。なお、今年初めから7月まで前年同月を割っているため、今後2～3か月先の状況は良くなるとは判断できない。また、外的要因において、前年同月を割る要因は無い。
		コンビニ（店舗管理）	・所得が上がっていかない状況のなか、消費者の価格への意識は次第に高まっているように思う。食品や雑貨などの売上はディスカウントストアやドラッグストアへ流れ、コンビニエンスストアは苦戦を強いられると想定されるが、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。米飯での売上確保が精一杯であると想定している。
		衣料品専門店（経営者）	・今後とも、極端に買物動向に大きな変化を予測しづらく、変わらないものと思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリン及び食料品など値上がり次第に進んでおり、一般消費者の生活は逆に苦しくなっているとほとんどの人が口説いている。ただし、自民党の政策に期待はしているため、今後2～3か月先の状況は今月と変わらないと予想する。
		衣料品専門店（総括）	・現状の客の様子をみていると、改善されるようには思えない。
		家電量販店（店長）	・4Kテレビなど話題の商品はあるがテレビは単価が下がると思われており、また、全体的な販売数量が大きく伸びることは無さそうであるため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		家電量販店（店長）	・季節的要因により一時的に売上が増加する部門もあるが、その後の反動により落ち込み、通期でみると実績は上がっていない。また、ボーナス需要も前年並みであり、高付加価値商品の販売にはつながっていないことより、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		家電量販店（管理本部）	・一部の客に高付加価値商品が売れているが、季節要因以外による販売量の変動が無いため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・今月は天候などの影響もあり来客数は少ないが、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		乗用車販売店（役員）	・アベノミクス効果のような傾向は一時はあったが、最近の為替相場及び株価の推移のとおり改善一辺倒ではないため、景気も一進一退の様相を呈しており、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		住関連専門店（店長）	・今後2～3か月先の状況についてはこの傾向は変わらないと予想する。しかし、消費税率引上げのスタート時においては、反動から良くなることは無く、悪くなると想定される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気は底の状態が続いていると思っているため、これ以上悪くなることは無いということを感じて、今後2～3か月先の状況は変わらないと想定している。とにかくできるだけロスを少なくするために様々な工夫はしているが、それでもやはりロスが出てしまうという本当に売れないという状態が続いている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・今年の1月からの傾向として、客は単価の安い所で購入しているため、まだ景気が上向きになったとは考えられず、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・消費傾向は食品や身の回り品が中心であり、ドラッグストアが売りたい化粧品やダイエット商品への支出は絞られている。また、低価格品へのシフトは続いており、この傾向は今後も継続すると思われる。
		高級レストラン（スタッフ）	・個人利用の増加分が法人利用の減少となっている流れが1年以上経過したが、今後2～3か月先の状況についても大きな変化は考えられない。
		一般レストラン（店長）	・株価も不安定で一喜一憂が続くなか、アベノミクスは地方では実感が無いのが現状である。まだ、継続して良くなるとは考えにくい。
		スナック（経営者）	・ボーナスシーズンでさえ期待できないなかで、明るい社会の雰囲気があったとしても、生活費などが上がっていく状態においては、そのほか大勢は大変厳しくなるのではないかと恐れ、今後2～3か月先の状況については今月とほとんど変わらないと予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・秋から冬場に掛けて大型団体の受注に成功しているが、秋口の需要が前年同月より少ないため、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		観光型旅館（スタッフ）	・宿泊予約状況は7月は前年同月比100%、8～9月は同116～119%となっており、今のところ好調であることより、今後2～3か月先の状況については今月と変わらないと予想する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・製造業は受注増とのニュースはみるが、サービス業は回復の実感が無い。加えて、重油や輸入食材やすべての仕入れ値が上がっており、それを価格転嫁できないため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		タクシー運転手	・今年は例年になく猛暑であり、9月ごろまでは暑いと想定される。大きなイベントには人は集まるがそのほかには静かでありあまり期待できないため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		通信会社（職員）	・消費税率引上げが決定される秋ごろまでは様子見が続くと思われ、新製品に対しても一気に買換えなどが進むような兆候は今のところみられない。
		通信会社（営業担当）	・来客数は相変わらず横ばいであり、特に変化を感じられない。また、客のコスト重視の傾向にも変化がみられないため、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		通信会社（役員）	・夏季賞与が増額傾向との報道もあるが、家計の余裕度が増したとの実感は薄く、高度なサービスの利用の拡大には結び付いていないため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		通信会社（営業担当）	・既存機種の下げが見込まれるため、若干なりとも販売数が増加すると思われるが、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		通信会社（役員）	・地元大手製造業の賃金が上がった様子も無く、地元の景気についてはしばらくはこのまま変わらず推移すると考える。
		テーマパーク（職員）	・引き続き為替が円安傾向にあるため、海外の客の利用者数は前年同月比で増加傾向にあるものの、国内の客の動きがやや鈍く、先行の予約も当該比を割っているため、全体としては現在の状況が続くのではないかと感じている。
		競輪場（職員）	・ギャンブルにお金を使う余裕はまだ無いように感じるため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		美容室（経営者）	・生活用品の値上がり感が強く、消費意欲がわいてこない。
		住宅販売会社（従業員）	・例年これから、いわゆる夏枯れ状態に入る。前月あたりから展示場の来場者数は減少し始めているが、引き続き商談件数は例月並みを確保しており、維持するものと期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げの影響が9月末まで続くと思われるため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
住宅販売会社（従業員）	・9月末までの請負契約については現在の消費税率が適用され、それまでの間は客の動きが慌ただしいと想定されるため、2～3か月後の状況は変わらないと予想する。		
やや悪くなる		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・包装資材の値上げが決まっており、かつ、油脂類の価格が上昇していることなどにより、身の回りの景気が良くなるとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・来月には近隣に他のチェーン店の出店が噂されており、出店直後は売上の減少は必至であると覚悟しており、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると想定している。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税率引上げ問題により、購入優先商品が車や家などに集中しており、客の声からもほかの消費は必要最低限に絞り込んでいる傾向にあるため、小売業では先行き不安定な状況が続くと感じており、今後2～3か月先の状況はやや悪くなると予想する。
		旅行代理店（従業員）	・受注高も伸び悩んでおり新規の企画依頼の動きが無いため、このままでは景気回復が腰折れになってしまわないか懸念され、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。
		その他レジャー施設（職員）	・カルチャー教室の競合店による商圏内への進出が打ち出され、今後一層入会の獲得が厳しくなると想定される。
企業	悪くなる	—	—
	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
動向 関連 (北陸)	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・国内市況の回復については時間が掛かりそうであるが、輸出関連における引き合いは増えており下期においては受注増が期待されるため、今後2～3か月先の状況はやや良くなる と予想する。
		繊維工業（経営者）	・衣料分野については仮需要が前年よりも増えると思われるため、今後2～3か月先の状況はやや良くなる と予想される。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・間違いなく消費税率引上げの影響は今後2～3か月先にはかなり出ているとみられるため、当該時期の状況はやや良 なると予想される。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合より、当該時期の状況はや や良くなると思われる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・3Dプリンターの話題がマスコミなどで取り上げられてい ることより、当社の機械も注目を集め、本格的な受注につな がってきており、今後2～3か月先の状況についてはやや良 くならずと予想する。
		精密機械器具製造業（経営者）	・既存商品群は現在とほぼ同レベルの生産量を計画している が、今後異業種関連の仕事が加わる見込みであり、順調にい くと全体的な生産量のレベルは上昇していくと思われる。
		建設業（経営者）	・アベノミクスによる4～6月の工事発注の増加を期待して いたが、国からはそれなりにあったが県及び特に市からの発 注についてはあまり無かった。天候の良い時に工事ができな くは利益も上がらない。しかしここに来てようやく発注され 始めたが、今度は一時期に集中して発注された場合、技術 者や資材不足により受注を見合わせたり、受注してもスムー ズに施工できない状況になるのではないかと懸念されるが、 今後2～3か月先の状況についてはやや良くなる と予想する。
		建設業（総務担当）	・工事業の増加に伴う人員配置が難しい状況にあるが、消費 税率引上げの影響もあり、前倒しでの工事発注が見込まれる プラス材料があるため、今後2～3か月先の状況はやや良 くならずと予想する。
		金融業（融資担当）	・政府の政策次第であると思っており、従来型のバラマキに 終始するような形になればいずれ失速してしまうのではない かという懸念はあるが、どれだけ規制緩和できるかに期待 し、今後2～3か月先の状況はやや良くなる と予想する。
		金融業（融資担当）	・輸出企業の受注が回復し、円安のメリットが出てきてい ると考えられるため、今後2～3か月先の状況はやや良 くならずと予想する。
		司法書士	・建物の新築及びマンションの購入については、消費税率引 上げ前の駆け込み需要は続きそうであることより、今後2～ 3か月先の状況についてはやや良くなる と予想する。
変わらない		食料品製造業（役員）	・受注量や販売量の増加と原料や資材の高騰が相殺される状 況が続くと予想されるため、今後2～3か月先の状況は変わ らな いと思われる。
		化学工業（総務担当）	・今後の受注及び生産計画については、今月と変わらず推移 する予定である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・新興国のインフレ問題や成長鈍化などにより輸出が伸び悩 む状況が、しばらくは継続すると考える。
		輸送業（配車担当）	・円安によるコスト負担、特に燃料費が高騰していることよ るコスト増により、なかなか利益が出ない状態が良くなる とは思えない。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・参議院議員選挙運動期間中はチラシの出稿量が抑え気味と なり、当該期間終了後は出稿量が増える と見込んでいたが、期待したほどでは無かった。なお、今後2～3か月先の状況についてもこうした調子が続き、今月と変わらないと予想する。
やや悪くなる		通信業（営業担当）	・通信機器やネットワーク商品など、全般的に売行きが落ち てきているため、今後2～3か月先の状況はやや悪 くならずと予想する。
		不動産業（経営者）	・周りの話を聞く限り、少し活発な動きが収まってきてお り、良い話がなかなか出ないのではないかと想定されること より、今後2～3か月先の状況についてはやや悪 くならずと予想する。

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
		税理士（所長）	・輸出関係のすそ野が一時伸びつつあったが、今は一服している。やはり円安傾向がもう一段加速する必要が本来はあるのではないかと思う。また、相場が動くことにより様々な事業者が現在貿易取引を多少止めているような状況にあり、企業在庫についても多少増えているのではないかと懸念されるため、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなる予想する。
	悪くなる	—	—
雇用 関連  (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・建設業や住宅業などの求人数は堅調に推移していると思われる。それに加えて、当該業種以外の業種からの求人広告も比較的出てきているため、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなる予想する。
		職業安定所（職員）	・求職者の動きが鈍いような気がしており、求人が増えているのにもかかわらず、転職希望の在職者や自己都合離職者が減少している。なお、内容は決して良い傾向ではないかもしれないが、新規求人の増加が続いているため、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなる想定される。
		職業安定所（職員）	・求人の増加要因として、製造業への派遣求人数の増加が考えられることより、徐々に良くなるのではないかと思われる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税率引上げ前の住宅関連などの需要拡大に伴う雇用増が期待される。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・求人側の条件に合ったスキルを有した人材が少なく、マッチングが成立しない状況にある。また、景気回復が表面化するのはまだ先と思われる企業が目立つため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		人材派遣会社（社員）	・求人広告を出しても、応募者数は多いが年齢間のミスマッチにより、求める求職者に結び付いていない状況により、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・大きな新規出店の話など大きな雇用につながる話が出てこないため、今後2～3か月先の状況は変わらないと予想する。
		職業安定所（職員）	・今月は新規求人数が前年同月比1.2%の減少となった。建設業及び医療や福祉などの業種においては人手不足となっている事業所もあるが、製造業の求人は減少しているため、今後2～3か月先の状況については変わらないと予想する。
		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  (近畿)	良くなる	通信会社（社員）	・新しいサービスを今月から導入したため、秋以降の年末商戦に向けた展開に期待している。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 (職員)	・入場料金1万円のイベントが、毎回4千人強の集客となっている。
	やや良くなる	一般小売店〔家具〕 (経営者)	・政権が安定することで、今後は良くなってほしい。
		百貨店（売場主任）	・消費増税の行方によっては、前倒しで高額品の売上などが増加する。
		百貨店（売場主任）	・10月にも一部改装オープンを行う予定であり、集客の増加や店内の回遊性の向上で、現状よりも更に良くなるのが期待される。また、政治の安定もあり、デフレからの脱却が更に加速することで、消費にもプラス要因として若干は影響が出てくる。
		百貨店（店長）	・先日の参議院選挙の結果、国会のねじれが解消されたことで、法案が通りやすくなった。これにより経済政策の実行にも拍車がかかる。
		百貨店（マネージャー）	・春から夏にかけて、輸入品の販売量が値上がり前に増加したのと同様に、来春の消費増税に向けて、需要の前倒しが3月まで尻上がりに出てくる。



