

・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 (北海道)	良くなる	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・夏場が長かったことから、秋物に対する購買意欲が出てくることになる。それにともない客単価が上がることになり、売上も増えることになる。
		商店街（代表者）	・建設関連業は好成績を継続しているため、秋頃からの売上増に期待が持てる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・毎月のように述べているが、現政権の経済対策に関して最もうれしいのは日本人の観光客が増えたことである。外国人だけではなく、日本人が旅行に出ることで経済に弾みが出ることになる。
		百貨店（売場主任）	・秋物について、レディース以上にメンズの動きが良いことから、先行きの上乘せ感がある。宝飾品やラグジュアリーブランドも8月下旬からの動員傾向が強く、売上が拡大している。
		百貨店（販売促進担当）	・海外ブランド品や時計、宝飾などの特選品の売上増が続いており、今年一杯はこの傾向が続く。また、この流れから、冬物衣料についても例年以上の期待感がある。
		スーパー（店長）	・前年のような異常な残暑がなければ、今後、防寒衣料がスムーズに動くことになる。さらに、ランドセル、キャリーケース、ブランド衣料などの高単価商品も前年より客の反応が良い。
		スーパー（役員）	・外国や国内の情勢によるところが大きいが、現在、観光客が増加している。地域において、すぐに可処分所得が上がるわけではないが、消費税増税までは今より悪くなることはない。
		スーパー（役員）	・今年の中元ギフトの客単価が高くなったことから、客の消費動向に少し余裕が出てきている。
		コンビニ（エリア担当）	・公共事業が少し増えてきているため、今後についてはやや良くなる。
		衣料品専門店（店員）	・秋冬物商品などの催事が多くなるなかで、安い商品よりも価値のある良い商品を選ぶ消費者の動向がみられる。
		家電量販店（経営者）	・電気料金の値上げが9月から始まるため、消費税増税が行われる前までに、高額の大規模商品の購入や省エネ型の冷蔵庫などの需要が増加することが期待できる。
		家電量販店（地区統括部長）	・暖房機需要は季節要因が強いいため、寒くならないと販売が見込めないが、気温が前年並みで推移するとみれば、売上は微増となる。テレビ需要の回復も予測される。
		乗用車販売店（従業員）	・今後の消費税増税、燃料価格の高騰、エコカー減税期限切れの可能性等の要素から、乗換えが促進される。
		乗用車販売店（従業員）	・9月に売れ筋の車が販売されるため、上向き傾向が今後も続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・自社も含めて新型車の投入があること、消費税増税の結論が出ると思われることなどから、客の動きが少しは良くなり、販売にも影響が出てくると期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・需要を喚起するイベントが開催される。また、連休が数多くあることも影響してくる。中国の国慶節、タイの夏休みの影響も期待される。
	旅行代理店（従業員）	・9月から10月まではインバウンドの旅行需要が高く、また修学旅行等のアウトバウンドも堅調に推移している。農作物の収穫や秋さけ漁などが順調であれば、景気の上向き傾向が維持される。	
	旅行代理店（従業員）	・年末年始の旅行予約が増えている。	
	タクシー運転手	・客の話の話を聞いていると、少しずつ景気が良くなっているという話を聞くことが多くなってきた。タクシー1台の売上も前年より少し良くなっている。ただ、景気が良くなっているせいか、乗務員の新規雇用が減っており、タクシーの稼働率が悪くなっている。このため、会社全体の売上は伸びていない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・今のところ観光客の入込が順調である。タクシーの売上も好調を維持していることから、2～3か月先もやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・店舗への来客数が徐々に増加している。また、客の来店時のストレス軽減に向けた様々な対策が功を奏してくることが期待される。
		観光名所（従業員）	・前年を上回る乗降客数と全社売上の傾向は緩やかになりつつも依然として継続しており、今後、落ち込む要因が見当たらない。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費地としての比重が高い当地では、現政権の経済対策や株高、円安などの影響が消費者の所得に反映されない限り、消費トレンドに変化はみられない。
		商店街（代表者）	・今後、消費税増税の問題が出てくるとみられるが、どちらへ向かうかは分からない。客のなかでも、消費税が上がるとい見方と変わらないという見方の両方があるため、分からないというのが本当のところである。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・2～3か月後については、売上は間違いなく減少するとみられるが、これは夏場の反動というよりも、季節的に毎年同じパターンで推移しているためである。基調そのものは変わっていない。
		百貨店（売場主任）	・今後3か月の長期予報では、9～10月は多少高温が続くとみられているが、現在、秋物のブラウス、カットソー、パンツ関連の動きが出ているため、9月以降も期待している。また、10月以降においては、ジャケット、コート関連の動きが活発化するとみている。
		百貨店（売場主任）	・地域として、観光産業中心の街であるため、観光産業が潤って、最後に百貨店に恩恵が生じる構図になっているが、天候によるJR等の運休が続き、観光客の足が遠のいていることが懸念材料である。
		百貨店（販売促進担当）	・消費性向に改善はみられるものの、一本調子の上昇となるような力強さは感じない。好景気感はあるものの、実質賃金の上昇がないため、消費対象が一気に物販に向くとは考えられない。
		百貨店（役員）	・景気の良さにつながるような客の動きがみられない。
		スーパー（店長）	・今年、売上が良かったのは今のところ6月くらいであり、それ以降はそれほど売上が変わっていない。今後も不透明だと感じている。
		コンビニ（エリア担当）	・酒やたばこなどの嗜好品の売上は依然として減少しているが、祭事品や季節商材の動きは好調であり、今後に期待できる。ただし、総売上の押上には不足である。
		コンビニ（エリア担当）	・依然として、来客数や買上点数の増加がみられない。気温上昇時の売上の跳ね上がり方も低い状況が続いており、今後も大きな変化はみられない。
		衣料品専門店（店長）	・北海道経済が良くなるような要素が少ない。
		家電量販店（店員）	・当地区は気温が前年よりも低いため、暖房機の動き出しが早まるのではと期待感を持っている。
		自動車備品販売店（店長）	・カー用品業界は前年を下回る予測になっており、8月があまり良くなかったため、前年と同等で販売量が推移する。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・プラス要因が特にない。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税や社会保障の改正等があるかもしれないため、ますます客の財布のひもは固くなる。一部の住宅、車などの販売は駆け込み需要で売上が増加するかもしれないが、一般の消費者については経済的な余裕がみられない。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税が迫ってきているなか、住宅などの大きな買物も増えているようで、その反動で外食の機会が減ることが心配である。一方、円安により、アジアを中心とした外国人観光客が増加することを期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後も良くなる傾向はみられない。
		スナック（経営者）	・毎年のことだが夏枯れのため、今後も変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・例年以上に先々の受注が多くなっている一方で、月末から翌月にかけての直近の需要が増えないため、先行予測に比べて最終取扱額が増えてこない状況が続いている。
		タクシー運転手	・各月の状況が不安定になっており、この先、年末に向かってどのような形で推移していくのか見通しがなかなか立たない。今後もまだまだ不安定な状況が続く。

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
		タクシー運転手	・今後の予約件数が前年並みである。仮予約もあるが、キャンセルも入ってきている。
		通信会社（社員）	・年内は消費が活発になるため、変わらないと判断している。ただし、電気料金の値上げ、灯油やガソリンの価格上昇、変わらない収入など、景気が良くなる要素は全くない。消費税増税前でしようがなく消費する人がいるだけで、来年はどうなるのだろうかという不安の方が先に立つ。
		観光名所（職員）	・現政権の経済対策において、一部の企業だけでなく、あらゆる業種、業態の企業が潤うレベルまでの効果は今のところ出ていないため、今後も変わらない。
		美容室（経営者）	・現状維持の雰囲気が出てきている。そのため、当分は良くもならない代わりに悪くもならない状況が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・現在、最も注目されているのは、消費税を来年4月以降どうするかということである。誰もがそのことに注目して様子見をしている状況であるため、消費税の動向次第で、先行きがどうなるのか分からないというのが正直なところである。
		住宅販売会社（従業員）	・デベロッパーは米国の大手金融機関の破たんへの舞いを避けるため、分譲マンション用地の仕入れに慎重である。そのため、分譲マンションの販売戸数が劇的に増加する可能性は小さい。しかしながら、長期金利が現状を維持できるのであれば、景気は現在の良好な状態を保つことができる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税の動向が決まらない間は、特に買回り品で売上の厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・景気の回復傾向を実感できない店舗も多いなか、燃料価格及び原材料価格の高騰に加えて、消費税増税の懸念もあり、年末を見すえた販促の積極策を考えることのできない店舗が多い。また、地元住民にとっても、年末に向けて消費を抑える時期であるため、今後の売上の増加は見込めない。
		商店街（代表者）	・当店は観光土産店だが、8月の売上は前年を上回っているが、今後9～11月までに飛行機の減便が決まっており、今後の見通しが悪い。
		スーパー（店長）	・電気料金の値上げや消費税増税、円安の影響等により、これから客の財布のひもはますます固くなる。
		スーパー（企画担当）	・給与所得の水準がなかなか上がらないなか、ガソリン価格の高騰、電気料金の値上げ、食料品価格の上昇などによる物価上昇により、現政権下での政策への期待を上回るような負の影響が出てくる懸念される。
		衣料品専門店（店長）	・以前にも話したが、当店は中年以上の婦人客が多いため、買い手が渋い。景気が良くなったという話も聞くが、当店の景気はあまり良くなっていない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・以前は年金月とそうでない月で購買格差があったが、現在はほとんど差がなくなってきた。購買しない層が増えてきているとみられる。
一般レストラン（スタッフ）		・仕入先から9月以降の食材の値上げ通知が来ている。これ以上の商品の値上げは難しく、収益が確保できない。	
観光型ホテル（経営者）		・今後も水道光熱費の上昇と輸入材の価格上昇が予想される。さらに、北海道内の景気は以前と変わらず低迷しており、余暇需要が回復していない。	
旅行代理店（従業員）		・円安、TPP、消費税増税など、良い要素がない。	
悪くなる	美容室（経営者）	・夏季の繁忙期が過ぎ、需要が停滞する。	
	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・観光繁忙期も終わり、例年どおり輸送量が大きく減少する。	
企業動向関連 (北海道)	良くなる	輸送業（支店長）	・第3四半期以降、主力である鉄鋼品価格も戻ってきている。さらに、物量の増加が見込まれる秋口の農産品の輸送時期とも重なるため、活況への期待感が十分に持てる。一方で、輸送への対応力が懸念される。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・現政権の経済対策による効果がさらに出てくる。
	やや良くなる	建設業（経営者）	・官民、土木、建築、住宅ともにフル稼働の状態であり、作業員や機械の不足、資材価格の高騰で一部の受注を控えざるを得ない状況にある。工程、工期の面でタイトな状況であると同時に、採算性の面ではかなり厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が表れ、持家を中心に住宅着工が活発となり、高額商品などの売行きも増加する。秋の観光は円安により外国人観光客が増加する。ただし、原材料やガソリンなどの価格高止まりが懸念される。
		コピーサービス業（従業員）	・設備投資が少しずつ増えてきている。また、経営者からの言葉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）	・地区の基幹産業である農業が異常気象の影響もなく、作柄が良好に推移している。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・当社の取引先である鉄骨加工業は年内の仕事量はほぼ確保したようであり、現在の良い状態が年内も続く。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・本来であれば、秋に向けて活発になる案件が目立つが、今年はあまり活気がない。
		家具製造業（経営者）	・外的な不安要素も多く、一本調子に景気は良くならない。
		金属製品製造業（役員）	・今の段階で消費税増税前の駆け込み需要による建築物が多い状態にある。今までの景気低迷による職離れで人が不足しており、職人などの手が足りていない状況にある。
		通信業（営業担当）	・問い合わせ件数や案件数から、まだしばらくは今のやや良い景況感が継続する。一方で、これ以上の景況感の改善は期待薄ともみている。
		司法書士	・現政権の経済対策がどの程度浸透するかは明らかではないが、地方都市においては、今後も大きな上昇はないものとみられる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・継続性のある案件が相変わらず出てこない。特需のような短期の案件を積み上げて、受注量を確保している。
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み工事の発注が減少することで、建築工事費は多少下落することになる。
		輸送業（営業担当）	・オホーツク地域の農産物の生育が遅れている。小麦は前年の2割減、ビート糖は平成22年産並みの低収量となる見込みである。玉ねぎは小ぶりであるが、味は良いようである。
		司法書士	・アベノミクスなどの言葉が踊っているだけで、地方には何の恩恵も感じられない。さらに、10月に消費税増税が決定することになれば消費が落ち込むのは当然とみられる。
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・このまま消費税増税が決まれば、駆け込みも需要が期待できるため、しばらくは堅調に推移する。
		職業安定所（職員）	・大規模な経済対策の効果が出てきており、当面は求人数の増加傾向が続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・退職者が出ないと求人が出てこないため、新たな雇用の創出にはつながっていない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・土木、建設や農産物の2次加工が好調にもかかわらず、どの業種も人手不足に陥っているなど、仕事の受注と人材確保のバランスが限界状態になっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数の減少幅が大きくなっているが、これまでの反動減の可能性はある。一時的な調整段階であり、このペースで件数が落ち込むことはないと思われる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用側の募集意欲に対して、求職者側の応募意欲が低い傾向にある。募集が多く、求職者目線での選択肢の多さも一因と考えられるが、採用活動が順調とは言えない状況にある。また、人員の不足感や原材料費、エネルギーコストの増加が景気浮揚の足かせとなる可能性もある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今のところ、農業生産が堅調であり、地域の雇用についても今の良い流れが続く。
		職業安定所（職員）	・景気の上向き感がある。ただし、求人数は多くなっているものの、賃金の上昇がみられるまでにはなっておらず、先行きは不透明である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・就職情報会社の情報を含めて、今月より景気が上向きになる要因が特に見当たらないため、現状のままで推移する。
	やや悪くなる	○	○

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

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	タクシー運転手	・七夕まつりも人出が多かった。景気は良くなってきているようである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これから10月に向かって毎週のようにイベントを実施していく。飲食を中心にサービス業等の客数も増え、これからますます充実した時期を迎えると期待している。
		百貨店（売場主任）	・メディア報道で消費税の話題が多くなり、計画の前倒しで購入に至るものが徐々に増えてくるとみられる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の導入が決定された場合、駆け込み需要が始まることが予測され、一時的ではあるが景気が良くなる可能性はある。
		百貨店（経営者）	・消費税率引上げが決定すれば、当面は駆け込み需要が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・来客数が落ち着き、売上増も一服している。しかし、客単価や買上点数が連続して伸びており、個人消費は確実に上向いているようである。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物の本格的なシーズンになる。単価が上がることに加え、高価なものは消費税率が上がる前に多少なりとも売上の増加が見込めるのではないかとみている。
		家電量販店（店長）	・当県は復興需要もあり、客の買物なども堅調のようである。特に冷蔵庫などの白物家電には前年を上回る需要がある。また、テレビは4Kテレビという新しい商品が発売され、売上が下がっていたテレビが持ち直しており、前年の数字と同じようになってきている。トータルすると、消費税増税や景気が良くなるという期待感から、少しずつ買物の単価が上がっているようである。
		乗用車販売店（経営者）	・前年はエコカー補助金終了後の反落の時期であったため、今年はその反動で、回復ではなく通常の状態に戻ってくると考える。ただ、消費税の増税並びに自動車諸税の動向によっては、大きく変動するものと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・他社の新型イベントで競争激化が予想されるが、市場の活性化は新車販売にプラスに作用すると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・9月初めに基幹車種のフルモデルチェンジ、10月に新型軽自動車、11月ミニバン新機種等の発売が予定されており、大いに期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・8月は半期決算の前月ということとお盆の休暇などが重なり、来客数も減少し、販売量も落ち込んでいる。しかし、半期決算の取り組みや新型車の発表も控えているので、今後は盛り上がり期待できそうである。
		住関連専門店（経営者）	・消費者の給与の増加などはほとんどないであろう。しかし、消費税増税前の駆け込みで、当方でも住宅着工が前年より数10%増加しているのので、少なくともそういう人たちは耐久諸費財を購入するとみており、今月よりは良くなるだろうと判断する。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・来年の消費税増税のタイミング次第であるが、恐らく早めの購入を見込めるのではないかと考えている。また、その際の在庫の関係で売りたい在庫が無いという状況もありえるので油断はできない。
		高級レストラン（支配人）	・春先の景気対策の効果が多少は発揮されるのではという期待感がある。レジャーや飲食、趣味、娯楽にお金を使用する機会が増加し、サービスに携わる自営業又は従業員の冬季の収入増に繋がるのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・来客数の改善傾向はこの先2、3か月は続くとみている。		
都市型ホテル（スタッフ）	・10月から始まるデスティネーションキャンペーンに大きな期待感を持っており、各方面でも動き始めている。秋の紅葉とあいまって、デスティネーションキャンペーンで大きめにぎわえば、当地に多くの人々が来ることが予想される。		
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊及び秋の宴会の予約状況が順調に推移している。		

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
		旅行代理店（店長）	・消費増税導入前の5%契約期限基準日9月30日を控え、通常時よりも多くの見込み受注が増加し、成績を高く評価する傾向が強まり、消費マインドが高まる。
		通信会社（営業担当）	・新商品の導入で、ほんの少しではあるが、解約者にもようやく歯止めが掛かってきたとみられる。年末に向けてテレビやタブレットPCの購入者増加が期待できるので、それに連動して新規加入者も少しずつ増加していくと予想される。
		通信会社（営業担当）	・地方は首都圏より遅れてアベノミクスの効果が現れると期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費増税後の冷え込みと、原材料や光熱費など原価の上昇といった懸念材料はあるものの、好調な状況は今後しばらくは継続するとみられる。消費増税前の駆け込み需要にも期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・底を這うような状況が続く。
		商店街（代表者）	・パン製造販売店等において、仕入原価上昇の影響が徐々に出てきている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体的には地方の人口減少、高齢化に伴うマーケットの縮小がある。また、震災に伴う消費マインドの維持、高揚がまだに追い付かない状況である。雇用関係も良くなっているとはいえ、全般的には厳しさがある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・最近の客の買物の仕方を見ていると、欲しい物は迷わず買い、健康に良いものも買っている。この状況はしばらくは変わらないとみており、本店としては良い状況に向かっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・本店は従来より年配の年金生活者や病気の方々の健康相談を業務の柱としてきたため、このような層が経済的に余裕を失うとともに年々業績の悪化を招いてきた。しかし、これらの層を支えるためにも勤労者層へのテコ入れが必須という考えもあって、昨今インフレターゲットという歴史的な政策転換がなされているのだと考えれば、この流れは中長期的だろう。当店の店頭でも勤労者層の消費意欲の高まりがうかがえる。消費の主力層が切り替わり、本店のような業態では景気悪化を感じるとしても、経済社会全体のパイは変わらない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年はやや厳しい状況が続いている。この買い控えの状況は寒さに向かうなかでも続くのではないかと予想している。
		百貨店（総務担当）	・当初は消費増税前の駆け込み需要が下期以降出てくると想定していたが、その部分はまだ決定していない。そのような状況のなか、市場自体もマーケット競争が厳しくなっており、予断を許さない状況である。
		百貨店（企画担当）	・高額商品や秋物衣料品など、今後を占う商品の動きもほぼ前年並みで推移してきている。また、10月の消費増税の決定いかんでは、多少ではあるが、プラスの影響が出てくると予測するが、あくまで年末に向けての冬の商売への影響とみている。
		百貨店（経営者）	・電気料金を始めとした各分野での値上がりにより、消費者の生活防衛意識がいつそう高くなるとみられるため、今月同様の厳しさが続くと予想される。
		百貨店（売場担当）	・この先に大きく変化があるとは考えられない。来年の消費増税を前にした駆け込みも、婦人服ではあまり直接的な影響はないとみている。
百貨店（経営者）	・前向きな明るい話題もない。消費増税を前に高額品の購買はあるが、基礎売上の中心となるボリュームゾーンの商品が売れない。特定の富裕層の購買しか期待が持てない。		
スーパー（経営者）	・おそらく消費増税が決定するので、そのことと電気料金値上げが懸念材料である。しかし、周知期間が長く、心の準備もかなりできているのではないかとみている。		
スーパー（経営者）	・9月は電気料金の大幅値上げがある。10月は最低賃金がアップ改定し、小麦の政府売渡価格も上がる。加えて、政情不安の中東原油価格上昇も強く懸念されており、加工食品の製造コストアップはさらに進む。企業の経費負担増は確実である。他方、地方公務員給与は削減され、雇用のミスマッチは継続する。ほんの一部を除き、地方では投資の拡大や成長企業の話はほとんど聞かれず、消費環境も良くない。今後、中小企業の経営環境は厳しさが増すことが懸念される。		
スーパー（店長）	・本店周辺の競合店の状況は引き続き変わらないので、現状と変わらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・所得に変化が無いので変わらない。
		スーパー（物流担当）	・消費税増税の決定日が近づくことと増税意識の高まりから、耐久消費材や買い置き商品の需要が増えるが、その分財布のひもは固くなると予想される。
		コンビニ（経営者）	・客に失業者が多い。また、ガソリンなど主だったものがどんどん値上がりしている。3か月先も悪い状態で変わらない。
		コンビニ（経営者）	・売上は依然前年割れをしているが、下げ止まり感があり、このまま推移するとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店出店による、既存店の売上及び来客数の減少が予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・環境変化の影響が一巡するまでは、景気回復を大きく実感することはない。
		コンビニ（エリア担当）	・アベノミクスの相乗効果も大きなものが見込めなくなっている。
		コンビニ（店長）	・8月は天候もまずまずで、前年並みである。今後2、3か月も天候次第で同じような傾向になる。
		コンビニ（店長）	・8月に年間売上のピークを迎え、気温と比例して売上も緩やかに落ちていく。近隣や競合店に動きが無いので、前年同様に推移するとみられる。
		衣料品専門店（店長）	・客から景気が良くなっているという声は聞かれないため、前年並みの売上で推移すると考えている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費活動が上がっていない。8月に期待できるアウトドア・レジャー商材の销售量も良くない。余暇に回す余裕はまだ出ていない。
		家電量販店（店長）	・家電業界では端境期に入るため、昨今の来客数減少の影響が出ると予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税率が上がるといわれている4月までは駆け込み需要が増えるのではないかとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・2、3か月という短い期間では良くなったり悪くなったりすることはない。
		乗用車販売店（店長）	・当面新型車の発表予定もなく、ボーナス商戦も一段落したことから、来客増は見込めない。消費税増税を背景にした消費マインドアップに期待したい。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要も考えられるが、相対的に需要が増加するための所得の増加等、地方においては景況を向上させる条件は見当たらない。
		住関連専門店（経営者）	・今後も社会では高齢化が進んでいくので、仏事関係の需要はまだまだあるのではないかとみている。当店のよう小規模の店でも多少は売上に結び付くことを見込める。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・日本酒関連の値上げの情報が少しずつ入ってきている。場合によっては売上の落ち込みに繋がる可能性があるため警戒している。しかし、純米酒以上の売上は、影響が少ないと予想されるので、様子を見て対応を決めたいと考えている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・本来は9月以降は秋物商材をメインに売っているが、ここ数年残暑が厳しく、秋物よりブーツ等の冬物が早めに売れていく傾向がある。天候と客の動きをしっかりと捉えていかなければならない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後、燃料関連の商品の需要期に向けて、市況の値上がり傾向が出てくる時期であり、高止まりした燃料価格が下がる要因は見当たらない。中東情勢の不安定とあいまって、需給が締まる傾向が続くものと考えられ、収益の改善が図れない公算が強く、低収益の傾向が続くと予想される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税に向けた家計の引き締めが予想され、来客数の減少による売上の苦戦が懸念される。来客数は前年と比較し低迷しているので、いつまで客単価の上昇で売上を伸ばし続けることができるかである。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素も悪くなる要素もないので、現状と変わらない。
		スナック（経営者）	・8月前半は割と納涼会などで良かったが、お盆明けから急に客足が途絶えて、このままの流れで9月に入り込んでいくのではないかとこの感覚があり、ちょっと厳しいかというところである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・夏場の集客は、暑さゆえか温泉地においては厳しい状況が続いている。多少の涼しさとともに、少しずつではあるが予約の問い合わせも増えつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・連休や紅葉期のような時期は先行予約が入るが、あとは直前予約で、それも動きが弱い。集客に苦戦している状況は今後も変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・アベノミクスの影響についても一段落した感があるし、これから消費者のマインドは今まで以上に上がっていくか、それとも下がるかという局面になる。ただ、この業界については、消費税増税前の駆け込みといった要素はないので、地道に客の求める商品を提供していくしかない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼、一般宴会の予約状況は前年の同時期と比較しても順調である。低迷が続くレストラン及び宿泊部門が売上を左右しそうである。
		旅行代理店（経営者）	・これといった特別なイベントが開催されるわけではないので、状況は今と変わらない。
		タクシー運転手	・お盆も終わり、財布のひもが大分固くなってきているようである。
		タクシー運転手	・相変わらず、人手が足りず仕事ができないと話す客がいる。一方で、仕事がなく困るとい客もいる。長期の安定した仕事を望んでいるのに、派遣ばかりで短期で働くところがないという客もいる。このような不安定な雇用情勢では、景気は良くならない。
		通信会社（営業担当）	・シリアの騒動や消費税増税が控えており、景気回復は望めない。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転する具体的な材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の可能性が高いなか、高額な物ほど駆け込み需要が出てきて、一時的に好況感を醸し出すものと想定している。ただし、経済再生等の類のものではなく、一時的な傾向にすぎない。抜本的な経済再生を期待したい。
		観光名所（職員）	・前年の同時期と比べて、予約数もさほど変わりがない。天候に左右される部分が大きく、晴ればフリー客が出て、雨が降ればフリー客が減っている。変わるような要素もさほどない。
		観光名所（職員）	・良くなる材料が見当たらない。
		遊園地（経営者）	・エネルギー及び食料品関連の値上げが見込まれ、個人消費に勢いが付きそうにはない。
		競艇場（職員）	・2、3か月先に目玉となる商品はあるが、その販売量を差し引くと全体の販売量に変化は無いとみられる。
		美容室（経営者）	・来客数は新規の鈍化が続いており、年度内はその状態が継続するのではないかとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・受注が安定して確保でき、受注残が年明けまで確定している。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税の増税導入が流動的で、例え導入してもしなくても消費は落ち込むのではないかと。導入方法も当初に想定した以上の混乱が予想される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・先の予約状況からみると、社用の動きはまだかなり悪いようである。
		商店街（代表者）	・今後は消費税率の引上げという問題がある。上がることに決まっても、時期を伸ばすことになっても、いずれにしても消費は下がるであろう。食料品や日常品の価格が上がれば、当然他の支出は絞られてくるので、これから先は商店街そのものにも不安がある。
		商店街（代表者）	・徐々に電気料金値上げへの心配の声が聞こえ始めている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来年春の消費税の問題が現在論争されているので、消費者としては買い控えの気持ちになっているのではないかと。店の中でも財布のひもが非常に固まっているということがよくわかる。
		百貨店（買付担当）	・確定はしていないが、消費税増税を控えているため、可処分所得の低下などが考えられ、消費の上向きが期待できない。
		スーパー（店長）	・お盆商戦だけは前年並みの売上で推移したが、お盆が終わった途端、いつも以上の節約傾向が見られ、その状況が継続している。商品の値上げが続々と発表されているなか、少しでも割安な商品を買求める客は多く、今後もその傾向はますます強くなるものとみられる。
		スーパー（店長）	・電気料金を始めとする公共料金の値上げ、円安による輸入品の値上げ等もあるため、客の節約ムードは続くと思われる。

