

・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	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要に向けた商戦がそろそろ始まるため、高額品、消耗品を中心に売上が良くなる。	
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要に加えて、電気料金の値上げ対策として、省エネ性能の高い冷蔵庫、LED照明などの省エネ商品の販売増が見込まれる。	
		家電量販店（地区統括部長）	・消費税増税前の駆け込み需要がピークとなり、前倒しではあるが、販売量が増える。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が予想されるため、3月までは良くなる。	
		百貨店（売場主任）	・全体での売上が前年並みであるのに対して、特選品、宝飾品の売上が前年を5%以上上回るなど引き続き好調である。高額品の購入が目立っていることから、消費税増税に向けた防衛策ともみられるが、顧客以外の新規客の購入も増えているため、市場全体に期待感がある。	
		スーパー（役員）	・客単価上昇の要因は商品単価の上昇によるものであるが、顧客の商品選定の動向をみると、若干質の高い商品が動いており、景気がやや上向いている。	
		スーパー（役員）	・消費税増税ともなう需要が見込める来年の3月までは、売上が前年を上回って推移する。	
		衣料品専門店（経営者）	・年末から新年にかけて、新春福袋などの売上が伸びることが期待できる。また、百貨店や家電量販店、大型スーパーなどではチラシで売出しを打ってくる。	
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。	
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響に加えて、各メーカーの新型車発表による相乗効果があり、販売量の増加が見込まれる。	
		スナック（経営者）	・現政権の経済対策により景気が大分良い企業もあるため、忘年会や新年会が数多く行われることを期待している。	
		タクシー運転手	・例年、年末はタクシーの利用が最も多くなる月であり、これから冬期間に向かって売上也良くなっていく。	
		タクシー運転手	・2～3か月先になると、寒くなり、雪が積もるようになるため、タクシーの利用も増える。また、年末年始にかけて帰省客が増えるため、帰省客による需要も見込める。	
		観光名所（従業員）	・今年度は、毎月、前年比で10%以上利用客が増えており、このトレンドへのマイナス要素を見付けることができない。さらに冬期間は東南アジアからの観光客がこれまで以上に期待できる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・商店街を日々見ているが、地域の経済や消費動向などに変化がみられず、景況感をつかめないのが実感である。
			商店街（代表者）	・2～3か月後はバーゲン月に入ってくるため、バーゲンで買物をしようという客も来店することになるが、その一方で消費税増税を控えて買わずに我慢しようという客もかなり多いとみられるため、全体としてはプラスマイナスゼロでそれほど変わらない。
			商店街（代表者）	・株価等は良い方向で動いているが、このまま続くのかが不透明である。
			商店街（代表者）	・氷まつり等のイベントも行われるが、売上増加に直結するような各店舗の販促活動は一部を除き計画されていない。さらに、気象条件の厳しい時期であるため、消費税増税の直前とはいえ購買意欲の沈滞ムードが継続する。
			商店街（代表者）	・デフレ脱却に向けて取り組んでいるが、結局、消費者は安いものを中心にしか買わない状況である。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・本州の大きな街から来た観光客からは相当景気が良くなったという話も聞くが、北海道では土木関係者以外はかえって悪くなったと話す人の方が多い。特に燃料価格が上がっていることで、これから冬を迎えて、秋より景気が良くなる様子はない。			

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
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・高いものが売れたり、客の購買頻度が上がったという消費行動がみられるまでには至っていないため、ここ2～3か月は今の横ばいの状態が続く。
		百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報によると、12月以降は寒さが厳しくなるため、特に防寒コート、ニット関連の動きが活発になる。また、現在、クリスマスシーズンに向けての商品、お歳暮などが早期展開で順調に動いているほか、おせちも順調に予約が入っていることから、今後期待できる。
		百貨店（売場主任）	・当店では高級時計や家電を得意としていないため、消費税増税前の駆け込み需要はあまり期待できない。また、客からも所得が増えたとの声を聞かないことから、必要なものだけを慎重に買っている様子が見られる。
		百貨店（販売促進担当）	・現政権の経済対策にともなうパブル景気も一段落し、高額品の売上が鈍化してきた。また、北海道では電気料金の値上げや、灯油価格の高騰にともなう暖房費の増加により、家計が圧迫されるため、先行きの不透明感がぬぐえない。
		百貨店（販売促進担当）	・依然として、来客数の前年割れが解消されず、客単価を維持しながらの売上客数の増加が課題となっている。消費税増税前の駆け込み需要を想定した企画を予定しているが、地方店舗では伸びしろが大きいとはいえない。
		百貨店（役員）	・大きな変化につながるような気配が感じられないため、今後も変わらない。
		スーパー（企画担当）	・冬に入り、電気料金やガソリン価格を始めとするエネルギーコストが上昇している。消費税増税前の駆け込み需要もまだみられない。また、食品表示問題の影響でホテルのケーキ、料亭のおせちの予約状況に多少の変化がみられるなど、足元の消費動向は小康状態を続けている。
		コンビニ（エリア担当）	・回復の兆しはみられるものの、免許品や嗜好品については前年比で5%前後の減少が続いている。夜間から深夜にかけての来客数も前年比で5～8%の減少となっている。
		コンビニ（エリア担当）	・12月はボーナス月であるが、道内の支給状況が大きく変わらなければ、クリスマス商戦、年末商戦は厳しいものとなる。
		コンビニ（エリア担当）	・一次産業は収穫の時期で1年間の収入が決まってしまうことになるが、当地の漁業の漁獲高が悪かったため、今後も現在の状態が続く。
		衣料品専門店（店長）	・毎日のように商店街の経営者などと話す、どこも景気はあまり良くない。全般的に景気の悪い状況が続く。
		家電量販店（店員）	・12月商戦における高付加価値商品や省エネ家電の売上増を期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・客との話の中で、先行きに不安感をあらわにする場面が少なくなってきた。
		自動車備品販売店（店長）	・2～3月は消費税増税前の駆け込み需要による新車購入の影響により、当店でも駆け込み需要が起きるとみられるが、それまでは景況感に変化がないまま推移する。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・当店では消費税増税前の駆け込み需要は期待薄だとみている。将来的な不安があるため、収入は貯蓄に回ることになり、景気にも影響することになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・食品表示問題の報道が収まらないが、ホテルやレストランが過剰に悪者扱いされており、現場は意気消沈している。内部の脱力感が飲食業界への景気高揚感に水を差しかねない状況にある。
		観光型ホテル（経営者）	・来客数や客単価は緩やかな回復傾向にあるが、消費税増税を控えて、消費動向が旅行やレジャーよりも消費財の購入にシフトしているため、物価上昇によるコスト高と合わせて厳しい状況が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・秋以降、海外旅行が堅調だが、2～3月にかけての状況がみえてこない。一方、国内旅行は10月まではけん引役を果たしていたが、11月は海外旅行と立場が逆転している。12月、1月もふたを開けてみなければ分からない状況であり、今後、景気が上向くような勢いが感じられない。
		旅行代理店（従業員）	・来年4月から消費税増税が実施されるが、旅行は日用品ではなく、ぜいたく品に分類されるため、あまり影響がないとみられる。むしろ、他業種における駆け込み需要の動向が気掛かりである。

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	
		タクシー運転手	・ここ半年の状況をみると、景気を持ち直し感が出ている。ただ、現状は下ぶれ傾向が出てきているため、今後、リスクが大きくなることが懸念される。また、人材の雇用がままならない状況にあるため、年末から来年にかけての落ち込みも懸念される。	
		タクシー運転手	・今後の予約状況などから、景気は大きく変わらない。	
		通信会社（企画担当）	・販売ペースが以前よりも若干改善しており、今後もしばらくは継続する。	
		観光名所（職員）	・一部の業界や一部の企業のみ景気が良くなっている印象であり、当業界には全く実感がなく、今後の見通しも立たない。	
		パチンコ店（役員）	・季節的な問題もあり、ハウスメーカーの受注はそろそろ頭打ちになる。また、流通業においては、食品表示問題の影響が懸念される。	
		美容室（経営者）	・一般的に景気が良くなったとの実感がないため、当分は今の消費状況が続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要も終わり、しばらくは落ち着くことになる。	
			住宅販売会社（従業員）	・今後は来年3月末までに引渡し可能な分譲マンションの販売が活発化するとみられるが、そのようなマンションの在庫はとて少ないため、売上の増加につながるほどではない。
	やや悪くなる		スーパー（店長）	・来客数、客単価とも前年割れが続いており、売上も右肩下がりトレンドとなっているため、今後はやや悪くなる。
			スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が生じるものの、その後の反動が懸念される。
			その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・石油製品価格が高値で安定しているため、冬季に向けて節約志向が強くなる。
			一般レストラン（スタッフ）	・使用食材価格の値上げにともない、やむなくメニューの値上げをしたが、客は単価の低い商品を選ぶため、期待したほど客単価が上がらない。外食に関しては節約志向が強いようである。
			観光型ホテル（スタッフ）	・前年にみられたような需要を喚起する大型のイベント、コンサート、スポーツ大会が開催されないため、今後についてはやや悪くなる。
			旅行代理店（従業員）	・2～3月の東京便の供給座席数が前年よりも減少するため、観光客数の大幅な増加が期待できない。
		通信会社（社員）	・これまで消費が活発だったのは、消費税増税前の駆け込み需要が大きき要因であり、それ以外で特段景気が良かった印象もなければ、そういった声も聞かれない。景気に関しては、消費税増税による要素を除けば、例年と変わらないという声が多いため、増税後は景気後退が待っていることになる。どの客も来年に関しては期待よりも不安を先に考えている。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・本格的な冬を迎えるため、運航状況が悪化し、輸送量が減少することになる。	
		住宅販売会社（経営者）	・駆け込み需要が一服して仕事量が落ち着くことになる。また、職人不足は今後も続くと思われる。	
	悪くなる	—	—	
企業動向関連 (北海道)	良くなる	○	○	
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・引き続き受注件数と新規案件が緩やかながらも増加している。また、単価に関しても持ち直しの動きが続いているため、今後の景況感はやや良くなる。	
		金融業（企画担当）	・個人消費は、高額商品を中心に駆け込み需要が活発となる。建設業界は、工期の遅れが懸念されるが、年度末に向けて堅調に推移する。観光関連は、冬の北海道人気が高まっている東南アジアからの観光客が増加する。	
		コピーサービス業（従業員）	・緩やかであるが、確実に受注が増加傾向にあるため、今後についてはやや良くなる。	
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・現在の受注残が増えているため、今後についてはやや良くなる。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。	

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
	変わらない	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・この時期、官公庁の工事、納品が多数あるため、売上は確保できる。さらに、大型設備案件があることに加えて、消費税増税による駆け込み需要も見込まれることから、今後の展望は明るい。
		食料品製造業（役員）	・特に大きな受注案件もないが、取引が終わるような案件も今のところはみられないため、2～3か月先も受注量に変化はないとみている。
		家具製造業（経営者）	・住宅建築の駆け込み需要が終了し、今後はそれにとまなう家具の受注減も懸念されるが、現状はまだ好調を維持している。来年4月の消費税増税前までは堅調な受注が見込まれる。
		金属製品製造業（役員）	・現在、消費税増税前の駆け込み需要が起こっているため、今後2～3か月後も変わらない。
		輸送業（営業担当）	・今秋、台風が多く襲来したことで、鋼材の輸送に支障をきたしており、現在、内航船に鋼材の輸送が集中しており、小型内航船の備船料が高騰している。飼料や肥料原料の輸送にも影響が出始めている。
		輸送業（支店長）	・冬期間となるため、年度内までの大型の引き合いや物件照会は期待できないが、来期に向けての顧客、荷主情報に大きな期待感がある。
		司法書士	・大都市部や大手企業のみが回復傾向にあり、当地の不動産や建築等については、今後とも大きく変化することがない。
		司法書士	・住宅新築、改築等において消費税増税前の駆け込み需要が生じることを期待している。
		司法書士	・これから降雪時期となってくるが、家計は灯油価格の値上がりなどで出費を抑えてくることになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・建設工事が集中して、レンタル機械の供給が追い付かない状況にあるため、今後も機械が回らず、大きな伸展はみられない。
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・季節的な影響や首都圏における建築工事需要が拡大する中で、道内の労務者が少なくなっており、道内の建築工事については縮小せざるを得ない状況にある。
	悪くなる	建設業（経営者）	・現在施工中の物件が徐々に完了するため、会社としての稼働は落ちていくことになる。公共工事の新規受注は補正予算によるものも、ゼロ国債によるものも3月以降となり、民間工事については消費税増税の影響がどうなるかよく分からない。
雇用関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・11月の大型スーパー及びホームセンターの出店に加えて、12月も大手家電量販店が郊外に新規出店することから、今後、さらに人材不足に拍車がかかる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・年末商戦と消費税増税前の駆け込み需要が本格化することで、雇用情勢が改善することを期待している。
		職業安定所（職員）	・大規模な経済対策の効果が出ており、当面は求人数の増加傾向が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税を前にして一時的に購買動向が上向くため、雇用情勢もやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数が増えているが、景気回復といえるかは疑問である。数ではなく、待遇面の充実がなければ、景気の回復は見込めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人広告件数は例年を上回って推移しているが、今後、さらに勢いを増すまでの気配はなく、現在の高水準を保ったまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めるが、その後の動向は不透明である。雇用関係では、求人数は多くても、求職者数が一層減少するとみている。ミスマッチや少子化などの要因もあり、バブル期のような求人難の時代が訪れそうな気配がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現政権の経済対策の効果は地方には及んでいないが、TPPを別とすれば大きなマイナス要因も見当たらないため、非正規雇用を中心に求人数は現状を維持する。
		職業安定所（職員）	・今後も建設業などでは人手不足による求人増が見込まれるが、水産加工業などの製造業ではイカの不漁により、生産を縮小している業者が一部でみられるため、今後もイカ漁が回復しなければ、業者への影響が拡大し、景気に影響を与えかねない。

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	人材派遣会社（社員）	・企業の求人意欲は高いものの、ミスマッチなどにより予定の採用数が見込めなければ、事業スピードが遅くなり、予想していた収益を確保できなくなる可能性がある。
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)	良くなる	乗用車販売店（経営者） タクシー運転手	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化することに加え、年末年始にかけて発売予定の新型車に期待が持てる。 ・悪くなる要因は見当たらない。震災後にお手伝いしてくれた方々や地元プロ野球球団が日本一になった関係で、人が多く集まっているようである。そういったことで、これからもますます良くなっていくのではないかと。
	やや良くなる	商店街（代表者） 一般小売店〔医薬品〕（経営者） 百貨店（売場主任） 百貨店（総務担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（経営者） スーパー（店長） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（店長） 家電量販店（店長） 家電量販店（店長） 家電量販店（店長） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員）	・これから冬が到来し、小売業、特に衣料品、ファッション用品、コート関係、防寒物、そして除排雪、防雪、雪の片づけの器具等がよく売れていくことが予想される。猛吹雪や台風がない限りは景気は上向くだろうと期待している。 ・12月は必要なものを買うため客も結構動く。ボーナスが良ければ、客もそれに合わせて多めに購入する。ただ、気候の良し悪しも影響するので未知数のところもある。 ・商品群には偏りが見られるであろうが、駆け込み需要は発生する。 ・これからのクリスマス、年末商戦、初商、3月までは、消費税増税前の駆け込み需要や、耐久性のある商品、自分へのご褒美といった部分への消費は見込め、2、3か月という短期的な部分でいえば今よりは多少需要としては伸びていく。ただし、4月以降に反動がくることは明らかである。 ・来年の初売りは、消費税増税前の駆け込み需要もあり、前年を上回ることが予想される。その後も3月までは駆け込み需要が続くことが見込まれる。 ・4月の消費税増の前段階で若干高額品の動きがあるものと予測される。 ・「オリンピックまでは仕事がいっぱい困ることはない」と言う建設業や製造業が増えている。建設関係は人件費が上昇しているとのことで、今後景気の波及効果が期待できるのではないかと。 ・来客数、客単価共に前年比110%で推移している。 ・一般企業のボーナス増加や消費税増税前の駆け込み需要などにより、客単価が上がる可能性が高い。 ・コンビニは消費税増後も新規出店を加速する。 ・年末年始に向けて活気が出てくる時期なので、今よりは良くなる。 ・消費税増税前の駆け込み需要が増えると予想される。 ・消費税増税前の駆け込み需要が徐々に増えてくると予測される。 ・消費税率引上げによる需要の増加が見込める。 ・当県は震災からの復興需要で新築需要が増えている。また、この先2、3か月間は消費税増税前の駆け込み需要により、前年比で2けたの伸びを期待している。少しずつ伸びて、3月がピークになるとみている。ただ、4月以降の反動は注意していかなければならない。 ・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。 ・個人、法人共に消費税増税前の駆け込み需要がより強く出てくる。それにより、前年を上回って推移するとみているが、その好調さに果たして供給が追いつくかどうか懸念される場所である。 ・12月から来年3月にかけて、更なる新機種の発表が予定されており、かなりの期待が持てる。 ・消費税増税前までは駆け込み需要があるとみている。 ・消費税増税前という、駆け込み客が今から増えてきている。