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
		百貨店（服飾品担当）	・百貨店を利用する客の買い方が2極化しつつあり、高額商材を買う層と、ゆっくりとセールを待って買う層に分かれてきている。前者は、品質が良くて価格に納得できる商材には、お金を出し惜しみしない傾向が強まっている。
		百貨店（外商担当）	・参議院選挙が終わり、安定政権が続くとこの予測から、アベノミクスに対する更なる期待が膨らむため、しばらくは景気が上向く。
		百貨店（商品担当）	・参議院選挙で国会のねじれが解消し、政府の景気対策も本格化するため、所得への波及が期待される。年末にかけて消費増税前の駆け込み需要も含め、短期的にでも景気が回復するため、消費が活発化する。
		スーパー（社員）	・食品部門は生鮮品などの素材商品が落ち込み、総菜などの加工済み商品の販売増が続いているが、今夏は暑さもあって調理済み商品が大きく伸びている。この傾向はこれからも大きく変わらないため、このトレンドに合わせて消費拡大につながるかと期待している。
		スーパー（企画）	・来年の消費税増税に向かって、いったんは消費が拡大する。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム系の商品の評価が高いため、今後も商品の開発が進めば、ますます客単価の上昇が進む。
		コンビニ（店員）	・今年は例年に比べて暑さが長引き、飲料やアルコール類の売上が伸びる。
		家電量販店（経営者）	・節電志向や、産業用太陽光発電の需要増、消費増税を控えた高額商品の需要増で、景気は上向きとなる。
		家電量販店（店長）	・消費増税による需要増加と、住宅着工の増加により、セットでの販売が増えている。
		乗用車販売店（経営者）	・意外とマスコミなどの情報では景気が良く、自動車業界も動いているが、動いているのは単価が低い車である。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の販売が好調なこともあり、景気は良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・現政権の続行や、国会のねじれ解消により、アベノミクス効果がより高まる。
		乗用車販売店（営業企画）	・消費税の増税に市場が敏感に反応する。
		乗用車販売店（販売担当）	・8月に新型車の発表があるため、期待感が大きい。
		住関連専門店（店長）	・政治の安定に対する期待感が客との会話から感じられる。その安心感が購買意欲の上昇につながることは、これまでの経験からも予想できる。
		観光型ホテル（経営者）	・9月以降はまだ不確定であるが、8月は非常に勢いがあり、既に売る部屋やプランがほとんどないほど予約が入っている。
		観光型旅館（経営者）	・余暇を旅行に充てる動きに期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は、単価は横ばいであるが、社員表彰などに関連した予約が増えている。客室部門は単価の上昇がみられ、個人客による高単価商品の予約や、2名以上の予約が前年よりも増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・複数の客からは、参議院選挙も終わり、目先の方向性が安定したので、消費税増税の4月までは何とかなるだろうとの声が多い。宴会の先行予約もやや好調である。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の事前予約は依然として好調であり、販売単価も前年を上回っている。
		旅行代理店（店長）	・景気回復関連の報道などから、その気になっている人も増えているので、お金は動く。
		タクシー運転手	・これから夏休みということで、子どもを連れて出かける時期となる。ボーナス増の影響もあり、繁華街においても動きがある。
		タクシー運転手	・企業関係の予約が増加したほか、一般客の電話予約も増加傾向にある。
		通信会社（企画担当）	・参議院選挙で国民の信任を得た政府の手腕に期待している。
		その他サービス [コインランドリー]（経営者）	・政権が安定し、世の中の雰囲気は良くなっていく。
		住宅販売会社（総務担当）	・5%の消費税が適用される期限の9月末までは増加傾向となるが、10月以降は反動減もあって不透明である。

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
変わらない		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・新築の注文住宅市場は、5%の消費税の適用が9月末までの契約が条件なので、それまでは契約数も伸びるが、その後が不透明である。
		その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・企業業績が当初計画よりも上方修正されるとの予測が多いため、消費マインドは更に上昇する。
		商店街(代表者)	・先行きへの期待はあるものの、どのような経済政策が行われるか不透明なほか、効果が出てくるまでには時間がかかる。
		商店街(代表者)	・基本的に大阪はオーバーストアのため、勝ち組のいない状態が続く。
		商店街(代表者)	・ヒット商材を連発すれば状況は変わるが、それは難題である。
		一般小売店〔事務用品〕 (経営者)	・消費増税もあり、不透明さはしばらく続く。
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・参議院選挙が終わり、少しは法人を中心に動きが活発化することを期待していたが、全く反応はない。逆に、個人消費は夏休みのレジャーに向けて節約モードに入っている感があり、良くなる兆しがない。
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・酷暑が落ち着くまでは、客が動く気配は感じられない。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・今後も低価格商品が主流になるので、景気は良くなるらない。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・一般の店舗に変化が出てくるのは、まだ先である。
		百貨店(売場主任)	・現状からすると、今よりも良くなる材料は見当たらない。
		百貨店(売場主任)	・金融相場の不安定感や生活必需品の値上げ懸念はあるものの、引き続き富裕層を中心に消費の伸びが期待できる。
		百貨店(企画担当)	・客の購入動機を高めるものが、現時点でみえてこない。
		百貨店(営業担当)	・美術品などの良い商品が、より売れやすい東京に集まり、良い商品が不足しているため、売上が頭打ちになりかけている。
		百貨店(営業担当)	・食品の好調が衣料品のセールの不振を埋めている傾向は変わらない。また、郊外店では高額品の販売もあまり期待できない。
		百貨店(サービス担当)	・今後も新しい商業施設のオープン効果による影響は変わらない。催事などの目新しい企画の導入による、新しい顧客の確保が今後の課題である。
		百貨店(売場マネージャー)	・各地での商業施設の開業などで、マーケットの分散が進むことを前提にすると、大きく改善することは期待薄である。消費税の増税による駆け込み需要で、年明けには期待が持てるものの、秋商戦の立ち上がりは鈍くなる傾向がみられる。
		百貨店(売場マネージャー)	・消費増税や景気の動向についての指針や新たなニュースが出れば、反応は出てくるものの、今は様子見の状態である。
		百貨店(販促担当)	・気温、気候共にはっきりしない推移であり、消費意欲の喚起につながりにくい。参議院選挙後の株価低迷も消費意欲に水を差そうである。消費増税の動向によっては、高額品に多少の動きが出そうであるが、不確定要素が多い。株価動向は、景気の見通しにもなりやすいため、上昇傾向にシフトすることを期待している。
		スーパー(経営者)	・近くに競合店が多く、客がその日によって行く店を変える動きが今後も続く。
	スーパー(経営者)	・良くなっている部分と悪くなっている部分の差は明確になってきているが、全体としては変わらない。	
	スーパー(店長)	・ボーナスはさほど増えていないが、物価自体は緩やかに上昇している感が強い。ガソリンや小麦関連も上昇が徐々に進んでいるため、財布のひもは固くなる。値上げの発表も多く、今のところは過剰な反応こそないが、不安定感が高まっている。	
	スーパー(店長)	・今月は、去年の季節商材の好調とは逆に、梅雨の早期終了による販売の前倒し傾向もあり、特に食品以外は厳しい環境にある。今後も天候を含む要因や、不安定な経済状況を考えると、景気の回復を期待するのは非常に困難である。	
	スーパー(店長)	・参議院選挙で与党が圧勝した結果、どうなるかという様子見の動きとなっている。昨年よりもボーナスが増えた人ばかりではないため、景気が良くなるイメージがない。	

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
		スーパー（店長）	・参議院選挙から間もないこともあるが、何かが大きく動き出す気配は感じられず、急な展開は望めない。小売店の店頭では、しばらく変化はない。
		スーパー（店長）	・電気料金の値上げによって収益が減少している。夏のピークに向けて電気使用量は更に増加するが、それによるコスト増をカバーするだけの収益の見込みは立っていない。
		スーパー（経理担当）	・消費増税がスケジュールどおり実施されるかに注目が集まるが、予定どおりの場合、2～3か月後には増税が決定する。比較的少額な日常品の購入が、増税直前までは節約の対象となる可能性があるため、売上の伸び悩みが懸念される。
		スーパー（広報担当）	・個人消費については、電気料金の値上げや原料価格の値上げ、野菜価格の高騰などへの警戒感が強く、弱含みである。景気回復の足取りは必ずしも順調とは言い難い。
		スーパー（販売担当）	・競合先との価格競争もあり、主力商品の値段を下げて販売している。そのため、買上点数は昨年を上回っているが、売上トータルは下回っている。
		スーパー（開発担当）	・円安のため、原油や小麦価格などが値上がりしている。消費者の収入が増えていないため、大きな影響が出る。
		コンビニ（経営者）	・大衆うどん店が近隣に増えてきて、中食を圧迫しているが、ひき立てコーヒーを販売してカバーしていく。
		コンビニ（店員）	・現状維持がやっとであり、今後景気が持ち直す見込みは薄い。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・最低限の必要な物だけを、少し購入しようという客が多いように感じられる。
		家電量販店（店員）	・大企業には景気回復の影響が少しはあるものの、実際にはボーナスが減っている人もいる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の増税の行方などが不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・車検や新車販売のすべての予約は、多くもなく少なくもなく、現状維持である。
		乗用車販売店（経営者）	・お盆前ということで、客からいろいろな整備の予約を受けるが、財布のひもは固く、大きな整備や商品の購入には至っていない。
		乗用車販売店（営業担当）	・一部の大手企業や、ある特定の人は景気対策の恩恵を受けているが、エンドユーザーである各家庭の見通しは以前と全く変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・当社は8月が中間決算であり、若干不足している売上の営業数字を確保するため、販促を強化していく予定である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・先行きは天候次第である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・関西では、百貨店のバッグや宝飾品の売上が増加傾向にあるといわれているが、その影響は感じられない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・秋にかけて、消費増税論議の活発化が予想されるが、今後の政治的な動きも含め、買上には慎重になる懸念がある。
		高級レストラン（スタッフ）	・秋に向けて、ワインをゆっくり楽しむ客が増える。
		高級レストラン（支配人）	・販売量、来客数は3か月前の水準を大きく下回り、今月の目標も下回っている。単価のみが維持できたが、今後2～3か月先は好材料が見当たらない。外国人観光客は増えているが、レストランの利用にはつながっていない。
		一般レストラン（経営者）	・まだまだ庶民の財布のひもは固く、景気が良くなりそうな話も聞かれない。
		一般レストラン（経営者）	・台風のシーズンがやってくるので、一般客の足は遠くなる反面、ウェディングシーズンはピークになってくる。
		一般レストラン（スタッフ）	・参議院選挙で与党が大勝したため、期待感が一層高まる分、所得を中心とした実体経済に反映しない場合の失望を考えると、良くなるという予想はしにくい。
		一般レストラン（店員）	・まだまだ暑い日が続く。当分、動きに変化はない。
		スナック（経営者）	・今月は代わり映えない月であったが、やや良くなるという期待は持っている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来客数が少しずつ増えてきて、客単価も上がってきている。今後もこの傾向は変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・6、7月とアベノミクスに期待していたが、現実には以前と変わらない状況で、この7月は参議院選挙や暑さの影響か、非常に実績が落ちている。

