

・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	旅行代理店（従業員）	・総選挙の反動による需要が見込まれることもあり、ビジネス需要、観光需要ともにマイナス要素はあまりない。
		タクシー運転手	・12月は総選挙があるため、夜の人出が心配であるが、年末は1年で最もタクシーの利用の多い時期であるため、10～11月よりも売上が増える。
		観光名所（従業員）	・当初、計画されていなかった外国からの臨時チャーター便が、当面、週2日2便ずつ運航することになったため、域内観光の活性化が期待できる。
		美容室（経営者）	・年末を迎えて景気がやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・客の様子などから総選挙の結果に大体の予想がつくが、実際の選挙結果がどうなるかによって今後の景気も変わってくる。
		商店街（代表者）	・現状、地方では来客数が減っている。しかし、その一方で客単価が上昇しており、来客数が増えてくれば、今後景気が良くなる可能性がある。
		百貨店（売場主任）	・総選挙前だが、お歳暮ギフトは前年を上回って推移しているため、遅れている冬物需要に動きが出てくれば、年末にかけて前年を上回ることが見込まれる。年明け以降は、今年4月の消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、前年を下回って推移することが見込まれ、全体としては大きく変わらない。
		百貨店（役員）	・今回のタイミングでの総選挙の実施が小売業者に大きな影響を与えることになる。
		スーパー（店長）	・週末を中心とした来客数の前年割れの状況が引き続き変わっていない。近隣の客が低価格志向の店舗と高価格志向の店舗に分散しており、二極化がますます進んでいる。
		スーパー（店長）	・来客数が回復してこない。高単価商材も売れていないため、今後の歳末商戦に関しては例年にないほどの厳しい状況となる。
		スーパー（役員）	・消費税増税以降、実質的な売上は厳しい状況にあるが、今後も食費に対する消費支出に大きな落ち込みはみられない。時間はかかるかもしれないが、生活者の実質所得が上がるまでは現状のままで推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ半年間の状況をみると、し好品の売上が大きく減少しており、食品も価格が安くなければ売れない状況にある。さらに競合店が特売を強化していることで消耗戦となっている。このため、今後もこのまま変化がなく、売上が減少したまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店が続いており、既存店の売行きが減少していることから、今後も変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・電気料金値上げなどの影響が今後も続く。
		衣料品専門店（店員）	・来客数が増えてこないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（経営者）	・電気料金の値上げによる支出増に対して、省エネ家電の購入による電気料金の支出減少を訴求することで巻き返したいところだが、冷蔵庫を始めとした省エネ効果の大きい商材の販売がなかなか進まないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（店員）	・客単価が前年よりも低下してきている。テレビの売上回復もまだみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（地区統括）	・新分野の家電が登場しない限り、消費マインドが冷えたまま推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・依然として消費税増税後の反動減からの回復が見通せない。
	乗用車販売店（従業員）	・サービス部門の来客数が減少気味であり、車検も安い業者に客が流れているため、今後も変わらないまま推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果に期待しているが、先行きの見通しが立たない状況にある。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量がなかなか伸びてこないため、今後も変わらないまま推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・今の販売台数や来客数の動きから、今後、景気が劇的に良くなることはない。新車種が出ることで少しは売行きが伸びるとみられるが、景気が上向くというところまでは至らない。
		乗用車販売店（役員）	・これ以上の落ち込みはない。総選挙が終わり、年が変われば新型車効果が出てくることになり、徐々にではあるが持ち直してくる。
		自動車備品販売店（店長）	・自動車用品店では、車検も含めて客単価の低下が止まらないため、今後の景気が良くなることはない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・一般用医薬品のインターネット販売が始まっても、店頭販売に対する需要もまだまだ多い状況にあるため、今後も変わらないまま推移する。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・良くなる要素もないが、来年の消費税増税が先送りされたため、当面は今の状態が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・多目的ドーム施設における大型イベントやコンサートが好調であるため、今後も変わらないまま推移する。来年2月の旧正月も雪まつりイベントとバッティングしないため、堅調に推移することが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・総選挙や先行きに対する不透明感、消費税増税の今後の動向に消費者の意識が向き、消費にまで意識が向いていないため、今後も個人消費については期待できない。
		旅行代理店（従業員）	・正直なところ、予測もつかない状況にある。
		観光名所（職員）	・円安や株価上昇、一部大企業の業績向上などの動きは確かにあるが、地方都市やそれを支える中小企業の景気が良くなっている実感はなく、そうした声も聞こえてこないため、今後については変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・現在がある程度景気の悪い状況であるため、これ以上悪くなるような雰囲気はない。当面は現在の状況が継続する。
住宅販売会社（役員）	・どのデベロッパーも分譲マンションの供給戸数を絞っており、以前のように完成在庫がどんどん積み上がることはない。販売価格を下げられない今の状況がこのまま続けば、今後も低水準の供給戸数が続く。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・来年の消費税増税が延期されたが、将来的な年金の減額や医療費の負担増、今後の消費税増税に対する不安などから、消費を控えざるを得ないという声が客から多く聞かれる。
		商店街（代表者）	・収入が変わらないなか、電気料金を始めとした諸物価が値上がり傾向にあることから、冬に向けて消費が冷え込むことになる。
		商店街（代表者）	・総選挙により、年末商戦に多大な影響が出ることになる。観光も有権者が地元を離れづらくなることから低調に推移する。今後の動向は選挙の結果に大きく左右されることになるが、良くも悪くも国のリーダーとしての力強いメッセージが重要な役割を果たすことになる。一方、外国人観光客による消費は力強く、来年に向けて好調さが維持されることは確実とみられる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・円安や電力料金の値上げ、物価の高騰、社会保障費の財源不足などを背景に新聞やテレビで不安をあおるような報道がされており、そうした報道に感化された客が買い控えに入っている雰囲気が観光客や従業員との会話から感じられ、そのことが売上にも反映されている。当店は昆布専門店であり、例年であれば年末には商材が飛ぶように売れるが、今年は前年よりも注文が19%も減っているなど、近年にない状況がみられており、今後についてはやや悪くなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・最近になり、景気の減速感がややみられるが、あつものにこりてなますを吹くという言葉にあるように、以前のような最悪の状態に戻るのではないかとこの恐れから、今後も外食に対する支出が控えられることが懸念される。
		百貨店（売場主任）	・これまで選挙による大きな影響はみられなかったものの、今回の総選挙は年間で最大の売上が見込まれる時期に行われるため、多少なりとも影響が出てくることになる。電気料金の値上げやガソリン価格の高騰なども影響してくることになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・燃料価格の高騰が続いていることから、今後については、客の生活防衛意識がますます高まることになり、景気が好転する要因が見当たらない。
		百貨店（販売促進担当）	・来年の消費税増税が延期されることで、増税を見越した駆け込み需要も先送りされる懸念がある。可処分所得の増加が見込まれないなか、電気料金の値上げによる消費意欲の減退も懸念材料である。
		スーパー（店長）	・年間で最大の売上となる12月に総選挙が行われることで年末商戦の出鼻をくじかれた感があり、盛り上がりや欠く月になることが懸念される。年が明けても、政権政党の景気対策によっては景気が上向くことをあまり期待できない可能性がある。
		スーパー（企画担当）	・ボジョレーヌーヴォーの売上が前年を下回って推移していることから、ハレの日の消費にも陰りが出てきている。さらに暖房費のかさむ冬場を迎えて、電気料金の大幅値上げの影響が目に見えて大きくなることを見込まれるため、消費の落ち込みが懸念される。
		スーパー（役員）	・生鮮食品を中心に消費税増税前の価格帯に戻ってきている。実質的な値下げになっており、前年と同じ販売量があっても売上が減少することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・過去の高度経済成長期の好景気やバブル景気の時は誰もが欲しいと思う画期的な商材があったが、現在は産業や個人消費などに関して、画期的なニュースや発表もないため、今後についてはやや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・歳末に選挙が行われる時は、すべての業種で売上が前年よりも悪くなる傾向にあるため、今後についてはやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・総選挙が年末商戦に水を差すことになり、せつかくの稼ぎ時に売上を伸ばすことができないことになる。来年の消費税増税は延期されるが、今後の景気はさほど変わらずに推移することになる。今後、年金の支給額が減少し、税金の負担が増えることになれば、消費者の購買意欲は下がる一方となる。
		高級レストラン（スタッフ）	・電気料金の値上げに加えて、総選挙の影響で年末から年明けにかけて客足が遠のくことになるため、当分、景気を上向かせるような話は出てこない。
		一般レストラン（スタッフ）	・総選挙の結果次第だと思うが、今のところ良くなる要素がない。また、円安の影響で輸入食材の値上げが止まらず、今後もまだ価格が上がりそうのため、収益環境が厳しくなることが懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注が思わしくないため、今後についてはやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行者は円安を嫌うため、総選挙後の景気が良くなるとは思えない。将来の増税に備えて出費を抑えようという客の様子も感じられる。
		タクシー運転手	・今後においては賃金の動向が重要な要素となってくるが、現状からは、年末の消費動向も含めて消費者の選択が厳しくなることを懸念している。あまり期待できる要素がみられない現状だが、年末から年明けにかけて少しでも賃金が上向くような具体的な話題が出てくれば、消費につながる可能性がある。
		タクシー運転手	・例年であれば年末年始を迎えて忙しくなる時期だが、消費税増税や円安の影響により客のタクシー利用は減り続けており、売上も下がる一方である。このような状況では、2～3か月先も景気が好転することにはならない。
		タクシー運転手	・12月から1月にかけての予約状況や問い合わせ件数などの数字があまり良くないため、今後については若干悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・予算削減により例年ほど大きな規模でキャンペーンを行うことができないため、今後についてはやや悪くなる。
		パチンコ店（役員）	・景気が上向きになる要因が見当たらない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・天候にも影響されるが、例年であれば来街者の減少する時期であり、今年は電気料金の値上げの影響もあることから、客の出控えが一層進むことになる。
		百貨店（売場主任）	・12月に総選挙が行われることで、ギフト需要の動きが見通せない状況にある。さらに11月からの電気料金の値上げの影響もあり、今後に向けての明るい兆しがみられない。特に衣料品については買い控えも含めて厳しい状況となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（役員）	・冬季に入り、暖房用の重油価格の高止まりや電気料金の値上がりによりエネルギーコストの大幅な増加が見込まれる。省エネ対策もやりつくしており、今後の急激な業績悪化が懸念される。
		タクシー運転手	・現政権の経済対策は別世界の出来事のようにあり、当地では回復要因が全く見当たらないため、今後については悪くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・これから厳冬期を迎えて、人や物の流れがますます減少することになる。
		住宅販売会社（経営者）	・来年の消費税増税は延期されるが、消費マインドの回復にはまだまだ時間がかかる。ここにきて総選挙を行うこともあまり良くない話である。
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	輸送業（営業担当）	・でん粉の生産が順調に終了し、生産量が前年を上回ったことで、営業倉庫の保管量が大幅に増加している。てん菜糖も5年ぶりに60万トンを超える見込みであり、農産品の道外輸送が期待できる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなるような環境要因がないため、今後も変わらない。
		金融業（企画担当）	・個人消費については来年の消費税増税が延期されるが、諸物価の上昇からマインドは変わらず伸び悩む。建設関連は人件費などの建築コストの上昇から収益は低迷する。観光は円安や消費税の免税対象品目の拡大から外国人観光客が引き続き増加するものの、道内容は低迷する。
		司法書士	・総選挙の結果にもよるが、地方創生には柔軟な政策が求められるうえ、一夜にしてできるようなものではないため、しばらくは現状維持の状況が続く。
		コピーサービス業（従業員）	・年末に向けた取引先の予算関連情報をみても、例年と変わりがないため、今後については変わらない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・現政権の経済対策に不透明感が漂い始めている。
		食料品製造業（従業員）	・円安などにより原材料価格や燃料価格の値上がりが続いているなか、食品各社において商品への価格転嫁が徐々に進んできていることから、今後の荷動きが悪くなることが懸念される。
		家具製造業（経営者）	・株高によって下支えされている大都市、大企業の富裕層を中心とする景気もそろそろ調整期に入ることが懸念される。
		建設業（経営者）	・工事の完了により稼働量が落ち込むことに加えて、新規の受注がほとんど見込めないことから、今後についてはやや悪くなる。
		建設業（従業員）	・来年の消費税増税が延期されるが、建築工事単価の上昇に歯止めがかからないなかで、新規建築投資に対する機運が低くなっており、今後の建築工事量は減少することになる。
		輸送業（支店長）	・ここにきて総選挙が行われ、時間的な停滞が生じることで先行きに対する懸念が強まることになり、市況にとって有り難くない状況となることが懸念される。
		通信業（営業担当）	・現状の販売量や見込み案件数などから、横ばいの状態が継続しているが、今後については見込み案件数が減少傾向を示していることから、若干下ぶれのリスクが強まっている。
		司法書士	・これから冬季に入り、建設関連や不動産業の受注量が減少傾向となることに加えて、総選挙が行われることもあり、今後の景気はやや悪くなる。
その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）		・GDPの減少や来年の消費税増税の延期などにより、景気回復が遅れることになる。	
その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）		・今期の大型案件の納入もほぼ終わり、これからは消耗資材が中心の販売状況となる見込みである。さらに総選挙を控えて儉約ムードが高まることを見込まれるため、今後について大きな期待はできない。	
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）	・総選挙後に大きく景気が変わるような雰囲気はない。ただ、景気を重視した解散であるならば多少は良くなることを期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数は引き続き堅調に増加することになる。企業活動が活発になっており、売上拡大に向けて動き出している企業も多い。人材と企業のマッチングが進むことで企業業績が伸びることを期待している。
		人材派遣会社（社員）	・求人質が変わらなければ、何も状況は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・建設関連は元より、販売サービス関連もいまだに人手不足感が顕著であり、売手市場の状況に変化がみられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・5月以降、求人数は減少しているが、前年比をみると若干のプラス傾向で推移しており、大きな変化はみられない。原油価格の低下傾向が継続しているなか、総選挙の結果によっては製造業の求人数のプラス幅が大きくなる可能性もある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種によるばらつきはあるものの、全体として大きく変動するような要素はない。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向で推移しているが、景気の上向き要因が薄れていることもあり、将来の労働力人口の減少を見越した労働力の確保へと目的がシフトしつつある。今後、賃金上昇をとまらぬ景気回復局面を迎えるのか注視が必要である。
やや悪くなる		求人情報誌製作会社（編集者）	・業種別に求人広告をみると、一部の業種を除き全体的に求人数が減少してきている。人が集まりづらい時代になったことを踏まえると効果的な景気刺激策が表明されない限り、今後については厳しい状況になりそうな気配がある。
		職業安定所（職員）	・円安傾向が進んでいることを背景とした燃料価格の高騰や原材料価格の高止まりがみられるなか、人件費の高騰、電気料金の値上げなどもあり、中小零細企業を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況が続いているため、今後についてはやや悪くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・北海道に限定すると、現政権の経済対策の期待が薄れてきていることから、今後の景気が上向くことはさほど期待できない。また、円安による悪影響も次第に中小企業の経営を圧迫してきているため、今後についてはやや悪くなる
悪くなる		○	○

2. 東北（地域別調査機関：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	○	○
	やや良くなる	乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税前の駆け込み需要を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の発売、初売り、春の需要期での拡販により、確実に販売量は期待できる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・年が変わり気持ちも新たになったところで、消費意欲が出てくることを期待したい。
		スナック（経営者）	・例年よりはやや遅めではあるものの、徐々に忘年会の予約が入ってきており、多少の売上は見込めるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・総選挙により状況がやや良くなるのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会、レストランの予約状況が前年より進捗している。また、季節的スポット商品も例年より受注が進んでいる。
		テーマパーク（職員）	・消費税率10%への引上げの先送りもあり、消費が上向き傾向になるとみている。
		観光名所（職員）	・冬季間の大きなイベントがあるため、それに期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・年末の需要期も好調であると見込んでいる。
		設計事務所（経営者）	・今月末になり、ここ2か月先までの仕事が決まりつつある。多少は良くなるかとみているが、その先は全くみえない。
		住宅販売会社（経営者）	・3か月後をめぐりに再生住宅販売などの新規事業を準備中であり、停滞状態の売上に上積みできるとみている。
	変わらない	商店街（代表者）	・新年度における社用の予約が全くない状況であり、この悪い状態がそのまま続く。
商店街（代表者）		・生活必需品の値上がりは円安からきているものが一番多いため、この状態が急激に変化することはない。景気そのものは、大企業並びに東京に一極集中している恩恵をどこまで中小零細企業や地方にもたらすことができるかということによる。政治の動向を含めて注目をしている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・地方都市の現状として、半年以上も消費需要が停滞している。また、これから冬本番になり雪が降れば外とう関係、靴関連の売上が伸びていくとみているが、バーゲン、セール合戦による客単価の落ち込みを懸念している。
		商店街（代表者）	・商店街の店主に覇気がなく、このまま変わらない。
		一般小売店〔書籍〕 （経営者）	・足元の状況がますます弱含んでおり、さらに、地方の場合はアベノミクスへの評価には大きなギャップがある。早急に景気対策を打ってもらわないと、消費者心理は上向きにならない。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・総選挙が終わり、新政権がどのような形で発足するかによるが、今の時点ではこの悪い状態は変わらないとみている。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・前年も悪くはなかったが、全体的に今年は売上が前年比105%で推移しており、更に良くなっているとみている。しかし、客の様子、販売量、売上などをみてもこの先は今の状態のまま進んでいくのではないかと。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・円安の影響は生活必需品の価格上昇となって跳ね返ってくる。しかし、景気の先行きが大きく変動する感触もないため、ここしばらくは横ばいではないかと。
		百貨店（売場主任）	・冬期シーズンで燃料費などがかさむなか、景気を左右するような消費は期待できない。
		百貨店（総務担当）	・アベノミクス効果が地方に目に見える形で表れていないなかで、あまり良くない数字が具体的に出てきている。そのため、消費者のマインドはより堅実性を増していくのではないかと。
		百貨店（営業担当）	・個人所得のアップに期待が持てず、消費を抑える傾向にある。
		百貨店（買付担当）	・客の動きの良い月と悪い月が交互にやってくる。今後もその状況は変わらない。
		百貨店（経営者）	・消費税率10%への引上げは先送りとなるが、向こう2～3か月の間では消費動向へのプラスの影響はないのではないかと。また、一部の富裕層の動向は活発になるものの、年末年始の一時的な動きとなるとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税増税後の客の購買動向は、一貫して慎重であり変化はない。地方においては所得の増加を実感できず、今後も同様の動きが続くとみている。
		スーパー（経営者）	・12月は、メーカーが円安による輸入品の価格吸収、価格転嫁に動いているため、所得の増加以上に価格高が続き、消費環境は芳しくない。総選挙が終わって政策が明確になり株価が下がらなければ、12月度後半からは業績維持が可能であるとみている。ただし、消費環境の改善には時間を要するため、しばらく今の状態は変わらない。
		スーパー（店長）	・引き続き生活防衛型消費が続き、買上点数は伸び悩むとみている。業績も向上は見込めないため、景気が上向き好材料は見当たらない。
		スーパー（店長）	・先行きの不透明感が続いている。
		スーパー（営業担当）	・消費税率10%への引上げは先送りされたものの、当地域では実質賃金は上がっておらず依然として家計は厳しい状況にある。そのため、チラシを打っても客は必要なもの以外は購入しないという状況に変わりはない。
		コンビニ（経営者）	・客を呼び込む大きな販促セールでもなければ、乗客数は前年比マイナスのまま横ばいとなる。ただし、セール中は来客数、売上は増加するものの、終了すればそれらのほかに買上点数も減少してしまうため、景気を刺激して財布のひもを緩めるようなカンフル剤が必要である。
		コンビニ（エリア担当）	・クリスマス、年末年始といった特別な日の予約商材の販売も芳しくない。引き続き消費が鈍化している模様である。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上の減少が大きく、それを補完できる売上の見込みがない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後の動きとして消費動向に対する期待が薄い。
		衣料品専門店（経営者）	・お歳暮や歳末商戦による売上増加を期待しているが、総選挙でめどがたたなくなっている。12月の選挙は小売業にとっては痛手である。
		衣料品専門店（経営者）	・現在の停滞感が好転する材料が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店長）	・冬物商品が買い控えられている。また、購入する客も価格に対してシビアであり、このような傾向が今後変わるとは考えにくい。
		衣料品専門店（総務担当）	・12月から本格的に冬物商戦に突入するが、景気が良くなる見込みはない。また、周りの企業のボーナス支給などの話を聞いても、購買にまわす余裕がないという話が多く、現状のまま推移するとみている。
		家電量販店（店長）	・世間で言われている賃金昇給などの景気の良い話を耳にしていない。
		家電量販店（店長）	・寒さなど季節的な要因でエアコンなどが売れることもあるが、当分の間、客の買物志向は慎重な傾向が続くとみている。
		家電量販店（店長）	・来客数及び客単価が伸びていない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税から景気が回復せず、何も対策がなされないまま消費税率10%への引上げの延期も決まり、消費者はなかなか購入に踏み切れない。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月において土日の来客数が変わらないので、今後短時間で急に良くなるとは考えにくい。
		乗用車販売店（店長）	・年末を迎えて閑散期に入る。これといった消費アップの材料もなく苦戦が続く。
		住関連専門店（経営者）	・耐久消費財を扱っており、来月から歳末、初売りというイベントがある。良くなると期待したいが、実際は現状とあまり変わらないのではないかと。
		住関連専門店（経営者）	・来客数はそれほど減少していないものの、買上金額が少ないため、どうしても売上増につながっていかない。商品に対する客のお金の出し方が非常に細やかになっており、これがもうしばらく続くのではないかと。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・各企業はなんとか現状を維持している状態であり、今までの負債を穴埋めできるほどの利益はない。賃金に還元できるまでの起爆剤は地方では考えられないため、今後も厳しい状況は続く。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・ぎりぎりまで支出を我慢している様子がうかがえる。買物を楽しんでいるというよりは吟味をしているようである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・地方において可処分所得が劇的に改善される様子はなく、消費者の財布のひもは緩んでこない。また、年末商戦においても大幅な改善がみられない状況は続くかとみている。年明けに総選挙の結果を横目で見ながらの現状維持が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の変動による販売価格の変動や、気温による暖房用燃料需要の増減など、見通しの立たない要因が多いものの、これまでの過去の推移からも大きな変化はないとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・総選挙があるものの、消費税率10%引上げの流れは変わらないと見込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・今度の総選挙でも政権与党が予測どおりに少し勝つとみており、特に状況は変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・例年より予約状況が悪い。思い切った値引きなどの販促をしなければ思うような集客が見込めないという状況である。
		観光型旅館（経営者）	・予約の動きに大きな変化がみられない。
		都市型ホテル（経営者）	・総選挙が決定した段階でキャンセルとなった会合や宴会などがあり、12月の景気動向には心配な部分がある。しかし、年末年始の個人の予約状況がやや活発化しているため、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響がまだまだ大きい。
		タクシー運転手	・これから総選挙が始まると人出がなくなる。また、年末も控えており、ますます客の財布のひもが固くなっていく。
		通信会社（営業担当）	・12月の総選挙の結果がでないと当面はそのまま推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しい。良くて現状維持である。
		通信会社（営業担当）	・年度末における一時的な景気刺激策はあるものの、所得の伸びを実感できていないため消費は拡大しない。
		遊園地（経営者）	・冬は限定営業となり景気判断は難しいが、来年春にかけての物価上昇が心配される。
		競艇場（職員）	・2～3か月前と比べて明らかに販売量と来客数が落ち込んでいるが、年末に向けて消費を控えている可能性がある。消費税率10%への引上げが先延ばしになったことにより、今後2～3か月先の景気は今までとそう変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
やや悪くなる		美容室（経営者）	・商品の原材料高、円安による輸入関係の影響はあるものの、現在の状況はしばらく続く。
		美容室（経営者）	・必要なものにはお金をかけるがそれ以外は節約するという傾向がいまだに強く、消費の動向が良くなる要素は少ない。
		商店街（代表者）	・年末に向けてこれからという時期に総選挙となるので、物販、飲食関係共にあまり期待はできない。
		商店街（代表者）	・毎回、選挙のたびに飲食店を中心に消費が落ち込む傾向にある。今回もせつかくの年末年始の稼ぎ時に総選挙が控えており心配している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・これからは天気も悪くなり寒くなるので、来客数は減少する。
		百貨店（営業担当）	・来年の2月くらいから、高額商材を中心に消費税増税前の駆け込み需要の反動減が始め、売上への影響が大きくなるとみている。
		百貨店（経営者）	・12月の総選挙は明らかに小売りにとってマイナスに作用する。選挙期間中は明らかに贈答品を避ける傾向があり、お歳暮商戦などに大きな悪影響が出ることを懸念している。事実、2012年の総選挙時にも悪影響があった。
		スーパー（経営者）	・野菜相場の上昇により売上額も減少傾向にある。また、競争が激しく原料などの値上げ分の価格転嫁が困難である。
		スーパー（店長）	・流通業においては、まだまだ景気が回復する見込みはみられない。
		スーパー（総務担当）	・来客数、客単価共に前年割れとなっており、さらに、買上点数が極端に悪くなっている。1点単価は上がっているものの、景気が上向く兆候はみえない。
		スーパー（営業担当）	・スーパーマーケットの多くは、新規出店を抑制し、改装などにより既存店を活性化させることで売上、来客数を回復させている。景気が良くなって来客数、売上が良くなったという話は聞いたことがない。
		コンビニ（エリア担当）	・ブランド力がすぐに向上するとは考えにくい。
		コンビニ（エリア担当）	・前年比90%の売上ではあるが、利益を捻出するためには経費の削減を求められており、限界は近い。
		コンビニ（店長）	・余分なものは買い控えられている。店側としても対策をとっているものの、状況はシビアになっていくとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・本格的な冬を迎えて暖房に関わる電気料金や灯油代の負担が増えるため、衣料品への支出が抑えられてしまうとみている。
		衣料品専門店（店長）	・イベント開催を通して集客力が高まる一方、買上のほとんどが値ごろ感のある商品中心である。価格にシビアな客層が以前よりも増えてきている。
		家電量販店（従業員）	・現状の来客数からみて、今後の来客数も減少していくのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・少子高齢化は顧客の代替わりに影響を及ぼしている。また、若年層の車離れも懸念される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今のところ、状況が大きく左右される要因は総選挙以外では少ない。しかし、このところ客はより消費に慎重な姿勢をとっており、動きが鈍くなっている。何かしらの景況回復の兆しがみえないと、地方の特に飲食店はより厳しくなっていくとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末まで持ち堪えたところでの総選挙の実施は、ただでさえアベノミクスの恩恵を感じていない地方では政府への不信感もあり、景気に大きく影響する。また、お歳暮などを全面的に控える企業も出てきているため、ギフト商戦にも大きな打撃を与えている。この影響はおそらく3か月間は続くともみている。
高級レストラン（経営者）	・これから良くなっていく要素が見当たらない。大企業を中心に給料が上がっても、地方経済に良い影響が出ることはほとんどありえないかもしくは大分先の話であるので楽観できない。		
高級レストラン（支配人）	・総選挙などの影響により、やや悪くなる。		
一般レストラン（経営者）	・今の段階で、2～3か月後の予約の見通しが全くない。消費者は、景気が思ったほど良くなっていないと認識してしまっているため、再び自粛モードに入っている。劇的な変化があればまたマインドは上がるとみているが、今のところ期待できないので非常に懸念している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・当初は増税分の3%ぐらいとみていた消費税の影響が、かなりボディーブローのように効いてきている。また、同業の市場関係、仕入先にも影響が出ているようであり、来年の1～2月は景気がやや落ち込むのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・客からは、総選挙の問題や消費税の話が持ち上がっている。また、やはり蓄えていかなければならないという声も多い。よって、決して見通しは明るくない。
		観光型ホテル（経営者）	・12月は忘年会の季節である。地元密着型で立地条件にも恵まれており、なんとか前年並みの入込を確保している。ただし、これから総選挙がおこなわれると飲食を伴う商売は多少不利となるため、今後の入込はあまり期待が持てない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後、客は次のキャンペーン先に流れていく。さらに、他の地域では新幹線の新規路線開通が控えている。そのようななかで当地域には目新しさがなく、これからどんどん悪くなり当地域の景気は回復しないのではないかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況が芳しくない。
		旅行代理店（経営者）	・総選挙の状況にもよるが、このまま円安が続くようであれば、いろいろな物の物価も上昇し買い控えとなる。レジャーである旅行が一番控えられてしまうのではないかとみている。
		旅行代理店（店長）	・動きが鈍く、企業などの先行申込状況も前年を下回っている。
		タクシー運転手	・総選挙が始まると仕事に少し悪い影響がでる。今のところは大丈夫だが、12月に入るとこの先1～2か月は売上が少し落ち込むのではないかとみている。
		タクシー運転手	・客のなかには、人手が足りず仕事があってもできない客や、探しても仕事がないという客がいる。このようなかみ合わない状態では景気が良くなることはない。
		通信会社（営業担当）	・年末年始に向けて賃金上昇もなく、また、中小企業はボーナスもないため、ますます景気を圧迫する傾向にある。国の予算も発表されているが、地方創生の具体的な項目がまだ見えない状況である。また、若者の雇用促進と企業の進出が具体的にならない限り、まだまだ先行きは不透明であり、ここ3か月の景気は悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けて年内最大特典のボーナスキャンペーン期間中でありながら、思った以上に数字が伸びていない。新年からは通常のキャンペーン展開に移行するが、冬番を迎えて人の動きも鈍くなるので、新規加入者より解約者の数が上回るものとみている。
		通信会社（営業担当）	・給料は変わらないのに物価のみが上昇している。
		観光名所（職員）	・正月3日が日の予約が前年の半分しか入っていない。このままいくと冬のシーズンは若干落ち込んでいくのではないかとみている。
		美容室（経営者）	・客は年金生活者や育児中の方が多い。本当はもっと美容院にお金をかけたけれど、生活が大変で本当にそんな余裕は無いと話している。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・前月より供給は若干増加したものの、これからの供給につながる受付が伸びていない。
	悪くなる	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・年末年始は例年より悪くなるとみている。
		百貨店（売場担当）	・来年の1～3月は、今年の消費税増税前の駆け込み需要の影響で前年比を大きく伸ばした実績に対して挑まねばならない非常に難しい月である。明らかに秋冬商戦は伸び悩んでおり、百貨店の施策で乗り切れるほど消費者の状況は好転していない。
		スーパー（経営者）	・消費税率10%への引上げが延期されたとはいえ、マインド的には非常に低い状況である。また、冬場に入り灯油などの支出が増えるため更に悪くなるとみている。
		スーパー（店長）	・灯油、ガソリン価格が高止まりしており、消費者は節約志向が高まっている。さらに、12月に入ると競合店が相次いでオープンするため、ますます大きなダメージを受けることは避けられない。
		コンビニ（経営者）	・来月も近隣に競合店がオープンする予定である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・この時期に総選挙ということで企業が慎重になり、忘年会、飲み会を控えられてしまう。そのため、街なかの客足が減り、選挙が終わるまでは繁華街の不景気が続くとみている。また、アベノミクスの限界みたいなものを感じつつ、将来の不安が募り、買い控えが相変わらず続く。
		コンビニ（店長）	・冬は来客数、売上共に落ち込む時期のうえ、除雪費、高熱費で経営が圧迫される。さらに、全体的に小売業の売上前年比が落ちてきており、今冬は厳しい状況になるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・アベノミクスの効果はせいぜい建築業界止まりであり、小売業には全く関係がない。
		衣料品専門店（店長）	・バーゲンなど、本当に安くなるタイミングを待っている客が例年より増えてきている。そのため、初売りなどのバーゲンでは売れるかもしれないが、全体的な来客数は今後減少していくのではないかと懸念している。
		自動車備品販売店（経営者）	・これからは降雪量にも左右され動きの悪くなる時期に入るため、好材料が全く見当たらない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税率10%への引上げの延期により、買い控えがおきているように見える。地方は一貫して景気が落ち込み続けており、物価も上がっているため耐久消費財を買うムードは減少している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・暖冬などの要因により影響はあるが、今のところは良い材料が何もない。ただし、自然災害への備えなどにはお金が回るかもしれないので、方向転換を考えるべきかもしれない。
		高級レストラン（支配人）	・市場は狭まっていく一方であり、今後は市場の取り合いになる。
		一般レストラン（経営者）	・国益重視の大企業向けの方向性に一般消費者がついていけないことが、景気下降の背景として大きいのではないかと。
		観光型旅館（スタッフ）	・期待していた消費税率10%への引上げ前の駆け込み需要もなく、例年より予約数が伸びていない。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスが取れて、若干採算があうとみている。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末は忙しくなる。しかし、官公庁の仕事の減少や価格競争を心配している。
		建設業（従業員）	・現在発注されている大型復興工事の受注確定が、年度末に向けて増加していく見込みである。
		食料品製造業（総務担当）	・繁忙期を迎えるため売上は例年並みを見込んでいる。しかし、円安の影響により輸入材料の値上がりが見込まれている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・前年並みである受注残の状態がこれからも変わらないので、景気も変わらない。
		土石製品製造販売（従業員）	・取引先業者、関係先事業所全体の景気回復がなければ工事価格の値上げもできない現状であり、すぐに回復するとは見込めない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、自動車販売において国内の需要の戻りが鈍い。また、輸出環境についても新興国経済の陰りの影響を受けていくとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品分野は成熟しきっている。そのため、新製品はほぼ定期的に開発されるものの、トータルの販売量は飽和しており、景気の変化も大きなものにはならないのではないかと。
		建設業（経営者）	・物価の値上がりにより建築価格が上昇している。消費を控える傾向にあり、様子見の感がある。
建設業（企画担当）	・首都圏工事の影響が地方に及ぶまでは、現在の状況がしばらく続く。		
通信業（営業担当）	・期待の持てない入札案件が増えており、ターゲットの絞り込みをしながら戦略を練る必要が出てきている。付き合いの長い顧客を離さないための施策も必要である。		
通信業（営業担当）	・政治次第である。		
金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。		
広告代理店（経営者）	・良くなる要因が見当たらない。		
広告代理店（経営者）	・総選挙の結果にもよるが、取引先を中心に様子見の傾向がある。		
司法書士	・不動産取引件数が伸びていない。住宅新築よりもリフォームが増えているとのことで、景気の上昇には限定的な影響しか与えないとみられる。		

