

II. 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	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・7月は台風11号の影響も多少あったが、それよりも中国人などの外国人観光客が増えたことの影響が大きかった。地元客も、現政権の経済対策が少しずつ道内にも効果が出始めたのか、高額商材を買うようになってきている。7月の売上は前年比117.1%であり、今後についても同じような効果が見込めることからやや良くなる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・国内観光客については、天候不順、台風、災害などがこのままなれば、ほぼ横ばいかプラスで推移する。外国人観光客については、政治的なリスクがない限り、今後も中国を始めとしたアジア方面からの客は、団体旅行、個人旅行とも、伸びてくる。
		百貨店（担当者）	・国の景気浮揚策が効果を発揮してくることを期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・今後も外国人観光客による売上の拡大傾向が続く。売上全体に占める割合も月を追うごとに高くなっており、しばらくはこうした傾向が続く。
		スーパー（店長）	・ハレ型商材の動きが以前よりも良い。これからお盆や9月の大型連休があることから、期待も大きい。
		スーパー（役員）	・使用期間が約3か月間のプレミアム付商品券が当地で発売されたことから、短期的には消費が活発になる。
		コンビニ（エリア担当）	・最近になり、これまで地方都市ではみられなかったような大型の公共工事が少しずつみられるようになってきている。また、8月は前年の天候がさほど良くなかったことの影響で、前年比では良い流れになることも期待できる。
		コンビニ（店長）	・人手不足のせい、店員の接客レベルや清掃レベルがダウンしている店舗が増加している。そうした点を強化すれば、売上は前年以上を確保できる。
		衣料品専門店（経営者）	・プレミアム付商品券やプレミアム付旅行券の発売により、年末までに消費拡大が見込まれる。ただ、プレミアム付商品券については、食品関係が消費の中心になるとみられる。また、秋物の新作発表に向け、案内状配りを増やしているが、ホテルでの会場費や印刷物などの販売促進経費が膨らみそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・当地区の7月の軽自動車を除いた新車市場は消費税増税前の水準をキープしている。また、先行指標となる受注量についても、7月発売の新型車を中心に活発化している。軽自動車を除いた新車市場の底堅さを感じられることから、今後についてはやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・客の消費動向が上向いている。物価が上がっていることもあるが、客がようやく現在の価格に慣れてきたようである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・外国人観光客が引き続き好調である。国内の一般団体客に加えて、学会、イベント関連の需要も堅調である。
		旅行代理店（従業員）	・8～10月にかけても、羽田便の機材大型化による供給座席数の増加が継続するため、観光客の増加が期待できる。また、知床の世界自然遺産登録10周年を迎えて、知床のメディア露出が増加していることも好材料である。
		旅行代理店（従業員）	・地方創生の予算が回り始めたことから、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・今後については、秋以降の農閑期の申込が始まる時期となるため、これまでの流れから、景気動向はやや上向きとなる。
	タクシー運転手	・少しずつではあるが、夜間の売上が伸びてきていることから、今後についてはやや良くなることを期待している。	
	タクシー運転手	・全体的に物価が上がってきているが、一時の買い控えも沈静化していることから、今後についてはやや良くなる。	
	タクシー運転手	・新たな営業宣伝が効果を表し始めているため、今後についてはやや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		通信会社（企画担当）	・コスト削減と付随するサービス拡充についての情報が客に浸透してきており、特に主要都市の窓口や電話受付における客の反応が良くなってきている。
		観光名所（従業員）	・観光入込の勢いを減速させるような要因は見当たらないが、10月からは海外航空便の一部が減便となることから、これまでと比べて伸びが少し緩やかになりそうな気配がある。
		商店街（代表者）	・年金受給者など、高齢者の購買意欲が減退している。買いたい商材がないのか、将来不安から生活防衛に入っていることがうかがえる。
		商店街（代表者）	・最近のトレンドが変化するような要因が見当たらない。
		商店街（代表者）	・客の様子をみても、景気が変わるような反応がみられない。
		商店街（代表者）	・北海道の各問屋からは、道東地域が数字を落としていると聞く。一方、数字を伸ばしている地域は、千歳、札幌、函館だと聞くため、今後とも変わらないまま推移する。
		商店街（代表者）	・外国人観光客は大きな増減もみられず、好調を維持している。ただ、今夏に関しては、ホテルがパンクしていることで宿泊単価の高騰を招いており、予約が取れずに困っている観光客も多い。また、最近では外国人観光客をターゲットにした出店や他業種からの参入などが大幅に増えているが、観光客の実態をきちんと把握していない事例も多く、商環境の悪化が懸念される。急激な外国人旅行者の増加は、環境が付いていけないため、落ち着いた行動と報道を期待している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ何か月は売上の大変良い状態で推移しているため、今後についても、同様の状況で推移する。
		百貨店（売場主任）	・長期予報によると、秋の状況は例年並みとなっているため、秋物商材の動きが期待できる。また、来店促進に向けた新たなイベント企画を投入することで集客の増加を期待している。
		百貨店（売場主任）	・定価品を先行して購入するような顧客層以外の購買行動がまだ感じられない。市場全体の回復はまだ先となる。
		百貨店（販売促進担当）	・プレミアム付商品券が発売されたものの、需要喚起にはつながっていない。プラスアルファの需要には回っておらず、節約への使い回しとなっていることから、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・少なくとも一般市民がお金をどんどん使うような雰囲気ではないため、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・北海道内でも一部の市町村においてプレミアム付商品券が発売され、対象店舗の売上は好調に推移しているが、地域としてはいまだ限定的な効果にとどまっている。今後、札幌市を始めとした市部を中心にプレミアム付商品券の発売が開始されるため、売上増加を期待したいが、どれほどの持続性があるのか検証することも必要である。
		スーパー（役員）	・7月前半は、前年と比べて気温が非常に低く推移したことで売上も低迷したが、後半に入り、気温の高い日が続いたことで前年を超える売上を確保できた。一方、プレミアム付商品券発売に伴う売上増は一時的な効果とみられる。ローカル地域では、人口減少、高齢化といった要因が強く影響しており、景気そのものが良くなる可能性は低い。ただ、ホテルなどの宿泊施設が不足するなど、観光客が例年にないほど多いことから、観光客による消費が増加することを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・イベントや催事での売上は確保できるが、平時の売上をみると、依然として客の消費マインドが低く、以前のような無駄遣いを抑制している傾向がうかがえる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候が良くなっているが、周辺環境は変わっていないため、今後も変わらないまま推移する。
		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）	・プレミアム付商品券の発売に伴う購買意欲の向上が表れてきてはいるものの、大型店での利用が多く、商店街や地元商店への運動性はあまり見込めない。
		家電量販店（店員）	・北海道は猛暑が見込まれていないため、例年並みで推移する。
	乗用車販売店（従業員）	・先行きが不透明で何ともいえない状態にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・再来年の消費税増税はまだ先の話であり、まだ駆け込み需要も見込めないため、今後、2～3か月は今の底打ちに近い状況が続く。
		乗用車販売店（役員）	・基幹産業の衰退もあり、新型車効果も相殺される傾向にある。今後も大きな変化はないまま推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・車検は義務付けられているため、今後も前年並みの売上が続きそうだが、カーナビなどの高額し好品の売上がなかなか増えてこない。今後は車販売店との価格競争になるとみられる。
		高級レストラン（経営者）	・北海道に関しては、景気が上向きになるような気配がない。
		高級レストラン（スタッフ）	・高級飲食店の景気が上向きような気配もないが、特別、悪くなる要因もみられないため、今後も変わらないまま推移する。ただ、観光に関しては、これから円高になるようなことがあれば、外国人観光客が一気に減りそうなので、不安がある。
		高級レストラン（スタッフ）	・プレミアム付商品券が発売されているが、利用者の立場からみると、実質的な値引きと同じようなものであり、元々の家計が厳しいことへの自衛として利用されているため、今後も変わらない。
		観光型ホテル（役員）	・9月の大型連休を中心に予約は好調だが、その前後は7月の利用者を下回るとみられる。ただ、外国人観光客による需要が力強いので、宿泊単価が引き続き上昇傾向にあり、全体としては、7月と変わらず比較的好調な状態が続く。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注件数の動きから、今後も変わらないまま推移する。また、客からは、安い宿をという声が多く、せっかく旅行に行くのだから、良い宿に泊まりたいなどといった声はまだそれほど聞こえてこない。
		旅行代理店（従業員）	・夏場の旅行需要はある程度期待できるが、特に海外旅行が激減していることもあり、その後は不景気ムードに戻るようになる。
		タクシー運転手	・観光シーズンに入るため、タクシー利用は増えてくることになる。ただ、外国人観光客のタクシー利用はまだまだ少ない。
		タクシー運転手	・今後の予約状況は前年並みである。イベント関係が好調なため、若干は期待しているが、地元客の利用状況が思うように伸びてくる見込みがない。
		通信会社（社員）	・起爆剤となるような施策も特にないため、今後も悪くは変わらない。
		観光名所（職員）	・円安、インフレが続いているなかで、特定の企業しか潤っていないため、今後については変わらない。
		美容室（経営者）	・現状維持の雰囲気強いので、大きな事件などが無い限り、良くもならないが悪くもならない状況が継続する。
		住宅販売会社（経営者）	・株式市況が足踏み状態にあるため、景況感もやや足踏みをするようになる。先行きはあまり変わらず、今のままのこう着状態が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・当地における夏のイベントなどがほぼ終了し、集客の谷間となる時期であるため、地元客及び観光客などによる売上が増加するような要因は見当たらない。
		スーパー（店長）	・自社店舗も含めた競合店との競争激化に伴う現状の売上低迷から脱出するような方策は見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・客単価は回復傾向にはあるものの、いまだに消費税増税の影響が大きく、来客数の悪かった前年をさらに下回っているため、今後についてはやや悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・個人商店は優良顧客で回っているが、今の若手中年層を将来の優良顧客層とすることは過去にないほど厳しい状況にある。
		タクシー運転手	・プレミアム付商品券の使用期間が終われば、消費は落ちることになる。
		住宅販売会社（役員）	・建築価格、地価ともに落ち着いてきているが、景気の先行きに対する客の見方が厳しいため、分譲マンションに対する需要が簡単に回復することにはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・ 乗年からのロシア200海里内でのさげます漁の禁止による影響が徐々に出てくることになる。また、さんま漁を中心に海水温上昇の影響で漁場形成が少なくなっており、一次産業の景況感の改善見込みは薄い。そうしたなかで競合店の出店も予定されており、さらに少ない商圏の奪い合いとなることが見込まれる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ 秋口を境に観光客が減少することになる。
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（支店長）	・ 北海道内の大型建築物は3か月先の予定まで決まっており、鋼材などの需要が増える要素がないが、住宅建築においては、減税などの優遇制度の効き目が出てくることで、建材の輸送が増えることが期待できる。
		金融業（企画担当）	・ 道内景気を下支えする建設関連は公共工事の減少で低迷する。設備投資は、北海道新幹線開業を控えた道南でのホテル改装のほか、道央での医療福祉施設の新増設で堅調となる。外国人観光客は引き続き大幅増加が見込まれ、関連業界は堅調に推移する。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・ 2～3か月後に、特に売上が変化するような案件はみられないため、今後も変わらない。
		家具製造業（経営者）	・ 世界的規模の景気の激変がない限り、短期的には現状が継続する。
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・ 資材や公共料金の値上げなどがあり、景気が上向くような状況にはない。
		建設業（経営者）	・ 秋口を迎えて工事の稼働は最盛期となる。ただ、公共工事については、今年度の補正予算がなかったことから、過去2年の平均の7割程度の予算しかなく、繁忙感に乏しい。
		輸送業（営業担当）	・ 秋まき小麦の収穫が始まり、順調に推移していることから、今後の輸送量が期待できる。ただ、ほかの作物については、最近の天候が不安定なことの影響が出ないかが心配である。一方、道内の生乳生産量は前年を上回って推移している。
		通信業（営業担当）	・ 現在の案件数、今後の見込み受注量、単価などから、景況感としては現状と同様にやや良い状況が継続する。
		司法書士	・ 不動産取引、特に中古建物については、売買取引が減少しており、将来的にもこの状態が続く。
	司法書士	・ 地方創生の掛け声ばかりで、中身がみえないため、これから景気が回復する実感がない。現在、審議中の安保法案の結果次第では、政治状況も変化する可能性があるため、今後については、景気回復に向けた施策がどれだけ出てくるかに左右されることになる。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・ 景気が上向くような要素は見当たらず、現状維持が限界となる。ただ、外国人観光客が着実に増加していることが明るい材料である。	
企業 動向 関連 (北海道)	やや悪くなる	建設業（従業員）	・ 建築工事の新規着工が始まる時期であるにもかかわらず、札幌市内を始めとした道内主要都市での着工件数が例年よりも少ないため、今後についてはやや悪くなる。
		建設業（従業員）	・ 民間工事は商材も比較的みられ、人員を増員して対応している状況にあるが、公共工事は先行きに対する不透明感があることが懸念材料となっている。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・ これから2～3か月後に終了する案件が多いが、新たに始まる案件の話が聞こえてこないため、今後の受注量が減ることになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・ 発注ベースでは公共工事の件数が前年割れとなっており、改善の兆しがみられないため、今後についてはやや悪くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・ 設備案件の受注残は前年と比べて約30%の減少で推移している。さらに、客先の仕事量が予想に反して少なく、販売量の増加が期待できない。
		悪くなる	-
雇用 関連 (北海道)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・ 企業からの派遣の要望が高まっている。これは社員、パート、アルバイトを自社採用できず、苦肉の策としてのニーズであるように見える。企業の採用意欲が近年にないほど高まっていることを示している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・実感はないものの、お金が回っている雰囲気があるため、今後の雇用環境についてはやや良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・夏場の観光客の増加に伴う観光収入が道内の雇用環境を若干押し上げることになる。
		人材派遣会社（社員）	・ある程度の期間がなければ、求職者の動きは変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・このままの景気が続くと、人材不足が深刻化し、特に若年層の確保が難しくなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・前年と比べて、求人数がプラスの業種とマイナスの業種に2分されてきているが、全体としては前年並みの動きで推移しているため、今後もこの傾向が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・仕事はあるが、人がいないため、雇用できない状態が続くことになる。結果的に、仕事を取る、サービス改善に努める、営業を強化するといった企業の施策ができない状態となり、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・北海道新幹線開業に向けて、外食産業などの求人が多いが、実際に雇用環境がどうなるかは、北海道新幹線が開業してからの状況次第となる。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数が前年比で増加を続けているが、卸小売業、宿泊、飲食、サービス業、医療、福祉などの一部の産業が全体を押し上げている。求職者の減少傾向とあいまって、求人倍率が高く推移しており、この傾向は今後も同様続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が減少しているが、減少幅が縮小してきている。また、新規求人倍率も前年比では増加しているが、増加幅が縮小してきている。
		職業安定所（職員）	・有効求人数の増加傾向が継続しているが、前年比での増加幅が前年の6月に17.7%であったものが、7.2%まで縮小してきているため、今後については横ばいでの推移となる。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・引き続き求人が前年を下回っており、大きなプラス要因も見当たらないため、売上の減少傾向が今後も続く。
	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	衣料品専門店（店長）	・前年の秋物商戦は、消費税増税後の手探り状態のなかで非常に苦戦をしたが、今年はその影響は薄れてきているのではないかと期待している。
		商店街（代表者）	・例年であれば落ち込みを防げない時期であるが、対処療法的ながら、様々な助成金などで一時的に効果は続くともみている。そのため、各業種とも少しの間ではあるが先行きに期待が持てるのではないかと期待している。
		商店街（代表者）	・数か月前より、当地域においても不況感が解消されつつある。客のほぼすべてが需要を満たすために動いている様子が見えており、また、今後もこの状況が続くことを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は上昇傾向にあり、今後も継続するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・前年からの落ち込みは、春ごろから来客数を中心に回復傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物本番を迎えて、今よりも活気が出るとみている。
		家電量販店（店長）	・プレミアム付商品券に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・例年9月ごろから秋の需要期が始まるため、期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車発表の効果が表れると期待している。
		住関連専門店（経営者）	・お盆が近いということもあり、仏具類の販売が好調である。また、次に彼岸もあるため、しばらくは好調な状態が続くとみている。
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の売上減少分は必ず次のシーズンに反映するとみている。秋冬物のシーズンに期待したい。ただし、各メーカーの商品はほとんど値上げとなるため、客の反応が心配である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		高級レストラン（支配人）	・レストランの全ての予約状況は、前年と比較してとても好調に推移している。	
		高級レストラン（支配人）	・祭りなどのイベントが多い時期であり、他県からの観光客による消費を見込んでいる。	
		スナック（経営者）	・そろそろボーナスが支給される時期に入り、納涼会や宴会が今よりは多少増えるのではないが、少しは団体客が動いて売上も多少増えるのではないかとみている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線の開通により、観光客の注目や関心はどうしても北陸方面にいつてしまっている。しかし、今後は青森～北海道間の新幹線開通が控えており、首都圏の客は東北にも目を向けている。そのため、宿泊部門において非常に期待をしており、そうなればお土産部門も大きく収入が伸びて、今年よりは来年と良くなるのではないが。	
		観光名所（職員）	・予約状況は順調であり、前年より1～2%増加している。現状で単価が上がっている分、この1～2%が更に上乗せになるため、今後の見通しは明るいとみている。	
		観光名所（職員）	・9月の大型連休に期待している。	
		遊園地（経営者）	・9月は大型連休がある。そのため各所がにぎわうとみえており期待している。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・夏のボーナスの支給状況も前年より増額となっており、販売量、売上、単価共に前年よりも1割以上増加している。	
		住宅販売会社（経営者）	・不動産売買及び大型の定期借地権賃貸の伸びに伴い、一般物件、戸建物件の受注予定がある。	
		変わらない	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・プレミアム付商品券が好調な売上をみせているが、それを実際に使用する客はまだあまりみられておらず、動きが鈍い状態である。12月末が使用期限であるので年末までには良くなるかとみているが、この先2～3か月は動きの鈍い状態が続くのではないかとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・特別に何かがあるわけではないが、客の動静、購買力、来客数をみても、悪くなる要因は見当たらない。客は欲しいものはしっかりと購入しており、このような良い状況は8月以降も続くかとみている。	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・顧客層は、経済的に余裕のある層とそうでない層に分かれている。震災前のように一律に余裕がない雰囲気とは違ってきており、営業の方向次第では景況の捉え方も分かれるのではないかとみている。公平にみても経営環境は悪い状態ではない。	
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年のこれまでの動向をみても、冬に向かって商品が動くとは考えにくい。	
		百貨店（売場主任）	・現在の客は、必要なものを必要な時期に必要な量だけ購入するというスタイルが定着しており、婦人服は売上の低迷が続いている。話題性のあるものやヒット商品が見当たらないなかでは、ファッションに付随する身の回り品の売上が回復に向かうとは考えにくい。	
百貨店（総務担当）	・足元の景況感を決して悪いわけではない。これからも急速に変化するとは考えにくい。ギリシャ問題などの世界的な不安定要素や国内の政治不信などが消費にどのような影響を与えるのかは今の段階ではわからない。			
百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響も一段落しており、今後の景気は安定していくとみている。ただし、個別にみると全国的に婦人服の売上の不振が続いており、今後秋冬物の商戦次第で景気に変化する可能性はある。			
百貨店（営業担当）	・個人所得が変わっておらず、景気が大きく好転する要因も見当たらない。			
百貨店（買付担当）	・ハウスカードのポイントアップ期間に売上が集中するなど、客のシビアな購買動向に変化はみられず、この状況は今後しばらく続くかとみている。			
百貨店（売場担当）	・来客数の減少傾向に変化はなく、今後新規客が大幅に増えるとは考えにくい。また、経済状況が好転している様子はなく、消費税率10%への引上げとなれば状況は更に厳しくなる。現状からプラスになる要素は見当たらない。			
百貨店（経営者）	・百貨店の中心アイテムである婦人服の売上が回復する兆しが見当たらず、むしろブランドショップの撤退などマイナスの要因が大きい状況である。また、幾分高額商材の動きが活発になっているものの、大きなシェアをしめる衣料品をカバーするには至らないとみている。			