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
		乗用車販売店（店長）	・東京モーターショーも始まり、年末年始に向けた各社の新型車情報も入ってきている。顧客の反応も思った以上に良いので期待感が持てる。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税とクリーンディーゼル補助金締め切りの駆け込み需要が本格化することが予想されることに加えて、初売効果が上乗せとなり、現在よりも若干上向き傾向になることが考えられる。
		住関連専門店（経営者）	・来年の4月から消費税増税があるので、それまでに耐久消費財等々の買換え、又は新築需要での納入ということで、現在よりは良くなるだろうとみている。しかし、その反動も心配しているところである。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税増税が大きな影響を与えている。消費税増税を意識したユーザーに便乗し、動きが良くなっている。ただし、市場は春までの一過性の流れと見ているようであり、4月以降の反動が懸念される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・お歳暮、年始ギフトは例年並みの販売量を予測している。今年はギフト商戦のスタートが例年よりかなり早くなっている。消費税増税等の動向もあり、消費者が少し気がせまっているのかもしれない。この状況を前向きにとらえ、年末年始に少しでも購買意欲を高めてもらえるよう企業努力をしていきたい。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・消費税増税により、多少の買い急ぎがあるのではないかと予想している。しかし、制服のようにサイズがある場合は難しいかもしれない。その他のものでの動きに期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税前の駆け込み特需がある程度見込まれる。
		高級レストラン（支配人）	・クリスマスや年末商材の展開や報道等による景気の上向き感もあり、購買や飲食費に回る予算が増える。
		一般レストラン（経営者）	・商品を少々値上げしたが、客単価が3か月前と比べ3～4%上がっている。価値があるような値上げであったため、それに客が付いてきたということではないか。この分だと、当分良い状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子を見ていると、建設業やそれに関わる商売の人たちは皆忙しいようなので、やや忙しくなると予想される。
		スナック（経営者）	・忘年会シーズンに入り、徐々に団体の予約も入ってきているので、多少は売上も期待できるのではないか。
		旅行代理店（店長）	・消費税増税による駆け込み需要で、一時的な売上増加が見込める環境である。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税を前に一時的な買いだめに走るのではないか。ただし、一般的には収入が増えていないので、その後の消費低迷も見えている。
		観光名所（職員）	・来客数等は前年並みだが、3か月前と比べると客単価が上がってきているということは、客の購買意欲という点に変化が出たのではないか。今後はチャーター便での乗り込みもあるようで、予約が前年同時期より増えている。客単価の上昇と来客数の上昇に相乗効果が生まれれば、景気は上向きというか、店にとっては良い方向に向かうのではないか。
		観光名所（職員）	・12月と2月に大きなイベントがあり、期待をしているところである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景況としては、消費税8%実施までは伸びるとみているが、その後については不安が大きい。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受注残の工事代金が2か月分溜まっている。加えて、消費税増税前の駆け込み工事の受付が直前までであると予想する。
	変わらない	商店街（代表者）	・地元プロ野球球団の優勝もあり、人出とムードは良いが、数字はいまいち付いてきていないのが実態である。今後も一進一退を続けながら新年を迎えることになると予想される。
		商店街（代表者）	・地元プロ野球球団の優勝効果は一時的であり、今後への効果は期待できない。年末商戦となるが、賞与の伸びも期待できそうになく、飲食店での会合も年々客単価が下がってきており、更なる工夫が求められている。
		商店街（代表者）	・秋口に県外資本の郊外大型店立地が相次いだ。整備された郊外商圏における低価格での商品提供により、中心商店街はより苦境に立たされている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・一般的な消費については、必要なもの以外を買い渋る傾向は続く。年明け2、3月の消費税増税前の景気動向に合わせて消費も動いていくのではないか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・一部ではアベノミクスの効果が表れているという話を聞くが、繁華街では全くといっていいほどアベノミクスの効果は表れていない。また、来年4月の消費税増税のために、買い控えがそろそろ始まっており、その影響もあるのではないかと。売上は良くなる見込みはなく、変わらないとみている。
		百貨店(企画担当)	・年末年始の動向は、今月の微増基調で変化無しとみている。消費者意識も徐々に消費税増税前の駆け込み意識は出てくるものの、基本的な不要不買の意識は変わらない。ただし、増税前の春物商材の展開が前倒しになることが予測され、その動向如何ではプラスに転じる可能性もある。
		百貨店(売場担当)	・今月は他店舗のオープンにより、やはり多少なりとも影響を受けている。価格帯やターゲットは違うとはいえ、客の関心をついたブランドや商品の品ぞろえが及ぼす影響は今後も続く。同じトレンド商品であっても、百貨店に対して求めなくても低価格で買えるのであれば安くそこそこ見栄えがする新しい店での購入も当然といえる。また、消費税増税に向けてぜひたく品などは、今のうちに買っておくのではなく、我慢となるのではないかと予想している。
		百貨店(経営者)	・消費税増税前の特需は今後3月末をピークに上がっていくが、例年購入いただいている高額品で納期のかかる商品群の前倒しの影響で総売上は苦戦することが想定できる。
		スーパー(経営者)	・とりあえず消費税増税前の3月までは、現状を維持できそうである。
		スーパー(経営者)	・株価高や好景気企業の賞与増などによる末端消費拡大を期待したい。ただ、企業間の業績格差も出ていて、身近のところでも好業績企業といえるところは一部であり、地方の末端消費拡大にはもうしばらく時間を要する。
		スーパー(店長)	・競合各社を含め、価格競争は熾烈を極めている。12月を控えて、買い控えの傾向が顕著になっている。オーバーストアのなかでも競合の出店予定がぞくぞくとあり、営業はますます厳しくなりそうである。
		スーパー(店長)	・現状の食料品の儉約ムードは変わらない。
		スーパー(店長)	・近隣の競合店の状況や売上の現状の数値から、変わらないと見込んでいる。
		スーパー(総務担当)	・既存店の来客数が前年比95%と下がっている。これに伴い、買上点数も減少している。売上部門では牛肉、米、雑貨、加工食品などの売上が大幅に落ちている。スーパーはオーバーストア状態が続いており、今後も厳しい競合が続く。
		スーパー(物流担当)	・消費税増税に対する意識の高まりにより、耐久消費財への出費が増えることが予想される。その分食品への出費は金額的に抑える傾向になるとみられる。現状よりも良くなる要因がない。
		コンビニ(エリア担当)	・降雪量は例年より多いと予測されており、商圈徒歩客の来客数への影響を懸念している。
		コンビニ(店長)	・冬季を迎えるに当たり、復興の状況にもよるが、例年どおりであれば来客数の減少が予想される。電気料金の値上げや除雪費など、維持管理上の経費が掛かる時期でもあるので、厳しい状況には変わらない。
		衣料品専門店(経営者)	・消費税増税の決定以来、単価が前年を下回っている状況が続いている。増税直前では若干の駆け込み需要は期待できるが、2月までは単価の下落傾向が続くとみる。
		衣料品専門店(経営者)	・地方がもう少し元気になって景気が上向きになるような具体的な政策を打ち出してもらいたい。
		衣料品専門店(店長)	・冬物商材の立ち上がりを見る限り、今後も不安定な販売状況が続くとみられる。
		衣料品専門店(総務担当)	・品種目目によっては消費税増税前の購入を期待したいが、それ以外では回復の兆しがみえない。
		家電量販店(店長)	・現在の景気で恩恵を受けている業界もあるようだが、小売業界については消費税増税前の駆け込み需要がどの程度見込まれるのか全く不透明である。
		住関連専門店(経営者)	・店頭販売では来客数の動き等から、多少消費税増税前の駆け込みも見られる。内装工事については、公共工事や震災復興により職人が不足し、工事に支障が出ており、年内の新規工事は受注ができない状況となっている。

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
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前である程度の駆け込み需要があるのではないかと考えていたが、駆け込み需要は予想より少なく、来年の売上も例年どおりになるのではないかとみている。客は必要なもの以外の買物はしない傾向がある。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・価格が改定されても売上が変わらなければ問題ないが、恐らく年明けから春先にかけて動きがあるとみている。一般消費者が潤っていなければ景況が悪化することが懸念される。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・収入が増えず、支出が増える一方なので、購買意欲は落ちていく一方である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油業界の大きな収益源となる暖房用の燃料の販売においては、1月の気温の推移が大きく影響する。大方の予想では、寒い冬になる見通しであり、予想が当たった場合はそれなりの収益が見通せそうだが、お天気商売であり見通しは不透明である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油価格は徐々に値下がりしているが、まだ高値圏にあるため販売は低迷している。前年には届かない。悪い状況はまだ続く。
		一般レストラン（経営者）	・相変わらず一般的には、消費税増税が念頭にあるようで、高級店には法事や祝い事のような時にしか足が向かなくなっているようである。ぜいたくを抑えている人が大半なので、たとえ建設関係の人の購買意欲が上がったとしても、そこからの利益が常時購買意欲につながり飲食店に潤いが出るには、まだ時間が掛かるとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・来客数は前年と変わらないが、震災前の8割程度である。ホテル利用は日常生活に余裕ができた後の2次的なものである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・我々にとっては一番の繁忙期である。ただ、年末年始が暦の関係からか、客は様子見をしている。予約状況はほぼ予想どおりであり、今後の入込状態に期待している。
		観光型旅館（経営者）	・変化が見られるような特段の動きもなく、経済的にも沿岸部の復興がなかなか進んでいないことなどもあり、上向きにはならないと判断している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・長期予報でも、今年は前年と同じように大雪になるといわれている。今でさえ雨と雪に苦しめられているので、この先大雪が降るなどすれば、前年同様、景気が上向き様子などは見られない状況になるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルにとってはこれから稼ぎ時を迎える。忘新年会、クリスマスがあるが、先の予約状況は前年と比べ、法人は若干遅れている。また、個人の動きも悪く遅れている。ホテルを見る目が厳しくなっており、逆風が吹いている。今後の動向について注視していかなければならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年会が売上の柱となるが、現時点では定例の団体、協会以外の一般企業の動きは鈍い。ただ、建設関連の企業は各種会合で活発な動きをしている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年受注している宴会は、年明けについても受注できている。
		タクシー運転手	・消費税増税の時期が近付いてきており、皆さんの財布のひもが固くなってきている。
		タクシー運転手	・乗客との話題は、やはり来年から導入される消費税のことが多くなっている。大変心配している人が多い。このような状態では景気が良くなるとは思えない。
		通信会社（営業担当）	・物価の値上がり徐徐に進んでいるため、節約の傾向がみられる3か月後は変わらないが、4か月後はやや悪くなるのではないかと。ただ業種によっては消費税増税前の需要が見込まれるため、一時的に良くなると予想される。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税まではそのまま推移し、その後の景気はやや悪くなると予想している。
		通信会社（営業担当）	・来年以降も特に良くなる材料に乏しく、大きな変化は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・一般的に給与が上がらず、政府の報道にあったような内需拡大好循環の絵が実態に伴っていない。この状況は当面続くものとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けては、キャンペーン効果もあり加入者が増えているが、増加が見込めるのはボーナス月の12月までである。年明けは、新規の加入増加要素が見当たらないため、現状維持で状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・客先訪問でのヒアリングでは、コスト削減の話ばかりになる。
		通信会社（営業担当）	・景気が良くなるようなきっかけが見当たらない。
		競艇場（職員）	・売上の減少がみられる時期になるが、総体的には景気に大きな変化は無いとみられる。
		美容室（経営者）	・これから、クリスマス、年末、新年ということで催事的な盛り上がりはあるが、通常の日については同じような傾向が続くとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・受注残は増えるが、現場は職人不足のため、完成工事量が増えない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・12～2月にかけての予約状況が前年度と比べかなり低調であり、かなり厳しくなるとみられる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・雪が多くなり、あまり出て歩かなくなる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ここ1年くらいで主要商品の原価が劇的に上昇し、これからも上昇が続くだろうと仕入先から通告されている。しかし売価への転嫁はほとんどできないままである。加えて消費税増税をにらんだ節約志向はもう既に始まっているようだが、来年4月以降は更に大きな消費低落に見舞われるのではないか。このような経営環境下で、当店としても積極的な投資どころではなく、諸経費のさらなる節減を図ろうとしているところである。こういった状況は、程度の差こそあれ物販業全般にいえるし、その影響を考えれば楽観できない。
		百貨店（買付担当）	・消費税増税による駆け込みも期待できるが、その後における消費の冷え込みなどのマイナス要因が大きい。
		スーパー（経営者）	・来年4月の消費税増税を前に、1、2月は財布のひもが固いと予想される。
		スーパー（店長）	・4月の消費税増税を控え、消費者の眼はまず耐久消費財や大型商材などに向けられる。食品スーパーは3月に一時的な駆け込み需要があるだけで、その後はしばらく落ち込むと予想される。地方のスーパーにとって景気が好転する材料は見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・これまで好調であった客単価、買上点数の伸びが、ここに来て初めて鈍化しており、今後の見通しを暗くしている。年賀状申込の出足も鈍く、ポジョレーヌーボーの売行きも今一つで、年末商戦の序盤の売上が盛り上がり欠けている。
		コンビニ（店長）	・前月同様、消費税増税や原油価格の高止まりなどがあり、見通しはあまり良くない。何かを抑えておかないと後々困るのではないかという風潮が、特にサラリーマンの方の表情に表れている。単価も下がっていくとみられる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税を見据え、みなさんが生活防衛に入るのではないか。生活防衛に入れば、我々の扱う紳士服というのは後回しにされる可能性が非常に高くなってしまっているので、非常に景気が悪くなるのではないかと危惧している。
		自動車備品販売店（経営者）	・国土交通省直轄高速道路が東北自動車道に接続し供用が始まったが、年末年始の消費は隣接する県外の大きい市に流れるストロー現象の影響をまろに受けると予想される。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・4月の消費税増税を間近に、ますます財布のひもが固くなる。
		一般レストラン（経営者）	・例年1、2月あたりは景気が冷え込む。しかも、消費税増税前に色々な物を買ってしまおうということで、レストランで食事をするという方にはお金は回ってこないのではないか。また、現在は地元プロ野球球団の優勝に沸いているが、その反動でレストランは暇になるというか、非常に困った現象が起きることもある。財布の中身が増えない限りは、本格的に景気が良くなっていくことはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・被災地の震災特需が終わり、問い合わせ数、来館数共に前年を下回り始めている。来月以降の問い合わせや予約状況も前年よりやや低調である。
		旅行代理店（経営者）	・2か月先、3か月先の予約を見ると前年比が伸び悩んでおり、多少落ちてくるのではないかとみている。2月は92.4%となっており、平均しても100いくかというところである。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフに入っていくが、エネルギーを始め、いろいろな物価が上昇していて、消費を圧迫することが懸念される。4月からの消費税増税への対応にも苦慮している。

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	
	悪くなる	美容室（経営者）	・客の話を聞いても、食料品や衣類は買わざるを得ず、美容室にかけるお金をそちらへ回さないとやっていけないという方が多数いる。この先、景気が良くなるという人は、まだそんなにいない。	
		設計事務所（経営者）	・例年1月、2月は件数が減る時期だが、ここ2年くらいはそうではなかった。しかし今年は、施工業者で物件を抱えているからかもしれないが、消費税増税前の駆け込みの物件もないため、落ち込んでいくのではないかと予想している。	
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・年初めに商品が動かないのは通例だが、今現在、年初めに持ち越せる販売もないため、販売量は減るとみている。	
		コンビニ（経営者）	・競合各社の出店もあるが、昨今の従業員不足のため、近隣コンビニの募集時間給が高くなってきており、経営を圧迫してくるとみられる。	
		コンビニ（店長）	・既存店及び新店の売上が厳しい上に、雪が降ると来客数が減る。さらに、経費として除雪代が乗ってくる。かなり厳しい冬になると予想される。	
		衣料品専門店（経営者）	・毎年冬、特に2月は人が出ない。	
		一般レストラン（経営者）	・1、2月は天気が悪くなる。雪などが降れば来客数は減り、売上也落ちる。	
		観光型旅館（スタッフ）	・例年赤字のシーズンである。現状の予約状況では例年同様の結果となることが想定される。	
企業動向 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	建設業（従業員）	・現在発注されている大型の官庁復興案件の受注者が確定してくる。	
		食料品製造業（総務担当）	・ほぼ予定通りの売上をキープしている、原料価格もジリジリと下がっていると聞いている。	
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・年末に向けて販売促進用のチラシ作成の動きが例年より活発になっている。	
		土石製品製造販売（従業員）	・これから先は、雪に向けての補強工事や法面工事が出てくる。年末年始になると仕事が休みになるが、その分各家庭での消費が増えるのではないかと。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・タブレット端末等の需要がおう盛で、半導体製造装置関連の受注がやや増えつつある。	
		輸送業（経営者）	・消費税増税が決定し、増税前の駆け込み需要が期待できる。	
		通信業（営業担当）	・アベノミクス効果が出ている。	
		金融業（広報担当）	・市場環境の好転に期待している。	
		広告業協会（役員）	・年末、年始にかけての初売りセールは前年並みの動きだが、不動産、自動車販売は依然として好調なところから、今後は積極的な広告活動に動くものとみられる。	
		広告代理店（経営者）	・消費税率変更に伴う案件が増加してくると予想され、期待している。	
		広告代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。	
		金属工業協同組合（職員）	・受注量においては、自動車関連は元より半導体関連の動きが非常に活発になってきている。来年上期までは強気の受注計画が見られる。懸念材料は消費税増税がどう影響するかである。	
		変わらない	農林水産業（従業者）	・ふじりんごの注文数は前年と同じくらいであるが、原発の汚染水問題等もあり、震災前の8割程度といまだ戻っていない。
			食料品製造業（経営者）	・12月のお歳暮商戦を迎えようとしているが、現在と変わらないなかで推移すると判断している。
食料品製造業（経営者）	・製品コストは確実に上昇しており、その分利益確保が難しい。			
食料品製造業（営業担当）	・来年は消費税増税前の駆け込み需要を見込んでいるが、今年は好転する材料が見当たらず、現状に変化は無いと考える。			
繊維工業（経営者）	・自社の業界では、消費税増税による駆け込み需要等は無いので、今のところ変わりはないが、消費税増税による購買意欲の冷え込みが心配である。			
木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスが悪い。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・大手企業とのマッチング事業等を実施しているが、技術的には向上しながら価格を下げるという厳しい状況が続いている。技術に対して付加価値を認めるという認識が大手企業や消費者に広まらない限り、この状況は変わらない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体業界の状況は、これから2、3か月先では大きな変化がないとみられる。特に、モバイル機器、デジタル家電の新規開発量の大小がポイントになるが、現状は安定期に入っている。
		建設業（経営者）	・現在の受注が4月末ころまでであるので、現在の景気は続く。ただ、技術者不足や資材価格の値上がり、消費税増税後の受注が心配である。
		建設業（企画担当）	・作業員不足、技術社員不足が顕著になっており、対応能力に限界がきている。
		輸送業（従業員）	・物流の回復の足取りが鈍い。
		輸送業（営業担当）	・歳末商戦への期待感がある。
		通信業（営業担当）	・年度末にかけて駆け込み需要の期待はあるが、顧客の契約更新に対する反応には楽観視できないものがある。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因は無い。
		経営コンサルタント	・年末賞与の動向が見えるまでは様子見が続く。
		司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要による景気上昇の影響が数か月は残るものの、全般的な不動産取引動向は下がること予想される。
		公認会計士	・建設関係は需要はあるが、人手不足、資材価格高騰で思うように仕事が回らない状況である。落ち着くまでは現状維持の状態が続く。
		コピーサービス業（経営者）	・消費税増税前の前倒し発注に期待はするものの、ゼネコン関連企業以外の企業はそんなに豊かな状態ではないので、あまり変化はない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・賞与が出る見通しがなかなか暗いということで、購買には結び付かないとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・清酒の堅調な出荷推移から、今冬の飲食市場においては、このままやや良い状況が続くと見込まれる。冬らしい寒さも清酒需要には追い風である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・消費税増税前の需要増はあるが、その反動を懸念している。また納入価格の値下げ要請もこの先出そうで戦々恐々としている。
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・設備の集約等で効率化を図っているが、その分コストも時間も掛かりそうである。		
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・今年の冬は積雪量が多いという予報が出ており、果樹の枝折れや融雪時期の遅れが懸念される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、新興国経済に陰りが出ており、やや受注量が減少傾向にある。
悪くなる		—	—
雇用 関連 (東北)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・2015年春採用の大学3年生向けの採用活動が12月から始まるが、例年よりも前倒しで始める企業が増えているということに、採用意欲の高さがうかがえる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・何とんでも地元プロ野球球団の日本一、そして21万人を集めた優勝パレード等が消費マインドに多少なりとも火を付けている。このまま年末商戦、そして初売りに繋がれば景況感も上向きになる期待がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税後は景気に落ち込みが見られるかもしれないが、来年3月までは楽観視している。
		民間職業紹介機関（職員）	・自動車関連及び携帯電話関連の求人が増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・受託中の事業を運営するための人員確保に汲々としている現状がある。また、年度末に向けた需要に大きな動きもない。
		人材派遣会社（社員）	・小売業からの依頼増は、景況の高揚というより、人手が確保できないことが背景にある。状況変化の兆しがみえない。
		アウトソーシング企業（社員）	・11月は予想以上に仕事が増えたが、その理由がわからないので、今後は増えることはないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東京オリンピックが決まり、復興工事の労力や企業がオリンピック関連工事へシフトしており、今後復興の遅れが懸念される。
		職業安定所（職員）	・求人数は引き続き前年同期比増加傾向が続くとみられるが、正社員求人は3割台にとどまっている。
職業安定所（職員）		・求職者数は減少傾向にあるが、求人数が増えないため、求人倍率が低迷したままの状態である。	

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
		職業安定所（職員）	・前年度の求人数が多かったことから、前年比における求人数の減少傾向は続くと思われる。しかし、求人意欲の低下などは見受けられず、求職者の大幅な増加要因もないことから、有効求人倍率は高水準で推移すると考えられ、この傾向はしばらく続くと思われる。
		職業安定所（職員）	・年末年始に向け、求人数は飲食サービス業、卸小売業で増加傾向が続くとみられる。製造業、建設業の求人では一服感があるなど、業種による温度差がみられる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数については、ほぼ1年間同数で推移している。また、月間有効求人数については、23年4月から25年7月まで28か月連続で前年比2けたの増加であったが、25年8月から10月まで、3か月連続、前年比1けたの増加となっている。
		職業安定所（職員）	・求職者の減少はこの先も続くともみているが、今後、大量解雇を予定している企業もあることから、求職者が増加することも考えられる。
		職業安定所（職員）	・今後2、3か月も新規求人数は高水準で推移するものとみられる。
		職業安定所（職員）	・求人、求職共に季節的な変動は予想されるものの、他は特に目立った動きは無く、横ばいの状況と予想される。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・景気回復への期待感はほとんどうかがえない。消費税増税など先行きが予想しづらい状況で、採用も慎重になっている。
	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	コンビニ（経営者）	・気温が下がり雪もちらちらしてきたが、よほどの悪天候にならない限り現状維持できる。クリスマスケーキの予約なども絶好調である。
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月後はちょうど消費税が上がる時期であるが、それまでは本当に良くなる。今でも良くなっているため、3月一杯はさらに追い込みで忙しくなる。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前ということもあるが、周辺企業の業績回復に伴う賞与の支給がおおむね前年を上回ってきていることも、商工会議所等で確認している。このような環境下なので、消費は拡大傾向になると考えている。
		通信会社（営業担当）	・かなりの企業が賞与増額を予定しているため、例年以上に消費が高まると思われる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税を控えて不安であるが、良くなって欲しいという希望が強い。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末需要と重なり、消費税絡みの駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・来年の消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。また、景気全般に個人消費が若干上向きつつあるような客の様子も感じられる。
		百貨店（店長）	・冬の賞与に明るさが見えることと、消費税増税前の駆け込み需要が期待できるという点から、今後は多少景気が良くなると考えている。
		百貨店（店長）	・賞与増額及び来春の賃金増の話題と、消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		コンビニ（経営者）	・12月の歳末商戦については予約商品が多く、これは競合店とそれほどバッティングしないのである程度売上が見込めるが、例年あまり売上が伸びない1月や2月についてはやや低迷する。期待を込めての若干良くなるとの回答である。
	家電量販店（店長）	・3月の年度末までは消費税増税前の駆け込み需要があると予想している。4月以降の動きで景気の実際の動きが分かると思われる。	
	家電量販店（営業担当）	・前年より寒さが訪れるのが早く、暖房商品の動きが良い。	
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の直前までは多少、売上の好調が続くと思うが、4月過ぎには当然その反動が来るので、今からその後の生きて行くための対処、例えば優秀な新卒社員の採用などを考えなければならない。	