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
やや悪くなる		公認会計士	・建設関係は資材高騰と人手不足による請負単価の跳ね上がりにより、受注量が停滞気味である。小売関係は売上が少しづつ回復基調にある。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅建築に対する購入意欲はあるものの、なかなか踏み出せない客が多い。また、商談会や完成見学会への参加数も前年より落ち込んでいる。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・受注量が変わる要素がないため現状維持が続く。
		金属工業協同組合（職員）	・企業の間では業種による受注量の格差が広がっている。ただし、受注量が増えても製造コストの増加により採算面は厳しい。総体的に景気が良くなる材料が見当たらず、先行きは不透明である。
		農林水産業（従業者）	・りんごの年末贈答用の注文数は前年並みである。しかし、りんごが豊作のため農協出荷分は半分安くなっている。
		農林水産業（従業者）	・米の余剰感などにより、米価の回復は当面期待できない。
		食料品製造業（経営者）	・急激な円安による原料高もあり、景気はやや悪くなる。
		食料品製造業（経営者）	・円安の影響による原材料費の高騰に耐えられない。値上げの検討に入っているが、消費の落ち込みを懸念している。
		食料品製造業（営業担当）	・数年前も同様であったが、最需要期である12月に選挙が行われると酒類の消費が鈍る傾向がある。
		繊維工業（経営者）	・この年の瀬に総選挙などをやることは、消費に大きな悪影響を与えるのではないかと懸念している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・新規の受注が出てきている会社もあるが、設備投資や厳しいコストダウンなどにより、年度末に向けて経営としては厳しくなっていくのではないかとみている。
		輸送業（経営者）	・主要荷主の減産が決定している。また、当地区の水産関係で缶詰の原料が不足気味のため、物量が減少するとみている。
		輸送業（従業員）	・消費税率10%への引上げは延期されたものの、アベノミクスが予想以上に上手く進行していないことが鮮明になり、消費者の今後の消費意欲が減退するとみている。
		通信業（営業担当）	・特に日用品の物価上昇が続いており、景気はあまり良くならない。
広告業協会（役員）	・12月に入ると、新聞広告は選挙公報のため広告スペースが減り、テレビやラジオはスポット広告が同様の理由で減少する。各社は正月の初売りに期待をかけているものの、今のところ引き合いは前年ほどではないとの声を聞く。		
経営コンサルタント その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年末の総選挙はさらに景気を冷え込ませる要因である。 ・円安が急激に進んだこともあり、輸入品の値段が高くなって従来どおりの販売が全然見込めない状況にある。また、景気が良くなる要素も見当たらず、このような状況が続くことは大変心配である。		
悪くなる	コピーサービス業（経営者）	・小口、中口を問わず、商談そのものが減少している。来客数も減少傾向にあり、日銭もなかなか稼げない状況である。	
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年末の総選挙を控えて、贈答や飲食店向けの出荷が鈍化することを懸念している。前回の2012年選挙の際は、忘年会の開催が極端に減り、飲食店向け出荷が1割減となった。		
雇用 関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・大学が主催する大学3年生向けの業界セミナーにおいて、参加する企業の数が増え、例年と比べて非常に多く、企業に採用意欲がある。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は2か月連続で11,000人台となり、平成6年4月以降では最高の数値となっている。また、新規求人倍率は5か月連続で2倍を超し、有効求人倍率は前月を0.08ポイント増加して、1.7倍台となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・近隣地域に新規工場の誘致、立ち上げがみられるようになってきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状態は継続するとみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・総選挙の結果次第である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が3か月連続で前年同月を下回っているものの、新規求職者数の減少傾向はこれからも続くこととみているため、景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・中小企業が多い地域であるため、円安による原材料費の高騰を負担とする企業が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・例年、年が明けると求職者が増える傾向があるので、求人倍率は高止まりのまま変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人の動向からも大きな雇用変動は見受けられない。企業のなかには工場などの建設を考えていても、実際には資材の高騰などの理由により規模を縮小せざるを得ないという話を聞く一方、求職者数が減少し続けている状況でもある。そういった面では、景気の状態の大きな変化は見受けられず、同じような状況がしばらく続く。
		職業安定所（職員）	・求人の状態はここ数か月間変わりなく安定している。現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報も無く、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・個人消費が全く伸びていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙の時期は物の動きが止まるといわれている。加えて、今回は年末商戦、初売りに重なっており、当地域においては大きな影響を与えている。また、消費税10%への引上げも先延ばしになるだけで、被災地企業の不安感はぬぐえていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気の先行きを不安視して採用に慎重になる企業が増えるのではないかと。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙の関係で、消費にマイナスの影響が出ることを懸念している。
		職業安定所（職員）	・製造業や卸売業で事業廃止などの雇用調整の情報がある。また、求人募集については、増員から欠員補充が増加している。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣登録者数が減少して引当率が低迷している傾向が、今後2～3か月で改善することは困難である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税率10%への引上げの延期により、駆け込み需要も期待できなくなっている。

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	－	－
	やや良くなる	スーパー（総務担当）	・消費税増税も延期になり、消費が上向いてきた感じが今月の数値に出ている。衣料品が上がってきていないのが少し気になるが、食品と住まいの品は好調である。
		コンビニ（経営者）	・近くに工業団地があり、最近事業を再開した工場など、工場の稼働がかなり出てきている。派遣などで従業員が集まってくるので少しだけ良くなる。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスや正月といった年末年始のイベントが控えており売上も期待できる。問題は年々強くなっている雨、風、雪といった天候に大きく左右されることである。
		コンビニ（経営者）	・年明けと共に現状よりも地域の活性化が進み、来客数が上がると考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売と軽自動車の自動車税増税前の駆け込み需要が見込めるため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・平成27年3月終了予定のエコカー減税が予定どおり実施されれば、その前に駆け込み需要があるかもしれない。
		自動車備品販売店（経営者）	・11月半ばにかけ景気が悪くなり販売量も低下したが、月末に株価が上がったことと政局の関係か、販売量と来客数がやや増えてきている。今後もこのムードが続けば人の動きが多くなり、販売量、来客数に期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・想定外の気候の変化や災害が起こらなければという前提ではあるが、選挙終了後には政権の安定や賞与等の支給、消費税増税への慣れもあり、不安からの脱皮が図られて消費も上向きになるのではと期待している。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・朝夕の冷え込みが厳しくなっていくため、月ごとに使用量が増え、販売量は増加していく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから先は忘新年会等で年間で一番売上の良い時なので良くなる。
		通信会社（経営者）	・行政や団体からの見積依頼が受注に結び付いていけば、多少なりとも景気回復の兆しを感じられる。
	変わらない	商店街（代表者）	・冬場を迎えての野菜収穫祭と銘打ったイベントをやるが、以前のようにまとめ買いをする人は少なく、スーパー等でその場、その場の物を買うに行くようである。

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
		商店街（代表者）	・来春の新学期向けの注文等を取り始めたところ、生徒数は減っているものの大体前年並みの注文が出てきている。景気はそんなに良くはならないが、売上は何とか前年並みには到達すると見込んでいる。
		商店街（代表者）	・ここ数か月順調に推移してきたが、衆議院の解散、年末の選挙で腰を折られるように感じている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・これから年末に向かって少し客足が上向くのではないかと期待している。
		百貨店（店長）	・アベノミクスも叩かれ始めたり、世相が明るくなる要因を見出すことができない。
		百貨店（店長）	・客の購買意欲は非常に低い。特に、ごく庶民的な客はその傾向が強い。
		スーパー（店長）	・客単価と買上点数は好調であるが、来客数が増えないことには売上も上がらず利益も出ない。ある程度来客数に戻るまでは厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・年末年始に向かうので、今よりは悪くならない。
		コンビニ（経営者）	・年末についてはクリスマスやおせちなどの催事物がある程度伸びると思うが、1月以降についてはやはり季節変動があり、あまり良くない状況になるため、あまり良くない現状のままで変わらないという判断である。
		コンビニ（店長）	・近隣の工事は3か月ぐらい先まで予定されているということなので、売上が減っていた分が、工事関係者の来店分で何とかなるのではないかと見込んでいる。実際は落ちているのかもしれないが、販売量はあまり変わらないと予測している。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数が激減している。消費税増税も先送りされたので、駆け込み需要も期待できないため、先行きは悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・1～2月は雪がすごいで、例年は12月にある程度販売台数が伸び、1～2月が落ち込むというパターンだが、今年は12月に選挙があるので、新車販売については12～2月まであまり望めない。サービス入庫はそこそこあると思うが、このままの悪い状態が続くと考えている。
		乗用車販売店（管理担当）	・年末商戦を迎え、必要な衣食についてはやや増加するが、自動車の購買意欲は下降傾向にある。
		住関連専門店（店長）	・良くなる要素がない。特に、高額の商品は売れない。
		住関連専門店（仕入担当）	・不安定要素が多く、消費税増税、円安による値上げ、選挙と続き、年末に向けて消費者の節約志向はますます強くなり、デフレ傾向も強まる。
		一般レストラン（経営者）	・飲食関係、特に宿泊に関して話を聞くと、相当数の同業者が12月のこの時期での選挙による影響を心配している。
		一般レストラン（経営者）	・世の中の消費動向にかかわらず、選挙をやっているようでは、なかなか経済回復、消費傾向が良くなることはない。
		スナック（経営者）	・選挙次第だと思うが、急に良くなったりはしないのではないかと。消費税増税がしばらく据え置きになったのは良かったが、悪くならなくなったというだけで、良くなるわけではない。
		観光型旅館（経営者）	・冬季は県外からの集客が減り、地元客が中心となる。県外企業と比較するとまだまだだが、今年は地元の手企業を中心に景気回復の動きがあり、忘年会の需要は例年と比較して多いようである。
		都市型ホテル（副支配人）	・前年以上の数値で推移していくとは思いますが、予約状況から判断するに、ほぼ現状維持の見込みである。
		タクシー運転手	・今の状況では、悪くなることはあっても良くはない。
		タクシー運転手	・今月の動きは前年同月比で103～104%くらいとやや良いが、一時的なものなので、先行きはちょっと分からない。
		タクシー（経営者）	・10月の動きは良かったが、11月後半よりやや動きが悪くなってきている。この先も変わらない。
		タクシー（役員）	・円安が変わらない限り、良くも悪くも変わらない。
		通信会社（経営者）	・今の政策は富裕層にばかり恩恵が偏っているように思えるが、富裕層の比率の少ない地方は壊滅状態である。ほとんどの消費者は株価が上がっても何の恩恵もなく、円安によるデメリットを被っている。こういった人々を相手に商売をしているので、良くなるはずがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・アベノミクスのネガティブな反応も出てきており、消費税増税、物価高のあおりを受け実質賃金が下がっている現状では、とても消費回復には至らないように思う。今後は短期、中期型で購買意欲を盛り上げる施策が必要である。
		通信会社（局長）	・今後の政策の行方により景気に変化すると考える客が多く、現況では先行きを見通すことは難しい。
		テーマパーク（職員）	・来客数が増加につながる要素が明確にないため、増加すると思えない。
		ゴルフ場（支配人）	・年末のゴルフコンペの予約が少なくなっている。やはり総選挙の影響でコンペ不成立の状況が続いているようである。
		美容室（経営者）	・年末に向かって忙しくなると思うが、まだ今一つ予約が盛り上がっていない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・政治の不安定さもあり、人の動きに変化がない状況は今後も続く。
		設計事務所（経営者）	・年末と年度末は依頼が多くなるが、今年はずっとより早く予定が入ってきている。
		設計事務所（所長）	・しばらく大きな変化はない。セミナーやイベントを企画し工夫していかないとこの危機的状況は変わらない。
		設計事務所（所長）	・消費税増税の先送りもあり、建築希望の客は増えているものの、少し余裕をもって建てたいということで当分は上向きにならない。ここ数か月はこの状態が続くのではないかと。
		住宅販売会社（経営者）	・悪い状態にあるので選挙で政局が激変しない限り、状態は変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・まだ住宅については空室が多く、家賃の値下げが続いている状況のため、景気が良くなるとは思えない。
	やや悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・天候にも左右されるとは思われるが、季節商材くらいしか売上増を見込めない状況である。必要なものを必要な時に購入してもらえるように工夫していく以外に商品の動きが出てこない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・相変わらず一般消費が伸びる要因は皆無である。
		百貨店（販売促進担当）	・今後2～3か月先については、前年の売上が消費税増税前の駆け込み需要を多分に含んでいるため、前年実績をクリアすることは非常に難しい。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響をいまだに引きずっており、不要不急な物への関心は至って低く、生活防衛意識も高まっている。また、年の瀬の選挙も控えており、政権が落ち着くまで今後しばらくの間は個人消費の更なる減退が心配である。
		百貨店（店長）	・消費意欲が上がってこない。衣料品、アクセサリ等、身の回り品に購入手控えのムードがあり、冬のボーナスも良い話は聞かれない。円安による原材料高騰で商品が値上げされるといった情報のほうが多い。
		スーパー（経営者）	・景気の足踏み状態が社会に浸透するような感じがする。
		スーパー（統括）	・10月末の半導体大手の工場閉鎖で、下請も含めると1千人規模の雇用が一気になくなる。居住人口の減少によって、工場周辺の地域全体における消費の冷え込みが懸念される。
		スーパー（商品部担当）	・為替による影響と一部商材の値上げによる買い控えの可能性、来客数の伸びが見受けられない状況から、売上は苦戦を強いられると考えている。
		コンビニ（店長）	・商品の値上げなどいろいろと状況が悪い中、各種の拡販イベントを行い、年末年始の予約等もあって何とか前年に近い売上を上げているが、もう限界である。
		衣料品専門店（統括）	・歳末にかけいろいろと集客のために考えるイベントや催し物があるが、2～3か月後は年末年始の終わった後ということで、客が街に来る機会が少なくなるのではないかと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・3か月先は企業の期末決算準備で、代替時期とはいうものの、現時点の景況や総選挙の結果いかんでは不透明なため、先行きは心配である。
		乗用車販売店（営業担当）	・車に関する話にゆっくり時間を割いてもらえない状況が気掛かりである。時節柄仕方のないことかもしれないが、ユーザーのペースに我慢するしかない。
		一般レストラン（経営者）	・消費低迷の状況が報道されているので、余計に消費しづらくなっている。長かった不景気時より更に悪くなっているようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・円安で輸入品の価格が上がっているにもかかわらず国内での販売価格に完全には転嫁しきれず、会社の利益を毀損している。
		旅行代理店（従業員）	・物価上昇と賃金増に差が出ているため、やや悪くなる。
		旅行代理店（副支店長）	・選挙等による旅行の中止や、長野県北部地震の災害等で受注が落ち込んでいる。今後もバス料金の値上げなどで旅行離れが懸念される。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行業は全般的に1～3月にかけて売上量が鈍化する傾向にある。
		通信会社（経営者）	・円安での値上がりや先行き不透明感などから消費が上向く要素がなく、節約志向は一層強くなる。
		観光名所（職員）	・今後スキーシーズンを迎えるが、冬期の入込は毎年下降線をたどっている。また、長野県北部地震の風評被害も懸念される。
		競輪場（職員）	・今年最後のG1レースは日程的にも天候的にも良かったのに、売上が前年度を下回ったからである。
		美容室（経営者）	・地方都市ではボーナスが支給されない企業も多く、更に住宅ローンを抱えて返済に追われ、消費の伸び悩みは確実である。当店はここ数年、年末商戦にいろいろな形で取り組んでいるが効果が上がっていない。従業員には申し訳ないが、ボーナスを支給できる状況ではない。来年の消費税納税を懸念している。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・客は買いたい物だけを買いたい、宿泊や映画についても単体のみの売上ということになってきているので、総体的にはやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・更なる消費税増税の延期で景気悪化基調を認識するようになり、消費は低迷するものと思われる。
悪くなる		商店街（代表者）	・消費税増税の影響がまだ続くのではないかと。財布のひもは固いようである。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・12月2日から告示があって14日に選挙が行われるため、人の動きも少なく、商売的にはあまり良い方向にはいかない。そのようなことで今月も良くないが、来月もうまくいかない。
		スーパー（店長）	・消費税増税が先送りされたが、ゆくゆくは増税になるという考えが客の頭にあるため、買い控えが多くなっている。
		衣料品専門店（販売担当）	・選挙の影響だけとは言いたくないが、選挙が始まると間違いなく人の動き、お金の動きがぱたっと止まってしまう。12月という一番数字が上乗せできる時期に選挙が行われるという状況には、相当憤りを感じているが、こればかりは仕方ない。影響が相当出てかなり厳しくなるので、年が明けてからもずるずるひきずる形で悪くなる。
		家電量販店（店長）	・個人消費の意欲がわくような施策が欲しい。映像の4Kテレビも高精細ではあるが放送が地上波で流れないため、購買意欲を刺激できていない。現状では景気につながるけん引商材がない。
		一般レストラン（経営者）	・飲食業の中小企業者にとってまだまだ景気回復は遅れている。客が非常に消費を控えているので、ますます悪くなる気がしている。
		スナック（経営者）	・本当に良くなる要素が1つも見当たらない。アベノミクスが末端まで来るにはあと何年かかるのだろうか。いつもそんな風に思っている。
		観光型ホテル（経営者）	・12月は選挙の関係で忘年会や団体客のキャンセルが多く出ている。また、11月をピークに1月からはオフシーズンとなるため、先行きは悪くなる。
		旅行代理店（所長）	・年末の選挙により消費マインドが低下することを否定できない。忘年会時期に大きく響く。
		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）	・本業の環境装置関連が堅調なので、先行きも良くなる。自社の太陽光発電工事は電気工事を始めとしてバブル価格が続いているが、パネルの仕入価格は円安で大幅に値上がりしている。		
やや良くなる	食料品製造業（営業統括）		・工場見学者の消費マインドはやや低下しつつあるが、各メーカー共に独自性のある商品は順調に売上を伸ばしており、今後も更なる新商品の開発が期待されている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・建材の値上がりにより苦しい状況であるが、アベノミクスに期待したい。