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（店長）	・9月より事業所向けの電気料金が15%値上げされるなど、企業経営にとって大きな痛手となる。これは省エネや節電でカバーできるものではなく、企業業績の悪化はそこで働く人々の給与や年末の賞与に悪影響を及ぼす。現状、景気が好転する材料は見当たらない。
		スーパー（店長）	・給料は上がらないが、来月から電気料金は上がり、食品の値段も一部上がる。物価はかなり上がってくると予想されるため、そういった面に関しては、景気が良くなることは考えられない。
		スーパー（総務担当）	・電気料金、ガス料金、ガソリンの値上げなどにより、来客数の落ち込みが大きい。特に、鮮魚、精肉といった主食関連の落ち込みが大きく響いている。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の記録的残暑の裏年のため、飲料を中心に売上減少の懸念がある。
		衣料品専門店（経営者）	・地方においては景気の回復は全く感じられず、物価の上昇や消費税増税など支出が増えることばかりが予想され、ますます財布のひもが固くなる。
		衣料品専門店（店長）	・秋の訪れが早くなるのではないかとみており、そうなれば私どもの業態にはありがたい。しかし、震災の影響で前年、前々年にマーケットが膨らんだため、最近の客の動向はスーツや服には回っていないようなので、秋の商戦も価格、来客数共に厳しい状況が続くのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・中期予報では残暑となる可能性が高いといわれているが、暦どおりに気候が推移しないと秋物が立ち遅れ、ひいては冬物の立ち遅れに繋がる恐れがある。
		自動車備品販売店（経営者）	・8月9日に発生した大雨災害による洪水、土砂崩れなどの復旧工事により、建設業は官庁より復旧工事発注が多数ありそうではあるが、水田など農作物の被害も多数あり、米の価格も上がりそうな気配である。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税増税を前にして今のうちという消費者は少なく、今後の様子をうかがっているようである。購買意欲のある消費者はお金に幾分の余裕がある人であり、全体的な市場の動きとしては必要最小限にとどまるとみられる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ここにきて輸入ワインや日本酒などのメーカー、蔵元から値上げの通達が続々と届いている。値上げ幅も、ある商品では約1,000円と近年ないような大幅な値上げになるため、消費者に与える影響は大きいと考える。どこまでこの値上げを消費者が受け入れてくれるのか不安は募る。報道されているような景気の良さは全く実感できない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・物価は上がっているが、給与は上がっていない。当初いわれていたアベノミクス効果は企業向けであり、一般消費者には全く恩恵が無い。消費者は節約志向に走っているようである。
		高級レストラン（経営者）	・来月、再来月あたりで回復してくるとみているが、大きな材料は無いので、ちょっと厳しいかもしれない。
		高級レストラン（支配人）	・格差からくる閉塞感がうかがえる。感じる事のない人は裕福層だけである。第三次産業の労働力は明らかに衰退する一方であり、どこかにしわ寄せがき始めている。
		一般レストラン（経営者）	・周りからは給料が上がっていないとの声が聞こえてくる。前月までは期待感からの出費があったものの、現在はまたしばらく現実的なところを考えた消費活動をしようという雰囲気になっている。レストランというジャンルにおいては、難しい状況が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・食材の値上がりの影響は大きく、かなり厳しい状況が続くとみられる。客に聞いても、良いという話は聞かれず、将来に向けてはまだ不安が残る。景気は足踏み状態のようである。
		一般レストラン（経営者）	・毎年お盆を過ぎると、当エリアでは農家の人達が稲刈りに向けて準備に入る。そうすると、主力である夜の来店がなかなかできなくなるようで、静かな時期に入る。他の職業の人達はそうではないが、なにぶん農家従事者が多いエリアのため影響が大きく、やや悪くとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・9～11月は秋の旅行シーズンだが、現在の予約状況は最大で前年比25%減となっている。これは、復興支援後の反動とみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		観光型旅館（スタッフ）	・販売料金なども良くない不確定な募集型団体予約を受けすぎている。ふたを開けるまでわからない状態であり、ふたが開く頃には手遅れとならなければよいがと心配している。	
		通信会社（営業担当）	・異常気象の影響で、農産物、水産物の生産量が不透明である。野菜や水産の高値が予測されるため、先行きの景気が悪くなるとみている。	
		通信会社（営業担当）	・消費そのものが拡大しておらず、逆に財布のひもが固くなっている状況である。特にガソリン代などの基本的な消費財が高騰しているために、他のものも売れなくなっている傾向にある。	
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の検討が始まっているが、ほぼ間違いなく増税の方向なので、消費に対し敏感となり、買い控えとなる可能性が高い。	
		美容室（経営者）	・電気料金の値上げや液材料高騰で、我々経営者も施術料金の値上げを強いられる。しかし、客の負担を考えると簡単に値上げという訳にはいかない。客の様子からも、まだ景気の回復には時間が掛かるとみられる。	
		設計事務所（経営者）	・全く先が見えない状態である。現場が資材不足等でなかなか進まない現状では、次の物件の話にはならない。	
	悪くなる	スーパー（経営者）	・消費税増税の判断をする時期が迫っており、上がるということ的前提に耐久消費財に可処分所得が流れ、食品に対する支出は当然のことながら抑えられるといった状況が続く。	
		衣料品専門店（経営者）	・今までは正価で注文服や修理を受けられたが、抱合せでの値段交渉など本当に雰囲気が悪くなっている。我々小売業にはアベノミクスは全然関係ない。	
	企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・大型復興工事の出件が遅れ気味ではあるが、2、3か月先には一部の案件の受注確定が予測できる。
			その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・利益商材である日本酒の秋向け商材の予約受注が好調であることから、今秋の出荷好調が予想される。
		やや良くなる	電気機械器具製造業（企画担当）	・クリスマス及び年末商戦に向けて更に上向きになると予想されるが、個人への影響は更に先になるとみられる。
			輸送業（経営者）	・10月以降に荷主の稼働率が若干上がることが予定されている。それに伴い、物量も増えるものとみられる。
通信業（営業担当）			・長期トレンドでの円安傾向により輸出関連企業の業績が回復し、関連中小企業にプラスの影響が出てくる。	
広告業協会（役員）			・楽天の優勝を見込んでマスメディアは特別企画を一斉に売り出すようである。また新幹線の北海道延伸の観光キャンペーンをロングランで売り出そうという案件もあり、この先明るい話題が多い。	
広告代理店（経営者）			・消費税が上がる前に、駆け込みで会社案内やHPのリニューアルなど、自社広報物の改定に踏み切る会社が多くなることが見込まれる。	
広告代理店（経営者）			・引き合い案件が増加している。	
公認会計士			・建設関係の復興需要はあるが、供給が人手不足、資材入手難で追い付いていない。これらの供給状況が徐々に改善していくとみられる。	
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）			・新品種の立ち上げが終了すれば、物流も増え、やや良くなる。	
金属工業協同組合（職員）			・半導体関連の堅調に続き、医療機器関連の受注案件が見込まれるなど、受注量の増加が期待される。ただし、受注環境は低価格、超短納期等を求められており、引き続き厳しい。	
変わらない			農林水産業（従業者）	・原発事故による果物の風評被害は前年より少なくなっており、ももの農協出荷分の精算書に期待が持てそうである。また、りんごも例年と同じくらいの注文数を見込んでいる。
		食料品製造業（経営者）	・牛タンはこのままの数量で大きく変化がないとみている。6月ごろから量的には増えて、相場が安くなるとみていたが、商社の段階でクッションをとられているのか、入荷量は市場に出る部分にそれほど変化がなく、まだまだ少ない。こういったシビアな在庫状況のなかで、相場と需要とのなかではそう変わらない。	
		食料品製造業（総務担当）	・政府の対策が末端まで届いていない。	
		食料品製造業（総務担当）	・原材料の値上げを控えているが、やや悪いなりに継続していくと予想している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（経営者）	・夏の暑さは例年とあまり変わらないが、全国的に集中豪雨といった天候不順により、経済活動も何となく停滞しているようである。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・期待感が持てない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・中小製造業は受注があっても利益率の極端に悪いものが多いため、現状でよくなる見込みはない。
		建設業（経営者）	・受注済み量が多く、お得意様の節税意識も強いようなので、来年のことが心配である。
		建設業（企画担当）	・技術者や作業員の不足、資材や労賃の増加等で今後は入札不調がますます増加するものとみられる。出件に対する会社対応が限界となっている。
		輸送業（従業員）	・取扱量は前年同月比でわずかに回復傾向にあるが、物流市場全体に力強さがうかがえない。
		通信業（営業担当）	・受注傾向は今のまま増加傾向で推移するとは思えず、予断を許さない状況には変わりが無い。
		通信業（営業担当）	・主要企業が伸び悩んでいることで、経済全体が冷え込んでいる。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因は無い。
		金融業（広報担当）	・景気変動要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・消費税の方向性と実施の方法が決まるまでは様子見の状況が続く。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・所得の増加がほとんどないようで、安いものを買って生活をしているというのが一般的のようである。所得が上らなければ、今後も良くなることはない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の予算縮減措置は今後も継続する。
		やや悪くなる	
木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の価格が軟化してきている。		
出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残が前年同月を割っている。株価の伸び悩み、円高への揺り戻し、猛暑による消費者の購買意欲の落ち込みが原因になっていると考えられる。		
土石製品製造販売（従業員）	・ガソリン価格の高騰で工事車両の移動も大変であり、その分セメント単価の値上げなどをせざるを得ない状況になっている。		
一般機械器具製造業（経営者）	・北米市場が好調であることに加えて、日本もそれなりに評価できるが、新興国経済に陰りが出ていることが懸念材料である。		
司法書士	・住宅着工に関して、消費税増税前の駆け込み需要もさほどの盛り上がりもなく一段落した感がある。		
コピーサービス業（経営者）	・消費税などの問題の先行きがはっきりすれば、景気の動向も方向性が定まるのではないかと。市場は足踏み状態で、なかなか前に進まない状況が続いている。店においては、来客数が激減し、その他、小物の仕事もなかなか受注できないような状況である。		
悪くなる	—	—	
雇用関連 (東北)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税を前にさまざまな駆け込み需要が生まれることを期待している。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・他社通信系の派遣事業部を8月から編入したことから、やや業績が持ち直す兆しがみられる。
		人材派遣会社（社員）	・再来年の4月入社、現在の大学3年生の新卒採用を強化するために、この8月の夏休みにインターンシップをやっている企業が前年に比べると増えている。今後、経済活動が活発になっていくとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が堅調なことに加え、各企業の業務量にまだまだ増加傾向がみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・下半期は来春の新製品等の増産に期待したい。
	変わらない		人材派遣会社（社員）
人材派遣会社（社員）			・求人数は、例年と大きな変化は無いが慎重さがうかがえる。今後の景気動向などの不安があるのかもしれない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・景気回復の期待はあるが、実感が無い。

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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・中央から聞こえてくる景気回復は、まだまだ地方では実感できない。短期の広告出稿予定も前年を割り込んでいる。
		職業安定所(職員)	・新規求人数の増加傾向は続くと思われるが、求職希望者が少ない建設業及び介護福祉関係の求人であり、製造業からの求人は減少傾向が続くと予想される。
		職業安定所(職員)	・今年度に入ってから、新たな離職者数の増加は減少しているが、求人数が増加しない。
		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、新規求職者数も落ち着いてくるとみられる。また、新規求人数も若干の増減は考えられるが、引き続き高水準で推移するとみられ、状況変化の材料は見当たらない。
		職業安定所(職員)	・景況も業種によっては好転しているが、原油や原材料の高騰など、マイナス要素が影響する業種もあり、動向を注視していかなくてはならない。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率は前月と同じ1.30倍であり、月間有効求人数は前月比4%の増加となっている。さらに、今まで職種をリードしてきた建設業が10か月ぶりに前年比マイナスとなったため、先行き不透明となっている。
		職業安定所(職員)	・ここ数か月、新規求職は減少し続け、新規求人は円安の関係で増加しているが、本格的な景気回復と判断するにはもう少し時間が必要である。
		職業安定所(職員)	・まだ復興の途上にあるため求人は高止まりで推移しており、有効求職者も低い水準で継続している。当面このような状況は変わらない。
		職業安定所(職員)	・求人数は横ばいの状況にある。特に製造業で求人の動きがみられない。
やや悪くなる		アウトソーシング企業(社員)	・恐らく震災関連の仕事はこのままなくなっていくが、それに代わるものも無い。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・夏場の小康状態なのか、地元雇用に伸びが無くなっている。10月に消費税増税が決まるかどうかも含め、景気浮揚感がないまま消費税問題が話題になると、消費マインドも落ち込むことも想定され、流通を主体とした雇用にも影響が出てくる。
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)	・日々の乗客数が増えている。また、残暑が続いていることや、秋の行楽シーズンにも期待している。
		乗用車販売店(統括)	・新型車が3車種発表されるため、良くなる。
	やや良くなる	乗用車販売店(経営者)	・新型車の評価が上々で、かなり受注が見込める。
		自動車備品販売店(経営者)	・ここ数か月販売量が低迷していたので、期待が先行して良くなるとみている。
		住関連専門店(経営者)	・消費税率が上がるという報道の下に、駆け込み需要が高まるのではないかと思う。現状においても、リフォーム、エクステリア等の見積依頼が多くなってきている。高額な消費に対しての前倒し需要の予兆がみられつつある。
		スナック(経営者)	・希望的な観測である。景気は気なので、ここで消費税が上がるということになれば一気に悪くなっていくように思えるので、恐らく上げないだろう。
		観光型ホテル(営業担当)	・観光客が富士山に流れるかと思ったがあまり影響もなく、この先の予約も比較的良好な状況である。
		都市型ホテル(営業担当)	・これから年末、忘年会シーズンに近づくにつれ、販売、利用客が増えると期待している。今年は前年に比べ、全体的に景気が良いような雰囲気なので、例年の販売状況にプラスアルファがあることを期待している。
		旅行代理店(営業担当)	・10~11月にかけて団体旅行の受注が増えている。
		遊園地(職員)	・7月下旬に新規施設がオープンしたことにより、引き続き多くの来園客を期待している。
ゴルフ場(業務担当)	・今月は猛暑の影響で入場者が全体的に少なくなっているが、3か月後は天候も安定し、例年通りに引き合いもきているので、今よりは好転する。		

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	商店街（代表者）	・駅前商店街でありながら、また空き店舗が増えた。お先真っ暗である。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・来年の消費税増税が気掛かりである。出費を抑えているので、消費が低迷して景気が良くなる状況はみられない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・猛暑のように寒波でも来れば商品の動きはみられるかもしれないが、期待はできそうにない。消費税増税に関連した売上も、工事等を含む高額なものは多少引き合いがあるが、日用品は必要な時に購入するパターンが多い。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・現在の経済の動きは今までの経験からは予想し得ない。ただし、現在の世界情勢や国内の政治の動きから、景気が良くなる要因はあまり見当たらない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏物が終わり、今後イベント等で客の動きがどうなるのか、少し先が読めない。
		百貨店（営業担当）	・景気回復への期待感と、石油価格やそれ以外の日用品の値上がり等があり、ほぼ足踏み状態であり変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・秋冬商戦が始まるが、地方都市における消費者の可処分所得が増える見込みはなく、今後2、3か月では消費が改善することはない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税に関する意識がさらに高まりつつあり、高額品などの動きが期待されるが、全体の底上げにはつながらず、節約志向は今後も続くと思われるため、変わらない。
		百貨店（店長）	・ムードではなく、具体的に個人の収入や生活が改善されるということが明らかになるまでは、明確な改善には向かわない。
		百貨店（店長）	・客単価はやや上昇してきたが、賃金が上がらないため、現在の状況が続く。
		百貨店（店長）	・地方では景気回復の勢いは強くない。2～3か月先となると消費税に関する決定があるだろうが、その影響が読めない。
		スーパー（店長）	・さらに競合店が増えるため、年末までは厳しくなると感じている。限られた人口の中での客の取り合い状態はしばらく続く。
		スーパー（店長）	・曜日ごとの客数はあまり変化がない。
		スーパー（経営企画担当）	・大手企業の業績は回復しているようだが、地方企業の景気回復は感じられず、円安による値上げや消費税増税の報道が、個人消費については心理的にもマイナスに働くのではないか。
		スーパー（統括）	・売上高、来客数が堅調で、より高品質の商品を求める傾向がみえてきているので、秋冬物の消費に期待が持てる。
		スーパー（商品部担当）	・食品の値上げ状況、ガソリンや消費税、金融相場など、不安定な状況が改善される見通しが無い。消費者の節約傾向は大幅には変化しない。
		コンビニ（経営者）	・たばこや飲料など、必要な物以外買わない客が多いので、先行きも変わらない。
		コンビニ（経営者）	・来客数は減るものの、イベント等の開催によって来客数の減少分をばん回す予定である。
		衣料品専門店（統括）	・6月ごろから夏の祭りに向けていろいろな衣装の注文等があり、少し良いという気がしていたが、お盆が終わった途端に買い控えのような感じになっている。これから地元のお祭りがあるので期待している。
		家電量販店（店長）	・猛暑で出費した分が多いために、秋から冬にかけて消費に影響が出ないかどうか気掛かりである。テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、パソコンが前年を超えていけば良くなって、もう一段景気が上向く。
		家電量販店（営業担当）	・まだまだ回復感を感じられない。太陽光発電でも買い取り額が不透明なので購入の後押しができていない。現状維持を望んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・商談数、自動車購入の見込み客数は、相変わらず少ない状況が続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	・広告宣伝の影響だと思うが、価格、燃費、性能等で1～2車種に集中して問い合わせがあるものの、契約までにはまだ少し時間がかかりそうである。
		乗用車販売店（販売担当）	・8月はお盆休みもあり、どうしても稼働日数が少ないので販売量も減っているが、9～11月は長期的な休みもないので、そこそこ販売台数も出る。また、修理部門が増えているということで、全体の売上で考えれば、これから先そんなに大きく落ち込むようなことはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（店長）	・乗客数が前年を割る状況が続いている。買上点数の向上に努めているものの、円安の影響で利益確保が厳しい状況になっている。
		住関連専門店（仕入担当）	・この状況でインフレ傾向にあるとすれば、食品や電気料金、ガソリン、灯油といった一部限定的な部分に限られてのものであり、その他の商材の消費は今後も厳しい。消費税増税を控えその傾向はさらに加速する。
		一般レストラン（経営者）	・政策的にも景気浮揚策を講じているが、地方の末端に関してはまだまだ良くはならず、変わらない状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・客の減った状態がしばらく続く。12月になるのが待ち遠しい。
		一般レストラン（経営者）	・売上は伸びているが、仕入れ値の高騰が続いており、仕入と売上のバランスを考えると見通しは暗い。
		スナック（経営者）	・もっと悪くなるのではないかと思うが、これ以上悪くならないようにということで、変わらないと回答している。何か良い策があるなら教えて欲しいくらいである。
		観光型旅館（経営者）	・9月の予約動向は前年と大きく変わっていない。また、10月以降も前年並みに推移している。
		都市型ホテル（支配人）	・先の予約状況は良くもなく悪くもない。福島第一原子力発電所の事故の影響で、週末の行楽客がまだ戻っていないため、例年よりは若干落ちている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・毎年10、11月ごろは農繁期で忙しいということもあり、飲食業、宿泊関係は変わりはなく、むしろ落ち込むのではないかと考えている。
		旅行代理店（副支店長）	・受注件数は前年同時期とほぼ同じで、今後増えていく要素がない。地方ではアベノミクス効果はみられない。海外についても円安傾向のため、旅行代金も上昇気味であるため、少々足踏み感がある。
		タクシー（経営者）	・不景気感があり、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・日用品等の値上げにより、節約志向が続いており、客の関心がこちらに向かない。
		通信会社（営業担当）	・現在もおお一部富裕層が景気回復の恩恵を受けるのみで、先行している日用品価格や光熱費の上昇が一般消費者の足かせとなり、積極的な動きがみられないため、変わらない。
		通信会社（局長）	・消費者の財布のひもの緩みを一向に実感しない。消費拡大への期待感はあるが空回りしており、好景気分野がかなり限定的な感がある。幅広い分野での景気回復に期待する。
		ゴルフ場（支配人）	・天候の安定する秋に向かい集客活動を行っているが、現在のところ予約は前年並みに入っている。
		競輪場（職員）	・他場の記念競輪等の売上もほぼ同額で推移している。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・まだしばらくはこのままの状態が続くのではないかと感じている。
		その他サービス [イベント企画] (職員)	・世界情勢も依然として不安定であり、あまり変わらない。
		住宅販売会社 (従業員)	・来春の消費税増税を控えた心理的影響があるのかと思う。
		住宅販売会社 (従業員)	・販売は大幅に増えているが、技術者、施工業者共に不足しており、手持ち工事が増える一方である。2020年の東京オリンピックが決定すると、更にこの状態が続く。
	やや悪くなる	商店街 (代表者)	・商店街の集まりでこのところ消費税増税対応の話題が多く出ている。
		商店街 (代表者)	・隣接大型店移転の影響が効いてきている。
		スーパー (総務担当)	・消費税増税が来年度実施されるであろうという状況で、客の財布のひもが緩むとは思えない。
		コンビニ (経営者)	・今月は競合店の閉店があつて、いくらか良くなっているが、今後は新たな店が開店するのでまたいくらか悪くなる。
		コンビニ (経営者)	・夏場が良い反動と、秋口になると売れる物が変わるので、若干販売量は落ちる。近くに競合店がまた出店してくるため、競争関係も厳しくなり、先行きはやや悪くなる。
		コンビニ (店長)	・現在当店のすぐ近くで賃貸アパートが建設中のため、工事関係者が多数来店しており、来客数の減少の一部を補う形になっている。2～3か月後はその工事も終了しているため、必然的に悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（販売担当）	・今月が本当に悪かったので、今後も悪いままで変わらないと答えたところだが、消費税増税の話を見ると余計に悪くなる気がしている。業種によっては駆け込みの可能性もあるが、残念ながら身の回りの物でも婦人洋装は日用品や雑貨とは違い、一番我慢して通り過ぎてしまうような業種である。
		乗用車販売店（経営者）	・10月に首相が消費税を上げるか否かの結論を出し、今週中にはT P Pの方向性が共同声明として出る予定だが、こちらでも日本としてはかなり譲歩したものになりそうである。そのほかにも非正規労働者の増加など、消費マインドの減退につながるばかりが生ずる国になりつつある。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税がいつになるかで消費動向が変わると思うが、コンパクトカー中心の受注なので、収益は今後も厳しい状況である。
		乗用車販売店（管理担当）	・大企業はアベノミクス効果により上向きであるが、中小企業ほか、サラリーマンには反映されていない。
		乗用車販売店（店長）	・これから軽自動車税の値上がり等があるとすると、唯一維持費の少ない軽自動車も売上が減る可能性がある。今後半年から1年先は心配である。
		高級レストラン（店長）	・閉店する店や企業の撤退などの話題ばかりで、良くなる兆しはない。
		一般レストラン（経営者）	・我々飲食業では、一定の期間であるにせよ消費税増税の影響は大きく出てくる。それまでどのように営業するかが問題である。
		スナック（経営者）	・毎年お盆明けから9～11月は売上が落ちる傾向にあるので悪くなると予測している。
		観光型ホテル（経営者）	・9月は連休が2回あるが、それ以外の日での集客が難しい。その後、10月後半から11月にかけて秋の紅葉シーズンとなるが、今のところの先行受注は決して良い状態ではない。
		旅行代理店（所長）	・秋のシーズンについては、間違いなく富士山方面にシフトし、かなり苦勞することが目に見えている。現に、山梨方面の秋季の宿の予約は厳しくなっているようである。
		タクシー運転手	・同一地域に進出してきた同業者の動きが活発になってきたためである。
		通信会社（経営者）	・原油価格高騰と円安で仕入価格の高騰が心配である。脱デフレ政策で二極化が一層進んでいる。一般の人の生活はむしろ厳しさが増しているように思える。その上消費税が上がれば、1997年の失敗を繰り返すことになるのではないか。一部の業種ではなく、すべての業種の平均所得が3%ほど上がったから増税すべきである。
		テーマパーク（職員）	・今後も学生団体の予約件数は減少している。
		美容室（経営者）	・円安で9月以降生活物資の価格が上がるため、節約する人が多くなっている。美容院にかけるお金は節約する人が増えてくるため、この先の来客数は増えない。
		美容室（経営者）	・この夏にボーナスがないところは冬にも期待できないと客が話している。地方の町では昼間の人通りは少なく、美容業に限らず伸びる要素は少ない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・ガソリン価格がかなり高騰しており、車での来場者数が減ってきているようである。また、客の滞在時間も減ってきているので、客単価も安くなっている。総体的に悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要がなくなると、しばらく仕事量は減ると考えられ、まだ安定して景気が良くなっていくとは思えない。
		設計事務所（所長）	・消費税増税が実施される場合、今後一時的な冷え込みは免れない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税が決定すると顧客の動きが一時的に鈍くなると思われるので、やや悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・7月の終わりに大型スポーツ用品店がオープンした。今のところは少し感じるくらいだが、これから先どのくらい客が減ってしまうのか心配している。大型店とは対抗できないので、先行きはとても悪い。
		スーパー（経営者）	・オーバーストアによりどこかが撤退するまで低価格競争は続く。当社は差別化戦略に切り替えていく。
		コンビニ（店長）	・競合他社が出店してきたので、良くなることはなく、悪くなる方向である。ほかに良くなるような要因も今のところ見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		衣料品専門店（経営者）	・客は値段が安い物を欲しがっている。	
		衣料品専門店（店長）	・電気料金やガソリン代などの燃料費や食品などの値上がりが続いている上、収入増が見込めないとますます景気は悪くなる。	
		タクシー運転手	・今後、地方でタクシーを利用する客が増えるとは想像もつかない。	
		通信会社（経営者）	・見積案件の状況から見ても、現在の厳しい状況が改善される兆しはまだない。	
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・太陽光発電関連企業の景気は良い。	
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・国産ワインコンクールの成果もあり、国産ワインに対する人気が高まっており、ソムリエの関心も徐々に輸入品から国産品へ移りつつある。	
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・現在の見積物件が秋以降期待できるのではないかと考えている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・建設機械関連で若干の増産の話があり、自動車関連でも新規案件の立ち上がり、生産再開等があることから、今よりは多少良くなっていく。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事の話が徐々に出てきたので、もしかしたら動き出すのではと思っている。今から仕事の話が決まっても、早くて10月、多分11～12月、遅いと来年になるかもしれないが、ここ数か月～半年以上、全く仕事の話がなかったのに、見積案件が出てきたということは、もしかしたら良い方向に移るかもしれない。	
		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、9、10月は例年になく受注量が増え、前年比20%ほど増加する見込みである。ただし、それに伴うコストについては、原油価格の上昇により、燃料代、電気料金が前年に比べ相当上がってきているため、収益面では厳しくなっている。	
		建設業（開発担当）	・公共工事は労務単価の上昇により、発注額も見直され、10年以上続いたデフレ傾向から脱却できるようになってきた。ただ、受注は競争入札で、最低価格での5社以上のくじ引きとなるので神頼みである。民間工事は消費税増税前の需要は個人住宅中心であり、地方では企業の設備投資はまだ感じられない。今後に期待している。	
		建設業（総務担当）	・前年よりは発注量も増加すると予想される上に、利益率も上がれば今よりは明るくなる。	
		金融業（調査担当）	・懸念材料は多いものの、公共工事が下支えするほか、円安の効果が出てくる。また、政府の成長戦略第2弾にも期待している。	
		金融業（経営企画担当）	・サービス業においては富士山の世界遺産登録による客足がしばらくは続くものとみている。また、製造業や建設業においてもアベノミクスの民間投資を喚起する成長戦略への期待感がある。	
		広告代理店（営業担当）	・正月商戦に向けて広告が増えるので、良くなって当たり前である。	
		経営コンサルタント	・地場の小売店や飲食店、下請企業など、市場一般の動向に多少の上向き感が出ているが、まだ確信的な状況に至っていない。	
		変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品投入で新規受注が見込めるものの、依然難しい状態が続くことが予想される。
			金属製品製造業（経営者）	・将来の景気が全く予想できず、非常に苦慮している。早く仕事量が増えないかと毎日思っている。
一般機械器具製造業（経営者）	・7月分より新規品が立ち上がったが、思ったほどの作業量ではないため、さらに受注活動を強化していくつもりである。			
一般機械器具製造業（経理担当）	・親会社からの注文はほとんど増えていない。もし新製品が出たような場合でも海外で生産を行っているため、当社にはあまり注文は来ない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の新機種生産が一段落し、今後の状況は未定であるが、9月下旬の下期計画発表までは現状維持である。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・10月ぐらゐまでの仕事量はある程度確保しているが、内容は非常に厳しい。民間の設備投資の話もなかなか出てこない。先行きについては確信が持てない状況である。			
輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～2か月先までは取引先等の受注残がやや多く良い状況だが、その先は全く分からない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・季節の変わり目を迎え、秋冬物の衣類や家電等については、前年並みの物量を確保できそうな状況である。しかしながら今年の猛暑により、露地野菜、米などの青果物は輸送量が減る見込みなので、全体的には少し落ち込む。
		金融業（役員）	・建設業や自動車関連といった一部業種以外に波及しているかという点、まだ下請の受注価格にも賃金ベースでも反映されていないので、今後の見通しについてはまだ分からないというのが実態である。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・市の南部では家電量販店のほか、数店の新規出店が予定されており、しばらくは活発な動きが期待できそうである。しかし、北部方面の動きは鈍く、南部の動きが波及するまでには及ばない。
		司法書士	・周りの経営者と話していると少し明るさを感じる。具体性はないような感じであるが、少し良くなったところで変わらないでいてくれればよいと感じている。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・価格競争でかなり厳しい状況になっている。大物の仕事も特に発生しないということなので、厳しい。
		化学工業（経営者）	・岩手県、宮城県の震災復興の影響で製品も出ていたが、10月以降は出荷が悪くなると予想される、製品がある程度行き渡ってしまったのだろうか。
		電気機械器具製造業（経営者）	・なかなか成約できず、先が見通せない。
		通信業（経営者）	・アベノミクスに対する期待は大きかったが、なかなかその成果がみられず、家計も緊縮財政に戻りそうである。
		不動産業（経営者）	・根幹をなすべき産業の空洞化、縮小化が目立っているように感じられるため、将来への展望が期待できない。
		不動産業（管理担当）	・ここにきて資材の値上げがじわじわと利益を圧迫してきており、業務は年間契約のため、少なくとも次回の年度契約まで価格に転嫁できない状態が続く。当社にとっては利益減少要因となる。
		社会保険労務士	・材料、物流などで値上げ要請が増加している。値上げする事業所と吸収する事業所とあるが、いずれにしても収益を圧迫しそうである。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・ここ1、2か月の反動で、10月以降は受注量、販売量共に減少する。
悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・シリア情勢により原油価格に影響が出始めているので、ますますガソリンや灯油の価格が上がり、悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらずの仕事量の減少や、価格の引き下げによる、利益の減少を感じる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・アベノミクスへの期待感が大きかったが、宝飾業においては反映されていない。宝飾の売上の中で、輸入時計は好調に推移している模様である。また、国内の古い在庫や中古ジュエリーの輸出などで業界の統計数字は下がっていないが、実質の流通をみると厳しいものがある。
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）	・8、9月と忙しくなっているので、この先も楽しみである。
		人材派遣会社（管理担当）	・取引先で正社員の採用をやめて派遣社員の採用を増やすと言われている。
		職業安定所（職員）	・求人数、求職者数、就職者数の増加している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・自動車関連の募集内容から見ると、下半期の12月ごろまでは生産関係が順調なように見受けられる。一方、販売関係、小売の衣料品や食料品では若干値動きが見られ、これらが幾分落ちてくるかという感じなので、何とも言えないところがある。電子関連は単発での2～3か月、それから間を置いてまた2～3か月といった波があるので、横ばいとみている。
求人情報誌製作会社（経営者）		・現在の周辺企業の経済状況を見ると、雇用環境は厳しい。	
		職業安定所（職員）	・数字の上では前年同月比で、新規求人数は増加、新規求職者数は減少の傾向が続いているが、円安の影響等も受けて燃料費等の上昇が収益を圧迫してきているため、先行きに不透明感がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で4月が8.6%減、5月は12.7%減少している。6月は短期の求人が相当数あったため、12.9%の増加となったがこれは一時的なものとしてとらえている。7月は4.3%減となっている。新規求職者については、4～6月に早期退職の実施があり、前年同月比で4月が7.5%、5月が6.4%、6月が2.6%、7月は10.9%増加し、依然として増加傾向が続いている。企業訪問時などに事業主に話を聞いてみても、新規求人は厳しい状況である。
		職業安定所（職員）	・求人数増、求職者数減、求人倍率の上昇から、景気は上向き傾向であると思われるが、一部では、企業整備や統廃合などによる縮小、廃止などを今後予定しているといった話も聞こえる。そのため、目に見える形で身の回りの景気が回復するのは難しい。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・1件の求人に対して多数の応募者がいる状況は変わっていない。専門職として高い専門性を求める企業と、専門性を持たない求職者との間のミスマッチの状況がさらに広がっている。販売職など専門性の低い求人への応募者が増えているように思える。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・就業条件が厳しくなりつつある。
	悪くなる	—	—