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
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、取得税がなくなる代わりに、軽自動車の自動車税が上がるとの噂があり、思ったほどの駆け込み需要がないかもしれない。
		乗用車販売店（管理担当）	・4月からの消費税増税に伴う駆け込み需要が増える。
		自動車備品販売店（経営者）	・現在、販売量があまりに悪いので、今ほどは悪くないだろうという期待と、自力で何とか良いところにもっていきたいということを加味して、良くなるだろうと推測する。
		一般レストラン（経営者）	・旅行シーズンと重なり、地元客は県外へ出かけてしまい、地元での消費を控える。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始で忘新年会が多くなり、来客数が伸びる。
		観光型旅館（経営者）	・旅館など宿泊業の場合、景気が良くなる最初のころは工場などで休日出勤が増えるため、かえって動きがない。それが一段落してから人が動き出すので、景気回復が落ち着いてきたこれから動きがあると思われる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから先、忘新年会等で良くなるが、まだ地域的には低迷している。
		遊園地（職員）	・外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客の来園を期待する。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・1、2月になると新学期の販売が始まるが、あまり期待はできないと思っている。今の景気の悪い状況が続くのではないかと心配である。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・これから寒くなるので暮れの需要がどうなるのか心配である。大手による食品表示問題に関するニュースが当店のよう食品を扱っている業者の売上に悪影響を及ぼさないよう願っている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税に伴う駆け込み需要による売上増を期待したいところだが、年度末等で生活出費の多い中、客の動向を見極めるのは難しい。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があるだろうが、今までのダウントレンドと相殺され、大幅なプラスにはならない。
		百貨店（販売促進担当）	・相変わらず価格訴求品やお得な情報への関心が高く、基本的に正価での販売は難しい。年末年始を控え、その傾向は強くなっている。気温の変化と主力の衣料品売上は多少連動すると思われるが、大きくは変わらない。
		百貨店（店長）	・10月の消費税増税の発表以来、非常に停滞している。
		スーパー（店長）	・数か月前から続いている売上の微増は、消費税増税までは今後も続くとみている。
		スーパー（総務担当）	・客単価は上がっていても、売上は落ちている状況で、来年4月には消費税増税もあるので、良くなるという期待はできない。景気は上がっているといっても、一般消費者にはお金回っていないように思う。
		スーパー（統括）	・来春の消費税増税が押し迫ってくる中、電気料金の値上げ、ガソリン、灯油価格の値上げなど、直接的な家計支出への影響が懸念され、先行きに不安がある。
		スーパー（経営企画担当）	・売上は回復してきているが、商品の値上がりによるものなのか景気が良くなって上がってきているのか、定かでない。
		スーパー（商品部担当）	・商品政策なども行い単価アップを図っているが、来春までは大きな外部環境変化も見受けられない地域のため、なかなか変化がない。
		コンビニ（経営者）	・来客数、客単価共に変わらないが、前年よりいくらか多く予約を取れている。売上はそれほど変わっていない。
		コンビニ（経営者）	・長いこと売上の低迷が続いているので、変わらない。
		コンビニ（店長）	・競合店が本当に近隣にできたのでこれ以上悪くなる状況は考えにくい。客もこれである程度落ち着くと思うので、これからはあまり変わらない。
		衣料品専門店（統括）	・夏から秋の販売最盛期を過ぎ、歳末を迎え、これからまた普通の売上に戻らと思うが、東日本大震災以来、なかなか元に戻るのには難しいと感じている。
		乗用車販売店（経営者）	・現状維持と考えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・この時期は自動車の販売よりも冬用タイヤをはじめとした用品販売に活気が出てくるが、全体的に販売ボリュームはまだ小さい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・年末にかけてミニ展示会を準備したり、安売りのチラシ、車検や整備関係のダイレクトメールなど、いろいろ手を考えてはいるが、ここ2～3か月売上が低迷している状況であり、一気に伸びる要素もないので、この先2～3か月も売上は同じような横ばい状態になる。
		乗用車販売店（統括）	・既に良い状態であり、このまま持続するのではないかと考えている。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税の影響は否めないが、駆け込み需要での購入はあまり見込めない。
		一般レストラン（経営者）	・生活必需品の値上がりや消費税増税等もあり飲食の景気回復はまだまだ先になりそうである。今までの不景気のことを考え、消費者が守りに入ってしまう可能性もある。
		スナック（経営者）	・良くなっていくだろうとは思いますが、消費税増税等の不安な要素もありよく分からない。増税について困ったと話す客が思いのほか多いので、影響は少なくないだろうと心配している。
		スナック（経営者）	・今年も残すところあと1か月であるが、本当にこの1年、アベノミクスの景気浮揚効果が地方にまで及んできていない。
		観光型ホテル（営業担当）	・景気が回復傾向に向かったとしても、観光事業や宿泊業は影響が表れるまで時間がかかり、すぐには好不況の影響を受けにくい業界である。
		都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税により、経済がどのような方向に向かうのか不明な部分がある。値上げの影響が不明でありまた、2～3か月後は消費税増税に伴う駆け込み需要もピークを過ぎていることから、景気の先行きは不透明である。良くなることは難しいので変わらないという判断である。
		タクシー運転手	・タクシーの利用客が増えるような要素はない。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪いのでこの先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・地方では景気上向きの実感はなく、テレビの買換えなどに伴う新規加入者の増加は期待できない。
		通信会社（局長）	・歳末商戦に向けて消費の活発化は見込めるが、これも一時的要素ととらえて除外すると、景気回復の兆候は見出せない。
		テーマパーク（職員）	・今年は大不景気が続いたので、冬季の降雪が心配である。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は入場者、売上共に大体前年並みに推移している。先行きについてはコンペなどの引き合いも来ており、会員募集でも獲得数、引き合いが来ているので、明るい材料があると感じている。ただし、売上や単価について上昇は期待できないので、総体的には変わらない。プレー料金が安く、その他のショップや食堂等の単価も上がらないため、売上確保、収益の改善は難しい。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上高が昨年と比べてほぼ同額で推移しているため、変わらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・ここ数か月の売上の推移などから、しばらくはこのままで推移するのではないかと考えている。
		美容室（経営者）	・例年、年末に向かって少しずつ予約が入る時期であるが、今年はあまり入らず、遅れている状況である。
		その他サービス [立体 駐車場] (従業員)	・ホテルや大型の家電量販店、テナントなどの予約状況が横ばいなので、来客数並びに単価も横ばいと考えられる。
		その他サービス [イベ ント企画] (職員)	・公務員給与の引き下げ等の影響によるものなのか、依然として出控えが顕著なため、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・公共発注の締切りで仕事量はあるが、仕事量そのものは前年とあまり変わらない。
		設計事務所（所長）	・今月は本当に厳しい月である。これより悪くならないよう何か手を打たないと、危機的状況であることには変わりない。
		住宅販売会社（経営者）	・現状維持はできても良くはならない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・安売り合戦は一向に収まらず、また、給料が上がったという話も聞かない。その上、ナイロン製品や各種商材の部品が一斉に2割以上も値上がりしている。
		商店街（代表者）	・消費税増税の期日が近くなるほど不安になる。

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
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・地元の大手メーカーの火力発電部門が合併し、来年早々から2,000~2,500名のリストラをすとの報道が出た。そのため、従業員はピリピリして、忘年会等も自粛ムード、無駄遣いはしないということで雰囲気は非常に悪い。先行きは厳しい。
		コンビニ(経営者)	・2~3か月先は催事等の行事がないので来客数及び買上点数が減少し、やや悪くなる。
		コンビニ(店長)	・11月は中旬2週間にわたり、隣接するチェーン店が改装のため休業し、一時的に当店への来客数が増加したが、3か月後はこの特需的な要因がなくなるので最悪の状態になる。せめてやや悪いくらいの結果になることを期待している。
		衣料品専門店(販売担当)	・今後3か月の間には、消費税増税前の駆け込み需要もあるのかもしれないが、当社が扱っている中級品の婦人服には駆け込みはない。そう考えるとこれから悪くなっていくのかなと思っているが、悪い中で悪くなっていくというのは本当にどん底に近いくらい悪い状況なので、存続をどうしようかというくらい大変な状況である。
		乗用車販売店(従業員)	・客の話の状況では、消費税増税による駆け込み需要は期待できない。
		一般レストラン(経営者)	・いろいろな商品の値上がりや来年には消費税増税が控えていることから、消費者の財布は非常に固くなっており、お金を使わない傾向にある。
		都市型ホテル(支配人)	・先の予約、宿泊の団体及び宴会の状況は例年より下降気味である。
		旅行代理店(所長)	・オフシーズンに入るので、当然ながら入込客数は右肩下がり減少する。オフシーズンに客を呼び込めるような企画、観光素材の開発が急務である。
		旅行代理店(副支店長)	・受注、先の予約が前年と比べて良くない。消費税増税前の駆け込み需要も期待薄であり、駆け込み需要があってもその後の方がもっと心配である。これから先、商品開発も激化してくるため、薄利多売のデフレが懸念される。好景気は一部の都市に集中しているため、景気回復と勘違いされているが、実際には景気は悪くなる。
		旅行代理店(営業担当)	・1~3月にかけて、旅行の需要は減少する傾向がある。
		タクシー運転手	・運行回数は良いが、単価が低い。特に、夜の動きが悪い。
		通信会社(経営者)	・消費税増税やさらなる円安に向かう可能性を考えると、当面良くなるとは思えない。脱デフレというが、仕入れが高騰して単価が上がるだけでは、円の価値がただ下がっているだけとしか思えない。適正な利益を得てその利益が人件費に還元できて、はじめて脱デフレの意味があるものと考えているが、現状では全くの逆効果としか言いようがない。
		悪くなる	一般小売店〔衣料〕 (経営者)
一般小売店〔乳業〕 (経営者)	・良くなる要素が全く見当たらない。		
スーパー(経営者)	・価格競争が更に激化する。		
通信会社(経営者)	・複数の潜在顧客を訪問しているが、口を開けば「厳しい」ばかりで、見積さえ依頼されない状況である。		
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	その他製造業〔環境機器〕 (経営者)	・ソーラー事業は4本目の大きな柱になると見込んでいる。
	やや良くなる	食料品製造業(経営者)	・来年3月までは消費税増税前の駆け込み需要がある。
		食料品製造業(営業統括)	・各地域で実施されているワインツーリズムや国産ワインをテーマにしたテレビ報道等により、国産100%ワインへの関心が高まってきている。今後、各メーカーへの来場者は更に多くなるものと思われる。
		窯業・土石製品製造業(総務担当)	・残業をするようになった。
		輸送用機械器具製造業(総務担当)	・大手自動車メーカーの操業は依然高水準で、3か月見通しでも量が落ち込んでいない。特に、北米を中心とした輸出が好調であることから、3か月先についても依然として高い水準で受注を確保できるとみている。

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
		建設業（開発担当）	・公共工事の発注額についてはアベノミクス効果が確実に表れてきている。前政権は何だったのかという結果である。今後も中小企業にも景気波及効果が及ぶことを期待したい。当社も受注額が3期ぶりに上昇し、前期比でも10%を超える状況なので、今後も期待していきたい。
		司法書士	・不動産、特に建物を目的とする場合の取得準備が徐々に進んでいるようである。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・以前から特別注文の話はあるが、具体的に決定するケースはなかなかない状況である。
		金属製品製造業（経営者）	・身の回りに景気が良くなるような材料はなく、困っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2、3か月前は微増が続いていたが、ここきて横ばい状況になっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・油圧ショベル関連の仕事が予想以上に低迷し、好調である自動車分野の足を引っ張っているため、トータルでは現状とあまり変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で相当量の注文が出てきた。反動減が心配だが、とりあえず稼げるときに稼ぐという形で頑張っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・市場の景況感が今一つ良くなっていないためか、取引先の電話システムの引き合いに伸びがない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先が見通せず、悪い状況で変わらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・来年の3月までは仕事量をある程度確保しているが、4月以降の見通しは非常に不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月の受注量、販売量の動き、十数社ある取引先の様子をみても、良い会社と悪い会社が半々で、あまり景気が良くなるという感じはない。この先2、3か月もまずまずのまま変わらない。
		輸送業（営業担当）	・年末年始に向かい、特にインテリア商品、布団、カーペット、じゅうたんなどの物量は例年並みに見込まれている。また、今後は来年度からの消費税増税前の駆け込み需要で白物家電等の荷動き増も見込まれているが、現状の円安による原油高での燃料コスト負担増が厳しく、利益が薄い状態が続いている。
		通信業（経営者）	・景気が良くなりそうで良くならない。アベノミクスはどうなってしまったのか。
		金融業（調査担当）	・製造業の中小企業にまで円安の恩恵が波及していないため、変わらない。
		金融業（経営企画担当）	・消費税増税等の影響を考えると、2～3か月の間に景気が良くなることは考えられない。しかし、米国を始めとする世界各国の状況が徐々に良くなってきていることを考慮すると、日本国内においても現状の金融緩和政策及びアベノミクスによる政策を実施していくことで良くなっていく。
		金融業（役員）	・建設業は来年以降の公共工事の見通しが分からず、自動車部品の製造についても、一部自動車メーカーでは3月ごろから売上が減少するという予想があるため、当面非常に不透明である。
		広告代理店（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・消費税増税後を心配する人が多いと感じる。良くなっている実感に乏しい消費者の給与等が実際に上がらないと消費行動に変化は起きないのではないか、と小売店では話している。
		社会保険労務士	・中小企業の賞与は変わらないので、大企業の賞与がどれだけ増えて消費に回るかである、そんなに変化はないと思われる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・特段の変化は見られない。
やや悪くなる	化学工業（経営者）	・石油関連製品の材料が来月また値上げされる。価格転嫁も困難であり、収益は更に悪化する。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費税増税前に高額品が売れるという期待もあるが、宝飾品のマーケット自体は回復していない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（総務担当）	・下請不足が深刻で、年度末までは現場は忙しく動くが、新規受注がなかなか進まないという状況が続く。そうなると、資金繰り等の面からも会社として苦しくなると予想している。
		不動産業（管理担当）	・資材等の値上げも予想されるため、転嫁できない経費の増加が見込まれる。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・電気、ガス、原料、すべてが値上げで、とても利益を出せる状況ではない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず仕事量は減っている。価格も下がっているのので、利益も出ない。
雇用 関連 (北関東)	良くなる	人材派遣会社（支社長）	・必要に応じた形での採用から、長期を見据えての派遣活用にまた戻ってきており、派遣上昇トレンドが始まったと感じている。受注比率も前年比120%オーバーで推移しており、引き合いは強い。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・年末年始に向けて、デパートがギフト商材等の販売に力を入れてくると思うので、募集の増加を見込んでいる。また、車関係や電子、携帯関係の細かい部品等の組立ては、急ピッチでの募集が断続的に出て来る状態である。住宅関連は駆け込みで増改築等の動きが出てくると見込まれている。2月ごろまでは寒いので、寒さをしのぐ衣料品等も増加傾向と見受けられる。
		人材派遣会社（経営者）	・10月ごろから仕事量が増えているので、今後3か月先は良くなる見込みである。
		職業安定所（職員）	・建設関係が上向きのためである。ターミナル駅の駅前商業施設が閉店し、別の大型ショッピングセンターができる計画があり、その期待がある。個人住宅対象の造園関係も受注が増えている。オリンピック関係の期待もある。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・新卒者も含め、求人者数は増加傾向のため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人、求職の状況は改善してきたような感じもあるが、周辺企業に現況を聞くと、受注はあるものの先の見込みが読めず厳しい状況との声が依然聞かれる。状況的には良くなってきた企業もあれば依然厳しい企業もあるので、全体としてはまだ変わっていない、良くなるにはもう少しばかりかかりそうといった感じである。
		職業安定所（職員）	・求人はやや活発化しているが、わずかながら人員整理の相談も増加していることから、あまり変わらないものと思われる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税などから駆け込み需要もみられるようだが一時的なことであり、数か月後に目に見えるような変化を感じることはできないと思われる。しかし、現時点より景気が悪化することも考えづらく、短期間での景気回復は予想できないが、緩やかに回復基調で徐々に良くなるだろうと思われる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・4月の消費税増税による景気への懸念が相当浸透していて、経営マインドが上がらず、求人増が期待できない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・求人票の出していない企業に対し求人依頼をすると、多くの企業から受入れの返答がある。潜在的に新規社員の受入れを考えているようであるが、それが公の求人として活動していないところに、企業の景気回復感がまだないと思われる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・短期の製造派遣のみ好調で、長期の派遣は減少している。
	悪くなる	—	—

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	百貨店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増加すると思われる。
		コンビニ（経営者）	・失業者数が非常に少なくなっているのので、景気は良い方向に向かっている。来客数が3か月前よりも5～10%程度増えている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があると予想される。
		家電量販店（経営企画担当）	・消費税増税に備えた駆け込み需要により、耐久消費財の動きが活発になることと年末商戦が重なることで3月末までの需要は確実に増える。問題はその反動減の大きさである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔雑貨卸〕 (経営者)	・政府の政策が今の経済状況にマッチしているから景気が良くなると思う。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・2～3か月後は消費税増税前の駆け込み需要で、きっと良くなる。ただし、政治が安定し消費者のマインドが冷めていないことが条件となってくる。
		一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・来客数や贈答品の販売が多少増えているので、年末年始の需要期に向けて売れることを期待している。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・客の購買意欲が高まってきている。商品の下見に来る人が増えている。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要があるため、商品確保とその後の落ち込みが心配であるものの、全体として今後2～3か月後はやや良くなる。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・年末に向けて需要が伸びると期待している。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要に期待できそうである。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・スチール家具やOA機器に関しては、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。現在も見積等がきている。そのため、良くなるのではないかと思う。
		百貨店(売場主任)	・今年のボーナスが各社増加していることと、消費税増税前の駆け込み需要で高額品が動いてくる状況のため、良くなる。
		百貨店(総務担当)	・特別なことがない限り、来春の消費税増税前にかけての駆け込み需要はかなり出てくると思う。婦人服や食品はほぼ変わらないが、特選品、宝飾品など的高額品は伸びる。
		百貨店(広報担当)	・今後、4月からの消費税増税に向けて駆け込み需要が発生するのは必須と思われる。特に増税直前の2～3月は最も消費がおお盛となりそうなタイミングであり、販売する側も高額品から生活必需品まで幅広く取りそろえ、イベントなどで積極的に購入の必然性をアピールする。
		百貨店(営業担当)	・いよいよ来年4月の消費税増税に向けた駆け込み需要の時期になり、売上高の増加を期待している。まだ冬のボーナスは出ていないが、今年は増えるような話題も出ているので財布のひもが緩むことを期待したい。商品の確保状況により売上高は左右されると思うが、今のところ商品が集まらないというマイナスの情報はなく、堅調に伸びると予測する。
		百貨店(営業担当)	・支給されたボーナスが前年より多く、消費税増税前に耐久消費財や備蓄消費財の購買が増えると予想される。
		百貨店(営業企画担当)	・消費税増税を見据えた駆け込み需要が始まり、現状よりは良くなる。
		百貨店(販売管理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化してくると思われる。
		百貨店(店長)	・消費税増税を控え、来年4月までは駆け込み需要も含めて好転を予想している。
		百貨店(副店長)	・年末年始にかけて、消費税増税前の駆け込み需要が高まっていくと考えられる。高額品の売上が増加すると予想できる。
		スーパー(店長)	・将来的には消費税増税をにらみ、高額品の動きが間違いなく出ると思うが、食品の動きはそれほど変わらないため、景気は今より少しは上がるという程度で考えている。
		スーパー(営業担当)	・来年3月までは消費税引き上げ前の駆け込み需要が期待されるが、逆に4月からは、その反動の成り行きによって相当景気が変わってくるのではないかと思う。
		コンビニ(経営者)	・近隣に工事現場ができた関係で来客数が増えた可能性があるため、当店は少し上向き傾向である。
		コンビニ(経営者)	・新入社員が加わり、店内体制も整い、販売強化できると思う。
		衣料品専門店(経営者)	・景気が良くなる前兆なのか、客との会話で忘年会と新年会が増えているように思う。また、先行き不安の声は聞かれな
		衣料品専門店(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要と冬物バーゲンの期間を長くして売上増加を図りたい。
		衣料品専門店(営業担当)	・3か月後は消費税がまだ上がっていないので、最後の買上ということで駆け込み需要はあると思うが、商店街では消費税増税後をかなり心配している。春を楽しむ季節になるが、読みにくい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（営業統括）	・消費税増税前の駆け込み需要が発生すると考えており、4月以降の反動は気になるが、ひとまず3月末までは確実に消費意欲の高い状態が続くと考えている。また、来年1月末からの中国の旧正月（春節）時期には、現状より多くの外国人観光客が来店することが確実視されているため、日本人の消費が落ち込む2月に、春節による観光客が持ち上げる構図である。
		家電量販店（統括）	・3月までは売上の前年比増加が期待できる。特に12月と3月がピークとなる。その後は急激に冷え込むため、国内の反動減対策が必要である。円安効果による東南アジアからの旅行者の増加により、消費に若干のプラスは期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備の方は順調で、販売の方はあまり芳しくなかったが、消費税が4月から上がるということで駆け込み需要が始まっているようである。
		乗用車販売店（経営者）	・2～3か月後は消費税増税前の駆け込み需要が予想されるので良くなると思うが、4月以降を考えると微妙なところである。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が増える。モーターショーで発表された新型車の効果も出てくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の課税タイミングを周知してもらえば、もう少し活性化につながるように思う。
		乗用車販売店（販売担当）	・復興関係は相当忙しいということで、客が東北に車を持って行って仕事を受注している状況が続いている。もう一つはトラック自体は価格の高い車両なので、4月からの消費税増税で3%も上がるため、駆け込み需要があるだろうということでメーカーは生産台数を増やし、在庫の積み増しをしている。その影響で景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・ハイブリッド車を中心に燃費、維持費等、経済的で値ごろ感があり、受注量は前年比30%増加で推移している。また、各社新型車が多く好影響が出ている。今後も消費税増税やボーナス支給が控えており、好調に推移するとみている。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めると思うが、現状を考えると不安が残る。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車投入で売上が伸びてくると予想している。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税の兼ね合いで前倒しで購入する人が増えるので、若干景気が良くなったように見えるが、実際は景気が良くなったわけではない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税の影響による駆け込み需要が期待できるが、トレンドに大きな変化はない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前は、多少の駆け込み需要で景気が多少良くなっているような気がしている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税前の駆け込み需要ということで、今後2～3か月はある程度伸びる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の宿泊及びレストラン予約は順調に伸びており、クリスマス以降の宿泊は年内ほぼ満室になる予定である。宴会の法人利用も除々に戻ってきており、新年会利用など順調に動いている。
		旅行代理店（経営者）	・具体的なイメージはまだないが、やや良くなる。
		タクシー運転手	・待ちに待った改正タクシー規制関連法が国会を通過した。今まで規制緩和であふれかえっていた車両をこれからどのような形で減車していくのかはまだ分からないが、少なくとも今より多少は上向いてくるのではないかと大いに期待している。
		タクシー運転手	・臨時国会で改正タクシー規制関連法が成立し、供給過剰である特定地域、準特定地域は減車が見込めるようである、労働者としては先々明るい見通しである。また、世間では東京オリンピックの2020年に向けてか、公共工事が増えてきているので景気は良くなる。
		タクシー運転手	・これから飲み会が多くなる時期のため、期待が持てそうである。ただし、ここ数年は2次会止まりが多いと聞いており、早い時間帯に動きがあると予想されるので、終電までが目安で深夜の売上はあまり見込めないかもしれない。