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
		百貨店（経営者）	・地方の景気対策であるプレミアム付商品券事業は、消費者にとって生活防衛策の一つとしては好評であったものの、対症療法的な一過性の対策であり、景気を底上げる影響力はみられていない。本質的な景気刺激策が求められる。
		百貨店（経営者）	・ペースアップや賞与の増額による所得改善は、地方においては多くはなく、購買動向が変化の様子はみえていない、そのため、必要なものだけ買うという流れは簡単には変わらないとみている。
		スーパー（経営者）	・今月の傾向が続くことを期待したいが、消費負担が重い世代においては、本格的な可処分所得の上昇がない限り難しいのではないかとみている。
		スーパー（経営者）	・ガソリン価格は前年に比べて安い状態で推移しているものの、商品の値上げなどがあり、トータルの売上は変わらない。
		スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の効果は早くも薄れており、目玉商品だけを買回るなど、お盆前の買い控えに入っているように見受けられる。節約志向は今後も続きそうである。
		スーパー（店長）	・地方はまだまだ景気が良い状態ではなく、また、この先2～3か月で景気が良くなるとは考えにくい状況が続いている。
		スーパー（総務担当）	・今後、特に大きな災害が無ければ、景気は引き続き維持されるとみている。
		スーパー（営業担当）	・天候に左右されることはあっても、為替相場などの外的要因に大きな変化がなければ現状と変わらないとみている。
		スーパー（営業担当）	・夏季賞与も出揃ったが、中央資本の一部の企業を除いて地元の中小企業は大きく改善しているとはいえず、この先景気が大きく回復する兆候はみられない。また、7月は空梅雨で高温の日が続いており、今後の農産物への影響を懸念している。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税からかなり時間が経っているが、客の動きや購買数などはかなり落ち込んだまま変わっていない。そのため、3か月先もそう変わらないとみている。
		コンビニ（経営者）	・今のところは景気が良くなる要因は見当たらない。いれたてコーヒーやドーナツなどで売上を維持しているが、今後のファーストフードの新商品、新機軸カテゴリーの開発が必須ではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・実際に収入が増えなければ、消費につながらない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数に変化するような兆しがみられない。
		コンビニ（店長）	・例年どおりの推移であれば、夏～秋の季節の変化とともに売上も少しずつ落ち着いてくることが見込めるが、競争が厳しい現状においては現状維持が精一杯である。
		衣料品専門店（経営者）	・雇用関連は業種によりばらつきが目立っている。小売業や建設業の人手不足が解消されれば全体的に景気は上向きになるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・先行きがどうなるのかわからない状況である。
		衣料品専門店（店長）	・秋物商品の立ち上がり次第ではあるものの、夏物商戦においては低単価商品中心の動きであり、高単価商品、ビジネス衣料の動きが鈍い傾向が続くとみている。
		衣料品専門店（店長）	・景気への不安と買い控えは今後も継続するとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・8月の最終処分期間の動向に注目したいが、景気が上向きになるような要因は見当たらない。
		家電量販店（店長）	・来客数の増加は一時的なものとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税の影響が残るなかで、新型車イベントの予定もなく、現状から好転するとは考えにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税後は、客に揺さぶりをかけてもなかなか思うように販売できない状況である。
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナス支給後であるのに土日の来客数が少ない。また、毎年のものであるがこの時期は自動車の販売台数が非常に苦しい月である。この状況が数か月で良くなるとは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・秋口に向けて完成した新築物件への入居者が増えるため、家具などを買い求める客により来客数は若干良くなるかとみているが、販売量はそう伸びないのではないかとみている。そのため、結果的に状況は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
		住関連専門店（経営者）	・祭りもあり、クルーズ客船も十数回の入港予定がある。当店で船の前で物販をするので、いくらかは期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在のところ大きな変動要素は見当たらない。ただし、天候などの状況で農作物に影響が出れば、地元の主要消費者である農業関係者の消費が冷え込む可能性がある。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・今年の夏の長期予報は平年並みの気温とのことである。このまま天候が大きく変わらなければ、夏物から秋物商品へスムーズに移行できる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格は引き続き下落傾向にあり、末端の需要も堅調に動いている。この状態はこのまましばらく続きそうである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・一部の店舗では販売量の増加がみられるものの、需要全体の減少傾向に歯止めをかけるまでには至っていない。また、販売価格の変化による販売量の変動もほとんど期待できない状態であり、これまでどおりの減少傾向が続くとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気に対して、上昇、下降いずれにも強く影響する要因は特段見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・ギリシャや中国の影響で株価が乱高下したものの、今は落ち着いてきており、特に変化は無いのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・全体的に物の値段が上がってきているなかで、レストランで食事をする余裕はまだ生まれていないように見受けられる。また、予約の様子からもこのような状況はしばらく続くかとみえており、あまり先行きは明るくない。
		一般レストラン（経営者）	・先行きの状況は変わらないとみている。ただし、懸念事項としては、世間ではボーナスが支給されているものの、周辺の業者などにその恩恵を受けている様子がみられないことが気にかかっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・県内で選挙があり、多少の影響が出ている。また、祭りやお盆などの曜日の関係上、団体客があまり見込めない状況であり、特段の集客数増加のめどは立っていない。
		観光型旅館（経営者）	・8月はお盆や夏休み、9月は大型連休と人が動く要素はあるため、売上は今よりは多少増えるとみている。しかし、季節要因のみであり、景気が上向く材料が見当たらない。
		都市型ホテル（経営者）	・夏場は個人消費が増えるとみている。しかし、企業利用の予約の動きが9月以降はやや鈍い状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ここ数か月は、個人客、団体客共にほぼ前年並みの入込が続いており、来月もほぼ同様の予約状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年度が替わってから、予約受注及びフリーでの利用が順調に推移し、売上が伸び続けていたが、好調であった予約受注の伸びがこの先は鈍くなってきている。このままの状態が継続すると、今までのように良くなるのではなく、横ばいで推移していくとみている。
		旅行代理店（経営者）	・7月から食品関係を中心に様々なものが値上がりをしており、旅行に使うお金が少なくなってきた。一番のピークである7～8月がこのような状況であると、9月は横ばいでいくのではないかとみている。
		旅行代理店（従業員）	・旅行消費動向は、一般の消費動向より半年から1年遅れると言われており、ここ数か月の間で改善する動きになるとはいえない。
		タクシー運転手	・当市においてコンサートなどの催しがあると、人の動きが大変激しくなりタクシーも台数が取れないくらいになる。このようなことから、景気が良くなっている状況に変化は無いとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・秋から格安SIMなどの新規サービスを導入していく予定であるが、既に他社が先行しているため、大幅な売上増加はないとみている。しかし、客にとっては総合的なサービスアップとなり解約防止などの効果は期待できるため、加入者の増減は横ばいのままで推移すると見込んでいる。
		テーマパーク（職員）	・客の人気商品はまだ安価な物が多い。比較的高単価な商品は、品質の良い物でも手に取って見るだけで、購入には至らない状況が続いている。
		遊園地（経営者）	・9月には6年振りの5連休があるので、水族館の新規オープンの影響を緩和してくれることを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競艇場（職員）	・イベントや目玉商品などで乗客数を増やそうとしているが、あまり効果はみられていない。良くも悪くも変化のない状況が続くのではないかとみている。
		美容室（経営者）	・プレミアム付旅行券やプレミアム付商品券が出回っているが、表面的には少し良くなったようにみえるものの、根底の景気回復が実感できないため、先行きがそう極端に変わることはないかとみている。
		美容室（経営者）	・客との会話からも、あまり状況が変化するような要因はみられていない。
		美容室（経営者）	・雑誌やクーポンを利用する客が多く、固定客は減少している。
		設計事務所（経営者）	・先行きが見えない状態であり、良くなる材料も見当たらない。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受付件数、受注件数共に微増傾向であるが、大型工事の物件が少ない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街のなかにある、ドラッグストア、居酒屋、ファーストフードのチェーン店の撤退が目につきはじめている。大きな企業もかなりあがいている状態であり、消費の絶対量が少なくなってきたように見受けられる。
		商店街（代表者）	・一般消費者の収入が飛躍的に増えているわけではなく、レジャーや旅行に支出をすると、たちまち耐久消費財や一般消費に影響が及んでくる。消費者全体がいわゆる2%のインフレ目標というものを歓迎しているようにはみえない。それよりも将来のインフレへの心配が強いのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・暑すぎて、消費意欲や購買意欲がなえてしまうのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・プレミアム付商品券の盛り上がりもせいぜいお盆過ぎまでではないかとみている。また、最近では経験したことのないような猛暑に見舞われており、乗客数に影響が出ているため、この暑さが長引くことを懸念している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年の祭りは土曜日が入らないため、売上に期待ができない。
		スーパー（店長）	・当地域のプレミアム付商品券の利用は10月までである。その後は、各メーカー商品の値上げも続いており、景気の先行きは現状よりはやや後退するものとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店閉店などの環境面でのプラス要因が思ったほど好影響にならず、乗客数の伸びが少ない状況である。また、今後はエリア内での競合店の出店が加速していくとみている。
		コンビニ（店長）	・経営する店舗の近くに、近々また競合店がオープンする予定であるが、強い競合店のため非常に不安である。少子高齢化社会で人口が減少するなか、コンビニだけが増え続けている厳しい状況であり、経営が難しくなりつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・期待していたプレミアム付商品券の効果も薄く、景気にプラスとなる要素が見当たらない。
		家電量販店（従業員）	・今月の売上は好調であるものの、季節的な要因が非常に大きい。そのため、この暑さが落ち着くと売上も平年並みに落ち着くとみている。
		乗用車販売店（店長）	・新型車効果が薄れてくるとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・プレミアム付商品券の使用期間が終了する時期であり、消費者の購買意欲は今ほど高くはないとみている。そのため、先行きを考えると決して楽観視はできず、不透明さが怖い。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・報道などが景気の上向き傾向を作っているようで心配である。実際には給料はそのままか減少しており、ガソリン価格や身の回り品の高騰により、秋以降の景気は下降するのではないかとみている。
		高級レストラン（経営者）	・少しずつ良くなっていくと楽観的に考えていたが、予約状況などをみるとあまり期待はできない。当社ばかりではなく、中央市場などの魚介類の売買状況をみても、高級店はどこも良くないのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・これから2～3か月は気温が上昇するものの、お盆や夏休みなど休みが多くなる時期であり、日数的に仕事ができない月が多くなる。また、やはり景気は落ち込んでおり、景気が良くなるような好材料がない状態である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・8月はお盆だけは人が集中して動くものの、その他の3分の2の期間は静かになってしまう。これを変えるために個々でイベントは行っているものの、一過性でありエリア全体が分散しているため、全体的にみれば景気は下向いていくとみている。また、9～10月は農繁期であり、街に出てくる時間がない人が多いため、景気が上向く要素は薄い。
		観光型ホテル（経営者）	・客が集まるようなイベントがない。また、好天気のためか温泉地は敬遠気味であり、館内のプールも休業状態である。
		観光型旅館（スタッフ）	・プレミアム付旅行券などの販売により予約が7～8月に集中している。そのため、9月の予約状況が思ったより伸びておらず、苦戦しそうである。また、9月の大型連休や土曜日は問い合わせも多いが、他の曜日の動きは鈍いままである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当県は敬遠されているのか、外国人観光客はほぼ見当たらない。また、デスティネーションキャンペーンも6月で終了しており、その後の景気は悪くなるとみている。
		旅行代理店（店長）	・3か月の先行受注状況をもても、販売量が前年を下回っている。
		タクシー運転手	・先行きますます悪くなるような傾向が見受けられている。
		タクシー運転手	・今後は消費税率10%への引上げが予定されている。また、介護保険料の増額により医療費の負担が増えており、客からは生活がかなり苦しいものになっている様子がうかがえる。景気は決して良くはなく、具体的に景気が良くなるような方向性もみえていない。
		通信会社（営業担当）	・中小企業の設備投資より、金融機関からの借入れが多いという情報が聞こえてくる。今後、更なるリストラが増加する傾向であり、雇用の不安定が発生するのではないかと。また、9月の中間決算状況において厳しい局面を迎えるかとみている。
		通信会社（営業担当）	・物価上昇の影響が徐々に出てくるとみている。
		通信会社（営業担当）	・前年の消費税増税以降、地方では建設業以外は景気回復を実感できていない。
	悪くなる		
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	食料品製造業（経営者）	・9月より商品の値上げを実施する予定である。出荷量は落ちても利益面では改善になる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・前年以上に受注残高が回復してきており、今後もやや良くなっていくのではないかと。
		建設業（従業員）	・官公庁発注見通しの更新により、期首には無かった案件の追加発注が期待できる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・夏らしい暑さが続いており、お盆休み、夏休みへ向けた出荷を計画通り見込むことができている。また、観光需要にも期待している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・ももの販売単価が前年と同水準である。今年は品質も良く、収穫が終わるまで販売額が安定するものと期待している。
		食料品製造業（経営者）	・現状が好調であるものの、これ以上良くなる要素は特に見当たらない。
		食料品製造業（営業担当）	・既存商品の売上減少分を新商品の売上でカバーする営業活動が続くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・商品の価格改善の見通しが良くない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地元工務店などに受注の先細りの傾向があり、チラシなどの受注に影響がでることを懸念している。
		土石製品製造販売（従業員）	・一部の企業の景気が回復したとはいえ、取引先や請負先まで回復するにはまだ時間がかかるとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客ごとの受注の増減に大きな変化がみられていない。また、海外需要も地域によって低迷を続けており、輸出額の急激な伸びが期待できない状況である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年末までは受注があるところが多く、当面はこのままの状態が推移するとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・会社の業績として想定外のことが起きない限り大きな変化はない。
建設業（経営者）	・資材の値上がりが続く工事単価が上昇しているため、利益的に問題がある。しばらくは現在の傾向が続くとみている。		
建設業（企画担当）	・首都圏での工事量増加の影響が大きくなるのは来年度からとみており、しばらくは現状のまま続くと見込んでいる。		

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
		通信業（営業担当）	・アベノミクスの経済効果が表れているのは大手企業だけであり、地方及び中小企業は、伸びるところか維持するための企業努力が続いている。
		金融業（営業担当）	・プレミアム付商品券の影響はあるとみている。
		司法書士	・消費税率10%への引上げ時期の延期により、不動産取得に向けた動きが停滞している。
		公認会計士	・建設関係については、あと1年ぐらいいは好調を維持するとみている。また、小売業、サービス業の回復状況が気になるものの、ここ2～3か月で回復するとは考えにくい。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・前年と比較し、消費者の商品選びや購入価格がかなりシビアになっている。ただし、良い商品があれば消費が向上することは間違いなく、消費者目線でそういう商品を扱うように努力している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・発注件数の減少傾向に改善の兆しがみられていない。しばらくはこの状況が継続するとみている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・余剰人員や遊休設備はあるものの、製品の出荷数は安定している。
やや悪くなる		金属工業協同組合（職員）	・これといって目立つ動きはなく、良くも悪くもない状況である。
		農林水産業（従業者）	・TPP交渉においてアメリカ産米の輸入枠拡大が設けられる見通しであり、米価が更に下落するのではないかと懸念している。
		食料品製造業（総務担当）	・ギリシャや中国などの外国の景気悪化により、日本の株式会社市場も影響を受けて株安になるとみている。また、食料品などの価格上昇により、少しずつではあるものの消費者の購買意欲が下向いていくのではないかと。
		繊維工業（経営者）	・不安定な要素が多く、今後も景気は良くなるのではないかと。
		輸送業（経営者）	・荷主の生産が計画値どおりに進まない見通しであり、その影響が徐々に表れるとみている。
		広告代理店（経営者）	・お土産品の売上増加が広告関係の受注量にも影響してくるが、笹かまぼこの包装紙や掛紙などの出荷が良くない状況である。
		経営コンサルタント	・現在の消費活性化効果は一時的なものであり、その効果がなくなった後、他にプラスとなる材料が見当たらない。
悪くなる			
雇用 関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・特定のものではなく全体として仕事が増えてきており、今後も期待ができる。
		職業安定所（職員）	・管内において、介護施設の新設やバイオマス発電の操業開始が予定されており、今後も求人は増加するとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率は、前月から0.37ポイント上昇しており5か月ぶりに2倍を超えている。また、月間有効求人倍率は、前月から0.05ポイント上昇して1.36倍となっており好調が続いている。
		民間職業紹介機関（職員）	・派遣での非正規社員の募集が増加傾向となっている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・当県でも既に4割近くの学生が内定をもらっている。また、企業も採用意欲がおう盛であり、8月に入っても説明会をそのまま継続しており、必要な採用数を確保しようとする動きがみられている。
		人材派遣会社（社員）	・求人広告件数は、前年と比較しても横ばいで推移するとみている。しかし、広告効果が低調なため1件当たりの単価は低下傾向にあり、大型求人広告は見込めない状況である。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数の増加を期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・プレミアム付商品券の発行による消費意欲の上昇を期待しているが、効果はあまり見込めない。
		職業安定所（職員）	・求人数は微増しているものの、多くは介護などの不人気職種であり、雇用に結びついていない。
職業安定所（職員）		・求人、求職の状況からは大きな雇用の変動は今のところ考えにくい。ただし、企業の解雇数が前年の第1四半期と比較して件数にして約1.5倍、人数にして約3倍となっている。	
職業安定所（職員）	・求人数、求職者数の減少や、ほとんどの業種で人手不足が続く状況に変わりはなく、特に目立った雇用調整の情報もないため、情勢に変化はみられない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・業種を問わず、人手不足の深刻な状況が続いている。特に製造関係では、人手不足により生産量が増やせない、売上が伸びせないという声を聞くことが多い。
		職業安定所（職員）	・求人状態はここ数か月と変わりなく、やや微減のまま安定している。現在のところ、企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な企業整備の情報も無く、近隣地域の求人の好調は聞こえてくるものの、近い将来の求人動向に大きな変化はみられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、前年比で増加、減少を繰り返しており、今後もこのような動きに変化はないとみている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正案が衆議院を通過したものの、審議が止まっているため成立のめどが立っていない。そのため、現在のクライアント企業に不安感が広がっている。
	悪くなる	-	-

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連 (北関東)	良くなる	商店街（代表者）	・乗年の大河ドラマに向けて、市を挙げて盛り上げており、期待ができる。	
		衣料品専門店（統括）	・夏祭りの始まりとともに、売上は伸びている。個人客も商品が値上がりしているにもかかわらず、購入している。これから秋に向けても期待をしたい。	
		観光型ホテル（経営者）	・8月は夏休みの家族連れ、9月は遅い夏休みの旅行需要がある。さらに今年の9月はシルバーウィークがあるため、非常に期待している。	
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・プレミアム付商品券が発行されており、利用に期待している。	
		百貨店（店長）	・市の施設が駅前に移転するため、やや良くなる。	
		スーパー（総務担当）	・7月に入り、来客数が非常に多く、食品以外でも前年を上回る状況で、今後も良くなっていく。	
		スーパー（副店長）	・プレミアム付商品券の発行や、今年はシルバーウィークもあるので、やや良くなるのではと予想している。	
		コンビニ（経営者）	・当店は、リニューアルしてかなり綺麗になり、客数も少しずつ増えてきている。また、近隣のファミリーレストランも客数が大分増えてきており、集客力が上がっている。お互いに客数が増えてきているので、これからは良くなる。	
		コンビニ（経営者）	・夏から秋にかけて、客の流れが活発になるためやや良くなる。	
		家電量販店（店長）	・本来販売シェアの大きい映像商品であるテレビが、復活の兆しを見せている。精細な映像を提供する4Kテレビの売上が前年比で2桁増加、単価は1万円高くなっている。好調さが継続すれば景気は上向く。	
		一般レストラン（経営者）	・客単価は良い。プレミアム付商品券の効果にも期待している。	
		観光型旅館（経営者）	・秋に向けてふるさと旅行券が本格販売され、売上が増加するとみている。また、シルバーウィークもあり売上増が期待できる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・近隣の同規模ホテルの改装により、当ホテルに客が流れてきていることが要因である。	
		旅行代理店（営業担当）	・9～11月にかけて団体旅行の需要が見込め、やや良くなる。	
		観光名所（職員）	・観光事業は天候に大きく左右されるが、今年は猛暑が続いており、避暑目的の観光客の増加に期待している。	
		ゴルフ場（総務部長）	・来客数が7月は台風の影響により前年割れの見込であるが、8月の予約状況は前年をやや上回っている。	
		その他サービス〔葬業〕（経営者）	・真夏よりも、秋口から冬にかけての朝晩の温度差が大きくなると、亡くなる方も増えてくるので、今より良くなるのではないかと。	
		変わらない	商店街（代表者）	・暑さの厳しいなか、商店会の夏祭りがあるが、売上は期待できそうもない。
			一般小売店〔精肉〕（経営者）	・各地で発行されているプレミアム付商品券についても、涼しくなるまで動きは悪いのではないかと。使用したいという人は大勢いるが、暑さのため、外出しない。

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
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費者が商品購入に至るには多少天候に左右されるが、それ以上に社会情勢の動きに左右されているようである。先行きの不透明さが影響してなかなか消費者の財布のひもは固い。ただ、プレミアム付商品券などの売行きは良いので利用期間内の売上増に期待したい。
		百貨店(営業担当)	・景気が上向いているような傾向があるが、新商品の購入は、実際の消費活動にまだまだ慎重さが残り、現状のまま推移する。
		百貨店(営業担当)	・夏のセールは大きな盛り上がりを見せることなく終息し、お中元も前年を下回る結果となり、お世辞にも良い状況にあるとは言えない。今後も状況が好転する兆しは見え、変わらない。
		百貨店(販売促進担当)	・今までのトレンドが変わる要件は見当たらない。厳しい状況は継続する。
		百貨店(店長)	・消費に力強さはない。物価高など、今後消費が上向き要素はない。
		百貨店(副店長)	・政治的な不安要素やギリシャをはじめとしたヨーロッパや新興国の経済状況など、あまり明るい話題は見つからない。円安やコスト高による値上げがあるのに、収入の伸びが追いついていないため、消費者の緊縮ムードは解消されない。
		スーパー(経営者)	・若干の景気回復の兆しはあるものの、実態はまだみだである。
		スーパー(統括)	・地域経済活性化及び子育て支援を目的としたプレミアム付商品券は、既に発売を開始した地域の状況からみて、通常の支出がプレミアム付商品券の利用にすり替わっただけで、プラスアルファの動きにはなっていない。取扱い地域は更に広がるが、消費活動の活発化は期待できない。
		コンビニ(店長)	・雨の降らない暑い日が多く、祭り等の人出はあったが、近隣に他社チェーン店が出店した影響で、予想以上に客が落ち込んだ7月である。2~3か月先もこの状況は続く。同業ばかり多く、求人募集しても応募者がおらず、くたびれている。
		コンビニ(店長)	・たまたま今月は天候の影響で若干良かったが、特別そういうことがなければ、変わっていく要素は見当たらない。
		乗用車販売店(経営者)	・ボーナス時期でも来客数が伸びていないため、この先もあまり期待はできない。
		乗用車販売店(経営者)	・自動車以外の産業機械、電機などの2次下請事業者に景況を聞くと、「発注元から消費税増税前と同単価で納入してくれと言われ困っている。しかも発注元は史上最高益を出しているが自分たちは希望も持てない。かと言って現状では仕事を止めたくても止められず」という状況である。
		乗用車販売店(経営者)	・自動車販売は、このところ前年比マイナスで推移しており、今後上向き要素は見当たらない。
		乗用車販売店(経営者)	・当県で他業種の話聞いてもあまり良くない。自動車販売業だけが良くなることはないので、もう少しお金が県内に回るようにしないと良くならない。
		乗用車販売店(営業担当)	・法人からの見積依頼は数件あるが、相変わらず個人客の動きが悪い。
		乗用車販売店(販売担当)	・毎年のことだが、7~8月は夏枯れで、当地は観光地なので、観光客は増えるが、それを迎える側の当社の客は、忙しう車を買う月ではない。車検、車の販売台数も頭打ちで伸びない。今後2~3か月先は例年どおりの販売台数で推移し、車検等の修理関係の入庫も少ないので、あまり期待はしていない。
		乗用車販売店(管理担当)	・中小企業の業績が不安定なため、家計の出費は抑え気味である。
		自動車備品販売店(経営者)	・特に良くなるとか、悪くなるような原因は見当たらない。
		住関連専門店(経営者)	・今後景気上昇する大きな政策は見当たらず、賞与等の効果も消費意欲が高まるまでには至っていないため、現状維持が精一杯のところではないかとみている。
		住関連専門店(店長)	・チラシの特売品は売れるが、それ以外はあまり売れていないようで、変わらない。
		住関連専門店(仕入担当)	・プレミアム付商品券の発行も消費マインドを押し上げるには至らず、特に生活用品への波及は少ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・政府の地方創生政策が、どの程度進んでいるか分からないが、なかなか地方までは、景気の良い波が来ていない。非常に苦しい状況が続いている。
		一般レストラン（経営者）	・消費者に好況感は全く感じない。以前にも増して、厳しい感じを受ける。
		一般レストラン（経営者）	・地方創生のプレミアム付商品券は回収もよく成功していると思われる。夏場の気温が高過ぎて出歩く人が減少している。特に、自動車を使わない高齢者は引きこもり気味になっているのではないかと。公共投資によりバイパスが整備され市街地への入込人口が減り、郊外の大型店に人が流れる傾向がある。
		スナック（経営者）	・停滞気味の状況なのでどうなるのか見当がつかない。宴会の動きが鈍いので少し悪くなっているような気もするが、数字はそれほど落ち込んでいない。しばらく様子見である。
		スナック（経営者）	・これ以上悪くならないようにという希望で、変わらないを選択した。なかなか上向きの気配がなく、困っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月の受注件数の伸びが前年と比べて弱い。8月にどの程度ばん回できるかで、判断は変わってくる。
		都市型ホテル（営業担当）	・7月の稼働が少し悪いが、単月だけの動きなので、今後良くなることを期待したい。実際良くなるという要素は、見当たらない。現時点では変わらないと判断している。
		都市型ホテル（副支配人）	・売上増に貢献が大きかったインバウンド予約がどこまで持ち直すかが鍵となってくる。その他の団体は、ほぼ例年通りの予約状況となっている。
		旅行代理店（所長）	・9月に落ち着くと予想するものの、秋からのイベントも多数予定されていることから、堅調に推移すると見込んでいる。
		旅行代理店（副支店長）	・夏休み等で若干だが動きは出てきている。ただ、夏から秋に向けての受注は思うように伸びていない。個人消費は増加傾向であるが、法人や団体旅行については依然、動きが見られない。個人消費はプレミアム付商品券などの影響があるようである。
		タクシー運転手	・地方で景気の良い話は、聞かない。
		タクシー運転手	・毎月、季節により違うが、今月も前年比101%と、ここしばらく100%前後で推移している。
		タクシー（経営者）	・7月は暑さのため動きは良かったが、5～6月は悪かったことから、この先良くなるとは思えない。
		通信会社（経営者）	・LPガス販売に関しては、原油安による仕入コスト低下で安定した利益の確保ができています。しかし、機器等の販売量は全くと言ってよいほど低迷したままで、相変わらず消費者マインドはネガティブである。政策で恩恵を受けているのは一部の大手企業のみであり、特に地方の中小零細は、アベノミクスで何も変わっていない。地方創生はどうなっているのか。
		通信会社（経営者）	・多くの商品の値上げが続いており、娯楽等へ消費が向かうことはしばらく難しい。そのため新規加入もなかなか見込めない。
		通信会社（経営者）	・地方の景気見通しは、いまだ不透明である。
		通信会社（営業担当）	・パート、アルバイトを含め微増ではあるが、賃金上昇の効果が徐々に広まりつつある。夏場以降の落ち込みはないとみている。
		通信会社（局長）	・長期的にここ数年は、ほとんど変化を感じられない。
		遊園地（職員）	・国内の消費意欲は依然、停滞気味のように感じられるため、2～3か月先の景気も現状維持で推移する。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・予約状況等、各テナントについても横ばいと報告がされている。そのため来客数、単価の動きも横ばいであるため、変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・国際情勢は不安定であり、景気高揚の進展が急にあるとは思えない。
		設計事務所（経営者）	・周辺で建設計画もあまりなく、すぐに行う実施設計がない。
		設計事務所（所長）	・このままいくと非常に厳しい。夏休みにイベント等で集客を考えないと秋の決算は大変である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・例年にないこの猛暑が続く間は、商店街への集客は望めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・最近のあいさつは、暑いですね、とつい出るのが、景気が悪くて、という言い方になっている。世間で言う景気が少し良くなっているのとは違い、これから先悪くなるのではないが。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費意欲はまだ下がるとみている。
		スーパー（商品部担当）	・競合店の出店が予定されている状況で、影響を受ける店舗がどこまで数字を維持できるかが課題である。お盆、シルバーウィークと人の動きが非常に多い時期であり、イベントによる集客が数値に影響するとみている。
		コンビニ（経営者）	・7～8月が過ぎると、秋口には売上が下がると予想されるため、あまり良くない。
		コンビニ（経営者）	・7～8月は来客数が多く、景気は良くなるとみているため、3か月先は、やや悪くなるのではないが。何かまたイベント等があれば、客の動きは良くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・7月後半になり、セールを打ったが、セール対象者は本当に出でこない。例年どおり暇な、にっばちの8月とすれば、おそらく8月はより一層、拍車をかけて悪い方向に行くのではと不安だらけである。残念ながら良い要素が見当たらない。本当に悪い。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・販売量は減少傾向で推移している。
		タクシー（役員）	・特定の事業のみ景気がよく、一過性のものと思うため、やや悪くなる。
		通信会社（社員）	・販売数は伸びるが代理店手数料が減るため、やや悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・天候不良により夏季の売筋商品である、かき氷やアイス、飲料等の販売が低下している。
		ゴルフ場（支配人）	・この夏の異常とも思われる高温でも、当ゴルフ場は標高が高い場所にあるため涼しい。ただし、地元客中心でかつ年配者が多いため体力的に厳しい月であり、この夏の予約は良くない。
		美容室（経営者）	・7月以降、気温の高い日が続いている。来月も猛暑が続くと、来客数が減少する。客の要望する施術は、単価の低いカットが主流になる。これでは売上が増加しない。
		設計事務所（所長）	・当社の設計業務は建設業全体でみれば、いわば川上なので、今後の建設業は下向きではないだろうが。
		住宅販売会社（従業員）	・来客数が停滞気味で、特に若年層が減少傾向にある。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅は高額商品であるため、買い控えの状況にある。まだまだトンネルから抜け出せない。
悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・夏祭りの時期で、商店連合会等で大売出しなどのチラシを配っているが、それによって客が来店し買物するような様子は特にない。いろいろな状況を考えてあまり良くなることはない。	
	通信会社（経営者）	・まだまだ、この波が去る気配さえ見えない。中央案件への進出、それしか道はない。	
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の輸出増加により、良くなる。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・環境装置であるフロン回収機は前年の3割ダウンとなっているものの、スプレー缶、エアゾール缶、ライター処理装置は納入、来年度以降の納入引き合いが多く忙しい。当社3本目の柱、太陽光発電装置の3か所目が、大手電力会社と連携開始になり、計画予定の30%、1.6メガが稼働し今後も連携は続く予定である。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・県産ワイン拡大のために、産学官が一体となって販売強化に乗り出している。安定生産、情報発信などの振興策をまとめ、具体的に動きだしている。今後ますます出荷数量は増大するものと期待できる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年末商材の受注が決まり多少ではあるが、動向は明るい。また、夏休み体験イベント件数も増えている。
金属製品製造業（経営者）	・8月に新しい仕事の予定があり、今支度をしている。その仕事が入れば良くなりそうなので、とても期待している。		
一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連でマイナーチェンジに伴う増産対応が決まっており、航空宇宙関連でも来年の本格量産に向けて数量の増加が見込まれている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（開発担当）	・前政権では建設業は痛手を負い、10年以上不況業種であったが、公共工事は現政権のもと3年間前年比増で推移している。ただし、次年度予算では公共工事10%減が掲げられており心配である。
		建設業（総務担当）	・現時点では全体の工事量が不足しているように感じるが、さすがに秋口にかけては動きが出てくるのではないかとみている。
		金融業（調査担当）	・製造業は米国向け輸出の堅調さに加え、国内の設備投資需要が高まる。非製造業については夏季観光シーズンを迎え緩やかな持ち直しの動きが続く。
		金融業（経営企画担当）	・ばらつきはあるものの今後の売上は増加と考えている製造業の取引先が多い。
		広告代理店（営業担当）	・前年よりは秋の販促への積極的な立案依頼が来ている。春の動きが滞っていた分、動きが出てきている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・ホームセンターの店長は、プレミアム付商品券利用の買物が多く、売上も数パーセント増えていると話している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量が多く、今後収益は改善されつつある。ただし、受注単価は上がらず、厳しい状況が続くとみている。
変わらない		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・どん底状態は続くとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量は、微増しているがまだまだ生産能力に対して大幅に不足している。新規取引先との話も延期となり、困っているが、更なる営業努力を続けていくつもりである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・前年の同月期と比べて、まだ2～3割低い状態が続いているものの、9～11月になれば、前年の10%マイナス程度までは回復するような、受注内容になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・特別な要因がない限り、大きな変化はない。今と同様、低水準で安定していくのではないかと。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・民間の新規設備投資が少なく、活気がない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月前も、今後2～3か月前も、非常に良い会社、悪い会社、勝ち組、負け組のように分かれている状況に変わりはない。当社は十数社取引先があるため、なんとかやっているが、良くなったり悪くなったりで、2～3か月前は読めない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・8月に業界の大型展示会がある。地金価格が下落しており、現状での商売は厳しさを増しているが、新商品のサンプル作りはしやすいため、展示会の活性化、盛り上がり期待している。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくこのままで推移すると考える。
		輸送業（営業担当）	・夏休みに入り、バーベキュー、レジャー用品等の物量は増えそうである。また、暑い日が続けば飲料水の輸送依頼も一時的には増えそうであるが、全体的な物量は、前年並みの予定である。
		通信業（経営者）	・景気に変化する要素は、見当たらない。
		金融業（役員）	・ボーナス等、消費動向がまだ反映されていないため、もう少し様子を見ないと分からない。
		不動産業（管理担当）	・業務受託先との関係が良くなってきている。受注できる仕事も今後増えるが、一方で見積合わせのための見積提出だけで受注できない業務も増える傾向にあり、総合的にみると変わらない。
		司法書士	・一進一退の状況がまだ続く。
		社会保険労務士	・賞与が支給された事業所では、支給額に変化はない。
やや悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・円安に向かい原材料の高止まりが続き、2割以上価格を上げることができない限りは、赤字がギリギリの状態が続くとみている。
		化学工業（経営者）	・現状維持することで精一杯である。出荷数量の落ち込みが続き、上向く要素も見当たらず、ずるずると悪くなるのではと懸念している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先からの受注は9月までは通常に戻り順調であるが、下期10月からは、取引先自体の生産が下降するかもしれないと言われている。
		不動産業（経営者）	・国内産業の衰退が理由である。
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・資金繰りはいつも大変だが、今月は仕事量も減り、より一層大変だと感じている。