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
		建設業（開発担当）	・アベノミクス効果でこの2年間は公共工事が大幅に増え、大変有難い状況である。建設業者の考えとしては前政権の政策には戻りたくない。建設業は10年以上続いた不況のため、若手作業員が少なく、高齢の作業員ばかりで作業員不足が続いている。東京中心の建設ラッシュにより人件費や材料費が高騰しており、受注しても利益確保が難しい状況も続いている。また、過去の赤字続きのため、金融機関への借入金利息も経営を厳しくしている。これらを払しょくしなければ健全な企業にはなれない。
		司法書士	・街全体が少し活性化してきている。開発話も少し聞こえてくるのでやや良くなるかと考えている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年始は受注の谷間になるので、自社新製品の展開に期待したい。
		金属製品製造業（経営者）	・今のところは安定してそれなりの仕事量を確保しているが、今後の見通しはよく分からない。これからも仕事が増えることを期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量の変化は全くみられない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・業種を問わず、取引で好不調が明確に分かれてきており、不調な取引については急激な回復は全く見込めない状況にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・前年の10～12月の売上と比較すると、月平均3～4割減と大分落ち込んできている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量、生産量共に現状と変わらない状態が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後の状況は全く分からないが、取引先が十数社あり、良い会社も悪い会社も、忙しい会社も暇な会社もあるので、今の良い状況のまま変わらず推移すると考えている。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのままで推移するのではないかと考えている。
		通信業（経営者）	・選挙で一時良くなる気もするが、消費税増税や年金制度の不安を抱えて一般消費者は消費を抑えるしかない状況について、老後の不安がない官僚や国会議員は理解していない。景気は徐々に停滞しそうである。
		金融業（調査担当）	・円安による悪影響が懸念されるほか、個人所得の上昇が遅れていることにより、個人消費が弱い状況も続くと思われるため、変わらない。
		金融業（経営企画担当）	・消費税増税の見送り、10月末の日銀による追加の金融緩和実施のほか、12月の選挙後に景気刺激策が出てくると想定されることから、景気は良くなるかと考えているが、2～3か月では厳しい。
		金融業（役員）	・一部の自動車関連や建設業の中で公共工事が増えているということはあるが、中身をみると競争にさらされ、ボリュームは増えているものの利ざやが厳しくなっており、実際の利益は少ないという状況である。そのため、変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・選挙がある月は消費の動きが比較的鈍くなる。一昨年の12月も年末にもかかわらず大きく落ち込んでいる。寒さが増すこの時期での、ガソリン、灯油などの原油価格低下分が消費に回ってくれば有難いと量販店の店長が話している。
		経営コンサルタント	・冬物需要、年末商戦の行方を見ないとその先の業況を判じ難い。年明けにかけ、各種の期待感はあるものの、先行きの不透明感が強くなっている。
		社会保険労務士	・新規投資には相変わらず慎重であり、しばらくは今のままの状態が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、受注量共に特段の変化はみられない。
	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・例年この時期はガスの出荷量が増加し繁忙期になるが、現状は増加の勢いが例年のペースに追いついていない。この点を考えるとやや悪くなるのではないかと。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先の受注がほとんどない。
		輸送業（営業担当）	・年末年始に向かい、食品や暖房器具等の物量の増加は見込まれるが、協力会社の車両不足により車両の確保に今までよりコストがかかるため、利益の減少も見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	不動産業（経営者）	・支払や支出が多すぎる割に、見合った収益につながっていない。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税や選挙でモチベーションは下がる一方で、景気が良くなる理由は一つもない。
		食料品製造業（製造担当）	・円安がさらに進めば、原料価格が高騰し、製品の原価を押し上げる。大手が価格を抑えているため、同業者の悲鳴がなかなか反映されない。年明けには取引先のスーパーに値上げの話に行きたいが、誰もそういう話になっていないのがかえって不気味である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・利益が上がらず、資金繰りが大変である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の生産動向報告によると、上期に比べて下期は生産計画が非常に厳しいとのことである。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・クリスマス商戦に期待したいが、衆議院議員選挙、統一地方選挙を控え、上顧客の反応は鈍い。
		不動産業（管理担当）	・原材料費の高騰や、夏よりは安くなってきたものの燃料費の高止まりがあり、上昇分を価格に転嫁できないため、当社の業務は真っ先に削減対象になりうるため、今後も厳しい。
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）	・製造業の機械関係や電子部品の組み立てなどは人員の入替えによる求人募集は継続していく。食品は年末に向けて購買力を高めるための求人が増えていく。衣料は一進一退で予測がつかないが、寒さが厳しいのか暖冬なのかによっても、食料品や衣料品の動きが出てくる。住宅関係は依然として年内に詰めていくという風な動きがみられる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今のところ仕事が安定していないので、本当に先行きが良くなるか悪くなるか分からない状況である。
		人材派遣会社（管理担当）	・年末年始に入り短期派遣が増えるが、年末年始のために入替え増員等は厳しいため、伸びない。
		職業安定所（職員）	・製造業の多くの事業所で求人数が伸び悩んでおり、今のところ改善の兆しが見られない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加率が鈍化する一方、新規求職者の減少率も鈍化している。また、基幹産業である製造業の求人が前年同期比で減少するなど好転の要素が見当たらず、今後の動向は依然不透明である。
		職業安定所（職員）	・景気が良くなっている企業もあれば、そうでない企業もあり、全体としてはあまり変化はない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中堅、中小製造業において、海外に生産拠点を持つ企業は円安メリットと無関係なのか、正社員採用に変化がない。受注が増えつつある企業が増え始めたが、単価が厳しく、先行きへの不安もあり、パートやアルバイト、派遣で乗り切ろうとする姿勢が目立つ。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・求人の中には常に同じ企業が出ており、自社に合った学生や資質の高い学生を求める企業側の傾向は変わらないように感じる。まだ企業側が人を育てるといった状況までは至っていない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・長野県北部地震の発生、選挙があり、市民が混乱している様子がうかがえる。
人材派遣会社（支社長）		・派遣先に出す人材の圧倒的な低下を感じている。企業側の採用意欲は引き続きおう盛だが、人材不足のため、なかなかマッチングができなくなっている。	
求人情報誌製作会社（経営者）		・年末年始前は求人広告の掲載企業も多いが、年始を過ぎると1～2月は求人募集も大分少なくなる。	
職業安定所（職員）		・求人数は、前年に比べ減少傾向で推移している。	
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〔米穀〕（経営者）	・今後の政治の安定とアベノミクスに期待し、同じことを継承し、形にしてもらいたいという希望を込めて良くなっていく。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・必要のないものを購入しない傾向は続いているが、今後はセール等の要因で動きが出る。

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
		スーパー（経営者）	・衆議院議員総選挙があるためである。
		コンビニ（経営者）	・更なる消費税増税が延期になるため、客の財布は少し緩んでいるのではないかと思う。
		家電量販店（経営企画担当）	・更なる消費税増税の延期が決定されたため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の販売はあまり芳しくないが、更なる消費税増税延期の発表があったので、来月あたりから大分良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・衆議院議員総選挙が12月にあり、現政権が勝って適切に予算を遂行すれば、来年1～2月以降は期待も込めてやや良くなる。建設関連のトラック需要は一時よりは減ったものの、まだ高値で買取りされているため、東北復興で下請業者も動いてくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・総選挙が焦点になる。経済政策に重点をおいて実行していくのではないかと思う。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の先送りは一過性だが、来客数は微増している。
		一般レストラン（経営者）	・消費税10%への増税が延期されたことで、財布の緩みが多少出てくる。
		一般レストラン（スタッフ）	・アベノミクスはまだ中途半端なので、総選挙でまた現政権になれば完結して少し良くなると期待している。
		タクシー運転手	・年末は動きがあると思うが、年明けが心配である。年末も総選挙の影響が懸念される。
		通信会社（経営者）	・ボーナスが期待できる。手持ちのお金も皆持っている。
		通信会社（経営企画担当）	・今後の案件情報が増加しているため、やや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・冬の閑散期を割引期間としているため、ある程度の集客を見込んでおり、予約数も確保できている。
		パチンコ店（経営者）	・少し期待も入るが、この先に総選挙があったり、しばらくの間、消費税が8%のままということが決まっているため、今の若干悪い状況からは少し上向くのではないか。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・年末年始で消費が上向くことを期待している。来客や催事の予約は順調に推移している。
変わらない		商店街（代表者）	・12月の忙しくなる時期に今年は総選挙があるので、選挙の状況によって悪くなることも考えられる。様々なことを考えて国が動かなければいけないのに、選挙という一番悪い状況に陥るので、これからが大変である。
		商店街（代表者）	・12月の選挙結果にもよるが、現在の消費マインドからすると好転する兆しは薄いような気がする。
		商店街（代表者）	・消費税10%への増税による買いだめ、前倒し購入の機会が遠のいたため、それに期待していた業種には厳しい。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・2～3か月前から客の消費の冷え込みがかなり感じられているので、簡単に回復はしないのではないかと思う。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暮れに向かって通常は商品の動きがある時期だが、総選挙などもあるため、消費者の気持ちはどう動くかである。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・文具と事務用品関係の商品がある程度売れて平均的に進んでいるため、売上が安定している。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税10%への増税が先送りされたことや総選挙の結果にもよるが、景気そのものは良くも悪くもならず、変わらないのではないかと思う。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・当地域では9月から総額8億円のプレミアム付き商品券を発売したため少々期待していたが、その効果はあまり見受けられない。半額分の商品券は大型店の加盟店でも使用できるため、やはり大型店に集中してしまうのではないかと思う。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年末に向け消費が増えると有難いが、消費者はかなり渋っている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・衆議院議員総選挙の結果にもよるが、保守政党が大幅に伸びない限りは景気が特別良くなるとは思えない。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・大きな物件は数多くあるが、まだ決定しない。客は更なる消費税増税が決まってから買おうというような考えもあるのではないか。まだ総選挙前ということもあって、客は物を買おうか迷っている状況が見受けられる。
		百貨店（売場主任）	・アベノミクスの成長戦略が軌道に乗るまでは、消費者心理は変わらない状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・短期間で変わる要素がない。12月は総選挙も控えており、選挙の月は過去の実績からも売上が伸びない。今後も当面は厳しい状況が続くため、対策を講じる必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・総選挙を控え、12月中旬までは回復しないと考えている。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税による反動減から回復傾向にあるものの、売上は前年と同じぐらいで推移しているため、どちらとも言えない。
		百貨店（営業担当）	・婦人服、紳士服、服飾雑貨等のファッション商材は、天候不順の影響もあって低調である。円安、株高による個人消費への好影響は、あまり期待できない。
		百貨店（営業担当）	・円安による原材料の高騰に伴い、各商品の値上げはしばらく続く。冬のボーナスに期待したいところではあるが、最近の傾向から将来を考え、無駄な出費を抑えることが予想される。生活必需品の低迷を、高額品やインバウンド需要で補うことは難しく、現在の厳しい状況は変わらない。12月の総選挙の結果次第で、現状路線が否定されると混乱をきたすことが懸念され、さらに悪化することも危ぶまれる。
		百貨店（営業担当）	・総選挙が歳暮商戦、冬物最盛期にぶつかり、消費意欲が上がるらない中で、良くなる要素も他にない。
		百貨店（店長）	・消費税増税の影響が長引いている。
		百貨店（経営企画担当）	・消費者の所得が上向きにならない以上、売上が上がる要因は少ない。
		百貨店（副店長）	・総選挙を控え、消費熱に微妙なマイナス影響を与えるのではないかと。暖冬という予報でコートなどの冬物衣料が売れなくなるし、平年よりも雨が多いと来客数に影響する。
		スーパー（販売担当）	・客は曜日や広告、ポイント何倍といった特典の付いた日や店舗などを上手に買い回り、そういった商品を手にとってすぐレジに並んでしまう。付加価値の付いた少し良いグレードの商品はなかなか買わない状況が続いている。
		スーパー（経営者）	・多少は良くなってきている気もするが、あまり良くもなく悪い状態が続いており、それが今後も続く。
		スーパー（店長）	・3か月後の景気については良いと答えたいところだが、今の段階では変わらない。12月に衆議院議員総選挙があるので12月13、14日の土日に緊急号外を入れて集客を図って何とか売上確保に努めていきたいが、現在のトレンドからいくと悪いまま推移していくのではないかと。選挙結果がどうなるかわからないが、客自身が安い物しか買わず、必要以外の物は買わないため、注視して見極めなければならないので、なかなか厳しい。
		スーパー（店長）	・数か月落ち着いていた生鮮食品はこれから相場高になり、年末を控えて出費もかさむ時期と重なるため、催事時期の反応は良いかもしれないが、長い目で見ると厳しい状況は続く。
		スーパー（総務担当）	・株価が上がって景気は良いようにみえるが、当店のような小売業のスーパーでの需要に関しては、客の実質賃金が上がってないと思う。今年は暖冬予報のため、衣料品や寝具類などは厳しいことが予想され、食料品もそれほど売上が大きく伸びるという見込みは立たない状況である。
		スーパー（総務担当）	・競合店開店の影響が大きく、2～3か月は今と同じ悪い状況が続く。
		スーパー（営業担当）	・12月の総選挙の結果によっても景気が左右されるが、更なる消費税増税が延期されたことにより、当分の間は景気の底支えができるのではないかとと思う。
		スーパー（仕入担当）	・更なる消費税増税は18か月見送られたが、消費を喚起する起爆剤とはならない。円安の影響により年明けの輸入商材は更に値上げとなる。
		コンビニ（経営者）	・周辺の状況が以前と全然変わっていないため、先行きも変わらない。
		コンビニ（経営者）	・年末年始を迎えるためやや良くなると思うが、客の懐具合は寂しいようなので、それほど大きな期待はできそうにない。
		コンビニ（経営者）	・単価が落ちてきている。客の買物にもプラス一品がなく、買い控えの傾向がみられる。
		コンビニ（経営者）	・就職活動している客が、なかなか決まらず、決まっても本当に行けるのか分からないと話しており、先が分からない状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・前年と比較しマイナストrendが継続しており、特に、来客数の改善がみられそうにないため、この傾向が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・日常生活に関する消費には非常にシビアであるものの、冬ギフトやクリスマス、おせちの予約などは比較的好調である。行事に対する支出は家計の中で占める割合が大きくなっているようである。
		コンビニ（商品開発担当）	・客単価は下降していないが来客数減が続いており、今後も増加につながるような話題が少ない。
		衣料品専門店（経営者）	・このままずるずると冬物バーゲンに入る。天候や総選挙等の影響が盛り上がりの不安材料となる。
		衣料品専門店（経営者）	・実質収入が増えないことには消費が増えることは見込めず、景気の変化は期待できない。買物の様子をみても二極化がはっきりしており、コーディネート商品をそのまま何組も買上する客もいるが、慎重に単品を品定めしている客が最近増えている。
		衣料品専門店（経営者）	・所得が上がらないのに物価高や消費税増税で購買力が低い状態がしばらく続く。
		衣料品専門店（店長）	・4月以降続く来客数減の状況が3か月間で改善するとは思えない。
		衣料品専門店（営業担当）	・店の勢いを継続させ、販売員のモチベーションをもっと向上させれば、急激には下がらないはずである。現在、9か月連続で前年を達成しているが、12か月連続も夢ではない。
		家電量販店（統括）	・小売における環境は3月まで非常に厳しい。前年の駆け込み特需の影響をこれから大きく受ける。
		乗用車販売店（経営者）	・更なる消費税増税が先送りになったが客の購買意欲にあまり変化がみられず、急激な回復は見込めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税先送りのせい、以前と変わらず買い控えが続いている。購入するユーザーは故障などのやむを得ない事情により買換えている。
		乗用車販売店（渉外担当）	・受注は新型車効果が大きく、ハイブリッド車は思うように伸びないものの総受注は前年並みに推移している。来客数も新型車効果で増えているが、ひとりのボーナス需要はみられず、予断を許さない状況である。ここ数か月は大きな変化はないとみている。
		乗用車販売店（販売担当）	・現状より下がることはないと思うぐらい悪いが、来年3月にエコカー減税が終了するため、先行きもかなり不安である。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の延期により、駆け込み需要が期待できなくなった。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・総選挙の結果次第でまた情勢が変わるかもしれないので、気になっている。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・物価の上昇に加えて人件費も高騰してくれば、会社としては難しい局面もいずれは出てくる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・春にかけて国内外で話題のゲームソフトが多数発売予定で好調になると考えられるが、その他の商品は軒並み見込みを落とすのではないだろうか。
		高級レストラン（副支配人）	・法人関連を中心とした宴会予約の受注状況から判断して変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・来客数、客単価共に前年と比べても上向いているとは感じられず、平行線である。
		一般レストラン（経営者）	・現政権が総選挙で大敗すれば急に景気が落ち込む可能性はあるが、大負けも大勝ちもせず、現在のまま政策が進むような感じがする。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の客の動きをみても鈍く、直近で若干動きがあるものの使い控えが顕著になってきている。来年の消費税増税は見送られたが、根本的に景気が停滞しており、是正されなければ現在と変わらない状況が続く。
		旅行代理店（経営者）	・3か月先の見通しがなかなかつかず、現況と変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・国政選挙の影響で変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・日常的に必要な出費は仕方ないが、旅行などの娯楽費用はどんどん減ってしまうのではないかとと思う。
		タクシー（経営者）	・消費税増税が延期されたとはいえ、上がることには変わりなく、その増税に収入が追い付いていない。乗務員の給与は全体的には下がる傾向にある。
		通信会社（経営者）	・スマートテレビやタブレット視聴による加入増が純増を下支えしている状況であり、インターネットと電話の獲得に陰りが出始めている局が担当エリア8局中2局出てきている。
		通信会社（経営者）	・毎月、契約目標を守るのに精一杯な状況は継続する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・景気の見通しが不透明であり、大きく上昇する要因も見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・所得が増加する要因がないため、しばらく景気は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・目新しいサービス、コンテンツが出てくるまでは価格重視の傾向が続く。
		通信会社（局長）	・消費税増税の影響がまだ消費に対して消極的に働いているようで、当社のような継続的に支払いが生じる商品には慎重な姿勢がうかがえる。
		ゴルフ場（従業員）	・悪くなると回答しないだけ以前より良くはなっているが、上向きは実感できず、簡単に期待もできない。
		ゴルフ場（支配人）	・良くなって欲しいという希望はあるが、寒い冬に向かって変化は感じられない。
		美容室（経営者）	・夏以降、消費がかなり落ち込んできている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・このままだと上向きにはならず、良くて現状維持である。何も良い材料が見つからないまま来年度に向かうのではないか。
		設計事務所（経営者）	・一つ一つが手間も時間もかかるプロジェクトなので、現在の仕事状況から考えると、良い方向にいらっているとは考えにくい。
		設計事務所（職員）	・消費税増税は先送りになるようだが、建設設計業界に大きな影響はないように思う。
		住宅販売会社（従業員）	・更なる消費税増税が延期となり、駆け込み需要が期待できなくなった。住宅エコポイントの復活など良いニュースもあるが、客はいつから開始になるのかと様子見となっているため、しばらくは変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・今月はやや良いが、来月以降の動きがまだみえてこない。
		住宅販売会社（従業員）	・都内の案件はこれからも順調に推移していくと思われるため、当地域の仕入をなるべく減らして都内中心に業務を展開していければ、良くなっていく。12月は前年も契約が多くできたので、力を入れていきたい。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費税増税の反動は弱まってきているが、原材料や燃料価格の上昇で住宅資材全般に値上げが出てきているため、積極的な購入が進んでいかない。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・更なる消費税増税の時期を1年半遅らせたことからみても、景気が非常に悪くなっていると中小企業は感じている。今後、消費税が8%のままとしても景気が底を打って持ち上がるような雰囲気は全く感じられない。
		商店街（代表者）	・今年天候に左右されたため、衣料品関係は冬物の動きが非常に鈍い。競争も厳しいため、客は安い物に走っていくような状況で、売上は2割ぐらい減少している。総選挙の結果にもよるが、厳しい状況が続くのではないかと。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・給料が上がらずに物価が上がっているため、景気が良くなるはずがない。その程度がどのくらいかは総選挙の結果でまた違ってくるので、心配している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・企業が移転して社員用のお茶のコスト見直しが進んでいる。来客用のお茶に関しては、まだ現状維持の会社が多いようである。
		百貨店（広報担当）	・来年10月に予定されていた消費税増税が延期となったため、その影響による売上減は免れたものの、駆け込み需要もなくなり、景気の刺激策が見当たらない。インバウンドは増加しているが、小売業の恩恵は都心の一部店舗に限られ、一般的な波及効果は少ない。客の買物も二極化し、高額品は売れているものの実用品は無駄のない計画的な購買行動となっている。
		百貨店（営業担当）	・これだけ連日のようにマスコミ等でマイナス環境を取り上げられると当然、婦人服などは厳しくなる。円安も含め、メーカーが商品を作らず、売り逃しを含めて厳しい状態は続く。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数の落ち込み以上に単価が落ち込んでおり、客が買物により慎重になっている。円安基調による価格の上昇といったマスコミ報道も影響している。また、衆議院議員総選挙によりギフト需要には影響がある。
		百貨店（管理担当）	・4月の消費税増税後の景気の落ち込みと10%への増税への不安から、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
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税や円安による輸入品の値上がりに対して所得の上昇が十分ではなく、消費意欲が弱含みになっている。株高による資産効果を背景とする高額品の消費はあるものの、消費全体に対する効果は限定的であり、中間層、地方まで所得上昇が実感を持って広がっていかない限り、景気は後退する可能性が高い。
		スーパー（店長）	・将来、所得税や保険料が上がり、また、1年半以降に消費税増税があるため、生活防衛の動きが感じられる。また、株高ではあるが可処分所得が減少するばかりで、買上点数の減少や来店頻度が低くなっている。
		コンビニ（経営者）	・客の様子から少し後退気味に感じる。
		コンビニ（経営者）	・客単価、買上点数共に下降が止まらない。客の財布のひもはますます固くなり、セール頼みの商売が続くそうである。
		コンビニ（経営者）	・つい先日、近隣に食品スーパーがオープンした。また、当店と同じチェーン店のコンビニエンスストアが近くにまた開店したため、四方を同じチェーン店に囲まれるようになった。食品スーパーも乱立するようになり、最近是需要と供給のバランスにおいて供給の方が過多になっているような商圏になりつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・円安、消費税増税、暖冬の影響、また、選挙があると消費が落ちるため、先行きがみえない。
		衣料品専門店（経営者）	・アベノミクス効果が発揮されないうちに総選挙となり、余計に消費動向は良くない。また、円安で輸入品が大変高くなっており、小売業にとっては難しい問題が山積している。
		家電量販店（店員）	・経済の動きを考えると、購買意欲があっても消費は控え目という状況が続く。
		住関連専門店（営業担当）	・円安の進行による原料価格の高騰が製品価格の上昇を招いている。更なる消費税増税が延期となったため、直近の消費マインドの向上も見込めない。
		住関連専門店（統括）	・更なる消費税増税が延期になったため、買い控えが極端に出ている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・メディアでも報道されているとおりGDPの数値が悪く、消費意欲は引き続き低迷する。将来へのみえない不安と税金、保険料の負担増が消費意欲を低迷させている大きな要因である。
		一般レストラン（経営者）	・1～2月は売上が落ち込む時期であり、特に2月は年間で一番落ち込むので悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税は先送りになったものの、暮れの総選挙、円安で仕入価格が上がり、物価は少し上がっても収入は上がらず、消費者の財布のひもはきつくなるばかりである。飲食業にとって厳しい年末年始になりそうである。
		旅行代理店（従業員）	・円安の影響で海外への渡航者数が減っているため、旅行参加者が通常より減り、業績が良くならないことが見込まれる。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は冬のシーズンに入るので、秋の観光シーズンよりは法人団体、個人共に落ちてくる。また、円安で海外旅行については不安材料があるため、やや悪くなる。
		タクシー運転手	・どの方向に向かっているのかが分からない。国も迷っているのだろうが、我々も非常に迷っている。
		タクシー運転手	・12月が1年で一番忙しい時期なのに衆議院議員選挙ではあまりにも厳しく、期待できそうにない。ますます財布のひもはきつくなりそうである。
		タクシー運転手	・深夜残業でも交通費が出ない会社が随分増えているような感じがするし、会社の飲み会が少なすぎる。昔のようには言わないが、上司や会社の経費で宴会したり、ゴルフの接待などをしてもらわないと全体的に元気が出ない。
		タクシー（団体役員）	・例年、年末は繁忙期となるため上昇が見込まれるが、賞与に関し特に明るい報道もなく、選挙時は稼働が落ち込む傾向があるため、総合するとやや悪くなる。
		通信会社（社員）	・順調にきていた加入獲得ペースがややスローダウンしつつある。この状況に対応する施策を打たなければやや悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税は回避されたが、円安、異常気象などへの対応や不安で好転の兆しが少ない。
		観光名所（職員）	・2か月後は1月の初詣でシーズンになる。過去の1月はかなり良かったが、信仰心の関係で年々当地への参拝客が減っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・家族での来場が以前にも増して減ってきている。年末の総選挙も控えており、消費が拡大していくとは考えにくい。	
		美容室（経営者）	・街が段々過疎化になっているせいか、来店率が低くなっているような気がする。	
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・この3か月ぐらいは生徒数が減少している。塾業界では単価を下げているので競争が激しくなっており、小さな学習塾の景気は一向に良くならない。生徒数の減少が続いている。	
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・今までに何度も良くなると回答してきたが、希望的観測に終わってしまっている。これからも良くなる要素が考えられず、2～3か月後は正月と2月のため、もっと悪くなってしまう。	
		設計事務所（経営者）	・更なる消費税増税が先送りになったことや12月中旬の総選挙で、経済の見通しが見えない。まして建築設計については今ではなく年が明けてからでもといった感じが若干見受けられる。ホームページ等で新しい物件について客の建築意欲を高めようと相当頑張っているが、つかめていない。行政の仕事においても指名が少なくなったり、不調になる傾向が多くなり、また、単価が上がったために先がみえない。	
		設計事務所（所長）	・例年、この時期は来年具体的に動くための計画物件を行っているところだが、今年はその動きさえない。	
		設計事務所（所長）	・新しい情報等が少なく、新規物件の開拓には少々難しい時期ではないかと考えている。	
		設計事務所（所長）	・仕事量が非常に少ない上に単価等も下がっているため、競争意欲がなかなか向上していない。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注が改善される見込みがないため、受注残が更に減少して売上が落ちる。	
		住宅販売会社（従業員）	・事業者側、中でもテナントの出店意欲が減退していると感じられ、受注量の減少に歯止めがかからない。	
		悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・将来、消費税が10%になると言われているが、今のこの悪い景気ではとにかく売上も下がる一方で、見通しも立たない。
			一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末にかけて売れる商品が見当たらない。大手企業の会社員と公務員の購買意欲はありそうだが、一般消費者の需要はまだ見込めない。
			一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・原材料や人件費の高騰にもかかわらず、給与所得から天引きされる税金と社会保険料等が上がっているため手取り金額は少なくなっており、消費意欲が低下している。デフレ脱却と言っているが、相変わらず安さでの顧客の奪い合いが続いている。
			百貨店（計画管理担当）	・昨年、駆け込み需要で購入した時期にあたるので、消耗品以外はすでに持っていて新たに買う必要がなく、消費意欲は更に冷え込む。
コンビニ（経営者）	・先行きはますます厳しくなる。			
衣料品専門店（店長）	・客の節約志向が高まり、気温は下がったものの肌着や寝具などの実需商材は伸び悩んでおり、しばらくはこの状況が続くそうである。			
乗用車販売店（経営者）	・更なる消費税増税がなければ新車の購入も先送りする等の声が聞こえる。消費税が上がればもっと景気は悪くなるだろうが、客の購買意欲が下がっているように感じる。			
一般レストラン（経営者）	・この時期に総選挙をしたら良くなるものも良くなるはず、悪くなる一方である。現政権が過半数を取ってもその後の選挙までTPPなどを放ったままでは、経済は良い方向へは向かわない。			
旅行代理店（従業員）	・団体旅行の見積件数が極端に減ってきている。受注依頼は来るものの、半数以上が来年4月以降の予約である。			
タクシー運転手	・消費税10%への引き上げを17年4月まで1年半延期し、師走選挙ではタクシー業界の景気は落ちたのである。			
住宅販売会社（経営者）	・住宅事業においては消費税増税後、客は全く来店せず、広告をいくら出しても反響が全くない。また、総合建設業においては建設費の高騰で採算が取りにくくなっている現状が、いつ改善されるか全く見通しが見えない。来年10月からの消費税増税は延期されたが、政府が何か景気対策を打ってくれない限り、当分この状況が続く。			
企業動向関連	良くなる		○	○
	やや良くなる		食料品製造業（経営者）	・消費税増税が延期されたことで取引先は大分安どしているようなので、上向くのではないかと。

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
(南関東)		一般機械器具製造業 (経営者)	・今年は量産の試作品を何点か確保しており、それが今後立ち上がってくるような気配である。他の物が減らなければ、売上が若干上がってくるのではないかと思う。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・総選挙後の景気対策、消費税増税に向けての駆け込み需要など、今後、引き合いや受注が活発になると予想している。
		建設業 (経営者)	・年末から年度末へと入るので修繕関係の工事が入り、良くなる。
		輸送業 (経営者)	・日銀総裁の発言にもあるように、量的緩和が定期的に行われるような状況になれば、流動性が高まって若干景気が上向きの方向にいくのではないかと思う。
		輸送業 (経営者)	・人手不足は相変わらずで、仕事量が増えている。必然的に販売価格の上昇が見込まれる。
		不動産業 (総務担当)	・オフィスの入居率が高水準で続いており、今後解約予定のテナントもなく、安定した収入が当面見込めそうである。
		税理士	・アメリカの景気が戻ってきて日本車の売行きが良いが、中国ではバブルがはじけるなどの問題から、日本の進出企業が人件費の高騰等で撤退している。国内ではアベノミクスにより政治が先導しているため、中小企業も段々良くなって底辺から脱してくるような気がする。
		税理士	・消費税増税が先送りされ、アベノミクスの成功への道筋ができあがれば景気の上昇は見込まれる。
変わらない		食料品製造業 (経営者)	・値上げがまだ続きそうなので、消費は冷え込んでしまう。
		食料品製造業 (営業統括)	・年末に向けて良くなって欲しいという期待感はあるが、総選挙による消費への連動が不透明である。
		繊維工業 (従業員)	・アベノミクス景気は中小零細企業やその従業員には厳しく、決して好転しているとは言い難い状況にあり、現状が大きく好転するとは考えにくい。
		出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・会社関係の設立が少ないこともあり、伸び悩んでいる。一方で、個人の需要が少しずつ伸びているため、総合すると変わらない。
		出版・印刷・同関連産業 (総務担当)	・更なる消費税増税が延期になったとはいえ、景気が良くなるという期待感もなく、現状維持が精一杯である。
		化学工業 (従業員)	・年末が近付いているが受注量は増えず、年明けセール等の実施を中止するところが増えている。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・アベノミクスの成果はまだ出てきておらず、金融機関が中小企業に貸出をすれば景気は良くなるが、かなり難しいと思う。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・医療容器、化粧品容器の受注は見通しが立っているが、住宅関連部品の受注はやや勢いが欠けることと、円安による原料価格の値上げが心配である。
		金属製品製造業 (経営者)	・来月の月初めに新しい仕事が入りそうなので、年末は忙しくなる。また、見積件数は多いが、価格競争に負けているようで決まらない。原価を下げる工夫をして仕事を取れるよう頑張っていきたい。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・大手は良いかもしれないが、中小企業には実感できるものがない。
		その他製造業 [鞆] (経営者)	・身の回りの中で特別悪い、良いという話はない。革の値段が急騰するようなことがあればどうしようもないが、そのようなこともないようで、今のところ順調にしている。
		その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・景気の好転がみられない。
		建設業 (営業担当)	・12月に国政選挙が行われるが、国民の意識がどう変わっていくかが今後の焦点になる。
		建設業 (経理担当)	・年末に向かっても新しい引き合いが出てこない。年明けに期待しているものの、この地域では営繕ばかりで新規投資話が不透明である。
		輸送業 (経営者)	・景気が悪いと言うだけでどうにもならず、何を考えても八方塞がり、大変苦しんでいる。
		輸送業 (総務担当)	・荷主の出荷は依然として輸出が中心で、国内出荷は低調である。
		通信業 (広報担当)	・しばらくは一進一退の動きになる。
		金融業 (統括)	・特に良い材料がなく、選挙結果にもよるが、当面は横ばいである。