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
		タクシー（団体役員）	・大手企業の半期決算報告も大幅に好転している。円安と株価の上昇で楽観ムードが出てきている。消費税増税後の反動が若干懸念材料ではあるが、増税前に駆け込み需要が見込める。
		通信会社（経営者）	・地上デジタル放送以降、ケーブルテレビ加入の動きは鈍かったが、今冬のボーナスが少し増えそうなので、加入にも前向きになると思う。
		通信会社（経営者）	・アベノミクスの追加施策がどう出てくるかによるが、楽観的に見たい。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前に商品を購入しようという様子がある。また、消費者心理として、今後の景気は良くなるであろうとの様子が感じられる。
		通信会社（局長）	・来年から新型の機器が発売されるので、それを機に契約数が増加する見通しであり、その先の4K、8Kテレビの普及がうまくいけばゆっくりにあるが右肩上がりになる可能性がある。
		ゴルフ場（支配人）	・今年に入り、周辺のゴルフ場のほとんどで来場者数が上向いている。また、当ゴルフ場の予約もかなり入っている。
		美容室（経営者）	・いつもより高額な商品の売行きが伸びているので、やや良くなる。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・現在、福祉車両の受注残が2～3か月後には登録されていくと思うので、売上は少し伸びると考えている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣にマンション建設が始まってきたので良くなるかと期待している。
		設計事務所（経営者）	・客からの情報として、様々な仕事の話が出てきているようで、それが進んでいきそうな気配がある。
		住宅販売会社（経営者）	・大企業は業績も回復しているようだが、中小企業に関してはまだ不況の中にいるようである。中小企業向けの景気対策によって個人消費が増えることを期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み案件がそろそろ完成し売れてくるので、その分良くなる可能性はある。その反面、契約状況が危ぶまれる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅、不動産売買部門、リフォーム部門では消費税増税前の3月末までは駆け込み需要が期待され、景気はやや良くなる。当社は請負建築がメインのため、やや良くなる程度であると予想している。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の反動も徐々に持ち直してくる。		
変わらない		商店街（代表者）	・消費税の問題がやはり気になるようである。4月から3%上がるわけだが、前倒しで買物するという雰囲気は全くないので、普段よりも若干悪い。一部の企業では受注があるように聞いているが、我々物販についてはあまり影響がないと思っている。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が、果たして地場の商店街にも巡ってくるのかは懐疑的である。一方、4月からの消費税増税に伴う販売価格の上昇で、消費が一気に冷え込まないか心配である。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・1、2月になると売れるものが出てこないで、現状を維持するのがやっとならぬかと考えている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近では他業種でも当業種に食い込んできており、安いだけで物を販売している。技術的なことや伝統的なことにこだわっていると、乗り遅れる気配がある。しかし、伝統的な技術を継承させていくために、こういった店もなくてはならないと思う。こだわると残念ながら売上が下がり、安売りで良いのかと懸念している。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費税増税やアベノミクスも勘案し、希望と展望も含め、変わらない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・当店や当商店街の特徴として高齢の客が多く、消費税が上がるといって生活防衛へ傾いてきているため、もっと悪くなってしまうのではないかと心配している。
		百貨店（総務担当）	・景気の上昇や消費税増税前の駆け込み需要で一時的には売上が伸びると推測するが、継続して安定した売上の確保は難しいと考えている。特に浮上する要素に乏しく、上向きになるとは思えない。
		百貨店（広報担当）	・今年2月ごろからの良い状況が現在も続いており、今後も同じ状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・気温が低く、冬らしい日が続いたため、コートをはじめ防寒衣料の動きが良い。また、宝飾、時計等の高額品の動きが良い。これは来春の消費税増税の影響と思われる。景気は回復傾向にあるものの、個人消費が回復している実感はない。
		百貨店（営業担当）	・気温に大きく左右される婦人服であるが、前年も寒くコートなど防寒に勢いがあったことを考えると、前年以上の状況にはならない。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引き上げがスタートする4月までは、このまま推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前に高額品の動き、まとめ買いの動きが期待できる一方、必要のないものは購入しない流れは続くことが予想される。
		百貨店（営業企画担当）	・株高による資産効果の継続や大手企業のボーナス増加など良い要素もあるものの、中小企業も含めた個人所得増加による需要拡大にはまだ時間がかかると思われる。
		スーパー（経営者）	・2、3月は消費税増税前の駆け込みで多少良いかもしれないが、それ以降はまた悪くなると予想しているため、今と変わらない状況が続くと思っている。
		スーパー（店長）	・本来ならば3か月後の景気についてはやや良くなるという回答をしたかったが、現段階では客の流れや人の動線が大きく分かれており、当店で客の動線が戻ってきていない。したがって、3か月後の景気は今と変わらない。何とか客の動線を当店へ向けていきたいのだが、なかなかうまくいっていない。
		スーパー（店長）	・年末を控えており、ますます出費がかさむ時期となるため、日常生活での財布のひもは依然として緩くはない。
		スーパー（店員）	・百貨店等では高額品が売れるという流れの中で、食品スーパーでも少し良い物やおいしい物を買う傾向が見られる。ただし、数量は増えず、自分の予算の中で消費する傾向が見られるため、特別な景気の良さは感じられない。
		スーパー（仕入担当）	・今月は好景況感はあるが、今後は、特に輸入品の価格上昇、来年4月の消費税増税に対する防衛等、懸念材料は多い。
		スーパー（仕入担当）	・食料品に関しては、消費税増税の影響は間際にならないと出てこないため、現段階では販売状況等に関して大きな変化はない。
		コンビニ（経営者）	・年末年始にかけて多少上向くと思うが、現在の来客数の推移から見ると、あまり変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数トレンドがあまり変わっていないため、横ばいと予測している。
		衣料品専門店（経営者）	・セールムードで粗利益や商材展開が不安要素である。長期予報では寒さが長引くとのことで年明けの数字が読みにくい。
		衣料品専門店（経営者）	・旅行などの話もあまり聞かえず、生活防衛意識が強く、消費税増税も決まっていることから先はあまり良くならない。
		衣料品専門店（経営者）	・今後良くなるか、悪くなるか分からない、変わらないというよりも分からないのが現状である。一般の小売業にはアベノミクスはまだきていない。ボーナスが若干上がると予想されるが、そのお金がどこに行くのか注目している。来年は良い年になると期待はしている。
		住関連専門店（店長）	・住宅リフォーム、土木系の客の話では、3月まで仕事が一掃で回らないため断っている状況とのことである。3月で最高潮になるかもしれないが、4月以降は徐々にダウントレンドになるのは否めない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税増税前での駆け込み需要にこたえていく必要がある。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・冬のボーナスの査定もあまり良くなく、給与面でもやや落ち込んでいるため、消費が上がると思えない。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の受注状況から変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・前年の同時期と比べ、先の予約状況は横ばいしないしやや悪い。政権交代したこともあってか、前年は1月以降の受注が急に増えたが、今年は今のところ落ち着いている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響は外食産業にとって大きなマイナス要因となる上さらに、食品表示問題で消費者は神経質になってしまったが、明朗会計と食の安全をアピールすれば、客足に影響はないと思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・2店舗を全面改装したおかげで売上も伸びており、改装していない店舗でも売上が少し伸びている。ただし、今月は前年が悪かったため前年同月比では良かったが、これから続けて前年をクリアしていかないと上昇とはいえない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の忘新年会受注は前年並みで大きな変化はなく、これから詳細の打ち合わせに入り、オプションがどれだけ受注でき、客単価が上がるかが不透明である。また、宿泊の年末年始の予約は前年並みであり、来年春に近隣で大型のスポーツイベントが約1週間開催されることから予約は順調である。レストラン関係は正月を挟んで前年並みの予約人数があるが、今月の客の様子からは、高単価のメニューと安いメニューの両方が出ており、どちらが今後増えてくるのかは不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・消費税問題があるので不透明なところが多分にあり、2、3か月先の状況はなかなか把握できない。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の受注件数が少ないなか、北海道への大型スキー団体客の動きが前年より少し上向き傾向で予約状況を押し上げている。しかし、結果的には変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・前年同期比の先行販売予測は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行については、受注内容に悪くなる兆しを感じている。
		通信会社（経営者）	・来春予定している経営統合を控え、メニュー統合や来年1月の営業稼働日が少ないこと等により契約獲得の抑制がかかると考えられ、その準備を前倒して行っているため、現状の好調からさらに上振れするとは考えにくい。
		通信会社（社員）	・上向きの空気がなくなっていると感じるが、悪くなる要素も特にないため大きな変化はないのではないかと。ただし、消費税増税に向け解約増が懸念される。
		通信会社（営業担当）	・必要としないサービスの解約数が増加しており、全体の契約獲得の数字を圧迫している。
		通信会社（営業担当）	・現在の状況が続く。
		通信会社（局長）	・年末に向けた消費意欲の高まりなのか、全体的な底上げの兆しとして見てよいのか数値で判断できず、2～3か月後の景気は良いとは言えない。しかしながら下がる要素も見当たらないため、変わらない。
		通信会社（経営企画担当）	・この先、客の動向に大きな変化が起こるとは考えられない。
		ゴルフ場（従業員）	・変わらないと答えるだけで精一杯である。国の借金が増えることで、豊かな国になるのだろうか。景気回復を実感できる日を待ち望んでいる。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税がやはり影響している。来年4月からだが、既に遊戯に使うお金が減っているようである。また、1円パチンコとって一番安い低玉貸しの機械に客がつく傾向が強くなっている。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・学習塾は競争が激しくなっているだけで、特に変化はない。生徒数も横ばい状態である。価格を下げる傾向もあり、景気は変わらない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・11月の入塾希望者数は前年とほぼ同じである。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・今とさほどの差はないと思うが、来年に向けての希望があまり感じられない。消費税増税の不安感が足かせとなっているような気がする。
		設計事務所（所長）	・当社は民間の仕事が主体で動いているが、動きが悪く、もう年末になるので来年に期待するほかない。
		設計事務所（所長）	・消費税増税後の冷え込みの状況による。やはり中小企業の投資意欲が向上しない限り、景気は全体的に上向いてこない。一部ばかりが良くても、日本の景気が良くなったとは言えない。
		設計事務所（職員）	・依然として建設コスト上昇に歯止めがかかっておらず、発注側及び設計業界共に苦心している。
		住宅販売会社（従業員）	・年内は順調に推移する。4月からの消費税増税でどのくらいの影響が出るかが気になるところである。材料費のコストアップも気になる要因である。大きいくりでは現状維持になると思う。
		住宅販売会社（従業員）	・10月以降の住宅展示場の来場者数は引き続き前年同期比で20%以上減少しており、注文住宅の受注量はまず間違いなく減少に向かう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・ここ2～3か月は消費税増税前の駆け込み需要は同程度見込めるのではないかと。その後、落ち込んでいくと思われる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・周辺には生鮮食料品のディスカウント店など、大型店も多く、2キロぐらい先にホームセンター併設の食品スーパーが今月末に開店するため、非常に客が流動的であり、これ以上良くなるということは見込めない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税が4月から上がるということで、どうしても景気は悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・これからインフルエンザやノロウィルスの流行が心配な季節に突入するが、どうしても茶葉用煎茶は普及せず、ペットボトルの煎茶等に軍配が上がる。大手のお茶屋や飲料会社は生き残るが、この先小さなお茶屋は景気低迷に拍車がかかる。健康のためにも、急須で飲む煎茶葉使用の時代に戻って欲しいものである。
		百貨店（管理担当）	・消費税増税による景気後退への不安がある。
		百貨店（計画管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による一時的な景気上向きを期待していたが、足元までの動向をみると3%から5%に上がった時のような盛り上がりはないのではないかと。むしろこのまま使わずじまいで景気が後退するのではないかと懸念される。
		スーパー（総務担当）	・消費税が上がる直前の月は、必要とされる身の回りの品を中心に売上が増えるだろうが、その後の落ち込みを考える、トータルではあまり良くなると思う。車や家など大きな買物については良くなると思うが、我々スーパーなどでは余計な物を買うという行動は少なくなり、ある物で間に合わせるというようになってくる。
		コンビニ（経営者）	・近隣のスーパーが閉店して、また別のスーパーが入ったため、今後やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・先月から今月にかけて、超大型店が続々オープンし、コンビニも出店ラッシュである。パイが増えない中での競争で小売業にとっては明るい兆しが全く見えない。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月後になると、いよいよ消費税増税が直前になってくる。当店は日々消費するような商品を置いているため、極端な落ち込みはないと思うが、大量に買い置きをしておくような商品の取扱が大してないので、その点を考えると、若干落ちていくのではないかとと思う。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税に向けて、日常生活で消費するものについては節約志向が強くなることが予想される。
		衣料品専門店（店長）	・来客数は若干増加しているが、買上点数が下がってきている。買い控えが顕著に出てきているものと考えている。本来なら消費税増税前には駆け込み需要があるものだが、今はそれがない。今後も買上点数の増加は見込めないように感じる。
		家電量販店（店員）	・店舗で現物を見て、通信販売で安いところから買うスタンスが続く限り、厳しくなる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・年末商戦が終われば、揺り戻しがくると想定される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要については、業種的に限られる。また、この秋冬で大型競合施設の新規開業、あるいは改装があるため、厳しくなってくる。
		一般レストラン（経営者）	・例年この時期は忘年会、新年会で予約が一杯だが、今年はまだ何日か空いており、また新年の予約もまだ入ってきていない。消費税8%前の駆け込み需要は一部だけで、一般的な消費にはお金が回っていないような気がする。
		旅行代理店（支店長）	・11月は旅行業界ではピークと言われる秋の団体シーズンであるが、2～3か月後は大きな団体からの予約もなく、強いて言えば海外旅行が多くなる時期ではあるが、今月との比較ではやや悪くなる。
		タクシー運転手	・既に様々なものの値上がりが始まっている。来年4月の消費税増税に向けて、今からの準備が必要なために皆慎重に動いているようである。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税間近となり、本当に必要なもの以外の消費を抑え、4月に備える意識が強くなるのではないかと。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税が間近になり、消費が冷え込むと考える。
		観光名所（職員）	・観光地のため、11月はトップシーズンで1年で一番集客が多い月でもある。2か月後になると正月を迎え閑散時期になるため、やや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（支配人）	・今のままで、生活品の値上がりの中で所得に変化がなく、一般企業に働く若手現役達も賃上げの効果が出てこないことには、レジャーに回る支出も減少が考えられ、先行きの見通しも悪い。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・企業からの予約及び若年層の客が減少傾向にある。様々な要因があるのだろうが、景気が良くなっているとは思えない。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は耐久消費財などの高額品に対して増加するため、手ごろなレジャーに対してはその反動が起きるものと思われる。
		設計事務所（経営者）	・材料不足、職人の手配の難しさから仕事が減っている。これから先を見越して計画を立てなければならない。着実に営業面で頑張らなくてはならないと思う。先があまり見えないような状況である。
		設計事務所（所長）	・次の計画の話もなく、土地の動きもない状況の中で良くなるとは考えにくい。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・11月の売上高は前年同月を下回っており、厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・家電製品で売れるような商品が出てこない。これから年末に向けて照明器具などが売ればよいのだが、そういう話もなかなか出てこないし、売れたとしても単価が徐々に下がっているため、売上が前年を超えるのは難しい。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・近隣の地域がオーバーストアの状況である。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・一年で一番良いはずのこの時期にこれだけ落ち込んでしまった経験はかつてなかったので、年明けからが不安である。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月先の1～2月は、飲食業にとって一年で一番悪い月のため景気は悪くなる。特に2月が一番悪い。
一般レストラン（スタッフ）		・景気が上昇したと言われているが、12月になるのでクリスマスや正月に向けて保存する物や足りない物を買っておくとかで動いているだけの話で、決して良いとは思っていない。	
美容室（経営者）		・定年後は安い床屋へ行くようで、徐々に客が減っている。	
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらく受注残があり、繁忙期は続くと思込まれる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・注目商品で瞬発力が復活してきているだけでも、以前よりは上向きに転じている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年内の販促経費を抑えた部分が消費税増税前の駆け込み案件に反映することを期待したい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で生産見通しが少し増えてきているような感じがする。2～3か月後にならないと分からないが、期待はしている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・アベノミクスの効果が少しずつ現れてくることを期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在抱えている受注残が今までにないほど増えており、さらに年度末の駆け込み需要も見込めるため、忙しいはずである。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・景気の回復を実感している美容オーナーは皆無である。今後の動向に明るい兆しを期待している。
		建設業（経営者）	・消費税の関係で来年3月末まで多少の駆け込み需要があり、良くなる。
		輸送業（経営者）	・景気が若干上向いている。にぎわってきているというような傾向が続くのであれば、これから先、景気は上昇していく。
		通信業（経営者）	・アベノミクスに期待している。
		金融業（統括）	・円安、株高や全般的なマインドが良くなっている。
		金融業（支店長）	・オリンピックへの投資期待もあり、米国の財政不安が解消されれば、更なる景気回復が見込まれる。
		広告代理店（従業員）	・消費税が上がるまでは、駆け込み需要も考慮して売上が良くなる予定である。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要についての緊急プロモーションと、年度末宣伝費余剰分の調整による受注を期待している。