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (南関東)	良くなる	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・非常に暑かったために人出が少なくなったことや、豪雨のせいで今月は悪かったので、これから天候が落ち着けば良くなるのではないかと考えている。
	やや良くなる	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当地域で9月1日にプレミアム付き商品券が発売される。9月1日に約6億円、28日に1億円、プレミアムが付いて合計で8億円分の商品券が出るので、期待している。
		百貨店（販売管理担当）	・セール品に欠品が目立ってきたこともあるが、例年になく婦人服を中心に秋物の動きが好調であることと、売上のシェアは小さいものの、宝飾品や時計などの高額品の動きが引き続き堅調である。
		スーパー（ネット宅配担当）	・美味しい商品への要望が強くなってきている。価格だけでは客に喜んでもらえない。
		家電量販店（営業統括）	・9月から11月にかけて、新製品や新作ゲームの発売が続く、堅調に販売が増加していくと予想している。10月は中国の国慶節の連休もあり、訪日外国人の増加もプラス要因として大きいと考えている。
		家電量販店（統括）	・消費税増税の発表があれば、11月ごろより耐久消費財を中心に動き出すと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車は消費税増税前に駆け込み受注が出てくると思われる、メーカーのテレビコマーシャルの本数も増え、来店客が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月より新型車種の投入が続々とあるため、期待を込めて上向く。
		乗用車販売店（販売担当）	・先月はやや良くなるという判断をしたが、少し伸びたり伸びなかったりで分からない状況である。全体の流れとしては、アベノミクスを含めて景気は良くなるという方向に感じているが、やはり国の借金などの問題を考えると、今後についてはまだ不安定である。これからはもっと様子を確認しながら様々な方策を検討していきたい。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・急上昇だったスピードが、やや鈍ってくると思うからである。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・年末商戦をにらんで、大型タイトルが投入されることから現在よりは上向くはずである。ただし、前年比で下げ止まることはない。
		高級レストラン（支配人）	・前年に比べて、秋から年末の受注の動き出しが早く、売上も前年比プラスの予想である。ここにきて法人の予約も増えてきており、やや明るい見通しになってきている。
		一般レストラン（経営者）	・8月が一番落ち込んでいたので、これから9、10、11月と涼しくなってくる間に客の出足は回復してきて2、3か月先の景気は良くなる。8月は1年で一番売上の低い月であるため、今よりも良くなる。

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
		一般レストラン（経営者）	・秋に来年の消費税が上がるかどうか決まるが、その動向次第で変わる。今の状況のままでいけば、3か月後は今よりも多少は良くなる。冬のボーナスも良くなるような雰囲気があるので、客の財布のひもも緩くなるのではないかと期待を込めている。
		旅行代理店（経営者）	・昨年はあまり動きのなかった客からの問い合わせや予約が大分入ってきたので、3か月後は徐々に良い方向になっていくような感じがしている。
		旅行代理店（従業員）	・行楽シーズンを迎え、連日、国内団体旅行の見積件数が増え、また、受注依頼が多数入ってきている。飛行機もホテルもすでに予約できない日程が増えてきている。
		旅行代理店（従業員）	・秋は旅行シーズンのためである。
		旅行代理店（営業担当）	・今後も富士山関連の商品の申込が順調な傾向が続くそうである。
		旅行代理店（支店長）	・9月になり、秋のシーズンに突入していく。今年は10、11月に客からの依頼が集中しているので、今月と比べると良くなる。
		タクシー運転手	・2020年の東京オリンピックの誘致が決定されると、準備工事が始まるので内需拡大になり景気が良くなる。
		タクシー運転手	・確実に景気は良くなっている。実車中の車内でも、商談がうまくいった、営業を兼ねた出張も多くなったなどと忙しそうなお話を耳にする。私自身もやる気が出る。
		タクシー運転手	・夏休みが終わって季節が変わり、行楽シーズンを迎えるため、客数が増えるのではないかと考えている。
		タクシー（団体役員）	・消費税率変更前の駆け込みで、必要なものを早めに購入しようとする動きで国内景気は良くなる。消費税増税後は日本の信頼度が増し、海外投資家から日本のマーケットへの資金流入が見込めるため、株価等の上昇が期待される。
		通信会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が起こるからである。
		通信会社（営業担当）	・販売戦略の見直しにより、契約件数が持ち直す傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・消費者は将来的に景気が良くなり所得が増えると考えているようである。
		通信会社（局長）	・景気回復のニュースを頻繁にみることで、期待感から消費する行動が表れていると感じられる。安いものに飛びつくと違い、生活を充実させる商品に消費する気運があるようである。
		観光名所（職員）	・2、3か月後になると、秋の紅葉シーズンで毎年多くの来客がある。富士山の世界遺産登録により、富士山へかなりの客が行ってしまうので、少々不安ではあるが期待している。
		ゴルフ場（支配人）	・2、3か月先の予約状況が、そこそこの来場枠を埋めている。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事の開催予約が堅調に推移している。また、消費税増税が恐らく決定している時期であり、駆け込み需要が始まるころとも推測している。
		美容室（経営者）	・周りが非常によくやっているし、今年は暑いので各店共に順調に伸びているようである。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・来年4月の消費税増税はまだ確定していないし、その具体的な内容も決まっていないが、上がると決定すれば、それまでの一時的な駆け込み需要がくると思う。車の受注も3月に間に合うように若干の盛り上がりを見せてくるのではないかと期待している。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・今月は顧客数の増加はなくても売上は前年比1%ほど増加した。よって、10月以降景気が良くなると期待している。
		設計事務所（経営者）	・現在依頼がきている計画が動き出すと思われるためである。
		住宅販売会社（経営者）	・ここ2、3か月同じ回答になってしまうが、やや良くなることを期待している。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いる。また、建設費が高騰しているため、赤字の仕事が非常に増えている。大企業だけではなく、中小企業向けの景気対策にも期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税次第だと思うが、受注残が前年より増えている関係で売上は伸びてくる。
		住宅販売会社（従業員）	・まだ消費税増税前の駆け込みで客が動きそうな気配がある。住宅ローン金利も下がり、木材利用ポイント制度などの後押しもあり、景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・2月から進めていたアパート事業が順調に推移しており、3か月先くらいには具体的な数字になって表れてくるので見通しは明るい。並行して戸建ても推移すれば、かなり良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・いよいよ焦点の9月を迎えるに際し、消費税増税前の駆け込み需要に期待したい。
	変わらない	商店街（代表者）	・アベノミクスや参議院議員選挙で、その後どうなるかということであったが、参議院議員選挙が終わったからといって景気の状況が良くなったとは思わない。逆に少し低調になりつつあるというような気がしている。一部の企業だけが利益が出る、あるいは売上が上がるということではなくて、中小零細企業にも何らかの方法で景気の流れが変わるようだと言われている。
		商店街（代表者）	・今年のように天候が不順で、暑い日が続いて雨が降らないという状態では、通常の売上に戻ることは非常に難しい。普通の天候に戻ってもらわないと、これからの売上也良くなることは考えられない。
		商店街（代表者）	・ともかく客が財布のひもを締めているというような状況で、ガソリン関連の価格が上がっている状況で、小売店になかなか客が回ってこないのが実状であり、今後どうしたらいいのか模索中である。
		商店街（代表者）	・世の中の動向が一番気になる。消費税問題や株価、外交問題など、これまでの流れが急に悪くなる要因もたくさんはらんでいるので楽観できない。
		商店街（代表者）	・既に商店街や街の中小の小売店では、本当に最低の線で日々暮らしている。家賃や地代収入などで日々の生活に困らない店主のみが単に店を開いているような社会になりつつある。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税増税の決定にもよると思うが、増税が決まれば駆け込みの消費がある。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税が導入されることになれば、来年の4月までは今の状態が続く。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・法人客の物件、案件が数か月前に比べてそれほど活発でもないような感じである。消費税が増税するか否かの状況によって、法人客に関しては変わってくるのではないかと。まだ見定めていないということもあり、良いのか悪いのか分からないというのが正直なところである。ただし、現状は若干良くなっているため、この現状維持で変わらない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・先行きは不安だが、高速道路のパーキングエリアの売店では一時期、1つのソフトクリームを分けて食べているカップルもいたが、今月は1人1個購入している。お金を使うことにためらいがない感じがしている。
		百貨店（売場主任）	・まだ景気回復というところまではいかない。給料がまだ上がってきていないことと、消費税がどうなるか不安であることからである。
		百貨店（総務担当）	・来年4月に消費税増税が導入されることになれば、消費税増税に対応した購買が増すと一般的に予想されているが、今年に入ってからの傾向をみると、富裕層に限られた動きで、まだ全体の動きにはなっていない。これから暮れに向けて、飛躍的に景気が良くなるというような予見はなかなか難しい。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税の状況によるが、来年増税となれば駆け込み需要もあるが、2、3か月では変わらない。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税、為替や原油高の影響で消費は上向かない。
		百貨店（広報担当）	・N I S Aなど、若干の景気浮上策はあるものの、当面はその他の追加施策の見込みはない。加えて、異常気象による集中豪雨や原油価格の高騰、福島第一原子力発電所の事故などによる電気料金の値上げなど不安材料は多い。その一方で来年に予定されている消費税増税までは急激に景気を冷やす材料も見当たらず、この数か月先までは若干の増減はあっても現状の消費の傾向が続くと思われる。
		百貨店（広報担当）	・消費環境に明るさはみえるものの、社会情勢などの不安要素もあるため、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・例年以上に猛暑日が続く、夏物衣料全般、日傘、帽子、サングラス等の商品の動きは良い。宝飾品、時計、美術等の高額商品も引き続き好調に推移している。ただし、シリア情勢をはじめとした国際情勢の影響もあり、景気の先行きは未だ不透明ではある。
		百貨店（営業担当）	・今後、秋冬物に移り、セーターやコートへとアイテムが変わっていくが、価格が維持できず、苦戦が予想され、現状と大きくは変わらない。
		百貨店（営業担当）	・過ごしやすい天候になるにつれ、来客数も戻りがあると期待している。また、商品単価の値上げにより、食料品関連については伸びが期待される。秋から冬にかけての衣料品の動きは、重衣料の出足が遅れると考えられるので、全体として大きな伸びは期待できない。今後、消費全体の底上げについては、冬のボーナス額にも左右される要素が大きく、先行きの不透明感は続く。
		百貨店（営業担当）	・オリンピック招致や消費税増税への決断がかなり影響を与えそうなことから不透明感が強く、総じて大きな変化はない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の決定後に一部高額品の駆け込み需要の動きが出始めると考えているが、一般消費者は引き続き消費に慎重な姿勢は崩さない。
		百貨店（店長）	・良くなるのか、悪くなるのかのちょうど中間にあるのかもわからない。どちらかに動く前という感じである。
		百貨店（営業企画担当）	・資産効果により好調が続く高額品だけではなく、所得の増加により衣料品やリビング用品などの売上増加につながるのか、現時点では不透明である。消費税増税の判断時期が近付いており、その決定内容が消費行動に与える影響も現時点では読みきれない。
		百貨店（副店長）	・秋物商戦が始まる中で、食品などのデイリー品がどこまで伸びるかが勝負である。食料品と雑貨の伸びがポイントであるが、同じ企画では集客できないのが現状である。電力などの経費増があり、販売促進費などの削減努力をしなければいけない。
		百貨店（計画管理担当）	・2～3か月先の景気というより、消費が一時的に活発になるか否かは消費税の動向による。増税が決まれば前倒して消費が活発になり、小売業としてはマインドとは別に景気が一時的に良くなることが期待される。
		スーパー（経営者）	・1点単価は上がっているが、来客数が減っており、相殺されてずっと変わらない状態が続くのではないかと。来客数が多少上向いてくると、景気が良くなってくるとも言えるが、なかなかそこまではまだ見通せない。
		スーパー（店長）	・本来ならばやや良くなると回答したかったが、現段階ではチラシをまいたり、集客をかけても客足が伸び悩んでいるという環境である。3か月後の景気についても現段階と変わらない推移予測している。地域の祭りがあるが、祭りがあつたからといって来店客が増えるかというところでもないで、少し厳しい。
		スーパー（店長）	・消費を後押しするほどの政策もなく、国民全体の底上げがされていないので、まだまだ厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・11月になると、消費税増税導入も決着がついていると思う。その中で客の購買意欲は下がっていったのではないかと考えると、今と同じようにあまり良い状態ではない月になる。
		スーパー（店員）	・来客数はわずかながら伸びているが、客単価等は伸び悩んでいる。高額商品等はポイント還元時には売れるが、通常は価格訴求型の客が多い。
		スーパー（総務担当）	・景気が良くなっているという話を聞いていても、身の回りの商品を買っているスーパーの売上としては、実際に可処分所得が増えないので食品などの購入額はそれほど変わらない。また、原油価格が上がることによるガソリンなど光熱費の上昇、消費税増税も含め、今後の動向は不透明だが、今と同じように若干下回ったまま推移すると思う。
		スーパー（営業担当）	・ブラジル、トルコ、インドネシア等の新興国の経済がおかしくなってきた影響で、社会経済に影を落としてくるのではないかと心配している。

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
		スーパー（仕入担当）	・円安、海外の件費高騰、中国、インド等の東南アジアの輸入増大による輸入品の価格の高騰で、値上げが更に加速し、消費自体の冷え込みが懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・価格ではなく価値で買う客も増えており、商品の品ぞろえも価格一辺倒ではなくなってきているが、まだ多くの客は価格に敏感であり、売上に大きく影響していない。
		コンビニ（経営者）	・隣の社宅が閉鎖され、その閉鎖後、開発の見込みがないため、今のところ変わらない。
		コンビニ（経営者）	・客の買物動向が劇的に変わり始めており、ファーストフード中心に来客数の増加を図ることができた店舗のみが生き残れる状況になっており、この傾向はますます加速しそうである。
		コンビニ（経営者）	・毎年7月に向かって1月から売上が上がり、来客数が増え、7月をピークに8月からは徐々に売上、来客数共に減っていく。ここ数か月の様子をみると、この動きは以前と変わっていない。しかし、ピークの山が若干低くなり、低いまままで同じように落ちている。どこかで右肩上がりの山になるということがないため、このままの状態が続くのではないかと予想している。
		コンビニ（経営者）	・近隣にできた競合店の問題があるが、当店では自信を持っており、現在と変わらないか、やや上向き状態とみている。
		コンビニ（経営者）	・パートスタッフの話聞いても、明るい近未来に期待が持てない。
		コンビニ（エリア担当）	・アベノミクスの影響で高単価商品の売行きが良くなる一方、たばこ顧客が想定以上に落ち込んでいるため、しばらくは横ばいで推移する。
		コンビニ（商品開発担当）	・身の回りの消費については節約傾向が続いており、来客数もすぐには上昇することが期待できないため、今後も厳しい状況が続くことが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・売上が期待できるシーズンに入るが、現在、消費税増税の話題が先行しているため、今から防衛している様子がよく分かり、価格に対しても厳しい目で見ている。また、収入増の見込めない層は先行き不安のため、消費増は期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が未定なことが、かえって不安材料になっている。決定すれば多少の駆け込み需要も見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・所得が増えないのに物価だけが上がり、この状態で消費税が上がれば、これからの生活はどうなるのかといった多くの声が聞こえてくる。
		衣料品専門店（営業担当）	・1年を通じて一番売上が増加する10月がやってくるが、今年の秋冬物は不安である。仕入原価の高騰により、前年の売値を確保するためには利幅が減り、値上げをすれば売れないことは手に取るように分かる。戦い方を変える時がきている。
		家電量販店（店員）	・表向きでは景気は回復傾向であるが、家電量販店からすると、良くなる、悪くなるもない。今後の販売量を含め、顧客ニーズに対応した商品が出ない限り、厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしているが、整備の方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。今年は消費税の関係で、販売については客が様子見の状態になっている。
		乗用車販売店（渉外担当）	・今後の消費税動向により自動車税の取扱も検討されている中、楽観視はできないがしばらくやや良い状況が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・今の改善策では景気改善ができていないので、今後上がる見込みはない。
		住関連専門店（統括）	・現状はまだ厳しい。具体的な景気回復のものが見当たらず、低迷したまま変わらない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・医薬品のインターネット販売の行方、消費税の行方により、かなり変わってくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ここ最近、来春からの消費税増税検討のニュースが流れる中、増税決定であれば駆け込み消費により、売上伸長が見込まれるが、その後は冷え込む。増税見送りであれば、今の消費トレンドが継続され、特段の変化は見込めない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・景気が良くなったのではなく、衣食住のうちの衣食にお金を使わなくなっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・8月の好調は、主に気候要因が大きかったと考えている。その他の要因では、大きな上向きの要因があまり見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移からの判断だが、現状、前年と同等、もしくはは下降傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・地域的にマスコミ取材等の多い店があるが、一過性の忙しさで、その継続はなかなか難しく、消費者の財布は余程特色がないと開かない。
		一般レストラン（経営者）	・先月、下げ止まりかと思ったのだが、残念ながら今月は前年比で思った以上のマイナスである。厳しい状況はまだ続きそうである。
		一般レストラン（経営者）	・当店は接待に利用するような店のため、なかなか厳しい状況だが、同じグループで安い居酒屋を運営しており、そちらの消費は意外と堅調に推移しているの、暮れに向かっては若干持ち直して横ばいぐらいになる感じである。
		一般レストラン（スタッフ）	・変わらないと回答したが、落ちてもないが上がってもない。修理など様々な必要経費が出てきているので、現状としては良くはないが、売上自体は落ちていない。
		旅行代理店（従業員）	・2、3か月先の販売予測、受注状況をみても前年度を下回っている。ただし、案件数は前年より約10%多く見込まれるため、全体としては変わらない。
		タクシー運転手	・今後も現在とあまり変わらない感じがする。明るくなる状況にはないと思うので、現状維持が精一杯である。
		タクシー運転手	・来年4月からの消費税増税の話題がそろそろ出てきている。これが実施されると、更に客が減るといった雰囲気になってきている。
		通信会社（経営者）	・9月にスマートフォンの新機種販売が予定され、割引プランによるテレビ、インターネット、固定電話サービスへの相乗効果が考えられるが、現状は不透明である。
		通信会社（社員）	・消費税増税の影響がちらほら聞こえてきている。加入については好調を維持できる見込みだが、家計に直接影響のある消費税増税はサービスの解約につながる可能性があるため、変わらないとした。
		通信会社（管理担当）	・新サービスの追加等、消費行動を喚起する動きは予定していないので、現状維持と予想している。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月、契約数は横ばいであり、需要喚起を行う施策を打たないと契約数は上向いていかない。
		通信会社（局長）	・将来的な明るさは見えつつも日々の現実的な生活面においてははまだ変わっておらず、消費税増税、原発、TPPに先行きの不透明さを感じている中では、まだマインド的には低調さが続く。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。現状維持はむしろ楽観的であるとさえ思える。
		通信会社（総務担当）	・個人所得の増加は考えにくいので、消費税増税の動向によっては、実質的に景気は冷え込むものと考えてるが、まだ時期尚早である。
		通信会社（経営企画担当）	・客からの受注、売上共に上向きな変化はみられず、客によっては減っている状況もみられる。
		ゴルフ場（従業員）	・国が発注する工事は増えているとは思う。しかし、その分国民1人当たりの借金は増え、さらに年金受給時期は遠ざかるばかりである。国民の不安は増す一方で、財布のひもはさらに固くなっている。景気は良くなるとはとても言えない。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴルフ人口の増加が見込めず、ますます業界内での競争が激化し、悪くはなっても今より良くなることは考えにくい。期待を込めてこれ以上変わらないでほしい。
		パチンコ店（経営者）	・今月は暑さのおかげで少し良くなっている。9月に低玉貸しといって1発1円で安く遊べる機械を増台する。結構人気があるので、来客数がもう少し増えるのではないかと期待している。また、それが定着すると考えて、2、3か月先は今と変わらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・現状、来客数、売上共に落ちきった感で推移しており、微増の状況である。ただし、大きな変動ではなく、週単位で見ると安定した推移はしていない。
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・ここ6か月ぐらいは、生徒数の増加は一向にみられない。景気が回復してくるとはまだ思えない。
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・2学期からの入塾希望者数が、前年同月比マイナス10%程度である。
		その他サービス [立体駐車場] (経営者)	・現在の客の感じからすると、景気が悪いままで変わらない。消費税増税前の駆け込み需要も感じられないし、消費税を上げるのはもっと後にして欲しい。