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
		金融業（従業員）	・円安の進行や原材料価格の上昇が懸念される一方で、消費税増税による売上高の反動減が続いている。中小企業からはアベノミクス効果を実感しているとの声はほとんど聞かれない。
		金融業（支店長）	・衆議院議員総選挙の行方を見極めたいとの声が多い。当面、投資に消極的な姿勢は変わらない。
		金融業（営業担当）	・円安の影響で原材料が高く、ガソリン価格等の高止まり、また、各企業の受注量がそれほど増えるという見通しが無いため、それほど変わらない。
		金融業（役員）	・更なる消費税増税が先送りされることでしばらくは現状の景気が続くのではないかとの見方が主流となってきている。
		不動産業（経営者）	・このところ物件の契約が進まない状況が続いており、空室対策に必死である。
		不動産業（経営者）	・駅近テナント物件でも賃料を下げなければ決まりにくくなっているが、独立して飲食店を開店する若い人からの引き合いが増えている。
		広告代理店（経営者）	・選挙報道で盛んに言われている地方の低迷が、政権交代後の政策の実態である。それが解消されれば、少なくともどちらとも言えない状態になるはずという消極的な期待を込めての回答である。
		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	・更なる消費税増税が延期になったため、期待している。
		経営コンサルタント	・小規模建設会社の社長は、「受注は多く忙しいが、常勤者以外の人を確保するのが難しく、対応できていない。しかも、困ったことに確保するための人件費がかなり上がっており、結果として収益を圧迫している。」と話している。良くなるには時間がかかるのではないか。
		経営コンサルタント	・経済対策が中小企業まで浸透できない何かがあるのではないか。早期の補正予算実施も必要である。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・円安による原材料等の高騰に加え、景気対策低迷の波も加わり、結果的にあまり改善されないように思う。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・人出不足を解消する手立てがない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規物件や既存契約も現状維持の傾向にある。心配なのは労働力で、募集を出しても集まりにくくなってきている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今後も競合他社との高速インターネット環境整備に関わる厳しい競争は継続していくと想定される。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・11月は毎年注文のある季節商材で維持していたが、通常はあまり良くない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・前年は消費税増税前の駆け込み案件が多少プラスに転じたが、その分の前年比でのマイナスに受注量の減少がさらに追い打ちをかけるかと考える。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いはあるが、話を詰めると予算がないということで成約に至らないことが非常に増えているので、まだ景気は落ち込んでいる。
		建設業（経営者）	・消費マインドを上げるほどの物がない。
		輸送業（経営者）	・稼働日数が少ない期間になり、売上の減少と人手不足による外注費の増加等で悪化要因が多くなるため、やや悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・燃料費が下がってきたことは良いことだが、物量の低迷が続く取引では物流コスト削減の動きがあり、業況は厳しい。
		通信業（経営者）	・アベノミクスの第3の矢がみえない。
		広告代理店（従業員）	・受注量、販売量共に減少する。今月はスポット的に受注が伸びただけであり、今後は前年と変わらず推移する。
		広告代理店（営業担当）	・円安が進みすぎて一般消費者にとって日用品、ブランド物などの物価が高くなったためである。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新しいツールも考えにくく、全く明るい材料が見当たらない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・デフレ対策の失敗や中国経済の減速のため、やや悪くなる。
		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
		精密機械器具製造業 (経営者)	・衆議院議員総選挙で一時的には株高になるが、日本の借金をどのように減らしていくのかを明確にしないと海外からの信認は得られない。円安が加速してインフレ傾向になるが、実勢が伴わない。
雇用 関連 (南関東)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社(支店長)	・Web系サービスを強化する企業では、サービス強化に伴う営業職や技術者採用のロットニーズが出るなど、人材の集め方次第で成約数の伸びが期待できる。
		人材派遣会社(営業担当)	・取引先の上期の状況をみると比較的好調のようなので、来季に向けて投資が多くなる。一方で、個人消費は消費税が8%になってから買い控える人も多い。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・大手企業の動きが活発になれば、必然的に中堅企業も動き出す。予算の前倒し執行が予想される。
		職業安定所(職員)	・介護関係、新規開設事業が多く、人手不足のため、外国人雇用について検討を始めたとの声も聞かせる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・この時期に総選挙があり、その後どうなるか分からないため、しばらく様子見で変わらないのではないかとという経営者が多い。
		人材派遣会社(社員)	・12月の衆議院議員総選挙の結果によるのではないかと。
		人材派遣会社(営業担当)	・各企業とも正社員、契約社員の採用が積極化し、また、求職者も社員希望者数が増加しているようである。雇用は流動化しているようで、採用コストを抑えて人材採用する動きが出てきている。そのため、人材ビジネスとしては売上が厳しくなってきた。
		人材派遣会社(支店長)	・選挙結果によるところも大きいですが、経済成長にかかわる何か新しいことがあるようには思えない。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・政情が現状のまま続くとすれば、良くも悪くも大きな変化はない。業務縮小している企業がある一方、中には新規開業のための求人もあり、好不調の温度差が大きい。
		職業安定所(職員)	・新規求人数は増加しているが、パート求人の増加率が26.5%と目立ち、正社員求人はあまり増加していない。
		職業安定所(職員)	・求人者の採用意欲は引き続き高いと思われるが、求職者の減少傾向は続き、また、ミスマッチもあり、求人者側で欲しい人材を確保できない状況が予想される。
		職業安定所(職員)	・新規求人数が横ばいになる一方で、減少が続いていた新規求職者数は前年同月と比べプラスに転じ、減少に歯止めがかかってきた。
		職業安定所(職員)	・現状では大きな雇用調整等の情報もなく、突発的に何かの要因で変化がない限り、現状のまま推移していく。
		職業安定所(職員)	・先行きについては分からない状況である。
		民間職業紹介機関(経営者)	・採用までに時間がかかる傾向が常態化してきている。
		民間職業紹介機関(経営者)	・人材採用面では、定期採用も抑えていた4、5年前から改善されてきていることは確かだが、安定して好転しているとは感じられない。
		民間職業紹介機関(職員)	・3月決算企業の来期以降の計画検討段階になってきており、今期だけでなく来期も見据えた際に、一部業界では採用を手控える企業が出始めるかもしれない。
		民間職業紹介機関(職員)	・企業の求人意欲に変化はない。
		学校[専修学校](就職担当)	・事前の採用計画確認状況より、新規採用、採用者の増員、再募集など、若干の増加はみられるが大きな変化はない。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・改善要因が見当たらない。	
	人材派遣会社(営業担当)	・世論調査や出口調査、投開票などの総選挙特需がなくなる分の仕事は減るが、他は変わらない。今後、総選挙結果を受けての動向が気になる。	
	求人情報誌製作会社(営業担当)	・11月ぐらいいから求人数が減ってきているため、この先も悪くなる。	
	求人情報誌製作会社(広報担当)	・大手企業と中小企業で収益の差が広がっていき、ますます二極化していくのではないかと。	

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
	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）	・東京オリンピックの関連事業も期待され、景気は良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・この先は年末商戦が始まる。
		スーパー（経営者）	・前年は遷宮で好景気であったが、その前年と比べても予想したほどは落ち込んではいない。このまま推移すれば良い。
		スーパー（店員）	・天候も安定し客足、売上とも順調である。先行きは、円安に伴う仕入れ価格の上昇分を価格転嫁せざるをえない状況になった時の不安がある。
		スーパー（総務担当）	・クリスマスケーキの予約販売の動きが、前年よりもやや良い。
		コンビニ（エリア担当）	・先行きは、客の購入点数をアップさせる施策を継続的に実施する等、各種キャンペーンの展開で改善を図る。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・卒業・入学や異動等のシーズンが近づきギフト需要が増えるため、多少の回復は見込めると思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・毎年のことであるが、年明けには今より動きが良くなるので、この先は期待をしている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・年末年始にかけて客の必要とする商品は普段とは変わってくるので、雑貨商品も購買量が増える可能性がある。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税増税の影響も落ち着いてきており、徐々に身の周りの景気が良くなってきていると感じる。これから先は、製品の販売点数、販売単価ともに伸びていくと考える。
		観光型ホテル（販売担当）	・宿泊需要はインバウンドの取り込みと個人向けの新商品の販売次第である。一般宴会部門では、一見客からのスポット的な大型宴会予約が、予想以上に取れる見込みであり若干ではあるが良い方向へ向かっていくと見られる。
		都市型ホテル（経理担当）	・消費税率10%への引上げが延期になって、年末年始は消費が増える。
		通信会社（サービス担当）	・モバイル関係と回線とのセットサービスが始まるので、新規申込が増加すると見込んでいる。
		ゴルフ場（企画担当）	・1月の入場者予約数は、前年同日の予約数と比べるとかなり増えており、好調に推移している。穏やかな天候が続けば入場者数は一層多くなり、業況も良くなると思われる。
	美容室（経営者）	・高齢者の客層では年金受給額が少なくなっているとは言え、12月ともなれば、せめて正月前には髪を切ろうという客が増加する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客の様子からは全体的に明るさが見られるが、依然として全体的な物の流れが悪く、その状況は変わらない。
		商店街（代表者）	・贈答用商品ばかりではなく、自家消費の商品に動きが出ないと売上高の増加にはつながっていかない。
		商店街（代表者）	・景気は極めて厳しい状況にある。衆議院選挙後も状況が変わる要素もなく今のままで推移すると思われる。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・季節的要因でこの先は若干上向くかもしれないが、客の購買意欲が上昇しないことが根本的に大きな要因である。今月よりも良くなるとは思えないが、今が悪い状況であるので、更にこれ以上悪くなることはない。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・田舎では人の流れが少なくなる一方であり、良くても横ばいで変わらない程度ではないかという状態である。
一般小売店〔土産〕（経営者）		・前年からの好況の余波が続く中で、もうしばらく人出が続くと感じる。	
一般小売店〔薬局〕（経営者）		・年末年始の売上には期待しているが、消費者は購買意欲が乏しいように感じる。これからインフルエンザの予防接種等で医療機関にかかる機会が増えるので、調剤部門は好調であろうと思われる。	
一般小売店〔生花〕（経営者）		・原油価格が下がっているが、その程度では景気はまだまだ良くならない。年金が減る一方で物価が上がる状況が続く限り、しばらくは現状のままであると思われる。	
一般小売店〔自然食品〕（経営者）		・衆議院選挙後から年明けにかけて景況感がどうなっているか、世の中全体で様子見という感じである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・景気は良くなっているが、客の選択肢となる買物場所や購入方法が増えているため、自分のところで買ってもらえるよう努力している店に客足は集まっている。当店でも努力はしているが、それは他店も同様であるため、プラス分はマイナス分を何とかカバーする程度で、合計してみると変わらないという状況が続く。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどの間では販売量は変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・衆議院選挙の結果次第で、先行きはどのようにでも変わりそうである。
		百貨店(売場主任)	・客が購入する商品は自分が気に入った物や必需品だけで、余分な物は買い控える傾向が続く。
		百貨店(売場主任)	・購買意欲のある客が少なく、以前ならば履いたら決めて購入する客が多かったが、近頃は履くだけで帰る客が増えているため、売上は厳しい見通しである。
		百貨店(企画担当)	・前年同期でみれば、前年の今頃から消費税増税を前にした駆け込み需要が既に発生しているため、その影響が残る来年3月までは、高額品だけでなく単価の高い衣料品を含めて厳しい状況が続くと思われる。
		百貨店(経理担当)	・消費者は、衆議院選挙と選挙後の政治動向を見極める模様眺めに入っており、消費が上振れするような要素がない。
		百貨店(経理担当)	・消費税率10%への引上げが延期となり今以上には悪くならない。ただし、景気が本格的に回復するには時間がかかるように思う。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税前の水準に戻るような力強い上昇要因が見られず、期待感が持てない。
		百貨店(経営企画担当)	・今後の動向は、冬のボーナス増加によるプラス効果と実質賃金の減少や消費マインドの落ち込みといったマイナスの影響が極端に現れるため、非常に読みにくくなっている。
		百貨店(販売担当)	・前年に比べて購入単価が下がっている。
		スーパー(店長)	・売上高の上昇が1年ほど続いているが、昨今では来客数が大幅には増加していないので、上昇基調は緩やかになると見込まれる。
		スーパー(店長)	・来客数の回復要因がなく、客単価も野菜相場価格の低下で下降傾向となっている。一方で、肉の相場価格は高騰状態が続いている。景気傾向は大きくは変わらないと見通している。
		スーパー(店長)	・今後も商品値上げや一部商品の不足等が続く模様で、先行きが安定的ではなく不透明なため、衆議院選挙の結果によっては消費者のマインドも大きく変わってくる。年末商戦についても、年々規模が小さくなっており不明確で先が見えない状況である。
		スーパー(店長)	・食品業界は景気に大きくは左右されないとされている。消費税の再増税の延期により、当面はプラス要因もマイナス要因も見当たらない。
		スーパー(店員)	・来客数の動きには、特に変わる要素が見られない。
		スーパー(販売促進担当)	・来月には衆議院選挙があるので歳末のギフト需要の動きにも期待ができず、景気の回復は見込めない。
		スーパー(支店長)	・相変わらず、個人需要に増加の兆しが見えない。アベノミクスの効果も大手企業にはあるようだが、中小事業者には恩恵が感じられない。
		スーパー(商品開発担当)	・ガソリン価格が下がったとはいえ依然高い水準にあるため、郊外型店舗の多い当社への悪影響はまだ続くと考えられる。
		コンビニ(店長)	・消費税の再増税が延期になったので、景気はこのままの状況が続くと思われる。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数が上向きような材料が見当たらない。
		コンビニ(エリア担当)	・先々の生活に対する不安感が払しょくされず、当面は今月のような状況が続くと思われる。
		コンビニ(エリア担当)	・客単価、販売量は回復しているが、来客数は変わらず前年割れの状況が続く。消費税増税が遠のいたのはプラスであるが、店舗間での競争は激しくなっており来客数減少につながっている。
		コンビニ(店長)	・消費者は無駄な出費をしない。夜遅くまで繁華街にいないので、コンビニ商品も控えめな動きの状態が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（商品開発担当）	・消費増税や光熱費、ガソリン等様々な出費の増加により、普段使いする物の消費が鈍化する傾向にある。反面、高付加価値な商品の動きは相変わらず好調で、例えば、市内限定販売の次世代たばこは、高単価であるが品切れとなるほどに売れている。普段使いの品物を節約し、価値のある物に集中して支出する傾向が今後も続く予想する。
		家電量販店（店員）	・来客数等からも年末に向けての盛り上がりを感じられないので、必要最低限しか購入しないという現状、すなわち底ばいが続くそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・客の様子からは先行きも景気が良くなる要素は見受けられない。
		乗用車販売店（従業員）	・衆議院選挙を実行しても、国民の期待は大きくないので選挙後も悪い状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・3か月先までに大きな変化がないので変わらない。消費税増税の延期の影響が出るか出ないかを見なくてはならない。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税前の駆け込み需要が始まってきている。販売台数の4割近くを軽自動車が占めてきているのが良い例である。おかげで新車の販売台数は若干上向くだろうが、量販店との間で車検や自動車部品・用品販売の競争が厳しくなっているため、収益の悪化は避けられそうにない。
		乗用車販売店（従業員）	・具体的に明るい見通しが立たず、先が読めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・購入者には既存オーナーによる新車種への買換えが多く、堅調である。しかし、新規の来客数が減少している。
		乗用車販売店（経理担当）	・耐久消費財に対しては、よほど魅力的な商品でない限り消費者の財布のひもは緩まないため、厳しい状況には変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売に関しては、消費税増税後の落ち込みから回復する兆しが見えない状態が続いている。
		住関連専門店（営業担当）	・公共工事や企業の設備投資等の非居住分野については増加しているが、資材や工賃等の値上がり分が受注金額にまだ十分反映されておらず、厳しい状況である。住宅市場においては、新築住宅・マンションとも件数が増加しておらず、増える気配もないため、住宅業界や建築業界全般において、厳しい状況が続く。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・衆議院選挙の結果が大きく影響する。
		高級レストラン（役員）	・この先衆議院選挙が終わって株価は予想よりも低く推移するとの報道があり、客の購買意識にはマイナスに働くのではないかと。先々の新年会の予約状況については、まだ手ごたえがつかめない。
		一般レストラン（経営者）	・この先も人の動きは変わらず、良くはならない。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況は、宿泊部門ではほぼ横ばい、昼食・夕食部門は前年の80%～75%位で推移している。円安が続く中でスムーズに価格転嫁ができないと企業収益は悪化するが、地場の水産加工業や食品関係業者は大きな影響を受けており、地元の飲食需要は先行きも落ち込んでいくとの懸念がある。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税後の反動減から息切れ状態が続いている。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊予約数や宴会法人予約の件数を見ると、先行きも高稼働な状況で変わらない。今後も大きく落ち込むことはなさそうである。
		旅行代理店（経営者）	・衆議院選挙も控えており、来年2月頃にはまだ景気は上向いていない。
		旅行代理店（経営者）	・給料が上がらない中で日常での家計負担が増え、その分、旅行を含む余暇費用が削られたり旅行が延期されたりしており、この業界の景気は良くないままで変わらない。質よりも価格的な要因だけで旅行を選ぶ傾向があり、旅行する目的にも個人差がある。また、地震や病気、テロ等の風評被害にも、かなり大きく左右される。
		旅行代理店（経営者）	・耐久消費財を既に一通り購入している高齢者にとって、旅行は、時間消費型の商品であることが一番の購入動機である。しかし、その高齢者の動きが鈍くなってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・12月には衆議院選挙があるが、アベノミクスは大企業に勤めている人と資産を持っている人だけにしか恵がないので、現状からはほとんど変わらない。
		タクシー運転手	・相変わらず繁華街への人も飲食店の客も少なく、その状況は変わらない。
		通信会社（企画担当）	・先行きは衆議院選挙後の政策方針に大きく左右されるが、消費者の節約志向から現状が好転するには、所得増加が必要であり、まだまだ時間がかかるものと思われる。
		通信会社（営業担当）	・固定費を削減するため少しでも安価なサービスへ流れていく傾向は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・当面、インターネット利用の拡大に伴う需要増加が続くと思われる。
		テーマパーク（職員）	・これからウィンターレジャーの季節を迎え、若年層の動きがポイントになる。自分の子ども達の様子からは、あまり積極的な消費には向かいそうにない。
		美容室（経営者）	・明るいニュースがなく景気が良くなるような兆しが見えないので、客の財布のひもは固いままである。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護等の福祉分野の仕事が産業化するには、まだまだ年数が必要と思われる。介護ビジネスはまだ10年ほどの実績であり、先行きは未知数である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・コスト増加分を販売単価に転嫁できない以上、販売量が増える要素がなければ状況は改善しない。
		設計事務所（経営者）	・案件数の動きは若干戻っているが、単価は抑えられ当方のサービスの仕事が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・客の買い控えで、当分は横ばい状態が続くと思われる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・衆議院選挙が終わってからの新体制による景気対策に期待するが、あまり変わらないと思う。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・先行きも消費者のマインドが改善する材料がない。
		商店街（代表者）	・年末年始は各種団体の手土産の需要期であるが、消費税率8%への引上げに伴う実質予算の縮減で、税抜きでみた販売単価では確実に下がる方向となる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・過去の経験則から、歳暮商戦期間中に選挙があると業績は悪くなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・客の節約志向はより一層強まる。これまでは飲食店でのランチに800～1,000円を払っていた客も、今後は街頭販売の弁当へ更に流れていく。夜の飲食についても、アルコール類を頼まない客が増えるため客単価が上昇せず、例年以上に飲食店の廃業がこれからは増える。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料の値上がり、相変わらず続いている。またバター等の必要な材料が品薄で、商売ができる環境が整わなくなっている。このような状況では、景気回復にはつながらない。
		百貨店（営業企画担当）	・12月は衆議院選挙の影響があり、一番大切な年末商戦に大きな打撃が出ると考えられる。また、選挙後も景気が好転する材料が見つからない。
		百貨店（販売担当）	・天候にも左右されると思うが、前年は消費税増税前の駆け込み需要が非常に大きかったため、比較してみると落ち込みが大きくなる。
		百貨店（販売担当）	・物価上昇の影響と消費税増税の影響がますます強く消費者には感じられる一方、それを打ち消すだけの明確な対策が見えない。前年同期は、消費税増税前の駆け込み需要という起爆剤があったが今年は特になく、先行きの不安感しか見えてこない年末年始となりそうである。
		スーパー（経営者）	・欧州、BRICSやアジア圏諸国の経済成長を見ても、伸びが小さくなっているため輸出が思ったほど伸びず、日本国内の工場での生産も慎重になり、働く人達の所得が伸びないため消費も慎重になる。そのためGDPは伸びず、苦しい時期を迎えることになり、景気は下向きとなる。
		スーパー（営業企画）	・4月の消費税率引上げから、時間が経つにつれて消費者は負担の増加を実感し、高額所得者以外の節約志向は、更に強まるものと思う。
		コンビニ（店長）	・景気はあまり良くないと口にする客が多い。スーパーのチラシを見ると、デフレの頃に戻ったようである。

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
		衣料品専門店（経営者）	・秋から本格的な冬への移り変わりが遅れているので、バーゲン時期にもコートやセーター等の高額商品が豊富に揃い、来店客にとっては好ましいであろうが、値段設定と予算にはかい離があるようである。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・クリスマスシーズンへ向けても、上向きの兆候が現れない。
		家電量販店（店員）	・消費税の再増税が延期になっても、円安に伴う様々な物の値上がりが一層顕著に現れているのが、3か月くらい先である。
		乗用車販売店（営業担当）	・急激な円安によって食料品等の身近な商品が更に値上がりするため、消費は落ち込む。
		乗用車販売店（経営者）	・物価上昇による家計負担の増加や材料費の高騰による中小企業の負担増加等の一方で、好転の要素は少なく景気の動きはマイナス方向に進むと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・物価上昇に大きな不安感があり、新車購入に対する財布のひもは、ますます固くなってきているように感じられる。残念ながら強力な打開策は見当たらないが、これから年度末にかけては買換えの対象者数が膨らむので、客に対して積極的に働きかけて、市場を動かしていきたい。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・年末にはカレンダー、手帳、占いや年賀状関係商品が売れる反動で、書籍類の売行きが悪くなる時期になるが、書籍以外に文具用品も販売しているため、入学式に向けて文具等の売上が期待できる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・衆議院選挙後の政権の安定具合によって、社会的な不公平感等が更に意識されるようになり、景気は悪くなる。
		都市型ホテル（従業員）	・先行きは予約数が減少する。
		都市型ホテル（支配人）	・これからは閑散期に入るが、団体予約の問い合わせが弱含みである。
		旅行代理店（経営者）	・衆議院選挙の結果によっては、景気減退があるかも知れず不安に感じる。
		旅行代理店（経営者）	・今回の衆議院選挙も論点はあやふやで、本当にこの先に景気は回復するのかと疑いたくなるような状態である。円安で大手企業だけが潤うような景気対策ではなく、中小企業まで潤う対策を実施しないと、今後ますます悪くなると思う。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の旅行申込が伸び悩んでおり、特に海外旅行を計画する人が減少している。円安、消費税増税、世界的な情勢不安や感染症の懸念等マイナスの要素が多すぎる。空港に足を運んでも、以前には考えられない程利用者が少ない。アベノミクス第2幕の劇的な方針や政策によって、国内政治がしっかりしてこないとしばらく景気は回復しないと考える。
		タクシー運転手	・最近のニュース等では冷凍食品等の値上げが目白押しとなっており、その影響で財布のひもが固くなる懸念される。
		観光名所（案内係）	・これから寒くなる時期に向かうこともあり、特に良くなるという見込みはない。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税の影響が続き、業界全体の低単価傾向もあり中小型店舗には不利な状況である。
		理美容室（経営者）	・この先は物価も上昇し、景気は悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・都市部では景気が良いと聞かすが、地方には特段の恩恵もない。これから先にまた消費税が増税となれば、景気が良くなる兆しは見えない。
		美顔美容室（経営者）	・毎年のことではあるが、12月には、キャンペーン中にホームケアセットをもう1つ購入するという客もいるが、1、2月はその反動で購入が極端に減少する。
		設計事務所（職員）	・ここしばらく、衆議院選挙等で実態的に景気対策は行われず、アベノミクスに関しては消費税再増税の話ばかりに終始しており、景気が良くなる要素がない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税を前にして、駆け込み需要が発生する時期に差し掛かったところで延期が決まり、年内は購買意欲にも先送りが起こるのではないかとと思われる。再増税が延期となった分、職人は仕事を急がなくてよいため、家づくりを丁寧に行える時期でありそれに気付く客が増えることに期待したいが、現実には少数であり厳しい。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・見積依頼の数や元請企業の状況を見ると、年末需要も一段落し年明けは動きも少ないように思われる。