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
		税理士	・海外においてはアメリカでの車の売上等が伸びているため、景気が少し良くなってきている。また、中国においては不透明な部分があり少し下がってきている。国内ではアベノミクスが政治的に期待できることと、オリンピックがくるということで、円安効果で大企業の業績は良くなってきているため、じわじわと中小企業等も良くなっていく。
		税理士	・消費税増税も間近になり、高額品の売行きに期待感があるので、景気は上向く。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・株価の上昇や円安を受けて景気が良くなるのではないかと。
	変わらない	繊維工業（従業員）	・今月だけで4件の組合脱退者が承認された。内1件は倒産である。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・問屋への支払が毎月15万円前後あるところ、今月は10万円いかなかった。主に法人関係のゴム印での支払だが、そのような部分で法人の景気がまだあまり良くない。	
	化学工業（従業員）	・オリンピック等で景気が良くなるのではないかとやっている割には具体的な商談が入ってこない。まだ先行きは不透明である。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスの効果はまだ中小零細まで回ってきていないので、3か月後に良くなるとは思わない。あまり変わらない。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・新聞などではマンションや戸建ての建設ラッシュに沸いているようだが、部品を製造している我々パーツメーカーには今までその実感がなかった。しかし、在庫が一扫し、この先受注は増加傾向にあるとの情報があり、多少の期待をしている。	
	金属製品製造業（経営者）	・業種によるばらつきはあるが受注量は落ち着いている。取引先の担当者からも悪い情報は聞かない。	
	金属製品製造業（経営者）	・オリンピックに向けてのインフラ整備の話が出ており、その関連の金型の見積依頼が来ている。計画が実現すれば少しは良くなる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いが比較的活発に出ているが、契約成立状況は思わしくない。また、消費税増税を控えての駆け込みが起きたりして世間一般に上向きのようなムードがあるが、我々の業界では現在のところ期待できない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・市場は踊るが、現場はリーマンショックの影響で人、物、お金どれも足りなくなると考えている。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・景気ウォッチャー調査が始まってもうじき13年になろうとしているが、この13年近くの歳月は山あり谷ありではないが過ぎるのが速かった。普通だったら景気は良くなっていくはずなのに、多くの企業が海外移転しているため仕事量が減少している。当社の輸送機の需要も減少している。テンボが速く、景気が長続きしないため困っている。	
	その他製造業〔靴〕（経営者）	・現在やや上向いたまま安定しているが、得意先では来年の消費税増税の時には不況ではなくなるだろうと予想しながら、今から準備をしているとのことである。	
	建設業（経営者）	・良くなっている感じもするが、実際に数字を見るとあまり良くない。前年と同程度である。	
	建設業（従業員）	・現在と変わらない程度の受注量が、3か月後まで見込めている。	
	建設業（営業担当）	・来年の4月まではどの職種においても資材、人手が不足する状態である。合わせて物資の高騰も懸念されるために、安易な概算見積にて仮契約もできない状態なので、仕事の受注も減ってきている。	
	輸送業（経営者）	・荷主から出る仕事が一週間続いたかと思うと、びたっと止まってしまう。今年に入ってからの状況で良くなったり、悪くなったりを繰り返しており、本当に困っている。	
	輸送業（総務担当）	・現状では継続的に売上を押し上げるような案件がなく、今のまま推移する見通しである。	
	通信業（広報担当）	・小規模事業者への恩恵はまだみられず、当面はこの状況が続くようである。	
金融業（従業員）	・不動産業や建設業では、本格的な業況回復の可能性が出てきたように思われる。オリンピック開催が決まったことで、期待感も高まっている。今後は、他の業種にも業況改善の動きが広がるかがポイントとなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（支店長）	・2～3か月先の様子だが、まだ受注のめどが立っていない。消費税が4月に上がるので、やや停滞するのではないかとこの客の話が多かったので、今の状況が続くのではないかと思う。
		金融業（役員）	・円安効果により、輸出関連企業はさらに活気付くであろうが、一般消費者にとっては輸入品の物価上昇と消費税増税で生活が苦しくなることが予想される。買い控えはさらに加速すると思う。
		不動産業（経営者）	・新築は上向きとはいえ、中古市場はひどいものである。
		不動産業（総務担当）	・新規テナントからの入居希望はあるものの、賃料などの条件面でなかなか折り合わず、さらには他のビルの条件を引き合いに出し、値引き要求してくるので、今後も当面は身の回りの景気回復感は感じないと思う。
		広告代理店（従業員）	・前年同期と比べ増減予定がない。円安傾向で仕入材料の値上がり心が心配である。
		社会保険労務士	・良くなるという要素が見当たらない。
		経営コンサルタント	・ある卸売業社長の話では、今年4月は従業員約30人の給料を昇給できず、悔しい思いをさせてしまった。今年は売上がやや回復に向かっているのですが、来年4月の昇給は可能だろうが、当面景気は今のレベルを維持すると思うので、ベースアップは難しいと考えているとのことである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・景気回復策などにより回復傾向にあるとの話もちろほら聞くが、円高による原材料高騰の波に加え、消費税増税も加わり、結果的にあまり改善されないようである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規物件の受注が延期され、既存の契約物件だけの状態である。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・2、3か月後は映像関連は暇な時期に入るとのことと、他に良くなる要素が見当たらない。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・インターネット環境整備の受注件数が伸びず、今後も回復要素が見込まれないことから、当面の間この傾向が継続する。		
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・季節的に売上が大きく落ち込む時期になるため、恐らく前年比をかなり下回る予測である。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・採算の取れる仕事が少ない。
		建設業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要等により現在は稼働中の物件で手一杯であるが、その反動でこの先の案件は少なく、受注できる物件数も減少しそうである。
		輸送業（経営者）	・過去のような年末特需には期待はできず、1、2月の実働日数の減少、また、燃料価格の高騰等を考慮すると、状況は悪化する。
		広告代理店（経営者）	・客先内部の意見対立の原因は営業不振で、その意識は内部では共有されているので、両陣営が歩み寄れば、当社の売上也改善するはずだが、それが3か月後までに十分に成されるとはとても想像できないので、やや悪くなる。
		経営コンサルタント	・大手の業績回復の波及は限定的で、消費税増税など悪い材料の方が多く、冷え込む方向に移行するものと思われる。消費の中核にいる団塊の世代に対して、年金の減額、介護対象層の減少傾向、自助（家族の負担）の奨励など、一層支出のひもを締めるような短絡的な行政が行われている。30年先には高齢者人口の大幅減少と福祉コストの減少が予測できるから、長期のスパンでコスト計算をして欲しい。過去には現在の状況が予測されていたにもかかわらず、年金原資などを他用に支出してしまったなど、30年、40年先を読まない行政をまた繰り返さないようにして欲しい。
悪くなる		金属製品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要も終わり、その反動が出てくると考えている。
		建設業（経営者）	・消費税増税後がどうなるか心配である。
		輸送業（総務担当）	・東北方面への出荷が増えてきたが、帰りの車両が少なく、自社の車両で対応しているため車両が足りず、低運賃で採算が取れていない。
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新しい年ということもあり、現時点で50社近くから新業種、拡大募集の事業計画を聞いているので、それが全部入れば相当売上が上がる。
(南関東)	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年度末に加えて消費税増税直前ということもあり、短期的な求人が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		求人情報誌製作会社（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要など、関連業種の景況に左右されると思うが、現状よりも求人が増えそうである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が非常に増えてきた。
		職業安定所（職員）	・求職者数の減少とともに、求人数も相変わらず増加している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中高年の求人が増え、活用に動きが出てきているため採用数の増加が期待できる。
		人材派遣会社（社員）	・中小企業の経営者とゴルフコンペの後、宴会等があつて話をしたが、大企業は若干良くなるらしいが、中小企業はコストダウン等まだやらなければいけないので、来年の消費税増税等の問題もあり、まだそんなに景気が良くなるとは思えないという人が非常に多かった。
		人材派遣会社（社員）	・この景気が継続し、企業からの求人の増加傾向、スタッフ確保が追い付かない状況が続く見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・人材の不足感は慢性的なものとなつてきていることから、状況の変化はしばらく難しい。
		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣スタッフの登録数が伸び悩んでおり、成約数の伸びに影響している。
		人材派遣会社（営業担当）	・冬場は各企業の人材ニーズが高まり、短期間案件なども増加する時期であるが、求職者数の低迷と企業側の採用目線の上昇に伴い、人材のマッチングがますます難しくなると思われる。求人数の増加に伴う活性化があるため、景気低迷というところまでは落ちていかず、ほぼ現状と変わらない状況だと思う。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣のニーズはここ3か月、高い水準で横ばいである。当面はこの流れのままいく。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・年明けに動きがあるかもしれないが、予測しにくい。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人広告を出す企業の量がほとんど変わっていない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・株価は上がっているが、中小企業では売上が増加したとか、給与が上がったというような話は聞かない。中小企業には恩恵がないように思える。
		職業安定所（職員）	・企業の動向は不透明で先が読みにくい。
		職業安定所（職員）	・求職者の減少傾向が続くと思われ、景気が良くなるとより良い条件を求めて転職しようとする動きが出てくるが、そうなるには時間がかかる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数はほぼ横ばいが続いており、3か月後には消費税増税が目前で、企業も新たな雇用を控えることが推察される。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、賃金等の労働条件が向上しているわけではないため、充足数が伸び悩んでいる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・採用状況からはどんどん景気が良くなるという感じはない。
		民間職業紹介機関（職員）	・円安、株高の進行はあるが、雇用者の心理は引き続き好調が続くということで、大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の求人意欲が衰える兆候が感じられないためである。
学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の採用募集、募集人数増加などを情報収集したところ、大きく計画変更をしている企業は少なく、おおむね予定通りの状況である。		
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（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が3月まで続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(東海)		百貨店 (販売担当)	・消費増税前の最終の駆け込み需要が発生する。耐久消費財のみならず、食品の消費も2, 3月にかけては活発に動くと思われる。この時には、今まで動きの鈍かった低価格やボリューム商品にも動きがあるが、予想以上の動きで欠品など一時的なモノ不足が発生する可能性もある。
		衣料品専門店 [紳士服洋品] (売場担当)	・消費増税に伴う駆け込みでの購買に期待が持てる。
		その他専門店 [雑貨] (店員)	・消費増税前に物を買うという動きが活発になる。
やや良くなる		商店街 (代表者)	・消費税率アップ前の駆け込み需要が、大物家電品中心に期待できる。
		商店街 (代表者)	・大企業で給与のベースアップが見込め、今後、政府の政策により若干良くなる。和菓子業界においても、一步遅れた形で良くなっていく。
		一般小売店 [高級精肉] (企画担当)	・株価上昇にみられる景況感の雰囲気が良い。
		一般小売店 [電気屋] (経営者)	・消費増税前の駆け込み需要により年末から3月にかけては若干良くなる。
		一般小売店 [薬局] (経営者)	・年末・年始のセール、インフルエンザ・風邪の流行などが予想され、期待したい。
		一般小売店 [自然食品] (経営者)	・景気上向きの要因ではないが、消費税率が上がることを見越して耐久消費財を購入しようという声が聞かれる。取扱い商品によっては販売量が増えると予想される。
		百貨店 (売場主任)	・来店してもらうために優待やサービスを行っているが、それとは関係なく土日の売上が良い。給料日前でも現金払いする客も多く、景気が良いという印象である。
		百貨店 (企画担当)	・今月は急な冷え込みにより冬物衣料に動きがみられたが、この先数か月も気温は低いと予測されており、冬物販売には追い風である。また、高額品については、アベノミクス効果と消費増税前の駆け込み需要が見込まれるため、3月までは好調に推移する。
		百貨店 (経理担当)	・消費増税前の駆け込み需要が本格的に表れてくることを期待する。
		百貨店 (営業企画担当)	・来年4月の消費増税前までは、年内から2月にかけては高額品、間際の3月には身の回り品の駆け込み需要が見込める。
		百貨店 (販売担当)	・消費増税前の駆け込みが増える。特にブライダル関連は、受注・納期の関係で3月末に納品するため、2月が受注のピークと思われる。
		百貨店 (経営企画担当)	・年末ボーナス支給の増額による消費意欲の向上、年明けからは消費増税前の駆け込み需要などに期待する。
		百貨店 (販売担当)	・年明けくらいから少しずつ駆け込み需要も増え、消費税率が上がるまでは売上も上がり一時的には良くなる。
		百貨店 (販売担当)	・今の時点で特に買い控えはみられない。年末年始の購買意欲は高い印象がある。
		スーパー (商品開発担当)	・GMS (総合スーパー) では消費増税前の駆け込み需要を期待する。
		スーパー (支店長)	・消費増税前の駆け込みで、まだまだ需要は伸びる。消費増税後が不安である。
		スーパー (販売担当)	・今が最低であると思うため、今より悪くはならない。
		家電量販店 (店員)	・売上が好調に伸びており、増税前の駆け込みで今後さらに商品が出る。
		乗用車販売店 (経営者)	・消費者には、消費増税前に必要な出費を済ませようとする思いがある。
		乗用車販売店 (従業員)	・3か月後は消費増税前の駆け込み需要がピークになっている。
乗用車販売店 (従業員)	・消費増税の関係で多少なりとも駆け込み需要が見込まれることと、来年1月には新型車の発表もあり、販売増加が見込まれる。		