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
雇用 関連 (北関東)	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所(職員)	・一般求人も増加傾向にあるため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・夏物商材、夏のレジャー産業などが旅行を含めて伸びる。それらに伴う個人消費は、食品関係、食料品、飲食がけん引するとみている。ただ、自動車関連、電子といった製造業が一進一退であり、変わらない。
		人材派遣会社(営業担当)	・年収が上がらなければ消費に回るわけがないため、悪いまま今年度は終わるとみている。
		人材派遣会社(支社長)	・求人数は変わらず、求職者数は少ないままで固定し、動きがない。年度末に向けて人の移動が始まれば、また盛り上がる。
		求人情報誌製作会社(経営者)	・周辺の一部製造業で、多少景気の上昇があるものの、全体的にはまだ良くなっているとは言えない。正社員の募集は少ない。
		職業安定所(職員)	・求人数は増加傾向だが、求職者数が約2年ぶりに増加しており、今後も求人倍率は現在の水準で推移していくことが予想されるため、変わらない。
		学校[専門学校](副校長)	・求人数は増えているが、職種に偏りがある。特に事務系の職種は非常に少ない。パブル崩壊前と比べ、間接職種は非常に少なく、再就職者向け求人、各企業が賄っているようである。
	やや悪くなる	人材派遣会社(経営者)	・8月から30人くらいの仕事がなくなるので、今のところ、3か月先は悪い。
		人材派遣会社(管理担当)	・夏が終わり麺類の製造派遣が減少するため、やや悪くなる。
職業安定所(職員)		・求人数及び求職者数は微減の傾向が続く。	
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)	・株価の安定と希望も含めて良くなる。
		スーパー(経営者)	・良くなるように創意工夫しながら、一つ一つ進めているため、良くなる。
		コンビニ(経営者)	・気温が上昇していることと、周辺では夏祭りが非常に盛んに行われ、花火大会などの催し物もあり、全体的に消費が活発である。夏場の1~2か月はまだこの状態が続く。
		その他小売[雑貨卸](経営者)	・政府の経済政策が的を得ている。
		旅行代理店(販売促進担当)	・2~3か月後は旅行業界においては最大の書き入れ時であり、特に、法人の教育旅行が中心になる。先の予約状況からそれが読み取れるので、今月よりは良くなる。また、徐々に組織の活性化ができてきていることもプラス材料である。
		観光名所(職員)	・9~10月になると紅葉の走りとなる。また、9月はシルバークウィークで5連休となるため、今月よりは良くなると期待している。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・3か月先のイベントの仕込みを行っているが、スポンサー企業の動きが非常に良い。不景気の際はスポンサー獲得に四苦八苦していたのに、今は断らないといけないうケースもある。確実に良くなってきている。
		商店街(代表者)	・当地域でプレミアム付商品券が発売され、ほぼ完売のなか、商店街等の小型店舗で利用できる商品券が今後、いくらかの売上増に寄与する。
		一般小売店[家電](経理担当)	・電気製品は壊れないとなかなか買い換ええないが、良い物を安く買う客が増えており、購入単価が上がっている。
		一般小売店[文房具](経営者)	・前月、今月と客単価が微増しているため、やや良くなる。
	一般小売店[茶](営業担当)	・プレミアム付商品券による効果が少し出ている。	
	百貨店(総務担当)	・猛暑が和らげば多少は良くなると考えているが、来店促進策を様々な切り口から行う必要がある。	
	百貨店(総務担当)	・中国の株価暴落の影響を最小限に抑えた感があり、株式市場はしばらくの間は安定的に推移する。景気も年初からのトレンドに従ってやや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・客による売上動向をみると、単価の高い物を含めて売上が比較的好調である。今後についてもインバウンド需要などもあり、好調に回復していく。
		百貨店（店長）	・景気回復とインバウンドに期待している。
		スーパー（店長）	・各チェーン店の情報からプレミアム付商品券の販売動向がすごく良いということなので、3か月後の景気についてもこの効果が期待できる。また、売上が予算に達していないとどうい状況だろうが景気が良いわけがない。今月は買上点数、客単価が前年を上回っているが、7月初めの降雨の影響で来客数が減少したため、3か月後については当然降雨の予想はないので、今よりははやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・当店の近隣に工事現場が多く、客単価が上昇している。まだ1～2年は工事があるため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・単価が上昇しているので、客の購買意欲が上がっていると判断できる。
		コンビニ（経営者）	・今までの売上、来客数の動向から、期待も込めてやや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・景気は一気に回復しないが、行ったり来たりはしている。9月からのプレミアム付商品券の発行もあり、回復するのではないかと期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・プレミアム付商品券に期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本格的に動き出す時期に入り、また、購買力に明るさがみえてきているので、大いに期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・オリンピックなどといった観光事業も含めて良くなっていると聞いており、特に、観光事業では我々トラック関係で製造しているバスについては1年待ちという話も出ている。ただし、ダンプカー、ミキサー車については飽和状態になって、若干下げ止まりというような状況である。全体的には良くなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	・上期の決算を迎えるため、需要が増えると予想している。
		住関連専門店（営業担当）	・景気回復が賃上げやボーナス等、所得に反映されつつあると感じる。
		一般レストラン（経営者）	・夏場はどうしても来客数が少ないが、9～11月になると来客数が増え始め、各種イベントも多くなり、ケータリングも増えるため、3か月後の景気は今よりは少し良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・景気上昇の要素は潜在的にあると思うが、プレミアム付商品券はまだ商店、客に浸透していない。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月後は多少は消費も落ち着き、段々と涼しくなるため、人が動いてくる。また、消費税増税がどうなるか、話題になるかどうかによって違ってくる。
		一般レストラン（経営者）	・国立競技場の建替えが一時中止になり、押さえられていた職人が大分仕事がしやすくなったような話を聞いた。人手があれば仕事が取れるという建築業が結構あるので、そういった現場が動き出す。
		一般レストラン（経営者）	・飲食店はニッパチが暇になり、お盆休みも挟むので当店でそれほど見込めないが、プレミアム付商品券が来月から発行されるため、買物する人で街自体は活気付く。
		一般レストラン（経営者）	・次の消費税増税まではというマインドがある。また、オリンピックについてもイメージが先行しているが、期待がうかがえる。不可抗力による障害が起きない限りは、上昇傾向にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客からの問い合わせは秋口を中心に増えてきており、予約も順調に推移している。直近での動きも多いことから不安な要素も残るが、トップシーズンでもあり、例年からすると集客の伸びに期待ができる。現状よりははやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・シルバーウィーク前後の期間をはさみ、国内旅行の動きが良い。特に、沖縄、九州方面が好調である。
		旅行代理店（従業員）	・アジア方面の販売量は伸びていないが、ビーチリゾートが多くなってきているので、販売額も上がっている。
		旅行代理店（従業員）	・期待も含めてやや良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・商品が充実しているので、販売が伸びる。
		タクシー運転手	・まだまだ暑い日が続く、これから台風シーズンに入ることもあり、かなりの利用が見込める。悪天候を味方に付けて仕事をしているのは、タクシーぐらいかもしれない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		通信会社（管理担当）	・例年7月のトレンドは8～9月に影響するので、やや上向きに推移する。
		通信会社（管理担当）	・電力事業やMVNO（仮想移動体通信事業者）といった新サービスとの組み合わせで、業界全体で新サービスが渦巻くまでのここ数か月については、引き続き好況と見込んでいる。年末や年度末については、業界内の奪い合いなのではないか。活性化が進むのかは、まだ判断できない。
		ゴルフ場（支配人）	・秋口の予約はかなりの客数を確保できている。
		住宅販売会社（従業員）	・今月が非常に悪かったため、これ以上は景気が悪くならないとみている。良くなる要因があるわけではないが、涼しくなる秋口から客の動きが出てきてやや良くなるのではないかと。
		住宅販売会社（従業員）	・資料数が上向きになっている。
		住宅販売会社（従業員）	・アパートの販売はまだ伸びていく。ただし、在庫の確保が難しく、大分競合するようになってきた。今後、いかに仕入れていくかがポイントになってくる。景気はまだ良くない。
		商店街（代表者）	・商店街の人とよく話をするが、飲食関係のオーナーはまあまあ動いていると話しているが、やはり物販があまり良くないという答えの方が多いため、物販が苦戦していると感じている。
		商店街（代表者）	・長期の天気予報では、8月も前半はかなり暑いということなので、今後も客の出入りが悪くなるため、良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・猛暑や天候不順がまだ続き、来客数が見込めないため、売上につながらないのではないかと懸念している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・良くなる理由が見つからない。ただし、プレミアム付商品券の期限が10月までであるので、期待している。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・我々のような小売店ではどうしても客が選べる商品が少ないため、非常に難しい時代になっている。景気は良くなく、このままの悪い状態が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・新年度になってから現在まで、会社設立用の印鑑注文等がゼロである。会社設立は少なくなっているのかもしれないが、需要が非常に少なくなっていると感じる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・8月は台風等の災害がなければ、このまま続きそうである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・秋になっても政治、経済共に明るい見通しがほとんどないため、今の状態のまま変わらない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・やはり年金受給者の客も多いので、なかなか良くなるのは難しいが、株価上昇なども考えると、景気の良い客もいるので、全体としてプラスマイナスゼロのままでいく。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・個人と企業の売上を足しても、まだお茶の売上高は前年同月と比べて横ばいである。販売量をみると、まだ良くなるとは言えないが、売上額は下降傾向から少しではあるが良くなっている気もする。
	百貨店（売場主任）	・買い方が二極化しており、高所得層は変わらないが、パイの大きい中間所得層は円安で商品が値上がりしているため、慎重になっている。	
	百貨店（総務担当）	・消費者の消費に対する慎重な姿勢は引き続き継続する。	
	百貨店（広報担当）	・ギリシャ危機も回避され、政権も安定している。国内的にも雇用は活発で、景気が後退するような懸念材料は見当たらない。ただし、実態的には中間所得層の所得は今後も大幅な改善は見込めず、消費に余裕は出てこない。消費の二極化は解消されず、景気に影響を及ぼすような特に大きな変化は見当たらない。	
	百貨店（営業担当）	・訪日外国人客購入の高級ブランド衣料品、服飾雑貨、化粧品は前年比で大きく伸びているが、一般客の売上動向は必ずしも良いとは言えない。景気の個人消費への波及はまだ先のようなようである。	
	百貨店（営業担当）	・客単価もこのところ前年に対し微増で推移している。外国人観光客の需要も見込まれるため、しばらくはこの状態が続く。ただし、中国経済の減速が気になる要素としてあり、ただちに売上減にはつながらないものの、不安が残る。	
	百貨店（営業担当）	・自分にとって価値のある欲しい商品は時期を問わず買ってもらえるが、必要だから買うという商品も、買うタイミングや量の判断基準が厳しくなっている。	

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
		百貨店（営業担当）	・化粧品、ラグジュアリー以外の婦人衣料、雑貨マーケットとしては、新しいシーズントレンドの目はいくつかあるものの、大きなうねりにはならない。
		百貨店（販売促進担当）	・春闘による大手企業の夏季賞与の上昇等で景気が良くなる期待があったものの、自治体のプレミアム付商品券に対する反応や食料品の値上げが続く現状をみると、消費に対する防衛意識が強く働く消費者が多く、大きくは変わらない。
		百貨店（店長）	・国内の政治やギリシャ、中国などの経済についての不安要素が大きく、心理的な影響を与えている。これが消費にお金が回らない大きな要因として今後も継続していく。
		百貨店（副店長）	・今後の状況について、大きく変わることはないが、8月末に発売される地域のプレミアム付商品券を契機とした販売拡大に期待したい。
		スーパー（経営者）	・起爆剤となるような政策もないため、変わらない。
		スーパー（販売担当）	・競合との価格競争もあって平均単価が下がっており、客の買上点数は前年並みか前年以上ではあるものの、1人当たりの買上額がなかなか前年を超えることができない状況が続いている。
		スーパー（経営者）	・今の状況は当分変わらない。競合店が近くにできた店舗は大分影響を受けている。それ以外の店舗も良い店と悪い店があるので、全体的には良くない状況である。この状況はまだ変わらないのではないかと、もちろん変えなくては行けないが、変わらない状況が続いていくような感じがする。
		スーパー（店長）	・価格に対してシビアな状態は続いており、来店頻度も過去に比べて落ちている。数円の安さを求めて買い回りをしている状況なので、元どおりに回復するまではしばらくの期間を要するかもしれない。
		スーパー（総務担当）	・株価等が高いまま推移しているが、実際にスーパーで買物をする客の可処分所得はそれほど大きく変わっていない。ただし、賃金が下がっているということではないので、消費自体には変わらずお金が回っていると思うが、賃金が上がって消費にお金が回るといった傾向にはないので、このままで推移する。
		スーパー（仕入担当）	・円安による輸入品の値上げが続いており、秋の売り場変更に向けて価格を上げざるを得ない商品が多数あり、消費の冷え込みが懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・消費税増税から1年以上経過しているが、客の声を聞くとまだ防衛意識が高い。店頭売価についても主力商品を中心に価格が下がっている。
		コンビニ（経営者）	・不安定な要素がかなり多いため、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・天候次第だが、売上、来客数に変化はさほどなく、当分は現況の数字のまま推移する。
		コンビニ（経営者）	・暑くなると店の周りの人の流れが少なくなるが、最近、近隣で外装の大規模リフォームをしているマンションが立て続けにあるため、職人などの工事関係者の来店が多くなり、厳しい分を少しカバーしていけるのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・様々な要因があるが、これから暑い時期が過ぎて秋口になると、また景気の後退が始まるのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・販売量のトレンドをみると、梅雨明けしても前年とほとんど変化がないためである。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の増加につながる要素もなく、減少傾向が続くことが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・このままずっと夏物バーゲンが盛り上がらない。また、晩夏の商材が難しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域ではプレミアム付商品券の販売がこれからだが、予定の倍以上の申込があり、抽選となる。プレミアム付商品券の利用で良い方向に向いてくれると有難い。それだけで景気が良くなるかは分からないが、起爆剤になればと期待している。
		衣料品専門店（統括）	・今まで続く客数減が2～3か月の間に大きく改善されるとは思えない。
		家電量販店（店員）	・製造元の動きで販売店が左右されるため、現状と変わらない。
		家電量販店（統括）	・6月が厳しかったため、7月後半でエアコンや冷蔵庫が売れなければ、第2四半期も厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（経営企画担当）	・季節要因が入ってしまうが売上の的には下がるとみている。季節要因を除くと購買心理が現状より悪化するとは考えていない。市場の変化に対応できるように取り組む。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。2～3か月前からあまり良くなり、7月の賞与支給の時点で良くなるかと思っていたが、あまり良くない。前年の3割減となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・3か月後には半期の決算を迎えるが、目立つ販売車種もなく、現状維持が精一杯である。一部では景気の良い話も聞かすが、ごく一部をマスコミ等で取り上げているだけで、現実とのギャップが大きい。
		乗用車販売店（渉外担当）	・新型車の追加により受注量が前年並みに推移している。法人需要はやや良い状態が続いているものの来場が思ったほど良くはなく、個人消費は完全に回復していない。総量としては今後も変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・購入見込みのユーザー数も特に増加していないので、今後、不安である。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・10月に昨年は開催しなかった大きなイベントを企画中である。企画を入れて前年並みである。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競争相手との競争が激しくなっている。また、客があまり点数を買わなくなっている。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・これと言って景気回復するような理由がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税や教育費の増加より、賃金上昇が可処分所得を向上させるには至っていない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・入荷も安定しないし、天候の影響も大きく、まだ好転する兆しはない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・じわじわと縮小が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現時点と2～3か月先とでは、環境はあまり変わらない。
		高級レストラン（仕入担当）	・相変わらず円安等による料理、飲料の材料費の値上がりが続いており、販売単価を上げたいところだが、まだそれほどの勢いが感じられない。様子見の状態である。
		一般レストラン（経営者）	・円安等で原価が上昇し、最低賃金の引き上げや人手不足等で人件費が上昇しているため、厳しい状況はしばらく続きそうである。
		一般レストラン（スタッフ）	・家賃など様々な経費の支払があるが、値上げすると客が来なくなってしまう。世間をみてもあまり動いていないようで、全体的に悪くなっているような気もする。ただし、当店は支払が多くなっているものの、売上は落ちてはいない。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・夏休みで一般の会社員はレジャーでお金を使うため、他に回すお金が少なくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先消費税増税があることと、中小企業ではなかなか賃金が上がってこないため、しばらくはこの状態が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・外国人利用客の需要は変わらずに続く。
		旅行代理店（経営者）	・こここのところの猛暑で出足が鈍っているようであり、消費税増税の負担もあるのか、今のところ何とも言えない状況である。
		旅行代理店（従業員）	・先の受注状況が前年比100%程度で推移している。
		タクシー運転手	・景気が上向いているという話はあるが、基本的にはほんの一部で1割にも満たない程度の動きで、一般的に景気が良くなっているという感じはまだ全くない。今はこの先の動向の様子見で止まっている。
		タクシー運転手	・前年は賃金が上昇したが、消費税増税の影響で物価が上昇したため、実質賃金は最低水準となっている。大企業に関してはベースアップをしているが、中小企業、中堅企業にはまだ広がっていない。個人消費は経済全体の60%を占めており、家計が苦しい状況を脱しない限り、消費の盛り上がりはない。当分の間、景気は現状維持で推移する。
		タクシー運転手	・大手企業の残業は決して伸びていないが、オフィス街の大企業の本社ビルの建替えを見ると、これから期待できるのではないかという希望的観測である。

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		
		タクシー（団体役員）	・依然としてタクシーの一般利用は横ばいで、近々の増加は見込めない。		
		通信会社（経営者）	・4KのVOD等の新商品の反応が限定的であり、3か月先までに需要を刺激する材料がなく、営業力強化に頼らざるを得ないため、変わらない。		
		通信会社（経営者）	・政府の財政再建の道のりがあいまいで自分の財布が頼りなので、節約志向にならざるを得ない。		
		通信会社（社員）	・今月も順調に目標数字を達成している。この先、短期的には大きな変動要素がないため、変化なく維持していく。		
		通信会社（営業担当）	・先行きに対する不透明感は続いており、今の状態がしばらく継続する。		
		通信会社（営業担当）	・客の家計がまだ良くなっていないため、もう少し時間がかかる。		
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月、契約数、契約単価共にほぼ横ばいの状況が続いており、この状況はしばらく続く。		
		通信会社（局長）	・業界的に革新的なサービスがなく、携帯のウェアラブルが伸びる傾向にはあるが、当業界との連動性には難があるので、第4四半期からの新サービスに期待がかかる。		
		通信会社（経営企画担当）	・しばらくは商談に変化はないとみている。		
		パチンコ店（経営者）	・競合店も含めて夜の時間の来客数が伸びていない。朝は以前と比べて当社のチェーン店では入るようになったが、夜のピーク時にサラリーマンが増えないことがあり、この先、上がると答えたいが、現状維持がやっとなので、変わらない。		
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・明らかに悪くなる兆候はないものの、今の身の回りの景気を支えている一つであるインバウンドについて、今後の為替や株価の動向、ギリシャ危機による不安、戦後70年談話いかんでの日中、日韓関係の変化などで劇的に悪化する不安があるため、変わらない。		
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・株価の上昇等があったが、ギリシャ危機の問題や中国の株価急落等で若干株価が安定してきたので、3か月後は今の状況が続く。		
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・特に良くなる材料も悪くなる材料もない。		
		設計事務所（所長）	・世の中の動きが定まらず、このまましばらく様子見が続く。		
		設計事務所（職員）	・変化の兆しを感じられない。		
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場等の来場客は前年並みで、厳しい状況はまだ続きそうである。賃貸住宅は相続税の増税対策による受注がもう少し続く。		
		住宅販売会社（従業員）	・受注は売上の先行指標であり、受注の低迷は売上や利益の減少に直結するためである。		
		やや悪くなる		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・狭間にあるのかもしれないが、外商の案件が若干少なくなってきた。また、この暑さのせい、後半にかけて来客数がやや減っていることもあるので、今後、天候の不安定要素で来客数が若干減ることがあるのではないかと思う。
				百貨店（営業担当）	・婦人服に良い状況は見当たらない。円安の問題も大きく、特に、秋冬物については実質、値上げをしなければならず、家計に大きく影響すると思われる。
				百貨店（販売促進担当）	・前年の消費税増税やインバウンドの影響により高額品や化粧品の上は大幅に伸びているが、主力の婦人衣料、特に、ボリュームゾーンの売上があまり伸びていない。
百貨店（営業企画担当）	・消費税増税の影響は今後も続くことと、また、消費者は更なる増税も見据えていることを考慮すると、景気は決して良くはならない。				
コンビニ（経営者）	・天候に左右され、本格的な景気回復には至っていない。				
コンビニ（経営者）	・世界の情勢が悪い方向に向かっているような気がする。				
コンビニ（経営者）	・やはりコンビニの店舗数の増加によるものが大きい。最近の猛暑で今現在は売上は伸びつつあるものの、9月になれば下がっていく。コンビニ経営者は売上減と人材不足で疲労困ぱいしている。				
衣料品専門店（店長）	・景気対策として各自治体を実施しているプレミアム付商品券が開始された地域での反応が良くない。これだけのプレミアムをつけてお得感があるが、効果が出ていないように感じるということは、なかつたら更に悪いということである。				
衣料品専門店（営業担当）	・購入する客が少なくなってきた。今後、商売を考えなければならぬと思う時もある。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税が増税されてから来店客が激減している。		
		住関連専門店（統括）	・早急に景気が回復する要素も見当たらず、買い控えなどがまだ続く。		
		通信会社（経営者）	・政府の求心力がなくなってきたため、景気拡大の施策が打ちにくいと思う。		
		通信会社（総務担当）	・夏期レジャーやお盆の消費の反動で消費が若干冷え込む。		
		ゴルフ場（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。		
		ゴルフ場（支配人）	・現状の来客の傾向から、来客数の増加はあまり期待できず、夏を過ぎて秋になっても例年よりも良くなるとは思えない。むしろ団塊世代の減少により、全体的に低下傾向である。		
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数が減少している。生徒の親が、物価が上がっているため、塾にける費用を多少切らざるを得ないと話していた。景気としてはあまり良くない。下がる方向にいくのではないが。		
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・10月にはメーカーの実質値上げが控えており、買い控えや節約をする顧客が増加する。プレミアム付商品券等の活性化対策が講じられても対象となる業種ではないため、売上の増収効果は期待できない。		
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・秋は集客時期になるが、前年比でも現時点で問い合わせ件数などが少ないため、やや悪くなる。		
		設計事務所（経営者）	・賃金増等の恩恵は、大企業の社員を中心とした一部の人達に限られている。民需が活発にならない限り、景気回復は難しい。		
		設計事務所（所長）	・期待している行政の指名案件も、前年の3分の1くらいになっている。そのうえ、民間案件の動きがなく、先行きは非常に厳しくなる。		
		設計事務所（所長）	・それなりに仕事量が増えるという状況ではないので、景気が決して良くなるとは思えない。		
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・先々のまとまった案件が減少していることから、現状より上向く要素が見当たらない。		
		悪くなる		一般小売店〔茶〕（経営者）	・連日の猛暑で日中は人通りがない。お茶を急須で煎れて飲むことが減り、ペットボトルのお茶が主流になってきており、売上も下がる一方である。
				一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、悪くなる。
タクシー運転手	・良くなる材料がない。				
設計事務所（経営者）	・国が定めた法律により最低制限価格制度というのができた。仕事が欲しいため、すぎる思いで最低制限価格で入札したが、最低制限率が0.6666であった。そのような金額で仕事ができるだろうか。県内の多くの市町村が0.78、0.68などで、当市でさえ0.6777と、考えられない。当社はそういったなかで入札をしている。これは適正価格と言えるのだろうか。				
住宅販売会社（経営者）	・大企業の従業員は多少所得が増えつつあるかもしれないが、中小企業の従業員は全く増えていない。物価が上昇しているために購入意欲が激減している。何とか中小企業もベースアップができるように景気を回復させてほしい。消費税については一律ではなく、ものによって考えるべきで、住宅は免税にしてほしい。				
企業動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・忙しくなってきたっており、仕事の件数も多くなってきたので、良くなる。		
		食料品製造業（経営者）	・プレミアム付商品券が発売されるので、少し希望を持っている。		
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・この先3か月が年間で最も売上が上がっていくため、やや良くなる。		
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の注文数が多いが、店頭での印鑑注文も増えてきている。通信販売で印鑑リフォームの注文も受けているが、急ぎではなく、家にある石印材の掘り直しの注文が多いので、少し個人の資金に余裕が出てきたと感じている。		
		建設業（従業員）	・受注量が増加している。		
建設業（営業担当）	・国内、海外情勢に伴い原油や株価が変動し、見積にも影響があるため、その変化と消費税10%への増税前に設備投資を検討している企業が多く、工事作業員の人員確保や施主の予算に合わせた調整に時間がかかる。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		金融業（従業員）	・緩やかなから業況の改善が広がっており、売上、収益共に増加傾向になってきたとの声を聞く。しかし、賃上げに踏み切るほどではなく、力強さには欠けているように感じる。
		金融業（支店長）	・前向きな設備投資の話も出始めており、景気回復の兆しがある。
		税理士	・アメリカの景気が良くなり、日本車が売れている。一方で中国の景気が減速し、バブルがはじけるのではないかと不安なところがある。以前はその逆であり、さらにそれ以前は日本国内の政治が不安定であった。現在はアベノミクスでかなり強引なところもあるようだが、政治が引っ張っており、少しずつ良くなっていく。
		税理士	・ギリシャ、中国の情勢次第ではあるが、外国人の来日も多く、世間では異国の言葉があふれているので、アパレル、家電業界は盛況である。
		食料品製造業（経営者）	・現状はやや良いが、加速度的に良くなると思えない。
		食料品製造業（営業統括）	・夏場の最盛期はやはり天候に左右されるため、天候次第である。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・時期的な要素で景気が良くなる感じることは何もない。
		化学工業（従業員）	・8～9月は休みが多く、生産量も通常より少なくする予定のため、景気が良くなると思えない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・特に悪くはならないと思うが、良くなる要素もないため、景気の動向は変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・大手の3月決算は良好のようだが、我々中少には全くと言っていいほど届かず、新企画も先送りにされて見通しが付かないため、資金繰りに影響が出そうである。
		金属製品製造業（経営者）	・大口の見積を相当出しているがなかなか決定に至らないため、新しい客を開拓して仕事を進めている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・前年受注したものが秋口から立ち上がるが、利益があまり出るようなものはないので、良くはならない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・過去に開発した商品が今ごろから売れ出てきており、今後、オリンピックに向けて良くなるのではないと思う。
		電気機械器具製造業（経営者）	・中小企業では短期的に経済の循環が良くなって需要が増えるという見通しはなく、観光業以外は各業界とも明るくない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・極めて消極的な言い方かもしれないが、良くなるというよりも悪くならないようにと得意先でも頑張っているの、我々も一緒に頑張りたい。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・世の中にある景気回復感、美容室にはまだ実感としてはない。
		建設業（経営者）	・中小企業対策が実施されているのかどうか分からない。
		建設業（経営者）	・次の消費税増税までは現状維持である。
		建設業（経営者）	・今年度までは仕事量が沢山あるような状況でいくと思うが、先を考えると大変不安が残る。既にオリンピック前から冷え込むのではとの話も出てきている。
		建設業（経理担当）	・東京都心で工事量が大幅増加しているようで、当地域の工事に都心業者が参入してくることが少なくなってきた。しかし、監督、職人共に不足しているので、受注件数をこれ以上増やすことがなかなかできない。当地域の職人が都心に目を向けず、人件費が上がらないように願うばかりである。
輸送業（総務担当）	・新規の案件が少なく、今後の売上げが期待できない。人件費の上昇もあり、厳しい状況は続く。		
通信業（広報担当）	・当面は一進一退の状況が続く。		
金融業（統括）	・中国の株価等、海外の不安要素が多いので、それほどプラスにはならない。		
金融業（営業担当）	・製造業の先行きの受注状況が思わしくなく、設備投資も一時期よりは落ち込んでいる。株価がやや持ち直しており、また、プレミアム付商品券等で売上が増加している。建設業はまだまだ順調に売上を上げられる。総合的にみると景気は現状と変わらない。		
金融業（役員）	・不動産、建設業共に以前より低調となっている。地方創生の動きに期待する傾向もあるが、具体的な方向性がみえず、実感がわからない。		
不動産業（経営者）	・マンションの空室状態が続いている。どのようにしたら空室対策ができるか、検討の毎日である。		