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
		観光型旅館（団体役員）	・当地ではこの7、8月がハイシーズンのはずであるが、週末以外の入込は寂しい感じである。
		都市型ホテル（支配人）	・景気が良くなれば、消費税は上げられる。今秋に決定するということであり、それまでは変わらない。
		都市型ホテル（客室担当）	・9月以降も海外のインターネットサイトからの予約を順調に受注できており、売上も前年比で115%となっている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門の訪日外国人による利用は、為替相場に大きな変動がなければ好調が維持できる。婚礼部門の苦戦は続くが、一般宴会や食堂部門も前年を上回ったままの推移となる。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行は、テーマパークや神社などの動きが続くが、海外旅行の先行きが読みにくい。株価が安定すれば、高額商品の動きにもつながる。
		旅行代理店（従業員）	・マスコミによる政権批判が、消費マインドを下げてしまうのではないかと気になる。
		旅行代理店（広報担当）	・年末年始は9連休の休みが取りやすく、そこに申込が集中している分、秋の旅行需要がまだまだである。間際予約の動きに期待しているが、客からは、今年は年末年始にかけるといふ声もよく聞かれる。
		通信会社（社員）	・通信会社の戦略、施策にもよるが、よほど大きな動きがなければ、今の状況が打開されるとは考えにくい。
		テーマパーク（職員）	・経済政策の成功で国の財政が改善しても、国民一人一人の所得が増え、生活の水準が底上げされなければ、日々の生活や余暇を楽しもうという余裕は生まれてきにくい。国や企業の成長が、自分たちの生活の向上につながると思えないことが、停滞ムードを生んでいる。
		観光名所（経理担当）	・リニューアル効果が続いており、来客数は前年の水準を超えている。ただし、リニューアル効果も長くて秋ごろまでと考えており、冬期の集客策を検討している。
		観光名所（経理担当）	・今年は空梅雨で、月前半は天候に恵まれていたが、後半は一転して猛暑となり、来客数が伸びない。夏休みに入り、ガラス体験教室は好調で前年を上回る数字を上げているが、物販はあまり伸びていない。飲食・喫茶はまずまずであり、トータルとしては近年の水準を6%ほど上回っているが、酷暑が続く来客数が伸びない状況である。
		ゴルフ場（支配人）	・来場者数、予約状況から判断すると、良くも悪くもなく推移しているので、今後も大きな景気の変動があるとは感じられない。
		競艇場（職員）	・1人当たりの購買単価、来場者数共に、3か月前から横ばいで推移しており、今後も似たような状況が続く。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・8月にはプロ野球の試合があるほか、9月には人気グループのコンサートもあるので、今月並みの来場者を見込んでいる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・コスト増の要因がいろいろとあるなかで、それを上回る収入増の要素はなかなか見当たらず、本当の好況感を感じるまでにはまだまだ至らない。
		美容室（経営者）	・相変わらず安売り合戦が続いている。以前は単品での割引であったが、セット商品の割引を行い、売上単価を上げようとする店が増えている。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、例年暑い時期になると来客数が増えるが、ここ数年は増加がみられない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・書籍の販売とカフェの組み合わせが顧客の支持を得ているほか、新たなタイプの大型出店も推進中である。
		住宅販売会社（経営者）	・新規の来客数は横ばいで、今後の伸びには若干の疑念もある。ただし、中期的には既に受注している物件の工事予定で一杯であり、まずはそれらを確実に処理しながら、次の受注へ向けて準備したい。
		住宅販売会社（経営者）	・いまだに事業縮小や債務削減に向けた相談が絶えない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気が上向くような材料には乏しい。むしろ消費増税などのマイナス材料の方が多い。
		住宅販売会社（従業員）	・9月までに契約する案件は、消費税増税の影響がないため、現状から変化する要素はない。
		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）	・一般の個人客の購入意欲は高まっていない。来年4月の消費増税前には駆け込み需要があるかもしれないが、平均すると現状維持の状態が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	一般小売店〔花〕(経営者)	・今夏も猛暑の上、異常気象で大雨の被害が各地に出ているため、今後の仕入れにも影響が出る。
		一般小売店〔時計〕(経営者)	・先月、今月と、やや好調を維持できているが、まだ客全体から明るい雰囲気を感じることはできない。特に、ボーナス支給月という特別な月ではなく、普通の月になると想像ができない。
		一般小売店〔珈琲〕(経営者)	・消費税の増税がほぼ確定とのムードもあり、買い控えが予想される。
		一般小売店〔食料品〕(管理担当)	・お中元シーズンが終わるため、売上が落ちる。
		一般小売店〔衣服〕(経営者)	・物価上昇が続く一方で給料が増えないのであれば、生活の圧迫が進む。地域柄、小さな町工場を相手に商売をしているが、零細企業が多い地域は、物価の上昇が進むのは早い一方、給料アップを実感するのは大手企業よりも後になる。しばらく地域の景気は落ち込む。
		一般小売店〔酒〕(社員)	・これまでアベノミクスという言葉がメディアで取り上げられ、景気の上昇傾向や、円安、株高による日本経済の復活など、明るい空気が漂っていたが、所得への波及はまだ少なく、消費者は財布のひもを締め始めていると感じる。
		百貨店(企画担当)	・梅田地区の百貨店リニューアルによる影響は一巡してきているが、来春は阿倍野地区の百貨店が本格オープンするため、顧客の流出が予想され、状況は厳しくなる。
		スーパー(店長)	・相次ぐ値上げ報道や、給料が増えない状況では、購買意欲の上昇は望めない。
		スーパー(店長)	・食品以外は当市内で購入しない。特に、65歳未満の人は顕著である。
		スーパー(企画担当)	・競合店の出店により、現状よりも更に厳しくなる。
		スーパー(管理担当)	・原料や燃料価格の高騰、天候不順による物資不足も予想され、楽観できる状況にはない。
		コンビニ(店長)	・景気が回復に向かっているというデータがある一方、物価が徐々に上昇し、税負担も増えているのに、収入は増えておらず、販売量に影響が出ている。たばこは依然として底がみえないぐらいに販売が低迷し、主力の弁当、おにぎりさえ売れなくなってきている。求人面でも人件費がどんどん上がり、経費の面でも明るい材料はない。
		コンビニ(広告担当)	・アベノミクス効果が出るまでには、まだ時間がかかる。それよりも、原材料の高騰や公共料金の値上げの影響が先に出ている。
		衣料品専門店(販売担当)	・徐々に物価は上がっているが、給料が増えなければ、所得は目減り状態になる。
		住関連専門店(店員)	・円安が進むと、輸入業者はそれだけで利益の減少につながる。
		その他専門店〔宝石〕(経営者)	・現在の状況が続くと、円安による物価と公共料金の値上がりで、一般の家計は今よりも厳しくなる。
		一般レストラン(経理担当)	・消費増税の影響で、耐久消費財の購入は一時的に上向く一方、飲食業ではその影響が一段落する1～2年ぐらいは下げ止まらない。
		観光型ホテル(経営者)	・近くに海水浴場が多いため、季節的に他地域からの客が多いが、シーズンが終わると元の状態に戻る。地元の客も、夏に使った分だけ節約しようという人が増える。
		観光型旅館(経営者)	・先月のガソリン価格は1リットル当たり142円であったが、今月末現在で152円と高騰している。今後価格が更に上昇することになると、そのほかの商品の上昇もあり、家計は厳しい状況になる。
		タクシー運転手	・企業が夏休みに入るほか、一般客も夏休みの旅行などで出費が増えるため、無駄な費用は使わなくなる。ガソリンの高騰や電気料金の値上がりもあり、消費全体が減少に向かう。
		タクシー運転手	・客の動きをみていると、景気は下火になっていると感じる。
		住宅販売会社(経営者)	・客が住宅ローンを組む様子を見ても、所得の増加は感じられず、物件価格だけが高騰していく傾向にある。
		悪くなる	一般小売店〔花〕(店長)
一般小売店〔花〕(店員)	・前年に比べて来客数、客単価共に悪化しており、売上が増える要素はない。		
衣料品専門店(経営者)	・消費税の増税に備えるため、衣料品は買い控えが起きる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・春夏商品が売れていないのに、秋冬商品の仕入れや生産を控えており、これから良くなるとは考えられない。
		家電量販店（企画担当）	・8月に向けて、集客できるような話題商品がない。
		競輪場（職員）	・前年の傾向と比べると、悪くなっている。
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（営業担当）	・新規案件も数件決まり、取りあえず年末までは強含みの推移となる。
		輸送業（営業担当）	・同業者が業務を縮小し始めたので、荷物がこちらに流れてきている。来月はもっと増えることを期待したい。
(近畿)	やや良くなる	食料品製造業（経理担当）	・継続的かどうかは分からないが、雰囲気的には明るくなってきている。
		繊維工業（団体職員）	・季節的要因が大きいですが、国産品の需要が拡大傾向にあり、多少の期待感を持っている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・注文が多く、配達が進まない状況である。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・景気自体が上向いているのか判断できない状況である。ただし、電子ジャーナルなどの電子出版、電子ポスター、スマートフォンアプリケーションの制作、電子シラバスといったWeb環境を使った受注が今後は増えていく。企業も、ダイレクトマーケティングの方向にチャンネルを切替えていく傾向がみられる。紙だけの媒体では生き残れない。
		化学工業（企画担当）	・食品の売上の落ち込む夏が終わり、徐々に最盛期に向かうほか、景気の回復により利幅の大きい商品が売れるようになる。
		金属製品製造業（管理担当）	・名古屋の再開発案件が今年一番の物件になる。今後は梅田地区での商業施設の開業時よりも忙しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・良くしてみせるといふ意気込みはあるが、実際は不透明である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災の復興需要や消費増税前の駆け込み需要関連のほか、新たにオリンピック招致が決まれば設備物件の需要が出てくると予想している。戸建住宅とマンション関連も好調が続いている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果が浸透してくることを期待している。
		建設業（経営者）	・9月末の消費増税関係の駆け込み契約が数件あるほか、3月末竣工物件の需要にも期待される。
		建設業（経営者）	・不動産取引が活発化する兆しがあり、当社の受注も増えていくことが予想される。注文住宅に消費税の現行税率が適用される9月30日の期限までは、駆け込み需要が増えそうである。
		金融業（営業担当）	・現在は一部で景気が上昇しているが、今後は中小企業にも波及してくる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・アベノミクスの効果が顕在化する。
		経営コンサルタント	・回復や明るいという表現を使うまでには至らないが、2～3か月後には少しは明るい話が出ると期待している。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・国会のねじれが解消されたことにより、今後は各法案が通りやすくなる。今まで停滞ムードであった経済の活性化策も、結果はともかく、実行可能となることへの期待は大きい。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・年末までの受注量が増えるものと予想される。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・販売動向に関しては、来年の消費税率引上げ前の駆け込み需要や、その雰囲気による購買意欲の上昇で、年度後半は堅調に推移する見通しである。ただし、急速な円安でコストが大幅に上がっており、過当競争から売値が上がるとは考えにくく、経費節減や人員削減で乗り切るしかないため、経営としては苦しい状況が続く。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・秋商戦が始まってくるが、この時期の売上は年間を通じて増える傾向にある。ただし、目玉になるような新製品がなく、既存品の売上に頼るしかない状況が続くほか、政治の安定などの関係でよく分からない部分もあるため、現状維持できれば上出来である。
		繊維工業（総務担当）	・相変わらず景況感には変化がなく、円安による仕入コストの増加が、利益を圧迫している状況が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・原料価格が下がらないと思われるので、現状からの変化はない。
		化学工業（経営者）	・具体的な問い合わせや案件には変化がないため、しばらく状況は変わらない。
		化学工業（管理担当）	・消費税の8%への増税が決定的であり、消費意欲が減退すると考えられる。ただし、アベノミクス効果の好況感が支えとなるため、全体的には変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・参議院選挙が終わり、与党の圧勝といわれる状況であるが、今後はアベノミクスが非常に重要になる。円安や電気、ガス料金の値上げなど、一つも良い材料がない。
		金属製品製造業（経営者）	・あまり大きな変化はみられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・為替や株価の動きに方向性が感じられない。不透明感があり、製造メーカーの海外での設備投資についても悪い話が多い。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・状況が良くなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量が確保できず、新規の引き合いも極端に少ない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・参議院選挙で与党が勝っても、景気が上向くのはまだ先である。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新製品はなく、売上が見込めるイベントなどもない。
		建設業（経営者）	・技能労務者不足、建設資材などの高騰、消費増税により、より厳しい価格競争が予想される。
		建設業（営業担当）	・物流拠点といった建設計画の情報は増加しているが、建築コストも上昇しており、顧客からは建設計画をちゅうちょする声も聞かれる。
		輸送業（営業担当）	・配達量に変化はないので、今の状況が続く。
		輸送業（営業所長）	・先月までは新規案件の話もいろいろと出ていたが、今月になって少なくなっている。
		輸送業（商品管理担当）	・給料は上がらないのに、税金が増えているので、今後も変わらない。
		不動産業（営業担当）	・神戸の事業所数の減少は将来的にも続くと思われるため、悪い流れは変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が低い水準のままで、良くなる気配がない。新規購読数が増えた一方、経済的な理由で止める読者もあり、伸び悩んでいる。
		広告代理店（営業担当）	・先の広告出稿の話も増えてきており、今後も前年比110%は維持できる様子である。
		経営コンサルタント	・ものづくり補助金や、にぎわい補助金の効果が出るまでには、まだ時間が必要である。事業意欲が減退することはないが、まだ現在の状態が続く。
		司法書士	・事件数も案件も少ないため、変わらない。
		コピーサービス業（店長）	・現状維持の状態が続く。決して悲観的な印象はないが、数字としては一定の水準を保つと予測される。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・アベノミクス効果は感じられない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円安の影響で、輸入商品の単価が上がっているが、得意先への販売価格に転嫁できていないため、利益が圧迫されている。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・アベノミクスと経済の見通しが不透明である。		
やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・夏の休暇を挟むことで販売は伸び悩むが、原材料の値上げは続いているため、技術とアイデアを駆使する後半戦になる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・来春の消費税率アップがあるかないかで状況は変わるが、現状をみると、生活必需品以外の商品の購入は抑えられている。一部の高額商品が動いているが、売れ筋商品の価格帯は上がっていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月で投資の動きに弾みがつくような状況ではない。産業全体の投資が増えなければ、鉄鋼関連の投資も上向きにくい。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・収入が増えない一方、支出面では値上がりが多い。