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
		乗用車販売店（従業員）	・来年4月の消費税増税に向けて駆け込み需要を期待しているが、どの分野に消費者が金をかけるかによって結果が違ってくるので、根強くキャンペーンを展開している。ただ、前回増税時も同様であったが、生産能力には限界があり既に3か月待ちの車種も出てきているため、4月までに間に合わない場合の対応が鍵になる。客から消費税率アップの話題が増えてきているので、実感として、車に限らず他の商品でも売上増加に期待できそうである。
		乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に対する期待感は段々上がりつつある。実績も前年を上回る状況になってきている。しかし、景気回復によるものとは思えない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要でやや良くなる。
		スナック（経営者）	・予約が入りつつあるため、期待も込めて良くなるとみる。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊予約の状況が現時点で前年を上回っている。
		旅行代理店（経営者）	・特に悪い材料はないので、年が明けたら景気も少し上昇傾向になる。
		旅行代理店（経営者）	・来年に関する問い合わせは増えているので、春休みやゴールデンウィークについては期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税により旅行代金も値上がりするため、駆け込み需要があると思われる。
		タクシー運転手	・この1か月の間に2、3日間ほど人出の良い日があり、このまま人の出る日が少しずつ増えたら期待が持てる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税決定が影響している。
		テーマパーク（職員）	・良い材料の提供など、集客に向けての取組みを特に行っていない状況にもかかわらず来客数が増加となる傾向は、今後期待が持てると感じる。
		美容室（経営者）	・12月は正月を前に年の締めカットやパーマ、毛染めの客が増えるため、やや良くなる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・消費税増税を控えて、早めの入校に期待する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・来年1月に介護ベッドの新製品が投入されるため、受注拡大を見込む。
		設計事務所（経営者）	・計画段階から動きのなかった案件が、少しずつ実施設計に移行しつつある。ただし、案件としてはまだまだ少ない。
		住宅販売会社（従業員）	・12月は横ばいで推移し、年明けの1月からは住宅とは関係のない家電や車などで消費税増税を控えた購入が始まると思う。それに連動して住宅の購入意欲も高まることを期待する。
	変わらない	商店街（代表者）	・冬は例年落ち込みを見せるのでやや悪くなるだろうが、年末に新商品等の投入も予定しているので、総合的にみれば、現状とさほど変わらない。
		商店街（代表者）	・相変わらず必要なもの以外は購入されないため、販売量や販売高の増加につなげていない。
		商店街（代表者）	・お歳暮の予約も今のところ伸びていないので、あまり変化はない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・小売店などではこのままの消費低迷が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今月が既に前年比50%以上プラスの状況であるので、これ以上の伸びはなく、先行きは横ばいとみる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・来年のゴールデンウィークまでは、景気が大きく変わることはない。仮に景気がさらに良くなっても、これ以上は生産力や販売力など追い付かず、需要に対応できない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・給料が上がらない限りは良くならない。物価も上がっており来年の消費税増税のこともあって、財布のひもは依然として固い。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先程度では変わらない。企業は、金を使うところには使うが、広告宣伝費、交際費の枠までには回っていない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・ひと頃よく聞かれた賃上げの話もいつの間にか見聞きすることがなくなり、期待外れという話をよく聞く。このまま消費税を増税するとどうなるのか、景気浮揚はまだ先のことになるのではないかと感じている。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税増税までは今の状態のままである。直前には駆け込み需要で少しは良くなるかもしれないが、その反動もあるため変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・飲食店の新規オープンが、ここ数年に比べて少し多くなっている。また、販売量はわずかに増えている。しかし、既存店では悪い店と良い店の優劣がはっきりと表れてきている。まだ消費者の財布のひもは固く、景気の回復という意味では予断を許さない状態である。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・3か月先には、アベノミクスの様々な政策の結果が実現化し、悪いのか良いのかははっきりしてくるだろう。今はまだ、どちらになるかははっきりわからない。
		百貨店(売場主任)	・コートなどの防寒具もあまり売行きは良くなく、依然として財布のひもは固く購買意欲が感じられない。
		百貨店(経理担当)	・一部の高額品の動きは良いが、一般的な商品は不調である。
		百貨店(経理担当)	・景気は、来年2、3月には、駆け込み需要によって上昇局面になると考えるが、来年1月までは現状を維持しながら水平に推移すると考える。
		スーパー(経営者)	・今以上良くなるとは思えないほど来客数が増加している。
		スーパー(経営者)	・来年2月頃は消費税増税を控え生活物資の買いだめが進み、家庭での消費支出は増える。家庭の収入は変わらないため、家庭内での小遣いや交際費が減る。3か月後の景気は、相変わらず円安が続くため、デフレも脱却できて、数字的には良くなる。しかし、肌で感じるほど景気は良くなってはいない。
		スーパー(店長)	・来年4月に消費税増税が控えており、消費に敏感に影響する層と関係ない層に分かれる。このことから、景気が今より良くなるとは考えにくい。
		スーパー(店長)	・現在の良い状態がそのまま継続されると考える。これ以上良くなるとは考えられない。客の頭の中には来年4月からの消費税増税があり、消費を抑制しようとする思いが段々出てくると考えられる。
		スーパー(店長)	・食料品での節約意識は依然と強く、見切りや値下げ品に対する購買意識が高い。コンビニ、ドラッグストアや通販といった今まで競合先ではなかった業種で商品構成を拡大する傾向が、スーパーの売上を脅かしている。また、電気代の値上がりは利益を大きく圧迫してきている。
		スーパー(店員)	・来客数には限りがあるため、新しい店がオープンすると客も分散してしまう。
		スーパー(総務担当)	・解禁になったボジョレーヌーボーの売れ数は前年とほぼ同じであるため、あまり変わらないとみる。
		スーパー(営業担当)	・景気回復というには程遠い状況である。
		コンビニ(エリア担当)	・来月も今月同様に売上が前年を下回る状況が継続する。
		コンビニ(エリア担当)	・12月には一時的な伸張があると予想するが、短期的なことであり抜本的な改善にはならない。
		コンビニ(エリア担当)	・増税前の駆け込み需要はあるかもしれないが、競合状況を考えると相殺される。
		コンビニ(店長)	・例年通り、寒くなって人出が少なくなり、売上がやや減少するであろう。
		コンビニ(商品開発担当)	・景気回復の話題やニュースとは裏腹に、回復の様子はうかがえない。消費者の財布は依然として固く、話題性のある商品には興味を示し購買する反面、普段購入するものは安価な商品やセール品に向かうなど、普段買いの商品に対しては切り詰めている。
		衣料品専門店(経営者)	・バーゲンでは良い品物が極端に安くないと買わないという客が増えており、バーゲンは、売上増加よりも在庫一掃セールという考え方になっている。
		乗用車販売店(営業担当)	・今は消費税増税前の駆け込みで車が売れているが、今後は消費税増税により金を使わなくなる。
		乗用車販売店(経営者)	・今後も来年3月の決算期まで、消費税増税前の駆け込み需要で好調な動きは続くと思われる。
		乗用車販売店(経営者)	・好転要因はみられないが、大きく落ち込むことも考えにくい。
		乗用車販売店(従業員)	・年末年始を向かえ、消費税増税の駆け込みで多少売行きが上がるかもしれない。景気としては良いのか悪いのかわからない中途半端な状態が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（総務担当）	・今の好調な状態が来年3月までは続くと思われる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比で0.3%の増加、来客数は前年比でマイナス4.4%である。
		観光型ホテル（経営者）	・県外からの客は引き続き2、3か月先まで順調に入ってくる。一方、地元の水産加工を中心とする業者では商品の値上がりや人件費の増加を製品価格に転嫁できない状態が継続しており、厳しい状況が続いている。
		都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税までは変わらないように思う。駆け込み需要もあまり期待できない様子である。
		旅行代理店（経営者）	・アベノミクスの効果がまだ地方都市においてはあまり感じられない。また、消費税増税前の駆け込み需要もあまり感じられない気がする。
		タクシー運転手	・寒い季節はタクシーを利用する客が増える。来年1、2月頃はまだ寒い日が続くため、現状と変わらないまま推移する。
		通信会社（サービス担当）	・新しいサービスや提供エリアの拡大などがあれば、新規加入者が増えるかも知れないが、現状のサービス内容のままでは、そのまま変動がない。
		通信会社（営業担当）	・今後も、販売量の伸びは期待できず、今の状態が続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・1、2月はゴルファーには寒く、厳しい時期に入る。現時点で1月の予約数が前年同月を超えているゴルフ場は半分しかなく、あまり見通しは良くない。今年の冬は多少入場者の予約が少なく今月並みのレベルで推移すると考える。
		美容室（経営者）	・12月は一時的に増えるが、2、3か月後は消費税増税のことを考え、来店間隔を延ばしたり控えたりする客が増えるだろう。
		設計事務所（職員）	・景気の話より消費税増税の話題が多くなっており、あまり良い方向には向かっていない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量はごくわずかに上向きではあるが、資材価格の高騰等で厳しい状況が続く。
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・毎年年末は物件への反響・来店ともに伸びないので、年明けに期待する。		
やや悪くなる		スーパー（経営者）	・毎月のようにジリ貧状態が続いており、今後もまだまだ続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税に向けて、耐久消費財は上がってくるだろうが、そうではないところは耐久消費財の支出を作るために若干厳しくなる。また、まだまだ値上げの話もあり、非常に厳しい。
		スーパー（店員）	・景気が悪いという話は聞こえてこないが、卵1パックが250円、野菜も軒並み高騰しているので、あまり良い方向ではないと思う。
		スーパー（販売促進担当）	・11月末オープンショッピングセンターの影響が大きい。
		スーパー（営業企画）	・消費税率の引上げが迫るなかで、耐久消費財、高額商品への駆け込み需要は幾分あると思われるが、日用品、食料品などへの支出は相対的に抑えられそうなので、当業界としては業況が低下となりそうである。
		コンビニ（企画担当）	・東京オリンピック、TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）など人の交流や物の交流、サービスの交流を促進する方向に動きつつある。一方、近隣アジア諸国からの圧力は、外国人旅行者や海外からの投資に対してはマイナスになる。難しいことであるが、日本の繁栄がアジア全体の繁栄につながるように持ち込めれば良い。
		コンビニ（店長）	・新規顧客の開拓ができていないため、顧客の高齢化に伴う売上減少に歯止めがかからない。
		コンビニ（店長）	・賃金が上がったという話は聞かないし、目的買いの客がほとんどで目的以外の商品には見向きもしない。
		コンビニ（店長）	・11月はボジョレーヌーボーの発売があったが、例年より動きが悪い。ケーキやおせちなどの予約状況も例年より悪い。客にはイベントに対する出費を抑えたいという意向が働いているのではないかと。消費税増税を意識して無駄なものにはお金を使わないようにしている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・消費者の財布のひもが固くなってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・ニュースでは海外の景気が良いとか国内も良くなっているなど前向きな話もあるが、実際の身の回りでは、消費税増税や収入減少などがあり、景気は良くはならない。
		乗用車販売店（従業員）	・受注増加をけん引するハイブリッド車の3月までの登録がそろそろ難しくなっている。客の動きが今後鈍くなっていく懸念がある。
		乗用車販売店（販売担当）	・販売量の多い12月は車検の客も多い月であるが、車検の数は減ってきている。年が明けると販売量も減る。
		高級レストラン（役員）	・消費税増税直前となり、ますます耐久財購買の需要が高まる分、外食支出が抑えられる。
		スナック（経営者）	・ボーナスが多少アップしたとしても現実的に消費しようとはマインドが動かないため、まだまだ厳しい状況は続く。したがって売上の増加は見込めない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税が目前になってくると、一気に下向く。
		観光型ホテル（販売担当）	・12月の一般宴会は件数こそ例年並みに受注しているが中身が薄い。また、昨今の食品表字問題もあり、おせちの売行きが出足から悪くさっぱりである。1月も、例年ある物件の月ずれなどの要因により、見通しとしては良くない。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一服し、大きな規制緩和でもなければ、ますます消費の二極化は進行するであろう。まずは、大幅な規制緩和・従来の既得権の排除が必要ではないか。
		旅行代理店（経営者）	・来年4月の消費税増税がターニングポイントになると思う。そのための買い控えも発生するため、やや悪化の傾向と判断する。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税前に旅行を計画する客が増えるかと予測をしていたが、むしろ増税に対して消費を控える客が多いようで、10月の発表から約2か月が経とうとしているのに旅行に関しては様子見感が強く、停滞・減少気味である。
		通信会社（企画担当）	・インターネットも携帯電話での利用が主となりつつあり、消費税増税を控えて固定ネット回線を節約する傾向にある。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税や海外で災害発生という情勢で海外からの客も少なくなる。
		観光名所（案内係）	・景気が良くなる理由が見つからない。
		パチンコ店（経営者）	・業界の流れとして、店舗の大型化と単価を下げての薄利多売が常態化している。
		理美容室（経営者）	・給料は上がらず、灯油や食料品などの生活必需品の値段がだんだん上がっていくため、景気は良くならない。
		美顔美容室（経営者）	・行事が多くそちらに金がかかるため、年末年始にかけては売上が落ちる。
		美容室（経営者）	・まだ地方は厳しい状況であり、変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築では来年3月末までの完成引き渡しに困難になってきたことを考えると、リフォームのみとなり、今後の売上は低迷する。また、消費者は上昇した部材価格が下がってから検討する動きとなっているため、より一層低迷する氷河期の到来を感じる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・年明け早々の物件の引き合いが少ない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・円安、株価高の効果はまだ社会に出ておらず、新規の契約も単価が低く売上としても伸びていない。景気が良くなるにはまだ時間がかかる。
悪くなる		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み消費が終わると大変な状態になる。
		コンビニ（エリア担当）	・今でも単価が高い商品の動きが悪い。消費税増税を前に、高い商品はますます買ってもらえなくなる。競合店ができるため、1店あたりの売上はますます厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前に日用品などの買い回りが多くなり、飲食店に使う金は少なくなる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きは悪いと判断する。
		住宅販売会社（経営者）	・所得は増加していないが物価が上がっているため、生活が厳しくなり、住宅購入も遠のく様子である。
企業動向	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の増加による。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (東海)	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・年末に向けて、消費税増税前の駆け込み需要など消費意欲は強くなるように思われる。年度末までは好調に推移すると期待される。
		化学工業（総務秘書）	・取り立てて悪い材料がなく、国全体に長期不況から脱して上がっていくという気持ちが蔓延している。N I S A（少額投資非課税制度）人気やマンション契約率の上昇は、景気上昇への期待を示している。
		鉄鋼業（経営者）	・消費税増税前の駆け込みを含めて良くなる要因はあるものと期待を込めたい。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米国での金融引き締めが先送りされ、円安・株価高基調が当面継続されると思われるので、輸出企業にとっては良い環境が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・上半期の堅調ぶりからさらに改善傾向にある。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・為替相場は1ドル100～101円台の円安で安定している。円安で安定していると海外向け輸出が伸びる。また、消費税増税前の駆け込み需要があるため、景気は良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・備車（車両不足等の際に他社から借りる車両）を集めるのに大変苦労している。
		金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込みで客が動くため、景気は全体的に上向きになる。
		金融業（法人営業担当）	・当面は、消費税増税前の駆け込み需要から自動車・部品生産の増加が見込まれる。
		金融業（企画担当）	・米国の金融緩和縮小が予想され、円安、株価高が見込まれ、個人投資家の動きは大きく積極的な投資となってくる。投資による利益を消費に回すことが予想される。
		不動産業（開発担当）	・直近での販売状況が好調である。
		企業広告制作業（経営者）	・自動車業界の回復が大きく、求人にもその影響がみられる。
		行政書士	・荷動きに期待はあるが、利益に結び付けられる業者は少ない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・建設業を始めとして法人関係では取引が増えているようである。利益が上がれば、来春の昇給も期待できる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・良くなる気配はあるが、具体的な契約等には表れていない。
		化学工業（人事担当）	・消費税率アップの影響は避けられないが、政府、日銀の対策により、景気の後退は避けられると期待したい。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・営業を強化しているので、引き合いは増えているが試験品で良い結果が出てもなかなか本格的には入り込めず、伸び悩んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いの量も変化していないので、変わらないと考える。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトはあるものの、全般的に仕事量がプロジェクトに偏らないかという心配もある。幅広く仕事が出て欲しいが具体的にはみえていない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、受注見込量ともに大きな変動がない。
一般機械器具製造業（営業担当）		・中止、延期になっている案件が復活する兆しもなく、年末に向けて海外ユーザーが休みになってしまい、しばらくは受注が見込める状況ではない。	
電気機械器具製造業（経営者）		・来年1～3月まで、消費税増税前の設備投資が期待できる。	
電気機械器具製造業		・獲得競争が厳しく受注しても利益が得られない状況に加え、大手ケーブルテレビグループが、合併準備のため新たな設備投資がストップしていることも気にかかる。	
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）		・客の生産計画が現状と変わらない。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）		・ここ数か月の伸びと比較すると、今後2、3か月先は売上・利益ともに横ばいである。	
輸送業（経営者）		・客の生産計画、部材の輸入予定から、今しばらく空き倉庫、トラックともに手配しづらいような状況が続く。	
輸送業（従業員）		・消費税増税前の駆け込み需要で、緩やかではあるが景気が上向いていると感じる。一方で軽油を始め燃料の高騰が中小の物流業者の経営を大きく圧迫しており、石油製品の高止まりが懸念される。また、好景気を反映し人手不足感が強くドライバーの応募者が少ない。年末や年度末の物流関係が混乱する懸念がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・売上の伸びよりも人件費の伸びが大きい。求人でも苦戦が続くと時給をさらに上げる必要がある。荷物はまだ増加が見込まれるが、この先、少子高齢化の一層の進展によって労働力が減少すると、労働集約型産業では利益は確保し難くなる。更なる大幅な設備投資が必要となる。
		輸送業（エリア担当）	・安定した予測可能な変化においては、計画生産通りの船便が利用され航空貨物は増えない。
		輸送業（エリア担当）	・軽油の販売量が増えていないのは、軽油価格の上昇への企業の対抗策として省エネ機器が導入されているためである。売上が伸びないなかでのエネルギー・環境問題への対応手段であり、コストをいかに下げるかという企業の考えにも合致する。売上増加が見込めないことを大前提とした経費削減であり、よって景気はまだ上向かない。
		不動産業（管理担当）	・中小企業のオフィス仲介はまだ伸びていない。アベノミクス効果が限定的である。
		広告代理店（制作担当）	・業種によって動きが活発になってくるものと停滞しているものの差があるため、全体としてはほとんど横ばいの状態が続きそうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞チラシは前年並みをクリアできれば良いが、下回ることが多い。
		経営コンサルタント	・失業率は徐々に改善してきているが、まだ所得水準が上がっているわけではない。住宅販売では消費税増税前の駆け込み需要が多少はあったが今後はその効果も切れて、先行きは楽観視できない。
		会計事務所（職員）	・事業者は消費税増税前の駆け込みセールスに奔走し多忙となろうが、消費者の財布のひもは、賞与の支給状況によって固くなるのではないかと。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・為替相場は円安方向となっており、大企業には危機感が無い。原発停止による原油、ガスの購入が当分大量に発生するため、大きくは円高にならないと考えているようである。しかし、アメリカ財政はいつクラッシュするかわからないため、常に考慮しておく必要がある。
やや悪くなる		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・材料の一つである段ボールの仕入れ価格が上昇しそうであるが、客への価格転嫁は難しい状況である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・副資材やエネルギー価格の値上げが相次いでいるが、取引先への価格転嫁も難しく経営的にも苦しい状況になる。
		建設業（経営者）	・来年4月の消費税増税が将来に向けて暗い影を落としている。
		不動産業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が終了した後は沈静化する。
		公認会計士	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落するが、建築コスト等は下方硬直が予想される。また、円安の影響による原材料高が収益性の低下に大きく影響する。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・案件そのものが発注されていないのか当社が把握していないのか不明な状況である。他社では受注案件もあるようだが、適切なコストでは受注していない恐れがある。
		悪くなる	○
雇用関連 (東海)	良くなる	民間職業紹介機関（営業担当）	・労働者派遣法の改正に伴う派遣需要の拡大が見込まれ、これにより景気も上向きになると想定される。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・求人数が拡大する一方で、求職者の確保に難航している。派遣先では人選スピードを重視する傾向が顕著に現れ初めている。1人あたりの採用コストは前年比150%を超えており、同業他社を含む東海地区の求職者の募集は、今後も難航することが予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・引き合いに答えきれていない状況下で、納期変更などの調整により現状の引き合い案件が先行きも残ることが予測される。新たな引き合い情報もあり、年度内は今の状態が続くと思われる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・来年4月の消費税増税に伴う駆け込み需要が予想されるため、年度内は景気が上向き傾向と考える。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比、前月比のいずれでも増加している。
		職業安定所（職員）	・求人数が3か月連続で増加しており、正社員の求人数も小幅ではあるが増加している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・これから年末賞与を受け取り、来年4月入社を目指して次の転職活動を行う人が増える。安定志向の人も引き続き多いが、自分が活躍できるフィールドを目指す転職活動が増えてくる時期と思われる。

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		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今年度はシステム会社やエンジニア系企業で文系学生が採用されるケースが増えている。背景には、企業の就職後の研修や教育など長期的な育成指向を感じる。
		人材派遣会社（経営企画）	・年度内は変わらず開発業務の繁忙が継続する見込みである。
		人材派遣会社（経営者）	・人材派遣業は、求職者と求人とのマッチングであるが、マッチングそのものがほとんどできていない。求職者は年齢が高く、求人側は若い人を求めるという状態が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・派遣先の企業で派遣スタッフの直接雇用化の動きがあり、派遣業界にとっては、上向きとは感じられない。
		人材派遣会社（社員）	・正社員雇用の求人が引き続き堅調に推移している。
		人材派遣会社（営業担当）	・年末年始には人材サービスで大きな動きはない。転職に二の足を踏む時期と考えている。
		人材派遣会社（営業担当）	・身近に景気回復を実感するほどは、好材料が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、4～8月まで連続して前年同期比プラスで、9月にはいったん1.5%のマイナスとなったが、その後再び増加している。ただし、正社員の求人割合や業種間のアンバランスで全体がプラスとはなっていない状況にある。また、来年4月からの消費税率引上げが、景気や雇用にどう影響するかは不透明で、想定しにくい。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加しているものの、企業にはまだ先行きの不透明感があって求人は非正規の募集が多い。不安定感が残っている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要が予想されるので、この2、3か月は現状が維持されると思われる。
職業安定所（職員）	・事業所の規模により景況感に違いがある。		
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・忘年会の予約状況は良いがその先の予約状況が、現時点ではあまり良くない。
悪くなる		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・11月に入って、消費税増税後の売上減少に対する懸念が表れてきている。企業では防衛傾向が強まり、求人は全般的に押さえ気味になってきている。10月までとは違い市場のマイナスで減速感が出始めている。

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	家電量販店（店長）	・今後2～3か月先は消費税率引上げ直前の時期になるため、駆け込み需要により、売上の増加が見込めると想定している。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦を控え商材や在庫も確保したことにより、売上を増加させる要素がそろっている。上述の件により、今後2～3か月先の状況については良くなると予想する。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税率引上げ前までは現在の駆け込み需要が継続し、景気が上向きに推移していくと予測している。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・年末から年度末にかけて繁忙期になることより、例年同様、売上の増加が期待できる。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・ある程度の寒さが続くことが想定されており、冬期の料理や食材が適度に売れる。また、夏場の海水温の高さにより、カニの漁獲量について心配していたが順調に確保されている状況にある。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると考えている。
		百貨店（売場主任）	・今年は冬のボーナス支給額の増加が期待されており、実現すれば消費税率引上げ前の駆け込み需要が増加すると想定している。
		百貨店（営業担当）	・来年4月の消費税率の引上げを直前にして、客の購買意欲が高まり、コートなどの高額商材の需要が増加すると予想している。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が想定されており、一時的に景気が上向きになると考えている。
		スーパー（店長）	・今月は当店の売上が増加傾向にあり、また、所属業界の流れも勘案すると、今後も当該傾向が続くと想定されることから、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・消費税率引上げまでは売上が減少する要素は少ないと考えており、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想している。なお、来年については、3月は当該税率の引上げ前の駆け込み需要が想定されるが、4月は当該需要の反動により売上が減少し、同状況は6月ごろまで続くと考えている。
		家電量販店（店長）	・販売数量は横ばい傾向にあるが、全体の買上単価は上昇傾向にある。また、消費税率引上げ前の買換え商品の選定に伴う来客数も増加している。こうしたことにより、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げ前の来年3月までは需要は良いと考えており、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想している。
		乗用車販売店（従業員）	・自社で開催した今月のイベントの効果により、今後、来客数及び売上が増加すると考えているため、2～3か月先の状況はやや良くなると想定している。
		乗用車販売店（役員）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要が、来年3月まで、多くの業界に波及すると想定されるため、景気は好調に推移すると考えている。
		自動車備品販売店（従業員）	・単価の上昇や趣向品の動向により、消費性向は高まってきているように見える。なお、当該要因は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要も多少影響していると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		住関連専門店（店長）	・来年3月までは消費税率引上げ前の駆け込み需要により、売上が増加傾向にあると想定している。
		タクシー運転手	・今冬は例年になく寒く積雪量が多くなると予想されており、足元が悪くなることが想定される。また、今後2～3か月先の時期は、飲酒の機会が増加することも考慮すると、客が増加すると予想している。
		通信会社（職員）	・消費税率が8%へ引上げ前の最後の年末年始であることから、商戦が活発化することが予想される。
		通信会社（役員）	・競合する大手通信事業者の商品やサービスに対抗するため、設備投資に取り組んでおり、当該効果を含めた契約数の増加に期待している。
		通信会社（店舗統括）	・来客数の増加に併せて、新機種に関する問い合わせも増加しており、売上は増加傾向にある。上述の件により、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		競輪場（職員）	・冬季期間は開催日数が減少するが、グレードレースの発売が多いことから、1日当たりの平均売上額が上昇する傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・来年になると、各社の広告宣伝が活発化し、消費者心理についても改善すること及び平成27年10月1日に予定されている消費税率の引上げに向けた新築に対する減税措置などが客に浸透することから、住宅需要はやや良くなると想定している。
	変わらない	商店街（代表者）	・景気の好況の実感が全く無いことにより、購買意欲へつながっているようには見受けられない。今後2～3か月先の状況については今月とほとんど変わらないと想定している。
		商店街（代表者）	・例年以上に天候により、人出が極端に左右される状況にある。なお、冬のボーナスについては今年は増加が期待できると想定しているが、まずは貯蓄に回す傾向が強いことから、地方においては一般消費まで波及してくることはまだ先のことになる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・当該業界においては全体的に現状維持が必至であるという厳しい状況が続いていることから、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		百貨店（営業担当）	・客の動向については、いまだに生活防衛という状況にあり、財布のひもが固い。ぜいたく感については家のなかでどのように楽しく過ごすかがキーワードの1つと考えている。なお、諸物価の高騰に伴い、ガソリンや灯油などに消費が優先されることにより、全体としては厳しい状況が続くと考えている。

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
		スーパー（店長）	・年末に向けてクリスマスや年末の商材の需要期に突入するが、客の購買状況をみると動きは鈍く、また、ドラッグストアやコンビニエンスストアの参入もあることから、売上が増加する気配はほとんどみられない。今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		コンビニ（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要工事に伴う作業員の来客数は多いが、安いものは安い所で購入し、コンビニエンスストアにおいては必要最低限のものしか購入しないという、目的買いの傾向がみられる。売上については、ファーストフード類は増加傾向にあるが、日用品などそれ以外のものについては、軒並み減少傾向にある。上述の動きが今後2～3か月先において大きく変化することは想定し難い。
		コンビニ（経営者）	・年末商戦の売上については、前年同時期の比較数値の予測は困難な状況にあるが、現状が大きく変動するとは想定し難い。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		コンビニ（店舗管理）	・原材料の高騰により、食パンや卵などの基幹商品を軒並み値上げせざるを得ない状況にある。なお、当該商材は目玉価格として扱っていたため今後悪影響が出ることを懸念しているが、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・売上については天候に左右されているといわれているが、寒くなっても防寒類の売上が大幅に増加していることがないことから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・企業経営者と商店街店主と従業員をグループ分けして考えると、3か月先の業況については、企業経営者グループでは強い期待感を持ち景気が良くなると思う人が多く、商店街店主グループは期待を持ちつつ不透明感を抱いている。また、従業員グループでは、特に中小企業においては給料が増加することは期待できず、先行きは暗いと考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		衣料品専門店（総括）	・冬季時期の到来により、売上が増加すると想定していたが、傾向に変化がみられなかった。なお、今後については当該増加要因が見いだせないことから、2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気の冷え込みが厳しく、良くなる気配がみえてきてはいない。また、来年4月の消費税率の引上げの影響により、一層景気が悪化することを懸念している。なお、今後多少とも景気が良くなることを期待しているが、大きく変化する要素が見当たらないことから、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・消費税率の引上げの影響により、必要なものを購入する動きは発生するが、消耗品については現在と変化は無いと考えている。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと予想する。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・カテゴリー別の買物動向は、高額な健康食品やダイエット関連商材より、食品中心へシフトしている。また、不要不急の商材への支出に対しては、財布のひもは固い。全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・クリスマスや年末年始商戦に期待は持てるが、消費税率引上げ前の駆け込み需要の動向やその後の買い控えなどへの懸念もあり不透明感が否めないため、今後2～3か月先の状況については全体としては変わらないと想定している。
		高級レストラン（スタッフ）	・忘年会及び新年会の受注状況は例年同月並みで推移している。なお、今後2～3か月先の状況については全体としては変わらないと想定している。
		一般レストラン（店長）	・地場産業の業績が改善されず見通しははっきりしないことから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。