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
		不動産業（経営者）	・近隣の大型店の拡張もあり、当商店街もテナント化が進むなか、飲食店の進出が多くなっている。
		不動産業（総務担当）	・所有オフィスの満室状態が当面は続く見通しである。
		広告代理店（従業員）	・受注予測からも売上増に結び付く要素がみられない。また、特に減少もない。
		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	・小規模建設事業者は、「仕事は選べるほどあるが、人がいない。今年も賃金をかなり上げたが、欲しい人材が確保できず、思ったプロジェクトに取り組めない。パートも確保できない。10月から新たな最低賃金の実施に移るが、これによりまた営業費が増加する。苦悩状態が続くそうである。」と話している。
		経営コンサルタント	・大手の良い影響が中小に波及すると想定していたが、あまり波及してこない様子である。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・景気の動向も気になるが、人材確保が大きな課題となっている。今後もその状況が続く、景気へも影響が出てくるのではないかと。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・いかに人材を確保するかを早急に考えないと業況は変わらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・見積り件数も増えてきているが、人手不足の影響で外注化しているように思える。契約金額が上がってくれば、少しは景気が良くなっている実感が湧いてくるが、現状では変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・このところ、マンションのインターネット環境整備の受注量には変化がみられず、今後も大きな変化が発生する要因もみられないため、このままの状況が継続する。
やや悪くなる		金属製品製造業（経営者）	・中国や新興国など海外の景気は奥が深く、なかなか良くなるように感じる。中国が景気回復しないとエネルギー需要は増えてこない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・大企業からの支払条件の変更が多い。手形が非常に多くなっているため、資金繰りが改善されなければ本当の景気ではない。
		輸送業（経営者）	・良くなるというような見通しが歴然としていないので、状況としては悪くなるを選択したが、それでは景気に対して後向きになってしまうので、できれば早い段階で景気が上昇するような状況を作ってもらえれば有難い。
		輸送業（経営者）	・例年8～10月は売上の減少する期間に入るため、今期も同様に現在より状況は悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・当面、主要荷主の鉄鋼関係、住宅関係は共に出荷量の低迷が続く。
		広告代理店（経営者）	・これまでと類似の効率の良い仕事が、今後、見当たらない。
		広告代理店（営業担当）	・社内的な要因であるが、若手、中堅社員の転職が増加する一方、高齢であり動きの良くない社員の割合が増加している。仕事効率が悪く、また、仕事量の偏りにより、会社全体として仕事の質の低下傾向が、ここ数か月如実に現れるようになってきているため、あまり良くない売上と給料になるのではないかと。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・中小企業にとっては、金融がますます厳しくなる。
悪くなる		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国の景気減速のため、やや悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材関連等の価格上昇に伴い、利益を生み出すことが非常に厳しい。生産設備を止めることも難しいので、厳しい状況は続く。
雇用関連 (南関東)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き人材の枯渇感がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・すでに予約を受けている。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法の改正が明確になれば、求人数の増加に期待が持てる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用活動の動向から、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・6月の月間有効求人倍率は0.97倍で、前月から0.03ポイント上昇している。月間有効求人数は7,695人で、前月比0.6%の増加である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・このところ新規求人数が前年比で2けた増となっている。また、新規高卒求人も大幅増となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・新卒採用の状況次第であるが、採用ニーズは強いものの時期のずれにより、計画数確保に苦戦する企業も出てくる可能性が高く、第2新卒採用などが活発になる可能性がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・季節が変わるので、それに伴って変化があると予想すると同時に願望も含めてやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造業の人と話をしたが、原材料、特に、輸入物が高くなり、また、中国の景気が不安定なこともあり、非常に将来を心配しているという声が多い。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの求人に対し、採用に苦戦する状況が続きそうである。
		人材派遣会社（社員）	・景気が上昇傾向になる要素が思いつかない。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣成約数が大きく増える見通しがなく、契約終了数に左右される業績となっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・上半期から下半期への切替りの時期で多少求人数が増えるかもしれないが、現状とそれほど変わるとは思えない。特に良い材料も悪い材料も見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・事務系派遣案件に関して、潜在的な需要が見受けられるが、労働者派遣法改正の動きもあり、不透明さが残る。現状とさほど変わらないような景気で推移する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・客が採用を増やすというよりも今の人数でしっかりやっていくという方向に変わってきたので、あまり変わらないのではないかと。反響が鈍すぎて今の人員でやるしかないということが実状のようである。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・売上が多少増えても人件費がかさむので、賞与、給与自体は横ばいであるという話をよく聞く。
		職業安定所（職員）	・人手不足だが、中小企業を中心に賃上げはまだ広がっていない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年同月に比べわずかに増加となっているが、離職者、在職者、無業者等の全体に占める割合が過去2年と比較しても大きな変化がみられない。最近数か月間も同様に推移している。
		職業安定所（職員）	・一時、ギリシャ危機で輸出産業等が悪化する懸念があったが、ユーロ離脱回避となったためしばらく落ち着く。ただし、中国市場、株価の動き次第で変わってくる。
		職業安定所（職員）	・建設業など、一部の業種は人手不足を訴えているが、大多数の業種から良くなっているとの意見を聞かない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・決算発表が終わり、採用求人に一服感がある。秋口からの動向は不明である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・徐々に良くなるということではなく、この程度の状況がしばらく続く。
	やや悪くなる	-	-
	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	良くなる	商店街（代表者）	・消費者のマインドが向上していることから、景気が良くなる。
		百貨店（経理担当）	・行楽シーズンを迎え、レジャーサービス分野の消費の伸びが見込まれる等、消費の裾野の拡大が期待できる。
(東海)	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の購買意欲は、ここ数か月改善している。先行きは販売量も増え、景気が良くなる。
		商店街（代表者）	・鉄道系の売店で売上が微増に転じている。また、前月より法人関係の需要も多少は増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・これから伊勢志摩サミットの話題が広がり、実感できる形での観光客増加につながる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・お盆の売上に期待する。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・アベノミクスの効果が徐々に浸透し、賃金も上昇し、景気が良くなると期待している。
		百貨店（売場主任）	・バーゲン期間中でも、安売りの商品ではなく定価品を目当てに買物に来る客が多い。購買客は増加傾向にあり、安定が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンド関連の売上は、より一層好調に推移すると見込んでいる。
		百貨店（経営企画担当）	・猛暑が続くことが想定され、衣料品の販売回復も目立ってくるものと思われる。高額品も、引き続き売上をけん引すると想定している。
		スーパー（店員）	・天候が良好で客足が鈍るとは考えにくい。大雨があった影響で野菜が値上がりする可能性があり、動向を注視している。
		スーパー（総務担当）	・お中元商品の売上高が、前年より5%ほど増えている。
		コンビニ（エリア担当）	・やや希望的な見方ではあるが、自社のシステム変更や強力なキャンペーン等による商品告知で、売上の改善が期待できる。
		家電量販店（店員）	・白物家電に関して、節電・省エネ機種が人気で、販売単価が上がっている。
		乗用車販売店（経営者）	・10月以降は新型車種の投入もあるので、需要喚起が期待できる。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売の低迷期間が長いので、そろそろ自律反発する時期と見込んでいる。
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅の受注や受注見込みが増えてきている。また、住宅のリフォーム工事やビル関係の大規模改修も増えている。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・販売単価の上昇や金製品、地金にかなりの動きがあるため、これから先は更に良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・9～10月は、秋の行楽需要でホテルにとって良い時期である。予約数が前年同期より3～5%増加しており、火山活動が活発となっている観光地を敬遠する客の一部が、こちらへ回っているのではないかと考える。
		旅行代理店（経営者）	・特に悪い材料はなく、先行きは良くなると期待したい。
		通信会社（営業担当）	・通信機器の販売量は、今後も現状維持か、更に増加が見込まれる。
		テーマパーク（職員）	・9月の大型連休で、レジャー志向が高まるのを期待している。
		テーマパーク（経営企画担当）	・新規アトラクションの導入効果や9月の大型連休を控え、予約状況が良い。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・消費税の再増税をしなければ、景気は少しずつ回復基調へ向かう。税率を上げるたびに消費税収は減収してしまう。再増税を延期し景気が回復すれば、税収は増えて一番良い。
		美顔美容室（経営者）	・8月からホームケアセットのキャンペーンが始まる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・障害福祉サービスの利用者数は、増加傾向にある。特に居宅介護と移動支援事業の需要は急速に伸びている。
		設計事務所（経営者）	・案件数は確実に増えているが、小規模案件のため労力は増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークに次ぐ集客期間であるお盆休みを控え、期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・良くなる要素がまるで見当たらない。コスト上昇によるインフレ傾向であるが、それに伴って所得が上昇する人は、周囲にはいない。これでは景気回復どころか、生活困窮が懸念される。
		商店街（代表者）	・来客数の減少と同時に、客単価も低下してきている。この先、良くなる材料や良い情報がないのが実状である。
		商店街（代表者）	・購入単価は少しずつではあるが上昇している。しかし全体的に購買意欲の高まりは、まだ感じられない。
		商店街（代表者）	・寒い時期になれば、販売はまた上向くが、それまでは変わらない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・これから夏場に入るため、景気はまだ回復せず、横ばいが見込まれる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店をはじめ街のにぎわいが、訪日外国人客に支えられている状況で、観光客がいないと消費が落ち込むようでは、しばらくは厳しい状態が続くと感じる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・伊勢志摩サミットが決定したので、期待を込めて現状維持を見込む。しかし、ここ数年、遷宮前からやや行き過ぎではと思うくらい観光客が来ていたので、本来の状態に落ち着くまでは、しばらくは波があると思われる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・都市部の店には客が入り、景気が良さそうに見えるが、景気が良くなっていない地方都市では、今後も上向くとは、とても思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・暑い日が続きこのまま8月に入ると、販売拡大につながる要素がほとんどない。客の様子からは、秋以降も静観という雰囲気がうかがえる。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先を考えても、現状と変わらない。一部の客で売上は支えられているが、大半の客は買物を控えている。ぎりぎりのバランスであるが、中身を分析すると厳しい状況である。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは、現状から変わらない。
		百貨店（売場主任）	・秋以降も、購買意欲には変化はみられない。
		百貨店（企画担当）	・高額品やインバウンドの売上は伸びているが、中間層の消費者の購買意欲には停滞感がある。この傾向は、ここ数か月続いている。
		百貨店（経理担当）	・今月は前年同月を上回るペースであるが、お中元商品については前年割れのため、今後更に良くなるという見通しが立たない。
		百貨店（販売担当）	・円安や株価高という、働く人にとって実感のない要因で企業収益が向上し、給与や賞与が上昇しても、いつ反転し厳しい状況に変わるかという不安を持ち続けることになる。政治の停滞で経済政策が後手に回り、その不安を解消するような動きがみえないと、消費者の購買意欲にも大きな影響を及ぼす。
		百貨店（販売担当）	・消費が減少傾向の中間層に対して、購買意欲を向上させる要因が見当たらず、当面は現在の状況が続くと思われる。
		百貨店（販売担当）	・購買意欲が維持できれば、販売量が大きく低迷することはない。しかし、価格面から高額品主体の動きが長く続くとは思えず、より一層の上昇は難しい。現状の商品の動きからみると、2～3か月後は、低中価格帯の商品が主力になると見込まれる。
		スーパー（経営者）	・伊勢志摩サミットが決定したが、当地への来客数の増加には、まだつながらない。
		スーパー（店長）	・自店の業績は良い状況で推移しているが、近接する他社の状況はあまり良くない。自店には、節約志向の客が来店しているため、一般家庭の景気は良くないと聞いている。
		スーパー（店長）	・株価高や円安・原油安等、消費を促す条件がそろっているように見えるが、大多数の人にとって一番重要なのは、給与年金等、身近な金の問題である。
		スーパー（店長）	・商品の値上げ等が続く、その影響が非常に不透明な状況で、客の財布のひもは固い。どのような商品でも売れるわけではなく、必要な物や目新しい物は売れているが、極端な高額品等については、動きが鈍い。
		スーパー（店員）	・消費者は、日々の消費をまず第一に節約し、小売業はその影響を受けている。
		スーパー（販売促進担当）	・衣料品、住居関連商品及び食品のいずれも、先行きには大きな伸びが見込めない。
		スーパー（支店長）	・景気回復が期待できる対策が見当たらない。また、中国の情勢も気になる。
		スーパー（商品開発担当）	・食品の値上げは今後も続くと考えられ、消費は控えられ。食品値上げの動きが収まらなくては、景気は簡単には良くはならない。
		コンビニ（企画担当）	・東京オリンピック開催までは、今の状況が続くのではないかと期待する。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が上向く材料が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今月の好調な売上は、当面続く見込みである。
		コンビニ（店長）	・客の動きをみていると、特に大きく変わるような要素はない。
		コンビニ（商品開発担当）	・生活用品の価格高騰で、消費マインドはプラスにならない。購入はセール品に集中し、販売側は、セール実施のメリットを得られない。中心となる客層で十分な所得の改善が見込めない限り、このままの状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物の出る時期となるので、イベントを実施して客を呼び込む予定である。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・新商品に反応がはじめてきているが、まだ、先行きは読めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕(売場担当)	・この業界は、地方の店舗に至るまで好景気を実感できるまでには、一層の時間を要する。
		乗用車販売店(経営者)	・やや悪いという状態が長く続いているが、先行きも大きく変わる要因が見当たらない。
		乗用車販売店(従業員)	・今月がそれほど大きな落ち込みというわけではなく、流れとしては良くなってきているが、明確に良いという要素もない。一時は購買意欲も上向いてきていたが、今は全体的に落ち着いている。
		乗用車販売店(従業員)	・販売増加が見込める要素は特になく、先行きも、現状の販売台数の維持がやっとである。
		乗用車販売店(従業員)	・期待する点として、9～10月ごろには新型車種の発売や東京モーターショー等があるが、現時点ではまだ効果はわからない。
		乗用車販売店(従業員)	・低調な状況がしばらくは続く。格安整備の他社へ流れていた客が戻りつつあり工場在庫量が増えているのは、やや明るい材料である。
		乗用車販売店(従業員)	・盆休みを中心として、消費者にも解放感が高まると思われる。気分が変われば、車の話題も増え、新車購入を検討するきっかけになることを期待する。しかし、客の中には、話題として良い話をする人と、悪い話をする人が混在しており、今まで以上に格差が大きくなっていると実感する。
		乗用車販売店(販売担当)	・当社初の7人乗りの車種は、非常に人気があるが、今注文しても納車が来年以降となるため、すぐには売上に結び付かない。
		乗用車販売店(経理担当)	・地域間で景気回復に格差を感じるため、当地域ではまだまだ景気回復感はない。
		その他専門店〔雑貨〕(店員)	・季節的には大きな変化はない。異動についても、特別の動きはないので、それほどは変わらない。
		高級レストラン(役員)	・8月中旬は予約客・フリー客共に増加する時期であるが、予約に勢いがなく前年並みの推移をしている。
		一般レストラン(経営者)	・先行きも、給与が増えることもなく、物価が安値で安定することもない。良くなる要素が見当たらない。
		観光型ホテル(販売担当)	・夏の予約は順調に入っているが、秋口の9月以降の予約数が、前年同期比で90%を割っているため、今月と同様に、良いとはいえない状況である。
		都市型ホテル(従業員)	・予約数から、先行きも変わらない。
		都市型ホテル(支配人)	・8～9月の宿泊予約の動きが鈍い。光熱費の引上げに加えて、清掃費等も値上げの要請がある。人材確保でも、従来は比較的容易であったフロントスタッフすら困難となっている。売上上昇を上回る経費の上昇が続き、見通しは厳しい。
		都市型ホテル(経理担当)	・予約の状況は前年同期並みである。
		旅行代理店(経営者)	・全体の底上げで景気が良くなっているのではなく、良い会社と悪い会社が極端に分かれているように感じる。
		旅行代理店(経営者)	・円安効果での輸出や外国人観光客の増加で辛うじて持ちこたえている企業もある。内需型産業は、原材料の値上げが今後も続き、現状維持が精一杯と思われる。海外情勢の影響も懸念され、先行きの不透明感をぬぐえない。
		旅行代理店(経営者)	・プレミアム付商品券が起爆剤になるかと期待したが、ほとんど日用品の購入に充てられているようで、旅行にまでは回らないと実感している。消費税増税で厳しい家計の穴埋めに使われている。したがって、今後も変化が見込めない。
		旅行代理店(経営者)	・紅葉シーズンの国内旅行は、早期予約が好調である。海外旅行も年末年始の予約を検討する話もあり、今後期待している。
		旅行代理店(従業員)	・高いコースの客が増えているが、一方で安いツアーの客も増えている。動きが二極化していて、先行きはどちらに向かうのかわからない。
		旅行代理店(従業員)	・賞与支給が増加した企業が多いようで、旅行の申込は、しばらく順調に伸びていく状態である。団体旅行も好調で、企業の慰安旅行も増えている。
		タクシー運転手	・これだけ長い間、繁華街で人出の少ない状況を見てみると、先行きに対しても期待を持ってない。
		タクシー運転手	・タクシーは、本当に必要な人は利用するが、無駄と考える人は使わない。これからは、そういう考え方が定着する。

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
		タクシー運転手	・この先も暑い日が続く予報である。暑い日が続けば今の状況が続くため、先行きも変わらない。
		通信会社（企画担当）	・プレミアム付商品券や地方創生への取組等、明るい兆しはあるものの、地元ではプレミアム付商品券が売れ残る等、あまり良い状況ではない。
		通信会社（サービス担当）	・今後もインターネット回線の申込は増加するが、携帯電話の掛け放題サービスにより、固定電話の解約は一層増えるものと思われる。
		テーマパーク（職員）	・外国からの客が多いだけで、日本人客の少ない状況は変わらない。
		観光名所（案内係）	・この夏は暑い日が続くため、商売繁盛のところと、全く商売にならないところの開きが大きくなる。
		ゴルフ場（企画担当）	・9～10月はゴルフシーズンに入るので、台風等がない限り、ある程度の来客数が見込まれる。景気の変動はあまりない。
		美容室（経営者）	・世の中が明るくなるようなニュースや話題が出てこないのので、当分は、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）	・介護保険制度改正の影響は、しばらく続くと思定している。
		設計事務所（職員）	・景気や経済は、政治と切り離すことはできない。ギリシャや中国等の海外情勢や日本の現状を合わせみれば、今後の景気が良くなると思える人がいるのか、疑問である。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅の販売量は横ばい状態である。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・元請の新築受注状況は、芳しくないようである。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・プレミアム付商品券が頻りに動き始めているので、少しは景気が良くなるかと期待する。しかし、不動産業界はプレミアム付商品券とはほぼ無関係なので、業況はさほど変わらない。
	やや悪くなる	スーパー（販売担当）	・暑くも寒くもない季節になるので、売れる物が客によって多種多様になる。商品の値上げが続くなかで、どれだけ多くの客のニーズに合った売場を作れるかが、売上増加のかぎである。それを見極められるかは、不安もある。
		コンビニ（店長）	・天候不順で予定通りに入荷せず、販売計画どおりとはならない可能性がある。
		コンビニ（エリア担当）	・前月に比べて今月が多少は上向いたのは天候の要因である。これから景気が良くなるような状況は想像しづらく、更に厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・近所に食品を扱うドラッグストアが建設中である。競争相手が更に増え、厳しくなりそうである。
		家電量販店（店員）	・来客数の動きをみていると、この先3か月後に景気が良くなるようには思えない状況である。
		乗用車販売店（従業員）	・政治における無駄遣いや物価上昇が続けば、国民の不安は解消できず、景気は悪くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車種が出ているが、まだ手ごたえは何ともいえない。ハイブリッド車の決定版となる車種が出て、初めて目にみえる回復の動きが出てくるのではないかと考える。年末予定のヒット車種のモデルチェンジまでは、辛抱しなければならぬ。客もそれまでは、様子見をしている。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・今年の秋は大型連休があるため、支出がレジャー費に流れ、書店にも多少は影響があると考えられる。
		一般レストラン（従業員）	・足元が年間を通して一番売上の良い時期で、特に今年は、過去最高を記録した。今後は、寒くなるにつれて需要が減る。
		スナック（経営者）	・孫の夏休みや連休で客の小遣いは減る。先の予約も少なく、あまり期待できない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・例年、夏場は売上が減少するが、今月は売上が良かった分、そのしわ寄せがくる。
		通信会社（営業担当）	・現状は思った以上に客の動きが良いが、急な暑さなどの影響や時期的なものであり長くは続かないと思われる。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で、店舗の大型化と集約化が進み、中小店舗は厳しい。
		理美容室（経営者）	・客との話では、ボーナスもあまり良くなかったのので、生活費に充てる金がだんだん減っている。
		美容室（経営者）	・客が高齢化している。車で来られる客はいいが、歩きの客は、暑い日が続くと来店しなくなる。

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
		設計事務所（職員）	・景気対策以前に、消費税増税の話が出てくるので、政策的には、あまり景気が良くなることは望めない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費者は、住宅の購入を考えられるほどには、所得が上がっていない。先行きもわからない状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・工事の受注残が減り、新規の受注見込みも少ないため、先行きは困難になるように思われる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・売上は確保できて、人件費や材料費等の経費が上がって、どの仕事でも利益が残らない。このような状況がまだ続く。
悪くなる		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・販売量が変わらず、販売単価が下がっている状況では、今よりも良くなる見込みはない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・海外の株式市場でバブルがはじけたら、消費マインドは低下する。
		都市型ホテル（経営者）	・インバウンドによる良好な予約が、いつまで続くかわからない。
		美容室（経営者）	・この先は消費税が再増税となるので、もっと悪くなる。
企業 動向 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・秋に向けて、果実品や農産品等の関連製品の受注・販売が増え、今よりも業況は良くなる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・現時点ではまだ企画段階の設備投資が、2～3か月後には実施されている。
	変わらない	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・下半期は、受注台数の増加が見込まれている。
		輸送業（エリア担当）	・荷物の動きは順調に増加している。増加量が大幅すぎない分、経費を増加させずに対応できている。
		通信会社（法人営業担当）	・ギリシャ財政問題も、当面は落ち着き、米国経済に引っ張られながら、消費税再増税までに着実な景気回復を期待する。
		金融業（従業員）	・建築業や備品・部品等の製造流通に関連する企業からは、景気は良くなるという声を比較的多く聞く。
		行政書士	・受注量の増加が見込まれる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・6～7月に支払われた夏季賞与をみると、前年よりも増額している客が多い。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・原油価格は1バレル当たり50ドル台で定着しそうで、これならば、日本が国際競争力を持てる。ただし、世界情勢はいつ大きく変動するかわからないため、企業としては、開発を続け体質強化をする必要がある。
		食料品製造業（営業担当）	・取引先で大きい変動もほとんどなく、現状の良くも悪くもなく状況が、このまま横ばいで続くのではないかとと思われる。
		食料品製造業（経営企画担当）	・前年を上回る夏季賞与が支給されても、消費は思ったようには伸びない。海外からの旅行者の一過性の需要に頼っているようでは、先々不安を感じる。
		化学工業（総務秘書）	・特段の良くなる要素も、悪くなる要素も見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・全体的に受注量が減っている。先々急激に落ち込みそうな兆候はないが、回復の兆しもみられない。
		鉄鋼業（経営者）	・海外からの格安なスクラップの流入や国内物件の減少を打開できる要因が、先行きにもみられない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数も減少しており、引き続き悪い状況のままであると考える。
		金属製品製造業（従業員）	・工場の稼働状況は悪くないと思われるが、受注情勢はあまり良くないため受注価格が上がらない点が、気掛かりである。
一般機械器具製造業（営業担当）	・スマートフォン向けの設備投資には勢いが無いが、産業機器向けの設備投資需要は底堅く、為替相場も円安なので、引き続き利益の確保が見込める。		
一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量の水準が変わらない。		
電気機械器具製造業（企画担当）	・目先の好材料も悪い材料もない状態にある。業績には各企業の努力の結果が表れると感じる。		
電気機械器具製造業（経営者）	・トランス関係の製品は、国内向けでは相変わらず受注時に価格交渉が実施されるが、輸出向けとみられる案件は、引き続き好調である。国内需要だけをみると悪くなる可能性もあるが、当社全体でみた場合は、バランスがとれており、先行きも横ばいが続く。		
電気機械器具製造業（総務担当）	・リストロのようなネガティブな対応以外に、悪い環境を脱却できる方法が見当たらない。		