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
	悪くなる	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕事内容と利益が安定するまでにはまだ時間がかかりそうである。景気の回復はまだ先になる。
		商店街（代表者）	・夏以降、家電製品の動きが非常に悪い状態が続いており、今後もこの傾向は続きそうに感じる。消費税増税が延期された程度では、改善するとは全く感じられない。
		コンビニ（企画担当）	・政策として農業を守る、医療を守る、規制を守る等、守るばかりで1千兆円もの借金の返済の道筋はどうするのだろうか。先行きに対する不安で一杯である。
		家電量販店（店員）	・前年の今頃から、消費税増税前の駆け込み需要で市場は非常に活気付いており、購入客数、購入単価並びに売上高も伸びていた。エコポイント制度の頃と状況が非常によく似ており、3か月先には間違いなく反動で家電市場は厳しくなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・現状、新型車の投入やモデルチェンジを行っても効果は薄く、前年同期には消費税増税前の駆け込み需要もあって大幅に販売台数が伸びていたことも考えると、この先はかなり厳しい見通しになると思われる。
		スナック（経営者）	・衆議院選挙を控えているが、毎回選挙前後のしばらくは、売上が伸びることがないので、先行きに期待を持ってない。
		理容室（経営者）	・まだ当分景気は良くなり、客は安い店に流れていく。
		住宅販売会社（経営者）	・衆議院選挙が終わらないと先行きはわからない。今後も景気は良くなることはなく、むしろ悪くなっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の工事着手が少ないため、この先決算期の売上高という点ではかなり不安を感じる。
		企業動向 関連 (東海)	良くなる
化学工業（総務担当）	・先行きは、原料価格も値下がり見込みである。		
やや良くなる	一般機械器具製造業（営業担当）		・例年は受注・引き合いともに減少する時期であるが、今年には引き合い件数も多く、また受注確度も高そうである。
	電気機械器具製造業（企画担当）		・年末年始の需要増加により売上も膨らむと思われるので、この先数か月については、腰折れの不安はない。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）		・来年1月頃には納品先の完成車メーカーの部品在庫調整が終わるので、先行きは多少良くなる。
	金融業（従業員）		・将来に向けて大きく変動するような要因はないが、特に自動車産業等については、ある程度の見込みがあることから、ほぼ横ばいか、若干は良くなりそうな流れである。
	金融業（法人営業担当）		・取引先の自動車部品メーカーでは、年末から年明けにかけての受注量が増加してきている。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）		・IT投資に関しては、各企業とも引き続き積極性が感じられる。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）		・米国の株価は市場最高値であるが、どこまで上がるか不安である。日本においても株価は高い状態であるが、経済の足元は万全ではなく、企業としては利益は出ていない状態である。中小企業の多くはこのような状態である。半年も今の円安水準が定着するとまた何か起こる可能性がある。ガソリン価格がもっと低下してほしい。
	変わらない		食料品製造業（経営企画担当）
出版・印刷・同関連産業（営業本部長）		・衆議院選挙で消費マインドがいったん切れたように思われる。1月以降の動向は、その時点にならないと消費者の動きもわからないが、現状から大きく好転するとは思えない。	
化学工業（人事担当）		・身近な範囲では購買意欲にそれほど大きな変化はないであろうが、一部の資産家や投資家にとっては、株価高の恩恵で高額商品等の購買意欲が高まるであろう。ただし景気全体が良くなるころまではいかないと思われる。	
窯業・土石製品製造業（経理担当）		・新設住宅着工件数の動向による。	
鉄鋼業（経営者）		・現状から先行きを見通すと、受注量は上にも下にも動く要素がない。	
金属製品製造業（経営者）		・引き合い件数が減少しており、この状況は変わらないと思われる。	
金属製品製造業（従業員）		・大型プロジェクトは比較的継続して動いているので、仕事量の確保はあまり心配していない。	
一般機械器具製造業（経理担当）		・受注量が高い水準で安定している。	

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
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・消費税の再増税を先送りしたところで、現在の状況からは改善されないとと思われる。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・売上や受注状況等を見ると、円安の影響で海外向け物件では良い状態が続いている。一方、国内市場に目を向けると、横ばいないしは収益が伴わない低位安定状態である。為替相場の動きによっては、今後もしばらくは現状維持か海外向けは良いという状態が続く。
		電気機械器具製造業 (総務担当)	・先行きも円安傾向が続くと思われる。原材料等の輸入割合が高く、国内向けに製品を販売している企業にとっては、厳しい状況が続く。
		輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・販売量が横ばいという予測を立てており、利益見込みも今月とは大きく変動しない。
		建設業 (営業担当)	・衆議院選挙やGDPの推移は、中小企業とは関係のないところで動いているように感じる。消費税の再増税が近づけば、また駆け込み需要は生まれるが、景気が確実に良くなるということはない。
		輸送業 (経営者)	・製造業の原材料の確保状況や在庫状況を見ると、この先も国内での需要増加を見込んでいるとは考えにくい。
		輸送業 (従業員)	・金融緩和策や景気浮揚策の成果が今後注目されるが、いずれも特効薬とはなっていない。原油価格の下落傾向は、物流業界にとっては非常にプラスであり、この恩恵を受ける業界にとっては、景気浮揚の呼び水になるのではないかと。また、車での外出や旅行・レジャー需要に関しては、良い方向となる。
		輸送業 (エリア担当)	・円安基調は安定しているが、実際のビジネスにおいてこの先も変化があるかは疑問である。
		輸送業 (エリア担当)	・燃料となる軽油価格は前年比で1リットル当たり約3円下がっているが、まだまだ高止まりであるため、しばらくは現在の状況が続く。
		通信会社 (法人営業担当)	・株価上昇が企業の設備投資を促し、更には年金基金の運用益を増加させて年金受給額の物価スライド上昇で市民の懐も潤うというシナリオは、まだまだ道半ばであり、実現には時間が必要である。消費税再増税の延期は、市民にとっては賢明な判断である。デフレ脱却は3年後の消費税率10%引上げ時まで期待できず、それまでは辛抱を重ねるしかない。
		金融業 (企画担当)	・冬の賞与の増加や給料の引上げがないと、個人全体に景気が良くなっているという実感は出てこない。個人資産を有している人も、今は様子見という人が多い。
		不動産業 (用地仕入)	・景気を左右する要因が見当たらない。
		広告代理店 (制作担当)	・年末年始にかけて新しい動きは見られず、特に大きい案件もないので、厳しい状態が続くものと思われる。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・紙媒体の新聞は、以前よりも必要とされていないように感じている。新規購読者の獲得は期待できず、現在の客の維持が、売上としても限界と感じる。
		公認会計士	・衆議院選挙により、政策実施に空白が1か月以上生じる。また、現場を理解していると感じられるような具体的な中小企業施策が見られない。
		会計事務所 (社会保険労務士)	・業績が上向きな顧問先が多くなってきているが、極端に上向いているわけではないので、現状から変わらないままと考える。
やや悪くなる		パルプ・紙・紙加工品製造業 (総務担当)	・衆議院選挙の結果によっては変化するが、受注量、販売量ともに大きく増加する気配がない。
		窯業・土石製品製造業 (社員)	・業界全体で閉塞感が漂う中、受注価格は低下傾向にある。その一方で、円安を受けて原料価格値上げの話が出ており、板挟みの状況となっている。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・オリジナル商品のパーラー用チェアの販売見込みが、まだ2~3か月先の方は目途が立っていない。
		輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・4月の消費税増税後には給料等が上がるような話であったが、実際には上がっていない。このまま景気が良くない状態が続く。
		建設業 (経営者)	・業種によって景気の良し悪しにばらつきがあるが、日本経済を支えている中小企業にとっては、総じて厳しい経営環境である。消費税の再増税の延期は、賢明な判断であったと思う。
		輸送業 (エリア担当)	・衆議院選挙が急に決まり、荷物の動きが少なくなる。

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
		不動産業（経営者）	・取引時の成約価格は下降気味に推移すると考えられる。中小企業の設備投資は控えめで、成約状況は低調となりそうである。
		行政書士	・貨物の出荷量が減少している。
		会計事務所（職員）	・消費税増税の影響が残っている中で、中小企業は、大企業とは異なり人件費等の経費増額分を十分に価格転嫁できない状況である。
		印刷業（営業担当）	・今年に入ってから売上が前年同期を上回る月がなく、今後もその状態が続く。一部の企業では景気が良いかもしれないが、中小企業においては、全くそういった恩恵を受けていない。
悪くなる		輸送業（エリア担当）	・製造企業の生産拠点は海外に移転しており、まだ国内に残っている産業において、動力源である軽油が売れないということは我が国の産業の停滞を示している。世界の経済状況も悪くなっており、回復の兆しが見えずこのまま沈んでいく恐れがある。衆議院選挙が控えているが、その結果によっては、ますます景気が停滞する。
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・12月は忘年会の利用があり、例年よりも良い状況が見込まれる。2～3か月先については、例年並みの動きである。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・新型車種の販売開始や年度末に向かうこともあり、国内での新車販売数の増加を予想する。それに比例して生産台数も増加する。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は増加しているものの、事業主都合による求職者は増加していない、また、今月に入って新規求人数が前年比でみて増加しており、特に、建設業、製造業や運輸業で動きが出てきている。
		職業安定所（職員）	・消費税の再増税が延期になって消費者に安心感が見られることと、年末年始になるので消費が若干は活発化すると思われる。
	変わらない	民間職業紹介機関（営業担当）	・賞与を受け取ってから年末に退職し、4月入社を目指す転職希望者が活動を始める時期であるため、今後、採用決定数が伸びるものと見込まれる。
		人材派遣会社（経営企画）	・周囲には特に変動要素が見られない。
		人材派遣会社（社員）	・派遣法改正案の廃案というマイナス要素はあるものの、3か月先は年度末で人事部門が活発になることから、派遣依頼が増える見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・求人企業の採用意欲は高いものの、それに見合う人材が不足していて雇用促進につながらない。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は前年比で10%強の伸びを続けており、今後も堅調である。
		人材派遣会社（営業担当）	・衆議院選挙の影響で、景気の先行きがどちらに転ぶかが読めない。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度内は、エンジニア不足が続く現在の高い業績水準が続くと思われる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・衆議院選挙が終了して政治情勢が落ち着くまで、様子見になるように思われる。
職業安定所（所長）	職業安定所（所長）	・消費税増税の影響により実質賃金が低下し、購買力が若干弱めとなっている。円安傾向に歯止めがかかり、雇用対策を早め実施して中小企業に活気が出れば、再び上向く可能性はある。	
	職業安定所（職員）	・前年同期比で見る求人数は増加しているが、景気が回復する程の力強さは感じられない。	
	職業安定所（職員）	・事業主都合離職者は減少している。受給資格決定件数は、前年同月を12.9%下回り、18か月連続の減少となっている。一方、新規求職者は減少傾向にあるものの、自己都合離職者の減少幅は小さくなっている。	
	職業安定所（職員）	・プラス要因としては、円安が大企業の製品出荷に効果を出しており、海外景気も引き続き好調である。マイナス要因としては、下請が多い中小企業では、仕事量は増加しているものの、加工賃は上昇せず材料費は上昇している。その結果、賃金を増やせず採用枠の拡大までには至らない企業が多い。引き続き求人数は増加傾向ではあるが、正社員よりもパートでの募集が目立っている。また、今後、消費税率が10%に引上げられた場合、中小企業の経営を圧迫するとの声も多い。	
	職業安定所（職員）		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（支社長）	・年末まではあまり状況は変わらず。年明けの動向はまだ読めない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・衆議院選挙の結果により今後の見通しも大きく変化する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・学生インターンシップの受け入れ企業件数は、累計では前年同期より増えているものの、新規企業の伸び率が、秋口以降停滞してきている。
	やや悪くなる	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・取引先企業でも来期予算についての話が出ているが、広告予算を増やす方針の企業は今のところなく、減らす方向で進めているという話しか耳にしない。
	悪くなる	—	—

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・いよいよ北陸新幹線の開業まで100日を切り、目前に迫ってきて、金沢限定かもしれないが一段と景気が上振れる感じが強い。
		百貨店（営業担当）	・北陸新幹線開通に向けた改装がすべて終わり、オープンを待ちわびていた客が増加すると予想する。また、これからボーナス時期に入ることから、年末に向けて客の財布のひもがこれまでよりは緩み、購買意欲が増すのではないかと予想する。
		コンビニ（店舗管理）	・消費者は昨今の物価上昇も渋々ながらも受け入れ、消費マインドはやや回復すると思う。
		乗用車販売店（役員）	・新型車効果を期待している。また、主力車種のメーカーからの流通も軌道に乗るので相乗効果を期待する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・直近の動きとして、冬物衣料の販売量が上向きである。今後のクリスマス、ボーナス商戦に期待が持てる。これは、久々なことだ。
		高級レストラン（スタッフ）	・3月中旬に北陸新幹線が開通する効果が見込まれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線の開通が来年の3月に近づき、宿泊や大型の学会、大会の引き合いが多くなってきている。首都圏でのキャンペーンも始まると予想され、期待感が高まっている。ホテル業界でも、改装が相次いでいる。
		タクシー運転手	・今後、ボーナスが出たら、年末年始で忘・新年会もあり、節約傾向も少しは緩み、やや良くなると思う。
		通信会社（営業担当）	・新商品も出そろい客の選択肢も広がり、家族まとめでの販売にも取り組んでいるため、来客数増加に加えて一家族での購入台数増が見込まれる。
		変わらない	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・先行してバーゲン品も出ているが、昨年の在庫処分といった感じで、売る側も旧品を処分するので精いっぱいである。前向きに商品開発をするだけの余力がない。
	商店街（代表者）		・一部飲食業では、12月に衆議院選挙で売上低下を懸念する話がある。しかし、今後2～3か月間は、現状と大きくは変わらないという見方が大半である。世の中の給与は若干増加しているが、円安、ドル高による物価の値上がりなどで、人々の財布のひもはまだ固く、必要なもの以外の購入は控える傾向にある。
	一般小売店〔精肉〕（店長）		・11月は、衆議院議員総選挙が12月に行われることにより、ギフトが前倒しになっている分良いと思われるが、12月は選挙があることから、どうなるか先行きが少し不透明である。
	百貨店（営業担当）		・12月の衆議院議員選挙に対して、いろいろな部分での消費がどうなるかが気になる。特に外食やちょっとしたパーティー形式のもの、今後のお歳暮などが選挙に影響され、12月はやや厳しい動きになると考えている。1月、2月以降については、どのような政治状況になるかによって、まだ少し不透明な部分があるのではないかと考えている。
	スーパー（店長）		・ここ数か月の流れや現状を見たとしても、この先が変わる、変わらないというのは、どちらともいえないのではないかと考えている。

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
		コンビニ（経営者）	・当店の周辺には体育館や運動場などがあり、イベント立地であることから、日曜、祭日のイベント次第では多くの来店があると思う。ウィークエンドはこれからもあまり変わらないだろうと予想している。
		衣料品専門店（経営者）	・景気については変わらないのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の延期により、期待していた駆け込み需要がなくなり、しばらくは現状で推移すると思う。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の販売に期待しているが、雪が降るシーズンになるとあまり来客数に期待できない。
		自動車備品販売店（従業員）	・車の販売は伸びている状況だが、車両本体のみが伸びている。追加オプションは極力低く抑える傾向が続いており、用品単価も下がる一方の状況で回復の兆しが見えない。
		住関連専門店（店員）	・直近の流れから、買い控えの動きがあらわに見て取れる。家計面から見ても、消費税増税前または夏場利用したクレジットカードの支払、消費税率8%の重みが今になり大きく響き、年金の支給も12月、1月と出費が重なる時期を見越し、財布のひもがより一層固くなっている。GDPマイナス成長の発表もあり、回復からは更に遠ざかったように思う。家具の販売量や住宅の着工件数から見ても、この先良くなる要素は何も見て取れない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・食品価格の値上げ報道や生活コストの増加が相次ぎ、更なる節約志向が高まるのではないかと予想している。また衣料品売上の低迷が長く続いている。季節要因も影響したが全体に需要委縮を感じる。
		一般レストラン（店長）	・季節のめぐりや観光シーズンなどの要因を考えると、今月の勢いがそのまま続くとは考えにくい。また、選挙のある時は客足が落ちるのが通例で、少し危惧している。
		スナック（経営者）	・円安の進行などにより、ますます中小企業の経営者の来店がなくなることが予想され、期待できない。
		観光型旅館（スタッフ）	・11月の予約仕入れは、予算数字まで盛り返したが、11月から1月まで予約保有数はまだ前年比92～95%で前年を下回った。
		タクシー運転手	・売上があがる夜の繁華街からの客が相変わらず少ない。
		通信会社（職員）	・解散総選挙により審議が進まないことと同じで、景気停滞を招いているように感じる。
		通信会社（営業担当）	・契約数は徐々に増えてきてはいるが、前年と比較し変わりなく推移している。客の様子を見ても大きく変化はみられない。
		通信会社（役員）	・例年、年末に向けてテレビ、インターネット契約数が最も増加する時期であるが、今年は消費税増税の影響もあり、例年通りの増加は期待できないと考えている。
		通信会社（店舗統括）	・これといった上がる要素は見つからない。
		通信会社（役員）	・例年契約数が伸びる年末商戦もあり、引き続き好調に契約数を維持していくと思われる。
		テーマパーク（職員）	・2～3か月先の様子も、前年同期比で比べると、海外からの客はプラス傾向にあると思う。国内客については、個人客は依然鈍いものと予想されているが、団体客は予約状況にやや持ち直しの傾向がみられることから、トータルでみると現状並みで推移すると思われる。
		競輪場（職員）	・例年通り、年末のビッグレース及び年明けの開催は売上増加が期待できるが、それ以外は変化がないと思われる。
		その他レジャー施設（職員）	・会員数は伸び悩む中、重油、ガソリンが値下がりし、経費面で少し助かる。
		美容室（経営者）	・景気が悪いという消費者マインドは簡単には払しょくされない。
		住宅販売会社（従業員）	・秋の需要時期も終わり、年末年始の雰囲気は広がり、住宅を検討する人は減っている。消費税増税後の需要減をまだ引きずっており、需要が増える気配はない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税が先送りになると、客の動きや土地や建物などの動きがあまり見られないと思う。
	やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・原材料価格の値上げが仕入価格にも反映されている。販売価格は以前より変わっていないため、利益幅が圧縮されて厳しい。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・選挙後の動向によって変わるかもしれないが、今のところ良くなる要素は何もない。
		百貨店（売場主任）	・12月に選挙、1～2月は前年の消費税増税前の先取り需要があり、マイナス要素の方が大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・今後の年末商戦を考えると、客単価の低迷や相場の状況で、天候が暖冬であるとの予想が出ており、急激な上昇は期待できないと思われる。
		スーパー（総務担当）	・12月に衆議院選挙が実施されることになったため、12月の景気が不透明になった。特にお歳暮ギフト等には影響が出てくると推測される。
		スーパー（総務担当）	・現行では、ギフトの動きが前年割れの状況であり、現行の低迷状態は続くと感じられる。春の北陸新幹線開通も期待感が盛り上がらない状況である。
		コンビニ（経営者）	・100円のコーヒーや缶コーヒーが発売されていてその販売数が伸びているが、来客数の減少が止まらない。客単価も100円のものが出ることにより、他に上昇しているものもあるが、全体としては伸びていない。前年と同じくらいで、トータルでは前年を少し下回っている状況が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・売上が増加する要素は全くなく、先行きは大変不安である。
		衣料品専門店（総括）	・円安によりますます原価が高騰している中で、価格を上げざるを得ないときが必ず来る。そのときに更に購買が減ると考える。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の駆け込み需要の反動は終わっていない。回復はまだ先になりそうである。
		一般レストラン（統括）	・外食にとって原料高、労働人口不足について、今後も回復する見込みが立たない。
		観光型旅館（経営者）	・12月の予約数は前年並みであったが、選挙の影響で忘年会の取消しがでている。1月以降は北陸新幹線開業までの影響か、予約数が伸び悩んでいるように思われる。
		都市型ホテル（役員）	・12月14日投票の衆議院選挙を控え、選挙期間中の忘年会の自粛や延期による影響が想定される。
		旅行代理店（従業員）	・仕入れコストのアップを販売単価のアップへすなりと結び付けられないことから、厳しくなる。
		旅行代理店（従業員）	・選挙の影響やアベノミクス効果の薄れが予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の先延ばしにより、駆け込み需要が見込めない。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の際、昨年9月までに契約すれば旧税率が適用されるという特例があったため、昨年の10～11月は未曾有な反動減となった。現在は徐々に回復してきているが、通常年の8割にも満たない。消費税増税の先送りも決定したが、消費動向はどう動くか予測がつかない。今まで以上に商談から契約までの時間がかかると思われ、受注増加はそれほど期待できない。		
悪くなる		スーパー（統括）	・この先2～3か月後については、円安のため食品に関しては輸入食材や原材料が、どんどん値上げになっていくだろう。物の値段が上昇するという事で、客がますます買い控えをしていくということと、12月に衆議院議員選挙が実施されるということと、選挙のある月は売上が良くないことから、大きく低下すると思う。
		コンビニ（店長）	・クリスマスケーキの予約数、非食品の売れ方などを見ても、ここ数か月で景気が上向くことは絶対にないと感じられるほど悪化している。食品は生活必需品の要素が強く、非食品の一部はぜいたく品と考えているので、非食品の売上減は景気の悪化と個人的に思っている。外的要因の変化はなく、店舗の営業レベルも去年と比較して悪くなっていないと自負しているが、その中でこの売上減少に直面しており、少し焦っている。
		その他専門店 [酒]（経営者）	・今のままではお歳暮にも全く期待ができない。とにかく今は最悪の状態、今後も更に悪くなるのではないかと心配している。努力はしているが、報われないという感じになっている。
		住宅販売会社（従業員）	・個人消費が冷え込んでおり、受注の増加が期待できない。材料費の上昇もあり厳しくなると考えている。
企業動向関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合がやや良い。
		司法書士	・相続税対策の相談が相当あるので、青壮年層への資産の移転が進むと思われる。

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
	変わらない	税理士（所長）	・ 今後は先送りした計画が、だんだんと決まってくと思う。消費税増税も延期になり、しばらくは消費税による需要の変動の影響は避けられるという見通しもあると思う。いろいろな計画が実現していく方向にあることから、少し経済は安定に向かうと考えるが、いかんせん給料が上がらない。今は選挙で空白になっているが、政治が給料を上げる方への指導力、行政への受注単価引上げの指導力が、今はちょっと弱まるので、心配である。
		繊維工業（経営者）	・ 選挙後の動きに期待はあるものの、地方そして中小企業へのアベノミクス効果の浸透にはまだ時間がかかりそうだ。
		繊維工業（経営者）	・ 円安と新商品の開発による輸出に期待したい。また、見通しがつきそうな状況である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・ 消費税率が来年10月に上がるとみていたが、先延ばしが決定したことから、今のところ3か月先は今の状況と変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ 選挙動向にもよると思うが、円安状況下であれば輸出を中心に今の状況が継続すると思う。
		建設業（経営者）	・ 冬季ということで、雨や雪で施工できない日もあるだろうが、来年3月の年度末に向かって工事部門はそこそこ多忙な日が続くだろう。年が改まったからと言って、状況が変わるとも思えない。
		建設業（総務担当）	・ 地域によって工事発注量にばらつきが出始め、今後受注価格競争の緩和状態が崩れることが予想される。
		輸送業（配車担当）	・ 今後、消費税増税の影響がまだまだ長引くと思われる。
		金融業（融資担当）	・ 消費税増税が先延ばしとなり、第三の矢も鳴かず飛ばずで、規制緩和は全く進まず、日銀だけが頑張っても本質的には変わらないだろうと考える。ただ、内閣支持率が高い限りは、そのようなこともマスコミは触れないことから、何となく現状維持ということで推移していくのではないかと考える。
		金融業（融資担当）	・ 一段と良くなるには個人消費の回復が必要で、どちらに振れるか確信が持てない状況である。
やや悪くなる	悪くなる	食料品製造業（役員）	・ 為替相場の円安が続く状況が予測され、原材料の輸入品に占める割合が2/3になるため、収益性が一層タイトになることが考えられる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・ 北米の在庫数が増える傾向が見えるので、北米の販売推移に不安がある。
		精密機械器具製造業（経営者）	・ 百貨店等では中国人観光客による想定外の購買など総量では微増であるが、円安による材料費の値上げ要請も多くなっており、また年末での選挙による販売量の落ち込み等も想定され、全体としては厳しい状況が続くと思われる。
悪くなる	悪くなる	不動産業（経営者）	・ 法人関係もほとんど問い合わせがなくなり、個人の問い合わせや相談も止まってきた。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・ 折込広告を利用している業種の多数が、チラシ出稿率前年割れをしている状況である。広告費削減がいつまで続くのか見えない状況にある。
雇用関連 (北陸)	良くなる やや良くなる	—	—
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ 北陸新幹線開通に絡む求人が増えると予測している。
	変わらない	職業安定所（職員）	・ 新規求人が増加を続けており、事業所の求人意欲も衰えていないと思われる。
		人材派遣会社（役員）	・ 1～3月の明るい見通しは全く感じられない。人材需要件数も暗い見通しである。
		人材派遣会社（社員）	・ 年末年始に向けて単発の派遣依頼は昨年同様の傾向だが、派遣先の人材に対する要求レベルは高くなってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 求人件数は前月、前々月と比較して増加傾向にあり、底は打ったように見える。ただし、アルバイトなど非正規の募集が多い。
		職業安定所（職員）	・ 良くなっているという事業所の声がある一方で、先行きに不安を感じている事業所の声が聞かれる。
		職業安定所（職員）	・ 新規求人数の伸びが鈍化しており、今後注視していく必要がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・ 改正派遣法が重要案件であったにもかかわらず、未成立廃案となったことで、今後、派遣先等にどのような影響を及ぼすか見通せない状況になった。
		学校〔大学〕（就職担当）	・ 12月に選挙があるが、景気の状態が大きく変わるのかわからない。