分野	景気の先行き判断	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（スタッフ）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要による景気の良さが、そろそろ終息に向かっていているように感じている。なお、当該需要以外には景気が大きく変化する要素はみられないことから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		スナック（経営者）	・最悪である現状よりも売上が多少増加することを期待しているが、雪が多いなどの天候予測を聞くと来客数が減少するおそれがあり、さらに、来年4月の消費税率引上げを控えた様々な引締めを考慮すると、相変わらず良くない状態が続くと想定している。
		観光型旅館（経営者）	・忘年会時期に突入したが、最近の数年間において自粛していた忘年会が復活するなど、地元客が増加している。なお、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全部門において予約状況は弱く、現在より好転する見込みは少ないと想定している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況をみると前年同月より回復している状況にはないことから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		旅行代理店（従業員）	・消費税率引上げ後の動向が不透明であることから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		タクシー運転手	・客から仕事量は増加しているが、給与が増加していないという話を聞く。当該状況が続く限り、業況が変化するとは考えられない。
		通信会社（営業担当）	・新規加入数については最近数か月横ばいの状況が続いているが、年末商戦には期待している。なお、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		通信会社（役員）	・これから年末商戦を迎えるが、前年同月と比較しても特別良い要因は見当たらない状況にある。こうしたことにより、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		その他レジャー施設（職員）	・年末の賞与が増加する状況にはないことから、入会者が増加することは困難であると考えている。したがって、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結期限が9月末であったことから、客の様子は止まった感じがしているため、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・来年4月に消費税率が8%に上げられる前の駆け込み需要が少ないと考えていることから、売上は現状より多少減少すると想定している。
		スーパー（総務担当）	・今後消費税率の引上げ時期が近づくにつれて、将来の生活設計を意識した買い控えが発生すると想定している。
		スーパー（統括）	・消費税率が3%から5%へ上昇した際は、当該税率の引上げ直前の駆け込み需要により、売上を前年同月比約5～6%増加させているため、今回についても来年2月ごろより保存効果のある食品については同様の現象が発生すると考えている。ただし、来年4月以降の景気についてはかなり悪化すると想定している。なお、今後3か月後は、消費税率引上げ直前時期になることから、客の購買意欲が高まると想定しているが、全体の売上については、今月よりやや減少すると予想している。
		旅行代理店（従業員）	・消費税率引上げについては決定事項であるが、収入増が見込めないため、消費は不要不急の旅行ではなく、他の高額品に向かうと予測している。
		美容室（経営者）	・来年4月の消費税率引上げにより、消費が一層落ち込むと懸念している人が多く見受けられる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が終わり、客が状況をみている状態がしばらく続く感がある。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としてはやや悪くなると想定している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・来年3月までは、長期間の工事だけではなく短期間の工事についても、現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結時期の影響に伴う駆け込み受注が9月末で終了したことによる反動減が発生すると考えている。したがって、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。	
		コンビニ（店長）	・世間でいわれているアベノミクス効果などは、当該地区のコンビニエンスストアにおいては無関係な状況にある。また、近隣に拠点を設置している工事関係業者によると、2020年の東京オリンピック開催に向けて東京への移転や同オリンピック関連の仕事が実施しやすい県外への移転が決まったと聞いている。上述のとおり、常連業者の約3割が来年に向けて営業所の移転を考えており、今後一層厳しい状況になると予想している。	
		観光型旅館（スタッフ）	・宿泊人数については11月は前年同月比104%と良い傾向にあるが、県外客が減少する12月以降の宿泊予約状況は当該比が80～98%であることから、今後2～3か月先の状況については悪くなると予想している。	
		テーマパーク（職員）	・今後3か月先の予約状況を見ると、前年同月比で2けた以上落ち込んでいる状況にある。なお、見込み案件も減少しており、特に、企業関係の団体の動きに鈍化傾向がみられ、結果として大幅に悪くなるのではないかと予想している。	
		住宅販売会社（従業員）	・駆け込み需要は終わり、また、展示場への予想以上の来場者数の大幅な落ち込みが発生していることから、今後の受注の大幅な減少は回避できないと考えている。	
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・海外及び国内からの引き合い件数が増加していることから、受注量が増えると予想している。	
	やや良くなる	食料品製造業（役員）	・最近の食品表示問題により、外食を控え内食化傾向が強まると、現状の予約状況に変化が起きる可能性は否定できないが、年末年始の販売予約数量が前年同月よりも多いことから、売上の増加を期待している。	
		繊維工業（経営者）	・まだまだ本格的な回復は望めないが、輸出関連における受注の増加が期待されることから、今後2～3か月先の状況はやや良くなる。	
		繊維工業（経営者）	・来年4月の消費税率引上げを非常に気にしているが、来年度の新製品開発件数が前年11月よりも大幅に増加していることから、先行きに期待したいと考えている。	
		化学工業（総務担当）	・年末から今年度末に向けて、受注量が増加すると想定している。	
		金属製品製造業（経営者）	・今後2～3か月先の受注量より、当該時期の状況はやや良くなると想定している。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・新製品や新規分野における関連製品において、年末より来年の春先に向けて増産計画をしている。	
		建設業（総務担当）	・過度な受注競争の緩和はプラス材料であるが、施工人員に余裕は無く、当面は受注余力に不足状態が続き、業況は限定的ではあるが改善すると想定している。	
		輸送業（配車担当）	・今後2～3か月先の状況については、来年4月の消費税率引上げの影響に伴い、物量の動きは今年より活発になると想定している。	
		通信業（営業担当）	・様々な業種の客を訪問することにより、住宅関連業界を中心に、洋服雑貨業界及び自動車整備業界など、全体的に多忙になってきているように考えている。当該要因は、これから本格的な冬を迎える北陸地域独自のことであるのかは分からないが、活気が出てきているように最近感じている。	
		金融業（融資担当）	・強い期待感を含め、引き続き政府の政策次第では、今後2～3か月先は幅広い業種において景気回復が見込まれると予測している。	
		金融業（融資担当）	・当面は北陸新幹線開業に関連する店舗投資などの需要が想定されていることから、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想している。	
		変わらない	プラスチック製品製造業（企画担当）	・今後2～3か月先の状況については、現在と同様、来年4月の消費税率引上げ前の駆け込み受注が継続すると想定しているが、その後については不透明な状況にある。
			一般機械器具製造業（経理担当）	・消費税率の引上げの影響により多少駆け込み需要があると想定しているが、根本的な国内の設備投資については多くを期待できないことから、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・住宅関連の動きが多いのは消費税率引上げ前の駆け込み需要と想定しているため、今後も当該状況が継続するとは考えていない。全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		税理士（所長）	・今後2～3か月は、年末年始の休日などに伴い生産活動が低下し、また、当地においては積雪により建設工事においても制約を受けるが、年末賞与の増加が期待されていることにより、販売業関連においては期待が持てるという声が聞こえてきている。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		建設業（経営者）	・今冬は大雪予想が出ていることにより、除雪作業は多忙になると想定している。ただし、降雪により工事ははかどらなくなることを考えられることから、来年の2月までは今年の11～12月における完成工事高と同様には増加せず、損益は悪化すると予測している。
		不動産業（経営者）	・法人及び個人より活発な話が聞けなくなってきたことから、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・全体的に広告費を削減する傾向にあり、また、チラシへの新規掲載企業店舗数が少ないことから、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加により雇用失業情勢の改善が期待されるため、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・派遣による問い合わせが多少増加してきたことにより、企業は社員への採用には至らないものの、一時的な人材を求めていると想定される。上述の件により、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・来年の1～3月は短期の補充案件の増加が想定されるが、期間的に対応可能な希望者の手配が困難であると考えている。なお、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		人材派遣会社（社員）	・派遣終了者は前年度より増加傾向にあるが、来年度に向けて派遣の開始を予定している人数は前年度より少ない状況にある。また、受注案件は増加傾向にあるが、全体的に人材不足感が続く想定している。全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・活発な社員募集の動きは無く、この先も求人数に大きな変化はみられないと予測している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の件数は前年11月と比較すると多い水準にあるが高止まり感もあることにより、今後2～3か月先の状況については全体としては変わらないと想定している。
		職業安定所（職員）	・前年同月に比べて増加傾向にあった建設業の求人数が減少に転じたことから、後は全体的に横ばい傾向に推移する。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	商店街（代表者）	・年末商戦や、消費税増税前のまとめ買いのほか、売出しイベントで消費が活発になる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ボーナスの支給時期でもあり、財布のひもが緩くなる。
		百貨店（企画担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要により、3月末までは好調な動きとなる。現在は外商顧客などの高所得層に売上げけん引されているが、年末からは中間所得層の購買意欲も高まってくる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待しており、ピアノや呉服の催事を増やす予定である。
		百貨店（マネージャー）	・ボーナスの増加や消費税増税前の駆け込み需要が、消費を活性化させる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税直前の駆け込み需要がより一層期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや良くなる	家電量販店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるほか、寒くなる気配からエアコン需要が高まる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・やはり、食品表示問題の件で市場に変化が出ており、神戸牛の購入が増えている。人に贈る場合は、はっきりとしたブランドの商品を贈りたいということか、和牛や国産牛というよりも神戸牛が選ばれている。
		一般小売店〔花〕（店長）	・今月の販売量は伸び悩んでいるが、多少の売上アップは見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。需要を喚起する積極的な販促活動に加え、アパレル商品でも取引先は春物などを前倒しで生産し、3月までに納品可能な商品は増産する計画を組んでいる。それに伴い、期間限定ではあるが消費は上向きになる。
		百貨店（売場主任）	・10、11月は厳しかったが、12月は社会情勢も少しは落ち着き、上向きになると期待している。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化し、消費行動が活発化する。
		百貨店（売場主任）	・季節的な消費以外は景気の上昇要因が見当たらないものの、消費税増税を目前に控えて、高級輸入ブランドを中心に駆け込み需要が期待できる。ただし、増税後の消費意欲の減退は、売上が5%以上減少するほどの影響があると分析している。
		百貨店（企画担当）	・年末年始に向けて購買意欲の高まる時期でもあり、売上は回復する。年明け以降も、4月までは消費税増税の影響もあって上向く。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げを見越した消費で、いつか買おうと思っていた宝飾品やブランド品などが今まで以上に売れたり、家具の買換え需要が増えたりするため、景気は更に上向く。
		百貨店（商品担当）	・冬のボーナス支給額が徐々に増加基調となるため、消費税増税の駆け込み需要もあり、春までは期待が持てる。
		百貨店（服飾品担当）	・取引先などからは、消費税増税前の特別な商材の企画案が徐々に上がってきている。まとめ買いや、お買得なセット商材などが2、3月に向けて提供される見込みで、増税前の駆け込み需要をとらえようとする動きが活発である。各社共に前年比で10～15%の売上アップを見込んでいる様子で、できる限り3月に売上を伸ばそうとする姿勢がうかがえる。
		百貨店（外商担当）	・消費税増税が目前に迫ってくるため、宝飾品や呉服、美術品などの高額品の駆け込み購入が増える。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前に差し掛かるため、商品の販促やイベントといった仕掛けが増え、消費の動きが変化する。ただし、過去の増税時のようにはいかない。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前のまとめ買いや、高額品の購入に動きが出てくる。
		百貨店（店長）	・消費税が増税される前は、特に高額品の購買意欲が高まる。
		百貨店（商品担当）	・絵画や宝飾品といった高所得者向けの商品だけでなく、一般的な身の回り品についても全体的に単価が上がっている。
		百貨店（外商担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要が増えてくる。
		百貨店（販促担当）	・消費税増税前の3月までは、駆け込み需要が期待できる。4月以降は反動減が必至ではあるが、3月までに限定すれば良くなる。特に、長く使える物への需要が高まり、日用品でもまとめ買いが期待できる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくるほか、増税後も各社の落ち込みへの対策により、駆け込みの勢いをあまり落とさずに維持できると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・厳しい状況には変わりが無いが、12月以降は消費税増税前で大型商材の動きが活発化するという、プラス要因が出てくる可能性も含め、回復基調が期待できる。ただし、今後の推移を注視していく必要があり、楽観視はできない。
スーパー（店長）	・現在の傾向が更に顕著になる一方、消費税増税を前に新学期、新生活関連の動きが早まることで、単価の上昇による売上増が見込めそうである。食品、消耗品も単価は下がるものの、販売量は大きく増える。1、2月が厳冬となることを願う。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・消費税の増税に向けて一時的に消費者の購買意欲が高まるため、売上アップが見込まれる。その後は若干の低迷期となるが、価格でなく価値によって訴求し、いかに良さを消費者に伝え、付加価値の高い商材を販売できるかが課題である。
		スーパー（店長）	・消費税増税直前のタイミングとなり、大型商品や高額商品の動きが活発化する見込みで、瞬間的ではあるが消費は拡大する。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・ファストフードやプレミアム商品の売上好調が継続し、客単価の上昇傾向も続くことが期待される。
		コンビニ（広告担当）	・恐らく、クリスマスや年末年始から消費税増税前までは、まとめ買いなどで上向く。ただし、商品によって傾向は異なる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率アップによる駆け込み需要が多少なりとも見込めるものの、すべてが好調になるとは考えにくい。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・少しずつではあるが、客が欲しい物を購入するようになってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が発生する。
		乗用車販売店（経営者）	・円安の進行もあり、業績の良い企業が増えているため、今後は景気がやや良くなる。ただし、日中関係や日韓関係の悪さが経済に悪影響を及ぼしかねない点が懸念される。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増える。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税を前に新車の販売量が増えているが、増税後の販売の落ち込みが不安である。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車は売れると予想されるが、客の消費税増税に対する反応が薄いため、売上全体の増加につながるかどうかは分からない。
		乗用車販売店（営業担当）	・来年の消費税率アップ前の決算セールを実施する3月までは、受注増が続く。
		住関連専門店（店員）	・児童手当の支給増加で学習机、ランドセルの需要が増加する。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・年末が近づくことで環境が変化するほか、一時金などの収入の増加により、心の豊かさを求めて購買意欲も上がる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益が最高を記録し、今冬には賞与によりよく反映される。バーゲン袋を持った客もよくみられるようになり、消費マインドの上昇が感じられる。また、外国人客の利用も、3～4年前の水準に戻ってきたと感じる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・駆け込み需要が間違いなく続くため、しばらくは景気が良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・今月は季節変動で動きが良かったが、12月以降は落ち込むことが予想される。ただし、株価の上昇もあり、富裕層がますます豊かになっていると感じるので、期待している。
		観光型旅館（経営者）	・消費税率の引上げ前の駆け込み需要が出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門については、順調に単価が上がっており、予約率も上昇している。宴会部門も、1件当たりの参加人数が増え、例年開催の新年会、歓送迎会も順調に受注できている。レストラン部門は、梅田地区の商業施設開業当初は客が流れてきていたが、宿泊の稼働率が上がり、喫食率の上昇が見込める程度であったため、今後は季節商品の販売による収入アップを目指す。
		都市型ホテル（総務担当）	・予約状況が好調を維持している。今後は販売単価のアップが課題となるが、徐々に上昇しつつある。
		タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約が伸びるなど、企業活動が活発化している。
		タクシー運転手	・これから寒くなって飲み会などが増えてくるため、人の動きが期待できる。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・スマートフォンの普及でデジタルカメラの売行きが悪くなっているといわれるが、11月に各社が高級品を新発売して注目を浴びており、私も少々高くても買おうかという誘惑に駆られている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・円安と株高の進行で、このまま順調にいけば大手企業は間違いなく増収増益となる。中小企業の景気が良くなるには、まだ数年かかると思うが、少しずつ良くなっていく。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前までは、駆け込み需要による押し上げがある。
		住宅販売会社（従業員）	・建築費の高騰により、分譲価格の設定が非常に高くなると予想されるため、価格が高騰する前に購入しようとする動きが出てくる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・企業業績が好調に推移しており、消費マインドは引き続き好調を維持すると思われる。ただし、今後販売されるマンションの価格上昇が、販売率の低下につながる不安はぬぐえない。
	変わらない	商店街（代表者）	・競争激化の状況は当面改善されず、厳しい環境が続く。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・クリスマス、正月商品は売れているが、ほかの商品の売上が減少しているため、景気回復とはいえない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客の買い控えが続くなかで、今後も景気が良くなるということはないので、状況は変わらない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要がどこまで見込めるかは分からない。それ以外の起爆剤になる要素がないため、今後の販売に対して期待は持てない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・状況が変化する要素がない。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・消費税率がアップとなる際には、更なる売上減が想定されるなど、厳しい経営環境が続く。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税に向けての先食い消費で、一時的に売上は増加が予測されるが、根本的な人口減や若年層の雇用問題、所得の減少など、大多数の中間層が不安定な状況にあるため、景気が良くなる感覚はない。
		百貨店（サービス担当）	・今年は、新しい商業施設がオープンして初めてのクリスマスと年末、年始商戦であり、来客数の増加による売上増を期待しているが、景気回復のスピードが鈍化するような話題が多く、悪影響を懸念している。
		スーパー（経営者）	・今月は青果物、特に薬物野菜の価格が高い。売場の客からも、ほうれん草が高いなどの声が聞かれる。
		スーパー（経営者）	・給料や年金支給日の後は、一時的に売上が前年比で増えることはあるが、それ以外が極端に悪いいため、景気は良くない状況であると感じる。
		スーパー（店長）	・家電などの耐久消費財関連は、消費税率引上げ前の駆け込み需要があるが、食料品や衣料品への効果は限定的と予想される。
		スーパー（経理担当）	・年末から年明けにかけて、堅調な動きが続くと予想される。消費税増税を控え、前倒して正月前後にややぜいたくな消費をする動きや、日持ちのする商品の買いだめなどが下支えとなる。
		スーパー（広報担当）	・消費税増税前後の動向が不透明である。
		スーパー（社員）	・当社のような食品中心のスーパーは、これから年末年始にかけて最も来店客数が増える。今年も堅調に推移しているが、前年よりも競合が厳しくなった店舗を中心に、来客数が伸び悩むことが懸念される。
		スーパー（販売担当）	・客の様子をみていると、広告初日のお買い得商品や、ポイント何倍といった特売日の店を選んでうまく買い回るなど、目的買いの傾向を強く感じる。
		スーパー（開発担当）	・年末にかけて多少の消費の増加が見込めるが、まだ中小零細企業にはアベノミクスの効果が波及していない。
		スーパー（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要は、一部の業種では期待できるが、食品や日用品については後回しとなり、大きな売上増加は期待できない。
		コンビニ（経営者）	・ひきたてコーヒーをアイスからホットに一気に変え、ホットの価格も150円のほか、120円の商品を作ったことで、売上が前月よりも10%ほど伸びた。2～3か月後には更に25%増になるように、販売に力を入れる。
		コンビニ（店長）	・消費税率が上がるまでは、今の状態が続くのではないかと予想される。テレビのCMや番組でのコラボレーションなど、商品イメージの向上や新商品の開発、各種キャンペーンにより、客の来店回数や買上点数を増やし、売上を維持する状態が続く。
		コンビニ（店員）	・客の購買意欲が感じられない。チラシの配布などによる回復を期待している。