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
		設計事務所（経営者）	・現在、消費税がどうなるのかということで、建築及び設計としては客も考えているような状況と考える。当社では、新しい仕事を取るために、設計のPR、ホームページからの呼びかけ、また、近隣への耐震診断のPRをし、少しずつではあるが、仕事が進んでいるという状況である。しかし、この先どのように動いていくかという、さほど動きがなく、あまり変わらないと感じている。
		設計事務所（所長）	・先月までは良くなるような状況であったが、実態としてはそれほど良くなってきていない。今後の景気については多少の不安を感じているため、なかなか先が見えないということを含めて、景気が良くなることに期待するほかない。
		設計事務所（職員）	・依然として建設工事に係る状況は、発注側にとって厳しい条件が多いが、新たに地方都市再生の補助金が検討されるなど、発注案件の増加に結び付く政策に期待したい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・2、3か月は同じような状況が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・8月は高温が続いているので、来客数、売上共に前年割れの状況である。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・まだ暑さが続きそうであり、電気料金の値上げや、暑さによる電気使用量の大幅増により、家計が厳しいのではないかと思う。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・売れる商材がないため、売上が上がらない。量販店の展示品も、家電製品より住宅関連の展示が多くなっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先は、消費税の問題もあり、景気が良くなるようには思えない。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・イベントも一段落し、落ち込むことが予想される。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・来月の終わりごろまで気温の高い日が続くとメディアで報道しているので、単価の安い、冷たい麦茶等の商品比率の継続を考えると、今後数か月の当業界の景気回復はまだ先の話になってきそうである。その反面、これから冬場になるが昨年より寒い日が多く続けば、お茶の売行きにも希望が差し込む。
		百貨店（営業担当）	・来年4月に消費税増税が実施されると、回復基調に水を差す。
		コンビニ（経営者）	・安いタバコ、いわゆる旧3級品と呼ばれる製品等に、大幅に流れている。ベスト10に2品がただ安いということだけで上位に入っている。これがタバコの売上を下げている。
		コンビニ（経営者）	・円安による燃料価格の上昇、また、消費税が上がるというようにもあって、先行きは非常に厳しい。上昇して欲しいが、その時期が終わらないと少し厳しい。
		コンビニ（商品開発担当）	・シリア問題等の情勢不安が原油高を招き、さらに円高にも影響し、最終的に消費を鈍化させるのではとの懸念がある。
		衣料品専門店（経営者）	・天候が予測しにくく、商材展開が難しい。このままずっと残暑が厳しいと秋物の苦戦が予想され、売上が低迷する。秋がだんだんと短くなり、現在では季節商材展開が大きなりリスクとなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・原材料が上がっており、値段を抑えるのが厳しくなってくる。さらに消費税増税がこのまま進めば、景気が良いところは一部にあると思うが、一般の小売業は厳しくなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税導入が決定されれば、導入時期を間近に控えることとなるためか、あるいは収入が増えていないためなのか、暑い夏にもかかわらず動きが良くない。消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、現状は思わしくない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後、消費税が増税されると、消費マインドが冷え込んでくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の宴会予約数は前年同時期に比べて1割ほど少なく、単価も上昇するどころか下落するものばかりである。また、レストランは還暦祝い、喜寿、両家の顔合わせ等の家族の記念日での土日、祝日の予約が伸びない。その一方、バーはボトル販売等含めて平日の夜の利用が増加している。宿泊は近隣でのイベントによる個人利用に左右される場面が多くあり、ビジネス客が大きく動いているとは思えない。この先もイベントが予定されており、イベントスケジュールが発表されれば予約が増えると考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		都市型ホテル（スタッフ）	・全体的に先々の予約は低調で、ここ数か月の動きからみて直近での動きも期待できない。大型団体の動きが鈍く、繁忙期に入るが例年の販売量を確保するのは難しい状況であり、厳しい状態が続く。	
		通信会社（経営者）	・株式市場の低迷や、アメリカの金融引締め、消費税増税など、将来の不安要素がある。	
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・猛暑の影響か、プール等の夏レジャーに人が流れ、来場者が減っている。	
		美容室（経営者）	・周りの商店が徐々に減って、製造業しか残っていないような気がする。	
		設計事務所（所長）	・消費税増税後の見通しはなく、現在受注している急ぎの物件もきちっとした設計ではないので、単品と考えられる。	
		設計事務所（所長）	・企業の投資意欲がまだまだである。土地ないし建物等の着工件数が増えなければいけない。消費税増税前に駆け込みで住宅等を建てておくとか、購入しようとかいうことで、今の状況はあくまでも消費税ありきになっている。今後、安定的にいくには、消費税が上がった場合でも、それなりの対策が取られていかなければ景気は継続的には上がっていかない。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率5%の経過措置が適用される9月が終わったら、急激に契約数が減ると思われる。また、既に展示場への来場者数は、場所によっては大きく減ってきている。	
		悪くなる	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・商業面積が増え続けるためである。
			一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・政府が景気が多少良くなっているようなことを言っているが、皆、実感はないのではないかと。給料が上がっていないと言う人も根本的に景気が悪いということだから、消費税の件もあり、ますます物価が上がって景気が悪くなる。
		企業 動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	—
食料品製造業（経営者）	・新しい販路が決まり、売上が上昇すると思うのだが、既存の売上が伸びるかは難しそうであり、利益まで上がるかは分からない。			
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・定期物の受注を見込んでいるためである。			
輸送用機械器具製造業（経営者）	・例年同じことだが、8月は夏休みが8日間あるので、どうしても停滞する。これから秋口どのように変わっていくか、アベノミクスがあったり、消費税の問題もあるが、上向かなければ何をやっても駄目である。メーカーの方は消費税と加工代がはっきり分離しているため、仮に消費税が上がってもやってくれると思っている。これから秋口にかけて大いに期待したい。			
建設業（従業員）	・消費税増税前の駆け込みで注文がそこそこあり、切れ間なく工事があるので、少し良くなるのではないかと。			
建設業（営業担当）	・消費税増税の情報や風評により、駆け込みでの設備投資案件が増えており、積算が間に合わない状況である。また、工事の職人不足もあり、現在仕事が請け負えない状況が続いている。			
建設業（経理担当）	・今までは案件が少ない中、予算が合わず断っていたが、最近では先方からの引き合いが多くなっている。なかなか予算は厳しいが、事業計画を実行に移しかけている案件が多くなったようである。			
金融業（統括）	・社会全般に景気が良くなりそうな傾向がある。			
不動産業（総務担当）	・空室率が改善していけば、おのずと賃料も上がっていくだろうという淡い期待感からである。			
税理士	・北米の日本製品が伸びている一方で、中国等の景気が少し落ち込んできている。また、日本国内の政治がアベノミクスで引っ張られている。もし東京にオリンピックが招致されることになったら、それに引っ張られて少し良くなっていくと思う。			
税理士	・自分のための消費を控えるような材料はないので、景気は上向く。			
経営コンサルタント	・市内に数か所の貸しビルを持つオーナーの話では、ビルのほとんどはオフィス用であるが、このところ空室の数が減ってきているという。契約者のほとんどは、スペース拡大、拠点増などの前向きな移転であり、明るい展望が描けるようになってきているのではないかと。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・一般工務警備もこのまま推移していく予定なので、売上は上がる。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋から冬に向けて新規の見積がいくつかきており、受注の可能性が高いので、ようやく新しい仕事を始められるような傾向である。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係と個人客への商売をしているが、会社関係は相変わらず下がっており、名刺の注文も少ない。その一方で個人客の実印や銀行印など、リフォームで祖父、祖母が使っていた物を作ってみようという注文が出てきているので、個人需要は上がってきていると感じている。ただし、法人の方は横ばいか下り坂なので、合わせて変わらないという見通しである。
		化学工業（従業員）	・今後、需要拡大につながる具体的な要素が全くなく、先行きの見通しが立たない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・まだアベノミクスの影響が全く出てきておらず、すぐに景気は良くなるらない。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量は徐々に増えている。今後も期待できそうだが価格面は相変わらず厳しく、原材料などの値上がりりが負担増となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在、取引先の何社かは景気がいくらか戻ってきているというようなことを言っているが、3分の2ぐらいの取引先は戻ってきていないという状況である。それを見ると、当社に良い影響があるとはとても思えないので、現状のまま変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・何もしないと変わらない。他力本願ではなく、自助努力によりこの難局を切り開いていかなければならない。新商品の開発、輸出の増進などを考えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・消費税問題が中途半端になっており、中小企業以下の従業員の経済状況も決して良くはなっていないので、当分景気は良くなるとは考えられない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・一時の底の状態は脱したが、大きな改善がみられていない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・身の回りでは急激に景気が良くなるというような情報はなく、今のままで推移していくのではないのかと感じている。悪くなるという材料も特にない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・春先は景気回復への期待感もあったが、夏場の暑さの影響で客の来店が遠のき、業界全体が停滞気味なのではないか。
		建設業（経営者）	・一服感があり小康状態である。消費税や木造サッシの問題があり困っている。
		輸送業（経営者）	・消費税増税は非常に議論の分かれるところなので、将来の景気についてはさほど期待できない。逆に景気が悪くなるということも考えられる。
		輸送業（経営者）	・どの得意先も夏期休暇が終わったので、せめて少しは良くなってもらいたい。
		通信業（広報担当）	・中小企業はIT投資には依然慎重で、しばらくは弱含みで推移する。
		金融業（従業員）	・アベノミクスの効果を実感している中小企業は少なく、景気回復の裾野が広がるには、まだ時間を要すると思う。今後は消費税増税による影響が懸念される。
		金融業（支店長）	・現政権の成長戦略への期待から、ここまで回復してきた。来年度に消費税増税も控えており、今後の回復はさらに次の一手がなければ厳しい。
		金融業（支店長）	・取引先の社長の話では、ここ2、3か月先の見通しが立っていないとのことである。特に製造業、小売業は良くなっていない。また、不動産関連は9月以降どうなるかということで、少し不安になっていることと、消費税が上がるかどうかによっても、また景気が上がったたり下がったりすると思うので、2、3か月先はそんなに変わらない。
		金融業（役員）	・国内外の動向は景気の腰を折る可能性が高いものも多く、正直どう転ぶか分からない。一部には、今後の成長が見込める分野への参入、起業の兆しも見え始めている。
		不動産業（経営者）	・5月ごろ、地価が上がったようだと言ったが、その気配も感じなくなった。
		広告代理店（従業員）	・特に変化は感じられないような受注予定や販売額となっている。ただし、円安が進み、製品材料で使うポリエチレンの価格上昇が心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（従業員）	・ガソリン価格が高騰して、取引先の自動車販売店にも影響が出ている。その中でエコカーの新車が発売され、プラスマイナスゼロである。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要がある一方で、エネルギー問題、外国為替相場などが不安定である。オリンピック東京招致の結果も気になるところである。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		経営コンサルタント	・まだ实体经济に好影響をもたらす材料がない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・インターネット環境整備の受注件数が少しずつ落ちてきており、今後変化する要素が見込まれないことから、当面の間、この傾向が継続する。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・様々な商品の値上げが始まっていて、それが消費に影を落としている気がする。
		繊維工業（従業員）	・ニット業界の景況は、依然として現状維持の状況で上向いていない。秋口にかけて売上が減少する傾向にあり、現在のままでは、業況は更に落ち込むことも予想される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・各顧客とも新企画がぼちぼち決まりだしてはいるが、力強さに欠け、消費税増税もあって一進一退を繰り返そうである。
		金属製品製造業（経営者）	・もし消費税が上がれば経営が苦しくなるだけで、ものづくりの仕事は日本では難しくなってくるのではないかと。得意先と共に研究開発や試作の仕事に力点を置いて協力し、企業経営に活力を見出すしかないと思っている。純然たる下請では、日本では非常に難しくなっている。
		建設業（経営者）	・中小企業向けの政策が全然実施されていない。
		輸送業（経営者）	・現在、景気が好転する材料が見当たらず、早いペースで値上がりが続いている燃料価格の先行きに注視している。現状が継続されれば、景況感は更に悪化する。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注価格の値下げ競争に加え、原材料の値上げが実質9月より実施されるため、さらなる利益圧迫が予想される。
	悪くなる	出版・印刷・関連産業（所長）	・燃料、電気代、資材等の値上げが今秋に大きく動く予想しているため、利益の確保が難しくなる。
		金属製品製造業（経営者）	・現在受注が増え、建設機械排出ガス規制や消費税増税前の駆け込み特需で忙しくなっているが、当社に限らず同じような企業が多くある。年内までで年明けには景気は下降すると感じている。
建設業（経営者）		・消費税増税の時期が悪い。もう少し景気の底入れをしてからが良いのではないかと思う。	
輸送業（総務担当）		・このまま国内出荷が低迷し、荷主が輸出中心に生産を増やせば、年末、年度末の繁忙は期待できない。	
広告代理店（経営者）		・当社の顧客は、消費税増税前の駆け込み特需は期待できない業種ばかりなので、3か月後に売上が好転する要素が見当たらない。	
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）		・世界情勢に良い情報がない。	
雇用関連 (南関東)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて短期的な求人増が見込める。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は高い水準で安定しそうである。個人的には、長期金利が下がることは非常に助かる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・就職内定率がやや高くなっている。中堅企業は採用を継続する可能性が高い。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人広告に対するレスポンスが遅くなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は減少傾向にあり、新規求人数は増加傾向が続いている。今後もこの傾向は続き、雇用失業情勢は緩やかに改善する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の責任者や人事担当者などとの感触では、国内販売の短期的な改善はみられないが、海外拠点の短、中期的な成長には期待している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者にヒアリングをしたが、ガソリン等の燃料費も高止まりしており、経済政策も今一つみえてこない。円高に戻ることはないにしても、若干円が高くなってきている。秋に向けて経営環境が良くなることは期待できないという人が多い。
		人材派遣会社（社員）	・大幅な変化が出る傾向は特にみられない。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣依頼は増えても登録者数が増えず、マッチした人材を紹介できない状態は今後も続きそうである。

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
		人材派遣会社（営業担当）	・期待していたほど参議院選挙結果の影響がない。もう少し時間が必要かもしれない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加に伴い、求める人材のスペックも高くなっており、求人数と就労者数が比例して伸びているわけではないため、景気はあまり良くなっていかない。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用形態の無期化、給与の改善がないと景気は浮揚しない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・この時期の求人は毎年少なく、傾向としては例年どおりの動きである。秋に向けて新規、補充の案件が多少増えるのではないかと期待しているが、今のところその兆しはみられない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きにむらがあり、良い週、悪い週と、1週間単位でも変わっている。
		職業安定所（職員）	・景気の動向がつかめないためである。
		職業安定所（職員）	・求人数は増えているが、ミスマッチの状況は続いている。
		職業安定所（職員）	・景気の先行きが明確に良くなるという実感がなく、雇用面はあまり変わらない。
		職業安定所（職員）	・派遣、請負求人割合が全体の3分の1程度を占めている状況が続いており、今後においても、直接雇用の増加に結び付く情報が特にならない。また、消費税増税に向けた動きについての影響も懸念されるためである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の求人意欲が高止まっているが、採用数が増えていない。
		民間職業紹介機関（職員）	・内需は好調で求人意欲が衰える気配はないものの、外需が新興国やアメリカの状況次第という部分もあり、みえないので、相殺されて変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・近々の求人数推移から、大きな変化は起きないと判断している。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の新規求人公開、再募集、採用人員数増など、事前の予定から変化はほとんどない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気回復への期待感により、景気が良くなると期待された時期は過ぎ、不安要素の方が注目されてくるのではないかと。
	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）	・不動産屋からは、景気が良くなってきたという声を聞いている。
		百貨店（販売促進担当）	・景気が上向きになって半年ほど経過し、今後、好景気が本格的に消費に反映されてくる。
		スーパー（経営者）	・当地は遷宮バブルの様相を呈している。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅、一般民間建築工事ともに、消費税増税前の来年3月末に完成しようと、9月までに契約する受注がかなり入っている。一方、それ以後に少なくなることが心配される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・アベノミクスにより一部の企業には上昇気流がみられる。小売・販売関係はそこまで至っていないが、購買意欲はみられる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・業績が好調な企業が多く、これから良くなるという期待感がある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月上旬が遷宮の本番で、そのあたりが参拝客のピークとなる。
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセールを延長しているが、そこで良い商品があれば買う客もいるし、サイズの不揃いなどで定番商品を勧めると購入する客が多い。売り逃しはなく購買欲のある客が多く、売上目標も達成している。
		スーパー（経営者）	・円安は続き、自動車、部品関係の輸出が伸びる。国内景気では、消費税が上がることは確実で、その前に少々高額な商品が買われている。思ったほど消費は伸びていないが、輸出が増加したり、介護と医療関係で需要が伸びる人の採用が増えることは良いことである。3か月先の景気も、徐々に良くなっていく。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が、少しあるかもしれない。

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
		スーパー（総務担当）	・お盆期間中、高額な手土産商品の進物品は売れなかったが、売上全体では前年比110%となっている。
		コンビニ（企画担当）	・T P P（環太平洋パートナーシップ協定）により、今よりは規制が減り、人やものやお金の動きがよくなる。
		家電量販店（店員）	・消費税の増税を踏まえ、事前に購入する客が増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・待望の新型車投入が10月にある。来年の消費税増税もあることで市場も活気付く。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が始まるため、瞬間的には今より良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・異常な気象が一段落してさわやかな気候になれば、今は不安になっている国民も財布のひもが緩んでくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響で駆け込み需要が発生する。
		乗用車販売店（販売担当）	・フルモデルチェンジの車が2～3車種デビューするため、年末にかけて期待できる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費マインドは悪くなく、年末に向けて良い雰囲気である。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・金製品がよく出るようになっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・来年の消費税増税に向けて買物客が多くなる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・食欲の秋に期待している。
		都市型ホテル（経理担当）	・式年遷宮の関係で宿泊人員が増加する。
		旅行代理店（経営者）	・9月の消費税の議論、オリンピック開催地の決定などが影響すると思うが、景気は少しは良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・12月末までホームケアセットのキャンペーンで、単価の大きいセット商品の販売がある。
		美容室（経営者）	・7、8月は暑さの影響で業績が悪かった。これから寒くなるまでの陽気がいい時期に客が来てくれることを期待している。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・夏季の減収がピークを過ぎる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・秋になり気候が良くなれば、外出用品の需要が高まる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅販売は、資材の単価が高騰しているので薄利多売となっているが、今のところは好調と考える。先々の消費税増税が、好調さの要因になっていると思うが、増税が正式に決定したあとの4月以降の動向、もしくは増税しなかった時の冷え込みが不安である。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・今月はお盆過ぎから多数の引き合いが来ている。来月以降の売上に期待ができそうである。
	変わらない	商店街（代表者）	・6月ぐらいから続く客単価の低下傾向は、今後も続くと思われ。
		商店街（代表者）	・企業の挨拶時の手土産が増えないと、販売量、売上高の増加につながらない。
		商店街（代表者）	・涼しくなれば売上也やや上がってくるが、景気が良いとまではいえないので、今と変わらない状態が続く。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・全体的に景気が良いといわれているが、地方には良くなる雰囲気がない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・来年3月までは増加状況が続く。まち全体に活気のある状況が広がっている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税率は上がるであろうし、給料はなかなか上がる気配はない。ますます財布のひもは固くなる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・暑い日がまだ続いているが、これからは台風シーズンであり、最近の降雨も異常で予測がつかない。秋に向かって、多少は気候的にも過ごしやすくなるので、売上が増えるようセールなどに力を入れる。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・一部の客での増加によって全体で見ると売上が変わらない状況となっているが、マイナスの客がたくさんいる。先行き考えても年間を通してほぼ変わらないバランス状態となっているが、客の二極化が進みすぎている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・これまでの傾向として消費税の動向に買物動向も連動しており、消費税増税が議論されている間は、様子見の傾向が続く。
		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）	・アベノミクスの今後の予定がまだ不透明であるため、どちらの方向に向かうのかわからない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税を控えても、様子見で駆け込み需要がみられない。財布のひもは緩まない。
		百貨店（企画担当）	・春頃にはやや景気の上向き感が感じられたが、7月以降は勢いが感じられなくなっている。購買率が上がらない傾向にあり、来客数は前年を上回っていても、売上が前年を超えない。
		百貨店（販売担当）	・当地の景気は今のところ上り調子であり、今後も株価の大暴落や急な円高にならない限り、消費税率引き上げまでは、安定した状況が続く。
		百貨店（経営企画担当）	・ここまでかなりの伸びで高額消費が続いており、その動きもそろそろ一旦鈍化するのではないかと想定している。
		百貨店（販売担当）	・値上がりするものが多くなり、先々消費税増税の心配はあるが、今のところ変わらない。
		百貨店（販売担当）	・秋物の販売が始まったが、出だしの動きは悪い。
		スーパー（店長）	・可処分所得が上がりつつも、節約傾向が身につについて、食品への支出は回復しない。
		スーパー（店長）	・今後色々な商品の値上げが続く。メーカーの値上げについては徐々に進んでいる状況である。来年に向けて、特に消費税関連のものは、大きく変化してくる。どこまで値上げできるかによって、景気の先行きは変わってくる。
		スーパー（店長）	・9月～10月も一部の食品の値上げが控えており、値上げとともに、マスコミが「値上げ」と声高にアピールする影響で、消費者の購買行動が委縮する。
		スーパー（店員）	・競合店もでき、見通しとしては苦しい。
		スーパー（営業担当）	・夏休みの需要が終わり財布のひもを締めにかかる。消費税論議がどうなるかで消費マインドも変化するであろうが、増税の機運がみられるなか、景気浮揚は難しそうである。
		スーパー（商品開発担当）	・前年に比べて特に目立った動きが確認できない。
		スーパー（販売担当）	・景気が上向きになる良い材料がない。
		コンビニ（店長）	・猛暑で良く売れる飲料が売上を押し上げているが、景気全体を押し上げてはいない。消費税の増税も近づいており、特需に期待はしたいが、売ることよりも、一時的な対応に心配がある。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も必要なもの以外は買わない傾向が、当面継続すると思う。
		コンビニ（エリア担当）	・安心・安全で美味しい商品の開発が必須と考えるが、それには時間が必要である。
		コンビニ（店長）	・涼しくなり、人出が増えてくると客の購買意欲が高まり、多少良くなる。
		コンビニ（店長）	・最近の客の動きをみていると、特に変わった様子はみられない。余計なものは買わない、夜遅くまで出歩かないという行動を徹底している。
		コンビニ（商品開発担当）	・景気回復の様子がうかがえず、2、3か月先では来客数と客単価は上昇しない。
		衣料品専門店（経営者）	・流行よりも目的や実用性で買う人の方が多い。物価がますます上昇しているため、財布のひもは一層固くなる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・日本製のものが動き出しているの、客単価が上がってきている。一方、販売量は少し落ちている。
		乗用車販売店（営業担当）	・景気が良くなっている人と、悪くなっていると話す人が半々くらいであり、どちらともいえない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素はみられず、景気が回復しても給料が上がる感じがしない。
		乗用車販売店（従業員）	・将来について明るい材料があるわけではない。今のところ何ともいえない。将来的にはまだわからない。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の販売もなく、増販が見込める要素がない。販売台数を維持するために、大幅値引きや高く下取りすることで何とか新車を販売しているのが現状である。

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
		乗用車販売店（従業員）	・客との話のなかで、身の回りの物価は段々と上がってくるが、収入は全然増えないとよく聞く。生活に余裕がなくなることは新車販売に大きく影響するので、今の状況が続くのは厳しいと感じる。
		乗用車販売店（経理担当）	・新型車が発売開始となり期待感はある。反面、新型に注目が集まり既存車の売行きが落ちてしまうので不安も残る。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比2.0%プラスで、来客数は前年比8.9%のマイナスである。景況判断の参考としている数値は売上高ではあるものの、来客数の落ち込み幅は、この10年間で最大となっている。
		高級レストラン（役員）	・いよいよ消費税の方向性が決定されるにあたって、消費者の購買意識は保守的に動くと思われる。
		一般レストラン（従業員）	・庶民の憩いの場である街なかの居酒屋では、アベノミクスの実感は全くない。
		スナック（経営者）	・物価が徐々に上昇してきており、来年度からの消費税率アップ等を考えると、消費者は財布のひもを緩めようがない。飲食代は削られる方向に進む。景気が良くなる限り、まずは生き残るのに必死である。
		スナック（経営者）	・年配の客が多く、海外の問題や消費税問題と明るくはないニュースがあるなかで、期待はできない。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊者数は5～6%伸びているが、昼食・夕食は10%の減少傾向にある。昼食・夕食といった会食需要は地域経済が影響する。宿泊客は関東や関西から来るが、会食は地元や中部圏の客を中心とするため、地方では景気回復が遅れている気がする。
		観光型ホテル（販売担当）	・2～3か月先も今と変わらず景気が良くなる材料は見当たらない。特に一般宴会の予約状況が悪く、さらに消費税増税の有無や税制の内容がつかめないなかで、我々の業界でも周りの出方を様子見する状況で、それぞれがこれから先の対応に苦悩している。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと判断している。
		都市型ホテル（支配人）	・先の宿泊予約の取り込みペースが遅い。宴会予約も動きが鈍い。
		旅行代理店（経営者）	・天候の関係や石油価格の動向によるので今後の予測は難しいが、まだまだ、今の状況が続くのではないかと思う。
		旅行代理店（経営者）	・今年も残り4カ月というなかで、先行きは、わからない様子である。
		旅行代理店（従業員）	・中流家庭や中小企業が上向きにならないと旅行需要は劇的に増えない。また、アジア諸国への渡航が増えないと業績も良くならない。今のところ旅行需要が増える要素が乏しいため、景気はやや悪い状況がしばらくは継続する。
		旅行代理店（従業員）	・シリア情勢によって景気の動向は変わってくる。原油、ガソリン価格が上がると旅行者も減る。
		タクシー運転手	・今の情勢でいくと、このまま横ばいで推移する。
		通信会社（サービス担当）	・期間限定割引が終了すると新規申込は減るが、キャンペーンが継続されれば今と変わらない。
		通信会社（営業担当）	・今の状態が、当面は続くと思う。景気が回復するため、新たな通信サービスの登場を期待したいが、今のところ見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・大都市圏からの集客が今一つ増えておらず、今後の苦戦が予想される。
		観光名所（案内係）	・ガソリン等の価格がこれから安くなるという目処が立たないなかで、良くなる企業はない。
		ゴルフ場（企画担当）	・8、9月の暑い時期が終わり10月はゴルフシーズンに入るが、10月の入場者予約数は前年をわずかに上回っている程度である。これから2、3か月先は今とあまり変わらず推移するとみている。
		設計事務所（職員）	・官庁の仕事では平成25年度の建設単価が非常に高くなっている。人件費等に反映されればと思っているが、反映されるのはかなり先になる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税まで、駆け込み需要で横ばいが続くと思われる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・例年は年末に近づくほど客の動きは悪くなるため、この先好転するとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	一般小売店〔電気屋〕 (経営者)	・販売価格や小売物価が上がっても、それに合わせて手取り給与が上がるわけでないため、財布のひもは固くなる。この先景気が良くなるとは思えない。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・書店業界では、8月は1月に次いで売上が伸びる月であるが、いま一つ売上が伸びない。ずっと期待していた割には、以前のような売上が確保できなくなり、まだまだ厳しい状況が続く。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・客の金の使い方はますます賢くなっている。使い方にメリハリをつけるので飲食店の経営はさらに難しくなっている。人出があっても続かないのが現状である。景気の良い業種もあるかもしれないが、飲食店においては、そこからの良い影響を受けていない。
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・春から原材料の値上げが続いているが、販売価格をなかなか値上げできない。9～10月から小麦粉をはじめ再値上げの連絡が来ている。働く人の給与は上がっておらず、この値上げでさらに景気が悪くなる。
		百貨店(経理担当)	・厳しい残暑が予想され、秋物衣料品の動きも鈍くなる。客の来店を促すような販促策を仕掛けなければ、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店(経理担当)	・政府の消費税増税の最終判断結果によるが、平成26年4月より増税が実施される可能性が高いと考える消費者が多く、年明けからの駆け込み需要前に、一旦買い控えが生じるものと考えられる。
		百貨店(営業企画担当)	・国際情勢の不安定さを受け、高額商品の動きが鈍化することが懸念される。高額商品の動きが悪くなると売上減少に直結する状況であるため、今後景気はやや悪くなると考える。
		スーパー(経営者)	・前年同期を若干上回る小売店も出ているが、総じてじり貧状態から抜け出していない。特に飲食店は悪い。
		スーパー(店員)	・商品を入れるトレーの卸価格上昇など値上げラッシュが続いている。企業努力だけではさすがに限界があり、値上げをせざるを得ない状況にきている。しかし、消費者も値上げには敏感に反応する。
		スーパー(販売促進担当)	・競合店のオープンが11月にも控えており、今期は前年実績をクリアするのは難しい。
		スーパー(営業企画)	・消費税率引上げに関する報道が増えるにつれて、消費に関する心理的な防衛意識が働き、日常の買物にも節約傾向が表れる。
		コンビニ(エリア担当)	・客の購買意識の向上を期待できるような材料がない。電気料金値上げや最低賃金上げによる人件費の増大で、コンビニ店ではひと月おおよそ10万円の稼ぎが減ってしまうため、様々な取組へのモチベーションが上がらない。
		コンビニ(エリア担当)	・競争店ができて、客数がさらに厳しくなる。また、弁当やドリンクも高いものは売れなくなってきており、それだけ金を自由に使ってもらえない状況では、景気の先行きは厳しい。
		コンビニ(店長)	・ガソリン等の値上がりにより、財布のひもがさらに固くなっている。
		家電量販店(店員)	・猛暑の影響でエアコンの買換え等出費がかさんだ反動等で、消費はしばらく冷え込むのではないかと懸念されている。
		家電量販店(店員)	・夏が過ぎて在庫も一掃された。海外の景気は今一つで、海外に依存する日本経済もそれで終わりである。アベノミクスも真価が問われる。
		乗用車販売店(経営者)	・政府の景気対策も勢いを失い、景気に停滞感が現れ出したように思われる。
		乗用車販売店(従業員)	・決算期に向けて各社がキャンペーンを打つが、問題は消費者にどこまで響くかである。最近ハイブリッド車が人気だが、ランニングコストとトータルで損得を考える客が増えているため、単に燃費が良いだけの車は売れなくなってきている。客のニーズにいかにかかるとは鍵となるが、模索状態の現状では厳しい状況がしばらく続く。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・店舗においては、この手があったというような、具体的な案がない。
		一般レストラン(経営者)	・ガソリンが徐々に値上がりしている。生活必需品が値上がりすると、外食等にまで金がまわらない。
	都市型ホテル(経営者)	・景気に対する期待感がまだ先行しており、実態が伴っていない。	