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	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内受注をいかに伸ばすかがキーポイントとなってくる。海外受注も引き合いのあるものを確実に受注していくことが重要となる。	
		通信業（管理担当）	・価格面での円安の影響は続く。	
		広告代理店（営業担当）	・新たな要素がみられない。	
	悪くなる	—	—	
雇用 関連  (近畿)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・参議院選挙後の動きとして、まだ日数は少ないが、雰囲気としては明るくなってきている。ただし、お盆も近く、休暇に入るほか、猛暑もあるため、まだまだ本格的な動きは出てきていない。	
		人材派遣会社（支店長）	・今回の参議院選挙の結果が判明し、ねじれ国会も解消されることから、良い方向へ向かっていく。	
		人材派遣会社（支店長）	・今後は消費増税の対応などを含め、上向いていく。	
		人材派遣会社（営業担当）	・株高によって消費マインドは好転しているが、賃金の増加がないため、好景気の実感がわからない。	
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・関西地場の大手や中堅の飲食・サービス系企業による出店が継続している。それに伴って雇用も増加している。	
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告の安定的な好調に加え、参議院選挙の結果、国会のねじれも解消されたことで、様々な政策が実行されやすくなっている。国が政策の方向さえ誤らなければ、株価も更に上がり、景気も上向いていく。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数が増加傾向にあり、主要産業別には、宿泊・飲食サービス業、卸売・小売業などが増加傾向にある。ただし、製造業については、他産業に比べて伸びが非常に弱い。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・大きな懸念材料がない。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	・まだ採用環境は非正規社員の増加が中心であるが、今後は正社員の採用増に期待したい。	
		変わらない	人材派遣会社（役員）	・株価の不安定感がぬぐいきれない。アベノミクスの具体的な効果も、实体经济にいかにも早く、どの程度反映されるかが不透明である。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・参議院選挙が終わった後も、これまでのような動きが出てくるかは確信が持てない。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の先行きの推移をみると、今月とほぼ同水準が微減の様子である。特に、百貨店、旅行、流通、不動産の動きが悪い。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人が動き始めた気配は感じるが、先行きについて、どこか確信が持てないところがある。
			職業安定所（職員）	・雇用情勢からみると、現状よりも良くなる要素、悪くなる要素共に、特には見当たらず、しばらくは現状維持で推移する。なお、最近では応募者が少ないため、求人条件を良くするケースが増えているなど、労働市場は買い手市場から売り手市場に変わりつつある。
			学校〔大学〕（就職担当）	・医療系は慢性的な人手不足であるが、少し慎重な動きが感じられる。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・景気については株安、円高が進んでいることから、先行き不透明感が出てきた。この影響が雇用面で出てくることを心配している。		
	悪くなる	—	—	

## 8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人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  (中国)	良くなる やや良くなる	百貨店（営業担当）	・周辺開発が進み、エリアの活性化が期待できる。
		商店街（代表者）	・来店客や付近の経営者も話しづりが明るくなってきている。
		商店街（代表者）	・夏から秋にかけてイベントがあり、観光客の増加に期待している。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・秋に向けてイベントがあり、観光客は増える。
		スーパー（店長）	・外部環境に大きな変化はないが、消費動向は上昇傾向にあり、特売日にまとめ買いをするなど客の賢い買物で売上は回復する。



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）	・現状は個人所得増がないものの、先行き期待感があり、消費も上昇が期待できる。また、消費税増税前の駆け込み需要も見込める。	
		スーパー（販売担当）	・先日、当店取扱の商品が全国放送のテレビ番組で紹介されると、販売量が前月比160%以上で推移した。一例ではあるが、こういう現象をみると消費者の潜在的な消費意欲は決して低くないと実感する。要は、消費意欲を刺激する何らかのきっかけさえあれば景気は好転すると感じるし、その気配はある。	
		コンビニ（エリア担当）	・前月に比べて販売量がやや上昇傾向で、今後もこの傾向は続く。	
		家電量販店（店長）	・9月は決算月で、また消費税増税前の駆け込み需要によって購買意欲と来客数は上がる。	
		家電量販店（企画担当）	・少しずつ購入商品単価が上がってきているので期待したい。	
		乗用車販売店（副店長）	・決算期を迎え、また新型車の投入も控えている。	
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待する。	
		乗用車販売店（営業担当）	・先々月くらいから富裕層が潤い始め、今もそれは続いている。今後もその流れは続く。	
		住関連専門店（営業担当）	・消費税が上がる前に買おうとする客が増えている。	
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・秋は団体客も多く、来客数、売上ともに良くなってくる。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・参議院選挙で自民党が大勝し、停滞していた株価も再上昇し始め、消費動向に明るさが見え始めている。梅雨明けが早く夏物商品の前倒し需要が8月に夏バテ気味にならなければ、9月以降も上昇傾向は続く。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・参議院選挙で与党が圧勝したことで安定した政権運営が期待される。先行きに安心感が出てくれば、企業の投資にも好影響がある。	
		一般レストラン（経営者）	・景気が上昇の傾向にあり、参議院選挙結果を受けて安定的経済政策がなされるとの期待も大きい。また来年の消費税増税を念頭に、需要の前倒し傾向があり、外食も期待できる。	
		一般レストラン（経営者）	・景気が悪い状況が続いているので、今よりは良くなる。	
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・秋の観光シーズンになれば涼しくなって富士山への出足が鈍り、松江自動車道の開通効果が出る。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年の大河ドラマブームは落ち着いたにもかかわらず、来客数はここ近年で最多の見込みである。	
		旅行代理店（経営者）	・今回の参議院選挙は自民党が圧勝したが、景気対策で良い施策が出ればいと希望している。	
		旅行代理店（営業担当）	・政権が安定し、正しい方向性が見えてくると期待する。	
		タクシー運転手	・参議院選挙が終わって人の動きが良くなっており、売上も期待できる。	
		通信会社（企画担当）	・異常気象による農作物等への影響の懸念は若干あるが、参議院選挙が終わり、今後の経済の動向について客はおおむね安定した見方をしている。消費は上振れすると思う。	
		テーマパーク（業務担当）	・夏休みや盆休みなど、行楽需要も増える。	
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きだけでなく、販売量にも勢いがついてくるように思われる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素が、客の様子や店頭での話を聞いている限りでは地方都市の商店街で見当たらない。
			商店街（理事）	・夏の異常気象で生鮮品が値上がりし、原材料の高騰で一般商品の値上がりも予想され、客の生活防衛本能が働いて消費回復は難しい。
			商店街（代表者）	・今の景気動向が2～3か月先も、今月同様にやや良い状態を維持する。
			商店街（代表者）	・2～3か月で地方の収入が伸びてくるとは思えない。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・アベノミクスは良い期待ムードを作り上げているが、実質はまだまだで、むしろ厳しいかもしれない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔靴〕(経営者)	・商店街の存在する中心市街地にマンションが増えており、商品の需要は高い。商店街の空き店舗に新しくオープンした店が3～4軒ある。
		一般小売店〔酒店〕(経営者)	・都会は景気が上向いているようであるが、地方の小さな町ではその感覚はない。まだ先のことになると思うが、アベノミクス効果が地方に出てくることを期待している。
		一般小売店〔酒店〕(経営者)	・アベノミクス効果は地方では全く現れておらず、相変わらずの状況である。
		一般小売店〔印章〕(経営者)	・営業活動に使われる名刺注文も増えず、ゴム印の注文もなく、あまり活発ではない。
		百貨店(営業担当)	・飲食、サービスは徐々に上向いているようであるが、アパレルがさっぱりであり、全体的には上向いているとは感じられない。
		百貨店(営業担当)	・新しい施策を考えなければ、前年の売上を達成できない。
		百貨店(販売促進担当)	・電気、ガス、小麦関連などの値上げが続き、さらに客の購買姿勢は厳しくなってくる。10月には15%お得な地域限定のプレミアム付き商品券の発売を計画しており、購買増加につなげたい。
		百貨店(販売担当)	・一部の高額品のみ好調という状況は変わらず、しばらくは現状のまま推移する。
		百貨店(売場担当)	・サテライトショップとしての売上目標は計画通りに推移しているが、景気自体が改善されているとは思えず、楽観はできない。
		百貨店(営業推進担当)	・高額商品の動きは顕著までとはいかないが、順調に推移している。生活必需品については、ここ数か月安定せず予想しづらいが、極端に落ち込むことはない。
		百貨店(購買担当)	・秋物商品は投入されているが、暑さのため客の購買意欲が乏しい。消費税増税前で高額商品、限定商品への客の意欲は上がっているため、何か企画を催せば来客数は増加し、高額品であっても売れる。
		百貨店(電算担当)	・主力商品の衣料品、雑貨類は低調であるが、貴金属や美術品は好調であり、全体の売上は、前年実績をキープしている。依然、客の財布のひもが固いのは変わらない。
		スーパー(店長)	・現状維持で推移する。
		スーパー(店長)	・景気を判断する材料がない。
		スーパー(店長)	・競合店舗との競争が厳しくなる。
		スーパー(総務担当)	・7月の客単価がやや低下気味なので、8月の催事による売上の増加を期待するが、伸びは厳しい。
		スーパー(管理担当)	・来客数は前年並み、客単価は低下という状況は続くと思われるが、ここ2～3か月は環境の変化もなく、大きな上下変動はないと見込まれる。
		スーパー(財務担当)	・盆等、特殊な日には少し高価な商品が売れ、売上も伸びるが、平常に戻ると節約により客単価が下がる。
		スーパー(業務開発担当)	・景気回復の実感がまだない地方で、メーカー各社の値上げが出揃い、一層の節約ムードが出る。
		スーパー(販売担当)	・7月はボーナス月であったが、客の購買意欲が高くなったようには思えず、まだ節約傾向は続く。
		コンビニ(エリア担当)	・食品の値上がりを受けて節約志向が加速し、客単価は上がらない。
		コンビニ(エリア担当)	・工事現場の客は一時的なもので、近隣の工場や従業員数が減少しているため、今以上に客が増える見込みはない。
		コンビニ(副地域ブロック長)	・猛暑の影響で冷系商品が伸長しているだけで、主食や日用品の動きに変化はない。
		衣料品専門店(経営者)	・中小企業に勤務している客からは悲観的な声しか聞こえてこない。
		家電量販店(店長)	・太陽光関係の補助金制度も今年度いっぱい、いずれ買電価格も下がるため、太陽光関係商品の夏商戦は苦戦する。
		家電量販店(店長)	・政府発表では景気は自律的回復に向けた動きもみられるとあるが、景気が良くなったとは感じない消費者が多数であり、依然として客の財布のひもは固い。消費税増税の可能性が高く、増税発表後は高額商品を中心に駆け込み需要が望めるが、現状は消費者も様子見状態である。
		乗用車販売店(店長)	・参議院選挙が終わり客の動きを期待しているが、今のところ景気を判断する材料はない。
		乗用車販売店(総務担当)	・ガソリンが値上がりし、燃費を気にする客が増えてきている。他社の車と維持費の比較で厳しい商戦を心配している。