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	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・出荷量の変動や値引きに合理化の要請といった大きな変化がないため、為替の恩恵もあり、しばらくは安定した利益を確保できると考えられる。	
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・大手自動車会社の国内増産と、中国経済が下降に向かうことを合わせみると、今の状況が先行きも続くのではないかと考える。	
		建設業（経営者）	・零細企業にとっては、これから先に良くなる材料が全くない。政治の状況から、国民には不安感が広がり、新しく何かを始めようという気が起きない。	
		建設業（営業担当）	・大手企業の景気が上向いているからといって、当地域の景気が回復していくわけではない。取引先や同僚等からも、ムードが明るくなるような良い話は聞かない。	
		輸送業（経営者）	・人手不足による人件費や人材募集費の高止まりも影響し、国内向け、輸出入共に物量には大きな変化がないと思われる。	
		輸送業（従業員）	・天候によって購買意欲は大きく変わり、その影響で荷動きも大きく左右される。トラックの燃料となる軽油価格が安定し、経営にも寄与している。一方で、運転手は採用難で、これまで以上に採用経費をかけて募集活動を行っている。先行きには、依然として明るい兆しがみえないように思われる。	
		輸送業（エリア担当）	・円安基調は安定しているが、中国や米国の景況が不安定なため、堅実なムードでの取引が続く。	
		輸送業（エリア担当）	・軽油の価格が、1リットル当たり前年比で26.7銭安くなっており、大変助かっているが、荷動きは、今一つ緩慢な動きが続いている。	
		輸送業（エリア担当）	・これから景気が良くなる理由、要因が見当たらない。経済をけん引するような出来事が見当たらないことが、先行きを見通しづらい要因となっている。	
		金融業（法人営業担当）	・5月には実質賃金が前年同月比で横ばいとなったこともあり、現役世代の消費は回復傾向にあるが、高齢者は、実質支給額の減少で節約意識が高まりつつある。	
		金融業（企画担当）	・資産を持つ層以外の消費が増えてこない、これ以上は景気が上向かない。	
		不動産業（経営者）	・実体経済の動きは活発でなく、先行きも変化はみられない。	
		不動産業（用地仕入）	・今後、景気に影響を与えるような材料が見当たらない。	
		広告代理店（制作担当）	・客からはこれといった引き合い話もなく、あまり先の見通しは具体的にみえず、横ばいが続きそうである。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・特に悪い材料もなければ、良い材料もない。	
		公認会計士	・円安による原材料や電力料金の上昇が、中小企業の収益性悪化の要因となっている。円安によるコスト増加を電力料金に転嫁することは理解できるが、電力会社の経営改善が進んでいるかについては、疑問を感じる。	
		会計事務所（職員）	・ギリシャの財政問題、中国株式市場の情勢や新国立競技場の建設問題等、先行き不透明なことが多いが、現状のままであれば、景気にも大きな変化はないと思われる。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・本年度の案件も出尽くした感があり、下期に向けて急激な案件増加は発生しないと思われる。	
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（代表）	・価格競争が一段と厳しくなっており、粗利率は少しずつ低下する等、現段階ではプラス材料がほとんどない。
			印刷業（営業担当）	・良い話も景気が良くなる兆しもなく、むしろ悪くなる一方である。
化学工業（営業）	・ナフサ価格が下がったことにより、販売先より値下げ要請がある。収益・販売額の減少につながる。			
化学工業（人事担当）	・海外情勢では、景気にとってプラスなのは、原油価格が安いことと為替レートが円安で安定していることである。今後のリスク要因としては、中国情勢、米国の利上げ、国際的なテロの問題等で、ギリシャの財政問題も完全に解決したわけではない。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・売上がやや減少傾向にある。			
電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の設備投資が一段落し、減少の方向に向かうため、3か月先にはあまり期待が持てない。			
建設業（経営者）	・建設業でも業種によっては、仕事が潤沢にあり好景気が続いている。業種間でのバラつきが、極端である。			
悪くなる				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・9月以降、新型車種の生産や海外向けの生産増加が見込まれるため、やや良くなる。
		職業安定所(職員)	・プレミアム付商品券の発行や猛暑による個人消費の回復で、雇用の幅も広がりそうである、ただし、建設作業員や介護職等では、人手不足が厳しくなりそうである。
		職業安定所(職員)	・2倍を超える求人倍率となるのは、保安職、建設職種、サービス職、輸送・機械運転職種、専門・技術職等で、これらの職種を中心に、引き続き人材確保への企業の意欲は続くと思われる。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・これから大手企業での新卒者の採用面接も進み、ある程度、内定を辞退される企業も出てくるのが想定され、第2新卒者の採用が進む可能性がある。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・自動車業界が活況で、当地域の製造業では引き続き景気の回復が期待される。また、イベント出展希望企業も増加している様子である。
	変わらない	学校[専門学校](就職担当)	・就職活動の日程変更に伴う学生の負担や混乱も現時点ではなく、影響は少ないとみられる。前年同様に売手市場といった印象である。
		人材派遣会社(経営企画)	・先行きも特に変化の兆しはない。
		人材派遣会社(社員)	・本国会での労働者派遣法改正案の動向が不透明である。
		人材派遣会社(社員)	・有能な人材を求める企業の求人活動は活発化しているが、それに見合う人材の不足が、引き続き深刻である。
		人材派遣会社(社員)	・来月にイベントを控えているが、予約状況は好調である。あまり大きくは変わらないが、年末に向けては良くなる見込みである。
		人材派遣会社(営業担当)	・ポジティブな材料が見当たらず、大きな変化が期待できない。
		人材派遣会社(営業担当)	・労働者派遣法に改正の動きがあり、状況次第では、派遣スタッフ活用について様子見となる企業が出るのではないかとと思われる。
		人材派遣会社(営業担当)	・現時点で客からは、中長期の先行きを見越した引き合いがある。また、この先も景気後退を示す要素は見当たらない。
新聞社[求人広告] (営業担当)	新聞社[求人広告] (営業担当)	・求人関連では、一部のメーカーが増産に備えて、手当等の支給で人手確保に積極的に動いているが、そのような動きは限定的である。大手企業の採用活動が8月から本格化するが、中小企業はそれを受けて採用活動を仕切り直す必要もある。全体としては、景気が現状のまま停滞する可能性が大きい。	
	職業安定所(所長)	・景況感の回復は今が天井である。各企業とも先行きは横ばいであるとみているため、今後はその通りに推移するであろう。	
	職業安定所(職員)	・求職者の減少により、求人企業では人員確保が十分に進まず、業務増加にも即時対応が困難で、収益拡大につながりにくい。また、円安の長期化が収益を圧迫している面もあり、プラスマイナスが相殺される状況が、しばらく続くと考えられる。	
	職業安定所(職員)	・大手を中心にベースアップも実施されているが、当地は中小企業が多く、引き続き厳しい状態である。プラス要因は、国内では生産設備の投資の動きが一部に出てきている。好調な会社の中には、仕事をもらうのではなく獲得に行く事業所もあり、大変忙しい状況にある。マイナス要因は、大企業は好調だが、下請である中小企業では、仕事が減っているところもあり、円安に伴う材料費の上昇等、厳しい面もある。一部の製造業では、親会社から仕事がもらえず、廃止に追い込まれる事業所も出てきている。また、求人は増加傾向にあるものの、正社員よりもパートでの求人募集が目立つ傾向である。	
	職業安定所(職員)	・求人数は前年同期比で減少しているが、派遣・請負求人の減少に起因するもので、求人数は実態としては横ばいに近い。	
	職業安定所(職員)	・求人数は増加しているものの、人手不足が恒常化している建設業、医療・福祉業に加えて、卸・小売業でも今後の充足率は、横ばいで推移すると思われる。	
民間職業紹介機関(支社長)	・景気は悪化するわけではないが、特に回復の兆しも感じない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・ここ半年ほど、状況に変化があまりないので、今後も同様と考えている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・求人数は引き続き高水準で推移していることもあり、求職者の不足感が強まっている。募集コストの増加と競合の激化もあり、今後は、成約状況がやや悪化すると見込まれる。
	悪くなる	-	-

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	良くなる	高級レストラン（スタッフ）	・10～12月はJRのデスティネーションキャンペーンの対象地域となるので、秋口からの受注が大幅に伸びることが予想される。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・大型アウトレットモールの開店により来客数が減少するかわらぬが、それほど影響を受けることはなかった。9月には近隣に新しい商業施設がオープンすることから、こちらにも客の流れが戻ってくるように思われる。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・夏休み、お盆休み、9月の大型連休など観光客の入込増加が期待できる。実際の予約状況も順調と聞いている。
		百貨店（売場主任）	・上海株の乱高下で景気動向については不透明な部分はあるものの、8月下旬に発売されるプレミアム付商品券が消費を刺激し、カンフル剤となることを期待したい。
		百貨店（営業担当）	・7月は当地においては、大型のアウトレットモールやショッピングモールといった大型商業施設が2つできた。8月には食を中心とした大型ショッピングセンターが開業する。当地全体では消費が活性化されるような気がするが、消費人口は限られており既存店舗では当然シェアの取り合いになる。全体的には上昇するが、個々にみると優劣が出てくる先行きではないかと考えている。
		百貨店（営業担当）	・プレミアム付商品券の発売を控えており、商品券を買い求めた分、客は消費をしてくれると考えられ、良くなる予測する。
		衣料品専門店（経営者）	・先々に期待をしている。物価上昇、税金類の支払増など、一般消費者の環境は良くなっているとはいえないが、北陸新幹線の更なる延伸や、当地の駅前周辺の整備が進んでいることなど、明るい材料も出てきているようである。
		家電量販店（店長）	・高単価商品の販売数量が伸びてきている。省エネ志向から暮らしにより良い商品の購入意識が高い。
		家電量販店（店長）	・パソコン本体は、前年同期はまだ旧バージョンのOSを搭載した機器からの買換え需要が継続していたため、回復が遅れている。しかしほかの商品、特に季節商材は前年に比べて単価が高く、扇風機やエアコンの高性能のモデルが販売台数を伸ばしており、パソコン以外は単価が上がっている。
		乗用車販売店（従業員）	・ディーゼル車が発売され、客からの問い合わせもあり、期待している。
		乗用車販売店（役員）	・取扱車種の増加、高額車種のマイナーチェンジ、量産車種のモデルチェンジなどが予定されているので、後半期はかなりの伸びが期待できると考えている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・消費者は購買を工夫しているが、決して消費は萎縮しておらず、観光、ショッピング、話題性、感性の高い商品に引き続き興味を持っている様子である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・12月までは、MICEの予約を受注しており、堅調に推移すると考えている。その後、1～2月の冬場の景況は今のところ分からない。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は今後も堅調に推移すると見込まれる。レストラン部門では個人消費の低迷をプレミアム付商品券による利用増加で補ってくれると期待している。宴会部門は秋の大会、コンベンションが例年より増加傾向にある。全館では前年よりやや良くなる見込み。
		タクシー運転手	・春先に来た観光客も再訪したいと話していることから、これから秋にかけても観光客が増加する。また、9月の大型連休もあり増える。
		通信会社（役員）	・光通信サービスの提供エリアは継続的に拡大してきており、解約数の減少傾向の中で、純増数は今後とも増加すると考えている。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売に伴い販売数は増加すると思われる。

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		住宅販売会社（従業員）	・省エネエコポイントも少なくなってきたので、駆け込み需要が出てくると思う。また、例年秋口は客の動きもよくなるので、お盆明け以降のイベント来場に期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率10%へのアップ前の潜在的需要の掘り起こし及びエコポイントなどの政策による受注高の増加を見込む。
		商店街（代表者）	・悪いままで推移すると思う。新しいアウトレットモールは、当分は魅力があると思う。
		商店街（代表者）	・大都市では景気の回復感が強いようだが、地方ではまだまだそのような風は感じられず、むしろここ1か月ほどは悪化している。まだこの傾向は続きそうだ。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・定番商品の販売数を伸ばすのは非常に困難で、どうやって売上を維持していくか毎月頭を悩ましている。
		スーパー（店長）	・夏場前のプレミアム付商品券の効果はあるものの、目立って買物需要が良くなっていないように思う。今後、暑さが例年より続けば違ってくるが、何とも見通しが分からない状況である。
		スーパー（総務担当）	・8月は旧盆の帰省客などのため売上指数が高いが、ほぼ前年並みに推移すると思われる。
		スーパー（総務担当）	・一般家庭において、給与の増加額より食料品の値上げによる負担が大きいものの、横ばいと思われる。秋に最低賃金の見直しが行われ、一部低所得者にとっては朗報であるが、消費が増えるとは考えづらい。
		スーパー（統括）	・未来の景気ということでは、現状は客の購買単価は好調なまま推移しており、今は変わる要素が見当たらない。その中で懸案材料としては、今後青果物の相場がどう動くかによって上下があると思う。
		コンビニ（経営者）	・売上が好調なコーヒーなどはあるが、それだけを買っていく客が多く、忙しい割には売上につながっていない。主力商材であるスパゲッティや冷麺などの麺類に関しては前年割れしている状態が続いており、トータルでは良い方向ではなく悪い方向でもない状態である。
		コンビニ（経営者）	・現在の状況が、大きく変わる要素は見当たらない。近隣のコンビニ飽和状態に変化がない限り、このままの状況が続くと思っている。
		コンビニ（店長）	・会計資料にエリア全店舗の平均が乗っているためその数値をみると、5年ほど前と比べると日商で10万円以上下がっているのが現状である。収入が減っている一方で、人件費の高騰や平均時給の引上げなどで経費は増加の一途をたっている。今後、個人でのコンビニ店経営はかなり難しくなっていく、複数店舗所有のオーナーが生き残り、単店オーナーは間違いなく淘汰されると感じている。景気の良し悪しではなく、私たちのコンビニ業界は全体の売上は増えて、一見景気が良くなっていると誤解されがちだが、個々の店舗ベースでは成り立たないほどの不景気な状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・今後、オーバースターの状況の中、人手不足と賃金の上昇も重なり、良くなる要因はない。
		乗用車販売店（経営者）	・ここしばらく販売量が少ないので在庫が多くなってきた。まだ2～3か月は苦しい状況が続くと思う。
		自動車備品販売店（従業員）	・タイヤ、ナビゲーションなどの高額商品はますます単価ダウン傾向にあり、客の要望もできるだけ支出を抑えて安価な商品を求めている。市場価格も下がっており、明るい兆しがみえない。
		住関連専門店（店員）	・大都市圏と地方の消費回復度の格差はなかなか縮まらず、いまだ回復の実感を持っていない。また為替の影響や、原材料高騰により、物価は上昇するものの、実質賃金に関しては横ばいである。家庭が実際に使えるお金の確保までには至っていないと考える。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・プレミアム付商品券の利用が10月までだが、最初のうちはプレミアム付商品券を利用して買物をする客が多かったが、だんだんと戻すばみになり少なくなっている。他店も同様だと思うが、プレミアム付商品券を使つての買物が終わり、お金を使うようになるとまた財布のひもが固くなる。将来的にはそれほど良くなるとは思えない。	
	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・客単価は引き続き上昇傾向にあり、家計支出に明るさを感じる。一方、新規競合が開業したことによる客数の分散が懸念され、全体としてはダウン傾向が避けられない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（店長）	・景気浮揚のきっかけが思い浮かばない。
		スナック（経営者）	・国際的、社会的な異変により、心理的にマイナスになる傾向もあり、楽観できない。
		観光型旅館（経営者）	・8月の夏休み期間は家族連れを中心に、9月以降は募集型団体旅行を中心に順調に集客できている。また、10月からはJRのディスティネーションキャンペーンや大手旅行会社などの全国キャンペーンが開催され、集客が見込まれる。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は6～7月は前年比130%、8月以降は前年比170%以上の予約保有がある。
		旅行代理店（所長）	・ビジネスや個人、団体観光旅行を含め、需要が落ち込む要因が見受けられない。
		タクシー運転手	・例年であれば、夜の繁華街が忙しくなるのだが、今年は繁華街はあまり人が出ていない感じである。
		通信会社（職員）	・新規住宅着工も少なく、また他の急伸要素もない。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦にむけ新商品が順次発売され来客数はやや増加傾向にあるが、販売台数に大きな変化はみられない。ボーナス商戦に期待をしている。
		通信会社（店舗統括）	・現在やや上向きになっているが明確な理由が分からず、来月以降の予想が立てにくい。
		通信会社（役員）	・新サービスの光（FTTH）サービスが好調であり、引き続き堅調に推移するものとみている。
		テーマパーク（職員）	・全体的に、県内は北陸新幹線効果が持続し、大体现在の状況が2～3か月後も続いていくものと思われる。
		その他レジャー施設（職員）	・事前申込みも含めて集客ができていない状況で、夏休み後半の集客は期待できない。
		美容室（経営者）	・株価、外国人観光客、円安などの好影響がほとんど感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・これから年内完工に向けて工事現場が大幅に増加するため、資材高騰の影響などによる価格上昇で契約単価との乖離が大きく、利益が低下する。期間損益への影響が必至である。
住宅販売会社（従業員）	・景気が良くなっている兆しを感じられないためか、展示会の来場者数が増えないと、土地などの不動産が動かないと思う。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・7月に開店したアウトレットモールと大型ショッピングセンター、今後開店する会員制大型量販店の影響、北陸新幹線開業によって交通網が良くなり、消費者が他県へ流れることなどの影響により、今後の消費は分散されるものと思われる。このため、今後当商店街では、売上が思うように増加することはないとみている。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・北陸新幹線により、人、物、仕事などがますます東京に集中化していくと思う。
		百貨店（営業担当）	・大型ショッピングセンターやアウトレットモールに固定客がついてくると、大変強敵だと思う。
		コンビニ（店舗管理）	・人手不足による人件費の高騰、求人費増に苦しんでいるが、この状況はますます加速すると予想する。
		一般レストラン（統括）	・飲食店では、人手不足でサービスレベルや品質レベルが下がることにより、客離れが発生し、売上減少につながる。また、原材料費の高騰による利益減少もある。この2点の改善見通しが立たない状況である。
悪くなる	-	-	
企業動向関連 (北陸)	良くなる		
	やや良くなる	化学工業（総務担当）	・今後の受注状況は上がる予定である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・米国市場の受注が改善されると予想している。欧州は円高基調であるが引き続き順調であり、国内は補助金の影響で設備投資意欲が高い。
		通信業（営業担当）	・セキュリティ商材の販売が著しく良い。全国的に在庫切れが発生している。
		司法書士	・会社設立、営業の目的追加、役員の増員など商業登記分野について引き続き相談があり、企業活動が活発になっている感じがある。
変わらない	繊維工業（経営者）	・国内消費の回復に期待感があるものの、まだ少し時間がかかるようだ。	
	繊維工業（経営者）	・コスト高により、利益率が思わしくない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・株高、賃金上昇が個人消費に良い影響を与えるとみていたが、周りの景気に影響を与えているようにはみえない。当面消費には回らず様子見が続くと思われる。	
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の状況をみて、そのように思った。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、引き合い量も大きく変化しておらず、この状況が当面続くと思う。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・客により状況が上向き、下向き両方あるものの、全体的には現状のような状態が続くものと思われる。	
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線効果での景気浮揚はあるだろうが、既に織り込み済みとなり、その持続性に関心が移ってくる。	
		金融業（融資担当）	・プレミアム付商品券の有効期限は9月末であり、9月末くらいまでは消費が上向くと思うが、それ以降は新しい政策もないことから、不明というところである。	
		不動産業（経営者）	・現在、個人客からの問い合わせも少しずつ出てきていることに加え、法人客からも少しずつ問い合わせが来ている。	
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・7月の折込広告売上は14か月ぶりに前年を超えた。県内の大型商業施設オープンの影響が大きいと思われる。しかし、通信販売、自動車、住宅関連の折込出稿は依然として停滞気味であったので、8月の前年超えは厳しいのではないかと予想している。	
		やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・いまだ輸入原材料の価格は値上がりが続いており、原材料の平均単価は右肩上がりとなっている。対応する商品価格の改定についても各社検討している十分な上げ幅が見込めず、厳しい環境が続いている。
			建設業（経営者）	・3月に北陸新幹線が金沢まで開業したので、その後は新幹線関連工事が国、県、市ともに大幅に減少する。また、県工事は新幹線の地元負担金返済で発注量が少なくなることが予想される。
建設業（総務担当）	・大都市と地方で受注価格競争の二極化が起きつつあり、地方においては今後の受注環境が厳しい状況も予測される。			
輸送業（配車担当）	・北陸新幹線の影響などでサービス業関係の人材が不足しているが、製造業としては円安により原料の単価が上がり価格にも影響が出てきており、個人消費はこれからますます悪くなるように感じられる。			
税理士（所長）	・中国の景気が不透明になってきているのが一番の不安である。回答通りやや悪くなるかどうかは、正直言って中国次第ではないかと思う。当地の中小企業の製造業は、最終製品が大手企業を通じて中国のプラントの部品などに流れていく傾向がある。そういった理由で、当地の特に中小企業の製造業は中国の景気によって大きく左右されるという危険性があり、そうした面で中国の環境を見ながら中小企業への支援が必要ではないかと思う。			
悪くなる	-	-		
雇用 関連 (北陸)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・さまざまな企業にヒアリングすると、パートやアルバイトでも時給を上げないと人手が確保できないという話が多く聞かれる。この状況は今年度に入って変わらないトレンドなので、一般労働者の消費状況が悪くなるイメージは抱きにくい。	
		職業安定所（職員）	・サービス業において求人数が増加しており、正社員の求人数も若干増加している。	
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が1.39倍と、依然として1倍を超える高い水準にある。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・県内の求職人材も不足が言われているので、景気は良い方向に向いていると考えられる。	
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・登録者数が伸びず、成約に至らない。	
		人材派遣会社（社員）	・あらゆる職種で人手不足感はこの先も続くと思われるので、3か月先はさほど変わらないと思う。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大量雇用を検討している会社の話が出てこない。	
		職業安定所（職員）	・各産業では人手不足感がある。仕事を探す人は減少傾向といった状況が続いている。全体的にこう着状態となっており、動きに変化が生じ難い状況となっている。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人の増加はまだ製造業を中心としたもので、全体に及んでいるかは大手の採用結果が出る9月以降の状況を見ないと判断できない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・音楽業界はコンサートバブルの状況となっている。当ホールでも、月末の2日間は人気アイドルグループによるコンサートが行われたが、平日の2回公演であるにもかかわらず、30代女性を中心に立ち見が出るほどの超満員である。グッズ販売も好調で、朝早くからたくさんの女性が並んでいる。
	やや良くなる	百貨店(売場主任)	・これから8月商戦となり、セール品が中心となるが、気温が高いこともあって売行きに期待できる。
		百貨店(企画担当)	・梅雨が明けて、天気が安定するほか、お盆の集客は人気スポットを含めた施設全体で増えるため、8月は期待している。
		百貨店(企画担当)	・外国人客による売上の急増が一巡する今年の11月までは、売上の増加基調が継続する。
		百貨店(営業担当)	・化粧品を中心としたインバウンド客向けの売上は更に伸びていく。また、海外高級ブランドの販売イベントが増えているため、購入点数、購入金額共に増える。
		百貨店(服飾品担当)	・9～10月の気温が毎年高めの推移となるなか、季節性の強い商材であるブーツやマフラーなどの動き出しが、どんどん遅くなってきている。その一方、季節商材以外の商品については、新商品への消費意欲が依然として高い。ハンドバッグや小物といった気温の推移に左右されない商材が、今後数ヶ月の売上进行をけん引する。
		百貨店(商品担当)	・まだまだ中国人客が増える様子であり、爆買いは拡大していく。化粧品はこの1年間、前年比で50%増の売上が続いている。
		百貨店(売場マネージャー)	・プレミアム付商品券の利用が始まるほか、県内での国体開催で人の動きが増える。また、以前から行われていた道路などの大型インフラ事業も完了するため、やや良くなると期待している。
		スーパー(店長)	・プレミアム付商品券の利用によって、単価が上がっている。ただし、来客数、販売点数は伸びていない。
		コンビニ(経営者)	・リニューアルで売場面積を2割程度増やし、それに伴って品ぞろえを充実させたため、近隣マンションの住人による来店が増え、土日や祝日も売上は前年比で10%ほど増えている。今後もこの傾向が続く見込みである。
		コンビニ(経営者)	・弁当やデザート類など、特に食品分野のプレミアム商品の売上がまだまだ伸びそうのほか、外国人観光客の来店も増えることが期待される。
		コンビニ(店長)	・来客数が増えた影響や、今夏の気温が高いことで、ソフトドリンクやアイスクリーム、冷たいめん類の販売が更に増えるため、当店の販売はもうしばらく伸びる。
		衣料品専門店(経営者)	・来月に迫ったプレミアム付商品券の販売に、多少なりとも期待している。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・早くも秋冬物のオーダースーツやジャケットの注文、問い合わせが多く入っている。
		その他専門店[医薬品](経営者)	・今後も天候に左右される。7月の台風通過後は暑い日が続いており、体力維持に関する商材などはよく動いている。8月も厳しい暑さが続くようである。
		その他専門店[食品](経営者)	・9月の大型連休などで、外食全体では少し良くなると思われるが、大きな変化は見込めない。
		高級レストラン(スタッフ)	・夏休み中はあまり期待できないが、秋以降は客足も増えてくる。
一般レストラン(経営者)	・シルバーウィークがあるため、売上の増加が見込まれる。平日の売上は減少するが、大きなパーティーなど、休みの日しかできない集まりの問い合わせが多い。		
その他飲食[ファーストフード](店員)	・プレミアム付商品券が各地で販売されるため、購買意欲が出てくる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・11月以降はこれまでの反動で悪化することが予想されるが、それまでは好調が続く。外国人客も増えており、関西国際空港のLCC就航に伴う好影響が出ている。その需要をどう吸収するかは、個々の企業に任されている状況であるが、長期的な視点での対応が求められる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、客室単価を大幅に上げてても需要が多く、売上の前年比はプラスとなっている。宴会部門についても、例年の大型宴会に加え、中小宴会場の需要も目立っている。レストラン部門は苦戦を強いられているが、中規模のパーティーの問い合わせもあり、前年比では収入増となる予想である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・特に目立ったイベントはないが、宿泊ではインバウンド客の増加による増収効果が継続する。他部門の減収を補って余りある増収である。
		都市型ホテル（客室担当）	・周辺のホテルを含め、宿泊の稼働率、客室単価共に落ちる気配がなく、順調に推移している。為替の影響もあり、旅行先が海外から国内にシフトしているほか、円安のため海外からの客が増えており、いわば二重の増加となっている。
		都市型ホテル（管理担当）	・しばらくは外国人客の増加により、好調に推移する。
		タクシー運転手	・海外からの観光客の増加が見込まれる。
		テーマパーク（職員）	・今のところは販売が昨年以上の水準で推移している。この状況は、次の消費税増税の時期が近づくまでは続く。
		観光名所（企画担当）	・夏休みが終わった後、秋の観光シーズンに入るが、好調な状態をできるだけ維持していきたい。
		その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
		住宅販売会社（総務担当）	・次の消費税増税の駆け込み需要が始め、増加傾向が顕著になる。
		その他住宅[情報誌]（編集者）	・引き続き高額化が進むマンション市場において、インバウンドや富裕層の需要が更に活発になることで、市場の活性化が見込まれる。
	変わらない	一般小売店[衣服]（経営者）	・当社を含め、商店街全体で対策を取ってきているが、売上の微減が続いている。ほかの地域に負けないように新企画を打ち続けているがいつまで続くかは分からない。
		一般小売店[時計]（経営者）	・年金の支給額が減ってきたことや、物価の上昇で実感として所得が目減りしているとの声が、客からよく聞かれる。100歳以上の方が珍しくなくなってきた現在としては、年配の人でも先行きの不安を抱えている。安心して欲しい物を買えるという状況が、年配の人にも若い人にもないため、今後は厳しくなる。
		一般小売店[事務用品]（経営者）	・経済の良くなる材料がない。
		一般小売店[鮮魚]（営業担当）	・受注見込みに変化はなく、このままの状態推移する。
		一般小売店[衣服]（経営者）	・8月末にはプレミアム付商品券が販売されるため、期待している。
		一般小売店[衣服]（経営者）	・夏から秋に移るころの残暑の状況によって、売行きが変わってくる。衣料品は冬場が勝負であるため、その立ち上がり時期である秋の気候が気になる。
		一般小売店[野菜]（店長）	・変わる要素が全くない。
		百貨店（売場主任）	・政局の不安定さに加え、いまだに解決の見通しが立たない原子力発電所問題や震災の復興など、不透明な要素が多い。早期の国内経済の安定や、成長の足がかりが必要である。
		百貨店（売場主任）	・一般の消費者の動きが活発になっているとは言いきれない。外国人客向けの免税効果が一巡するまでは、景気の良し悪しの判断は難しい。
		百貨店（営業担当）	・競合店との差別化が進んでいる。今までにない品ぞろえで、この流れを維持していく。
		百貨店（外商担当）	・株価や金、銀価格の上昇を背景に、全体的に景気は好調を維持していくと考えられる。インバウンド客の増加が始まったのは、昨年9月ごろからであるため、いかに拡大を続けていくかがポイントである。
		百貨店（営業企画）	・期待していたプレミアム付商品券の動きは今一つ盛り上がっていない。百貨店業界全体をみても、都市部と地方の格差が縮まる気配はない。