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	
		都市型ホテル（営業担当）	・消費税の増税を前に予約は多くなるが、その後の反動を加味すると悪くなっていくと思われる。	
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は年末から減り始め、一方で物価上昇が浸透すると財布のひもは、ますます固くなる。海外からの旅行者への販売やサービスは盛り上がるだろうが、それに乗り遅れると経済的には悪くなっていく。	
		旅行代理店（経営者）	・円高に歯止めがかかって業績が向上するのは大手企業だけであり、中小企業はその逆である。新たな景気浮揚策が出てこない限り、景気は悪化する。	
		通信会社（企画担当）	・消費税の増税がちらほら見え始め、ガソリン価格の上昇もあいまって、しばらくは節約ムードが広がっていく。	
		通信会社（営業担当）	・9月決算期に向けて活発であった動きがとまる。	
		テーマパーク（経営企画担当）	・アベノミクスの効果が実感できない。消費税増税も懸念される。	
		パチンコ店（経営者）	・遊技業界では、低価格販売が固定されてきている。	
		理美容室（経営者）	・客との話では、色々なものの価格が上がり、だんだん生活が苦しくなるようである。	
		美容室（経営者）	・今月は夏休みやボーナス消費など色々な方面で金を使うことが多かったが、これから年末にかけてはそうではなくなる。	
		設計事務所（経営者）	・景気が良くなる気配は微塵もない。設計事務所に依頼する個人住宅に関しては、特に動きがない。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。各メーカーでキャンペーンなどを打つであろうが、年明けまで低調に推移すると思われる。	
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・問い合わせは増えているが契約には至っておらず、アベノミクスに期待感が高まるものの、実際の景気回復には時間がかかる。	
	悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税の増税が決まれば、景気が冷え込む。	
		テーマパーク（職員）	・日本人観光客が伸び悩んでいる。	
		美容室（経営者）	・将来の不安や老後のことを考え、金を使わなくなっている。アベノミクスは個人的には全く影響がない。	
		理容室（経営者）	・景気が良くなるとは思えない。消費税増税の話が出てきて、みんなの財布のひもが固くなる。	
		住宅販売会社（経営者）	・客が消費税議論の動向をみている様子で、売上が今一つである。	
	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）	・新設住宅着工件数の増加による。
		やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・景気が上向き感じはするものの、実態が伴わず、期待疲れが心配される。ボーナス支給額の大幅増に期待する。
出版・印刷・同関連産業（経営者）			・年末年始に向けて、広告掲載が増える時期である。	
化学工業（総務秘書）			・消費増税の議論がメディアをにぎわしているが、識者や世論がおおむね受け入れる覚悟をしておき、駆け込み消費が目に見えて起こる。	
窯業・土石製品製造業（社員）			・今月末から新素材開発に協力して進めていた客の設備が稼働するため、新規需要が見込める。	
電気機械器具製造業（企画担当）			・秋以降に発表される成長戦略次第ではあるが、実体経済も動き始めているので、大きな外部要因がない限り、経済状況も順調に推移する。	
電気機械器具製造業（経営者）			・年末に向けて、パチンコ業界が新店・設備投資に力を入れるということで、受注量が増える。	
輸送業（従業員）			・4月以降の荷動きが増加し、前年同期を上回っている。景気のパロメーターである求人倍率が上がり、ドライバーの応募者が減っている。例年、年末は繁忙となるが、この繁忙期での欠員が心配される。また、原油価格の高騰でトラックの燃料費が大幅にアップし、経営を圧迫する要因となっている。	
輸送業（エリア担当）			・通販市場へはまだ参入したばかりであり、これから体制を整えながら発着量ともに伸ばしていく。	
通信会社（法人営業担当）			・希望的観測も踏まえて、景気が良くなってもらいたい。庶民は必死で頑張っている。政治家の仕事に期待をする。政治主導と唱えるなら、政治家の意識改革があるべきではないか。目の覚めるような強力なリーダーシップが今こそ必要である。	

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
変わらない		金融業（従業員）	・業種によって良いところも、良さが出ているところもある。今後は、悪くなるより多少は良くなる方向に向く。
		金融業（法人営業担当）	・消費税率の引上げを見越しての個人住宅投資が増加しているほか、自動車関連部品メーカーの従業員の残業代が増加し、個人消費も堅調に推移するとみられる。
		企業広告制作業（経営者）	・ムードばかりでなく賃金を実質的に上げなければ、大きくは変わらない。冬のボーナスに関して、今の段階から楽観的な見通しを宣言すべきである。
		経営コンサルタント	・法人による不動産の取得や売買の動きが盛んになってきている。法人を関係とした商業地では強気の地価の予測もあり、景気は多少上向きになってくる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・消費税増税に備え、駆け込み消費が増えるのではないかと。耐久消費財や高額な機械の購入を前倒しで検討する会社がみられる。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・季節的要因とともに、販売努力が少しは報われると期待している。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国の動向が鍵になる。日本との関係がギクシャクしている面が、輸出品の足止めなど停滞を引き起こしている。金融面では引き続き、緩やかにしてもらいたい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・例年は秋の特需があり、受注、販売が活発になる時期であるが、今年は取引先で特需の雰囲気は全くなく、現在のまま推移する。
		化学工業（人事担当）	・外部環境の不確定要素が高く方向性がわからない。為替相場だけでなく、オリンピック開催地がどこに決まるか、シリア情勢等により方向性が大きく変わるため、庶民は安心して購買に動くことができない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも横ばいで、それほど良くなるとは考えられない。
		金属製品製造業（従業員）	・多少は忙しくなるだろうが、納期がなくなって忙しいだけかもしれない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円安、株価高による特需にはもう期待できない。また、スマートフォンやパソコンは廉価版が売上が伸びているため、大手EMS（電子機器受託製造サービス）各社の設備投資に対する値引き要求は、さらに苛烈になることが予想される。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・年内の受注量は、大きな変動がない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先では設備投資の増加がしばらく続く。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・4月から7月にかけては自動車部品の注文が2割くらい増えたが、10月、11月は7月と変わらない程度の発注数になると、完成車メーカーから聞いている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・下期予算をみると、上期から大きな変動がない。
		建設業（営業担当）	・下水道への切替に伴い清掃請負の解約が進んでいるが、大きい店舗で工事が忙しく切替がうまくできず、引き続き発注というところがある。今ある受注先のすべてが、急に下水道に切り替わることはない。
		輸送業（経営者）	・新興国の伸び率が鈍化といわれているが、いまだに日本以上の伸びが予測され海外需要は増えると思われる。それに伴い、国内での消費意欲も、引き続き現状を維持するものと思われる。
		輸送業（エリア担当）	・景気が回復しているようだが、一部の企業に留まっている。
		輸送業（エリア担当）	・荷物の動きは少し増えてきているが、燃料価格が高止まりして下がる気配がない。
	輸送業（エリア担当）	・産業活動の元となる油が売れず、一般消費者が油を使わない状況がすべて密接に絡んでくる。取り扱う荷物は前年よりも増えているが、これが景気回復によるものか判断できない。産業界も一般消費者も、新しい需要が生まれていない感じがする。景気は横ばいである。	
	金融業（企画担当）	・アメリカの景気回復がやや鈍化し、新興国の停滞、国内では消費税の動きが不明確なことから、個人も法人も様子見が広がっている。当面は、現状の景気が継続すると思われる。	
	不動産業（経営者）	・現状維持が課題であるが、故に早急な変化は考えにくい。	
	不動産業（管理担当）	・アベノミクスの効果が表れているのが業種的には限定的で、不動産業界にはまだない。	

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
		広告代理店（制作担当）	・多少の新規受注はあるが受注量としては少ないため、全体的にはほとんど変わらないという状態が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新築住宅に入居する若い年代層には、新聞を購読してもらるのが極めて難しい。
		行政書士	・物流業者は燃料高騰でも転嫁できるところがなく、景気が良いとはいえない。
		公認会計士	・景気が上向きになったとはいえ、かなりひどい状態から少しひどい状態に戻っただけである。中小企業向けの景気対策が不足している。消費税増税を控えて、本格的な景気回復はまだ先と考えられる。
		会計事務所（職員）	・円安、円高どちらも好まない日本にとっては内需拡大しかなく、政府の予算が手一杯の状況では、現状から変わりようがない。
やや悪くなる		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・段ボールなど梱包資材について、数か月先の受注量の内示はマイナスである。中部圏では同業者全体の販売量がマイナス傾向であることとその原因が明確でないことから、景気は悪くなると思われる。
		印刷業（営業担当）	・景気が良くなる兆しは全くみえていない。ここ何年間、ちょっとずつ悪くなっている。さらに消費税増税で今後影響が出てくるかもしれない。中小企業を中心にみると、良いところは全くない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の回復等がみられないなかで、鉄鋼メーカーの値上げが実施されようとしている。かなり強硬に実施された場合、価格的な問題が生じ、仕事の受注量に影響する。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・本来は下期に向けて案件がみえてくる時期であるが、具体的な案件がない。
悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・中小企業の受注や販売を守る施策がないと、大手企業のみ利益を上げ中小企業は細っていく構図ばかりが大きく進行する。大多数を占める中小零細企業の雇用と仕事量を確保できる仕組みがないと、国内産業自体の衰退にしかつながらない。
		電気機械器具製造業	・受注量や売上が増加しても利益が伸びない状況が続く、会社も社員も疲弊しつつある。もうすぐ明るい未来が来ると鼓舞するのも限界にきている。
		建設業（経営者）	・景気全般に持ち直しの動きがあるが弱含みであり、消費税増税による腰折れは確実と思われる。手続きの面で様々な問題があるとしても、1%毎の増税など考慮する必要がある。
雇用 関連 (東海)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今後も、派遣法改正の動き、「今後の労働者派遣制度の在り方に関する研究会」の動向が影響する。
		人材派遣会社（社員）	・先月、今月と悪かったので先行きは良くなり、予約状況も例年並みになっている。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣先企業からは、増員での依頼割合が全体の40%を占めるなど景気回復の雇用への波及効果がみられるため、しばらくは回復傾向は続くものと考えている。
		人材派遣会社（営業担当）	・工場の間接部門では純増員で求人数が増えており、しばらくは生産関係の好調さが続くかと考えている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・アウトソーシング先では、今後も輸出増加が見込まれ生産台数は増加傾向にあるが、求人募集数に対する採用数が足りないため、人材確保に悩まれている。
		職業安定所（職員）	・派遣、請負関係と建設関係業種での求人数が、依然として増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・劇的に良くなることはないが、消費税増税前の駆け込み需要等も含めて消費が増えると思われる。その結果、景気が良くなったという感触は得られるのではないかと思う。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比較して、この時期に再エントリーの受付を開始した企業が増えていることから、雇用の回復を感じる。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・シリア情勢など先行きの不安材料はありながらも、個別業種や企業への影響は小さいと予想する。
		人材派遣会社（経営者）	・人材派遣のオーダーはあるが、要望がピンポイントのため適した人材が紹介できず、客の判断で弾かれる状態が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・求人企業からは、引き続き正社員採用での求人が増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	・円安感が一段落した今、日本経済を支える製造業において明るいニュースもなく、伸びる感じがしない。

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
		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復につながるような前向きな材料が少ない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気としては本格的な好況とはまだいえず、消費税増税となれば悪化が懸念される。
		職業安定所（職員）	・求人は増加傾向にあるが、製造業を中心に海外へ流出した仕事が国内に戻るのには難しいという声が多い。先行きに不安を抱えている企業が多く、景気が良くなるという判断はまだできない。
		職業安定所（職員）	・管内には中小企業が多いため、仕事は若干増えているが収益が伴っておらず、まだ現状維持が続くとみられる。
		職業安定所（職員）	・求職者数は徐々にではあるが減少しているが、求人数は増加していない。
		職業安定所（職員）	・製造業を離職する人が一定数を占めるなかで、製造関係の求人が増加するかどうか、求職者希望の職種転換等がスムーズに進むかなど、まだ不透明な状況にある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人件数は、企業の業績の動きから今後も増強の動きがみられると思うが、転職希望者の動きはそれほど変わらないと思われる。最近では建築業界で積極的な採用の動きがみられるが、決定件数はそれほど上向いていない。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・求人広告やそれ以外の広告も同様であるが、増えてはいないが減っているわけでもない。求職者が求めている仕事と募集内容が一致していない。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	職業安定所（職員）	・中小企業では価格転換が進まず経営状態が悪く、今後予定される消費税増税に伴って倒産が増える。障害者の雇用率改定、消費税増税に伴う駆け込み需要などの特殊要因で跳ね上がった求人倍率は、一挙に低下に向かう。

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	良くなる	観光型旅館（スタッフ）	・8月以降の予約状況については、10月のみ前年同月比99%となっており、それ以外の月については、107%～131%の予約を確保している。ただし、12月以降の予約状況については厳しい状況にある。
(北陸)	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・前月終わりごろから客の購買意欲が非常に高まっているような感じがしていることにより、このまま景気が上向きになるように予想している。
		スーパー（店長）	・競合店が出店してから1年が経過したことにより、来客数はこれからは伸びてくるのではないかと想定されること、及び、当店においても様々なイベントをすることにより、客の来店頻度が高くなるのではないかと想定される。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカー各社が新型車の発表を予定しているため、販売が活発になると予想する。
		乗用車販売店（役員）	・新型車の発表を控えており、効果を期待している。また、消費税率引上げの判断も明らかになるとと思われるため、増税となった場合、駆け込み需要が期待できる。
		一般レストラン（スタッフ）	・今年に入り来客数の動きが堅調であることより、今後2～3か月先の状況についても当該状況は継続し、やや良くなると予想する。
		旅行代理店（従業員）	・参議院議員選挙も一段落し政権にも安定感がみられるため、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。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売を控えているため買い控えも発生すると思うが、商品の発売間隔が短くなってきているため極端な落ち込みはみられず、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
変わらない		商店街（代表者）	・気候と懐具合の両面により、外出を控える傾向は続きそうである。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・消費税率引上げ前の設備投資を期待するが、相変わらず客単価が低く受注量は鈍化している。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・円安による輸入海産物の値上がりりが依然として継続している。さらに、今年の猛暑の影響により海水温が上昇し、旬の魚の時期にずれが発生しており、魚価も上昇している。なお、上述の状況による販売価格への転嫁は難しく、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。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・消費税率引上げの決定状況にも左右されそうであるが、消費に対する意欲が減退しているようには思われず、引き続き高額商品の販売がけん引すると想定され、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げ問題により、高額品を中心にやや購買をためらっているというのが実態である。当該状況からすると、高額品などは多少厳しい状態が続くと想定されるが、日常的な商品や秋のトレンド商品についても必要なもの以外は購入しないという購買行動は引き続き続くと想定している。
		百貨店（営業担当）	・いよいよお歳暮や年末の繁忙期に入る月になるが、来客数については今よりも期待ができると思われる。なお、アパレル関係では重衣料が、また、ランジェリーにおいてはインナーやパジャマが動く時期ではあるが、景気が著しく上昇することはなくそれほど変わらないと想定されるため、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。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税率引上げの問題もあり、消費について慎重になる傾向が続くと思われる。
		スーパー（店長）	・季節の巡りが前年より難しく、秋物の販売が難しい状況にある。客の購買意欲をどれだけ高められるかがポイントであり、今後の状況が読めないため、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）	・10月に最低賃金の上昇もあるとみられるが、大きな影響は無さそうである。消費税率の引上げの直前までは、景気は横ばいと予想している。
		コンビニ（経営者）	・店頭で作るコーヒーや缶詰などについては好調に推移しているが、来客数が減少している影響もあり、主力商品を中心に売上の減少は続いており、今後2～3か月先もこの状況は変わらないと予想する。
		コンビニ（経営者）	・競合店ができた際には、売上については、一時的に前年同月比80%位になると予想していたが、現在は意外と健闘している。現在の状況が大きく変わる様相は無く、しばらくはこの状況が続くと想定している。
		コンビニ（店舗管理）	・低単価商品が売上を下支えしているものの、消費者の購買意欲が活発になる要素が見付からず、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。
		衣料品専門店（経営者）	・今年も残暑が厳しそうであることにより、秋物の動きが鈍く、売上の心配しており、今後2～3か月先もこの状況は変わらないと予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・お盆休みも終了したが周囲の人からは暑さなどにより例年より質素に過ごした話などを耳にすることより、景気は悪い方向に向かっており、円安や株高の恩恵を享受している人は我々の知らない所でお金を使っているのではないかとと思われる。この状況は、今後2～3か月先も変わらないと予想する。
		衣料品専門店（総括）	・低価格路線からの脱却を進めているが、食料品、電気及びガスなどの値上げに伴い消費者の購買意欲が上がっていかず、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）	・買い渋りも12月の年末まで続き、安い時や必要な時期のみに商品を購入する傾向は続くと思われる。
		家電量販店（店長）	・暑さによる売上の増加はあるが気温が落ち着くと反動により実績が落ち、全体の売上は多少増加した程度であるため、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。
		家電量販店（管理本部）	・減税などを含め、実際に所得が上がるような動きや情報も無いため、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。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数が増加となる目玉が、今のところ特に無い。
		自動車備品販売店（従業員）	・冬季に向けたスタッドレスタイヤの反応状況も価格志向であり、性能重視から価格に焦点を置いている客が多く、依然として厳しい状況にある。
		住関連専門店（店長）	・消費税率引上げ問題で一時的には上がると思うが、無駄なものはまず買わない。プラス要素が少なくなっているため、全体的には変わらないと予想する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・実際はこれ以上悪くなる可能性を秘めているのではないかと多少不安な毎日であるが、希望的観測により、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。

分野	景気の先行き判断	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〕（経営者）	・サラリーマン世帯の動きをみると、やはり安い価格の所に行っている状況であるため、現在の景気は上向きには向いていないと感じられる。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・化粧品品の売れ筋が低価格品にシフトしており生活防衛の姿勢が続いているが、不要不急商品の買い控えが要因と考えている。また、来客数は減少傾向にある。今後2～3か月先もこの状況は変わらないと予想する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・一時期の消費回復にも一服感があり、それよりも公共料金の値上げなどに対する防衛や節約のムードを強く感じるため、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。
		高級レストラン（スタッフ）	・プライベート利用が安定してきたためランチの最低価格の見直しを行ったが、来客数の減少以上に単価が上がったため利益率が上がってきている。今後2～3か月先もこの状況は変わらないと予想する。
		一般レストラン（店長）	・雰囲気先行による景気回復であり、なかなか回復が実感できないなか、最近の中東情勢により雰囲気さえ見通せない状態にあるため、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。
		スナック（経営者）	・今の予断を許さない状態が続く気配の当店においては、今後も期待ができないと感じている。
		観光型旅館（経営者）	・個人客や家族客の動く日は予約が入っているが、企業や団体ないしグループの予約状況は相変わらず厳しいため、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。
		都市型ホテル（スタッフ）	・各部門の予約状況は今一歩であり、見通しは厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税率引上げの駆け込み需要も見込めないため、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。
		タクシー運転手	・一時的には良い時もあるが、全体としてはまだ回復には時間が掛かると予想する。
		タクシー運転手	・例年であると売上が増加する8月において、今年はそれほど増加しなかったため、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（職員）	・家計に直接影響するようなガソリン代、電気料などの単価上昇に対する客の警戒心が相変わらず強く、売上を大きく増加させるような動きは期待できない。
		通信会社（営業担当）	・新商品が発売されキャンペーンにより新規契約数は伸びているにもかかわらず、来客数が想定していた人数よりも少ないため、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。
		通信会社（役員）	・建設機械の下請会社が多い地域ではあるが、円安及び株価上昇などの追い風要素による景気の上昇についてはまだ感じられないため、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。
		テーマパーク（職員）	・今後3か月先の予約状況を前年同月比でみても、ほぼ今月と同水準にあることより、今後2～3か月先の状況は今月と変わらないと予想する。
		美容室（経営者）	・地方にまで景気が良くなるのはまだ先との認識が消費者に強く、財布のひもは緩くなっていないため、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。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要により、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。
		住宅販売会社（従業員）	・増改築及びリフォーム部門は今後も順調に推移するとみられるが、新築部門は現状の消費税率の適用が実質9月末に終わることより駆け込み需要が一段落し、今後の伸びは期待できないため、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・現行の消費税率が適用される工事請負契約の締結期限の9月末以降における契約の動向が不明瞭であるため、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	一般小売店〔書籍〕（従業員）
百貨店（営業担当）	・最近の水害により買い控えが多いと思われるため、今後2～3か月先の状況はやや悪くなると予想する。		

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
		スーパー（総務担当）	・食品関係の値上げや消費税率引上げの話題が出てきているため、これからは節約意識も高まり消費が伸びず景気が良くなるとは思えないため、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。
		スーパー（統括）	・8月は多少需要が高い月であり、客においては自分の家族への出費などにより悪くはない時期であるが、今後は円安とエネルギー価格の上昇から前年より負担が増加することにより、食品に回ってくるお金が以前よりも減少すると想定される。
		コンビニ（店長）	・今月は気温に後押しされての好調であった。なお、今月は例年同月よりも一度雨が降ると規模の大きな雨も降り、天気の良い時や月末の気温が急に下がったところからの売上は、前年同月を下回った。なお、8月下旬においては前年同月を10%以上下回っているため、9月の状況については天気次第ということもあり、今から不安な状況である。
		旅行代理店（従業員）	・消費税率引上げの議論をいつまでも実施しているのみではマイナスのイメージのみが刷り込まれ、消費に意識が向いていかないように思う。したがって、決まった事や決めた事は確実に実施し、そのための対策をしっかりと打ち出さない場合、再び消費より節約に向かってしまうことが懸念される。
		通信会社（役員）	・デジタルテレビの高機能化が進み、インターネットとの接続により、操作性や視聴に関わる付加機能が大きく進化しているなかで、コンテンツ提供事業者間の競合も今後さらに激しくなると予想しており、今後2～3か月先の状況はやや悪くなると想定している。
		競輪場（職員）	・地元記念レースの終了で一段落した感じが漂い、例年売上が伸び悩む時期に突入する。
		その他レジャー施設（職員）	・次の会員増につながる秋口のキャンペーンまで会員数の増加が見込めないため、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。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率は必ず上がると思うため、9月までの契約量が増えた分の反動減は必ずあると思っている。ただし、その増え方はそれほど多くはないため、消費税率が一気に3%上がらなければ景気への影響も限定的と想定している。
		住宅販売会社（従業員）	・工事請負契約が9月末を過ぎると消費税率引上げにより8%が適用されるため、しばらくは客の動きが鈍くなると予想する。
企業 動向 関連 (北陸)	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・受注量としては厳しさが続いているが、一部の新規客や商品の受注が決まっており、変化の兆しを感じられるため、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）	・将来的な試作開発要望も多く、また仮受注の動きもみられる。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・消費税率引上げの影響については、3か月後には効果が一層出てくると予想している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州及び米国からの引き合いが増えてきている。また、受注単価も上がっており、景気が上向きと考える。
		精密機械器具製造業（経営者）	・異業種関連の比較的大手からの加工依頼が数件あり、年末に向けて新製品の加工量が増えていく予定となっている。
		建設業（総務担当）	・消費税率引上げ前の工事の増加が見込まれ多少はプラス材料になるものの、施工能力に限度があり、大幅な好転は難しい。
		司法書士	・経営に問題のあった企業の支援が進んでいるため、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
変わらない	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注の入り具合をみて、変わらないと予想する。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・これからの景気回復には国内の設備投資が鍵となってくると思われるが、当該投資の回復が遅い。また、今後も設備投資が大幅に増加することは考えにくく、現状維持で推移すると予想している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・この時期は例年同様に、1～9月の上半期に発注された公共工事の施工が忙しくなることが予想されるが、今年は大規模な技術者が割かれることにより余計に多忙感が募ることが想定される。しかし、資材価格の上昇、施工機械の不足及び交通誘導員の不足など、コストアップ要因が目白押しであることより、それほど景気が良くなるとは思われず、今月と変わらないと予想する。
		輸送業（配車担当）	・来年の消費税率の引上げにより物量は増えるものの年内一杯で横ばいになると感じているため、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。
		通信業（営業担当）	・ビジネス電話機の受注数が多少上がっているものの、今後の期待は難しい状況にある。
		金融業（融資担当）	・ある程度円安メリットを受け、企業業績の改善がみられるが、給与収入など一般消費者への波及にはもう少し時間が掛かると思われる。
		不動産業（経営者）	・周囲の話や聞くと、2～3か月先には、法人客及び個人客に関する情報も話題が出てこなくなるとの意見が多いが、状況はほとんど変わらないと予想する。
		新聞販売店〔広告〕 （従業員）	・8月のチラシ出稿量は衣料及びドラッグストアなどの量販店を中心に増加したが、これは前月の参議院議員選挙で出稿を抑えた反動ではないかと思われる。今後2～3か月先の状況については、9月の出稿量をみないと判断しかねるが、変わらないと予想する。
	やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・為替の影響により、原料、燃料及び包装資材において、値上がりの状況が見受けられ、また、販売量確保のための割戻や販売手数料の増加も散見され、悪くなる方向に傾いていることから、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなるかと予想する。
		金融業（融資担当）	・政府の政策次第であるが、第3の矢も鳴かず飛ばすであり、期待はしたいが今のままでであると弱含みで推移していくと予想する。
		税理士（所長）	・現在、最初の頃の円安あるいは株価の高止まりという状況には無いため、客は様々な投資を一服している状態である。機械関係を輸出している客をみても、国内の設備投資につながる製造は少なくほとんど海外向けであるが、中国への輸出は鈍っているため非常に閉塞感がある。中小企業の経営者や元請けの中堅企業の経営者は、以前は良くなる要素や期待感があったが、現在は具体的に良くなる要素がみえてきていない感じを持っているため、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなるかと予想する。
	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）	・県外の大手自動車メーカーからの求人が8月は遅れていたが、自動車メーカーの生産が増えることにより、景気に対しても良い影響が出てくると想定している。
		職業安定所（職員）	・今月の新規求人数は前年同月比15.5%の増加となった。建設業や医療及び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り、製造業の求人においても食品、印刷及び化学工業などで増加していることにより、今後2～3か月先の状況はやや良くなるかと予想する。
		職業安定所（職員）	・製造業の求人数が徐々に増えていることにより、次第に良くなっていくと思われる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・派遣の需要件数が増加せず、かつ、専門職の成約状況も厳しいため、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。
		人材派遣会社（社員）	・求職者と求人企業のマッチング情報の不足により賃金格差がみられ、ミスマッチは今後も続くかと予想する。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・今月は3か月前と求人数がほとんど変わらない状況にあるため、良くなる見通しが見込めない。
民間職業紹介機関（経営者）		・アベノミクス効果を期待しているが、地方の求人や採用の拡大に至るまでには、まだ時間を要すると思われる。	
やや悪くなる	—	—	