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
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (近畿)	良くなる	観光型旅館（経営者）	・消費税増税が先延ばしとなり、不安も落ち着いた感がある。
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税率が上がらないことになったため、しばらくは消費者の気持ち楽になる。
		百貨店（売場主任）	・10月はリニューアルオープンでファッション関連が売れ、11月はその反動や、近隣施設の開業などで厳しい状況となったが、12月は落ち着いた状況でしっかりと商売ができる。
		百貨店（企画担当）	・年末商戦に向けた気持ちの盛り上がりを含めて、消費者の買物気分が高まると考える。
		百貨店（企画担当）	・外国人向けの売上の増加に加え、外商の上得意客の売上も回復基調にあり、2月までは増収が見込めると考えている。
		百貨店（販促担当）	・衆議院選挙後も現状と変わらない体制であれば、消費税増税の先送りの影響や株価の安定などにより、少し消費意欲が上がってくることを期待している。一方、選挙によって現状よりも不安定な状況になれば、景気が悪化する可能性もある。また、冬本番を迎える時期となるが、気温が高くなる予報が出ていることも、やや懸念材料である。
		百貨店（服飾品担当）	・消費税増税の延期による安心感や、春先から続いている買い控えから、買物を少し我慢できなくなっている。特に、嗜好品の売上が伸びており、都心型店舗で大きく売上が伸びているのは、投入されたばかりの新商材が中心となっている。今後、春に向けての新商材が1月末ぐらいから投入されるため、そのタイミングで動きが出てくると予想される。
		百貨店（商品担当）	・富裕層相手の特選ブティックの売上が特に良くなっている。宝飾品については、高額品のほか、クリスマスに向けた低額品の販売も好調である。
		スーパー（店長）	・消費税増税の先送りが発表され、年末商戦に向けては若干の追い風になる。
		スーパー（経理担当）	・年末から年明けに向け、消費税増税の延期はマインド的にプラスであり、更に来春の賃上げへの期待感が高まれば、消費意欲の高まりが期待される。
		コンビニ（経営者）	・続々とプレミアム系商品の新発売が予定されており、客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（店員）	・商品の宣伝を工夫し、品ぞろえも増やすなど、売場作りにも力を入れている。その成果が出てきており、今後も続けていく。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・必要な物であれば購入するという動きになってきているほか、贈答品の購入も増えている。
		家電量販店（企画担当）	・衆議院解散によるアベノミックスの見直しで、家電製品の買換え需要の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末から新型車の発表や発売が相次ぐため、受注量の増加が期待される。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税が延期されたため、次の増税までに乗換えを検討する客が増加する。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末年始の団体予約が順調に入っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調が続いており、売上全体の増加は継続する。一方、宴会部門ではエリア内からの上場企業の本社移転が続いており、定例会合の減少が懸念される。
		都市型ホテル（客室担当）	・宿泊需要はまだ増加傾向にあると思われる。国内客に関しては客室単価がまだ上がりきっていないほか、海外需要も伸びている。
		タクシー運転手	・年末と衆議院選挙が重なり、周囲の動きが慌ただしくなっている。タクシー業は慌ただしい世相を反映して景気が良くなるが、1～2月になるとまた冷え込んでくる。
	競艇場（職員）	・毎年11月は1人当たりの購買単価が落ち込むが、12月以降は年末賞与の支給による期待があるため、単価が上がる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・最近書籍などの買物の際に、消費税率の引上げを実感しているが、だからといって買い控えることは考えない。自分自身は平均的な消費者だと考えているため、恐らく多くの消費者もそう考えられる。
	変わらない	商店街 (代表者)	・ポイント増額時は売上が増えるものの、それ以外の日は閑散とした状態が続いている。客は安い時にだけ購入するようになってきている。
		商店街 (代表者)	・年末で多少は良くなるが、全体としては客が市場の様子をみる状況が予想される。小売店側が我慢できなくなり、たたき売りが始まることは目にみえている。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・年末年始に必要な予算は絶対に用意しなければならず、必要な物の優先順位で考えると、時計に予算が回することは期待できない。客からも、時計は1つあれば十分という声は何回か聞かれるなど、今後は良くなる余地がない。
		一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・消費税率の3%の上積み为消费者に依然として重くのしかかっているため、横ばいの動きが続く。
		一般小売店 [精肉] (管理担当)	・衆議院選挙が12月に行われ、消費税増税も先送りになることに対し、消費マインドがどう反応するのかわからない。結局は節約期間が長引くような印象も受ける。今後数か月の景気には賞与の金額による影響が大きいと、増加基調が予想されるものの、中小零細企業まで良くなっているとは考えられない。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・季節的な要素で販売量の動きはあるものの、昨年よりも大きな動きがあるとは決して思えない。むしろ日増しに消費者の景気に対する感覚がシビアになっていると感じる。物価の上昇を実感している消費者も多く、衣料品よりも日常的に必要な食料品や日用品をまず買い求めているとの声を聞く。物価が上がっても、給料が上がらないとの声も多く聞くようになってきた。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・これからも何の変化もないため、景気の悪い状態が続く。
		一般小売店 [家具] (経営者)	・衆議院選挙や消費税増税の延期により、小売業にも様々な影響が出る。
		一般小売店 [野菜] (店長)	・現時点では景気が回復しているとは思えない。
		一般小売店 [花] (店員)	・消費税増税などのニュースでますます節約志向が強まり、購買意欲が高まるとは考えにくい。
		一般小売店 [菓子] (営業担当)	・年末商戦が始まるものの、商品の動きはさほど芳しくない。12月に入れば多少は動きが良くなることを期待している。
		百貨店 (売場主任)	・富裕層や外国人客による高額品や化粧品購入の増加は期待できるものの、衆議院選挙や暖冬予測による冬物商材やセールの不振、更には前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動も次第に出てくるため、消費の好転は期待できない。
		百貨店 (売場主任)	・客の収入が増えない限り、今月よりも良くなる要素が見当たらない。消費税増税の影響は少しずつ和らいているものの、消費は簡単には増えない。また、前年と比較すると、消費税増税前の駆け込み需要に対する反動があり、高額品を含む一部の実需アイテムなどでは厳しい動きが予想される。
		百貨店 (売場主任)	・国内経済の活性化対策の推進が求められる。
		百貨店 (売場主任)	・売上構成比の高い衣料品は、気温による影響を除くと、引き続き売上が減少傾向にある。ただし、外国人観光客による購買は拡大が続いているため、プラスマイナスゼロで推移する。
		百貨店 (営業担当)	・円安が海外高級ブランド品の値上げにつながれば、多少は駆け込み需要も出てくるものの、富裕層の優良顧客は既に昨年の消費税増税前に高額品を買っている。消費税率は当分上らないため、どうしても今買いたいとは考えていない。
		百貨店 (営業担当)	・暖冬の予想が出ており、回復が見込めない。
	百貨店 (サービス担当)	・衆議院選挙による、お歳暮ギフトなどの進物品の買い控えが懸念される。客の購買意欲はより一層低下するものの、来客数や売上の動向に変化はない。	
	百貨店 (商品担当)	・春に向けて賃金の増加が進めば、景気にはプラスとなるものの、何よりも企業業績が好調に推移することが前提であり、新政権による積極的な経済運営がポイントとなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場マネージャー）	・衆議院選挙もあり、先行きの判断は難しいが、消費税増税の先送りなどで一定の下げ止まり効果が出る。消費の二極化が進むなか、ボリュームゾーンの底上げを期待している。
		百貨店（営業企画）	・食品や化粧品といった消費財以外の動きが依然として厳しいことから、消費税増税後の消費はまだ力強さに欠ける。株高などの好材料はあるものの、増税の負担を打ち消すだけの所得の増加がなければ、個人消費の裾野は広がらない。
		百貨店（マネージャー）	・好材料は株価の上昇のみで、実体経済は低迷している。特に、中間層に支持されているカード優待などの販促も、効果が出ない状態である。
		スーパー（経営者）	・年末を控え、原価を切るような異常な価格で販売している競争相手もかなり多い。今後もこのような厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・いよいよ消費税増税前の駆け込み需要の開始から1年となり、異常に売上が伸びた時期を中心に、3月一杯までは前年比が厳しい状況となる。
		スーパー（店長）	・年末の衆議院選挙の行方や、その後の政策は不透明なため、先行きを予測するのは困難である。ただし、食品関連は安定的に動いており、大きく変化することはない。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響や天候不順、気温要因などの内的、外的要因が重なり、非常に厳しい状況となっている。現状からの回復の見込みが立たない状況である。
		スーパー（店長）	・来客数の前年比に関するトレンドは今後も変わらない。
		スーパー（企画担当）	・来客数の減少が続くなかで、全体としては今よりも良くも悪くもならない。
		スーパー（広報担当）	・個人消費が上向き気配はなく、先行きが不透明である。
		スーパー（開発担当）	・12月に行われる衆議院の解散総選挙の結果でどう変化するかなど、予測できない。
		スーパー（社員）	・企業業績の回復により、冬季賞与が増えるとの期待が高まっている。客は他店のイベントや売価を比べながらも、消費意欲は依然として高いと実感している。
		コンビニ（店長）	・年末に衆議院選挙はあるが、消費税増税も先送りとなった。身の回りでは当分の間プラスの材料もマイナスの材料もなさそうなので、現状維持と考えている。
		コンビニ（店員）	・消費税増税後は家計がますます厳しくなっている。特に、主婦層の節約意識は高く、財布のひもが緩むことはない。
		コンビニ（広告担当）	・年末の衆議院選挙に向けていろいろと論議されているが、消費税増税や各種値上げの影響で、買い控えが続くと予想している。
		家電量販店（経営者）	・一般の消費者の間には、景気が良くなる要素はないと感じる。先行きに不安感を持っている客が、退職したシニア層に多いため、景気対策などの必要性を感じる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少なく、車検、一般修理の依頼も減ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・衆議院選挙の結果や、消費税率の引上げの行方が、足を引っ張る動きにつながる。明るくなる状況に期待したいが、材料が乏しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ新車の販売台数に伸びがなく、客の買い控えが目立つため、2～3か月先の景気は変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・年末に向けて少しでも売上を増やすために、客に分かりやすい陳列、買いやすい売場を作って、買上点数を増やしていきたい。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株高は続いているが、依然として中小企業や個人商店の状況は良くないため、これから3か月は今の情勢に変化はない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・円安による全体的な値上がり傾向などもあり、プラス要素は少ない。今のところは横ばいと予想しているが、ボーナスなどが全体的に増えれば、忘年会シーズンは外食が増加するかもしれない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替がこのままの傾向で推移しても、購買意欲の高い消費者が少ないため、売上の増加は見込めない。
		高級レストラン（企画）	・消費動向に直接プラスとなる要因があまり見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・12月末から始まる新しいプロジェクトの影響があるため、大幅に悪くなることはない。
		一般レストラン（経営者）	・まだまだ景況感が不透明であり、衆議院選挙による影響を受ける。

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）	・衆議院選挙の結果次第だと思うので、正直なところ分からない。
		一般レストラン（企画）	・客単価はメニューの変更の結果であり、本来の景気動向を示す来客数の増加はみられない。特に、土日の来客数はプラスの傾向であるが、平日がいまだに戻ってきていない。
		一般レストラン（店員）	・年末に向けて個人客の来店が増えるが、全体の販売量に変化はなく、客単価は若干落ちる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益は過去最高を更新といった記事をみるが、来客数、客単価共に景気が上向きと判断できる状況ではない。利用頻度が減少した原因につき、利用者にアンケートを行ったところ、小遣いは変わらないが、価格が上がったので、頻度を減らすしかないとの回答が目立つ。
		観光型ホテル（経営者）	・衆議院選挙の結果次第だと考えられる。与党が安定多数を確保できるかどうかで、良くも悪くもなる。
		観光型ホテル（経営者）	・地方にはアベノミクスの恩恵がまったく感じられない。シーズンによって高低はあるが、今後は冬に向けて現状が続くか、更に悪くなると感じている。
		観光型ホテル（経営者）	・変わる要素が見当たらない。
		観光型旅館（経営者）	・施設敷地内でのイルミネーションや、温泉施設でのクリスマスや年末年始関連のイベントなどで、首都圏や近隣都市部からの来客を期待している。ガソリン価格が下がり出していることで、景気回復の気運が感じられる。
		観光型旅館（団体役員）	・人材の採用難や、円安による原材料価格の上昇が経営を苦しめている。3か月先の動きが気になる場所である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室部門は単価、予約率共に上昇傾向にあるが、レストランの集客は苦戦を強いられている。宴会部門も利用人数が減っており、小さな宴会が増えている。
		都市型ホテル（管理担当）	・しばらくは現状のまま推移しそうな気配が感じられる。
		旅行代理店（店長）	・衆議院選挙を控え、先行きが不透明な状況である。
		旅行代理店（広報担当）	・ボーナスの状況次第でかなり変わると思うが、流れは悪化している。特に、円安の進行で海外旅行離れが深刻である。
		タクシー運転手	・流し営業による営業収入や、企業のハイヤー予約関連も、前月から大きな変化なく推移している。
		観光名所（経理担当）	・月初の3連休は雨が降ったが、その後の休日はまずまずの天候に恵まれ、売上、来客数共に前年比で115%となった。琵琶湖の周辺には紅葉の景勝地が多いため、天候と暖かさで来街者数が増えたようである。その中でも、飲食関連と体験教室は売上が伸びた一方、物販は中々伸びない。今後は、顧客ニーズを的確にとらえた品ぞろえがますます求められる。
		観光名所（企画担当）	・閑散期に入るため状況は変わらないと考えているが、これ以上落ち込まないように、イルミネーション装飾の追加や参加型イベントの開催などを予定している。ホームページでの告知や、SNS、CMなどによる情報発信にも力を入れる予定である。
		遊園地（経営者）	・政治の不安定な動きが、消費マインドに多少なりとも影響すると思われ、景気回復が進むとは考えにくい。
		競輪場（職員）	・例年の傾向であれば、やや良くなるが、今年は変わらないと予想される。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・12～2月にはコンサートが20日間予定されており、そのほかにも子ども向けのイベントや、企業イベントが開催されるので、前年並みの集客を見込んでいる。
		美容室（経営者）	・激安店は客が多く、高い店も少数ながら顧客を押しえている。一方、中間的な価格の店は、客が年金暮らしになると安い店に移ってしまう。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・マスコミなどが世の中の閉そく感について報じると、客の消費マインドも更に悪化していくように感じる。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・冬の商戦に向けて期待したいところであるが、商品的にも前年並みが妥当な流れである。
		住宅販売会社（経営者）	・しばらくは状況に変化はない。
		住宅販売会社（経営者）	・景気が上向いたとしても、業界の構造的な問題で、中小零細企業に恩恵が及ぶのは半年以上先になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・衆議院選挙の結果に左右される。
		住宅販売会社（総務担当）	・急を要する客以外は、契約調印までの時間が以前よりも長くなる傾向がある。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・現状維持の状態が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・明るい材料を探しているところである。消費税増税の先送りやガソリン価格の急激な低下で、気分的には良い12月のスタートを切れそうであるが、12月商戦には衆議院選挙の影響も出るため、危険を含んでいる。商品としては、寒波に期待してコートの品ぞろえを充実させていく。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・円安によるコーヒーの原料価格の高騰や、食品の仕入価格の上昇が予想される。
		一般小売店〔花〕（店長）	・年末の衆議院選挙となり、売上は減ると予想される。
		百貨店（売場主任）	・衆議院選挙の結果や、その後の経済政策のほか、株価や円相場の推移によっては、再び消費マインドが落ち込む可能性もある。
		百貨店（外商担当）	・消費税増税が延期されたことで、客の消費マインドの冷え込みは幾分解消されたが、高額品の商談や引き合いは少ない状態である。前年は年明け早々から消費税増税の駆け込み需要があったため、今年は非常に苦しい。
		スーパー（店長）	・ちょうど前年が消費税増税前の駆け込み需要の時期に入っていくため、見通しは厳しい。また、最近の購買動向をみていると、悪くなると判断せざるを得ない。
		スーパー（店長）	・消費の二極化が更に進むなかで、中流以下の家庭の景況感が悪化する。また、先行き不透明感が強く、節約志向の高まりを感じる。
		スーパー（管理担当）	・衆議院選挙が行われても政権交代は期待できず、景気が悪化するなかでの消費税増税への道をたどるため、これまで以上に消費者は買い控えをする傾向が強まる。
		スーパー（企画）	・政府主導の経済対策には期待できなくなっている。日本銀行によるデフレ対策や市場への資金投入策も、一時的な対応に過ぎない。
		コンビニ（経営者）	・今のところは中食の弁当や寿司を中心とした、新製品の企画がない。現在は売上が前年比で7～8%ほど落ちているが、このままいくと10%ぐらいになる。たばこの販売も3%ほど落ちており、回復の見込みがない。
		衣料品専門店（経営者）	・衆議院選挙の影響を懸念している。年末商戦の最中の選挙が一番困る。
		衣料品専門店（販売担当）	・中小企業の給料が上がらず、物価が上がっていただけであれば、買い控えが進むので悪くなる。
		家電量販店（店員）	・今後は政治力にかかっており、この時期に衆議院を解散することは影響が大きい。
		乗用車販売店（経営者）	・景気指数の推移ほど、景気が良いとは感じられない。
		乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスに陰りがみられるような報道も多いが、年末の衆議院選挙の結果次第では更に景気が減速する。自動車業界も国内販売は前年比で減少している。自動車関連のサービス業（車検、修理）も落ち込んでいる。
		住関連専門店（店長）	・GDPのマイナス成長につき、経済の専門家が予想を誤ったという世間のショックは大きい。衆議院の解散総選挙のような時期には、消費者が慎重になって買い控えが起こる。これまで繰り返して経験してきたことで、今回も懸念される。円安であるにもかかわらず景気が回復しなければ、輸入業者には何のメリットもない。景気回復が期待できるような要素が何も見当たらない。
		一般レストラン（経理担当）	・今後の政権運営に弾みがつくかどうかは、衆議院選挙の結果次第で決まる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来客数が減少してきている。消費税増税に備えて、貯金を使わずに蓄えておく傾向がある。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税率の引上げは1年半の延期となるが、物価の上昇や消費の停滞は免れないため、景気はしばらく改善しない。
		都市型ホテル（総務担当）	・消費税増税の駆け込み需要が1～3月に集中しており、前年比の数字上は、その影響を大きく受ける。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・円安が進み過ぎて、海外旅行の予約には不安が大きい。その反対に、国内旅行は海外からの予約が好調で、宿泊施設にひっ迫感が出てきている。
		旅行代理店（営業担当）	・法人需要は堅調な動きが続いているが、個人消費がなかなか上向かない。エボラ熱のほか、地震、噴火などの自然災害の影響も少なからず出てくるのが予想される。
		通信会社（経営者）	・円安などが今後の物価上昇につながり、消費は低迷すると予想される。
		通信会社（社員）	・新しい競合相手の出現が予想されるので、春先にかけての状況は楽観視できない。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税は当面延期という状況が消費動向に好影響を与える一方、円安による輸入商材の単価上昇がどの程度で落ち着くのが気になる。このまま円安が続くようであれば、販売価格を見直すしかない。価格を上げるとなれば、必然的に競争力が下がるため、先行きの見通しは暗い。
		ゴルフ場（支配人）	・今後は更に営業努力を行って、現状が維持できるかどうかの状態であるため、景気はやや悪くなる。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで客に服を脱いでもらうため、寒くなるためと来客数が減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の延期により、新築住宅購入の駆け込み需要にも期待できず、当分は契約率の低下が予測される。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・展示場への出展ハウスメーカーが期待していた、消費税増税の駆け込み需要もなくなったため、しばらくは新築市況が停滞する。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税増税の延期によって、駆け込み需要への期待が低下するため、市場の冷え込みが不安視される。
悪くなる		一般小売店〔酒〕（社員）	・円安による輸入商材の価格上昇で、積極的なセールに踏み切れない。株高による恩恵を受けているのは一部の客で、来客数の減少はまだ続くと予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・2～3か月先については、昨年が消費税増税前であることから、消費が前年を上回することは難しい。小売業としては、昨年在高額品を中心に動いたことから、思い切って投資できるかどうか懸念され、それがまた消費に悪影響を及ぼすなど、悪循環が不安視される。
		百貨店（売場マネージャー）	・この夏もそうであったが、セールになったからといって数字が上向くわけではない。消費者は既にセールを購入のきっかけとはしていない。政局も不安ななか、衆議院選挙があると消費が進まないという、嫌なジンクスの影響も出る。
		スーパー（経営者）	・先日公表されたGDP成長率の速報値でも分かるように、消費の低迷が顕著になってきている。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の延長により、景気の後退が実証されたという雰囲気は漂っている。12月の歳末商戦の時期に衆議院選挙が実施されることも、消費マインドを低下させる。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の受注量が増え、売上、利益共に増加する。
	やや良くなる	食料品製造業（経理担当）	・12月の衆議院選挙の結果にもよるが、消費税増税にも徐々に慣れてきている。
		食料品製造業（営業担当）	・12月のイベントや年末年始での消費者の購買意欲は少し上がる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療業界では、新しく施行された法律によって、医療機器の開発や再生医療の細胞培養などへの参入が増えてきているので、情報を収集して対応をする必要がある。また、それに伴い、医療機関からの仕事や製薬企業との開発関連の仕事は順調に伸びている。
		化学工業（経営者）	・年度末の案件が数多く出てきている。一気に良くなるとは思えないが、少しずつ回復する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新年度に向けての生産が始まり、雰囲気が良くなるので、景気も引っ張られる。
		金属製品製造業（営業担当）	・米国向けの輸出に関する受注が増加している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・商談や契約が増加する期待が高まっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界的な価格競争で低価格化がますます進んでいるが、要求される性能は高くなっている。ここへきて製造工程での歩留まりが高いことが、コスト競争の面で重要であることが理解され、質の良い製造装置や部材の需要が高まっている。これらは日本の中小企業が得意とする分野であり、徐々に光が当たり始めている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末まではこのまま受注が増えていく。ただし3月以降は期待できない。
		建設業（経営者）	・年度末を見越した発注が増えてくると予想され、受注が増える。無電柱化は、法制化が衆議院の解散で先延ばしになり、受注に影響が出るものの、問い合わせは増えてくる。
		建設業（営業担当）	・生産、物流施設への投資意欲が引き続きおう盛である。建築コストの高騰により、計画を見直したり、時期を延期したりする企業もあるが、当面は建築需要の強い状況が続く。
		輸送業（営業担当）	・小型液晶パネルの国内生産が増えた関係で、工場間の荷物が増えている。
		輸送業（営業所長）	・12月後半から数か月間は、事務所の改修工事による移転作業の業務を受注できており、売上は増える見通しである。
		輸送業（商品管理担当）	・配達業務については、お歳暮関連で良くなる。
		通信業（管理担当）	・年末商戦の活性化で、全体としては良くなる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・年末商戦が始まり、折込件数が増えているほか、衆議院選挙による特需にも期待している。
		経営コンサルタント	・アベノミクスの各種政策により、徐々に良くなってきている。
変わらない		食料品製造業（従業員）	・食品全体では値上げの発表が続いているが、当業界には動きがない。値上げをすると商品の動きが一時的に止まってしまう傾向にある。原料価格は高騰しているのに、値上げをしたところであるが、いまだに他社よりも安く販売する企画ばかりで、先が読めない。
		繊維工業（団体職員）	・現状は需要が回復、拡大する見込みはない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達は忙しいが、忙しさは以前と変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費税率が上がって以降、現状維持が難しいという声が業界の組合でも聞かれる。円安による原料コストの上昇にもかかわらず、製品価格に転嫁できていない。しばらくこのような状態が続く。
		化学工業（企画担当）	・原料価格の上昇分を販売価格に転嫁できない状況が続いている。今後も短期的に改善できる見込みがない。
		化学工業（管理担当）	・クリスマス及び歳末セールがあるものの、消費税率が8%に上がった影響が、まだしばらくは続く。
		金属製品製造業（管理担当）	・目立った物件情報がない。電力会社による電力買取の見合わせにより、ソーラーパネル関連の回復の予測が立たない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・一般的な消費は伸びないと思うが、企業間の売買はある程度見込まれる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・製造業に関しては日本のブランド力が浸透しており、少し高くても購入してみようという人もいる。また、円安の影響で受注が増加しているため、経済状態は今のままいけば良くなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・新築戸建住宅の着工の回復が見込めないなか、年度末に向けた店舗関連の物件完成数についても、厳しい状況が予想される。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・2～3か月の短期間では変化はない。回復あるいは変化する要素がない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気変動の要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、仕事の注文は単発で入ってくるだけである。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・急激な円安の進行により、原材料費や海外での加工賃が上がってきているが、その値上がり分が価格転嫁できず、メーカーは苦慮している。アベノミクスの効果が中小企業に波及してくるまでには、まだ時間がかかることが予想される。
		建設業（経営者）	・今後も技能労働者不足や建設資材価格の高騰が続くなか、長期の工事受注には厳しい経営判断が必要になる。現時点では、来年1月以降の状況すら不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		金融業（営業担当）	・今回の衆議院選挙については税金の無駄との声も多い。与党と野党が一致団結して改革を実行すべき時であり、現状のままでは景気は変わらない。		
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・衆議院選挙の結果とアベノミクスの推移を見守りたい。政府と日本銀行の一体感もキープポイントになる。		
		不動産業（営業担当）	・今後も神戸から企業が出て行き、事務所や社宅のニーズが減少する状態は続く。		
		広告代理店（営業担当）	・11月からは変化がなく、今後も受注が増えることは考えにくい。		
		司法書士	・創業60年近い取引先が廃業したほか、解散予定の案件もある。消費税増税は延期となったが、明るい兆しを感じることができない。		
		コピーサービス業（店長）	・来年の消費税増税前に予想されていた駆け込み需要がなくなったことで、良くも悪くも現状維持と考える。		
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・世の中全体の景気が良くなることは、なかなか難しい。		
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税率の引上げは延期となったものの、景気浮揚につながるプラス要因が見当たらないため、今冬も消費は低迷する。		
		やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・今までの種々の努力により、昨年の円安による損失を補うところまで来たが、更なる急激な円安により、悪化傾向から抜け出すことができない。
				繊維工業（総務担当）	・原材料価格や加工賃の値上がり分を価格転嫁しにくい状況で、販売数量を確保しているため、利益が伸びていない。
金属製品製造業（経営者）	・年末にかけての衆議院選挙であり、政治の空白をはじめとする不安が多い。				
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注残高が減少傾向にあり、確実な受注見込件数も減少している。				
建設業（経営者）	・消費税増税の先送りなど、政治の停滞による不安に加え、原材料費や人件費の高騰も予想されるため、利益の減少が懸念される。				
広告代理店（営業担当）	・衆議院選挙後は良い材料が見当たらない。				
経営コンサルタント	・12月の衆議院選挙が混乱を招くように思われる。顧客企業が抱えている客からは、買い控えをすれば消費税率は上がらないという声も聞かれる始末である。				
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・このまま円安状態が続くようであれば、仕入原価が上がり過ぎていたため、販売先に値上げを申請することになる。恐らく思うようには進まないため、今後数か月は大変な時期となる。				
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・元々1～2月は稼働日数も少ないが、イルミネーションの増える時期が終われば仕事量が減る。				
悪くなる				広告代理店（営業担当）	・インターネット媒体、紙媒体共に、受注が月ごとに減ってきている。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済展望が見通せない。		
雇用 関連 (近畿)	良くなる	—	—		
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・12月の衆議院選挙の結果次第ではあるが、3月までは緩やかに良くなっていく。		
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・全体的に活発さはないが、これまで正社員を採用せず派遣で対応してきた建築や土木関連では、ここへきて優秀な派遣社員を正社員に切り替え始めている。		
		人材派遣会社（支店長）	・2～3か月後は年度末に向けた時期になってくるので、今月と変わらない状態が続くそうである。ただし、衆議院も解散することになり、今後の行方は不透明な部分が多い。労働者派遣法の改正も臨時国会では見送りとなり、衆議院選挙の結果に左右されることから、場合によっては厳しい状況となる懸念もある。		
		人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて一時的な消費の回復は見込まれるが、継続して景気を押し上げるような話題が見当たらない。		
		人材派遣会社（役員）	・人手不足の状況や、企業からの求人数が増える動きは当面変わらないが、団塊の世代の定年退職を加味すると、労働力人口の推移については不透明な部分がある。		
新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・今月は一時期に求人の増加がみられたが、関西ではこしばかり伸びがほとんどみられず、景気のはっきりした方向性が感じられない。関西経済の主力である中小企業の多くは、円安による原材料高で積極的に動ける状況ではない。				