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
		百貨店（売場マネージャー）	・6月までの消費動向と変わらず、消費税増税がいまだに重荷となっている。野菜や輸入商品の物価上昇などで、消費者の負担が目に見えて増える傾向にあり、外食や衣料品の節約がますます顕著になると思われる。特にボリューム層においては、回復基調には程遠いかもしれない。ただし、良い商品や欲しい商品であれば、少し高くても買う傾向はまだ残っているため、期待は持ちたい。
		百貨店（マネージャー）	・大企業の好決算に支えられ、一部では所得が増えているものの、円安などで食品や公共料金をはじめとする物価が上昇している。市場規模の大きいボリューム層の消費マインドが悪化しているため、実感として良いイメージはわからない。
		百貨店（販促担当）	・前年を上回る推移となっているが、衣料品に対する購買意欲の力強さは感じられない。一方、食品や雑貨には品質を求める傾向が感じられ、引き続きけん引役を期待できる。変化が期待できる要素は見当たらないため、現状と同じような推移が予測される。
		百貨店（サービス担当）	・来月は期末でもあり、店全体でのバーゲンの強化や新しいショップの導入などにより、できるだけ前年実績を確保するだけでなく、それ以上の売上を確保し、今期の売上目標に少しでも近づくように努力したい。
		百貨店（商品担当）	・プレミアム付商品券による消費拡大を期待しているが、生活必需品への使用が中心で、全体的なプラスにつながるかは不透明である。
		スーパー（経営者）	・競合店が多いため、なかなか値上げが実施できない。販売価格や特売価格が以前にも増して下がってきている。
		スーパー（経営者）	・地方創生のプレミアム付商品券の効果は限定的な様子である。消費者は商品券を購入しても利用には慎重であり、売上の増加には至っていない。
		スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の販売が7月31日からスタートし、期待が大きい。
		スーパー（店長）	・国内のみならず、国際情勢にも不確定要素が多い。販売面、商品調達面の不安感がぬぐえない状況では、これから上向くとは判断できない。
		スーパー（店長）	・収入は増加しているものの、見通しは明るくない。株値の安定感もない。消費者は目先の価格変動に敏感で、野菜やガソリン価格の変動で買物先も変化する。当面はインバウンド以外に好調が期待できる要素がない。そのインバウンド消費も、商品ごとの売上の差が大きくなってきている。
		スーパー（経理担当）	・ボーナスの増加や、プレミアム付商品券の発行の本格化が、消費には多少の上乗せ材料となる。猛暑も一部の商品には好影響を与えられ、全体的に売上は安定的に推移する。その一方、ゲリラ豪雨や台風などの天候要因に左右されるケースも想定される。
		スーパー（広報担当）	・食料品の回復は底堅い一方、季節商品の動向に左右される衣料品、住居関連については、予断を許さない状況である。
		スーパー（社員）	・客の購買意欲は堅調に推移している。ただし、チラシや特典ポイントを増やしたり、価格を引き下げたり、イベントを増やしたりと、常に客の消費意欲を刺激しなければならず、なかなか自律的に売上が増える環境にはならないと感じる。
		スーパー（開発担当）	・物価の上昇が止まらない。今後は徐々に景気に影響が出てくる。
		コンビニ（広告担当）	・先の予想としては、関西圏はまだ大きく好転することはなく、良くて若干の改善にとどまる。また、台風やゲリラ豪雨など、この夏の天候によっては悪化する可能性もある。
		コンビニ（店員）	・この先の状況を考えても、特に大きな変化はない。
		衣料品専門店（販売担当）	・クールビズが数か月続くと思われるため、夏物衣料は当分上向きにはならない。
		家電量販店（経営者）	・プレミアム付商品券の販売効果に期待しているが、客の財布のひもを緩める要素がほかにはなく、大きな期待は持てない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車販売には、国内消費を引っ張っているインバウンドによる直接的な効果はない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車や中古車の売行きに変化はなく、車検などの修理予約件数にもあまり変化がみられない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車の受注残がある分、販売量は減っていないが、受注量は一度落ち着くと考えている。

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
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税による可処分所得の減少が続いているため、10%への増税を控えた駆け込み需要が出てくるとしても、期待はできない。
		乗用車販売店（販売担当）	・中国経済の動向に左右されると考えている。崩壊すれば日本も大きな打撃を受けるが、それは中国の対策によって避けられる。
		乗用車販売店（営業企画）	・10月に向けて来客数は増えてくるが、昨年を超えるとは考えていない。
		自動車備品販売店（営業担当）	・ボーナス支給額が増え、夏休み前の駆け込み需要は増えたが、期待したほどではなかった。販売量の若干の増加も一時的な動きであり、今後もしばらくは横ばい状態が続く。
		住関連専門店（店長）	・商談の数が戻ってきたため、何とかしのいでいるが、円安がこれだけ続くと、輸入業はいつまでも苦しい状態から抜けられない。企業努力も限界にきている。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品を購入する優先順位の低さは、今後も大きく変わらない。プレミアム付商品券の利用についても、生活用品や家電が優先される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・秋冬物の商品の受注は多少増加すると思われるが、大きな動きはない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・他社との競合もあり、今後も厳しい状況が続く。
		高級レストラン（企画）	・特に、国内客の消費動向を刺激する要因が見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・市のプレミアム付商品券が利用できる店に登録したが、商品券は売れ残っているらしく、販売効果への期待が低下している。
		一般レストラン（経理担当）	・景気を刺激する好材料が見当たらない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・夏の賞与が増えていると、新聞では報じられているが、単価や来客数をみても変化はない。恐らく大企業に限られた話であり、消費回復につながっているとは感じられない。
		観光型ホテル（経営者）	・政治への不信感もあり、景気の回復感が消費者にまで伝わらないため、節約志向が続き、客単価が上がらない。
		観光型ホテル（経営者）	・今後もこの好調は当分続く。
		観光型旅館（経営者）	・台風が増える季節に突入し、客の動きが鈍る可能性はあるものの、予約の出足は例年並みである。
		観光型旅館（経営者）	・円安がどこまで続くのか、原油価格はまだ下がるのではないかなど、先行きが気になる。景気動向の不安定さに関係なく、消費が増えることを期待したい。
		観光型旅館（団体役員）	・今年度前半は、単価の低下を宿泊人員の増加で補っていたが、これから先は食材価格の高騰や耐震工事への対応が必要となり、安穩としていられない状況である。
		都市型ホテル（支配人）	・インバウンドによる景気の後押しがいつまで続くかは分からない。国内景気の回復にはもう少し時間がかかりそうである。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊客の事前予約は、依然として高水準を維持しており、販売単価も高値で推移している。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行はとにかく早期の申込を取り込まなければ、間際需要ではホテルも飛行機もインバウンドの影響で非常に取りにくくなっている。海外旅行は欧州方面が低調な一方、ハワイが好調となっており、人気エリアは確保が難しくなっている。
		旅行代理店（店長）	・当社では感じられないが、ニュースでは景気が良くなっている話をよく耳にする。全体でみると変化はなく、旅行も高額なプランが増えていない。単価も昨年に比べて下がっており、良くなっているとは思えない。
		旅行代理店（広報担当）	・9月の5連休を控え、旅行マインドは好調に推移している。夏休みが取れない客でも、9月の5連休付近に休みを取る人が多いため、良い状況は今後も続く。
		旅行代理店（営業担当）	・法人需要は堅調とみているが、個人需要の動向が不透明である。
		タクシー運転手	・企業関係の利用や、一般のハイヤー予約は比較的安定している。

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
		タクシー運転手	・良くなってほしいという期待はあるが、これから先は、株価などがどう動くか分からない。
		タクシー運転手	・来月も大きな祭りがあるため、良くなると思われるが、最終的には横ばいとなりそうである。
		通信会社（経営者）	・物価の上昇による小売の低迷が心配される。
		通信会社（企画担当）	・景気は回復しているといわれているが、実感はない。
		観光名所（経理担当）	・7月は雨や台風の影響で、いろいろな催しが中止や延期となり、環境としてはあまり良くなかった。そのため、観光バスの台数が前年よりも減っている。また、下旬には梅雨明けと共に炎暑となり、来客数、売上共に前年比で7～8%の減少となっている。一方、物販は良くないが、飲食と体験教室は頑張っているため、何とか8月には持ち直してほしい。
		遊園地（経営者）	・ギリシャ問題や中国の景気情勢など、不確定要素が増えた。レジャーや観光分野では訪日外国人の増加が需要を支える傾向が強いため、国際情勢の変化によるリスクを感じる。
		競艇場（職員）	・業界全体で特に目立った動きはなく、大きな変動は期待できない。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・夏休み期間中となり、8月にはプロ野球の公式戦が開催されるほか、9月には人気グループのコンサートもあるので、前年並みの来場者を見込んでいる。
		その他サービス[ビデオ・CDレンタル] （エリア担当）	・新しいタイプの大型店の健闘に続き、新アイテムの導入を含む店舗の改装など、新たな店舗パッケージの展開に期待したい。
		住宅販売会社（経営者）	・販売不調の明確な原因が分からないため、周囲の景気の動きを敏感に感じるしかない。
		住宅販売会社（経営者）	・今年度分の受注目標はほぼ達成し、後は仕事をこなすだけである。しかし、今のところは来期の受注見込みが不明確で、楽観できる要素はない。
		住宅販売会社（経営者）	・状況が変化する要素がない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者[不動産仲介]（経営者）	・金融機関や客の状況には変化がみられないので、3か月先もあまり変わらない。
		やや悪くなる	
商店街（代表者）	・単価が下がっており、来客数も伸びていない。		
一般小売店[精肉]（管理担当）	・身の回りのことだけをいえば、良い要素はない。原料の価格が高騰するだけでなく、数量も減少していることで、末端では変化が起きている。肉の場合は、和牛から国産牛へ、国産牛から輸入物へと変わり、更に牛肉から豚肉へと変わっている。抜本的な対策が必要だと考えている。		
一般小売店[花]（店長）	・夏は暑いので生花販売が落ち込んでいる。花の持ちも悪いいため、少し涼しくならないと販売量も伸びない。		
一般小売店[酒]（社員）	・大阪に関してはオーバーストア状態である。一部を除いてパイの取り合いとなるため、客が安い方へ流れる傾向は今後も続く。		
百貨店（売場主任）	・客によるファッション関連の購入意欲が、以前よりも減退しているように感じる。また、百貨店のファッション関連をけん引してきた大型ブランドが、ライセンス契約の終了で販売できなくなった。大手アパレルの苦戦が引き続き予測されるなか、改善を期待できる要素が見当たらない。		
百貨店（マネージャー）	・昨年からの春先まで消費をけん引したインバウンド需要について、中国株の暴落などにより、百貨店の高額商品の需要にも影響が出始めている。		
百貨店（マネージャー）	・海外の株式相場が乱高下している。日本においてはインバウンドによる観光ブームに支えられ、大きな影響はないとの見方もあるが、楽観はできない。不安定な値動きが続けば、国内の株式市場にも影響が及ぶことが想定され、富裕層が消費に対して慎重な姿勢となることが懸念される。		
スーパー（経営者）	・ギリシャ問題は一応落ち着いているが、上海株の下落、中国や新興国経済の減速により、景気後退や賃金の上昇一服、冬期賞与の伸び率の鈍化などが考えられ、消費者の財布のひもが固くなる。		
スーパー（店長）	・可処分所得が実感として増えていないほか、国内経済の先行きの不安が払しょくされていないため、不急の買物への節約志向は更に強まっている。		

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
		スーパー（店長）	・9月末に競合店の出店計画があり、一時的な売上減少が予想される。まずは益商戦を強化し、売上の上積みを図るほか、競合対策も重要になってくる。
		スーパー（管理担当）	・円安などによる原料高騰に伴う値上げが続いており、生活必需品でも買い控えの傾向が更に強まる懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・中国もパブル崩壊の様子であり、インバウンドの入込が冷え込む可能性がある。
		家電量販店（企画担当）	・家電では特にヒット商品がなく、省エネ家電だけではなかなか将来の見通しが立たない。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦が期待外れとなるなど、思った以上に客の財布のひもは固い。自動車用品、中古車も全く動かず、好材料がない。
		乗用車販売店（経営者）	・国内的には、集団的自衛権の問題やオリンピックのメイン会場の問題があるほか、国際的にはギリシャや中国の問題で景気の先行きがみえず、不安要素が多い。消費を刺激する材料が今のところ少ないため、しばらく景気は悪くなる。
		一般レストラン（企画）	・原材料価格の高騰が企業の経営を圧迫している。小売業では価格を据え置き、容量変更などで対応できても、レストランではそれができない。販売価格に反映せざるを得ず、安全や安心を担保するためには材料変更もできない。そのために、外食でも高付加価値戦略を実施している企業は、来客数で苦戦している。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・商品の値上げが8月から増えてくる。
		通信会社（社員）	・光回線のインターネットサービスについては、当社の占有率がほぼ上限に達している。現時点では、他社サービスからの取り込みを進めている状況であるが、法改正などで営業活動が制限されるため、伸びが鈍化する。
		通信会社（社員）	・新商品の発売前になるため、ユーザーの買い控えが始まる。
		競輪場（職員）	・例年の傾向からすると、やや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・今後販売されるマンションへの事前問い合わせが少ない。販売価格は上昇傾向にあるため、契約率も落ち込む。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・注文住宅市場では好転の兆しがなかなかみられない。10%への消費税率引上げの経過措置まで、まだ1年以上あるため、需要喚起が難しい。
		悪くなる	衣料品専門店（経営者）
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・商品が不足するなか、購買意欲は依然として高いため、販売数量の増加によって、売上、利益共に増える。
		金属製品製造業（営業担当）	・建築関連が本格的に動いてくるほか、自動車関連も秋から増産と聞いている。ただし、中国の景気減速の話が気になる。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・輸出関連の商談が活発に行われるようになってきた。日本製の製品は品質が良いことが広く知られてきたほか、東南アジアの一部で景気が良くなってきた影響もある。
		食料品製造業（営業担当）	・昨年8月は冷夏であったが、今年は猛暑が続いているため、飲料水の売上が伸びる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・昨年の夏に比べて2割ほど受注量が増えている。秋に向けた新たな案件の話も出始めている。
		化学工業（経営者）	・新たな取組や新規商材の売り込みが実を結びつつある。2～3か月後に一気に良くなるとまではいえないが、徐々に良くなっていく。
		化学工業（企画担当）	・現在はバターをはじめとする原料の供給不足に加えて、原料の価格も高騰しており、販売が低迷している。夏季の食品低迷期を過ぎて年末の最需要期を迎えるために、状況は改善する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・昨年との比較では、新規の見積件数がかなり増えてきているので、先行きの見通しは暗くない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・企業活動の内容次第では良くなる可能性があるなど、世界経済にも救いの余地がある。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・9月以降は、マンション向けとリニューアルを中心に、住宅関連の受注量が回復すると予想されるため、良くなっていく。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・秋口からの引き合いが増えてきている。

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
	変わらない	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注には至っていないが、仕事の引き合いが増加傾向にある。
		建設業（経営者）	・ホームページへのアクセスが増えていることから、受注の増加が予想される。
		金融業（営業担当）	・先行きへの期待感があり、上向いてほしい。ただし、現状は業種による景気の差がはっきりしている。
		広告代理店（営業担当）	・インターネット広告の売上が伸びてきているが、明確な理由はなく、不安定である。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・輸入製品については、ドル高が落ち着いて値上げも少なくなってきたため、販売がしやすくなっている。
		繊維工業（団体職員）	・需要の回復感が現状では感じられない。
		繊維工業（総務担当）	・繊維関係の中小企業は、円安が進むなかで、海外製品の輸入コストを下げることに限界を感じている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・忙しい状態が続いており、配達量に大きな変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・個人消費が良くないためか、顧客からは増産の予定が聞かれない。
		化学工業（管理担当）	・中国の株価下落に伴い、観光客の爆買いが減るほか、米国のクリスマス商戦もまだ始まらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・中小企業の製造業には、電気料金の値上げが重荷となる一方、外国人客による爆買いの波及効果もないため、景気が良くなる材料はない。
		金属製品製造業（経営者）	・猛暑の影響で荷動きが悪くなるため、秋需に期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・既にこの数か月にわたって、若干ながら上向きの状況が続いている。この傾向は今後も続く。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・収入と支出のアンバランスな状態が、まだまだ解消されていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・中国経済の動向や米国の利上げ時期などによって、新興国の為替がどう変化するのが非常に不透明である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状から良くなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今月は仕事があるものの、来月の予定はあまり入っていない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の動きに期待できないため、状況は変わらない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・国内製の商品が見直されていることで、やや受注は増加傾向にあるが、円安で原材料費が上昇傾向にあるため、利益率が下がる傾向にある。
		建設業（経営者）	・周囲では夏のボーナスも期待したほど増えておらず、住宅への投資が増えるまでには至らない。
		建設業（経営者）	・今後も東京への一極集中や、東北の復興の本格化で、現場管理技術員や技能労務者の不足は深刻になると予想される。そのなかで厳しい価格競争が続く。
		輸送業（商品管理担当）	・お中元の季節でも発送数が増えなかったため、9～10月も期待できない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・先行きに特に明るい材料が見当たらない。ただし、日本株が暴落するような材料もない。
		不動産業（営業担当）	・仕事が減っていることが、神戸から企業が撤退していく大きな要因である。神戸空港を活性化し、神戸を仕事のある街にしていきたい。
		広告代理店（営業担当）	・このまましばらくは、今の状況が続く。
		司法書士	・今月は先月よりも更に事件数が少なく、会社の設立や増資といった内容の案件もない。また、好転する要素も見当たらない。
		経営コンサルタント	・全体的な消費マインドとしては弱含み傾向であり、猛暑や野菜の高騰などから、先行きに希望が持てない。業者も手は打っているが、来客数、単価共に、現状維持が精一杯である。
		コピーサービス業（店長）	・特に好転が期待できる材料が見当たらないため、今後も若干の減少傾向になると予想している。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きく変わる要素が見当たらない。		
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・基本的な構造は変わらないので、厳しい状況が続く。タオルや実用衣料に関しては、インバウンドによる需要の対象にならないほか、食料品との競合にも弱い。		

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	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・実体経済が一向に良くならない。
		食料品製造業（経理担当）	・卸売の動きが良くない。
		繊維工業（総務担当）	・きものの日の制定で、和装への関心が高まっているが、それに見合ったイベントや企画がなければ、一過性の動きで終わってしまう。業界全体としての取組を期待している。
		金属製品製造業（管理担当）	・今後も関西には目立った物件がないため、定時時間内の仕事を確保できない事業部が出てくる。
		輸送業（営業担当）	・お中元の荷物が前年の10%減になっている。百貨店の荷物が特に減少しているように感じる。
		通信業（管理担当）	・回復の要素が見当たらず、更に悪くなる可能性もある。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・円安の影響が輸出企業には良い方向に出ているが、輸入企業にはマイナスの影響が大きい。そのまま値上げができればよいが、それができないため、利益が減少している。
	悪くなる	-	-
雇用 関連 (近畿)	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・長期的な右肩上がりの傾向に変わりはないが、8月中は鈍い動きが続く。一方、労働者派遣法の改正案の見通しがはっきりしないため、派遣会社が動きにくくなっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・秋採用の企業求人がお盆明けから出てくると思われる。それに伴い、求職者の動きも活発になる。
		人材派遣会社（支店長）	・工場内でのライン新設や作業員の増員といった動きがあるなど、製造業が少しずつ良くなり、今後の回復の兆しが出てきている。また、短期案件だけでなく、長期的な案件も増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告は安定的に推移しており、国内に景気減速のリスクも見当たらないことから、景気は良くなると考えている。海外でもギリシャ問題に解決の道筋がついたことや、中国の株価もひとまず落ち着きを取り戻したことから、2～3か月先も景気は全体的に良くなる。
		職業安定所（職員）	・来春の高卒予定者に対する求人を、6月20日から受理しているが、前年比で大幅に増加している。業種別では製造業、飲食業、卸・小売業などが中心であり、職業別にはサービス、生産工程の職業、販売などが中心となっている。企業の間には、若年労働力の確保に積極的な姿勢がみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・政治的リスクが心配であるが、先行きに期待している。
変わらない	人材派遣会社（役員）	・時給は上昇基調にあるものの、諸物価の高騰がその効果を打ち消しているため、景気への大きな影響はない。ギリシャ危機や中国株の暴落はあったが、日本の株価や債券価格が高いうちは、一部の富裕層を中心とした購買意欲は衰えない。また、ホテル業界の求人の増加傾向が示すように、円安基調が続く限りは、インバウンド消費の増加が続く。	
		アウトソーシング企業（管理担当）	・しばらくは仕事が入る予定があまりないため、厳しい状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・第3四半期にかけても、関西の地場企業には、アベノミクスでいわれるような景気回復の実感が出てこないと感じる。
		職業安定所（職員）	・新規求職申込数は、前月比、前年比共に減少傾向が続いていたが、在職者の割合が少し上がり、昨年並みとなった。新規求人数は微増傾向であるが、正社員の割合が非正規社員を下回っており、企業による採用条件の改善はみられない。なお、大手アパレル会社や電機メーカーの希望退職者の募集など、将来的な不安材料はあるが、現状では景気に大きな影響が出るまでには至っていない。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設資材と作業員の東京シフトが少しずつ顕著になり、関西方面は着工自体が後回しにされている。建設業者からは、思わぬ落ち込みが続くそうだという声が聞かれる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・2～3か月で求人状況に変化があるとは思えない。
		やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）
アウトソーシング企業（社員）	・夏休みが終わり、普段の生活に戻る。		

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	-	-

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	良くなる	通信会社（工事担当） 競艇場（職員）	・客の様子をみると、景気はやや良くなる。 ・10月初旬にはG1競争を開催するので、売上が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者） 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） 百貨店（営業担当） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（総務担当） スーパー（財務担当） スーパー（販売担当） スーパー（営業システム担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（支店長） 家電量販店（店長） 家電量販店（店長） 乗用車販売店（営業担当） その他専門店〔海産物〕（経営者） 一般レストラン（経営者） 一般レストラン（店長） その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長） 都市型ホテル（スタッフ） タクシー運転手	・8月末からのプレミアム付商品券の利用開始に伴い、物販等で好調さが出てくる。 ・小売店の折込チラシの商品単価が値上がりしており、ディスカウント店以外の店でも集客数が増える。 ・秋物の販売について、例年より客の反応が良い。 ・今後の景気は天候次第である。天気と気温次第で、景気の先行きは大きく変わる。 ・当市でもプレミアム付商品券が発行されるので、景気に対して若干の刺激が期待できる。 ・買上点数の伸び以上に客単価が伸びており、今後に期待できる。 ・プレミアム付商品券が発行され、地元客が使用するので、売上は増加する。 ・プレミアム付商品券による消費の増加はもうしばらく継続する。 ・プレミアム付商品券が発行される。また他の出店地域でも発行予定があり、その効果に期待する。 ・ここ数か月、売上が順調に伸びていることから考えて、この良い状況はしばらく続く。 ・売上が回復傾向にある。 ・8月から当地区でもプレミアム付商品券の利用が始まり、売上増が期待できる。 ・来店客が増加傾向にある。 ・ボーナスと決算期ということで、多くの客の来店が見込まれる。 ・秋になれば今よりは景気は良くなると思うが、例年のような来店客があるか疑問が残る。 ・期待感が先行しているかもしれないが、プレミアム付商品券の利用が始まれば景気は少し良くなる。 ・インバウンドの来店客が引き続き好調であり、夏休み中は更なる客数の増加が期待できる。また客単価の上昇もしばらく続く。 ・9月には大型連休があり、秋の行楽シーズンに入る。 ・インバウンド客が増加傾向にある。 ・8月はお盆中の同窓会等の開催で、売上が期待できる。また当地はタクシーでもプレミアム付商品券が使えるので、当社にはプラス要因である。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（理事）	・商店街に新規出店の予定がある一方、老舗が8月で閉店する。商店街の灯がまた一つ消えてしまう。 ・政治も含めて不安定材料が多いため、客に防衛本能的なものが自然に働いている。客は買物に当たって一喜一憂することなく、ある程度長期的な計画を頭に思い浮かべている。