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
		乗用車販売店（統括）	・4月からの販売量の動きをみると、今後改善されるとは思えない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込みを期待している。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・アベノミクス効果が地方に来ることを期待している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・アベノミクスに今以上の効果は望めない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・残暑が厳しくなる長期予報があり、秋物商材の動きは期待できない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年並みで、先の景気については分からない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・ガソリン代、食品、日用品も値上がりし、外食まで金が回らない。消費税増税も予想され、先行き不安が外食に影響する。
		一般レストラン（エリア担当）	・メニュー単価の値下げを実施する予定である。なかなか単価が上がらず、客の財布のひもは固い。
		スナック（経営者）	・アベノミクス効果で少しは景気が回復すると期待していたが一向にその気配がない。3か月先でもまだ効果は出てこない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・アベノミクスの影響で景気が回復するとの期待感はあるが、行楽客の宿泊予約状況からまだ実感はない。
		タクシー運転手	・秋の観光シーズンになるが、客数に変化は期待できない。
		タクシー運転手	・夏休み、祭、日本ジャンボリーがあるため、一時的には景気が良くなると思われるが、その後、元に戻る気がする。
		タクシー運転手	・特別なイベントがあっても客数の変化は期待できない。
		通信会社（社員）	・客からの新たなサービス利用の問い合わせに変動がない。
		通信会社（工事担当）	・8月は申込件数が減少する傾向にある。
		通信会社（広報担当）	・現状の動向をみても、商品の有益度や性能等ではなく、価格の安さに重きを置いて客は買物をしており、政府が進める物価上昇には客は対応していない。
		通信会社（通信事業担当）	・時期的に加入や解約などの動きがほとんどないことに加え、キャンペーンなどの実施時期が恒例になってきているため、さらに動きが少ない。
		通信会社（営業担当）	・2～3か月で一般消費に影響が出るほどの所得増などが見込めない。仮に所得増があったとしても非常に緩やかで、生活必需品の値上がりにより相殺される。
		通信会社（総務担当）	・景気高揚の話が先行しているが、販売量増には結び付いていない。
		テーマパーク（管理担当）	・景気が良くなったようには感じられず、客の動向も活発ではない。
		ゴルフ場（営業担当）	・10～12月までがシーズンで来場者は増えるが、景気回復の影響はまだみられない。
		競艇場（職員）	・3か月後に女子レースが予定されており、収益確保が予想される。
		美容室（経営者）	・良い客は継続して来るが、若年層の客の来店周期が長くなっているように感じる。
		美容室（経営者）	・景気が良くなるという話があっても実感はない。
		美容室（経営者）	・客の財布事情を考えると、現状維持が精一杯である。安い店に行った客に戻ってきて欲しい。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ1年以上、身のまわりで景気の変化が全く感じられないことから、ここ2～3か月で変化があるとは思えない。
		設計事務所（経営者）	・経済の基本は、生産と消費のバランスのはずであるが、株価、通貨による景気指標にとらわれすぎている。
		設計事務所（経営者）	・客の意欲は堅調であるが、受注側の能力が伸びないため、受注量の大幅な伸びは期待できない。
		設計事務所（経営者）	・秋になると、消費税増税の駆け込み需要も落ち着くのではないかとと思われるが、今の建築業界の忙しさはもう少し続く。
		住宅販売会社（販売担当）	・消費税増税を意識した駆け込みも、住宅取得の優遇措置等を見据えて検討するようになる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の購買意欲が弱く売上が低迷しており、景気は悪くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		百貨店（売場担当）	・依然として供給先の在庫調整が厳しく、端境期商品の納品はタイトな状況である。価格志向が強まっている中、大きな伸びは見込めない。	
		スーパー（店長）	・競合店の集客策が激化する。	
		スーパー（営業システム担当）	・水不足、猛暑による生鮮関係の値上がりが続くかが大きな不安要因である。安売り販売できる商品が偏ってくると、客も手を伸ばさない。	
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税で先の不安が取り除けない。	
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・景気は良くなりませんが、客単価、来客数とも伸びない。	
		家電量販店（販売担当）	・爆発的要因がない。	
		観光型ホテル（支配人）	・外国人旅行者は秋口まで予約が入ってきているが、外食するため全館の売上としては期待できない。地元企業の宴会利用も期待薄である。	
		都市型ホテル（企画担当）	・10月以降、大きなキャンペーンやイベントがないため、やや下降ぎみの傾向と思われる。	
		通信会社（管理担当）	・業界他社の攻勢が厳しい。	
		テーマパーク（営業担当）	・年内は出雲大社周辺のブームが続きそうで、他地域には客が流れてこないという懸念がある。	
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わり、また、数か月前より建築費が高騰しているため、新たに建築を始めるクライアントは減少する。	
		住宅販売会社（営業担当）	・客の様子や税制改正等を総合的にみても、現状がピークではないかと思われる。	
悪くなる	自動車備品販売店（経営者）	・タイヤメーカーは常に儲かるが、我々小売店は新車が売れば販売量が減少するといった矛盾がある。デフレ時代は売上及び来客数の減少で苦しんだが、景気が良くなっても売上が増えるか疑問である。		
		・新車立ち上がりの影響で景気は良い。		
企業動向関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・円安による原材料の高騰など国内景気に対する不安材料はあるが、政府の政策により、景気は良くなると考えられる。実際、身のまわりでは家電製品や自動車を買換える、自宅を建てるなど、投資に向かう動きもある。	
		金融業（貸付担当）	・円安による原材料の高騰など国内景気に対する不安材料はあるが、政府の政策により、景気は良くなると考えられる。実際、身のまわりでは家電製品や自動車を買換える、自宅を建てるなど、投資に向かう動きもある。	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・参議院選挙が与党の勝利となり、消費税増税の実施が現実視されるなかで、駆け込み需要が具現化する。	
		化学工業（経営者）	・自動車関連部品メーカーを中心に、具体的に増産計画が打ち出され、引き続き受注量が増加基調にある。	
		化学工業（総務担当）	・石炭等の燃料費の値下がり期待する。	
		鉄鋼業（総務担当）	・内需向け国内製造業はまだ力強さが感じられないものの、輸出が増えて関連企業では繁忙感が続く。	
		鉄鋼業（総務担当）	・旧価格の市中在庫がなくなり、エンドユーザーへの価格転嫁が浸透しやすい環境が整う。	
		建設業（経営者）	・取引先は受注の見込みがあるようで、その恩恵を受けられる可能性がある。	
		建設業（総務担当）	・消費税増税の経過措置期日の9月末を控えて、駆け込み需要が期待できる。	
		輸送業（支店長）	・単価が上がっている。クール便といった付加価値商品を利用する客が増えており、しばらくこの状況が続く。	
		輸送業（業務担当）	・7月までの上半期の景気は期待感のみであり良くなかったが、下半期には今まで努力した営業活動の効果が現れてくると期待する。	
		金融業（自動車担当）	・現在の為替水準であれば、完成車メーカーの輸出は好調が続くと期待できる。自動車部品メーカーも受注が増加し、増収増益が当面続くと予想される。	
		不動産業（総務担当）	・賃貸不動産の需要によるが、秋口の異動に期待したい。	
		広告代理店（営業担当）	・アベノミクス効果が期待できない状況で、取引先の対応も冷やかな状況である。ただし、消費税が8%に上がるとの内容で、各社住宅販売促進部門及び他業種の販売促進活動が活発になっており、売上はやや上向きになる。	
		変わらない	繊維工業（統括担当） 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） 非鉄金属製造業（経理担当）	・景気の変化はない。
				・鉄鋼向け受注の拡大に期待する。非鉄向けの引き合いも活発になっており、生産量増加が期待できる。
・金属価格の低迷とエネルギーコストの上昇が懸念される。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界からの受注がようやく上向いてきたが、造船向け仕事量は減少するため、全体の仕事量は現状並みで推移する。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・変動する要素がない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注見積の依頼は活発であるが、成約にいたる確率は低い。各社の設備投資は待ちの状態であり、慎重に市場の動きを観察している。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・当初の想定では、2014年末頃に向け徐々に悪化していく見通しであったが、足元の状況や先の見通しを考慮すると、景況感は悪化せず推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・現在の受注内示では好調を維持する。
		建設業（総務担当）	・消費税増税前の契約が望まれるが、諸事情で受注に向けて積極的に動けない一方、ピークが過ぎた後の受注活動に不安がある。
		輸送業（総務担当）	・取引先から良い情報が得られない。
		通信業（営業担当）	・参議院選挙も終わったので、今後の政府の雇用や景気へのテコ入れに期待したい。
		通信業（営業企画担当）	・客の夏季休業期間のボーナスの使いかたや旅行といった話題は、前年と変わらない。
		会計事務所（職員）	・仕事が忙しくなっている様子はみられない。そのためか、設備投資も積極的に行う雰囲気になっていない。
		コピーサービス業（管理担当）	・景気が上向きとの声もあるが、実際の仕事量は一向に増加しない。9月決算を目前に、今期は減収減益で赤字決算の可能性が大きい。
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・デフレ状況の改善がみられない。さらに価格が下がっていく方向が強い。
		食料品製造業（総務担当）	・受注量が増加するか不明である。
悪くなる		農林水産業（従業者）	・本来なら真アジとイカのシーズンであるが、水揚げ数量が落ち込んでおり、シイラ網漁も不漁で、この先が心配である。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現行は、問題の序曲段階であり、この先ますます収支面での状況悪化が進むと予測している。
雇用 関連  (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・政治が安定したことで企業に安心感が広がっており、物価上昇などの懸念材料はあるが、企業の採用状況は変わらず上向きになる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・住宅関連・食品関連などの慢性的な人材不足から、受注は確実に増えている。新型軽自動車の売行きに見込みがたっているため、主に自動車関連において求人受注増が顕著である。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・顧客企業で新卒採用をストップするところは少ない。受注が増えて採用意欲が増しているところが多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・出入りする銀行員が、春先から融資額が前年比でやや上回り始め、今も続いていると話していた。本格的な設備投資の準備段階に入ったのかもしれない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・平成26年3月卒の新規高卒者対象の求人受理数が前年比3割増増加しており、企業の採用意欲が高まってきている。
		民間職業紹介機関（職員）	・公共事業への投資など、アベノミクス効果が徐々に始まっており、参議院選挙による与党圧勝から来るねじれ国会の解消がさらにスピーディーな意思決定を加速させ、次なる施策を打ち出すことが期待される。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・参議院選挙で与党が過半数を確保したことから、経済対策の実行が加速すると予想される。消費行動が上向きになり、現在の円安傾向と株高傾向が継続して推移する。
		変わらない	人材派遣会社（営業担当）
		人材派遣会社（支社長）	・派遣就業を希望する求職者の減少と、派遣求人数の増加というギャップはさらに拡大していく。当面この傾向が変わる要素は見当たらず、求人数は堅調、売上は現状維持という状況が続いていく。それに伴う販管費の上昇など、利益の下振れ懸念も発生する。

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
		求人情報誌製作会社 (広告担当)	・現状とほぼ変わらない雰囲気でも推移する。既に今年度の採用活動を終了したという企業群も多く、採用を積極的に行うというより、辞退者の補充を行うという企業があるだけという印象を受ける。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・日銀は景気回復を宣言したが、地方は賃金アップを実感するには程遠い状況にある。
		職業安定所 (産業雇用 情報担当)	・新規求人に占める正社員求人の割合が増減を繰り返しており、安定的とは言えない。
		職業安定所 (産業雇用 情報担当)	・求人倍率は6か月連続で1倍を下回っており、目立った変化はない。
		学校 [短期大学] (学 生支援担当)	・特に変化がない。
		その他雇用の動向を把握 できる者 [労働機 関] (職員)	・新規高卒求人が全体では前年を上回るペースである一方、ホームセンター経営者から消費税増税で先行き不透明なので新卒者採用を見送る声が寄せられるなど、業種によってまばらである。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