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
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・各社の業績が良くなっている業種に温度差がある。この状況は今後も変わらず、関西、大阪地域とした中長期のグランドデザインが必要となっている。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・衆議院選挙の結果がどうなるかは不透明であるが、今の状態で推移していくことが予想される。
		職業安定所(職員)	・新規求人数はほぼ前年並みであり、有効求人数もここ4か月間は大きな変動がない。大量の採用計画といった求人の増加要因もなく、大きな変動はみられない。
		民間職業紹介機関(職員)	・建設関連の日雇い労働者数の減少傾向により、企業側も受注工事を制限せざるを得ない状態を克服できないでいる。
		民間職業紹介機関(支社長)	・若干の減少傾向は感じるが、企業の募集案件数そのものに大きな変動はないため、状況はあまり変わらない。
		学校〔大学〕(就職担当)	・企業から、今後も景気はあまり変動しないという話をよく聞く。
	やや悪くなる	職業安定所(職員)	・消費税率10%への引上げは見送られたが、消費税率が8%になった際の消費、購買意欲の低下は回復していない。また、一部の大手企業では賃金が引上げられたが、円安に伴う原材料価格の高騰、電気料金の引上げなどで、中小企業の経営環境は厳しく、一部の業種では倒産もみられる。
	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, O: 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	乗用車販売店(業務担当)	・新型車が投入されるので、1~3月の販売促進月間に期待する。
	やや良くなる	家電量販店(販売担当)	・年末年始の商戦に期待する。
		乗用車販売店(営業担当)	・新型車の導入を控えている。
		乗用車販売店(総務担当)	・依然として楽観できる状況ではないが、来客数と商談数はともに増えており、年度末商戦に向けて期待できる。
		一般レストラン(経営者)	・総選挙が終われば景気対策が確実に実行されると思うので、少しは景気が良くなる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・年明け以降の予約は現時点では前年並みに入っている。
		タクシー運転手	・当面は大型ショッピングモールが開店する影響で人出は多くなるが、その後は総選挙の結果によって状況が変わる。
		テーマパーク(営業担当)	・消費税増税後の落ち込みが目立っていたので、消費税の再引上げを恐れていたが、当面は回避されるようなので一安心である。これにより客の節約志向に歯止めがかかることを期待する。
		競艇場(職員)	・1月には正月レースや月中旬以降のG1レースが開催されるので、売上が期待できる。
	変わらない	商店街(理事)	・消費税率はしばらく据置きになりそうであるが、客が急に買物に積極的になるとは思えない。また総選挙の影響がどう出るのか注目している。
商店街(代表者)		・総選挙の結果にもよるが、政府の経済政策次第で景気の持ち直しが期待できる。ただ2~3か月の短期間で景気動向が良くなるとは考えられない。	
一般小売店〔食品〕(経営者)		・商品の値上げに伴い客の買い控えは今後も続く。	
一般小売店〔印章〕(経営者)		・最近では会社設立関連の注文が減少したままである。	
百貨店(営業担当)		・地方の景気はなかなか回復しない。来客数は増加しているが、客は必要なものしか買わないし、代用できるものがあれば購入しない。	
百貨店(営業担当)		・特に景気が変わる要因は見当たらない。	
百貨店(販売促進担当)		・来年10月の消費税再引上げの延期が報道され、クリスマスや正月といった大型商戦に期待感が出てきた。しかし客の価格に対するシビアな姿勢は変わらないと思われ、消費の高揚にはまだ時間がかかりそうである。	
百貨店(売場担当)		・冬物セールも一時的には好調さをみせるが、長続きしない。ここ数年の安くても不要なものは買わないという流れは今後も継続する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（購買担当）	・周囲では賃金が上がったという話は聞かない。日々購入する食品等の値上げが続いており、客は高額な衣料品には金を使わない。催事をして客の反応は薄く、2～3か月後のクリアランスセールが今から心配である。
		スーパー（店長）	・気温が低下して天候が冬らしくなれば、景気も回復していく。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
		スーパー（店長）	・客の生活防衛意識が高まっている。政治の不安定さも影響して、来客数の減少と客単価の低下はしばらく続く。
		スーパー（店長）	・年末需要は見込めるが、景気は根本的に改善されていない。また政治も不安定である。
		スーパー（総務担当）	・客の動向は落ち着いているので、景気は現状から大きくは変化せず推移する。
		スーパー（業務開発担当）	・加工食品はほぼ全品が値上がりし、食肉も値上がりしているため、買上点数が減少している。売上は維持しているが、来客数が減ってきている。
		スーパー（管理担当）	・客単価が伸びない傾向はまだ続く。景気が良くなる要素がない。
		スーパー（販売担当）	・消費税再引上げは先送りになりそうであるが、今後も商品の値上げが予想されるため消費は伸びない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は下げ止まりつつあるが増加には転じておらず、しばらくは景気に変化はない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・家電量販店には若者の姿があまり見えず、中高年の夫婦が多い。若者の購買意欲が低下している。
		コンビニ（支店長）	・政治の動きをみている限り、景気が回復する予感がしない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の影響は今も継続している。客は消費税が10%に上げられた後の家計負担を心配しており、さらに財布のひもを一層締める。
		乗用車販売店（店長）	・景気の先行きは不透明であるが、客は買物を控えている様子がなく、これ以上景気が落ち込むとは思えない。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税再引上げの延期が景気に影響を及ぼすとしても、プラス影響が大きいのかマイナス影響が大きいのか、今のところはっきりわからない。
		住関連専門店（営業担当）	・来客数が減少して客から情報を得られず、今後の販売予測を立てにくい。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気に大きな変化をもたらす要因は見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・当地は暖冬という予報であり、客足が天候により悪影響を受けることはないが、景気は良くならない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税再引上げが延期されそうである。また12月はボーナスが支給されるので、多少は消費が伸びる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・収入は増加せず物価だけが上がる状況が続いており、客が安価なもので対応する傾向に変化は起きない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・客はメリハリをつけて消費するという根本姿勢を変えないので、すべての店舗の売上が好調というわけにはいかない。今後、一層の2極化が進展する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・年末商戦で多少の活気は出るが、根本的な景気回復は期待できない。国民が賃金増額などで景気が回復しつつあると実感できなければ、本格的な景気回復は始まらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・忘年会や新年会の予約は今のところ順調に入っているが、予約の伸びはもう少し様子をみないとわからない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・急に総選挙の実施が決まったため、投票日前には忘年会や宴会の予約が入りにくく、日程が後にずれることも考えられる。また円安で海外旅行が減り、国内旅行や帰省需要が増加すると思われるが、毎年の恒例行事であり地方にとって恩恵は小さい。
		スナック（経営者）	・年末年始は景気は少しは良くなると思うが、全体の感じとして景気は全然良くなるとは思わない。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・先行受注も伸び悩み、受注量が回復する兆しはまだみえない。
		都市型ホテル（企画担当）	・景気が良くなる材料は見当たらず、今の状態が当分続く。
		旅行代理店（経営者）	・景気に変化はないと判断したが、先行きは総選挙の結果次第である。早く韓国や中国との関係が改善し、海外旅行が増加する環境となるよう祈っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・総選挙が実施されることになり、政治の先行きに不安感がある。消費税10%の行方も不安材料で、消費者の財布のひもは緩まない。この先もタクシーの利用数が増えることがあっても、近距離利用で単価が低いと、売上増は見込めない。
		タクシー運転手	・年末に向けて繁忙期に入る。前年は一昨年に比べて景気が悪かったので、今年は期待したいが、なかなかタクシー業界までは景気回復の波が届いてこない。
		タクシー運転手	・動物が冬ごもりするような状態で、外出する人が少ない。
		通信会社（社員）	・客からの問い合わせ内容の中に、販売量の増加につながるものがない。
		通信会社（広報担当）	・特に販売数や客の問い合わせが増えることはない。
		通信会社（総務担当）	・年度末にかけては例年、加入件数が増加していく。
		通信会社（企画担当）	・消費税の再引上げを延期しても、需要がいったん持ち直すとは思えない。需要が伸びる要素が見当たらない。
		通信会社（販売企画担当）	・客は収入が増加しないため、消費税の再引上げや住宅ローン金利の動向ばかり気にしている。
		通信会社（総務担当）	・客に購買意欲が感じられず、販売数の伸びは期待できない。
		テーマパーク（管理担当）	・政治の影響を受け、全体的に地方の動きが鈍化する。
		ゴルフ場（営業担当）	・天候次第であるが、今の予約状況をみると景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・月や日により販売量や来客数に波がある状態で、消費者にはまだあまり余裕が感じられない。
		美容室（経営者）	・消費税の再引上げが延期になりそうなので、客が安心して金を使う気分になるよう期待している。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・過去数か月、身のまわりでは景気の変化が感じられない。よほど何か大きな理由がない限り、今後2～3か月では景気に変化はない。
		設計事務所（経営者）	・来場客数の回復が見込めず、現状を維持できるかどうかの問題である。
		設計事務所（経営者）	・消費税再引上げが1年半延期となりそうであり、建築工事の客はまたしばらく様子見状態となる。
		設計事務所（経営者）	・政治は迷走をやめ、景気回復に注力してほしい。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税再引上げは1年半延期となる可能性が高く、年度末に向けた再度の駆け込み需要は期待できなくなった。今後もしばらくは現状維持が続く。
		住宅販売会社（販売担当）	・これから2～3か月で状況が大きく変化する要因はない。消費税再引上げの延期がどのように影響するか不安である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気が良くなっていく要素が見当たらない。客の会話からも年末にかけて今以上に消費が活発になる雰囲気はない。
		商店街（代表者）	・客の言動に、かなりの節約志向がうかがえる。
		商店街（代表者）	・可処分所得が増加していないため、客の財布のひもは固いままである。今後も地方の小売業界には厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・収入が増加せず物価が上昇する状況が続き、消費者の負担になってきている。
		商店街（代表者）	・これから寒い季節となり、また円安で物価が上昇する可能性が極めて高いため、消費者の購買意欲は上向かない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・12月は総選挙が実施され、地元で大型ショッピングモールがオープンするなど、客の気分が落ち着かない月になる。景気が良くなる要素はなく、今から覚悟している。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・年末商戦に期待したいが、総選挙が実施されるため、期待感半減している。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客の収入が変わらない一方で、物価上昇が止まる見込みはないため、販売量の減少は継続する。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・とにかく消費が冷え込んでいる。
		百貨店（経理担当）	・12月は総選挙の影響を受けるため、月前半は厳しい状況になる。
		百貨店（営業担当）	・クリスマス商戦が始まったが、今の販売状況ではどうにもならない。12月初めに駅前に大型ショッピングモールがオープンすることから、先行きを非常に憂慮している。
		百貨店（売場担当）	・化粧品や高級ブランドなどについて、前年は月を追うごとに消費税増税前の駆け込み需要がウエイトを増した時期となるので、売上は前年をクリアするのが段々と難しくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・商品が値上がりする一方で客の収入は増加しないので、景気はなかなか良くならない。
		スーパー（財務担当）	・客は円安による物価上昇と消費税増税を痛切に感じる一方、客の収入は増えていないため、今後も節約志向が続く。
		スーパー（営業システム担当）	・店舗の中に売上が前年割れしている店がある。来年は競合店が出店するため、さらに売上が下がる可能性が高い。
		コンビニ（エリア担当）	・円安等による仕入コストの上昇を反映し、先月ぐらいから値上がりする商品が多い。現在は店の調子は良いが、今後は客の購買意欲が低下して売上に影響が出る恐れがある。
		衣料品専門店（経営者）	・客の様子からは景気が良くなる兆しは全く感じられない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者はまだ8%への消費税率引上げに慣れていない。スーパーで買物後に自分で消費税を再計算すると、毎日の家計への影響が多いことを感じ、どうしても消費が鈍る。またレストランのコース料理が増税前には内税で4,500円であったものが、消費税率引上げ後には税込みで4,860円になっていた。材料の値上がりもあると思うが、便乗値上げかと思う気にもなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費者の購買力が回復しておらず、今後の販売量は見通せない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動から抜け出せていない。大型冷蔵庫、エアコンやパソコンといった主力商品が落ち込んでいる。来客数も前年割れが続いており、暖冬が予測されるため暖房機の動きも悪いと思われる。
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要素はなく、現状維持かやや悪くなると思われる。
		一般レストラン（経営者）	・中小企業のボーナス次第というところもあるが、農家の所得減少もみられるため、地方では今後ますます消費の手控えが起こる。ただ消費税再引上げ時期の延期により、生活必需品は年末年始も堅調に伸びる。
		一般レストラン（店長）	・年末年始の予約状況は前年と比べて厳しい。特に選挙がある月は予約数が減少する傾向にあるので、12月は厳しい状況が続く。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・納品価格が高騰している。また冬本番となり、利用客数が減少する。
		観光型ホテル（支配人）	・総選挙が実施されるので、通常見込まれるはずの宴会や飲食利用が手控えられる。また近隣市に大型ショッピングモールが開店するため、当地区でも来客数が減少する。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊部門はイベントやコンベンション関連の開催動向や先行受注の状況からみると、今後は11月の特需の反動が出る。レストランなどの個人客の利用は以前から伸び悩んでおり、大型ショッピングモール開店の影響がプラスに出るよう期待している。
		都市型ホテル（総支配人）	・消費マインドを向上させる要因に乏しい。レストランの利用客の動向にも活気が感じられない。
		旅行代理店（営業担当）	・総選挙の結果次第である。また消費税再引上げのタイミングも絡むが、すぐに景気が好転することはない。
		通信会社（工事担当）	・年明けから競合他社の攻勢が始まる見込みであるため、今後は厳しい状況になる。
		テーマパーク（業務担当）	・3か月後は外出には寒い季節となる。また年度末で仕事があわただしい時期となるため、行楽客も見込めず多くの来園者は期待できない。
		美容室（経営者）	・現状のまま景気に変化がなければ、客の懐具合はますます厳しくなり、節約が当たり前になる。3か月先には景気はさらに悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・建築物価の高止まりに人手不足が重なっているため、消費税再引上げの時期が決まるまで、しばらく様子を見るという客が多い。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税再引上げが延期されそうである。住宅エコポイント制度の復活も聞くが、客が住宅購入に踏み切る後押しになるかは疑問である。
	悪くなる	百貨店（営業担当）	・12月にオープンする大型ショッピングモールの影響により、今後少なくとも3か月は売上や来客数が大幅に落ち込む。

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
		百貨店（営業推進担当）	・ 広告の効果等も売上に反映されず、来客数が伸び悩んでいる。衝動買いをする客が非常に少なく、客は堅実な買物姿勢で、もう1品を買うことがない。
		スーパー（店長）	・ 近隣に競合店やドラッグストアの出店が予定されている。集客のチラシが多くなり、客数はさらに減少する。
		スーパー（販売担当）	・ 商圏としてはやや離れているが、近隣への大型ショッピングモールのオープンが迫り、怖さを感じている。特にモール内に当店の取扱ブランドと同系列の店が出店するため、今後は長期にわたり苦戦を強いられると覚悟している。
		家電量販店（店長）	・ 前年同時期は消費税増税前の駆け込み需要があった時期であり、来客数も購入点数も前年に比べて減少する。また高付加価値商品が売れず、売れるのは安価な商品だけで、客単価の低下につながる。
		乗用車販売店（統括）	・ 前年は12月から消費税増税前の駆け込み需要が始まっていたため、今後は売上の前年比は悪くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・ 3か月後は業界的に閑散期となるため、売上は例年落ち込む。また消費税再引上げが決定されることになれば、個人消費は目に見えて落ち込む。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・ 来年から団体バス料金が値上げになるため、確実に団体客が減る。
		通信会社（営業担当）	・ 消費税再引上げの延期で持ち直すレベルの景気の悪化ではない。むしろ先行きに不透明感が強まっており、現状から悪化する。
企業 動向 関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・ 苛性ソーダの値下げにより粗利益率が向上している。受注量の増加とあわせて、景気は徐々に好転する。
	変わらない	金属製品製造業（総務担当）	・ 当社の受注は横ばいで推移すると想定しているが、同業者は工作機械や造船向けの仕事量が増えると話している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ 関係先の情報漏えい問題が収まり、受注量が増加する動きが出ている。
		輸送業（経理担当）	・ 年末に向けて荷動きは活発で、年度末に向けても堅調に推移する。
		金融業（自動車担当）	・ 取引先の自動車部品メーカーの受注は今の円安傾向が続く限り、堅調に推移する。数か月先も1ドル115～120円程度の為替水準が予想され、高操業が継続する。
		不動産業（総務担当）	・ 12月は景気に変化はなく、1～3月にかけては賃貸物件の需要時期に入るため、景気はやや良くなる。
		農林水産業（従業者）	・ アジやサバ等の青魚は持ち直す傾向にあるが、今年はイカ漁が安定せず不漁である。
		食料品製造業（総務担当）	・ 予想外の受注量の増加が終わり、1月以降は例年どおりの落ち着いた状況に戻る。
		繊維工業（統括担当）	・ 総選挙を控えており、今後の見通しはつかない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・ 消費税増税後の景気低迷に加えて、過度な円安によりコストアップが続き、景気は浮揚できない。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 1～3月には受注は落ちるとみていたが、今も受注が続いている。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 多少の波はあると思うが、2020年までは各分野の活動は堅調に推移する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・ 先行きは不透明である。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・ 過去3か月で為替が急激に円安に進行している。原材料や海外からの製品仕入価格は為替の影響を大きく受けるため、企業収益や景気にはポジティブな要因とはならず、景気は変わらずに推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・ 期待される新製品の販売開始は、もう少し先である。
		建設業（経営者）	・ 明るい材料がなく、景気の先行きは不透明である。景気はこれ以上悪くならないと思うが、今のところ上向く材料は少ない。
		建設業（総務担当）	・ 景気の先行きに明るい兆しがみえない。
		建設業（総務担当）	・ 現状が継続する。
		通信業（営業企画担当）	・ 公共関連と法人企業はともに情報通信の設備投資案件に積極的でなく、現状設備のコスト削減に向けた提案が増加している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		金融業（貸付担当）	・消費税再引上げは延期される見込みであり、再度の駆け込み需要は発生せず、年度末にかけて景気は変わらない。地方の中小企業は原材料価格の高騰や円安の影響を受け、利益が増加していない。一部の大企業が景気をけん引し、更なる賃上げを実施し個人消費が活発になれば、景気はやや良くなる。	
		広告代理店（営業担当）	・客情報や受注量の見通しから、景気は現状のまま推移する。	
	やや悪くなる	化学工業（総務担当）	・内需が拡大する見通しが無いため、企業業績は為替等の企業努力で対処できない要因で変動する状況であり、企業が長期的な展望を描くことは難しい。内需が拡大するような変化が起こらない限り、景気は良くなる見込みはない。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在作業中の案件が完了すると、次の大型案件の作業着手までやや間隔が空くため、作業量は減少する。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注大手企業は円安による為替差益で相応の利益を確保している。一方で下請企業は従来どおりの価格で受注するため、適正利益を確保できない。この構造はデフレ時となら変わらず、むしろ状況は悪化している。	
		通信業（営業担当）	・総選挙の実施や消費税再引上げの延期など、政治は停滞しており、今後の景気は上向きには捉えられない。円安基調も変わらず、下請など中小零細企業に恩恵が及ぶ景気浮揚、雇用促進や内需拡大に向けた対策を期待する。	
		会計事務所（職員）	・消費税増税後、初の半期決算期が到来したが、税金を支払う時になり改めて増税感を抱く事業主が多い。納税義務者である事業主にとっては引上げ率3%という数字は従来の税率5%から見ると60%の税額アップであり、事業主は改めて負担額増大を実感している。また納税段階になって、資金繰りの必要性に迫られる事業主もいる。	
		コピーサービス業（管理担当）	・当業界が恩恵を受ける積極的な公共事業の実施は、経済対策として考えにくい。	
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・円安の影響で原材料の高騰が激しくなっている。そのなかで受注先と値上げを交渉しているが、思うようには交渉が進まない。このままではさらに悪い状態になる。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。	
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・急激な円安で海外からの仕入材料や部品の価格は20%以上アップしているが、将来的にも円安は収まりそうになく、状況はさらに厳しくなっていく。	
	雇用 関連 (中国)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・雇用状況の動きは年末から年度明けにかけて活発になる。求人数は前年よりも増えるので、求職者の動向が鍵を握るが、雇用拡大は進むとみている。
			民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大型ショッピングモールのオープンによる相乗効果が期待できる。
		やや良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・企業の景況感にはやや陰りがあると聞くこともあるが、採用に関しては引き続き積極的な企業が大半である。
求人情報誌製作会社（広告担当）			・年明けには新卒採用活動が始まり、3月頃からは新卒採用市場が活気づく。例年にも増して採用予算を増額する企業が多いという期待感を持っている。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・消費税再引上げが延期になりそうで、景気は気からのたとえどおり、小売業者の表情が明るくなっている。12月に総選挙が実施されるが、小売業者は大きな影響はないと強気である。ただ夜の飲食業界は2年前の師走選挙で大きな悪影響を受けた印象が根強く残っており、今回も不安顔である。	
民間職業紹介機関（職員）			・総選挙の結果にもよるが、現在の失業率が今後も継続していけば、数か月後は今より景気は良くなっている。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・季節要因以外による求人の増減は発生せず、求人数は平年どおり推移する。ただし企業は将来の消費税再引上げに向け内部留保を増やす可能性があり、雇用に影響する。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・来期の採用活動の開始が3月であるため、ここ1～2か月の間では大きな変化は起きない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・デフレ脱却への道筋はみえておらず、景気回復の遅れが鮮明になっている。地方に実感が届く景気を加速させるとの選挙公約を発表した政党もあり、期待したい。	
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内のある事業所が3年後に閉鎖されるという発表があった。今すぐではないにしろ、今後いろいろな影響が出ると懸念している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・年末年始にかけ、求人数と求職者数は例年増加する時期である。ただ新規求人数は今年6月以降5か月連続で前年を下回っている状況に加え、総選挙後の動きも注視していく必要がある。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・景気が変動する要因はない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・年末をピークに、求人はいったん落ち着く。この数か月で景気が大きく落ち込むことがなければ、来春以降、求人数は再び増加する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・大型ショッピングモールのオープンに伴う企業の人材需要はしばらく続くため、当業界内では求職者確保の競争が継続する。また年末年始商戦に向けた企業の採用活動も活発になるため、求職者確保はさらに熱を帯びる。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・各企業にとって消費税増税と円安に起因する材料費高騰分の価格転嫁が大きな問題となっており、今後の受注状況等の先行きを心配する声が多く寄せられている。また求人意欲に陰りがみられる。
	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	—	—
	やや良くなる	コンビニ（店長）	・出勤時の来客数が増加しており、昼食時の客単価も上昇している。
		衣料品専門店（経営者）	・9～11月は比較的良かった。気温に大きく左右される部分はあるが、今後も良い状態が続いていくと期待している。
		家電量販店（店員）	・年末商戦と新生活需要を控えているため、販売面は期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・12月には軽自動車各社から相次いで新型車が発売されることから、市場の回復が期待できる。また、来春4月からの軽自動車税増税で駆け込み需要が多少あるものと予想する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始は1年で一番忙しく、これからお歳暮商戦など繁忙期に入る。
		競艇場（職員）	・12月は主要レースが多く、年明け後は正月レースを開催するので、売上増を期待している。
	変わらない	商店街（事務局長）	・消費税増税の先延ばしは、景気回復への影響はないとみている。消費マインドは所得が上向かないと上がらない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・変化があるような要因が見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・1～2週間の短期予約は入ってくるものの、年末年始の予約状況が悪い。ぎりぎりまで待って、どうしても必要なら購入するといった行動がみられる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気が良くなる要因が思い当たらない。市内で開催されるイベントに積極的に参加して、売上を伸ばしていきたい。
		スーパー（店長）	・ボーナスが増えると消費は上向くかもしれない。仕入価格の上昇が続いているため売価を見直さなければならない商品が多くあり、今後の景気に悪い影響を及ぼす動きが見られる。
		スーパー（企画担当）	・今後も原料高騰などによる商品単価の上昇が発生するため、客数の伸びは期待できない。
		スーパー（企画担当）	・プラス材料とマイナス材料が混在している。
		スーパー（財務担当）	・富裕層は別として、節約志向が続く。
		コンビニ（総務）	・景気が上向く要因は全くない。
		衣料品専門店（経営者）	・本来、年末に向けて消費が伸びなければならない。来店客との話から、客数や販売量の動きはもう少し悪くなるのではないかと感じる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税10%への移行が先送りになったため、当面は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・下期は新型車発売やモデルチェンジがあるが、今の市場状況から販売台数の大幅な改善は難しい。
乗用車販売店（従業員）		・11月に新型車が発売されたものの好調とまでは言えず、収益は前年並みに推移していく。	
乗用車販売店（従業員）	・例年は年末から決算期に向けて販売増加が見込めるが、今期は先行き不透明。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税で4～5月に新車受注が落ち込み、上半期も下半期も低調な状況が続いている。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税以降は、厳しい状態が続いている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・賃金上昇の実感はなく、物価上昇に消費者の財布のひもは緩みそうにない。
		観光型旅館（経営者）	・12月は忘年会の予約状況が例年より良い。ある程度、景気が回復してきているということではないか。
		タクシー運転手	・乗客から景気の良い話を聞かない。
		通信会社（支店長）	・地方では景気が上向き材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・選挙後も大きな景気変動は起こらないとみている。
		通信会社（企画）	・景気を左右する要因がない。
		観光遊園地（職員）	・通常、選挙がある時は繁華街の景気が悪くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約状況は11月と変わらない。昨年と比べて若干良い感じはあるが、天候次第でどうなるか分からない。平日の予約状況は、昨年よりやや悪い。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税再増税前の駆け込み需要を予測していたが、延期されることになって今後の動きが分からなくなった。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・このままでは冬物がかかり残りそうなので、その処分と、春物商材の入れ替えにも響いてくると思われる。選挙後、経済対策を早急にやっていただかないと、厳しい状況がますます厳しくなっていく。
		百貨店（営業担当）	・衆議院選挙以降の動きが分からない。
		百貨店（販売促進担当）	・政局が不安定となり、株価の先行きが懸念される。株価が下がれば、主軸の高額品の売上がさらにマイナスになるだろう。
		スーパー（統括担当）	・賃上げもなく、ボーナスも大企業以外はあまり上昇していないから、消費が増えない。
		衣料品専門店（総務担当）	・取引先からは、円安による業績悪化の話が多く出る。来店客からは、物価高から家計への負担が増え、購買行動が慎重になっていることが強く感じられる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・一般消費者のマインドの冷え込みがみられる。価格競争が一部の商品で起きており、デフレ傾向に逆戻りするのはと懸念している。
		スナック（経営者）	・今年の年末年始については、選挙が状況を悪くする。
		都市型ホテル（経営者）	・衆議院選挙の影響が大きい。来年4月には統一地方選挙もあり、1月の宴会のキャンセルがすでに入ってきている。
		旅行代理店（支店長）	・円安の影響で海外旅行の需要が低迷しており、先行きに不安がある。
		通信会社（営業担当）	・冬商戦が終わり、新生活シーズンまでは販売量が低下する。
		美容室（経営者）	・各種値上げが続いており、消費マインドの低下が続くだろう。
悪くなる		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・忘年会シーズンを迎え、飲食店が潤う時期なのに盛り上がらないまま年越ししそうだ。先行きが不安。
		百貨店（営業推進）	・消費税増税の影響が続き、消費動向は厳しい。地方は経済対策の恩恵が少なく、今後も厳しい状況が続く。
		コンビニ（店長）	・地元企業の経営者の話では実質給与が増加しておらず、個人消費の回復は見込み薄いと感じ取れる。
		タクシー運転手	・冬到来でお遍路関連の乗車が減少した。例年、年始には乗客が減ることから我々の業界は悪くなる。
企業動向関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・円安効果により企業内利益が多くなっているところは、給与や賞与に明確に表れるのではないか。
	やや良くなる	輸送業（経営者）	・順調に推移するだろうが、不安感はぬぐえない。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・地方店の苦戦が今後も続く。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船関連は現状維持、産業用機械等は低迷が続く。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先から提示される受注見込量に大きな変動はない見通し。ただし、年度末に向けた予算執行型の顧客に関しては第4四半期における販売微増が予想される。
		建設会社（経理担当）	・労働者の人手不足や賃金上昇、資材価格上昇などで景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・2～3か月で状況が変わるとは思わないが、とにかく努力するしかない。
輸送業（営業）	・年末繁忙期には取扱物量の増加を見込んでいるが、来年1～2月は消費税増税前の駆け込み需要があった昨年を下回るだろう。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		通信業（部長）	・基本的に変化は無いと考えるが、選挙結果に左右されることもあり、不確定な要素が大きい。	
		金融業（副支店長）	・今と変わらないとみている。	
		広告代理店（経営者）	・多くの得意先は消費税増税後の売上が回復していないことから、販促費を抑えている。	
		公認会計士	・設備投資に消極的な意見が増えてきている一方、観光客の増加が見込めるなど、企業によって景気の良いところと悪いところに二分される。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・円安傾向が進むとの推測による。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・毎年1～2月は売上が減少する時期で、12月と比べて一段と落ちるとみている。	
		建設業（経営者）	・前年度のような補正予算による公共事業の増加が見込めず、景気はやや悪くなる。地域間・業種間の格差も懸念される。	
		輸送業（支店長）	・年末は例年どおりの動きを予想。	
		通信業（総務担当）	・今年度は、他県と比べて受注量がかなり落ち込んでいる。要因が掴めておらず、回復の目途が全く立たない。	
		悪くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	—	—	
	(四国)	やや良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、年明けは求人数が増加する傾向にある。
		変わらない	人材派遣会社（営業）	・衆議院選挙の行方が消費者感覚にどのような刺激を与えるか注目されるが、景気の上向きを一般消費者が実感するまでには時間がかかりそうだ。
			職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は前月比0.05ポイント上昇しているが、新規求人数が29か月ぶりに減少するなど、求人意欲の低下がみられる。
			職業安定所（職員）	・中途採用者の賃金上昇は見られず、高い求人倍率が消費や景気に反映するとは思えない。
			民間職業紹介機関（所長）	・GDPが示すように景気の底割れ感があり、新たな設備投資をしようとする企業は少ない。企業も、より慎重に経営指針を探っているようだ。
		やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・政情不安による消費者心理の鈍化から、一部製造業に好調さがあるものの中小企業は厳しく、依然として個人消費の拡大は見込めない。
			人材派遣会社（営業担当）	・消費税の問題など、国内企業の投資が不安定で、求人に繋がらない。
			求人情報誌（営業）	・企業の人手不足の打開策もなく、求職者側が求める条件を満たす求人が少ないことから、雇用の課題は解決されない。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・輸出企業が利益を出しても、地方にお金が回ってくるシステムがない。やはり、高速道路通行料金の半額割引などが必要だと思う。
職業安定所（職員）	・10月の有効求人倍率は1倍台をキープしているものの、管内の失業情勢は建設業や一部小売業で厳しさが若干みられる。			
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	良くなる	スーパー（総務担当）	・ここ数か月と同様、売上は食料品が前年を上回り、非食品が前年を下回る傾向がしばらく続く。	
	(九州)	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の買物の様子から、今後2～3か月先の景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・一番の需要期でもあるため、気温の低下とともに購買欲が高まり、冬物商品の販売単価も上がる。	
		商店街（代表者）	・消費税の再増税が見送られ、客が少し落ち着いて、年末に買物することを期待している。	
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・こここのところ、堅調に売上が増えている。	
		スーパー（業務担当）	・年末用商材の確保は予定通りできており、客数が例年並みであれば、売り逃しに対応できる環境が整いつつある。	