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）	・ 仕入業者やまわりの商売人と話すが、新聞で報じられるようには景気は回復していない。これからも景気は変わらない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・ 食料品、各種の保険料や税金など、客と話すと値上がりの話題が頻繁に出る。こうした負担増が客の買物意欲を抑える。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・ なかなか先の見通しが立たず、不安である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 会社設立等の印鑑の注文が少なく、前向きの動きがあまりみられない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・ 景気回復につながる材料が見当たらない。
		百貨店（経理担当）	・ 景気が良くなる要素はあまりみえず、今の状況が今後もしばらく続く。
		百貨店（営業担当）	・ 当館に限れば、6月にアパレル系の退店が相次いだことにより、売上が落ち込んだ。店舗が少なくなり館の魅力が落ちて集客に影響が出るという悪循環に陥っている。そのような中であっても、サービス系店舗は他店舗に影響されない強さを持っていると改めて感じる。
		百貨店（営業担当）	・ クリアランスセールに来店しても、いつもより買物に積極的な姿勢の客ばかりではない。欲しい品物があっても価格を検討したうえで、必要な時であれば客は購入する。以前とは違う買物スタンスがすっかり定着している。
		百貨店（営業担当）	・ 残暑が厳しい中、一部の婦人服ブランドを除き、秋物の新商品が好調に動くとは考えにくい。この夏のセール商品の動きをみても、客は安くなったから買うのではなく、必要な時にだけ買うという購買動向は秋以降も続く。
		百貨店（販売促進担当）	・ 夏物セールが最終盤を迎え、また秋物展開も本格化してくるが、主要客のミセス層のシビアな購買姿勢は継続する。季節が変わっても消費高揚は期待できそうにない。
		百貨店（売場担当）	・ 食品は生鮮品を中心にやや回復してきたが、衣料品は上向く傾向にない。競合店が出店した影響もあり、しばらく状況は変わりそうにない。
		百貨店（購買担当）	・ アパレル業界も客の消費動向を研究しているのか、クリアランスセールでの値下げ販売よりも正価品の販売に力を注いでいるように感じる。ただ客の財布のひもが固い状況は今後も続く。
		スーパー（店長）	・ 今月より景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。
		スーパー（店長）	・ 傾向として数字は少しずつ良くなってきているが、今の数字がピークである気がする。今後もしばらく客数や販売単価は前年の103%程度を継続する。
		スーパー（店長）	・ 客の購買商品を見ると、必要な物だけの購入が多いように見える。商品の値上げが相次いでおり、今後も購買点数の増加が継続するとは思えない。
		スーパー（管理担当）	・ プレミアム付商品券の効果が出てきており、売上増につながっている。ただ継続性があるとは思えず、先細り感が強い。
		コンビニ（エリア担当）	・ 盛夏が過ぎれば、商品動向もやや落ち着く。季節商材の切替えを早めに行い、今の良い流れを維持したい。
		コンビニ（エリア担当）	・ プレミアム付商品券の効果期待するが、消費者の儉約傾向は今後も変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・ 景気が良くなる要素がみえない。
		家電量販店（店長）	・ 消費税増税後の落ち込みからは脱しつつあるが、なかなか以前の売上まで回復しない。
		家電量販店（販売担当）	・ エアコン等の売上という季節要因が2～3か月先はなくなる。新しいパソコンソフトの効果に期待する。
		家電量販店（企画担当）	・ 景気が良くなる要因は特に思い当たらない。
		乗用車販売店（統括）	・ 景気が良くなる材料がない。
		乗用車販売店（営業担当）	・ ボーナスが出ているが、客の購買意欲は上がっていない。次回の消費税率再引上げを意識して、客からは今から出費を抑え、貯蓄しておきたいとの話を多く聞く。
		乗用車販売店（店長）	・ 7月から新型車の販売を始めているが、客の関心が薄く、今後がますます心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（総務担当）	・広告宣伝で新しい取組を実施しているが、商談数に大きな変動はない。今後も現状維持が続くと思われ、他社との競合が厳しくなる。
		住関連専門店（営業担当）	・平日の来店客が少ないため、客の情報が集まらない。情報が少ないため、今後の見通しも立てにくい。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上が増加する要素が見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方の景気回復は都市部に比べて遅れており、需要が停滞している。また消費者にはインターネットなど通信販売への指向が強く、実店舗での営業にとって厳しい面がある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・7月末から当市でもプレミアム付商品券の使用が開始されるので、景気は上向く。ただ使用期限が8月末までに限られており、2～3か月後には反動も予想される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・特記すべき事項は見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・この先の予約状況は特に良くも悪くもなく、前年並みである。今後の伸びに期待する。
		一般レストラン（外食事業担当）	・7月には台風の接近が多かったが、当地では悪影響は小さかった。今後も天候に恵まれれば、例年並みの来客数や売上は十分見込める。
		スナック（経営者）	・アベノミクスで景気は良くなると期待していたが、税金が高くなり物価が上がったため、かえって経営が苦しくなっている。
		観光型ホテル（支配人）	・販売価格を値上げするため、当面は客数が減少する。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・自分たちも友人からも、給料が増額される話はほとんど聞かない。
		都市型ホテル（企画担当）	・前年に比べて足元ではイベントや学会の開催数が減少している。個人消費でも日々の飲食費用を節約して、消費者は旅行などに予算を掛ける傾向がある気がする。
		都市型ホテル（企画担当）	・現状が大きく変わることはないが、物価上昇による買い控えの影響が出てくる。
		都市型ホテル（総支配人）	・入込観光客数に大きな変化が出るとは考えられない。
		旅行代理店（経営者）	・経済状況に変化はみられないが、そろそろ個人客に我慢の限界がきて、消費する方向に転換すると感じる。
		旅行代理店（営業担当）	・内閣支持率をみても政治状況への不安が大きい。各種景気対策にも目に見える結果が出ておらず、景気はまだ改善しない。
		タクシー運転手	・タクシー業界では前年比で数%の増益は考えづらい。
		タクシー運転手	・タクシー利用は景気には左右されない。ただ利用数は増えても単価が低いため、前年同月と比較して好調とは言えない。
		通信会社（社員）	・販売量の増加につながる動きがみられない。
		通信会社（企画担当）	・モバイルの新サービスへの関心は最初の食いつき時期を過ぎて、徐々に認知度は高まるが、実際の購買の動きはかなり緩やかになる。
		通信会社（総務担当）	・県内の景気指標は好転しているが、当社の販売状況は横ばいであり、景気動向に変化は感じない。
		通信会社（営業担当）	・ある程度販売量は増加しているが、今後さらに向上する印象はない。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税増税後は消費低迷が続いている。
		テーマパーク（営業担当）	・既に景気は落ち込んでおり、しばらくは現況が続く。
		ゴルフ場（営業担当）	・インバウンド客はMERS（中東呼吸器症候群）の影響が出て低調になっており、国内客も現状維持という傾向である。
		美容室（経営者）	・例年であれば、この時期は夏に向かって売上が伸びるはずである。今年は駅前に大型ショッピングモールが開業して客の流れが変わったせいも、売上に変化はみえず、先行きを少し不安に感じる。
		美容室（経営者）	・現状は売上に波があり、不安定な状況である。
		設計事務所（経営者）	・しばらくは景気の様子見になるが、年末には消費行動が活発になる。

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
		設計事務所（経営者）	・地方経済は縮小の一途であり、放置すれば更に落ち込むことは明らかである。中央官庁の地方への分散移転を含めて速やかな地方分権や行財政改革の実施が望まれる。
		設計事務所（経営者）	・戸建て住宅の建築物価は3年前に比べて、非木造では3割以上、木造で1割程度高くなっている。この状況が変わる気配はなく、クライアントは予算超過となるため躊躇している。
		住宅販売会社（従業員）	・今後も景気には先行き不透明感が残り、明るさがみられない。
		住宅販売会社（営業担当）	・家庭で景気回復を実感できるには、まだ多少時間が必要である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の様子をみると、客は商品を選ぶときに非常に慎重である。特に当店で取り扱う商品は子供服であるため、客は安さに加えて長く子供が着用できることを基準に選んでいる。
		商店街（代表者）	・消費者の消費行動が変わってきた気がする。日ごろは質素に暮らし、誕生日等の特別なイベントに少し奮発して金を使う。
		商店街（代表者）	・地方では相変わらず収入が増えない一方で、食料品を中心に値上げが続いており、消費者の低価格志向が強い。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元客の買い控えは今後も継続する。
		百貨店（売場担当）	・秋に近隣の大型ショッピングセンターの増床オープンが控えており、狭い地域内で競争が激化する。景気が良くなる要素はない。
		百貨店（営業推進担当）	・地域の状況からみて、好材料はあまりなく、現状が継続すると考えられる。プレミアム付商品券の効果も数値には表れておらず、今後も厳しい状態が続く。
		スーパー（業務開発担当）	・プレミアム付商品券の特需効果がなくなり、商品価格もこのまま高止まりとなれば、客は一気に節約志向に向かう。来店頻度の低下やディスカウント商品への移行で厳しい状況になる。
		スーパー（販売担当）	・原材料の高騰等で仕入単価は上がっているが、それを販売価格に反映できない実態がある。売上はともかく、適正な利益確保が難しい状況では、景気の回復や上昇は考えづらい。
		乗用車販売店（業務担当）	・現在は新車投入効果でやや好調であるが、2～3か月後にはその効果も薄れる。
		自動車備品販売店（経営者）	・大手企業でさえ、実際の利益を水増しして儲かっているように見せたり、事業規模を縮小している。一部の輸出関連企業が儲けているだけで、大半の企業や中小の小売業はまだまだ浮き上がれず、相変わらずデフレスパイラルの渦中にある。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・プレミアム付商品券が発売され、多少景気は良くなったようにみえるが、この状況は長続きしない。景気を上昇させるほどの力はない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・プレミアム付商品券の使用期限は10月末であるので、それ以降はまた景気が落ち込む。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券は一時的な消費喚起には貢献したが、その効果は頭打ち傾向である。夏に向けてますます消費者の節約は続く。また日常は消費を厳しく切り詰め、非日常的な行事は豪華に過ごそうという傾向が強まる。
		通信会社（広報担当）	・商戦期においても販売が伸びないようであれば、通常期の販売は見込めない。また客が安さだけを求めるとなると、現状がすでに底値状態であるので、今後もあまり販売は見込めない。
		美容室（経営者）	・客と話すと、収入が増えた人でも物価上昇分には追いついていない状況である。当店で使う金にも節約する傾向を感じる。
		悪くなる	スーパー（店長）
衣料品専門店（経営者）	・食料品全般が値上がりしているの、家計はますます大変になっている。都会では給料も上がっているようだが、地方は厳しいままである。		
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も少なくとも2～3か月は非常に忙しい状況が続く。
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・10月以降は徐々に鉄鋼業向け生産が回復する見込みであり、生産現場は多忙になる。

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
(中国)		非鉄金属製造業（業務担当）	・全体として景気はやや良くなっている。今のところマイナスイヤムも見当たらないので、しばらくはこの調子が続く。
		通信業（営業企画担当）	・観光関連のみならず、地方創生などの補助金政策により、さまざまな業種で開発に向けた動きが見られる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅需要については8月は今月と変わらない。9月は需要期に入るので、景気はやや良くなる。
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・当社は9月から繁忙期に入る。売上構成を抜本的に見直すに当たり、製造工程の見直しから始めたため、9月以降の繁忙期に製造現場が対応できるか若干不安を持っているが、ようやく通常に戻る気がする。
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費税増税後の反動減はほぼ収束しているが、需要に安定感がない。
		鉄鋼業（総務担当）	・活動水準が好転する期待はあるものの、具体的な動きが見えておらず、当初想定したよりも調整期間は長引く。
		鉄鋼業（総務担当）	・本社が示す秋冬の受注見込みは今季予算より数%低く、今期実績に近いレベルである。特にこの分野が好調との話もなく、横ばいという感じである。ただ米国の大手金融機関の破たん時のような大幅な減産は想定していない。
		金属製品製造業（総務担当）	・省エネ補助金で受注を増やした工作機械業界の得意先からの受注が多い状況は今後も続く。得意先の話では、省エネ補助金は12月で完了するが、その後はものづくり補助金の需要を見込んでいる。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・依然として販売量が増加する兆候はみられない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・極端に言えば、今の市場は補助金関連で潤っている。補助金がなくなった後の反動が心配である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量が増えない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客の国内シェアは過去最高水準となっている。主要客は輸出依存型とはいえながら、各社が国内生産を減らす中、当初目標を達成する勢いである。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・短期間での受注単価の劇的な上昇や収益の改善が見込める材料がないため、景気は当面変わらずに推移する。
		建設業（総務担当）	・2～3年先には仕事量全体が減ると思われるが、この先1年は手持ちの仕事で好況が継続する。
		建設業（総務担当）	・受注や下請の状況が落ち着いている。
		建設業（総務担当）	・ギリシャの債務危機、新国立競技場の建設遅延、安法法制や中国の景気動向等、景気に関連して良い材料が見当たらない。
		輸送業（支店長）	・通販市場の拡大に伴って、物流にも新たな動きが出ている。通販業界では米国最大手が売上トップに立ち、この状況は今後も変わらないと考えるが、市場全体の需要量がどの程度の規模になるかはまだ掴み切れない。
		通信業（営業担当）	・政治状況が混沌としたままで効果的な景気対策が打ち出されないことから、景気が上向くことはあり得ない。
		金融業（自動車担当）	・当面は現在の為替水準が続くとみられ、輸出の好調から大手企業は増収増益傾向を維持できる。
		金融業（貸付担当）	・内閣支持率の低下などをみると、景気動向への不安要素があると考えられる。景気の下支えとなる個人消費では夏休み期間中の動向によって、2～3か月後の景気は良くなるとも悪くなるとも考えられる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の動向及び受注量の動きからみて、景気は変動しない。
		会計事務所（職員）	・消費税増税の影響も一段落し、全般的には例年並みに落ち着いている。ここ数か月で景気が大きく変動するとは思えない。7月の台風で小売業は多少影響を受けたが、あらためて天候は購買意欲を左右させる心理的要因の一つと感じた。今後も天候次第で、消費動向は左右される。
		やや悪くなる	
化学工業（総務担当）	・原子力発電所の再稼働が先延ばしになっているため、製造業は電力供給面の不安が払しょくできない。製造業に元気が出ないと景気の底上げは起きない。		
輸送業（経理担当）	・倉庫の保管型貨物において、出庫に比べ入庫が少なくなっている。今後、保管数量や出庫数量が減少し、荷動きが鈍くなると懸念する。		

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
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・7月はアジを中心とした青魚とイカの水揚げ量が伸びている。このまま水揚げ量が安定するよう願っているが、例年、7月以降は夏枯れで水揚げが減少する。
		食料品製造業（総務担当）	・景気が良くなる情報が一つもない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・海外からの仕入価格が円安のため急騰したが、簡単にはコストに反映させられない。原価が大幅に上昇して企業努力では吸収しきれない。また生産はもともと中国生産が主力であったが、現在は中国内のコストアップでベトナムやカンボジア等に移ってきており、国内生産は苦しくなる一方である。
雇用 関連 (中国)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（支社長）	・労働者派遣法の改正は当業界や労働市場に与えるインパクトが大きい。中長期的に持続的な成長が見通せない企業は雇用リスクを抑えるために、派遣スタッフの活用や専門業者への外部委託などに前向きになる公算が大きい。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・メーカーを中心に採用数の増加傾向がみられており、仕事の受注量は将来的にも安定している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・従業員確保の厳しさは今後ますます強まる。
		職業安定所（所長）	・医療・福祉や建設業などの人手不足分野では以前から求人意欲が極めて高いが、緩やかな景気回復を背景に基幹産業である製造業においても求人意欲の高まりが感じられる。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・来春の高卒求人は全体で前年から約23%増加するなど、採用意欲の高まりがみられる。地場産業の建設業をみても、17.3%の増加である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の施行時期次第であるが、10月にはみなし雇用の問題もあり、求人関係は安定しない。景気は上昇傾向にあるが、上記の問題を踏まえて判断すれば、今後の景気に変化はない。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・マイナンバー制度の導入や改正労働者派遣法など、企業経営にインパクトを与える法改正が人材雇用にどう影響するか見極める必要がある。
		人材派遣会社（支店長）	・求職者の確保に課題を抱えており、9月と10月で動きが出ることを期待する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・政府や地方自治体は新たな景気対策を導入する方向にはない。ギリシャの債務危機等の外的要因や、東京オリンピック関連の内的要因を考えても、近々に景気が良くなるとは考えにくい。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規求人数や新規求職者数に目立った動きはなく、また雇用環境に影響を及ぼす倒産等の情報もない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・新規学卒者を対象とした企業説明会や就職面接会を企画しているが、参加を希望する事業所が多く、早期に受付を終了した。前年と同様に各企業は新卒者の採用意欲が高い。
		民間職業紹介機関（職員）	・地元自動車メーカーの国内製造の減産や中国経済の失速など、景気の不安材料も出始めており、今後景気が上向いていくかは微妙である。ただ求人意欲は相変わらず高いことから、景気が下向くとも考えにくい。
学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・周囲では変化が感じられないので、景気はあまり変わらないと思う。		
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（事務局長）	・プレミアム付商品券による消費喚起効果は間違いなく表れるものと期待している。ただし、商品券種は1000円券がほとんどでお釣りが出ないことから、少額の買物には向いておらず、業種によっては苦戦を強いられる。