## 9. 四国 (地域別調査機関: 四国経済連合会)

(—: 回答が存在しない、○: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (四国)	良くなる	衣料品専門店 (経営 者)	・乗客数も増え、客単価も徐々に上昇していくのではないかと予想する。
		設計事務所 (所長)	・事業用の設備投資が非常に増えてきており、当面景気は良くなると思う。ただ、建築単価が急激に上昇しているため、採算が合わず、取りやめる企業等が出る可能性がある。
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・希望的観測も含め、少しずつでも上向いて欲しい。
		商店街 (事務局長)	・暑い夏であり季節商材はしっかりと動きが感じられる。週末の人出も安定して多く、瀬戸内国際芸術祭の反響も大きい。7月後半から秋にかけては数字が伸びると期待している。
		スーパー (企画担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が予想される。
		コンビニ (店長)	・建設業の客の動向にかかっている。現状が続けば、少し良くなると感じている。
		コンビニ (商品担当)	・販売数が比較的堅調に増えてきている。
		家電量販店 (店長)	・消費税増税前の駆け込み需要があると思う。
		観光型旅館 (経営者)	・8月、9月の予約状況は、海外旅行より国内旅行に行くという全国的な傾向があるが、それを考慮しても昨年と比べてかなり良くなってきている。
		旅行代理店 (支店長)	・参議院選挙の与党勝利で、アベノミクスによる景気好況感の拡大が見込まれ、今後更に個人消費が増える事を期待している。
		タクシー運転手	・秋になれば、お遍路の仕事も多少はあるので、今より売上は増加する見通しである。
		通信会社 (企画)	・現在の状況が大きく変わらないと思われるため、やや良くなるのではないかと。
		観光名所 (職員)	・来客数の増加が期待できるため。
変わらない		一般小売店 [酒類] (経営者)	・アベノミクス効果は地方では感じられない。公共事業も増えるかもしれないが、川下に恩恵をもたらすのはまだ先の話だと思ふ。
		一般小売店 [菓子] (総務担当)	・消費対象が分散化している傾向にあり、変わらず厳しい状態が続く見通し。
		百貨店 (営業担当)	・8月は客も少し買物に走るのではないかと。
		スーパー (店長)	・景気が、特に上昇したり下落するような要素がない。
		スーパー (企画担当)	・製品の値上げや気候の影響により、高値推移が続いているため、客数、売上数量の推移は期待できる状況ではない。
		スーパー (統括担当)	・消費税増税など、先行きがみえないので、景気が良くなることを抑えているように思う。
		スーパー (財務担当)	・景気上昇ムードが先行している部分があるが、大きく上昇しないと予想する。
		コンビニ (総務)	・猛暑が続けば、現在より良くなる事が予想される。
		衣料品専門店 (経営 者)	・景気が上向いてきているような情報もあり期待はしているが、現実問題としては、なかなか厳しいような様子が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（総務担当）	・前年よりセールが前倒しされているため、売上は低迷すると予想する。また、気温が高い状況が続くことが予想されており、秋物の販売への影響が懸念される。
		家電量販店（店員）	・ボーナス商戦の伸びがあまりない分、今後も極端に減少する事は無いと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車の割合が増えており、収益面では減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	・メーカー別に勝ち組、負け組が分かれているが、業界全体での市場は中古車を含めて大変厳しい状況にあり、急に良くなる状況でない。
		乗用車販売店（役員）	・新車登録が6月、7月と前年を割っている状況で、3か月先まで読めない。
		住関連専門店（経営者）	・円安の影響で、ガソリンなど輸入物が高くなっており、輸出企業の業績は良いが、輸出企業以外は社員の給料が上昇しないため、あまり良くならない。
		都市型ホテル（経営者）	・予約の動きや客単価が少なく、今後、伸びる余地があまりないと感じる。
		タクシー運転手	・例年9月、10月は乗車人数の変動がないため、変わらないと予想する。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売予定がなく、市場に対するインパクトに欠ける。
		ゴルフ場（従業員）	・平日の来場者は弱く、客単価も下がっており、変わらないと予想する。
		美容室（経営者）	・消費マインドが上向く要素が見当たらない。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税もあるが、ローン減税の拡充などで計画を慎重に考えている客が多い。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・政治の安定とともに、消費マインドは高い状態が続いているが、地方都市では収入が増えていないため、消費マインドは縮小していくと思う。域内の小売業の売上も厳しくなっており、景気はやや悪くなると予想する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・郊外の大型店やショッピングモールなどは人が集まるが、商店街や繁華街までは足を運ばなくなっている。閉店してシャッターの降りた店舗が何軒もあり、開店があつたとしても、県外企業の若者向け店舗が多い。
		スーパー（店長）	・家庭向け電気料金値上げにより消費節約傾向になると思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・電気料金の値上げ等が、家計を圧迫し始めているため。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格がかなり高騰しており、今後もこの傾向が続くと予想される為、新車販売への影響は避けられない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・お中元時期と夏物飲料の売上増の反動から、少し悪くなると思う。
		競艇場（職員）	・周年レースでも、売上が増加しなかったことを思うと、この先大きなレースもなく期待が持てない。いかに「本場にお客様を呼ぶ」努力をしていくかがカギとなってくる。
		美容室（経営者）	・例年9月と10月は売上が落ちるため。
悪くなる		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・夏の書入れ時だが、地方は余裕のある生活がまだできないので、嗜好品の酒類には財布のひもは緩まないだろう。
		スナック（経営者）	・夏の間は客の動きが鈍くなる。
企業動向関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・円安が更に進んでいると予測するため。
		電気機械器具製造業（経営者）	・企業や個人が設備投資をしており、見積りや引き合いも大変多く、景気が良いと本当に実感している。
	やや良くなる	輸送業（支店長）	・8月より荷主操業は通常に戻る。しかし、6月以降、前年同期比約6円/L上昇した燃料コストの増加により、前年ほどの収益は望めないと考える。
		繊維工業（経営者）	・大企業中心の好況感が全国的に浸透し、ここ数年の厳しい環境から好転すると思う。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内は復旧・復興、防災・減災による受注増が期待され、海外は円安の効果により中東を中心に大口商談が期待できる。
		建設業（経営者）	・官民とも、工事が出そうな雰囲気が出てきた。
		金融業（融資担当）	・参議院選挙で自民党が大勝したことで、景気回復策へのより積極的な資金投入が期待されている。消費者マインドも上昇傾向であり、近隣マンションの販売状況も極めて良好。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連 (四国)		不動産業（経営者）	・最近、工場用地あるいは倉庫用地といった設備投資不動産の問い合わせが増えてきている。設備投資意欲が増えたか、あるいは融資が緩和されたように思われる。
		広告代理店（経営者）	・県外資本の得意先から、やや積極的な販促展開の広告予算が期待できる。また地元資本の得意先も非常に少ないが、新しい広告提案を採用されるケースが出てきている。結果、若干ではあるが良くなる期待感がある。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・出回り量が増えないため、消費は盛り上がりず、市況価格は弱い動きと予想する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・国内市場は小売が強いので価格の修正はなかなかできない。今後は海外市場への展開をやっていききたい。米国ではトイレットペーパーが日本の6倍の価格で売られている。
		建設業（経営者）	・仕事量が多いものの、労務単価の上昇や受注時の価格競争は継続しており、忙しい割に利益率は相変わらず上がらないという状況が顕著になってくる。
		輸送業（経営者）	・地方の中小企業は変わらないと思う。
		通信業（部長）	・例年夏場の法人向け携帯電話販売は落ち着く傾向があり、今年度も同様になると思われる。
		公認会計士	・電気代など諸物価の値上がりによるコストアップに不安を持っている経営者が多くなっている。売上に転嫁できるかどうかについては、非常に悲観的な意見が多く、景気はやや足踏み状態ではないかと心配をしている。
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・電炉メーカーの最大の問題は電気料金の値上げである。他地域の値上げのない同業他社との間では競争力に格差が生まれる。
		輸送業（営業）	・消費税増税前の駆け込み需要による取扱物量の増加を期待していたが、その兆候はほとんど見られないことから、地方都市における消費低迷からの脱却は程遠いと感じている。同業他社には、経営の悪化に耐え切れず、保有車輛の売却や休車で登録車輛の減車に転じるところも多くなっている。物量の波動に対する輸送協力要請もままならない状況になりつつあり、繁忙期の輸送力確保を危惧している。燃料高騰や設備投資による経費増の状況にあり、輸送力を維持できなければ失注に繋がり遺失利益が増大し、経営を圧迫するのは必至である。
		広告代理店（経営者）	・しばらく資材関係の値上げが続くと思われるため。
	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・自民党政権により公共事業が増えることが予想され、建設業をはじめとした公共事業関連のニーズは一時的に上がるものの、正社員等の雇用をただちに増やすことは今の所は考えがたい。
人材派遣会社（営業）		・アベノミクス効果が景気を上向かせ、経済的問題、雇用問題にかかわる規制等が緩和されれば、雇用は拡大し、消費意欲も高まるだろうと期待する。	
求人情報誌製作会社（従業員）		・異動時期に入るため、求人数の増加が見込める。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・消費増税前の駆け込み需要は間違いなく来ると思う。	
職業安定所（職員）		・月間有効求人倍率が、先月比0.05ポイント、前年同月比では0.17ポイント上昇した。	
変わらない	求人情報誌（営業）	・求人数は増えているが、求職者が少なく、人材マッチング数の増加はすぐには見込めそうにない。もう少し人材が流動的になれば景気が良くなると推測される。	
	職業安定所（職員）	・円安による原材料単価の高騰が収益を圧迫しているという企業が多く見受けられる。	
	民間職業紹介機関（所長）	・求人に関しては、建設系（技術者）の求人が増えてきているが、毎日の企業訪問のなかで、特に景気浮揚に繋がるような話は聞かえてこない。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・求職者の活動は活発化しているが、雇用に結びつく機会が増える見込みは薄い。	
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・派遣法の改正により、短期の仕事などの派遣が制限されており、業界の景気は低迷ぎみである。	
	職業安定所（職員）	・今後3か月以内に、複数の業種で企業の再編整理による大量離職が発生する兆しがある。	