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		
		コンビニ（販売促進担当）	・12月のメインとなるクリスマスケーキは、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーともに前年よりも客の予約注文が多くなっており、前年よりも販売数量が伸びる。パンは、このまま良くも悪くもなく推移するとみている。		
		家電量販店（店員）	・我々販売業は消費税増税の影響で若干落ち込みがみられたが、原油価格の低下などで製造業等が良くなると、景気が底上げされる。年末の慌ただしいときに総選挙があるが、消費の落ち込みをみてアベノミクスが間違いだったと判断するのは早計である。		
		家電量販店（従業員）	・今から暖房器具が売れ出す。		
		家電量販店（広報・IR担当）	・商戦期となり、消費税の再増税も延期され市場がある程度落ち着くとみられる。		
		乗用車販売店（従業員）	・来年4月から軽自動車税は値上げされるが、軽自動車は伸びていく。		
		乗用車販売店（総務担当）	・1月は久しぶりの新型車が発売される。来客数が増え、新車販売台数の増加が期待できる。		
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・店頭の客は増加傾向にある。お歳暮ギフトなど、年末はコーヒーの需要が高くなるので、売上が今年の横ばいか、若干増える見込みである。		
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・温暖な気候が続いているため人の動きが活発になり、売行きが良くなりそうだ。		
		都市型ホテル（副支配人）	・12～1月を含めて、インバウンドの予約が非常に堅調で良い。それに加え、日本人客の単価も上昇している。		
		通信会社（営業）	・12月の年末需要及び来年2～3月にかけての移動時期の需要に期待している。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税先送りにより、増税前の駆け込み需要は見込めなくなる。しかし、秋口から受注棟数が若干ではあるが増加傾向にあるため、大きなマイナス材料がない限り継続して増える。		
		変わらない		商店街（代表者）	・時期的な要因で、販売数量の落ち込みが予測される。また、先行きの不安から、購買客が少なくなっている。
				商店街（代表者）	・12月に総選挙が実施され、かき入れ時にも関わらず大変厳しい状況が続く。2～3か月先に、その状況が好転する材料が見つからない。
商店街（代表者）	・12月は年末商戦で期待できる。しかし、年末から正月にかけて客の財布のひもが緩んだ反動減が1～2月に現れるので、売上はあまり期待できない。				
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・同業者の忘年会では、景気の悪い話ばかりが聞かれた。年明けには廃業者が多く出ると予想される。				
一般小売店〔生花〕（経営者）	・クリスマス、正月にかけて花の需要はある。年が明けるとさっぱり売れないと聞くので楽観はできないが、少しは良くなる。				
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・冬場に向かっての予想がつかない。商店街の閉店が目立つようになり、人の動きが少ないのが売上減少の要因の1つである。消費税の再増税が実施されたらお手上げである。				
百貨店（営業担当）	・友の会満会による買物券の交換・利用は、低調あるいは温存傾向が続いている。また、クレジット金利負担増では、高額商品の分割購入が今一歩少ない。お歳暮ギフトは、先行受注が好調で商品単価が上昇している。プチぜいたくの自家需要ギフトを提案し、需要の喚起を図っている。				
百貨店（営業担当）	・想定以上に消費者心理は厳しいようだ。消費税増税の影響は和らぐが、12月の総選挙が不安材料となる。総合的にみて、2～3か月はこのままの状態が続く。				
百貨店（営業統括）	・12月は繁忙期に入るものの、総選挙が歳暮ギフトの売上にマイナスに影響する可能性が大きい。				
百貨店（売場担当）	・百貨店は高齢者が多いので、気温等に左右される。近隣の競合施設にできたブランド店の売上げが好調で、当店の衣料品がかなり苦戦している。当店は、非食品の1品単価が前月比105%、客単価が同101%、食品の1品単価が同102%、客単価が同106%と上昇しているため、売上が良くなっている。ここ2～3か月は酷い状況であったが、前年に近づいている状況である。今後は、特殊要因がなければ現状を維持する。				

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（店舗事業計画部）	・前年度は、消費税増税前の駆け込み需要が本格化し顧客の購買意欲も高かった。今年は、高額品を含めて本当に今必要なもの以外は、客のシビアな反応が続いているので、大幅な伸びは期待しづらい。
		百貨店（経営企画担当）	・直近売上は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減や悪天候等の影響がないにもかかわらず、前年を下回っている。消費税増税は、既存顧客の購買力の低下に大きく影響しており、外国人観光客増の効果が小さい地方小売業は、厳しい状況が続く。
		スーパー（経営者）	・消費税の再増税が先送りになっても、物価上昇に対する賃金上昇が見込めないため、先行き不安感から客の買い渋りがある。
		スーパー（店長）	・消費税の再増税は先送りされるが、雇用問題や実質賃金の目減り等で、消費者の財布のひもは固いままだ。競合店の出店等もあり、競争はますます厳しくなると予想される。
		スーパー（店長）	・現状の数値が厳しいだけに、これ以上の落ち込みはないと予想している。ただ、高齢者の増加と人口減、年金受給者の増加などを考えると、市場の絶対規模が減少していることは明らかで、従来の景気という考え方は現状に馴染まない。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税の影響から抜け出せず、次の大きな変化が読めない。
		衣料品専門店（店長）	・12月には歳末大売出しイベントを開催する予定であるが、総選挙と重なるので、客の出足が悪いのではないかと危惧している。
		衣料品専門店（店員）	・今年は暖冬という予報が出ているので、冬物衣料の売上が伸び悩みそうである。
		衣料品専門店（取締役）	・冬物のセールも終わり、2月は商品の動きが最も鈍い時期である。ほとんどの客が、今必要な物しか買わない傾向が定着しているため、景気の上昇には期待できない。
		衣料品専門店（総務担当）	・好転している経済指標もあるが、所得は増えておらず、物価は上昇している。この状況が改善されるとは思えない。
		衣料品専門店（チーフ）	・2～3か月後は、冬物セール開始となり単価が下がるため、売上が増加する傾向にない。しかし、春節時期に来日する海外客を取り込めば、売上は伸びる。
		家電量販店（総務担当）	・閑散期であり、人気のスマートフォン以外に来店を促進する商品が見つからない。
		住関連専門店（経営者）	・一部、公共事業関連業種は大変忙しく活気があるが、置き家具業界は、消費税増税の影響が残っている。総選挙が実施され、年末にかけて景気が低迷する。また、選挙結果によっては、景気回復が遅くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・現在、燃料油の小売価格は高止まりから、一定の値幅内で上げ下げを繰り返している様子だ。12月の賞与支給に期待している客の様子がうかがえるため、新年に備えての高額洗車等、カーケア商品の販売に期待したい。
		高級レストラン（支配人）	・半年前から来客数、客単価など変化がないため、今後もこのままである。
		高級レストラン（専務）	・総選挙が実施されるので、先のことは分からない。地方はさほど良くないが、2～3年前より良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・年末を控え、需要は増えると考え。我々飲食業は、総選挙の影響がどこまで響くか、ボーナスがどの程度見込めるかに左右される。
		スナック（経営者）	・今月は、市長選挙の影響等で対前年比マイナスであったが、2～3か月先の景気への影響はない。
		居酒屋（経営者）	・以前、12月に選挙が実施された際に、外食産業の売上が減ったので、今回も同様の動きになる。今後2～3か月は良くなるらない。
		都市型ホテル（販売担当）	・12～1月と選挙が続くが、あまり影響はなさそうだ。
		都市型ホテル（スタッフ）	・原材料費高騰等のマイナス要因はあるものの、市内中心部再開発事業による人員の流入があるため、宿泊部門は好調に推移している。今後も上昇傾向にある。レストラン部門は夏以降、今一つ伸びきれない状況が続いている。今後の計画においても前年並みかやや下回る予測となっている。
		タクシー運転手	・年末年始は忘年会・新年会の時期だが、今年はなかなか予約が入らないという声を聞く。
		タクシー運転手	・消費税の再増税の先送りで、ある程度、景気は保たれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（企画担当）	・客観的な理由はないが、販促の手を打ってもレスポンスが弱いので、変わらないと判断した。
		美容室（経営者）	・12～2月は、当業界において少し活気が出てくる時期である。しかし、客の買い控え等で11～12月は今一つ活性化せず、そのまま年末年始に入る。
		理容室（経営者）	・12月は繁忙期であるが、客の来店周期は2～3か月なので、12月に客が集中すると1～2月は来客が減るため、良い結果は出ない。
		美容室（店長）	・景気は良くなるが、年末年始に旅行しようという客の声を聞く。
		住宅販売会社（代表）	・工務店や住宅業界は、通常12～3月は減少する傾向にある。当社はイベントやモデルルームのオープンを予定し、その時期の落ち込みを回避するようにしている。そのような対策や補助金、助成金を活用できないところは厳しくなってくる。
	やや悪くなる	百貨店（総務担当）	・実質所得の減少感が強く、顧客の購買意欲を高める要素が見当たらない。
		百貨店（販売促進担当）	・婦人衣料売場のリモデルを終了したが、売上は若干厳しい状況にある。
		百貨店（業務担当）	・昨年は、年末から消費税増税前の駆け込み需要による動きが始まったが、今年の動きは弱い。前年比でみると、年が明けて3月までは動きが弱いと考えられる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響で、本当に必要な物だけ買う傾向が強まっている。また、青果や米の相場がかなり下がっているため、買上点数を増やして売上を上げていく。競合各社も、売上回復に努力しているが、消費税増税が一番影響しているようだ。
		スーパー（店長）	・円安等による値上げと天候不順で、今後も衣料品や嗜好品の動きが鈍くなる。
		スーパー（統括者）	・売上が前年に比べて悪くなっており、今後も良くなるような兆しがみられない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気の回復がほぼなく、厳しい状況は今後も続いていく。
		コンビニ（店長）	・アベノミクスが行き詰まっている。総選挙で政治体制が不安定化する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・年末商戦に向けて売上は少し期待しているが、人件費が若干上昇した影響で経費が前年よりもかさんでいる。その結果、今後、利益が出ないようになっていく。
		住関連専門店（店長）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の影響で、今年は、売上の前年比が大きく落ちている。力のない企業はここで競争から脱落してしまうことも考えられるほど、小売業への影響は甚大である。年度末に向けて不安が大きい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税後、アベノミクスの効果が限定的であったことが明確になりはじめていく。
		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）	・賃料はこれ以上、上がる様子もないし、マイナス要素の方が多い。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費者の購買行動については変わらないとみる。お歳暮ギフト、クリスマスギフトについても店舗を吟味し、よりメリットのある店舗で購入するようになる。12月14日の総選挙についても小売には逆風とみる。特にお歳暮ギフトへの影響が大きい。
		高級レストラン（経営者）	・12月の予約状況は、例年の年末よりも少ない。12月の総選挙の影響で社用の客が飲食に来なくなるので、先行き不安である。
		一般レストラン（スタッフ）	・店舗数の増加により、しばらくは全体的に減少する。
		観光型ホテル（専務）	・選挙があると、来客数が激減する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の円安水準が続くと輸入企業を中心に冷え込みが続く、消費意欲が減退していくと予想される。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の利用は、国内が近場の宿泊を中心に前年を上回っているが、海外が円安、近隣諸国の情勢不安の影響で前年より減少している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		旅行代理店（企画）	・円安傾向による海外旅行の料金の高騰、ならびに海外での消費意欲の後退により、旅行の受注が低下する見込みである。燃油価格の低下の恩恵を受けるのは、3～6か月先になる見込みである。	
		タクシー運転手	・物価上昇に対して給料が上がらず、年金が増えない状況であるので、財布のひもがどんどん固くなっている。	
		通信会社（業務担当）	・12～1月は年末年始の商戦期となるが、今年は商品やサービスの目新しさに欠け、例年ほどの盛り上がりが見込めないことから販売台数は伸びない。	
		ゴルフ場（従業員）	・ここ1年、新幹線全線開通などで地域的に景況感は上向いてきていたが、12～1月の予約が昨年より少ないことが不安材料になっている。特に地元の客が安い近隣のゴルフ場へ移行している。間近になれば予約は入ってくるだろうが、少し後退気味になっているようだ。	
		競馬場（職員）	・来客数の数値が芳しくない。	
		美容室（経営者）	・12月の一番の稼ぎ時に、総選挙が実施されるのは困る。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・季節要因による入院等で、利用者減が想定される。来年4月の介護報酬の動向によっては減収も推測される。	
		設計事務所（所長）	・我々の仕事はおおむね3か月後に結果が出る。今、手持ちの資料がやや減少気味であるので、3か月後はやや悪くなる。建築関係は、2～3月ごろに各メーカーの値上げがあるので、より悪くなる。	
		設計事務所（代表）	・消費税の再増税が先送りになり、更に様子見の状況が続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅販売関係は、総選挙で客の動きが悪くなり、さらに消費税の再増税の先送りにより、買い控えや様子見の懸念があるので、景気は悪くなる。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・年末は売上が見込めるが、来年の景気は冷え込むと予想される。現時点で売り込める企画がない。新商品もない。
			スーパー（店長）	・選挙が実施される年末は、ギフトの伸びが悪いという話を聞く。バターの品不足を考えると年末伸びる要素がない。
			衣料品専門店（店長）	・12月の総選挙で変化があるのか、あまり良い話は聞かれない。物価の上昇だけが先走っているようだ。
			高級レストラン（社長）	・総選挙の影響で悪くなる。
			観光ホテル（総務）	・3か月の収入予測より、悪くなる。
企業動向関連 (九州)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・12月は1年で一番需要の多い月である。特にクリスマス以降、年末までは通常の倍以上の需要がある。今のところ、原料調達も取引先の要望に応えられそうだ。ギフトも例年以上の数字が期待できる。不安要素は天候のみである。寒い12月を期待している。1～2月は例年落ち込みが予想されるが、原料からすると落ち込みがないと予測している。	
		繊維工業（営業担当）	・海外生産でのメリットが少なくなると、国内に定着する物件が少しずつ増えていく。今は単発だが、期待している。	
		家具製造業（従業員）	・2～3か月先の受注見込みは、昨年より10%以上増えている。特に2～3月の見込みは例年の年度末需要を大幅に上回る。オフィス家具メーカーは、需要期の在庫積み増しを昨年より増やす傾向にある。	
		金属製品製造業（事業統括）	・例年、年度末の生産は多いため、景気判断が難しい。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合い量が少しずつ増えてきている。自治体主催等の受発注商談会においても、発注側の引き合い量が増えている。	
		電気機械器具製造業（取締役）	・今の仕事の量をこなす人繰りが大変な状況である。	
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点での計画で、来年3月までの生産台数が徐々に増加傾向にある。	
		金融業（従業員）	・企業及び個人事業主はボーナス商戦に期待しているという回答が多い。個人消費者は、大手企業のボーナスが若干増えるという期待感があり、今後上向いていく。	
		金融業（営業）	・製造業、建設業は半年ほどの受注を確保している。経済指標は落ち込み、小売業は消費税増税の影響があるようだが、製造業等は好調を維持していると考えられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント (代表取締役)	・アベノミクスにより円安基調にあること、原油価格が安定しつつあることを考えると、大企業中心であるが、全体的な景気の押し上げはある。富裕層の土地や株が上昇した資産効果で、今後消費は増える。
		経営コンサルタント (代表取締役)	・積極的に投資をしていこうという意欲のある企業が周りに増えてきている。
	変わらない	農林水産業（営業）	・年末に向けて特需期に入るが、全体的な動きとしては変わらない。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けない。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・昨年と比べると消費者の動きはいくらか良くなってきている。受注量も増えている。原材料価格高騰による業績への影響を少し懸念する。
		鉄鋼業（経営者）	・新規の建設物件が乏しく、受注量が伸びず受注残の消化の状態が続いている。人手不足、資材の高騰などで着工が遅れているとも言われているが、実態は物件そのものが非常に少ない。この状態が長期化しそうでである。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・動きが悪いのと同時に総選挙を控え、各メーカーとも様子見の状態が続く。政策の方向性が見えてからようやく動き出す。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・得意先以外の新規開拓によって現状を維持しなければならず、大変厳しい状況に入っていく。
		その他製造業（産業廃 物処理業）	・国内又は中国の原料在庫が増えているようで、良い値段をつけてくれない。仕入れは相場通りの高値で買われるため、バランスが取れていない。今後の動向に注目している。
		建設業（経営者）	・計画数、見積数が今現在変わらないので、2～3か月後も変わらないと判断している。
		輸送業（総務）	・総選挙があるものの景気を良くするものではない。
		通信業（職員）	・年度内は受注量増加の要素は見当たらず、現在と同水準のまま推移すると予測される。
		通信業（経理担当）	・総選挙の結果次第であろうが、自民党が議席を守ってアベノミクスの推進に力を入れていけば、景気も上昇する。
		金融業（従業員）	・円安による原材料費の値上がりや、人件費の上昇で経営環境が厳しくなっている先がみられる。一方、公共投資は高水準で推移しているほか、製造業などを中心に設備投資計画は前年を上回っている。
		金融業（得意先担当）	・前年度の受注残や繰り越し工事があり、当面は資金繰りに問題はない。しかし、受注減や採算悪化等を考えると、今後注視する必要がある。
		金融業（営業担当）	・物販関連の取引先は、年末にかけ消費の盛り上がりで期待していたが、総選挙の影響で停滞が予想される。円安による原料高の影響も重くなっており、売上、収益面での低迷は続く見込みである。
		不動産業（従業員）	・オフィスビルの稼働率が横ばいで推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・総選挙の結果次第だが、広告出稿量が上向き気配はなく、通信販売と旅行広告の動向に左右される状況が続く。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込料を11月より値上げしたため、今月の受注金額は増加したが、受注枚数は減少した。消費税の再増税が先送りになり、個人消費マインドが改善すれば新聞折込受注枚数は増える。総選挙が終わり状況が落ち着けば、先の見通しが立つが、現時点で変化はない。
		経営コンサルタント	・新しい動きや積極的な動きがみられないので景気は変わらない。
		その他サービス業〔物 品リース〕（支社長）	・3月決算の取引先が多く、今年度の投資計画は終了しているので、突発的な需要がない限り変わらない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営 者）	・夏の天候不順の影響で、原料の収穫量が減少する。また、昨年からの電気料の値上げに始まり、大手食品メーカー各社の材料価格の値上げ、輸送運賃の値上げなどがあり、我々中小企業をとりまく環境は厳しくなる一方である。
		精密機械器具製造業 (従業員)	・受注量の変動が激しく、まだどちらとも言えないが、計画では今より落ちる。
		建設業（従業員）	・見積案件は堅調に推移しているが、大型物件がなく、受注できても量的に小ぶりである。耐震工事も大方終了しているので、今後はマンションの外壁改修工事などの需要が増える。設備投資が増加しなければ景気は悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・衆議院、県知事、市長、県会議員、各地区の役員等、各種選挙が12～4月まで毎月続く。レジャー等に気分が向かない。

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（従業員）	・回復の兆しはない。
		経営コンサルタント（社員）	・消費者が、より低価格の物を求めている。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・今後、市町村の委託物件の発注が少なくなると、入札時に過度な価格競争が発生することが予想される。利益幅が少ないと経営上厳しい状況になる恐れがある。
	悪くなる	建設業（社員）	・大型の補正予算でも成立すればよいが、官公庁の工事は第3四半期、第4四半期の発注に期待が持てない。師走の切羽詰まった時期に総選挙をやる意味はない。さらに景気は停滞する。
		輸送業（従業員）	・景気が良くなる要素がない。
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・労働市場が売手市場に変わること、企業は人材を流出させぬよう待遇面を向上させるしかない。有能な人材は、ヘッドハンティングされることで更に価値が高まるので、雇用に対して全体的な待遇改善が進む。
		人材派遣会社（社員）	・注文数が増えている。年度末までの依頼もきている。また、新規で事業所を拡大する予定の企業もある。全国規模の仕事を受けたため、地元で人を探し対応したいという企業もある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要素が見当たらない。下半期の経営戦略を企業ヒアリングしても、積極的な姿勢が見受けられない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税の影響が各方面で見受けられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新規受注が停滞している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙が求人市場に及ぼす影響は計れないが、中小企業の人材確保が好転していくとは考えにくい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙で争点の「景気のさらなる回復」「消費税増税の延期」で状況は変わるが、求人募集の状況を見る限り人手不足の業種は深刻だ。アルバイトや臨時雇用から正規雇用への移行が増加しない限りは、景気回復を実感できない。
		職業安定所（職員）	・地方においては、賃金上昇は芳しくなく、個人、企業とも景気回復を実感できない。
		職業安定所（職員）	・新規求人は微増である。月間有効求人倍率は当分0.8後半から0.9倍台で推移していく。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人倍率は上昇傾向であるが、景気回復を実感できないとの声が企業から聞かれる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・中小企業からの継続採用の案内も一段落してきた感がある。次年度の採用準備にシフトしているようである。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人数をみると、人材採用難は継続しており、余程の経済環境・国際環境の変化がない限り、企業の採用意欲に変化はないと考える。既に2016年新卒採用に関しても動き出している企業がある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・日雇い派遣が難しくなり、年末年始の単発の需要が少なく、長期派遣の依頼も少ない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・総選挙の結果次第である。	
職業安定所（職員）		・企業訪問で今後の状況を尋ねると、景気が良くなる材料が少なく、このままの状況で推移するのではないかという回答が多い。また、資材や燃料費の高騰などのマイナス要因が経営を圧迫している企業が多くなっている。	
民間職業紹介機関（支店長）		・年末の繁忙期を迎えるのに、求人数が少ない。	
	悪くなる	—	—

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	良くなる	百貨店（営業企画）	・食品菓子銘店の改装効果の維持や外国人観光客の増加等、プラス与件も多く、しばらくは堅調な伸びとなる見込みである。
		ゴルフ場（経営者）	・見込みを算出しているが、単価、入込数とも絶好調とみている。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・暖冬傾向のため、来客数のアップを見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階での予約状況から推測できる今後2～3か月の稼働率は、今月の前年同月実績との差異より小さくなると思われる。ただし、前年実績を若干下回る見込みは変わらない状況である。
		通信会社（店長）	・近いうちに光回線の卸売りが始まるため、話題性も手伝い客足も増え市場が活性化すると考えている。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・消費税増税の先延ばしによって、若干の安定が見込まれる。
		スーパー（販売企画担当）	・買上点数が若干マイナス傾向にある。商品の値段が上がっている分、買い控えがあると思われる。
		コンビニ（経営者）	・付近には高齢者が多くいるため、客足が重くなかなか売上が伸びない。
		コンビニ（エリア担当）	・競合等で客の取り合いがあるが、客は店を選んだけで単価や販売動向をみると個人消費は落ちていない。欲しければ単価の高い商品でも売れる。
		コンビニ（エリア担当）	・観光客も安定しており、県経済は好調を維持すると判断する。建設業も好調だが、発注する側からすると、資材の高騰が懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・街に客が少なくなっている。来客数、販売数共に前年を下回っている状態である。今のところ変化があるようには見受けられない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる見込みは今のところない。
	やや悪くなる	その他専門店〔書籍〕（店長）	・自店での具体的な打開策も見いだせず来客数、販売量の減少に歯止が効かない状況で今後の景気回復を見込めない。
		スーパー（企画担当）	・近隣に競合店開店の予定があり、若干苦戦を強いられると予測する。
		旅行代理店（マネージャー）	・今のところ伸びる要素が見当たらない。
		観光名所（職員）	・予約数が落ちてきている。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築関連に関しては、型枠や鉄筋工の件費が高止まりしており、建築資材に関しては値上がりが見込まれており、単価の上昇が懸念される。
住宅販売会社（営業担当）		・消費税増税は先延ばしになったが、円安での資材高騰、職人不足による件費高騰や衆議院解散など不安要素が多くなり、影響が出そうだ。	
悪くなる	商店街（代表者）	・日本全体ではマスコミや政府等も景気は良くなっているというが、末端の小さい商店街、地域は大変な危機的状況にある。特に衣料品等の売上にプレーキがかかっている売れない、という店が結構ある。店が小さく、単価の調整をしても値段が下げられないという大変厳しい状況下にあるとみている。	
	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・12月もまた選挙があり、厳しい状況が続く。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・マスコミが、子どもを居酒屋への遅い時間連れ出すのをやめるように大々的に宣伝しているので、ファミリーの午後8時以降の来店が減り、内食、中食が増え、週日の地元客が特に減少している。週末はある程度入客はあるが、人手不足で対応できず、入店を制限をして客に迷惑をかけないようにしているため、週末の売上も落ちている。	
企業動向関連 (沖縄)	良くなる	○	○
	やや良くなる	建設業（経営者）	・引き合い件数が増加している。
	変わらない	食料品製造業（総務）	・円安の影響で食品の値上げが考えられるが、外国からの観光客の増加と消費の増加が続くと見られ、県内の小売は増加がしばらく続くと考えている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・特に大型工事はなく、横ばいの見通しである。
		輸送業（代表者）	・全体的には好調ではあるが、那覇空港滑走路増設や大型スーパー進出など本島の大型物件に引っ張られ、離島での職人不足の解消は厳しい。
		輸送業（営業）	・2～3か月先についても人員不足による件費高騰の影響は続くと思われる。来年春の超大型スーパーの出店に伴う瞬間的な流通量増加も期待されるが、県外からの観光客数の推移に大きく影響されると考えられるため、すぐに景気が上昇するのは難しいと思われる。
通信業（営業担当）	・仕事が沖縄に流れてくるようになったが、単価が安く人材育成のつもりで各社受注している状況である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・外国人観光客の増加による県内消費額は増加傾向にあるものの、景気の先行きに対する不透明感は拭えず、今後の県内企業の販促投資が拡大する見込みは期待できない。
		会計事務所（所長）	・GDPの前期比マイナスの記事が多いが、まだ景気が低迷している実感は薄い。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・これから繁忙期を迎える飲食店などが増え、採用も短期アルバイト等が増える。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・12月は求人情報誌が減少し、来年1月から増加することが予想される。時期的に年末の求人控え、新年になってから求人を出す企業が増加する。
	変わらない	学校 [大学]（就職担当）	・選挙等も絡み、今後の消費活動等の鈍化による求人減が予想される。
	やや悪くなる	人材派遣会社（総務担当）	・年末繁忙期や選挙関連の短期の受注は増加しているが、長期の受注案件が停滞している感がある。
	悪くなる	—	—