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

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	乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増加する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・季節が移り、秋物商材が店頭が増え始めるころには、消費のムードが良くなっていく。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税の動向が影響すると思うが、消費の拡大に期待している。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・8月は暑過ぎて全くだめであったが、これからは季節的要因で良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・店の一部が改装オープン予定であり、売場面積も現状から更に増える予定である。それに伴い、客の入店数も増えるため、売上は確実に増収となる。ただし、客の所得が大幅に増えていないなか、入店数に比例して売上が増えるかどうかは微妙である。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税に向けての動きが活発化する前兆が出てくる。
		百貨店（マネージャー）	・高所得者から中所得者層に、消費の流れが変わってきている。
		百貨店（商品担当）	・企業業績の一時的な好転で冬のボーナスが増えるほか、消費税増税の影響もあり、消費は一時的に活発化する。
		百貨店（商品担当）	・消費税率の上げが決まると、お買い得な商品を買いためておく雰囲気は更に盛り上がる。
		スーパー（社員）	・総菜や調理に手間のかからない商材は売上が大きく伸びている。この傾向は、この春以降目立っており、猛暑だけが原因ではない。これからも客が求める商品を提供していくことで、まだまだ消費の拡大を実現できる。
		スーパー（企画）	・来年の消費税増税が決定することで、一時的に消費が増える。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品の新製品が発売されると、かなり大きな売上が見込める傾向にあり、客単価の更なる上昇が期待できる。
		コンビニ（店員）	・近くのコンビニが閉店するため、客がこちらに来店するようになる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋物スーツの注文の出足が順調である。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税を控え、高額商品の動きが活発化するため、景気は押し上げられる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税によって高付加価値商品への買換え需要が発生する。ただし、増税後の需要はエコポイント終了後と同じ状況になる。
		乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ新車の販売などが好調であるため、景気はとりあえず消費税の増税までは良くなる。
		住関連専門店（店長）	・景気回復に対する消費者の期待が高まっている。接客をしても、これまで我慢していた購買意欲を発散しつつあるように感じる。
		一般レストラン（経営者）	・会社のグループ客や友人同士の小宴会、秋のフェア、ボジョレーヌーヴォーの解禁など、次々とイベントを組んで新規顧客を獲得していく計画である。
		観光型ホテル（経営者）	・秋の婚礼、旅行シーズンになるため、宿泊、レストランと連動して売上が増えることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・夏に消費が増えた分のしわ寄せが出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の先行予約で目立った団体客などは入っていないが、最近の傾向として徐々に単価が戻っており、収入アップに手ごたえを感じている。宴会は不透明ながら、定例会合の先行予約は多く、直近の受注が伸びれば前年を上回りそうな状況である。それよりも、秋口に判断される消費税増税の動向が一番気がかりである。
		旅行代理店（店長）	・マスコミなどで報じられているため、何となく今後は良くなりそうな気になっている。
		タクシー運転手	・東京では景気が良くなっていると聞く。大阪に波及してくるまでには3か月から半年かかるため、この夏の暑さとも合わさって、景気が上向いてくる。

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
		タクシー運転手	・批判的な一部の学者の意見に惑わされることなく、政策を推進しようとする姿勢に、政府の本気度を確信し始めている。
		通信会社（社員）	・消費税増税が確定すれば、来年4月までは消費も増える。自社のサービスへの需要は大きく変わらないが、4Kテレビなどの需要拡大に引っ張られ、加入件数もある程度伸びる。
		通信会社（企画担当）	・今後の政策による景気回復を期待したい。
		遊園地（経営者）	・自社の営業状況には具体的なプラス要因はないが、様々な経済指標から、希望的観測も含めて上向き傾向と判断している。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況の動きをみると、今までと比べて早くなっている。少し良くなっていると思われる。今後、客単価が上昇してくれば、更に良くなる。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・奈良への観光客は外国人を含めて相変わらず増えており、地元の人が行かないような、値段の高いうどん屋や甘味処にも長い行列ができています。
		その他サービス〔保険 代理店〕（経営者）	・オリンピックの東京開催が決まれば、景気回復が加速することは確実である。先行きへの期待感を持つ経営者も増えており、前向きな姿勢が間違いなく好業績につながる。少しずつではあるが、景気は良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・企業の求人数も増加傾向であるなど、徐々に中小零細企業への波及がみられる。
		住宅販売会社（総務担当）	・9月末までは消費税増税の影響で上向きとなるが、デフレの脱却感もないため、増税後に不安が残る。
		その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・新築注文住宅は、請負契約を9月末までに行うか、来年3月末までに引き渡すと消費税率が据え置きになるため、今年一杯は駆け込み需要が見込まれる。
変わらない		商店街（代表者）	・環境に大きな変化がない限り、今の厳しい状態が続く。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・暑さのために生花が敬遠され、贈答関連の売上は落ち込んだが、お供え用の商品の売上が増えたため、売上に大きな影響は出なかった。ただし、会社の経費削減は続いており、景気回復の実感は得られそうにない。
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・消費税増税の行方が決まるころであり、上があれば更に厳しくなるが、上がらなくても先行きの生活の安定が保証されない限り、お金を使うことは考えられない。10月には年金が減額になると聞いており、良くなる材料が見当たらないので、今の状況はまだ続く。
		一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・秋の行楽シーズンに入るが、外食や中食が良くなることを考えると、当社のような食材を販売する業態はあまり盛り上がりがない。依然として財布のひもは固く、どのようにお金を使うかが変化しているだけで、全体の消費が拡大しているとは感じられない。
		一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・好転する材料が見当たらない。完全に季節が秋に移るまでは厳しい状況である。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・景気が良くなるとは感じられない。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・以前は景気に明るい兆しを感じていたが、ここへきて以前のような元気がなくなったように感じる。さらに、大手銀行による住宅ローンの固定金利引下げの報道や、来年度からの消費税増税を考えると、本当に景気が回復するのか不安である。
		一般小売店〔野菜〕 （店長）	・株価も頭打ちで、上がる見込みがない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・このまま少し涼しくなれば、客単価、販売量も少しずつ上向く。夏の暑さによる生花の値上げが心配であるが、今のところは変わらない。
		一般小売店〔菓子〕 （営業担当）	・景気回復の兆しが、当業界や小売店では一向に感じられない状況である。
百貨店（売場主任）	・消費税増税の行方次第では、高額品を中心とした駆け込み需要も考えられるが、身の回り品に対する消費意欲が高まる要素はない。		
百貨店（売場主任）	・値段にかかわらず購入する景気の良い客と、以前よりも節約志向が強まっている客の二極化が進んでおり、平均すると景気が良くなることも悪くなることも言い難い。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画担当）	・梅田地区での百貨店のリニューアルによる影響が一巡した後も、梅田、なんば、阿倍野を中心とする地区に挟まれ、心斎橋地区の集客力は好転が予測できず、商況の厳しさが当面は継続する。
		百貨店（企画担当）	・アベノミクスの影響で物価が上がってきているが、消費者の収入については、まだ増えている実感がない。
		百貨店（営業担当）	・業界内外の競争が更に激化し、店頭売上は伸びないと思われるが、消費税率の引上げを見越した高額品の売上増加はしばらく続く。
		百貨店（営業担当）	・食料品の好調に対し、ファッション売場ではヒット商品が出ないため、大きな改善が見込めない。
		百貨店（売場マネージャー）	・富裕層頼みでは、景気回復には至らない。ガソリンなどの物価上昇などもあるなか、ボリューム層の消費が増えない限り上向かない。また、ファミリー層を中心に、身の丈消費の意識が強まっているほか、関西を中心にオーバーストア状態となっていることも気がかりである。
		百貨店（サービス担当）	・今の傾向に変化はなく、消費税率アップ前の駆け込み需要を刺激するような催事の企画が今後の課題であるが、年末にかけての売上増加に大いに期待している。
		百貨店（販促担当）	・消費税増税の行方に大きく左右される。増税が決まれば、冬の重衣料など、単価の大きい商材に動きが出る。逆に先送りとなった場合は、足元の消費に関しては慎重な動きが続く。
		百貨店（店長）	・アベノミクスによる経済対策の効果が、まだ消費の増加につながっているようには感じられない。また、今後消費税増税の判断がなされるまでは、様子見の動きになる。
		百貨店（外商担当）	・高額品については消費税増税の駆け込み需要があると考えられるが、そのほかの衣料品はまだまだ低価格志向が続いているほか、今後も気温の高い日が続くため、秋冬物の売上が伸びない。
		スーパー（経営者）	・競合店が多いので、その日によって客が動いている状況である。価格だけで商品を決めるわけではないものの、買いやすい値ごろ感が大事である。
		スーパー（店長）	・消費税増税の内容の決定が遅れているが、現状の消費財の価格上昇傾向からみると、増税前の駆け込みといった動きは発生しないかもしれない。必要な分を必要なだけ、必要なときに買う客を見据え、商売の原点に戻る必要がある。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で売上が増え、増税後に冷え込むことは避けられない。その後の回復がどうなるかは予測が難しい。
		スーパー（店長）	・現状では回復に向かうプラス要素がみられない。今後、消費税増税の有無の決定によって、景気回復の可能性は大いにあるが、現状では何ともいえない。
		スーパー（店長）	・直近の関心事である消費税増税の問題により、一時的には消費マインドが停滞する可能性が大きい。直前に駆け込み需要が出てくるまで、あと3か月は変わらない。
		スーパー（店長）	・売上は前年並みで推移しているが、猛暑による飲料売上の増加が大きく貢献しているため、一過性の動きとみている。今後は、年末商戦に向けての取組が重要になってくる。消費者のニーズに対応できる店舗の力が必要である。
		スーパー（企画担当）	・来客数は前年同月比で96%、売上は93%という傾向は変わらない。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税が決定すれば、耐久消費財、高額品を中心に駆け込み需要が増加するが、出費が増える分、日用品の節約志向が強まる可能性がある。
		スーパー（広報担当）	・消費税の増税時期やその内容に左右される可能性はあるが、この短期間で大きな動きがあるとは考えにくい。
		スーパー（販売担当）	・競合相手との価格競争もあり、定価品の価格が下がる傾向にある。客の買上点数は昨年並みであるが、買上金額が昨年を超えないなど、高価な物の動きが悪い。
		スーパー（開発担当）	・原油や小麦の価格が上がっており、関連製品が値上げの一途をたどっている。
		コンビニ（店員）	・暑さが長引き、清涼飲料やビールの売上が伸びることに期待しているが、全体的に大きな変化は見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が懸念される。

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
		衣料品専門店（販売担当）	・買換え、買い足しの周期が延びてきている。今後は買い控えが増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・個人消費の先行きは不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・円安によるガソリンの値上がりが大きく響いている。物価は大きく上昇していないが、収入も増えていないのが大きな原因である。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売・車検の予約においても、あまり変化がない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後は消費税の増税や景気対策に左右されるが、特に景気対策に期待している。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後の動きは天候次第である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・特に提案できる商品もなく、公共料金の値上げや、携帯電話などへの出費の増加により、宝飾品にまで意識が届かない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ディナーの予約がコンスタントに入っているため、来月以降も好調が続く。
		高級レストラン（支配人）	・来客数、販売量は3か月前と比べて微増であったが、客単価が大きく低下しているため、今後の消費増加には結びつかない。
		一般レストラン（スタッフ）	・今夏の猛暑や、テレビで紹介された効果、外食全体のやや高額メニューへのシフトなどで好調を維持しているが、消費税増税の動向次第で消費が縮小する可能性がある。
		一般レストラン（店員）	・良くなる材料も悪くなる材料もなく、今後も動きは変わらない。
		スナック（経営者）	・秋から冬に向けて、前向きに何かを考えなければならない。そうすることで良い結果が出てくると期待している。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・業績は横ばいであり、賞与、給与が増加するとは思えない。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税増税が施行されると景気は後退するが、いずれにしても早期に消費税増税の結論を出すべきである。
		都市型ホテル（総務担当）	・宴会需要、宿泊需要共に増えており、来月以降の予約状況も好調に推移している。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、引き続き海外からのインバウンド客が好調に推移すると予想しているが、宴会部門の法人利用の増加が今のところ見込めず、全体で大きく伸びることはない。
		都市型ホテル（客室担当）	・昨年の尖閣諸島問題のような世界情勢の変化がない限り、宿泊部門は順調に推移する。一方、レストラン部門に関しては、大型商業施設の開業ブームが一巡してからの判断となる。
		旅行代理店（経営者）	・韓国向けの大幅ダウンが続いているほか、円安の影響もあり、海外旅行全体での伸びは期待できない。ただし、企業の間接決算の好調で株高となれば、側面支援の材料となる。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税問題で消費意欲の動きが混沌としている。
		タクシー運転手	・連日の猛暑が9月一杯まで続くこともあり、普段の天候が良い年は下降線をたどるが、今年は雨の関係もあって今の状態が続く。
		タクシー運転手	・大きな催しがないため、暇である。
		テーマパーク（職員）	・秋の行楽シーズンを迎え、さあこれからというときに消費税増税の話である。経済が回復傾向にある今こそ、消費を促進するような政策が必要である。
		観光名所（経理担当）	・3月のリニューアル効果は継続中であるが、そろそろ息切れ気味のため、秋口まで何とか引っ張りたい。冬はイルミネーションなどの集客策で来場者数を確保する。
		観光名所（経理担当）	・今年の夏は本当に酷暑そのもので、耐え難い暑さである。当地は涼を求めて来る場所ではないが、今月の来客数は前年よりも少し増えている。今年はお盆の休日が約1週間と長いいため、ガラスの製作体験教室への参加者は前年比でかなり増えている。飲食や物販店の売上は店によってまちまちであったが、全体としては約8%の増加である。夏休みは体験教室への参加が増えるが、これから夏が恒常的に猛暑となる場合、その対処方法を検討しなければならない。アベノミクス効果は今のところ、あまり実感できていない。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・当分は目立った要素がないが、消費税の動向がどうなるかによってレジャーマインドに影響が出る。

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
		美容室（経営者）	・盆休みの前後は忙しくなるが、今年は普段と変わらず、動きが止まっているように静かである。
		美容室（店員）	・カットの周期は短くなり、パーマやカラーの周期は延びている。髪を短く切っている人が多いため、今後もこの傾向が続く。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで裸になるため、暖かい時期になると来客数が増えるが、ここ数年は来客数が増えていない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・書籍とカフェで客を動員し、レンタル関係で稼ぐモデルが好調になりつつあるが、関西地区はレンタル単独店が多いため、予断を許さない。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は増えない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が落ち着いてきたように感じる。景気が今後どうなるのかは不透明であり、まだまだ正念場が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・景気が上向く要因に乏しい。
		住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの販売状況は、特に高額案件が好調に推移しており、当分は市況をけん引していく。
		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）	・消費税の増税が決定されれば、駆け込み需要は出てくるものの、その後は消費が落ち込む。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築マンションでこれから発売されるものは、今までよりも価格が上がるのが想定されるため、購入意欲が今以上に高まらなければ、業況は横ばいになる。
	やや悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・1店舗当たりの売上の減少が顕著である。また、円安で輸入食料品の原価が上昇し、利益の圧迫も進んでいる。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・メディアでもアベノミクスへの疑問が報じられているが、大企業の営業利益が増加しても、従業員の給与、賞与の増加はほとんど進んでいない。ただし、12月から来年の3月までは、消費税増税前の駆け込み需要で、高額商材の動きは増える。
		スーパー（経営者）	・デフレ脱却のニュースも少し入ってくるが、日常の生活に密着したスーパー業界では相変わらずの状態である。むしろ、所得格差は以前よりも拡大している。
		スーパー（店長）	・地域的に生活保護費の減額が響いているほか、今後も暑さが続く予報であり、秋物の動きも悪い予想となっている。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税も現実味を帯び、消費者物価指数の上昇や値上げの理由も明らかであるなか、消費拡大への期待は難しい。
		コンビニ（経営者）	・夏物商材のアイスクリーム、飲料水の販売は大幅に減少するが、それをカバーする商材が今のところはなく、挽きたてコーヒーで少しでも補っていく。
		コンビニ（店長）	・9月に入り、秋や冬の商品に切り替わってくるが、残暑が予想されるために商品の切り替えが難しい。しっかりと客の動向を見極めることが重要になりそうである。
		コンビニ（広告担当）	・消費税率アップによる心理面での影響や、商品原価の高騰による値上げでの買い控えが、アベノミクスの効果よりも先に出てくる。
		家電量販店（企画担当）	・しばらくは家電業界で売れる商品の予測が難しい。
		乗用車販売店（経営者）	・中古車が売れていないなど、好材料がない。新車は10月のモデルチェンジを待つ客が多いが、それでも実際の契約につながるかは不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・様々な要因により株価が世界的に伸び悩んでおり、景気の回復傾向についても一服感が否めない。しばらくは、このような状態が続くため、景気はやや悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・夏場のように動く商品がないため、買上点数が落ちていく。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価の動きは今の状態で変わらず、T P P問題も日本にプラスになるとは思えない。消費税率の引上げも決まるため、将来的に不安になる。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・来年4月からの消費税増税議論の行方によっては、将来への不安が高まり、消費に一層慎重になることも懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・値上げが響き、消費者の財布のひもは更に固くなりそうである。消費税が増税になると、飲食店はより厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・今後諸物価が確実に上昇するなか、収入の増加を実感できない状況であるため、消費マインドは確実に落ち込む傾向となる。
		一般レストラン（経理担当）	・ボーナスシーズンでさえ期待できないなか、仮に社会の雰囲気明るくなったとしても、生活費が増えていく状況ではかなり厳しいが、今後2～3か月はほとんど変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・今後2、3か月先も引き続き好調の見込みではあるが、今月ほどの勢いはない。また、10、11月の秋のシーズン後にどうなるかが少し心配される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門については、定例の受注が前年並みである一方、予約率は今一つ伸び悩んでいる。客室はリニューアルの効果が顕著で、単価が上昇している。それに対し、レストランはランチバイキングの利用が前年を大幅に下回り、苦戦を強いられている。
		旅行代理店（広報担当）	・年度末に向けて、消費税増税への動きが具体的になると、客がお金を使う方向が変わってくる。旅行などのソフトに振り向けるよりも、ハードに向かっていくため、身の回りの景気としては悪くなる。
		パチンコ店（店員）	・今よりも消費税増税の話が具体化していくなか、今よりも良くなるとは思えない。
		競艇場（職員）	・消費税の増税前に、新車の購入や家の修繕・新築に資金が流れ、サービス業にはお金が流れてこない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9月は人気グループなどのコンサートがあるため、集客は期待できるが、プロ野球シーズンが終了となる10月以降は、企業イベント等が主となるため、来客数は減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・建築や不動産需要が伸びる要素はない。価格の上昇が需要の限界を超えている。
	悪くなる	スーパー（店員）	・多くの物が値上がりしているほか、消費税が増税となるかもしれないので、景気が良くなるとは考えられない。客は値段の安い物ばかり探している。
		衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が進行するが、給与が増加せず、ますます生活が苦しくなる。雇用情勢が改善したとしても、人件費が抑制されている状況は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・今年の秋冬物から、為替の影響で販売価格が若干上がってきているほか、現状のセールも売れていないので悪くなる。
		観光型旅館（経営者）	・一部の公共料金や加工食品などの値上げが購買意欲を低下させ、景気の悪化につながっていく。
		競輪場（職員）	・例年この時期はやや悪くなる。物価が上昇している割には、懐具合が良くないので期待できない。アベノミクス効果も関係がなさそうである。
		企業 動向 関連 (近畿)	良くなる
金融業〔投資運用業〕（代表）	・2020年のオリンピック開催地が東京に決まれば、株価は一気に上昇する。ファンダメンタルズの改善が株価を押し上げるという、健全な株価上昇が期待される。		
やや良くなる	家具及び木材木製品製造業（営業担当）		・来月の配達量も多い。
	化学工業（経営者）		・大きく改善することはないものの、案件が徐々に増えつつあるため、多少は良くなる。
	化学工業（企画担当）		・清涼飲料などの一部の夏物商材を除き、食品業界では売行きが低迷したが、消費が活発になる年末の最需要期を迎えるため、販売量の増加が見込まれる。
	金属製品製造業（経営者）		・消費税増税による駆け込み需要が出てくる。
	金属製品製造業（管理担当）		・案件が増えるという情報がある。
	電気機械器具製造業（経営者）		・2～3か月程度先であれば、円安や海外市場の好調に助けられ、少しは上向く。
	電気機械器具製造業（企画担当）		・戸建住宅やマンション関連では好調を維持している。全体的には、今後の消費税増税を見据えた受注が増加する。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）		・アベノミクスの効果かどうかは判断が難しいが、日本国内での引き合いが微増傾向にある。
	建設業（経営者）		・9月30日までに工事請負契約を結べば、来年4月以降の引渡しでも消費税率は5%が維持されるとのことで、来月一杯は受注が増える。
	輸送業（営業担当）		・今月初旬は荷物が多過ぎて、人手不足でパンクしたが、後半に増員できたため安定している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		金融業（営業担当）	・消費税問題の行方次第で、情勢は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・毎月、売上は前年を上回っており、先々の広告出稿の問い合わせも増えてきている。
		広告代理店（営業担当）	・天候や気温が落ち着いてくれば、秋物商材が動き出し、客単価も上がってくるはずである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税の判断が今秋に発表されるが、高額商品は年内に買っておこうという動きも出てくる。また、昨年と同様に残暑が厳しくなることから、飲料の売上はしばらく好調を維持する。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・消費税の増税が決まり、駆け込み需要が意識されるようになると景気は上向く。一方、価格表示は外税、内税方式の両方が可能となっているが、内税方式となれば納品業者側が消費税の増税分を値下げする動きも出てくる。これに伴い、企業の業績は輸出関連産業を除いて苦しい状態が続き、景気の腰折れ懸念が拡大する。
		食料品製造業（営業担当）	・今後、徐々に気温が低下していくため、秋冬商品の提案次第で売上は変化するが、それほど大きくは変わらない。
		食料品製造業（経理担当）	・円安の影響で原料価格が徐々に上がってきており、現在の価格を維持ができるかが心配である。
		繊維工業（団体職員）	・年末に向けて一定の需要は見込まれるが、主要な外注加工先の糊付けや染色加工場から値上げ要請があるなど、価格転嫁が大きな課題である。
		繊維工業（総務担当）	・円安による仕入コストの上昇分を価格転嫁することができない現状から、厳しい状況が継続する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・円安による値上げに、食品メーカーなどは内容量を減らして対応しているが、販売量は増えていないようである。
		化学工業（管理担当）	・アベノミクスの効果を高めるのは法人税減税であるため、法人税率の水準が決定するまでは変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・当社は瓶を作っているメーカーであるが、エネルギーコストの動きに収益が左右される。ガスや電気料金的大幅なアップで利益が減少し、ボーナスをカットしたが、この約3か月の間で3名の社員が車を買換えた。これは世の中のムードが良くなった影響だと思われる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・生産拡大のための投資は期待できず、発注量は横ばいの推移となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・経済の方向性が分かれば、投資も前向きになり、景気は良くなる。アベノミクスの安定した状態が長く続くと期待する。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・状況が変わる要因がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が上向かず、低迷が続いている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず仕事量にばらつきがある。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果により、組合員のメーカーによる受注量も増えつつあるが、その反面で円安による原材料価格の値上げが続いており、その値上げ分を販売価格に転嫁することができていない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・イベントもなく、売上が増える見込みがない。
		建設業（経営者）	・全国的な建設工事の増加に伴い、地方からは人材の流出が始まっているようで、人材不足になることを心配している。
		建設業（経営者）	・消費税増税や東日本大震災の復興本格化の関係か、技能労務者不足が続いている。建設資材や労務費の高騰も進むなか、厳しい価格競争が予想される。
	輸送業（営業所長）	・物流案件もある程度は出てきているが、経営者と担当者の考えが異なる場合が多く、すぐに実行できそうな案件が少ない。	
	通信業（管理担当）	・変化する要素が見当たらない。	
	不動産業（営業担当）	・神戸から企業が撤退している。今後もその状況が続くと思われる、景気が上向くことは難しい。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新規購読の予約が伸びず、購読数が減少傾向にあるため、先行きは不安である。	
	広告代理店（営業担当）	・秋口までは広告の動きが良くなる兆候はみられない。	
	経営コンサルタント	・アベノミクス効果などで、回復することを期待している。	

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	
		経営コンサルタント	・損得を考えて利用する経営者が多いため、多くの助成措置が景気回復につながるかどうかは分からない。少なくとも、数か月で実感できるような景気改善の効果は出ない。	
		司法書士	・現在は案件がほとんどなく、好転する材料も見当たらないので、現状維持ができれば良い方である。	
		コピーサービス業（店長）	・年末恒例の年賀状の印刷も始まり、活気のある状態が続く。例年、増加を繰り返しているサービスだけに、今年も期待が高まる。	
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・すぐに変わる要素がない。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月以内では動きが出ない。	
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・慎重に将来を見極める必要がある。	
		やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・量販店にプライベートブランド商品が多くなってきたせいもあり、なかなか秋の定番品に選ばれにくい状況が続いている。大ヒットする新製品もなかなか見当たらず、既存品だけでは売上が稼げない状況が続いている。
			繊維工業（総務担当）	・販売方法だけが大事なのではなく、呉服は購入してからのフォローが次の販売へとつながっていく。サービスの視点を変えていかなければ、売って終わりではそれきりになってしまう。現状は工夫のない販売が目立つ。
			出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・現在、梅田地区に医薬品の承認機関の拠点が設置されるという情報があるが、iPS細胞関連の事業支援への国を挙げた取組は大いに歓迎している。また、各大学、医療機関、製薬企業などの取組に、今後成果が出てくることを期待している。
			プラスチック製品製造業（経営者）	・全体的な市場縮小のなか、新たな業界への販売や、切り口を変えた商品展開を行っているが、結果が出てくるまでにはもう少し時間がかかる。
金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格の値上げが予想されるが、取引先への価格転嫁が困難な状況にあり、収益が悪化する。			
一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量、販売量の増加が見込めないなかで、経費削減を求められている。			
輸送業（商品管理担当）	・ニュースの報道内容とは違い、世間は消費税率が上がることを踏まえて買い控えしている。			
輸送業（営業担当）	・良い商品を買う客が少しずつ増えているが、客のニーズにこたえられる商品が少な過ぎる。			
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）	・盆明けからようやく動き始めているが、まだまだ動きが遅い。その中で自動車関連は好調であり、IT技術者を含めて名古屋方面にどんどん送ってほしいとの要求があり、下期にかけて本格化する。また、住宅関連や道路などのインフラ関連も需要があるが、人材不足で派遣ではなかなか集まりにくい。	
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税率アップまでは駆け込み需要が増え、一時的に消費が増える。	
		人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み案件に期待したい。	
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告の状況をみる限り、景気は良くなるように思われるが、来年4月からの消費税増税の実施で、状況は変化するかもしれない。	
		職業安定所（職員）	・悪化する要素はないと思われるため、今と同じか上向きになる。	
		職業安定所（職員）	・製造業が弱い動きとなっているものの、新規求人数は増加しており、前年を上回っている。また、求職者数も緩やかではあるが減少を続けている。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	・大手企業の採用状況は良くなっていく。中堅・中小企業については、現在は採用意欲があるものの、新卒採用はかなり厳しい環境になると判断している企業が多い。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・雇用者の年収が増えるような、消費の活性化につながる方向にはなかなか進んでいない。	
		変わらない	人材派遣会社（役員）	・失業率などの雇用関連の統計は全般的に改善しているものの、これから始まる消費税増税論議に大きく左右される。現段階では先行きが読めない。

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
		アウトソーシング企業（社員）	・企業の間では人件費や諸経費の削減が進む。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・景況感の上昇よりも、求人費用を含むコスト増や、それに対する不安感で、差し引きゼロもしくはマイナスである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税の様子見となっているため、決定までは待ちの状態が続く。
		職業安定所（職員）	・大きく状況を左右するような要素は見当たらず、しばらくは現状維持で推移する。ただし、中小企業金融円滑化法の期限切れの影響が、秋口から強く出てくると懸念していたが、最近は大規模事業所の倒産や廃業が増えているため、気になるところである。
		職業安定所（職員）	・事業所からは、アベノミクスの効果が出ているという声が聞かれない。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設日雇い労働者の人手不足に直面しながらも、建設投資の増加に支えられて、日雇い求人数は当面は落ち込みそうにない。ただし、今以上の仕事量になると、労働者不足の影響が出てくるという雇用者の声が多い。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には変わらない。
やや悪くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・上期末、下期の始め共に、関西の地場産業のトピックスがなく、新聞広告費は前年比で90%程度である。また、消費税増税も控えており、不安材料が多い。
		職業安定所（職員）	・株安、円高が進んだことから、先行き不透明感が出てきた。この影響が雇用面にも出てくることが懸念される。
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	百貨店（営業担当）	・9～10月にかけて大規模なリニューアルを予定している。
		競艇場（職員）	・10月下旬と11月初旬に開催するレースで収益が見込める。
	やや良くなる	商店街（理事）	・季節が変わり、客の購買意欲が高まる。
		商店街（代表者）	・秋まで出雲大社大遷宮で観光客の入込が期待でき、旅館やホテルの宿泊予約状況も良い。
		商店街（代表者）	・商店街の来街者は増え、購買意欲も上がってくる。前のような悲観した言動はあまりみられない。
		スーパー（店長）	・景気回復の期待感は、以前と比較できないほど高く感じる。秋には消費税増税が決まれば、前倒しの消費需要が期待できる。
		スーパー（店長）	・来客数が前年を上回れば、買上点数を伸ばすことで売上も前年実績をクリアできる。
		スーパー（総務担当）	・ここ数か月間は上向き傾向にある。気候が穏やかになれば客足も伸びる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税による駆け込み需要が期待できる。
		家電量販店（販売担当）	・決算商戦に入る。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税の動きで新車購入を検討する客は増える。
		乗用車販売店（副店長）	・新型車が発表予定で、他社も同クラスの新車発表を控えているため、市場が活性化する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の前に購入を希望する客の動きが多く見られる。3月までは良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響が少しずつ出てくる。
		自動車備品販売店（経営者）	・来年の消費税増税のおかげで、冬季商材が上向きになると予想する。しかし一時的な需要増で、その後の売上の落ち込みは激しい。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・出雲大社遷宮効果の影響で、秋からは団体客が増えてくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・国内の各種指標やオリンピック招致など、明るいニュースが続けば将来見通しは明るくなり、前向きな消費につながる。
一般レストラン（エリア担当）	・来客数は増えてきたので、客単価が上がることを期待したい。		
スナック（経営者）	・11月くらいになると毎年のことながら景気は少し良くなるが、決して政策によるものではない。アベノミクス効果は、地方に今のところ全く反映されていない。		