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
	悪くなる	—	—

### 10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人 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  (九州)	良くなる	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・衆議院と参議院のねじれが解消し政策が素早く打てるようになれば、将来への国民の期待もふくらみ景気が上向き。しかし、消費税増税となると景気が冷え込むという逆の動きになる。
		商店街（代表者）	・夏場を過ぎて客の出足も多くなる。
		商店街（代表者）	・物品販売業は下降線だが、加工業が上向きである。新たな加工を増やしたため遠方からの来店もある。ホームページや口コミで増えていく。
		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・9～10月になればギフト用の切花・生花の需要が増えるので良くなる。しかし、楽観はできず、いろいろな努力をして販売チャネルを増やしていかないとかなり厳しい状態が続く。
		百貨店（営業担当）	・原子力発電所の停止による電気料金値上げや、為替、企業業績など様々な問題があるが、マーケット全体では明るさがみえてきており、今後、消費は少し回復していく。
		百貨店（営業統括）	・衆議院と参議院のねじれの解消で政治が安定するとともに、新たな景気向上の動きが出てくると期待値も高まる。
		百貨店（営業政策担当）	・積極的な景気対策を掲げる安定的な政局となったことは好材料となっている。来店客数は維持しているので消費マインドが冷めていない。顧客の求める付加価値はより高度化かつ多種多様化しており、顧客の関心に沿った品ぞろえやサービスの提供ができれば、売上が拡大する余地は十分にある。
		百貨店（企画）	・秋より県内顧客の消費を促す新サービスを開始する。
		スーパー（統括者）	・参議院選挙の結果、今後更なるアベノミクス効果が期待できる。
		コンビニ（販売促進担当）	・販売量は土日が多く、平日は落ち込むというパターンの繰り返しである。全体的にみるとなだらかな上昇傾向にある。
		衣料品専門店（チーフ）	・夏のセールは落ち着きを見せるが、秋物の新作の要望もあり、トレンドを意識する客の購買意欲が強く、価格等関係なく人気商品を買っている。そのために売上のほうも伸びていく。
		家電量販店（総務担当）	・消費マインドが上向いていることに期待できるし、消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		その他専門店〔書籍〕 （地区支配人）	・今年の夏は非常に暑いので、アウトドアもしくはインドアのどちらかに分かれる。インドア派は買物にいく傾向が強いので売上が安定する。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕 （従業員）	・この夏の消費の活発さが秋の旅行シーズンまで持続する。商品の販売量が増えそうだ。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 （広報担当）	・耐久消費財を中心に消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。猛暑による関連商品の動きにも期待できる。不安材料は、円安による商品価格の値上げである。
		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〕 （統括者）	・消費トレンドが回復している実感がある。猛暑も消費の後押しをしている感がある。
		一般レストラン（経営者）	・予約の問い合わせが大変多くなっており、これまでにないペースで数か月先の予約問い合わせもある。
		都市型ホテル（総支配人）	・政治的にも安定している状態のなか、経済も良い方向に向いている。
	都市型ホテル（副支配人）	・10月以降、11、12月と大きな団体の予約が堅調に入っている。	
	旅行代理店（従業員）	・国内を中心に予約が順調である。月を追うごとに好転している。苦戦していた海外もやや改善されてきた。	
	通信会社（販売部）	・昨年の実績から、お盆の週を境に販売数が増加傾向になると予想される。	
	ゴルフ場（従業員）	・2、3か月先の予約状況は昨年と比べると良くなっている。今夏の実績をみると予約数字が改善しているので、前年を1割程度伸びると期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		美容室（店長）	・暑さを乗り切り少し涼しくなれば、客の動きも少しは良くなる。
		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）	・8月ごろまでは横ばいであるが、9～10月は暑さも次第に落ち着き顧客増に転じると考えている。
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		住宅販売会社（代表）	・地元工務店は好調で、さらに不動産や建売など土地を絡めた住宅販売も好調であると不動産関係者から聞いた。過去最高の受注を取っているところもあるようで、今後2、3か月先は更に上向いていく。
		商店街（代表者）	・町内の店舗でも売上は伸びないということである。厳しい状態は変わらない。
		商店街（代表者）	・商店街で夏祭り等イベントを計画し、集客増加を目指しているが、努力しても現状を維持するのに精一杯である。
		商店街（代表者）	・人口10万人前後の町では、雇用や景気の安定がまだ遠い。小売業者が生き残れるか不安だが、若手は頑張っている。
		商店街（代表者）	・個人消費が上向く要素が全くないので、この状態が当分続く。
		商店街（代表者）	・2、3か月先はいくらか涼しくなって食欲もでてくるが、夏場に離れた客は商店街になかなか帰ってこないだろう。
		商店街（代表者）	・先行き不安定な経済状況により、特に高齢者への負担が増えると売上への悪影響は避けられない。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気が上下する要因が見当たらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・全くと言っていいほど売れず利益も出ない。今がどん底状態なので何とか乗り切らなければならない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・涼しくなれば売上は徐々に上がるが期待できない。景気が良くなったとも感じられず、物価が上昇すると不安である。
		百貨店（営業担当）	・お中元ギフトは、外商部や通信販売等の店頭外で客数・数量・客単価が上昇している。特に1品単価はギフト全部門で上昇しており、下期への期待が持てる。しかしギフトセンターでの店頭注文や持ち帰りは回復がみられない。
		百貨店（販売促進担当）	・高額品の動きは少しずつ良くなってきているが、衣料品の動きが悪い。
		百貨店（業務担当）	・夏物処分期に入っているが、客は必要のないものは価格が落ちてでも買わない。今後、客の消費に対する行動が盛り上がるというよりも、沈静化していく時期である。
		百貨店（店舗事業計画部）	・夏が長く秋が短くなる傾向が続くと見込まれるため、必要に迫られない商品は苦戦する予想である。昨年は冷え込みが早く防寒商品が売れたが、今年は、防寒商品への反応もかなり遅くなる見込で、10～11月の実需商品は動きが鈍い。
		百貨店（売場担当）	・6～7月の傾向から客数についてはほぼ前年並みでいくと考えられる。客単価・一品単価は前年をクリアし、購買率が若干上がっているため売上は前年を超える。しかし、大幅な増加は見込めないため、前年比101～102%で推移する可能性高く、現状維持と判断した。
		スーパー（店長）	・このままの状況が継続する。
		スーパー（店長）	・客数、買上点数、単価に大きな変化がみられない。
スーパー（店長）	・現状では雇用や年金、消費税増税、物価上昇の問題があり、収入が増え将来の生活不安がなくなる限り、我々小売業にとって良い状態にならない。		
スーパー（店長）	・小麦粉類、油、麺類の値上げが控え、さらにコンビニエンスの出店が非常に増えているので、それらの影響が多分出てくると予想している。		
スーパー（店長）	・競合店が10月に新しくオープンするが、8～9月はこのままの流れでいく。衣料品の売上が現状厳しく、7月と変わらない状況で推移する。		
スーパー（総務担当）	・生活必需品の売行きは安定しているが、衣料品などの購買意欲が鈍い。		
スーパー（総務担当）	・価格が維持されている間は、販売努力により売上に大きく影響はしないと考える。しかし、円安によるガソリン等燃料の高騰が、商品の買い控えや消費マインド低下を招く懸念がある。一般の人たちの生活は、株高を背景とした景気回復基調とは大きくかい離しているため、小売商売では低価格維持が重要である。		

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
		スーパー（業務担当）	・持ち直したと思われた青果部門は、天候不順などの悪影響で出荷量不足が発生している。衣料品や住居用品は、夏物販売がピークを超えてから横ばい状態が続いており、季節変わりの新商品が店頭に並ぶまで、売上増加に繋がる要素がない。
		コンビニ（経営者）	・少なくとも私のビジネスにおいては、景気回復の動きは感じない。客からも景気回復の話は聞かない。
		コンビニ（エリア担当）	・地方では景気が持ち直す兆しが全くみえない。競合店出店も収まらず厳しい状況は続く。
		コンビニ（店長）	・コンビニエンスストアは猛暑が影響する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・天候や気温にもよるが、近くに新しく競合店ができるので客数が減り、売上も少し落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・大分市は活性化しようとしているが、末端の小売店まで効果が届かない。
		衣料品専門店（店長）	・近くに大型店や全国チェーンの飲食店ができ、たくさんの人が街に来ているようだが、客は店から店へ移動しているだけで消費そのものは増えていない。
		衣料品専門店（店長）	・アベノミクス効果はまだ当地方へ浸透していない。7月から毎週、売上促進イベント「金曜日」を開催しているが売上増には繋がっていない。地域振興券もまだ効果を発揮していない。
		衣料品専門店（店員）	・必要最低限しか買わない状態が続いている。結婚式の服でも普段着のようなものを選ぶ傾向にある。衣料品購入を決めている客の様子をみていると、景気が良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（総務担当）	・現段階で、株高、円安等で企業の収益は向上しているが、一般消費者まで浸透してきているとは考えられない。末端の消費者に届くまでまだ時間が掛かる。
		家電量販店（店員）	・家電品の核となる商品が復活していないのが景気低迷の大きな原因である。悪い状況が変わらず続いていく。
		家電量販店（店員）	・政権が自由民主党と公明党に戻ってかなり回復基調にあるが、当店としては3km圏内に競合店ができ売上が落ち込んできている。この先、良い材料が見当たらないというのが現状である。
		家電量販店（広報・IR担当）	・直近の景気に影響を与えるような材料がない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の8%が確定すれば、駆け込み購入が増える。
		乗用車販売店（代表）	・良くなるような気がしない。
		乗用車販売店（総務担当）	・他社では軽自動車や新型ハイブリット車などが次々と発売されているが、当社では新型車の投入が年末までない。販売競争は大変激しい。2～3か月先も今月同様、新車販売は低調に推移する。
		住関連専門店（経営者）	・地方では必要に迫られて買う客が主流で、置き家具を買換えようとする動きはまだ少ない。物価上昇が続くなか収入増加が見込めないので、置き家具消費の動きは不透明だ。
		住関連専門店（店長）	・景気が上向く報道や情報は多いが、末端の消費者はまだ景気回復を肌で感じていない。円安による原価率の上昇に加え、消費税増税も目前となると、給料やボーナスを積極的に消費に回す気持ちにはなれない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・熊本は進物のお中元が8月の中旬まで続く。進物ギフトもじわじわと売れている状態なので、今年の売上と同水準を見込んでいる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客より夏季賞与は昨年並みとの声が多く聞かれた。8月以降、燃料油及びカーケア商品の販売は昨年並みを見込んでいる。9月は3連休が2回あるので、観光シーズンの販売に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・例年になく7月の猛暑で客足が最悪となっている。景気回復は地方に全く波及している感がなく、節約ムードが漂っている。
		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〕（支配人）	・近隣競合店の影響、及び今後の消費税増税や物価上昇に対する節約傾向など消費者意識を懸念する。
		高級レストラン（専務）	・参議院選挙も終わったばかりで先も見通せない状態である。今年中良くなるかどうか分からないので安心できない状態である。

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
		高級レストラン（支配人）	・数か月変化がない。
		一般レストラン（スタッフ）	・今までと変わらない。
		観光ホテル（総務）	・今後3か月間の収入予測は現在と変わらない。
		観光型ホテル（専務）	・景気回復が地に着いたものだと確信できない。
		都市型ホテル（販売担当）	・選挙後すぐに情勢は変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門はやや上向き傾向ではあるが、他部門の予約状況は例年並みかやや下降傾向にある。
		旅行代理店（企画）	・国内旅行については、前年並みの見込みである。海外旅行については、領土問題が尾を引いており、前年まで需要が多かった韓国方面の旅行が回復に至っていない。2～3か月後も回復の目途は立っていないため、現状と大きく変わらないと判断する。
		タクシー運転手	・為替、株価ともに不安定な動きをしているので、顧客の心理状態がどう変わっていくのか不安定な様相になっている。それが2、3か月先の業績にどの程度影響するのか判断が難しい。
		タクシー運転手	・今年は夜も暑すぎて、週末の夜だけが少し忙しい程度である。
		タクシー運転手	・年金受給者の病院通いや買物等でのタクシー利用の頻度が減っている。
		タクシー運転手	・夏枯れという言葉があるように、夏は割と暇になるが、今のところ8月初めの予約状況や客の動きが大変良く、期待できそうだ。
		通信会社（企画担当）	・販売量に影響を与えるイベントが見当たらない。
		通信会社（総務局）	・新規契約の伸びは期待できないが、光伝送路の完成により解約は減少する。
		通信会社（業務担当）	・8月は、お盆の繁忙期に向けて料金サービス等で来店を誘導する計画だが、商品に魅力がなく、あまり売上が伸びないと予想される。
		ゴルフ場（支配人）	・7月同様、8、9月も猛暑が続く見込みで来場者数の減少は避けられない。プレー料金の低価格化は、ゴルフ場の質の低下を招いている。加えて猛暑によるコースのダメージも予想され、秋のゴルフシーズンに向けて準備していかなければならない。
		競輪場（職員）	・景気自体は上向いているが、それが顧客の購買意欲に浸透するまでにはまだまだ時間を要する。
		美容室（経営者）	・2、3か月先は夏枯れで化粧品業界は下り坂になる。もう少し末端の景気対策を考えてほしい。
		設計事務所（所長）	・今の手持ちの仕事が3か月先に大体完結する。仕事量としてはやや少なくなるが変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・不動産関係は、宅地分譲やマンション分譲について計画通り実績が上がっている。一方で、一般のサービス関係は単価の引き下げや物品販売の利益率を下げなければ対抗できないような現象がみられる。安さを求める風潮があるなか、高級なものは売れるという相反する現象が社会情勢としてあるようだ。
	やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・先月、鹿児島から大手のスーパーが進出したためその分はプラスになるが、老舗スーパーの倒産による沈滞ムードがなかなか打破できない。客もその空気を感じているので購買に結びつかず、年内は厳しい状況が続く。
		家電量販店（従業員）	・過ごしやすい季節になり、季節商材の売上が減る。
		高級レストラン（経営者）	・当店は社用の客が多いが、お盆は会社も魚市場も休みとなるので当店も休む。8月は暑くて人が動かないので、売上は厳しい状況になりそうだ。
		競馬場（職員）	・昨年と比べて来客数が少ない状況が続いている。
		美容室（経営者）	・7月はお盆や暑さで美容室に来る客が増えるが、10月は気候もよくなり行事もないので、やや悪くなる。
		理容室（経営者）	・来月までは、夏日で暑く客の来店間隔が短くなるため少し良いが、2、3か月先になると暑さが落ち着き通常の来店ペースに戻るため、やや悪くなる。
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので、教室をやめる生徒が増えると考えられる。