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
変わらない		スーパー（店長）	・マイナス要素も感じられず、このままの状態であれば、景気は少し良くなるのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・7月後半にかけ、客の商品の選び方が決め打ちとなっており、買い方が早くなっている。客単価も上がっており、秋にかけて良くなっていく。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物販売も終わり、セールもあまり良くなかったが、これから秋物商品を入荷することで、多少は良くなるだろう。ただ、まだまだ厳しい状況に変わりはない。特に、地方の景気はなかなか良くならない。
		衣料品専門店（総務担当）	・プレミアム付商品券による消費増加を期待している。小さいかもしれないが需要が見込めるのではないかと。
		乗用車販売店（役員）	・2～3か月先は、プリウスやクラウン等の新型車投入などがあるため、景気は上向いてくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車販売を9月上旬に予定しており、これを起爆剤として良くなるよう仕掛けたい。
		住関連専門店（経営者）	・大手企業を中心に、テレビ、新聞などでは、景気は上向いていると言われており、今後、多少なりとも恩恵がある。
		通信会社（支店長）	・上海市場の株の動きは気になるが、ギリシャ問題も落ち着きつつある。お盆商戦から9月には人気商品の発売も予定していることから、景気浮揚の一助になればと考えている。
		観光遊園地（職員）	・民間企業のボーナスが上がっている。
		商店街（代表者）	・景気問題についてもっと活発に論議し、やや持ち直しつつある景気が腰折れしないよう野党の猛省を促したい。
		商店街（代表者）	・景気に不透明感がある。少しずつ商品の値上がりが増えてきており、顧客の消費が鈍くなるのではないかと。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・現状、改善される要素が見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・問い合わせなどが増えてきているが、まだ売上に直接結び付いていない。秋まで、このまま繁華街の人出が多いままでいてくれれば、景気回復の実感が湧く。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気が良くなり国民全員にお金回りが回らなければ、需要も供給も潤わない。酒類の底値で大手が販売している現状では、小売店はどう努力しても無駄である。
		百貨店（営業担当）	・来客数も大して増えていないので、景気は変わらないと判断。
		百貨店（販売促進担当）	・食品の売上は継続的に安定しているが、主軸の衣料品・高額品の回復が遅れている。
		百貨店（営業推進）	・プレミアム付商品券の発行は、多少のプラスではあるが、なかなか景気の上ブレには影響していない。生活費の補てんとの意味合いが強く、食料品などの売上には回っているものの、衣料品や雑貨などには回ってきていない。
		スーパー（企画担当）	・価格上昇が続く限り、客数の増加につながらない。
		スーパー（財務担当）	・1品単価は今後も上昇する一方、買上点数はやや減少していく。
		コンビニ（店長）	・良くなる要素が全くない。プレミアム付商品券購入のコンビニ支払受付がとても多い。節約志向が始まりつつあると感じている。他社ではプレミアム付商品券の利用でキャッシュバックしているところもあると聞く。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に大きく左右されるが、景気が良くなる要素が考えられない。
		乗用車販売店（従業員）	・新車市場の縮小に伴い、新車販売店は車検等の整備やタイヤ等の販売で収益減少のカバーを図っているため、カー用品の販売業界等はその影響を受け、今後厳しくなる事が予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果を期待しているが、景気が上向く要素はあまり考えられない。秋から年末にかけ、様々な販売施策により、ユーザーの購買意欲を上げていきたい。
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナス時期に期待していたが、良くなる動きは見られなかった。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・食品の売上は堅調に推移すると思うが、それ以外の、特に衣料品関係は今後も期待できないだろう。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・良くなる要素は見当たらないが、前年は台風が多かったことで、客数の伸びを期待している。
	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・良くなるとは思えないが、悪くなるとも思えない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・四国は全国との競争の中、交通アクセス等の面で非常に厳しいため、四国全体の価値を上げることが必要である。
		旅行代理店（支店長）	・9月の大型連休を除き、海外ロング方面の需要回復の兆しが見えず、販売の拡大が望めない。
		タクシー運転手	・2～3か月先は、今月程度の水揚げがキープできるだろう。夏休みも終わり、サラリーマンやその他営業の方が動く判断している。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦が一段落し、次回新機種販売までは市場の動きが鈍る。
		通信会社（企画）	・今後も大きなイベントがないため、変わらない。ただし、有名日本人スポーツ選手の活躍などがあれば、変化するかもしれない。
		ゴルフ場（従業員）	・客単価は低い状況が続いているため、気候的に入場者も増えていく時期であるが、状況は変わらない。
		競艇場（職員）	・8月に、女子の大きなレースが開催され、売上増加が期待されるが、その他の月は大きなレースも無く、大幅な売上増加は期待出来ない。
		美容室（経営者）	・景気回復の実感が地方ではまだ感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・7月の集客内容は良くなく、8月は例年集客が少ない。9月以降の集客で受注すると考えると、景気が回復するのは10月以降になると見込まれる。
		やや悪くなる	商店街（代表者）
	衣料品専門店（経営者）		・円安の影響で値上がりするものが多い。
	家電量販店（店員）		・季節商材のみ動きがみられるため、それらが低迷するところにはまた悪化する。
	その他専門店〔酒〕（経営者）		・今現在が一番景気がいい時期であり、2～3か月先は少し景気が悪くなる。
	悪くなる	タクシー運転手	・暑い時期が続き、四国霊場開創1200年記念行事が終わり、客が大幅に減少している中、今後、お遍路客の仕事もほとんどなく、街も良くなる様子はないので、今より更に水揚げは落ちるだろう。
通信会社（営業担当）		・季節変動と新モデル発売前の買い控えが想定される。	
コンビニ（店長）	・コンビニ業界は、7～8月が1番売上高が取れる時期であるが、今月の既存店の売上は昨年を割り込んでおり、来月以降も改善は望めない。		
企業動向関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・製造業の国内回帰は継続しており、人手確保のため賃金アップによる求人を行っている。
	やや良くなる	木材木製品製造業	・2017年4月導入予定の消費税増税に対応する需要増は、年後半から出てくるだろう。建設資材価格の先高観、工事職人不足などに加え、2015年度の中小工務店向け住宅施策の一次採択も終わり、今後着工につながる工事見込物件がある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・しばらくは今のような状態が続くのではないかと。
		広告代理店（経営者）	・県外大手映画施設のオープン販促受注及びプレミアム付商品券を期待する販促等で少し受注が増加しており、景気は多少上向くだろう。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・例年並みの市場出回り量を見込んでいる。
		食料品製造業（経営者）	・原材料の高騰に対し、製品販売価格に転嫁出来ていない。
		繊維工業（経営者）	・受注が好調な販売先とそうでない販売先に二極化し、海外観光客の多い地区や特徴のある店舗運営に注力している先は好調が続く。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船関係の受注量は今後も安定的な推移を見込んでいるが、受注価格は低下傾向にある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・地域ごとに需要のばらつきがある海外市場や原油価格、資源価格の動向などに注意が必要である。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注は大きく変動しないと見通している。一部の製品においては受注増加を予測しているが、将来分の前倒しであり、景気感に影響を及ぼすものではないと判断している。
建設会社（経理担当）		・現在は営繕工事の受注しかなく、景気は変わっていない。	
建設業（経営者）	・公共事業費は、前年とあまり変わらないようだ。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（経営者）	・燃料費等が安定している。
		輸送業（営業）	・夏場は季節商材の動向が取扱物量を大きく左右する時期であり、プレミアム付商品券や旅行券を使用した特需による消費拡大を期待する。
		輸送業（支店長）	・海外調達は低調である一方、猛暑の影響で、一般消費財の消費は伸張している。内需型企業は好調に推移する。
		通信業（総務担当）	・特に、変動要素は見当たらない。
		通信業（部長）	・現在の受注現状から、大きく変化する要素は無く、今後もしばらくは同様な状況が続く。
		金融業（副支店長）	・業種によって業績の差がありすぎて、全般的に景気が良くなっているとは考えにくい。
		公認会計士	・建設業を始め、どの業種においても、設備投資計画を今のところ持っていない企業が増えている。ただ、道後のホテル関係は外国人観光客が増えているため、設備投資に意欲を持っているようだ。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・自治体の仕事の内容・分野が偏っており、業種間格差がある。この状況が大きく変わることはないと思込られるため、数か月先までは好転しない。
	悪くなる	-	-
雇用 関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・株価の高騰により、企業の投資意欲が依然高く、求人の更なる増加が見込まれる。
		求人情報誌（営業）	・周辺企業の受注状況等を見ていると、各業種とも数か月先までの受注残を抱えており、景気は良くなることが予想される。ただ、どの業種も慢性的な人材不足が続いており、長引くようだと景気は停滞する。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期のため、求人数の増加が見込まれる。
		職業安定所	・新規求職者が前月比2.1%増加したが、新規求人数が13.2%増加したことにより、月間有効求人倍率は0.03ポイント上昇した。なお、従業員100人未満の企業からの求人が増えており、中小企業も景気回復基調にあると感じられる。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・人材不足によって、業務縮小、経営困難な中小企業も出てくる事が感じられ、求人条件も工夫が必要となっている。企業、求職者共に大きな動きは見込めない。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材不足の影響も考慮し、法改正や様々な規制の影響について、人事担当者が注目しており、派遣の雇用は一段と慎重である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今の景気が、実は通常の景気なのではないか。必要なものを最小限購入し、無駄な出費を抑える生活が浸透したのではないか。また、主立った企業が県外資本で、県内景気に寄与するのが観光・サービス業しかないのでは、浮揚のチャンスはない。
		職業安定所（職員）	・事業所における採用条件の緩和や雇用条件の改善があまり見られず、大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（所長）	・地方の場合、賞与は前年並みの企業が多い。少し景気の高揚感はあるが、内部留保に回すという企業も多い。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・9月にプレミアム付商品券が発行され、商店街全体で販促をするので、各店舗に影響があることを期待している。
		商店街（代表者）	・客単価が上がっているので、景気は少しずつ上向きになると予測する。
		百貨店（営業担当）	・お中元ギフトは購買客数とお届け件数は減少しているが、商品単価がアップし、客単価は維持している。贈り先の絞込みが進んでいると言えるだろう。ギフト売上金額に占めるプレミアム付商品券のシェアは1割強。まだ券を使いきっていないようで、今後の利用が期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・クリアランスも終わり、秋冬物の重衣料の動きに期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画）	・競合出店の影響が、徐々に和らいでいくことを想定している。
		百貨店（店舗事業計画部）	・9月の大型連休で九州への旅行客が増え、買上が増えるのを期待している。また、9月末に韓国の連休の中秋節があり、続いて10月初旬に中国の連休の国慶節があるので、インバウンド消費も増えると見込んでいる。
		百貨店（売場担当）	・入店客数の前年割れが続いていたが、7月は103%台となり、ようやく水面から顔を出した。プレミアム付商品券の使用期限はまだ先で、今後、食料品の売上の底上げを期待している。衣料品の売上は、紳士服が前年比99%、婦人服が99%である。雑貨はインバウンドによる化粧品の高売が高く、化粧品全体でみると前年比123%、宝飾等を入れた雑貨トータルでは118%になった。客単価は非食品が101.4%、食品が100%で、落ちていない。
		スーパー（経営者）	・ギリシャの経済問題が一応落ち着き、株価も安定しているので、やや良くなる。
		スーパー（店長）	・中高年層の客単価が上昇しており、今後、さらに期待できる。
		スーパー（総務担当）	・来店客数も前年を大幅に上回って推移しており、客単価も上向きの傾向である。
		スーパー（業務担当）	・当店の店舗閉鎖後、近隣の競合店に売上が分散して、一時的には各店の客数が上昇する。季節商品の動向も、暑さの影響で衣食住すべての部門で前年を上回っている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・プライベート商品を5個買うと、さらに1個ももらえるという施策を行っているので、プライベート商品が売れていくだろう。本格的な夏に向かって気温が上がっていくと、売上も少しずつ伸びていく。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税に対する慣れが消費の拡大につながり、販売数量を底上げしている。今後、このまま状況で推移していく。
		家電量販店（従業員）	・暑さから冷房器具の購入が増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏は、豆ではなくアイスコーヒーなどの飲料がよく動く。また、客がふだんの買い物にプラスしてギフトを購入するので、売上が上がる。
		ドラッグストア（部長）	・梅雨が長びいて暑くなる時期は遅くなったが、8月以降の気温・降水量は平年並みと予想されていることから、売上も持ち直すのではないかと考えている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・プレミアム付商品券の発売による消費の活性化を期待している。梅雨明けも遅れ衣料品の季節商材の動きも悪いが、これからのお盆商戦、9月の大型連休に尽力する。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券の利用効果が出ている。特に、商品券を利用して、今までとは違う客層がランチタイムに来店している。一過性のもので終わらないよう、期待している。
		観光型ホテル（専務）	・秋の予約状況が好調である。
		旅行代理店（従業員）	・海外からのクルーズ船の入港が増え、バス手配が非常に増えてくる。秋口は国内旅行もシーズンに入り、バスの確保ができにくくなる。
		旅行代理店（企画）	・韓国のMERS（中東呼吸器症候群）やヨーロッパ情勢が落ち着くのを期待している。やや良くなる。
		サービスの動向を把握できる者	・関係取引先の受注量が増加している。
		住宅販売会社（従業員）	・ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）支援事業の5次公募が8月に予定されており、引続き客数、販売量がやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・身の回りの年金受給者は購買意欲はあるが、購買力がなない。年金から差し引かれる金額が増え、実際の収入が減っている。世間では景気が良くなったと言っているが、決して良い状況ではなく、将来に対する不安感も大きい。
		商店街（代表者）	・全体的に良くなっている今の状況は続くが、それが更に上向いてはいかない。
		商店街（代表者）	・8月に入ると単価が少し低くなるので、売上の増加はなかなか厳しい。
		商店街（代表者）	・8月はお盆で帰省する客が多く、また、9月の大型連休を控えて節約をする家庭も多いので、食費のウエイトがかなり少なくなる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気変動の要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔鮮魚〕(店員)	・現状は厳しい部分もあるが、今後、涼しくなって漁獲量が上がればチャンスはある。売れない店が努力をしていかなないと、小売業はますます縮小していく。
		百貨店(業務担当)	・消費税増税前と比べると、買物について慎重な客が増えてきている。新しい商品だったり値段が下がったりしても、積極的に買おうとする客が少ない。この傾向が変わらない限り、景気は好転しない。
		百貨店(経営企画担当)	・消費税増税以降、地方では個人消費の低迷が続いている。特に中間層の客数や客単価の減少傾向が強い。
		百貨店(営業統括)	・メインターゲットの婦人顧客による衣料品の売上が、今後も引き続き厳しい状況で推移すると予測している。
		スーパー(店長)	・梅雨明けが遅く雨が多いので、野菜相場が前年比115%となっている。8月も野菜の相場高が続き、前年比はクリアできそうだ。競合の出店もあまりないので、ここ2~3か月はこのまま推移していく。景気は今までの流れと変わらない。
		スーパー(店長)	・依然として消費者の購買意欲は上がっているという実感はない。競合店の出店もあり、競争は今以上に激化する。
		スーパー(店長)	・食料品の値上げの影響で、プレミアム付商品券の効果も薄れてくる。
		コンビニ(経営者)	・夏の賞与が良いという話をニュースで見るが、コンビニの客である末端の庶民までは、大企業の好景気の影響は及んでいない。したがって良くなる材料、悪くなる材料のどちらも見当たらない。
		コンビニ(エリア担当)	・プレミアム付商品券は、今後も継続して利用できるようになると、景気に影響してくると思う。
		衣料品専門店(店長)	・引き続きプレミアム付商品券関係のイベントを開催しているが、来客数もいまいちで、今後の景気の基調は変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・景気の変動があまりない。ここ2~3か月はそんなに変動はないようだ。
		衣料品専門店(店員)	・フリー客の来店数が増えず、常連客の買上に頼っているところがあるが、常連客の客単価が下がってきている。
		衣料品専門店(取締役)	・3か月後の10月は秋真っ盛りの実需期となる。この時期の客は、必要な物を必要な分だけ買う傾向にある。購買に慎重で、この傾向は変わらない。景気が良くなる要素は何一つ浮かばない。
		衣料品専門店(総務担当)	・なんとか、いまと変わらないレベルで維持したい。
		衣料品専門店(チーフ)	・夏のセールも落ち着き、新作の案内等が増えてくるため、需要は徐々に高まっていく。
		家電量販店(店員)	・落ち込んだ月の翌月は、反動で上向きになり、さらにその翌日はまた落ち込むという状況がずっと続いている。3か月後もこのトレンドは変わらないと考えている。
		家電量販店(店員)	・当店は売場面積の関係上、プレミアム付商品券の500円券が使えるため、商品券利用の来客が多かった。これは想定外のことだった。ただし、大方が使い終わっているようなので、来月以降、今月のような伸びは期待できない。
		家電量販店(総務担当)	・天気次第なので、予想が難しい。
		家電量販店(広報・IR担当)	・上昇傾向にはあるが、良くなるとはっきり断言できる材料はない。
		乗用車販売店(従業員)	・目玉商品もなく、ボーナスが出てもなかなか車に使おうとしない。
		乗用車販売店(総務担当)	・年末に発売される新型車に期待する。それまでは売上、収益ともに厳しい状況が続く。
		乗用車販売店(代表)	・変わるような気配すらない。
		住関連専門店(経営者)	・来客数が少し戻ってきているが、景気が回復しているという話や良くなったという話は、地方ではまだ聞かない。
		その他専門店〔書籍〕(副店長)	・予想以上に7月の売上が伸び悩んでいるが、7月下旬から多子世帯応援券、8月からプレミアム付商品券の店頭利用が開始するので、現状維持くらいになってくれるのではと期待する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(統括)	・夏季賞与が支給された。顧客は、必要な商品を計画的に購入して、思いつきでは買わない様子がうかがえる。行楽の予定等をうかがうと、9月の大型連休は飛行機による遠距離旅行か、自動車による「安近短」の旅行のどちらかが中心である。燃料油やカーケア商品の購買に期待したい。

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
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・梅雨明け後の極端な猛暑のため人の動きが悪い。客の出足が悪いので、販売の増加は見込めない。ただし、プレミアム付商品券の使用が増えれば希望が持てる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・物価高、衣料品不振などによる地元顧客からの売上低迷は継続する。インバウンドでそれを補うという構図はしばらく続く。
		高級レストラン（支配人）	・夏季賞与などの影響も減る。
		一般レストラン（スタッフ）	・変わるような理由がない。
		都市型ホテル（販売担当）	・先はあまり見えてないが、9月までは売上は好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・エリア内に新規開業したホテルの影響で、個人の宿泊客数は前年比80%で推移している。市内の稼働率は上昇しているが、単価面で大きな変化がないため、今後も苦戦が予想される。宴会・レストラン部門が堅調に売上確保しているため、全体では前年並みと予測する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外の景気が悪くならない限り、現在の好景気は続く。
		都市型ホテル（副支配人）	・9～12月ぐらいまでは大きなイベントがあり、団体の予約も十分入っている。
		タクシー運転手	・さほどの飛躍は期待できないものの、一定の堅調さは維持する。
		タクシー運転手	・近隣施設の世界遺産登録により、2～3か月先には団体客が来る。その影響がタクシーにも及び、いくらか持ち直す。
		タクシー運転手	・今月は予約状況も大変良く、来月もすでに予約が入っている。気候のせい、足代わりに車を使う客が増えており、今後も良くなる。
		タクシー運転手	・今年は雨ばかりで大変であった。今後は暑さで人の動きが悪くなるので、早く秋がきてほしい。
		通信会社（営業）	・業界的に販売量が飽和状態に近づいてきている。抜本的に改善しなければ今より良くなることは困難である。
		ゴルフ場（従業員）	・お盆や9月の大型連休でなかなか客足が伸びない状態であり、対策が必要だ。また、プレミアム付商品券に期待していたが、時期がまだ早いのか、実際にはなかなか使われていない。
		競馬場（職員）	・今後、景況が変わる理由が思い当たらない。
		理容室（経営者）	・7月はあまり暑くなく来店客数が少なかったため、その分、来月以降にずれ込んでいく。ただ、前年比で落ち込んでいる傾向は変わらず、期待できない。
		美容室（店長）	・長雨が続いた後の猛暑の影響で、外出を控えている人が多い。そのせいか来客数が減少している。
		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）	・4月からの介護報酬改訂に伴い、売上高が大幅に減少傾向にある。
		設計事務所（所長）	・ここ半年ぐらい、仕事量は変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券の発行により何とか前年並みの売上を維持している。しかし、商品券の発売も終了した。この先バーゲン時期に入るが、売上アップは期待できない。
		商店街（代表者）	・8月は特にお盆や夏休みがあるので小売業は売上が減少する。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・9～10月までは暑さが続き、それに伴って野菜の高騰が続くので、厳しい状況になる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・数か月で景気が改善する要素がないし、売上が上がる材料もない。なんとか、現状維持していきたい。
		百貨店（総務担当）	・近隣商業施設がリニューアルした影響で、来客数減が予想される。
		百貨店（営業担当）	・常連客の来店状況があまり良くない。新規客頼みになると苦く、どれだけ状況を改善できるか不透明である。
		百貨店（営業担当）	・海外からの客の増加は、無視できない数字になりつつある。今後、アジア各国を中心に所得が増え、中産階級の層が厚くなると見込まれる。インバウンド消費の伸張に、大いに期待したい。

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
		スーパー（店長）	・野菜の価格がかなり高騰しており、お盆頃までは下からない状況が続くだろう。食料品の値上げにより、売行きが非常に悪くなっている。
		コンビニ（店長）	・ギリシャや中国など、世界経済で不安材料がある。TPPの進展も、地域経済にとっては心配な動きである。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・政権への不信感が募るとともに、アベノミクスが一部富裕層にしか恩恵をもたらさない政策であったことが一般層に認識され始めている。
		高級レストラン（経営者）	・8月は例年通り企業もお盆休みを取るの、7月と比べると悪いだろう。ただ、例年よりも予約が入っているので、多少は良くなってきている。
		高級レストラン（専務）	・プレミアム付商品券だけでなく、東南アジアからの観光客向けに、県内で利用できるクーポンを配布している。11月以降は地域でいろんなイベントがあるので、このサービスが続けばかなり良くなる。
		スナック（経営者）	・これから夏休み時期に入るため、都心型飲食業は客数が減少する。また、夏休み明けはいつも支出を引き締めるので確実に売上は減少する。10月からやや回復してくる。
		競輪場（職員）	・客数や客単価等をみると、昨年度がピークであった兆候がみられる。
		美容室（経営者）	・2～3か月先の景気は必ずしも良いとは言えず、いわゆる「夏枯れ」の状態、現状維持かやや悪くなるだろう。業界全体で見ても今ひとつ客の動きが悪い。
		美容室（経営者）	・10～11月は結婚シーズンで忙しくなる予定だが、今の状況だといろんな意味で自粛ムードが高まる。
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入ってくるので、塾などにお金をかけるようになる。
		設計事務所（代表）	・消費税、株価の様子見となる。
		住宅販売会社（従業員）	・7月の集客状況からみると、1～2か月後に成約に至るとい見込みが立ちづらい。集客が少なければ成約も少なくなるので、3か月後は非常に厳しくなる。全体的に景気が良いのか悪いのかが不透明であるため、購買意欲も下がってきているという状況である。
	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）	・8月は原料の供給が落ちついてくる。スーパーからはお盆商戦やギフト関連での引き合いが期待できる。円安による輸入抑制や、国内生産の固定化があり、8～10月は鶏肉相場が高値安定で動く。鶏肉業界は概ね順調で、当社もマイナス要素はない。
		食料品製造業（経営者）	・原材料の収穫が始まり、それに伴い販売も増える。
		繊維工業（営業担当）	・競争相手が減っている。
		家具製造業（従業員）	・ホテルや商業施設の2020年に向けての設備投資動向が見えてきた。特にホテル物件は、見積金額ベースで前年比200%以上となっている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・業務用に関心する自治体が増えている。該当事業の終了時期が迫ってきているので、まだ購入していない自治体の駆け込み需要が期待される。
		化学工業（総務担当）	・ベースアップや賞与増額が実施された。
		金属製品製造業（事業統括）	・引き合いが増加傾向にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体分野の受注量の減少が気がかりではあるものの、相対的には景気は上向きである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・生産性などを改善・改良し、従来の受注状況でも利益が出る体制にした。受注量さえあれば必ず利益は出るが、今後の課題としては、現状の仕事でいかに実を上げ、新規事業に取り組むかということだ。少しずつ新規受注先を開拓して、その仕事を完全に仕上げるという戦略に切替えていく。
		電気機械器具製造業（取締役）	・車載関連で、量産前の試作段階での引き合いが増えてきている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車投入効果による生産量の増加が見込める。
		建設業（従業員）	・最近引き合いが多くなり、見積案件も増え、順調に受注できている。しかし大型物件が少なく小ぶりである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	建設業（社員）	・公共事業の発注がもっと増えてほしいが、今年度の予算をみたらさほど期待はできないようだ。現在の状態が長く続く心配である。
		輸送業（従業員）	・客の情報では、9月にかけて今から在庫を積み増ししていく予定で、取扱金額の増が見込める。
		輸送業（総務担当）	・既存得意先からの受注量が、例年に比べて増えている。また新規の貨物情報も増えており、今後の物量増に期待している。
		金融業（従業員）	・住宅投資はやや盛り上がり欠けているが、製造業では設備増強や更新の動きが出てきている。また、人手不足感が強まってきており、賃金を上げる動きが次第に広がってきている。
		金融業（営業）	・円安による製造業の国内回帰の動きは続いており、景気はやや上向きで推移すると考える。
		金融業（得意先担当）	・非常に厳しい景況感なのは変わらない。ただし、「プレミアム付商品券が地域活性化につながるのでは」という期待を経営者からよく聞く。年末まで取扱が続くが、少しでも景気浮揚の一助になればよい。
		不動産業（従業員）	・不動産等投資の増加や、価格上昇が当面継続する。
	農林水産業（営業）	・国内在庫の状況が好転していないので変化はない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口に向かって良くなるだろうが、原料である陶石の価格が大幅にアップする。今後の動向が危惧される。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・ヨーロッパ向けの輸出が悪い。アメリカ向けが若干良いが、どうしても為替が読めず不安要素となっている。	
	建設業（経営者）	・政治的な要因もあり、今よりも良くなることはなかなか難しい。	
	輸送業（総務）	・しばらくは変化しないと予測している。	
	通信業（職員）	・社全体では、今年度まではメガソーラー関連の受注が好調のままで推移する見込みだが、自部門の省エネシステム関連は伸び悩んでいる。	
	通信業（経理担当）	・すでに受注した案件で当面の業務量を確保しているが、その後の新規案件が少ない。	
	金融業（従業員）	・悪くなる材料もないが、良くなる材料もない。プレミアム付商品券もあるが、起爆剤となる大きな要因となるものが今のところ見当たらない。	
	金融業（調査担当）	・資金需要が比較的旺盛な医療介護分野には、大きな変化はない。	
	新聞社〔広告〕（担当者）	・世界遺産の登録で九州・山口県への旅行客が増えるなどインバウンドの需要が見込めるため、旅行、ホテル関係の出稿が増える予想だが、その他プラス案件が少なく全体では前年比90%代前半を推移する。	
	経営コンサルタント	・景気回復に向けての力強さが不足しているようだ。	
	経営コンサルタント（社員）	・中国人観光客の買物が増えているが、安定した売上アップにはつながっていない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・今年になってから経済は順調に成長してきた感覚はあるが、ここにきて不安材料が出始めていて、若干足を引っ張りそう。九州の場合は中国などの影響もあるので、それを加味すると必ずしも右肩上がりで良くなることはあり得ない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、「引き続き好調に推移する見通しである」と回答する会社が多い。	
その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・新規業務は、地方創生の総合戦略策定等に関する案件が多く、入札やプロポーザルがあるので、受注の見通しが立ちにくい。また、外部に発注せず、内製する市町村もあるため、売上が今後も良くなるとは言えない。		
その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・過去にあまり経験したことがないような好況感である。		
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・新規建築物件の見積りや契約が6月中旬頃から大幅に減少している。契約残はあるが、夏場に入り工事の遅れもあって、荷動きが良くない。秋口から着工となる建築物件はあるものの、材料手配に入るまで時間がかかる。今後しばらくは受注減、販売減の状態が続くそうである。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・8～9月は、受注数量が今月より悪くなっている。今後の見通しのつかない状況にある。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	・ギリシャの財政破たんや中国企業の株価暴落など不安材料がたくさんあるなか、今後の期待は薄いと考えている。	

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
		広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込受注枚数は、前年同月比98%と停滞基調が続いている。取引先からも、販促費が増加する話はない。前年割れで第1四半期が終わり第2四半期となるが、政府・日銀が新たに景気刺激策をとらない限り、景気回復を実感できる状況にはならない。
		広告代理店（従業員）	・前年並みはあり得ない。
	悪くなる	-	-
雇用 関連 (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・インターンシップの学生を受け入れているが、数年前と比べ内定企業を数社持つ学生が多く、企業の景気回復がみられる。一方で内定企業は地元九州より、関東や東京の企業が多く、東京一極集中が課題である。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・今年の熊本は長雨で、農や食の分野の動きが鈍かった。これからは人の動きも活発になり、中心市街地、レジャーなども盛り上がりすると予想される。
		職業安定所（職員）	・これまで、建設業や製造業の企業にヒアリングすると、業況の変化は感じられない答えが多かったが、今月は、特に輸送機械関連の製造業で、政府の経済対策の効果が業績に現れてきたという回答が増えた。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・好転する材料も悪化する材料も見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・注文数は落ち着いてきている。直接の求人での採用が増えている。登録に来てすぐ採用が決まったという方が多くなっている。
		人材派遣会社（社員）	・仕事はあるが求職者の満足する仕事は少なく、雇用が安定しない。
		人材派遣会社（営業）	・急激な上昇は望めない。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・大手コールセンターが当地で積極的に求人を増やしているため、その影響で求人そのものは増えている。中小企業は欠員補充の求人だが人員確保が難しく、経営にマイナスに作用している。従来のように、雇用が増えると景気が上がるというような単純な見方はできなくなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人の大幅な増加はみられない。月間有効求人倍率が1～3月は1倍を超えたが、4～5月は0.9倍台に落ちた。
		職業安定所（職業紹介）	・求人数について前年比では増加が続いているが、前月比では横ばいが続く。
		民間職業紹介機関（社員）	・労働者派遣法はどうなるのかという問い合わせがでている。新聞、雑誌の内容で回答しているが、法律成立するかしないか、またその内容次第で今後の依頼の増減に影響しそうだ。
		民間職業紹介機関（支店長）	・改正労働者派遣法がいまだに成立せず、顧客も慎重な態度である。法律そのものが以前よりも分かりにくい。派遣元事業主に必ずしもメリットはない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業ヒアリングをしていると、企業の採用意欲は引き続き旺盛であることがうかがえる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・しばらく企業による新卒の選考活動が続くため、景気動向の見通しについては数か月先の状況を見る必要がある。
		やや悪くなる	
悪くなる		人材派遣会社（社員）	・夏場になり、より一層求人数は落ちてくる。

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔菓子〕 百貨店（営業企画）	・沖縄県内への観光入域客が増える見込みとなっている。 ・免税売上を除いても、全館では順調に前年をクリアできているが、中国経済情勢が今後どう変化するかで、これまでの伸びが変動すると思われる。今のところ9月までは免税売上も順調な伸びを見せられると思われるので、このまま堅調に推移すると予測している。
		コンビニ（経営者）	・近くに宿泊施設が増加しており、入客増が見込める。
		コンビニ（経営者）	・居酒屋街の活性化で、20～30歳の来客数増を見込んでいる。

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）	・この先も台風発生シーズンのため、台風の影響が出てくると分からないが、現時点での予約状況から推測できる今後2～3か月先の客室稼働率は今月よりやや良くなる見込みである。また9月には大型連休を控えているため、予約状況が好調である。	
		通信会社（店長）	・9月以降に人気端末の新機種が発売されると予想しているので、話題性も手強い、かなり市場は活気付くのではと期待している。	
		観光名所（職員）	・予約数など前年度を超えそうだが、インバウンド客の状況次第では若干悪くなると考えている。	
		ゴルフ場（経営者）	・全体的に需要が増えているような感がある。	
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	・2～3か月先も1品単価は少し高い状況で維持すると思われる。	
		コンビニ（エリア担当）	・外国人観光客の増加はあるが、免税措置のある量販店に流れている。客の店の使い分けが明確である。絶対数が増えるため、底上げはするが、競合店増加もあり、前年並みの売上を維持することがやや厳しくなっている。	
		コンビニ（エリア担当）	・県内の安定した動向は今後も続くと判断する。	
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、販売量、金額共にさほど変化はない。一般的に報道されている、景気が良くなっているという感はあまり感じられない。ただし、売上の下げ止まりは感じているので、もう少し様子をみたい。	
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる理由も悪くなる理由も見当たらない。しっかり自分の商売をやって行く事が大事である。	
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・競合店出店の影響が見極めづらい。	
		旅行代理店（マネージャー）	・可もなく不可もなくといった感じで、横ばい傾向である。	
		住宅販売会社（代表取締役）	・土地価格の高騰が見られ、購入が難しくなる。また、受注案件の着工時期に際し現場職人の不足により契約工期が守れるか懸念される。	
	やや悪くなる	一般小売店〔鞆・袋物〕（経営者）	・中国の景気に合わせて、東南アジア系の外国人観光客の動きが少し心配である。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・零細企業が集まっている商店街では単価の競争も限度があり、個々の店では残念ながら対応できない点もあるなど、色々な面で大変苦戦している。大型店は生き残れるかもしれないが、このままでは末端の零細企業は危機的な状況に陥っていきとみている。	
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）		・観光客は相変わらず好調に増えており、大衆居酒屋から、観光客にターゲットを絞ったステーキハウスにリニューアルした店舗や観光客向けに琉球を前面に打ち出した飲食店などが増えてきている。地元客中心の大衆居酒屋は非常に厳しい状態にある。		
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・お盆等も控えており、秋の運動会、行楽シーズンも続く。また、引き続きクルーズ船の入港などもあり、消費の拡大が期待できる。	
		輸送業（営業）	・外国人観光客増による観光関連貨物の需要増が見込まれる。物流業としても徐々に取扱貨物が増えてくるとみられる。	
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・特に変動はない。	
		広告代理店（営業担当）	・民間企業の販促投資は決して積極的とは感じられず、官公庁予算に依存する状況が続いている。しかし、官公庁予算の獲得は県外企業との厳しい競争を強いられているため、当社のような県内企業はますます厳しい状況が続くものと考えている。	
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・新規の引き合い及び相談件数が少なくなっている。	
		輸送業（代表者）	・与那国は陸上自衛隊工事で活況を呈しているが、宮古や石垣では後続の公共工事の本格化が待たれる。観光客は盛況であるため、先々は民間工事も大いに期待できると考えられる。	
	悪くなる	-	-	
	雇用 関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(沖縄)	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・企業からの求人に、求職者不足で対応できていない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・これから求人数が減少していく。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・毎年夏季は、件数的な変化はあまり見られない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・現在の良くなったように感じ始めた状況からは、急激な上昇感は得にくいと考える。しばらくは、横ばいではないかとみる。
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・社会的状況に不安要素が多く見通しが悪い。先行き不安である。
	悪くなる	-	-