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
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕(支配人)	・秋の行楽シーズンでバスの動きが良くなる。近隣に無料道路ができたことで、山陰や世羅町への客が増えると見込んでいる。
		観光型ホテル(スタッフ)	・昨年、一昨年に比べて、ここ半年間の来客数、販売数はともに伸びてきている。
		都市型ホテル(企画担当)	・秋期に入って市内で学会やコンベンション関連の会議開催が増加しており、団体予約の先行受注が好調に推移している。
		タクシー運転手	・消費税増税に左右されるが、景気は良い方向に向く。
		テーマパーク(業務担当)	・猛暑がおさまり、9月には2週にわたり3連休があるため、行楽などで来園者数の増加が見込まれる。
	変わらない	商店街(代表者)	・悪いなりにこのままの状態が続く。
		商店街(代表者)	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、景気は今月と変わらない。
		商店街(代表者)	・石油関連商品の値上がりで仕入価格が上昇するが、客への転嫁は難しい。
		一般小売店〔靴〕(経営者)	・今後、国会で決定される消費税増税への関心は高く、生活を守ろうという客の姿勢が感じられる。
		一般小売店〔酒店〕(経営者)	・物価が上昇する一方で賃金は変わらないのでは、良くなりようがない。
		一般小売店〔印章〕(経営者)	・会社設立のための印鑑注文が少なく、全体的に元気がない。
		一般小売店〔食品〕(経営者)	・景気に変化する要因はなく、来客数の伸びも期待できず、客の財布のひもも固い。
		百貨店(営業担当)	・宝飾品などの動きが良く、婦人服は秋冬商品の販売価格帯が前年より高くなっている。
		百貨店(営業担当)	・客単価が伸びているという状況に明るさを感じるが、全体的な雰囲気としては、景気が持ち直しているようには感じられない。
		百貨店(販売促進担当)	・諸物価高騰が相次ぎ、客にとって購買の決定要素として、今まで以上に安さが求められる。このため、客単価の低下は継続すると考えられ、景気がプラスに転じる気配は感じられない。
		百貨店(売場担当)	・9月は猛暑による需要が一段落し、端境期で売上の底になる。また、秋冬物は起毛系のトレンドアイテムが多いため、すんなり立ち上がってこない。
		百貨店(売場担当)	・景気にあまり左右されない比較的高い年齢層が主購買層であるため、大きな変動はない。
		百貨店(営業推進担当)	・庶民レベルでの購買意欲はまだ鈍く感じる。
		百貨店(購買担当)	・初秋物が動き始める時期であるが、気温が高いので客の意識がまだ動いていない。アパレル関係がニットやコートを2~3か月後に戦略的に仕掛けるので、店頭の商品が並び、媒体や雑誌で宣伝すれば客は必ず来る。
		百貨店(販売担当)	・残暑で気温の高い日が続いているため、秋冬物の動きが後倒しになる。
		スーパー(店長)	・来客数は前年を超えていないので、客単価が上がっても売上が増えることはない。
		スーパー(店長)	・現状のまま推移する。
		スーパー(店長)	・外部環境の変化や競合店の出店で、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー(販売担当)	・まとめ買いをする客が少なくなっている。また、中高校生といった低年齢層の来客数が減少傾向にある。景気の上向きを感じるだけの判断材料は乏しい。
		スーパー(財務担当)	・仕入価格の上昇に伴い、販売価格を引き上げざるを得ず、売上の前年割れが予想される。
		スーパー(管理担当)	・生鮮関係に比べドライ商品の利益が伸びない。特売品の売上構成比が高い。
		スーパー(営業システム担当)	・今月はギフトが伸び悩んだ。来月以降、夏休みも終わり子供向け商材は期待できない。生鮮商品の価格も豪雨の影響であまり下がらず、秋物の新商品の売り込みに期待したい。
スーパー(販売担当)	・客の様子や販売量の動きからみて、景気が良くなる要素はない。		
コンビニ(エリア担当)	・来客数や単価の動きをみる限り、現状維持ではないかと思われる。		
コンビニ(エリア担当)	・食料原価の値上げと客の節約志向で客単価が上がらず、今後も厳しい状況が続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（副地域ブロック長）	・客単価は改善傾向であるが、乗客数の維持に苦勞している。
		衣料品専門店（経営者）	・全体的には景気は良くなるかもしれないが、大企業の社員だけが恩恵を受け、零細企業の社員は何も変わらず、むしろさらに悪くなる気がする。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・一般消費者の収入が増え、売上単価が上がれば景気は良くなるが、現状のまま推移する。
		家電量販店（店長）	・消費税増税に対する客の関心が薄れ、駆け込み需要が見込めない。
		家電量販店（店長）	・乗客数は回復基調にあるが全般に単価が下がっており、厳しい状況は続く。消費税増税が決まれば駆け込み需要に期待が持てる。
		家電量販店（企画担当）	・話題になるような商品が出てこない限り変わらない。
		乗用車販売店（統括）	・前年との比較では、9月まではエコカー補助金の反動を受けるが、10月からは多少良くなると思われる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上のJRのキャンペーン効果は望めない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・秋の商材の動きは良く、このまま前年並みに推移する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税増税がどのように確定するかが景気動向に影響するが、現状では一般消費財に対する消費者心理は変わらず、消費意欲がおう盛になるとは思えない。
		高級レストラン（スタッフ）	・週末の個人の動きは良いが、平日の企業関係の利用は前年並みで、景気判断はできない。
		一般レストラン（経営者）	・世情で言われる景気回復を消費者は実感していない。また地方の企業の給与は残業等のカットにより減少しつつある。一部建築業では仕事の多さが目立つようであるが、農業所得の減少も懸念されるので、今後とも景気は緩い上昇に留まる。
		観光型ホテル（支配人）	・宿泊部門は堅調であるが、秋の婚礼予約が芳しくないため、宴会部門が前年割れの見込みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響が今後あると予測されるが、今はまだ感じられない。
		都市型ホテル（総支配人）	・観光需要は活況であり、ここ2～3か月はほぼ横ばいの状況が続く。
		旅行代理店（経営者）	・今後も景気回復のいい材料が見受けられない。
		旅行代理店（営業担当）	・政局に大きな変化も見込めないため、期待できない。
		タクシー運転手	・一時的に景気が良くなっている気がする。
		タクシー運転手	・若者は夜勤しているが、タクシーを利用する客層の動きが活発になる様子はない。
		通信会社（社員）	・新規サービス利用の問い合わせに変動がない。
		通信会社（総務担当）	・販売数は横ばいであり、景気回復が感じられない。
		通信会社（企画担当）	・T P P等は話題にのぼるが、特にマイナスに働く大きな要因はなさそうなので、年内は現状の景況感が続く。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税に関連し、耐久消費財には駆け込み需要があるが、有料放送サービス、通信サービスなどランニングコストとなるものは控える傾向にある。
		テーマパーク（管理担当）	・数字上、乗客数や購買額、購買単価に変化がなく、横ばいである。
		ゴルフ場（営業担当）	・シーズンに入ると自然と予約数が増えてくる。
		美容室（経営者）	・現時点では先の見通しが見つからない不安定な状況であるので、どちらとも言えない。
		美容室（経営者）	・商店街には空き店舗が目立ち、新しい店はすぐ閉店し、客が増えているわけでもないため、景気が良くなる兆しはない。
		美容室（経営者）	・乗客数や販売量が増える要素がない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ1年以上変化がみられないことから、今後2～3か月で目に見える景気の変化があるとは考えられない。
		設計事務所（経営者）	・消費税が増税されるまでは、しばらく好景気は続くと思われる。しかし、人手不足による建築物価の上昇がどこまで続くかが懸念材料である。

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
		設計事務所（経営者）	・地方切り捨てのなか、景気浮揚はあり得ない。行政簡素化による経費削減がなされない現状では、景気後退はますます進む。
		設計事務所（経営者）	・年内は受注は伸びて現状を維持する。
		設計事務所（経営者）	・現在、官民の工事が手一杯の状況となっており、しばらくはこの状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・客の消費税増税前の意識はしばらく続く。
		住宅販売会社（販売担当）	・所得の増加が見込めないと、消費税増税への不安が強くなる。客も税制改正と住宅取得の優遇措置等を据えて判断していくと思われる。
		住宅販売会社（営業担当）	・変動要素があり読みづらいが、駆け込み需要の反動も懸念される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客は、より安く、より良いものを必要などきにのみ買っており、バーゲン時期にもかかわらず売上が悪い。客の慎重な購買行動は継続する。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今月は期末であるが、半期決算は厳しいものとなる。業態変革も含め、今一度、努力が必要と思っている。
		スーパー（店長）	・原材料の値上げや、猛暑の影響による牛乳の価格高騰もあるが、価格に転化しづらい。結局、集客のため特売目玉品として値上げ商品を展開するため、価格ダウンとなる。
		スーパー（業務開発担当）	・加工食品の値上がりは客の購買意欲を削ぎ、一層ディスカウント店へ走らせる。この秋には酒も値上がりということで、ますます節約意識が強まる。
		コンビニ（エリア担当）	・今の状態のままだと、来客数、売上ともに前年割れで推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリンは高値が続き、社会保険や厚生年金も徐々に上がっており、家計は大変である。景気が良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（総務担当）	・維持費がかからない低燃費車や軽自動車を中心に検討する客がより多くなった。ガソリン価格を理由に買い控える客も見受けられる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税の議論もどうなるかわからず、先が全くみえない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・アベノミクスを成功させるには地方に合ったきめ細かい活性化策を考えて欲しい。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税が現実的となり、客は節約志向になり、財布のひもが固くなる。
		一般レストラン（外食事業担当）	・客単価が下がっているなか、消費税増税の影響もあって客の買い控えが出てくる懸念がある。
		都市型ホテル（企画担当）	・今後は、ひろしま菓子博、JRのキャンペーン等のイベントがないため、売上は減少する。
		通信会社（通信事業担当）	・豪雨災害の影響があり、被災地での解約やサービスの一時休止が相次いでいる。客離れを防ぐため、被災者への復旧工事費支援などを打ち出しているが、高齢者の1人暮らし世帯なども多く、今後も解約などは増える見込みである。
		通信会社（広報担当）	・インフラ関連は景気に左右されにくいと言われるが、消費者はインフラ関連ですら、いかに安くなるか、いかにキャッシュバックがあるかで決めており、生活の基盤となる部分をいかに抑えるかという動向がみられる。
通信会社（工事担当）		・競合他社との競争で利益が減少方向にある。	
悪くなる	自動車備品販売店（経営者）	・消費税も上がると見込まれ、円安でいろいろなもの値上がりしており、先行きは暗い。	
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）	・受注が増えており、これから忙しくなる。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・販売は前年同期比で増加してきている。消費税増税を予想した増加と思われるが、急激ではない。消費者も見極めの途中と思われる。
		化学工業（経営者）	・確証となる具体的事実はないが、期待感の色合いが強い。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車の生産も新車効果などで高水準であり、土木、建築分野も底堅い。原料コストアップ分の価格転嫁が進みやすい環境となると想定している。
		建設業（経営者）	・さまざまな建設投資は行われるようで、その影響を期待している。

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
		輸送業（支店長）	・他社の動向により、当社に戻ってくる荷主が増えている。単価の落ち込みも緩やかになり、しばらくはこの状況が続く。
		輸送業（業務担当）	・どの客に聞いても現状が来期も継続すると予測しているため、期待をこめてやや良くなると思う。
		通信業（営業企画担当）	・今まで提案の機会すらもらえなかった客への提案・受注といったケースが増加している。
		不動産業（総務担当）	・秋には賃貸物件の需要時期に入るため、上向きと予測する。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税は景気を動かす要因となる。増税後の需要減は心配であるが、以前と同様の駆け込み需要を期待している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・資源保護のため2か月間の休漁をしていた沖合底引き網船が、8月15日に来年5月末までの予定で出漁した。当漁港も活気が出ている。前年は沖合底引き網が不漁であったので、今期の大漁を期待する。
		食料品製造業（総務担当）	・盆明けから当社商品は動き始めており、防災食の取扱もあって期待している。
		繊維工業（統括担当）	・景気が良くなる兆しはない。
		化学工業（総務担当）	・国内需要回復の見通しが見えない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け、焼却炉向けともに受注が堅調で、現在の生産量が継続する見込みである。他社品の不具合もあって当社品納入が多くなり、多忙な状況が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・今後の景気に関しては、消費税増税や為替動向などの不安定要素が大きいと見通しが見えない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・地金相場は依然低迷しているが、一部製品は好調が継続する。
		金属製品製造業（総務担当）	・客先や仕入先から新しい情報がないため、受注量は横ばいを見込んでおり、大幅な変動がないまま現在の状況が続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・中小零細企業は景気の浮揚を実感できぬまま、物価の値上げが先行している。ますます大企業と零細企業の格差が拡大し、底辺の底上げが厳しい。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品の受注量は好調を維持するものの、関係会社の設備トラブルなどで生産量が制限される。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・現在の90円台後半の為替水準が継続すれば、一定の価格競争力も保たれ、造船関連の2014年問題をいくからカバーできる。
		輸送業（総務担当）	・客からの受注量に変化がない。
		通信業（営業担当）	・SOHO市場ではまだ景気回復感が乏しく、今後に期待している。公共事業などが増えてくれば、建設、資材、物流等の関連事業者も回復する。
		金融業（自動車担当）	・新興国経済が減速しているなかで、円安が一服し、輸出はほぼ横ばいに止まる。売上、利益とも高水準ながら、現状程度が続く。
		金融業（貸付担当）	・10月に消費税増税について判断するといわれているが、増税すれば景気は良くなると思う。日本の財政健全化に向けての第一歩であり、是非とも実現して欲しい。景気回復の腰折れ懸念で延期すれば、景気は悪くなる。
	広告代理店（営業担当）	・良くなる方向に向かっていると思うが、取引先の様子、受注量等からみると、変わらない。	
会計事務所（職員）	・小売業の売上は期待したようには伸びておらず、客の消費マインドはプラス指向にないと感じる。販売業は、先の展望が見通しにくい。		
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・良くなる要素が一つもない。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きがやや悪い。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・受注が伸びない。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・当地は漁業関連会社が多いが、漁獲量の減少とともに漁獲制限等が予定されており、水産業は今後ますます厳しくなる。	
	建設業（総務担当）	・各業種の協力業者の取り合いで、利益率が低下することが予想される。	
悪くなる	—	—	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連 (中国)	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・雇用改善傾向にあるなか、しばらくこのトレンドは継続する。数か月前の増員が現在の景気を押し上げ、現在の求人が数か月後の景気を更に押し上げると予想する。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・徐々に岡山にもアベノミクス効果が及んできたように思える。大手と取引するメーカーなどは、すでに業績が向上している。
		求人情報誌製作会社（マネジャー）	・新規求人数は、新卒・中途ともに増加傾向にある。
		職業安定所（雇用開発担当）	・正社員求人は、有効求人数が前年同月比で増加を続けており、有効求職者数の減少に伴って正社員求人倍率は上昇してきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・上向きとも下向きとも、判断材料がない。
		人材派遣会社（支社長）	・求人数は堅調に増加していく。求職者の動きが緩慢になるため、当社の売上は横ばいで推移していく。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・引き続き求人確保に注力し、雇用とのミスマッチがない対応を心がける。
		人材派遣会社（営業担当）	・実態がよくみえない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用活動自体は増員を見込み、採用数を増やしていく傾向はみられるが、採用予算も比例して増やすという声はなかなか聞かない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現政権の成長戦略は効果が大都市圏に限定される内容が中心で、地方には恩恵が少なく、景気回復の実感は乏しい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・住宅関連企業が営業マンを増やす意向を示しているが、消費税増税前の駆け込み需要を見込んだ節もあり、結論は流動的である。
		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）	・ここ2～3か月の間で新規求人数に変化はなく、今後も現状が続く。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・住宅関連からは消費税増税関係の需要を見込めるが、特需になるか否かは現時点では推測できない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・あまり変わらない。
その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・来春の新規高卒求人が前年を大幅に上回るペースで出されている。一方、ホームセンター経営者からは消費税増税で先行き不透明なため、新卒者採用を見送る声が寄せられるなど、業種によってまだら模様となっている。		
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	良くなる	設計事務所（所長）	・消費税増税の影響にもよるが、建設費の高騰が続くのではないかと思う。ただ、建築単価が上昇しすぎて、事業を取り止める客が出てくるのが心配である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・空店舗だったところが、新規オープンを目指し、改装している。秋冬物の立ち上げに向けて、新規出店・改装がこれから活発になり、商店街のマインドが上昇してくると思う。
		商店街（事務局長）	・オリンピックの誘致が実現すれば、景気への刺激としては大きな効果が出るものと期待している。増税議論が本格化してきているが、ここ数か月の消費は上向いている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・商店街の来客数が、増加傾向にあるように思う。
		百貨店（販売促進担当）	・絵画・宝石・住宅リフォーム等の高額品に、増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		コンビニ（店長）	・建設業の客の購買力が強く、他業種に広がれば景気回復につながる。しかしながら、建設業者の来店もいつまで続くか不安である。
		コンビニ（商品担当）	・販売数量の回復傾向が強くなってきている。購買意欲は上向いている。
		乗用車販売店（役員）	・新車登録は、7月、8月と前年を下回っている。建設や住宅関係、マンション等も上向いてきていることから、9月以降に期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・待望の主力車種のフルモデルチェンジがあり、良くなると思う。
		都市型ホテル（経営者）	・当地では、「ねりんピック」開催を控え、景気が持ち直すのではないかという話が出ており、大いに期待するところである。
		通信会社（企画）	・引き続き、集合住宅向けの設備メンテナンスが付帯した契約の引き合いが堅調に伸びると見込んでいる。
	変わらない	商店街（代表者）	・地方では、景気や消費の拡大傾向があまり感じられない。
		商店街（代表者）	・少子高齢化、消費税増税、T P P、郊外量販店の乱立等々、消費の混迷が続く要素が極めて多い。高齢化に対応したまちづくりを一時も早く軌道に乗せなければ、地元零細企業のみならず、地方自治体が立ちゆかない時代に入っている。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税増税を実施するかどうかによって、今後のことが大きく変わる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、地方には動きがみられない。
		スーパー（店長）	・夏が暑かった反動で今冬の寒さが厳しいと感じ、冬物の動きが良くなるのではないかと思う。
		スーパー（企画担当）	・今後、消費税増税など消費者の負担増が話題となるため、買物についてはかなり厳しく抑制される。
		スーパー（財務担当）	・ボーナスの若干の上昇分が、ガソリン価格や輸入食品等の輸入品の値上げによって相殺される。
		家電量販店（店員）	・新機種発売が予定されているが、旧材の価格下落を待っている感が強く、今後も低単価傾向が継続する。
		乗用車販売店（従業員）	・受注台数は前年を上回っているものの、単価の低い車種が多い。しばらくは現状が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・ハイブリッドの新型車の発売もあり、販売に明るいニュースはあるが、販売量は多くない。景気が上向いているようには感じられない。
		住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びないことが一番大きい。消費税増税について議論しているが、先が分からないため、景気は変わらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・夏場はギフト商品が少し売れたが、9月、10月は、日本酒など秋らしい商品が売れる。景気は変わらないと思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税が議論されているなかで、消費者の財布のひもは、今以上に緩みそうもない。
		観光型旅館（経営者）	・以前は10月、11月、5月の売上が圧倒的に多かったが、この2、3年は、10月、11月はあまり良くない。景気は徐々に良くなり、消費が伸びるという感じは出てきている。観光業界でも、3世代の旅行が増えてきているので期待している。
		旅行代理店（支店長）	・引き続き景気回復感からの旅行需要の増加は期待されるが、四国の水不足や一部地域での水害等風評被害の影響が懸念される。
		タクシー運転手	・秋になると、お遍路の仕事も多少増えると期待しているが、昨年は逆打ちの年で、来年は開創1200年に当たるため、今年はお遍路が大きく減っている。景気は変わらない。
		タクシー運転手	・所得が全然上昇していない、建設関係の仕事、資材等の動きが鈍いと聞く。マイカーを利用する観光客が多くなっている。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦終了後、冬モデル発売までは販売が落ち着く時期であり、ほぼ例年通りの動きが想定される。
		通信会社（営業担当）	・新商品発売等、現時点では大きなトピックがない。
		観光名所（職員）	・大きなトピックス等もなく、来客数も昨年並みと考えられる。
	ゴルフ場（従業員）	・8月が大きく下落しており、その反動から、若干は良くなると思うが、予約状況は前年並みか、やや弱い程度で推移している。	
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の動向について、まだ様子見の客が多いように思う。状況としては今と変わらないとみられる。	
	やや悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、お盆以降から秋にかけて売上は少ないが、今年は客数も少なく、予算が低い傾向にあり、予約も少な目である。繁華街なのに人出の少なさが気になる。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・夏休み、お盆と出費が続いた後は、次のイベントまで平日・休日ともに厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スーパー（店長）	・電気料金値上げに加え、いくつかの食品価格の値上げ予定もあり消費節約傾向になる。	
		コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるため、季節要因が良好であれば維持もしくは上向き可能性もある。	
		衣料品専門店（総務担当）	・猛暑の影響により、秋冬商材の売上にマイナスの影響が懸念されるため、非常に厳しいと感じざるを得ない。	
		競艇場（職員）	・年末まで大きなレースもなく、売上増加が期待できない。	
		美容室（経営者）	・新規客が少ないので、対策をしないと悪くなる。	
		美容室（経営者）	・消費が拡大するほような景気回復の兆候はみられない。	
		悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・猛暑の時期でさえビールなどアルコール飲料の販売が伸び悩んでいたため、今後の売上には期待が持てない。消費者は底値と比較しながら購入するので、小売販売は厳しい。
			コンビニ（店長）	・円安が定着しつつあり、電気料金やガソリン価格の上昇など燃料費は増加傾向にある。また、連日消費税増税論議が行われ、マインド的にも不安を感じている世帯が多いとみられる。
衣料品専門店（経営者）	・9月から電気代が値上げ予定であることに加え、ガソリンの小売価格も上昇してきており、その他様々なものが値上がりしている。			
乗用車販売店（従業員）	・3年前の10月以降は補助金終了による反動で新車販売台数が減少したため、今年の子車検対象台数が少なく、整備の売上が減少する。			
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・消費税増税前の駆け込み需要があると見込む。	
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・国産商品へのニーズが増加しており、しばらく継続するものと思われる。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・12月までは1年間で一番よく売れる時期なので売上は伸びていくと思うが、数量は増えても単価が上昇していないから、金額的には大幅な上昇にはならない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光パネルの入荷が難しいため、客の不満も多いようだが、太陽光の小型物件の引き合いがたくさん来ているので、少しは良くなるとみている。	
		建設業（経営者）	・受注が増えて、出来高も上がってくるが、受注競争で落札率は低調であり、利益率も低い。悪くはないが、良くなるとは言いがたい。利益率上昇が今後の課題である。	
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・新興国等一部地域に不透明感があるものの、全体としては大きな変化はないと考える。	
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの発注予測数量に大きな変化がない。	
		建設会社（経理担当）	・前年より受注量は増えているが、粗利益が増えていないので、変わらないのではないと思う。	
		建設業（経営者）	・今より発注量が増えるとは思えない。	
		輸送業（経営者）	・燃料費高騰など会社は苦しいが、雰囲気は良い。	
		通信業（部長）	・消費税増税問題などがあり、通信機器への投資は控える状況にある。現状のまましばらくは様子見が続くような感じである。	
		金融業（融資担当）	・消費者心理は改善傾向にあるが、売上は横ばい状態が続いており、今後も変わりそうにない。	
		広告代理店（経営者）	・来年の消費税増税を想定して、住宅関連等の広告が一部増えている。一部の全国ネットの取引先を除くと、多くの取引先の広告予算はあまり変化がみられない。	
やや悪くなる	公認会計士	・電気代、ガソリン代等の値上げ、消費税増税といった事柄が非常に気になっている経営者が多く、景気は変わらないと予想する。		
	鉄鋼業（総務部長）	・受注回復の兆しは見えず、電気料金、資材価格の値上げが収益面に大きな影響を与えると予想する。		
悪くなる	広告代理店（経営者）	・電気料金の値上げに加え、用紙、インキなどの原材料価格が上がる事が確定しているが、販売価格に反映させることが困難である。		
	輸送業（支店長）	・燃料費高騰によるコストアップが大きく影響しており、それを荷主に転嫁できない。また、荷主サイドの生産調整も浮上しており、更に同業他社によるダンピングが顕著となっていることから、受注量が減少している。		
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化してきそうである。いままでは不動産関係で見られたが、家電関係や新商品ラッシュの自動車関係など広がってきそうである。	

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
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は先月比0.05ポイント上昇、前年同月比0.11ポイント上昇している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数、内定者数ともに前年並みで推移している状況下で、夏休みに入り、学生の就職活動は活発派と一休み派に二分している。夏休みが明けると、求職活動は活発になり、状況は好転すると考える。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・製造業等の設備投資が未だ滞っており、周辺企業への波及効果が期待薄である。
		人材派遣会社（営業）	・早期離職の理由として、就業条件等の相違や、人間関係による精神的不安などで追い詰められるケースが目立つ。景気が上向きになるためには、心身ともに充実した職場環境の改善が急がれる。
		求人情報誌（営業）	・消費税増税前の高額商品の駆け込み需要が終わると、大きな景気回復要因がみられない。求人数は増加が予想されるが、適性人材とのマッチングがうまくいかないケースが多く、景気回復は容易ではない。
		職業安定所（職員）	・医薬品販売業で多数の離職者が予想される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は6か月連続で前年を上回っており、改善の動きがみられるものの、全体としては、管内中小零細企業は依然厳しい状況にある。
		民間職業紹介機関（所長）	・求人動向を見た場合、少し景気が良くなったとしても、中途採用を増やす企業は、ごくわずかである。景気が良くなっているという高揚感を感じられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・車業界の景気は回復しているが、他業種の景気が回復しておらず、景気回復の期待ができない。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・9月の異動時期が終わり、求人数がやや落ち着くと予想される。
	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）	・行楽シーズンで気候が良くなり、人が動く時期に入ると今よりは良くなる。人が動くようになれば物も動くという判断である。
		商店街（代表者）	・10、11月にかけて唐津くんちがあるため人の動きもあり、特に食材店や料理店、装身具店では客は多くなる。
		商店街（代表者）	・夏を過ぎるとキャンペーンやイベントが増えてくるため、キャンペーン用のチラシなどの印刷業務など、それに伴う売上が増えてくる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・売上が落ちる時期に、平年以上の売上有る。
		百貨店（営業担当）	・友の会満会による購買と店頭での消費税導入を見据えた購買意欲が感じられる。また、秋の友の会募集の滑り出しは順調で、消費税増税に備え次年度購入準備の入会がある。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税前的高額品を中心とした購買増加と、アベノミクスによる成長戦略への具体的な動きへの期待感が高まる。
		スーパー（統括者）	・消費税増税への反応が鍵になるが、増税になっても景気は良くなると考える。
		コンビニ（店長）	・天候がまともになれば、元に戻る。
		コンビニ（販売促進担当）	・今月同様、来月以降もやや良くなる傾向で推移する。コンビニエンスストアも依然好調で推移する。前年からすると1割位伸びてくる。
		衣料品専門店（チーフ）	・アベノミクス効果で消費の動きが活性化しているので、売上も少しずつ伸びると予想している。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の決定時期に注視しているが、9月にでも決まれば駆け込み需要で収益が上がるのではと期待している。
家電量販店（従業員）	・これから暖房器具が徐々に売れ出す。		
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・8月の商品販売の動きが景気の良さを反映したものであれば、9～11月の旅行シーズンを迎えるにあたりかなり期待できる。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・円安、株安による商品価格の値上げ等の懸念はあるが、国内外の経済や政治の状況に大きな変動がなければ、客数の増加傾向や季節関連商品の動きをみると、徐々にではあるが良くなる傾向にあると判断する。		