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
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・原子力発電所停止による電気料金の値上げが進む。
	悪くなる	—	—
企業動向 関連  (九州)	良くなる	金属製品製造業（事業統括）	・客の具体的案件が受注増となっている。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・8、9月は暑さに比例し商品が売れる。特に炭火焼等の動きが良くなる。秋口は加工メーカー筋も年末使用の製品作りに入るため、原料肉の引き合いが強くなる。
		食料品製造業（経営者）	・通年に比べれば、秋からの繁忙期まで順調に推移すると見込まれる。
		繊維工業（営業担当）	・仕事量も工賃も徐々に上がりつつある。
		家具製造業（従業員）	・景気の浮遊感と現実のギャップがあるが、直近の2～3か月の受注見込みは確実に増えている。特にやや高額な商品の受注が増えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・平成25年度予算における自治体関係の受注が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新商品の動きがやや良くなってきている。新しい製品の販売が良いことが売上上昇に必須なので期待している。また、毎年秋口に向かって良くなるので受注は増えると期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量が増加しているので良くなってくる。この先につなげるには問題もあるが、何とかして赤字を克服することに意欲的なので、最終的にはやや良くなる。
		建設業（従業員）	・公共工事の発注がそろそろ出始め、見積案件も増えてきている。消費税増税前の駆け込みが少しずつ増えてきている。庁舎の立替や駅前再開など大型物件も増えてくるので、景気はやや良くなる。
		建設業（社員）	・下半期も入札が同じように発注されることを望む。労務単価の増額で社内でも全員の人件費が増額された。今後も期待する。
		通信業（職員）	・節電システム補助金の締切が間近となり、駆け込み需要が多少見込める。
		通信業（経理担当）	・24年度好決算をベースに政治も安定し、もうしばらくはアベノミクス効果が持続する。様々な企業において事業展開が広がりをみせるものと予想される。
		金融業（従業員）	・中国等海外景気にやや陰りが出てきているため、一部に慎重な見方をする取引先がある。一方、足元では公共工事や住宅建設などの需要が増加してきており、雇用状況も好転してきている。
		金融業（営業）	・様々な産業で需要は増加もしくは横ばいの状態である。全体の需要が増加しゆるやかに景気は良くなっている。
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居率が好調で、今後も継続する。
		経営コンサルタント（社員）	・店舗を改装し、綺麗にしている店が増えてきている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の業況及び我が社への問い合わせ状況から、景気は良い方向に向かう。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税前の駆け込みが動いているので、今年中は結構良いのではないかと思います。
	変わらない	農林水産業（営業）	・福岡県内でディスカウント店の新店展開が進んでいる。
		農林水産業（従業者）	・畜産物商品は高いものが売れないので、非常に厳しい状況が続いている。
		食料品製造業（経営者）	・多少の変動はあるものの景気が悪いことには変わりなく、一向に改善する気配が感じられない。好材料が見いだせない現状では、地方における景気回復の道りは長いものとなりそうで、当分動向は変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・新築のマンションや物流倉庫、病院の移転・改築など建築物件が多数動いており、鉄筋の販売量は回復傾向にある。しかし、鉄筋工・型枠工などの人手不足が解消されず、この先、販売量が持続するか不安である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・悪くなる状況にはないが、良くなる要素が見当たらないというのがユーザー担当者の方の見方である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・これからも引き合いは続くことが予想されるが、常にコスト競争にさらされている。いつ低コストのコンペチターが現れるかが心配で先が読めない状況にある。

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
		電気機械器具製造業（取締役）	・円高の是正は我々にはあまり影響はない。先が見えないことが不安である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・9月までの受注計画は上向きになっているが、9月以降については、受注先からはっきりとした回答が出ていないため、何とも言えない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産計画では現状の生産量を維持することになっている。
		金融業（営業担当）	・参議院選挙が終わり、消費税増税を不安視する中小企業事業者が大半である。2、3か月先の景気が良くなる様相は感じられない。
		金融業（調査担当）	・景況感が改善するなかでも、消費税増税や為替の影響など、リスク要因を懸念した慎重な対応がみられる。
		不動産業	・一部だけ良くなり全体的に良くはならないという傾向が続く。
		新聞社（広告）（担当者）	・売上をけん引している通信販売、化粧品関連の出稿量が落ち着いてきたことから、広告全体の景況感は変わらない。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込チラシの受注金額は、前年同月比95%と振るわなかった。アベノミクスの影響や来年度の消費税増税に伴う不動産等の駆け込み需要も期待ほどではない。依然、消費購買力は低く、販促経費を増額させて売上を増加させる方向にはない。個人所得が向上しない限りチラシの増加は見込めない状況である。
		広告代理店（従業員）	・各社間で売上の上下があるだけで、全体のパイは縮んだままである。
		経営コンサルタント	・ダイレクトメールで反応はなく、今のところ変化はない。具体的に客を回って販売に努めたい。その結果がこれからの繋がる。
		その他サービス業【物品リース】（支社長）	・リース契約で2、3か月先の仕事はみえているが、変わらない。
やや悪くなる		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先担当者の話によると、製造用の原料入荷が減っているとのことで、売行きが思わしくない様子である。
		輸送業（総務担当）	・円安でコスト高が続いており、荷主からは値下げの要請が続いている。一方、運送業者からは値上げの要請がある。物価高の要因が多く、しばらくは悪い方向に向かう。
悪くなる		その他サービス業【設計事務所】（代表取締役）	・市町村は、これまで計画づくりや調査・設計などの委託業務を減らしてきた。さらに、今年度は土木工事などに予算を多く配分しているところが多く、委託業務への発注は減少する見込みで、コンサルタントの先行きは悪くなると予想される。
雇用 関連  (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業が雇用の確保に先駆けて動くことで雇用の流動化を促進する。新規雇用は一度充足感がなくなると売り市場となり、募集のための経費をかけ始める。しかし、誰でも雇用すると言うわけではなく、意識の低い労働者の引き合いは依然少ない。
		人材派遣会社（社員）	・福岡への企業進出もあり、求人数増加が見込める。
		人材派遣会社（社員）	・新聞の求人欄、その他の求人誌欄も増えており、欠員補充だけでなく、新規雇用が多くなっている。年末に向けての採用も始まる時期なので、さらに増える。
		新聞社【求人広告】（担当者）	・中小企業へのヒアリングでは、設備投資を計画しているところもでてきていることから、雇用への好影響も期待される。
		新聞社【求人広告】（担当者）	・政権が安定したため、市場が好反応する。
		職業安定所（職員）	・新規求人は、ほとんどの産業で大幅に増加しており、引き続き堅調に推移する。
		職業安定所（職員）	・企業訪問により、建設業界や福祉・介護施設等と意見交換したが、先行きに若干の明るさを感じているようである。
		民間職業紹介機関（支店長）	・顧客の必要とする人材の職種、スキルには多少ばらつきはあるが、総じて需要増大、採用数増加傾向がはっきりしてきた。
	変わらない		人材派遣会社（社員）
	人材派遣会社（営業）	・顧客のヒアリングから、景気が良くなってほしいとの願望は感じるが、実態としての動きがみられない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当社では、ガソリン代の値上げで、パートタイムの移動費が上がった。コストの増大で、求人を見合わせる企業が増える。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人募集は、増加しているとは言えず、どちらかといえば人員を減らす傾向にある。年内はこうした状況が続く。
		職業安定所（職員）	・企業の業況が良くなっても、賃金の上昇までには至っていない。消費の拡大がなければ景気は回復しない。
		職業安定所（職業相談）	・輸出型製造業や建設業では景況感が回復しているが、円安による輸入原材料の高騰の影響を受ける業種もみられる。また建設業は人手不足感がさらにひっ迫している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動きは先月とほぼ同水準となり、環境の変化は感じられない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人依頼で来訪するいくつかの企業は、前年度より求人増の意向を示しているが、景気の動向に結びつくような顕著な動きにはなっていない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今後、大きく人員を要する事業もなく、求人数が少ない状況が続く。
	悪くなる	—	—

### 11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人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 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	スーパー（企画担当）	・来月に新店が開店予定であり、売上高は前年を大幅に上回る見込みである。
		コンビニ（経営者）	・セールストークで総菜関係に力を入れているので効果が出ている。
		コンビニ（経営者）	・近隣に居酒屋が新規オープンし、往来が増えつつある。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・今年に入ってからの売上の推移を見ていて下げ止まり感があるので、今後はわずかではあるが上向きになっていきそうである。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現状の予約受注から推測される稼働率は、前年同月実績を上回る見込みである。大型台風の発生等が無ければ順調に今月より良くなると考えられる。
		観光名所（職員）	・9月以降の予約数が良い。
	変わらない	ゴルフ場（経営者）	・利用人数が増加する。それから、単価も間違いなく上がる。それによってやや良くなるという結果を見込んでいる。
		一般小売店〔菓子〕	・前年以上の数字を見込める材料が現時点で見受けられない。
		百貨店（営業企画）	・地方百貨店ではまだ高額品の動きは弱い傾向にあり、宝飾品等による底上げは見込めないが、観光客増加による食品売場へのプラス効果や一部ショップの入替え予定による効果などで足元をしっかりとしていきたい。
		スーパー（販売企画担当）	・競合店が増えていることや消費増税による将来不安があり、厳しい状況は変わらないと考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	・観光客が増えているといえども、観光地以外は異業態含む競合店の出店でパイの取り合いとなり、個店の顧客獲得競争は激しくなる。価格だけでなく、購買意欲につながる本当に欲しい、買いたいと消費者に思ってもらえる商品の品ぞろえも必要である。
		コンビニ（エリア担当）	・県経済は失業率の改善等にもみられる様に安定しており、今後この状況は当分の間続くと判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・前月までは少し良くなりかけている雰囲気があったが、今月は客にはまだ積極的に買物をする雰囲気が無く、今後についてはまだまだもう少し様子を見たい。
その他専門店〔楽器〕（経営者）		・来月はエイサー等まつりと旧盆があり、多少は盛り上がる。また、目抜き通りで誰でも無料で使える「公衆無線LANサービス『NAHA(ナハ)－City(シティ)－WiFi(ワイファイ)』」も開始される。しかし本店周囲で観光客が減少している今大きな変化は期待できない。	
通信会社（店長）	・特に大きな施策を打たない限り現状で推移する。話題性、ブランド力のある商品の発売が必要と思われる。		
住宅販売会社（総務・企画分野）	・消費税増税への対応として、今と変わらず、客の住宅請負契約に対する態度は変化がなく進むと考える。駆け込み受注が見込め、今月同様、ある程度良い状況と考える。		

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
		住宅販売会社（代表取締役）	・ 今秋の消費税増税に対する動向に敏感になると思われ、個人住宅やアパート等の建設に対してやや慎重な姿勢に転じるのではないかと。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	商店街（代表者）	・ 現在、アベノミクスがいろいろ取り沙汰されているが、末端の商店街等においてはまだまだ客の財布のひもが固くて、購入単価にまだまだ伸びがないようである。将来何年先になるかは不明ではあるものの回復への期待感はあるが、ここ2、3か月では改善の見込みは無いかとみている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ 燃料費の値上げ、食料品の値上げで低価格商品の提供ができなくなってきている。飲食業は求人が厳しく、時給700円台から一挙1,000円を提示する飲食店も出てきており、採用もままならない。入客減少、仕入れ高騰、人材不足、法律の引締め強化が重なり、活路をなかなか見いだしきれない。
企業 動向 関連  (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・ 消費税の駆け込み需要で新築住宅及び、アパートのご相談の来場客数が増えている。
		会計事務所（所長）	・ 円安の傾向からか、海外からの来訪者も増えている。国内からの旅行者も少しであるが、増加しつつある。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 現状維持の見通しである。
		輸送業（代表者）	・ 宮古、石垣地区は共に大型物件が終了したが、ホテル等の民間工事が散見される。
		輸送業（本社事業本部）	・ 現状の状況が好不況に変化する要件は見当たらず、燃料費の高騰は現在も続いており取引先の状況により悪化する可能性はある。
		通信業（営業担当）	・ 契約単価は下落済みであるが仕事は確保されているので、今後の景気には影響しないと予想している。
		広告代理店（営業担当）	・ 一括交付金による景気上昇の機運は高まっているように感じているが、民間企業の実態景気へのプラス効果がまだまだ不透明である。
		コピーサービス業（営業担当）	・ 取引先の見積金額が上がってきている。
		やや悪くなる	食料品製造業（総務）
	悪くなる	—	—
雇用 関連  (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・ 派遣の契約終了も結構多いが、同時に新規依頼も多くあり、勢いとして増加していくのを感じる。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・ 現状でもかなり「良い」状態が続いているが、ここ数か月の前年同月比率を見る限りいまだ微増傾向が続いている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ 例年夏休み明けには、学生や主婦が仕事を探し始める傾向がある。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・ 参議院選挙が終了し、政治的には落ち着いていくと思われる。これからは、どのような景気対策が打ち出されるのか、今の良い状態を保ちながら、企業のもうしばらくの様子見が続くと思われる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・ 選挙結果が及ぼす影響や変動等予想がつかない。しばらくは何事にも慎重になり、様子を見る姿勢が長引くように思う。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—