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		観光ホテル（総務）	・今後3か月の売上予測より、やや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宴会・婚礼において順調に予約が入っている状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門の予約状況は例年よりも好調に推移している。レストラン・宿泊部門等でも客単価が上昇している。
		通信会社（総務局）	・契約数の伸びは期待できないが、伝送路の光化が10月に完成することにより、解約数の減少が期待できる。
		ゴルフ場（従業員）	・夏場の猛暑もあり、10月のゴルフシーズンを迎えるにあたって予約状況は良く、このまま客が来てくれれば大変期待が持てる。
		住宅販売会社（代表）	・前年に比べると、住宅の受注数や来客の動き等、2、3か月先はまだ良くなる。
		商店街（代表者）	・8月中旬より秋物を展開しているが、例年以上に秋物の売行きが鈍化している。今後の見通しとしては、やや悪い状況は変わらないと覚悟している。
		商店街（代表者）	・個人所得が伸びるという状況にないので、消費が拡大する理由が特に見当たらない。商店街は悪い状況のまま当分推移する。
		商店街（代表者）	・2、3か月先は気候も良くなり食欲も増すが、近くのスーパー、コンビニエンスストア、百貨店が毎月のように売出しをしているので、商店街には客があまり来ない。
		商店街（代表者）	・主な収入源が年金である高齢者にとっては、医療費の引上げ、消費税の引上げなど購買を後押しする材料は何一つ見当たらない。若干の季節の変わり目により売上も期待できるが、そう多くは見込めない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・ある程度消費は底打ちの状態、この猛暑の影響で果物や野菜がこれからかなり厳しくなるが、必要最小限度の需要は続いていくので、状況は変わらないと判断する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・2、3か月後は、暑さが和らぎ秋の魚も入荷し始めるが、売行きに不安がある。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気が上向きになればとの期待はあるが、消費税増税もあり、徐々に物価も上がりはじめ、売上増加に結びつく要素がなく先行きが不安である。
		百貨店（営業担当）	・店全体の売上は何とか前年を確保しているが、店頭の入店客数、店頭での売上は非常に苦戦している。それを外商やその他の売上でカバーしているような状況である。店頭で客の購買意欲がみられない。この傾向が続くと予想している。
		百貨店（販売促進担当）	・まだまだ景気が良くなった感覚はなく、顧客の財布のひもは固い。
		百貨店（業務担当）	・これからしばらくは衣料品の端境期に入る。これまでは、季節を先取りした商品が求められていたが、最近はジャストタイムで必要のあるものしか買わない傾向が強くなっている。しばらくは厳しい売上が続きそうだ。
		百貨店（店舗事業計画部）	・本格的に気温が冷え込むまでは、当面秋冬物の動きは鈍いと見込んでいる。昨年冷え込みで防寒商品が大きく伸びた反動もあるため、冬までの間は苦戦する予想である。
		百貨店（売場担当）	・変動要因としては、消費税増税が決まるかどうか、10月の小麦価格値上げ、中東の政情不安による原油価格の変動などが挙げられるが、天候が一番の変動要因である。また、入店客数が前年比98～100%を行ったり来たりしているのが懸念材料である。客単価は若干クリアランス時に落ちたが、今月は若干回復しているため、おそらく現状がそのまま続いていく。
		百貨店（営業政策担当）	・消費税増税までは大きな与件はなく、各社営業戦略の成果で一長一短はあるものの、全体的な個人消費は底堅く推移すると考える。
		百貨店（企画）	・近年の傾向として9月以降の気温低下が見込めず、秋物の立ち上がりも鈍化することが予測される。本年は異常気象であり、客の買物への支出の優先順位がなかなか上がってこない。
スーパー（店長）	・乳製品や加工食品の一部値上がりで一時的に販売量の低下がみられるものの、景気による買い控えとは種類の違うもので、この落ち込みも遠からず回復するものと予測している。		
スーパー（店長）	・消費税増税の影響で一時的に耐久消費財や消耗品の売行きが上がるが、消費税増税後、節約志向が更に進む。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・今まで天候が良く、雨が少なく台風が来なかった影響で良かったが、今後、台風が発生したりすると例年とさほど変わらない状況となる。
		スーパー（総務担当）	・衣料品の売上回復の兆しがなかなかみえてこない。
		スーパー（総務担当）	・販売単価は全体的に大きな変化がなく、購買点数も大きな変化がないため、集客の増減が大きく収益に影響する。近隣マーケット内の同業他社での客の利用状況は減少していない様子のため、マーケットは大きく変化することはない。一方で、全体パイが減少するなか、コストと競争に打ち勝つ施策をうまく両立させられるかが課題である。
		スーパー（業務担当）	・秋物が上昇してくる時期になっても高気温が続けば、販売点数は伸びてこない。相変わらず新規流行の商品群は現れず、売場の起爆剤になりそうな与件も見当たらない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・新規でオープンしたコンビニエンスストアが近くにあるが、客の動きをみると、しばらくすれば当店に戻ってきてもらえそうだ。たばこの売上が少し伸び悩んでおり、その分で客単価が下がり売上が少し前年を割っている。
		衣料品専門店（店長）	・2、3か月先にも景気の変動はない。
		衣料品専門店（店長）	・猛暑の影響はまだ続きそうだ。
		衣料品専門店（店員）	・特定の目的なしに訪れるフリー客が増加していないので、良くならない。
		衣料品専門店（取締役）	・夏のボーナスがどこに使われたのか、はっきり実感ができない。3か月先は実需期になる。冬物は単価も張る。マスコミでは景気が上向きに落ちてきたといっているが、消費税増税への懸念もあり、報道と実体のギャップが消費者の財布のひもを縮めている。非常に危惧する。
		衣料品専門店（総務担当）	・予想される残暑などから良くなる様子は全くないが、希望的観測を加えて変わらないと判断した。
		家電量販店（総務担当）	・冷蔵庫や洗濯乾燥機、お掃除ロボット等の高付加価値商品が動き出している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・家電市場において、新製品の投入など明るい材料がみつからない。
		乗用車販売店（代表）	・変わるような要素が見当たらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・他メーカーで次々と新型ハイブリット車や軽自動車が発売されている。競合車種が多くなり販売シェアが低くなる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・昨年と同様に7、8月のお盆のお中元シーズンが過ぎて、やや販売量は落ち着いている状態である。秋口にかけて季節的な要因に一番大きく左右されるが、気温が下がり次第、販売量や来店数は増えていく。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は高止まりしているが、馴染みの顧客は小売価格についてはやむなしという感じをいっていており、地域最安値店ではなく自店にて購入していただいている。秋の行楽シーズンである9～11月の3連休における売上に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・猛暑も一段落し、客の動きも季節に連動したものとなる。社会変化が大きく変わらなければ、大きく景気がぶれることはない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・相変わらずデフレが続いており、雑誌の売上が下がるなど、必要最低限のものしか買わない傾向が強い。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・今後、増税等が決定すれば、消費マインドの変化があるが、現状のトレンドは、ここ数か月では変化しない。
		高級レストラン（社長）	・来客数が不安定である。
		高級レストラン（専務）	・参議院選挙後の政治政策の動向はよくわからず、安心できないが期待は持っている。
		高級レストラン（支配人）	・来月の予約状況が良くない。
		一般レストラン（経営者）	・昨年よりも多少予約数は多いものの、7月までの電話問い合わせ等の勢いがいいことと、県内の客の予約状況が芳しくない。
		一般レストラン（スタッフ）	・今までもずっと変わってない。
		居酒屋（経営者）	・近くの飲食店経営者に聞いても、厳しい状況が続いているとの意見が多い。

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
		都市型ホテル（総支配人）	・売上の増加があまり見込めないため、景気は変動しない。
		旅行代理店（従業員）	・海外は、円高による現地費用が増え、旅行代金がやや値上がりしている影響で秋の出足が悪い。反面、年末年始は日並びも良く、昨年を上回る予約が入っている。
		タクシー運転手	・秋にかけてゴルフや観光シーズンではあるが、あまり期待できない。
		タクシー運転手	・景気の高揚感はあるものの、不安材料も多いので変わらない。
		タクシー運転手	・今月は本来夏枯れがある時期であるが、夏枯れもなく予約状況も大変良かった。日中の稼働率も良く、繁華街の動きも若干あった。
		通信会社（企画担当）	・販売量に大きなインパクトを与えるイベントが想定できない。
		通信会社（業務担当）	・8、9月は商品やサービス等で目新しい変化もなく、他社の販促攻勢もあり、既存商品の売上が伸びない状況になると予想される。
		ゴルフ場（支配人）	・9、10月は気温も高く、雨も多い予想である。ダメージの出たグリーンを早く修復し、秋のゴルフシーズンを乗り切っていく。
		競輪場（職員）	・景気は上向き傾向にあるが、それが顧客の購買意欲に即浸透してこない。
		理容室（経営者）	・今月は、猛暑やお盆等で通常よりは客の来店数も多くなったが、毎年、9、10月は来店客数が前年比を下回っているのが変わらないと判断した。学校が始まれば少しは良くなるが厳しい。
		美容室（店長）	・店の売上に変化がないので、これから2、3か月間は変わらないと判断した。
		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）	・消費税増税による影響は若干想定されるが、介護サービスは非課税サービスなので限定的と考えられる。一方、2014年4月からの介護報酬改定で減収となれば、大きな影響が発生すると考えられる。
		住宅販売会社（従業員）	・輸出産業も堅調に伸びており、雇用も確保されているようなので、景気としてはあまり変わらない。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・消費税増税の問題など、周りの状況がいまだはっきりしてこないで、3か月先は厳しいという見方をしている。今後、経済を上向きにするための戦略を明確にすべきである。
		スーパー（経営者）	・医療費等の増加等で手取りが減り、買物動向は消費が悪くなる。
		スーパー（店長）	・半径1キロメートル圏内にある、新しく売場を増床したドラッグストアの競合店の影響が少し懸念される。また、衣料品がずっと厳しい状況であり、秋物衣料もそこまで売れそうにない。
		家電量販店（店員）	・夏は猛暑の影響で季節ものがある程度売れたが、秋はその反動で少し悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入が2、3か月以内にはなく来年以降になるため、年内は厳しい状態が続く。
		住関連専門店（経営者）	・アベノミクス効果で、公共事業関連は仕事量が増えて忙しいと聞くが、円安による物価高でじわじわ商品が値上がりし、消費者の購買意欲が減少することが懸念される。
		高級レストラン（経営者）	・9月の予約状況を見る限り、そこまで予約は入っていない。9月は3連休が2回あるので、法人企業を相手にする料理屋には少し厳しい日並びとなっている。
		都市型ホテル（販売担当）	・9月の売上予想はあまり良くない。
		都市型ホテル（副支配人）	・今月が良すぎたため、3か月先は悪くなる。しかし、前年同月比では、2、3か月先も売上は良い方向でみている。
		旅行代理店（企画）	・燃油代高騰が旅行費用総額に跳ね返るため、販売数は鈍化する見込みだ。また消費税増税が取りざたされるなか、レジャー費が抑えられ、その他の必要家財の購入に充てられることを懸念する。
		タクシー運転手	・株価が非常に不安定な動きをしているので、それによって今後の景気にかかり悪い影響が出る。
		通信会社（販売部）	・ボーナスや夏休み、お盆帰省の需要が予想を下回った。当面は世間的なイベントもないうえに、有効的な施策・商品展開の予定もなく、低迷していくと考えられる。

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	
		競馬場（職員）	・来場者数の動向から、前年よりも良くなるとは考えられない。	
		美容室（経営者）	・チラシを打たないと客は来ないが、打つても安値に慣れて、少しでもサービス内容が違おうとクレームがくる。自己主張の強い人が多くなり、人間味もなく商売がとて不安だ。	
		美容室（経営者）	・9月に消費税増税が決まれば景気は悪くなる。円安で輸入商品は値上がりしている。全体的に消費は増えていない現状をみてほしい。	
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので、やや悪くなる。	
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・電気料値上げや燃料費高騰など、企業の負担増が予想される。	
		設計事務所（所長）	・現在の忙しさは、消費税増税が前提であるため、様々な仕事が9月までに集中しているようだ。消費税増税の期日が伸びれば、その分だけ駆け込み需要期間が延びる。9月に消費税増税が決定すれば、2、3か月の景気は今より悪くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・今年9月がピークで、10月以降の請負契約棟数は半減すると予測される。	
悪くなる		スーパー（店長）	・雇用の問題等まだ先行きが不透明ななか、消費税の増税等を控えており、消費者の節約志向は変わらない。また、競合店の出店計画もあり、今よりも環境が更に厳しくなると予想される。	
		コンビニ（エリア担当）	・景気回復の兆しは全くみえない。公共料金等の金額は上昇したが、中小企業で賃金の上昇はみられない。	
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	食料品製造業（経営者）	・商品生産や販売がシーズンインし、受注も見込めるため繁忙期となる。	
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・今からまた、受注は増えていくはずなので、年内いっぱいはこの調子でいける。ただ、気候が暑すぎるのがどう影響するのか心配である。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・上半期締めめの企業では、予算上、これまでの検討案件を実行するところが多いと判断される。	
		金属製品製造業（事業統括）	・引き合い数が増加している。建築設備業界では、省エネ関連の設備投資引き合いが活発化してきた。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の設備引き合いが増えつつあり、景気は良くなりそうだ。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・発注量が不安定なため社内問題が発生したが、それにより全社員が一丸となったものづくりの原点に戻ることができつつある。好不況はやむを得ないとしても、全力を上げてやっていくことによって、景気に左右されない企業体制の構築に向かっている。	
		電気機械器具製造業（取締役）	・景気が良くなるのをじっとまっているのではなくて、自ら行動して動きのよい商流を掴むことは可能だと考えている。	
		建設業（従業員）	・手持ち工事もだんだんと増えてきて、見積案件も多くなってきている。また、消費税増税前の駆け込みも考えられる。	
		通信業（経理担当）	・消費税増税の来春実施が閣議決定され、一般の消費量が前倒しで増加するものと考えられる。	
		金融業（従業員）	・中国等海外景気の先行きを懸念する先がみられるが、消費税増税による駆け込み需要で住宅建設などが増加し、公共工事も活発化する。一部では建設関連の資材や要員の確保が困難となるなど、ボトルネックが生じてきている。	
		新聞社（広告）（担当者）	・住宅設備関連の出稿は継続する予定で、通販関連の出稿が前年並みで推移すれば、売上は前年比90%以上見込める。	
		経営コンサルタント（社員）	・消費の動きが業態問わず活発化している。	
		その他サービス業〔物 品リース〕（支社長）	・電気工事の取引先は、来年3月までの仕事は十分確保している様子である。人手が足りず仕事を断っている地域もある。ガソリン代が高止まりしていることもあり、ハイブリット車に乗換えを計画している話が多い。建設業関連の取引先に話を聞くと、公共事業が増加しているの、地方も少しは潤ってきているのではないかとのことである。	
		変わらない	農林水産業（経営者）	・9、10月は行楽や運動会など消費の伸びる月である。加えて加工メーカーも年末需要の作り込みに入るため、原料肉の引き合いも強い。ただし、我々業界の問題であるが、原料不足や資材燃料などの値上げ要求もあり、売上は上がるが利益はあまり上がらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		農林水産業（営業）	・円安による飼料の高騰など生産分野でも厳しい状況が続くと予想される。
		食料品製造業（経営者）	・一向に業績は回復しない。景気が良くなったとはいえないものの、個人レベルでの実感が薄い。納入先の来店人員及び客単価も低調で、秋に向けての期待感はあるものの、消費税増税や社会保険料増加の動向を考えると、今より良くなるとは考えにくい。
		家具製造業（従業員）	・家具を必要とする物件情報は、前年比で10%近く伸びているが、今後3か月先の情報は前年並みか、やや上回る程度となっている。
		化学工業（総務担当）	・当社の賃金は特に上がりも下がりもしないと予想される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場と違って9、10月はある程度消費が上向くが、現状の受注の状況ではあまり変わらないとみている。
		鉄鋼業（経営者）	・販売価格に改善の兆しがみられる。ただし一方で鉄屑価格も上昇しており、且つ電力料金における燃料調整単価が月を追って高くなっており、販売価格の改善が急務となっている。このため生産量を制限することもありえるため、販売量が伸びない可能性がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーからの問い合わせやこちらからの問い合わせにたいする発注の回答が不明確で、なかなか感じが掴めない。おそらく秋には発注というニュアンスはあるものの具体性がない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・来月の生産計画も今月と変わらない状況であるが、まだ受注先からの要求予測がつかない状態にある。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・先月と同じく製造メーカーが下方修正、又は現状維持と言われている。中国の景気にも左右されやすいので、今後の動きが重要である。
		建設業（社員）	・年間発注予定の70%が既に上半期で発注されているため、今後悪くならないが、下半期の30%に加え今年度の補正予算に期待する。手持ち工事がなくなれば景気は悪いと判断する。
		輸送業（総務）	・今までの荷動きをみても特に大きな動きはなく、あまり変わらない。
		金融業（営業担当）	・建設関係は、労務費や資材の高止まりの状況が続くと予想される。
		金融業（営業）	・一定水準の企業の投資は維持されると考える。賃金増加につながれば、消費も更に活発となり景気は上向くと考えるが、現段階でその気配はない。
		金融業（得意先担当）	・災害関連復旧工事の発注が来年の3月まで出続ける状況にあって、当面の資金繰りに問題はないが、各企業の経営者の景況感に関してはそれほど大きく差がない。
		金融業（調査担当）	・景気に関する実感が伴わないと良く聞かすが、一方で悪い話は聞かない。設備投資などの資金需要が増えると本格的な景気回復だろうが、そのような状況にはまだない。
		不動産業	・このまま賃貸の動きがなければ、良くなったとも悪くなったとも言えない。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいに推移し、今後も継続する。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込チラシの受注金額は4月から累計で96.5%と、なかなか前年を超えることができない。パチンコ・流通業界は変わらず出稿が減少しており、不動産は消費税増税前の駆け込み需要も限られている。消費活動が沈静化したままで変化がない。
		広告代理店（従業員）	・若干ではあるが、やや良い状態が続く見込みである。
		経営コンサルタント	・状況は変わらないので今のままの状態が続く。したがって、こちらの取り組み方を変える必要があると痛感している。
経営コンサルタント（代表取締役）	・弊社に対する問い合わせ件数、また取引先から聞く業況から判断すると、この先大きく変化する兆しはみられない。		
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・畜産物販売は全体的に売行きが悪い。今後、消費税増税となると非常に厳しくなるので、不安な状態である。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産計画、指示台数が減少している。	
	輸送業（総務担当）	・電気料金や燃料費、資材などの仕入れ材料が高騰しており、商品の値上げが続く。消費者購買意欲が低下してしばらく悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（職員）	・現在提供しているシステムに関連する省エネの補助金受付が終了するため、受注量が大幅に落ち込むことが予想される。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・土木に関して設計・施工の需要は一定程度続くと考えられる。予算措置が続けば景気の良い状態は続くが、途絶えると景気は後退すると予測される。民間の建築需要は、秋には、収まると予測されるため、景気は下降していくと推測される。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業が有能な人材採用を活発化するなかで、人材の水準が低い。育成研修や能力アップ講習の受講の問題でなく、構造的な教育論まで見返さないと労働力全体の底上げにはならない。
		人材派遣会社（社員）	・福岡を中心とした求人依頼が堅調に推移している。
		人材派遣会社（社員）	・今月も、当社への依頼求人が増えており、企業の求人誌掲載も多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・医療や住宅の業界は確実に需要が増大しており、慢性的な人手不足になっている。しかし、求職者のニーズとは合わないケースも多く、マッチングの問題は解決できていない。
		職業安定所（職員）	・新規求人は主要産業のほとんどが前年同月比で大幅に増加している。また、建設業や製造業、医療・福祉は5か月連続で増加しておりしばらく堅調に推移する。
		職業安定所（職員）	・今の新規求人の伸びは、今後もしばらくは続く勢いである。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・経費を考慮して人事異動を控える企業も多く、欠員などが発生する要因もないため今後も派遣需要は低迷する。
		人材派遣会社（社員）	・社員採用は増えてはいるものの報酬が増えているわけではない。
		人材派遣会社（営業）	・企業の採用意欲に大きな変化を期待できない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・労働集約型の求人の採用が非常に厳しくなっている。また、建築業界でも求人需要はあるが、採用ができないままである。各業界でこのような状態が続くと仕事の新規受注が取れなくなるおそれが出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・変わる要素がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋には消費税増税の判断がある。導入されれば駆け込み需要が発生し、見送られれば、更に財布のひもが固くなり、生活防衛に備える。当面、「良い」「悪い」どちらでもとれる局面が続く。
		職業安定所（職員）	・一部の大企業は、業績が伸びて賃金上昇しているが、企業のほとんどを占める中小・零細企業は賃金の上昇までは至っていない。賃上げがなければ、個人消費は伸びず景気の回復にはなかなかつながらない。
職業安定所（職業相談）	・輸出型製造業については円安、株高により業績の改善がみられるものの、生産活動はまだ戻っていない。		
民間職業紹介機関（職員）	・通常、8月は求人数が増加する傾向にあるが、新規求人数の割合については1割未満と低調である。また中高年向けの求人が予想以上に伸び悩み、転職者は苦戦を強いられている。今後についても求人数の増加は難しいと考える。		
民間職業紹介機関（社員）	・先々の人材依頼は戻すばかりではない。コールセンターなどの需要はあるが、増員ではなく後任案件が多く、伸びがみえるものではない。		
民間職業紹介機関（支店長）	・取引先からの10月以降の契約延長更新の可否連絡が遅い。これは取引先が迷っているためである。さらに、年度下期～年末にかけての追加契約の商談発生数が鈍いことが、懸念材料である。		
学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人依頼で来訪する企業のいくつかは、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	—	—
	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
----	----------	-------	----------------

分野	景気の先行き判断	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	—	—
		コンビニ（経営者）	・近隣に、マンション、居酒屋ができたため、今後は客数増加を見込んでいる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・当店にとって直接的に売上が伸びる要素は無いが、ここ3か月の売上高の推移を見ると徐々にではあるが上昇傾向がみられる。
		通信会社（店長）	・新商品の発売もあることから、今月よりは上向くと考えられる。
		観光名所（職員） ゴルフ場（経営者）	・予約状況が良い。 ・客単価も上がっている現状に加え、更に利用人数も増えてきている。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・販売量は増加しているが、原材料価格の高騰による利益率の低下が見込まれるために、大きく景気が良くなるとは思われない。
		百貨店（営業企画）	・天候については、前年は台風で2回休業を強いられた経緯がある。それを加味しないでも9月の新規バラエティ雑貨の導入や10月のファッションイベント開催、催事場企画の変化などを行い、継続して動員強化を行っていく。
		コンビニ（経営者）	・客単価が上昇しており、デザート関係がよく出ている。この傾向はこの先も変わらず継続しそうである。
		コンビニ（エリア担当）	・夏季は観光客の絶対数が増えたため増収増益見込みとなるが、夏以降は固定客の増減が売上に直結する。客単価は大きく変動することなく推移しているため、個人の消費が増えたとは言い難い。
		衣料品専門店（経営者）	・以前ほどには街に人が出ていない感じがする。また、買い控えの客も多い感じがする。テレビで言っているほど景気が良くなる兆しはまだみえていない。
		衣料品専門店（経営者）	・現場では、まだまだ本格的な景気回復は見込めないと感じている。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・沖縄県内における一括交付金の活用等、景気回復への手立ては聞くが、実際に効果が出るのはずっと後の様相である。7～9月は航空運賃が高いので若い人が沖縄に来られない。10月からの修学旅行に期待したい。
		住宅販売会社（代表取締役）	・当分は手持ち受注工事への対応が望め、現状を維持できると思われる。
	やや悪くなる	住宅販売会社（総務・企画分野）	・消費税増税前の駆け込み契約の時期は過ぎるが、住宅ローン減税についての確認をされている客が増え、その利用を検討しているとも考えられる。大きな買物と言われる住宅取得は慎重に検討しており、数か月先でも、極端に悪くなることは無いと考える。
	悪くなる	商店街（代表者）	・那覇市の中心商店街に、観光客はそこそこ入ってきているが、リピーターが多くなかなか売上に結び付かないのが現状である。また、情報も広まっているので、昔のように那覇の中心部のみで金を落とすことはない。基本的には客単価の低下があり、売上の厳しさはまだ当分続くと予想される。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）		・限られた市場の中で店舗数が増えているので、客の奪い合いになるのは必至である。他店とバッティングしない客層を確保するための戦略替えをせまられている。	
観光型ホテル（マーケティング担当）		・2、3か月後の見込みに関しては、前年実績並みもしくは、少し落とす見込みであり、また今月の稼働率が絶好調であったこともあり、今月と比べてしまうと悪くなる見込みである。ただ、おおむね現時点での稼働率予測においては、ほぼ前年並みを見込む状況である。	
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる やや良くなる	—	—
		輸送業（本社事業本部）	・年末に向けての取引先の出店計画があり、期待感を持っているが、具体的な情報が不足していることで、どの程度の輸送量が当方に発生するかまでの把握はできていない。
		通信業（営業担当）	・単価は安い仕事はある。安価な人材で対応すれば若干の利益は残せそうである。
	会計事務所（所長）	・少しずつであるが、雇用状況も改善し消費の拡大も期待される。	
	変わらない	食料品製造業（総務）	・県内については好調な観光客の増加など経済指標が上向いているが、実質賃金の増加にまだ反映されてないことや、円安による資源価格の上昇が不安材料としてあげられる。
窯業・土石製品製造業（経営者）		・横ばいの見通しである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・モデルハウスへの来場客数が横ばい気味である。及び、具体的な住宅相談引き合い件数が横ばい状態である。
		輸送業（代表者）	・現状判断を「やや良い」から「良い」に上げるには、時間が掛かる。また、中東問題による燃料価格高騰の影響が今後懸念される。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促予算が増大する見通しが無く、官公庁予算に期待せざるを得ない。
		コピーサービス業（営業担当）	・仕事の量がなかなか増えず、景気の方は特に変わらない。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	人材派遣会社（経営者）	・派遣の契約終了と、新規依頼のバランスをみると、今までより新規依頼での件数が増え、確実に業績に反映されるものとみられる。また派遣法の改定案が打ち出され、ムード的にも後押し感が感じられる。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・広告が入れ替わっているのか、継続しているか、といった詳細までは把握していないが、求人数自体はまだまだ微増ながら伸びており、期待している。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・政治が安定したことにより、企業の景況感も悪くない。今後も今の良い状態を保ちつつ、求人数も堅調に推移していくものと思われる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求職者の動きはあるが、なだらかに落ち着いていく。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・9月の世界情勢や国内の情勢に左右されると思うが、現在の様に影響が出てくるのかみえていない。不安はあるが期待感はない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・2、3か月のスパンでは変わらないとみている。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—