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
		家電量販店（店員）	・給与もボーナスの金額も上がる傾向がなく、消費者は人員の減少にばかり気を取られているなど、いまだに厳しい状態である。
		乗用車販売店（経営者）	・12月に向かって景気は良くなるが、反動で1、2月は冷え込む。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入や車検の予約は、例年とあまり変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・年末へ向けての整備依頼が、昨年よりも早く動き出している。単価は引き続き低水準であるが、客には若干の余裕が出てきているようにも見える。
		住関連専門店（店長）	・客の購買意欲が増していると感じるものの、消費税増税の直前でもあり、これが一時的な改善か、景気回復によるものかは判断が難しい。ただし、依然として中小企業の苦しい状況が変わっていないことは事実である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後の見通しは気候次第である。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・客の消費行動の二極化がますます加速し、景気が良くなることはない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の対象としては、やはり自動車や不動産の優先順位が高くなる。
		一般レストラン（経営者）	・どうしても年始は外食を控える客が多くなるため、早期に景気が下がらないような対策を取り、現状維持か上昇を目指す。
		一般レストラン（経営者）	・先行きの見通しが立たない。
		一般レストラン（スタッフ）	・株価の上昇や企業の好決算予測などに比較して、食料品や生活必需品の値上げや、所得の伸び悩み、消費税増税などが景気の見通しを不透明にしている。
		一般レストラン（店員）	・周辺には大企業が多く、昼食にもある程度の金額をかける客が多いので、悪くはならない。
		スナック（経営者）	・客を待っているだけでは動きがないので、来月は何かイベントの開催を検討している。
		観光型旅館（経営者）	・2か月先の予約状況については、今のところ思わしくない。今後も道路状況を考えると客足が期待できず、峠の凍結や積雪、ガソリン価格の高止まりなどで、周辺の景気にもあまり期待できない。
		観光型旅館（団体役員）	・1人当たりの宿泊単価が、宿泊人員の増加と反比例して低くなっている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は海外からの観光客が引き続き堅調に推移するとみられ、ホテル全体の売上をけん引していく。宴会部門の法人利用は、消費税増税前の需要に若干期待しているが、その後も利用が増える傾向が続くとは思えない。
		都市型ホテル（客室担当）	・客室部門に関しては、訪日外国人の増加が続く限り、消費税増税が始まる4月までは今の状況が続く。
		旅行代理店（経営者）	・学生の卒業旅行が就職活動とどう重なるのかが予測しにくいほか、海外旅行の価格も昨年と比較して上がってきている。関東のテーマパークの周年行事がある3月下旬までは国内旅行も堅調に推移するが、消費税増税もあり、非常に読みにくい状態である。
		旅行代理店（広報担当）	・消費税の増税が最も大きく影響するが、旅行に関しては駆け込み需要が少なく、耐久消費財などに流れることでの悪影響が大きい。今のところは毎年の旅行を我慢するといった傾向はみられないため、今と変わらない状況になる。
		タクシー運転手	・まだまだ先行きの不安が解消されていない。政治が安定し、老後にも安心感が出てこなければ消費意欲は上がらない。
		通信会社（社員）	・4Kテレビの普及状況がまだみえてこない状態であり、現時点ではそれほど大きな改善は望めない。
		通信会社（企画担当）	・ゲームセンターの存在感が小さくなっている。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の決定による影響が、そろそろ始まる。今冬のボーナスの増額傾向が明らかにならなければ、消費動向を左右する動きにつながる。
		観光名所（経理担当）	・売上の前年比は、ここまで110%を何とか維持してきた。クリスマスシーズンを迎えて、恒例のイルミネーションイベントを更に拡大し、弱くなる冬場の来館者数を上げることで、前年比110%をキープしていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（経理担当）	・売上、来客数共に、昨年とほとんど変わらない。天気が少し悪かったものの、3連休はかなりの来客数であった。また、平日と休日の差は以前よりも広がっているが、平日の客単価は休日よりも上がってきている。一方、体験教室の来客数は継続して伸びているが、ほかの店舗ではばらつきがみられる。特に、飲食関連があまり良くない。景気動向が当業界にどう影響を及ぼすのか、なかなか判断が難しいが、総じてあまり良くない状況である。
		遊園地（経営者）	・日常的な消費では、客の動向をみる限り、回復傾向はまだみられない。
		ゴルフ場（支配人）	・現段階での予約状況を見ると、良くも悪くもないため、全体的には変わらない。
		競輪場（職員）	・アベノミクスという言葉が先行し、景気回復の動きに実体が伴っていない。大手企業の賞与増加が報道されているが、それ以外の中小零細企業などは厳しい状況に変わらない。そう考えると期待は薄い、正月時期であるため、少しは財布のひもが緩んでくる。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・12～2月にはコンサートが17日間開催されるほか、子ども向けのイベントや、企業のイベントが開催されるため、今月と同じぐらいの集客を見込んでいる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・消費税増税の影響に関しては、近郊型の観光地では消費財などのような駆け込み需要は見込みにくいため、特に好材料はない。むしろ、その後の交通費の値上げやガソリンの高止まりなどの、逆風となる要素が懸念される。
		美容室（経営者）	・美容室では千円や2千円を割り引いても客の増加にはつながらないが、卵が100円を割ったら行列ができる。スタッフの少ない店では思い切ったキャンペーンは打てないため、今は静観の時期かもしれない。
		美容室（店員）	・客のお金の使い道が、年末は買物に使い、年始はレジャーに使う傾向があるので、変わらない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・新企画のカフェを大型店でオープンし、今後のブックカフェ出店に弾みをつけたい。
		住宅販売会社（従業員）	・短期的に景気が上向く材料に乏しい。
		住宅販売会社（総務担当）	・やや消費税増税の影響で悪化傾向であるが、3月までの建売住宅の駆け込み需要に期待している。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要があるかもしれないが、金融機関の融資姿勢が厳しくなりつつあると感じており、実際に融資残高にはあまり変化がない。
	やや悪くなる	一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・消費税増税が家計に及ぼす影響として、コーヒーなどの嗜好品の買い控えにつながる。
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・客からは、景気の良さや余裕を感じることはない。必要に迫られて修理をしたり、時計を買ったりというギリギリの様子が感じられ、まだまだ先行きに対して楽観的にはなれない。
		スーパー（管理担当）	・流通他社の好調が伝えられるなか、苦戦を強いられており、後手に回っている感が否めない。
		コンビニ（店員）	・クリスマスやお歳暮の予約が昨年よりも少なくなり、客単価も若干下落する傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	・一番先に節約の動きが出るのは婦人服である。
		高級レストラン（支配人）	・先般の食品表示問題や消費税増税による影響で、低価格帯のレストランに消費が移ることが予想される。
		一般レストラン（経理担当）	・既に始まっている値上げの影響が家計を圧迫し、外食需要が減少する可能性が高い。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一度落ち着き、しばらくは減少傾向となる。
		観光型ホテル（経営者）	・12月は前年を若干上回る程度の予約状況であり、今までに比べると少し勢いが落ちる見通しである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、不透明ながらも現在の好調が続くと思われるが、宴会の先行予約は前年を大きく下回っている。定例と単発の会合のうち、特に単発の入込が悪い。
		タクシー運転手	・秋が終わって紅葉も終わると、客の動きが悪くなる。
		通信会社（経営者）	・消費税増税により地方の景気が低迷する。
		通信会社（社員）	・スマートフォンの新製品の販売が落ち着く。今後はよほど魅力的な商品を発売しなければ、販売は伸びない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージでは服を脱ぐので、毎年寒い時期になると客は減少する。今は昼間の客が特に少ないため、景気は悪くなる。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・注文住宅の契約が9月末に伸びた反動が思った以上に大きく、客足が伸びていない。
	悪くなる	一般レストラン (経営者)	・当店の客には高齢者が多く、年金が少なくなっているほか、食料品などの値上げにより、外食の回数はますます減る。
		住宅販売会社 (経営者)	・来年の春以降に向けて商品開発をしているが、相場が維持されるかどうか不安であり、供給量を調整しなければいけない状況にある。不動産の流通は当面良い状況となる材料がない。
企業動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業 (経営者)	・新規事業が今後具体化し、売上、利益共に増加する。
		化学工業 (管理担当)	・米国の金融緩和政策の続行により、円安及び株高になる。
	やや良くなる	建設業 (経営者)	・年度末にかけて、好調な動きが継続または加速する。
		食料品製造業 (営業担当)	・12月はイベント (クリスマス、年末商戦) などで、今よりも景気は良くなる。ボーナスも前年比では増加予定であるため、期待はできる。
		食料品製造業 (経理担当)	・消費税増税前の駆け込み受注計画が多くなっているため、2～3か月先までは良くなる。
		繊維工業 (団体職員)	・国産品への需要が多少は増加傾向にある。
		家具及び木材木製品製造業 (営業担当)	・配達量が多く時間がかかる。1日に回る件数が多くなっており、来月も忙しい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要で、2月ごろから増産の動きが出る。
		出版・印刷・同関連産業 (情報企画担当)	・医療業界では依然として安定受注が続いており、業績の回復に貢献している。一方、弱電業界は円安傾向で収益は改善しているものの、国内需要が伸びておらず、販売促進の動きにも活発さがみられない。住宅関連企業の動きも一段落した感覚がある。
		化学工業 (経営者)	・消費税率が上がる前に大量に仕入れる動きなど、比較的大きな案件が散見されるため、来年3月ごろまでは景気は安定して良くなる。
		化学工業 (企画担当)	・年末になり、食品原料の売行きが伸びてきている。一次原料の高騰もなく、利益が確保できている。
		金属製品製造業 (経営者)	・為替の正常化により、海外向け案件でも日本に目が向けられている。
		金属製品製造業 (営業担当)	・とりあえず、年度末の3月末までは仕事が確保できている。
		金属製品製造業 (管理担当)	・消費税増税の直前に駆け込み受注がありそうだが、増税後の4月以降は反動で悪化する。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・企業は激しい競争のなかで技術開発を活発に進めており、いつまでも沈滞状態が続くことはないが、国際情勢の安定が条件である。その点で、最近は不安定になっており、先行きが不透明となっている。
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・省エネ需要ならびに消費税増税前の駆け込み需要で、購買意欲の増加が見込まれる。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注が少しずつ増えている。
		その他製造業 [履物] (団体職員)	・4月からの消費税増税を控え、駆け込み需要が増えてくる。
		輸送業 (営業担当)	・個人向けの荷物が2か月連続で前年比140%増となっており、来月も同じぐらゐの推移となる。
		輸送業 (営業所長)	・年末に向けて食品を中心に荷動きは良くなるが、軽油の単価上昇が利益を減少させる懸念はある。
		輸送業 (営業担当)	・消費税率が上がる前に購入する客が増える。
		通信業 (管理担当)	・ボーナスも支給され、年末商戦に突入する。
		金融業 (営業担当)	・消費税率の引上げによる、駆け込み需要が増加する。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・若干であるが、折込件数が増えつつある。
		広告代理店 (営業担当)	・11月からの気温の低下に伴い、冬物が動き出している。クリスマスの演出などで客の動きが活発になってくれば、前年比でもプラスになってくる。

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
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・年末商戦、年明けの大きな企画もないため、良くも悪くもならない。小売店に新規採用の決まった商品などもあるが、思ったような伸びが期待できない状態である。大口の商談も少なく、小口の商談が目立ってきている。
		繊維工業（総務担当）	・海外の外注先で製造した商品を、米ドル建で輸入する比率が高いため、円安は仕入コストの増加につながり、利益が圧迫される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・長く景気の底が続いているが、これより下があるとは思えない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・当社はガラス瓶を作っている中小企業であるが、世間でいわれるほど景気が上向いていることはなく、経費を削減して経営を続けている状態である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・更に円安になり、それが長く続くとすれば好影響が出る。いずれにしても、為替の影響を大きく受ける。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・2、3か月後は、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるものの、4月以降の需要先食いとなる可能性が大きいため、景気が良くなっているとはいえない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、ぼつぼつと仕事が入る感じであり、年末や年始の仕事の予定は入っていない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・例年、年末年始には動きがあるが、今のところ変化がないため、今後の受注も変わらない。
		建設業（経営者）	・台風や災害の復旧工事のほか、消費税増税までの駆け込み需要が重なったの忙しさであり、人件費は上昇傾向にあるが、すぐに価格に転嫁することは難しく、採算は厳しくなることが予想される。
		建設業（経営者）	・技能労働者の賃金や建設資材の高騰が予想される。その一方で、厳しい価格競争が続くため、板ばさみの状態が続く。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退が続くなかで、なかなか新たな企業を誘致することができていない。
		広告代理店（営業担当）	・今年の前半に比べて、明らかに勢いがなくなってきている。
		広告代理店（営業担当）	・今年度の終わりまでは、大きな動きは今のところ出てきそうにない。
		司法書士	・今月は登記の事件や案件が、先月よりも少しあったように思うが、この状態が続くかどうかは判断しきれない。
		コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷受注数は昨年を既に上回っており、比較的好調な勢いを感じる。ただし、今年は特に、割引率の大きい時期に受注が殺到しているようにも感じるため、楽観視はできない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・来年には消費税率が上がるため、多少の駆け込み需要は期待できそうである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税率アップを前に、買い回り品の購入が優先され、日用品が中心の最寄品の買い控えが懸念される。駅ナカ店舗は後者であるため、売上の減少が予想される。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・今が良くなっているといっても、今後も良くなるかどうかは不明である。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後2～3か月では変わらない。まだまだ受注が少ない状態である。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・依然として先行きが不透明である。
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・様々な工夫をしている得意先は、何とか販売数を維持しているが、大半が減少となっていることで、注文も減少が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の取り扱う製品の投資計画が停滞しており、この先も短期的な見通しは暗い。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・物価上昇の動きに、一般消費者の収入が追いつきそうもない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内及び海外における受注残が伸び悩んでいる。今後の顧客情報を踏まえた営業活動が重要となってくる。
		経営コンサルタント	・家電業界を中心としたクライアントは、ここしばらく苦戦が続くそうである。
	悪くなる	輸送業（商品管理担当）	・消費税率が上がる前の駆け込み需要が増え、景気が良くなったようにみえるが、世間でいうほど給料も増えていないため、財布のひもは固くなっている。
雇用	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		
関連 (近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・例年のことであるが、業種を問わず年末や年度末にかけて求人は増える。さらに、消費税率アップの影響で、大きな買物に関わる業種は忙しくなっている。この傾向は間違いなく来年3月までは続く。		
		人材派遣会社（支店長）	・年末に向けて例年よりも良くなっているほか、政権交代後は経済が上向きに動き始めていると感じる。有効求人倍率も米国の大型金融機関の破たん前まで戻ってきており、今後は消費税増税前の駆け込み需要で少しずつ良くなる。		
		人材派遣会社（支店長）	・雇用情勢の悪化が底を打った感があるので、今後は拡大傾向となる。		
		アウトソーシング企業（社員）	・消費税増税の前に、修理などの大きな動きが増える。		
		アウトソーシング企業（営業担当）	・顧客のビジネスが動き、拡大しているため、徐々に金回りも良くなる。		
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度末にかけては、消費税増税前の駆け込み需要が少なからずある。		
		職業安定所（職員）	・このままの状況が続くと思われるが、来年4月以降は消費税増税前の駆け込み需要で好調となった産業では、反動による雇用への悪影響が懸念される。		
		職業安定所（職員）	・正社員求人が大幅に増加しているわけではなく、求人条件が目に見えて良くなっているとはいえないが、確実に雇用情勢が改善している感触はある。消費税増税後に一気に縮小する可能性はあるが、しばらくの間は上向き傾向で推移する。		
		民間職業紹介機関（職員）	・建設労働者不足の制約を受けながらも、求人数はまだ若干は増加するという見方が多い。		
		民間職業紹介機関（大学担当）	・今後は採用枠の増加が見込まれる。懸念されるのは消費税率アップによる影響である。		
		学校〔大学〕（就職担当）	・年末に学内イベント（合同就職説明会）を実施するが、昨年に比べて参加希望団体が増えており、採用意欲が復活したように感じる。		
		変わらない	変わらない	人材派遣会社（役員）	・消費税増税前の動向も気になるが、派遣業界はしばらく人材確保が困難な傾向が続く。
				人材派遣会社（営業担当）	・株価の上昇もあり、一時的に景気が上向いている印象はあるが、一部の上場企業に限られていると感じる。
求人情報誌製作会社（企画担当）	・まだコスト削減の動きが収まっていないため、回復までには1、2年かかる。				
新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告は一時上向きの状況であったが、最近はずらつきがあり、良くなることも悪くなることも判断がつかない。当社のような関西を基盤とする企業は中小企業からの求人がメインであるが、大手輸出企業のように円安のメリットを享受できる段階には至っていない。				
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要に伴う消費マインドの上昇を期待しているが、全く見通しが立たない。良い業界と悪い業界がはっきりしている。				
職業安定所（職員）	・製造業を対象に景況アンケートを行い、集計中であるが、やや良くなるが30%、変わらないが30%、やや悪くなるが30%という傾向になっている。				
職業安定所（職員）	・今後もしばらく求人は増加傾向で推移すると思われるが、来年4月の消費税増税実施後は求人や雇用面に影響が出てくる。				
職業安定所（職員）	・現時点で特に変化がみられない。				
民間職業紹介機関（支社長）	・リスクが見当たらないことが一番の不安材料で、今後は更に良くなると思われるが、どこかで下り坂となる。				
学校〔大学〕（就職担当）	・来年度から消費税率が8%となるが、企業からは何とか採用数を維持したいとの声がよく聞かれる。				
やや悪くなる	—			—	
悪くなる	—			—	

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	良くなる	スーパー（店長）	・消費税増税まで現状がしばらく続く。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待できる。住宅需要の高まりで付帯する家電製品の購入も増加する。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・消費税増税前に購買意欲が刺激され、年末年始の曜日まわりも良いことから、多数の来場客が見込まれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会の予算も少し上がっている会社が増えており、受注件数も伸びている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客や仕入れ業者から、景気が良くなる変化を感じる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・通信販売やインターネットなどの競合相手も増えたが、法人関係の営業所設立のための印鑑注文が入るなど、動きが出ている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・消費税率8%導入が間近に迫り、駆け込み需要で売上が上がりそうであるが、一時的なもののような気がする。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・気候により冬物食材の売上が伸びる。
		百貨店（営業担当）	・当商業施設の約半数の店舗が前年実績を超えてきていることと、先日実施した買物券の販売が順調で、客の購買意欲が感じられたことから、今後の売上増加に期待している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、引き続き高額商品は好調に推移する。現在、低迷している衣料品についても、高額衣料品を中心に増税を意識した買いまわりが期待できる。
		百貨店（購買担当）	・消費税増税の情報が流れて動き始めたのは、高額商品である。現在は、衣料関係などの身の回り品には、買い控えも先買いも出ていないが、前回の消費税増税のときは前倒し購入があったので期待している。
		百貨店（売場担当）	・3か月先は消費税増税直前に当たるので、駆け込み需要が増加する。
		百貨店（営業推進担当）	・消費税増税がらみで販売額は多少増えてくると思われ、特に高額商品に期待する。
		スーパー（店長）	・年末までは、買い控えで消費鈍化が予測されるが、年明けからは、消費税増税前の消費意欲の高まりにより、日用雑貨など、消費期限の長い商品の動きが一時的に増加する。
		スーパー（店長）	・販売点数の伸びで売上は回復傾向にある。消費税増税前の駆け込み需要も考慮すると、3月末までは消費が伸びている。
		スーパー（業務開発担当）	・買上点数が伸びてきており、年明けまでは今の良い状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・工事が増えて工事関係の客が多く、行きや帰り、昼食時に、カップラーメンやおにぎり、弁当の売上が伸びる。
		コンビニ（地域ブロック長）	・好況感が広がっていくことが期待できる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
		家電量販店（店長）	・3月のパソコンソフトのサポート終了や、決算期が近づくので、パソコンの動きが良くなり、来客数も増加する。
		家電量販店（販売担当）	・年末・年始商戦に入る。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がくる。
		乗用車販売店（統括）	・年末に新型自動車の発売があり、販売量が増える。
		乗用車販売店（総務担当）	・客からの問い合わせは増え、来客数も悪くない。客は商品に好印象を持っているので、受注数は伸びる。
		乗用車販売店（営業担当）	・これから2～3か月は消費者の購買意欲が増す時期であり、業界としても前年より景気が上昇しつつある。
		自動車備品販売店（経営者）	・不景気にうんざりしており、良くなって欲しいと期待する。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・今後はバーゲン、ボーナスで、景気の上向きが期待できる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・株価の再上昇やボーナスの増額による心理的影響と、消費税増税前の駆け込み需要等の与件があり、年末年始にかけて消費意欲が高まる。この機運が継続すれば、2014年前半の景気上昇につながる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前に、各商店での販売競争が激しくなる。年末年始は各家庭でも消費意欲が強まるので、多少の改善が見込める。

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（外食事業担当）	・忘年会・新年会、歓送迎会などのニーズが増えるので、売上は伸びてくる。消費税増税前の駆け込み需要を期待している。	
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・4月からの消費税増税を控え、駆け込み需要が増える。旅行頻度が上がったり、食事、買物では高額品が売れそうである。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・消費税増税前なので、このままいい景気が続く。	
		観光型ホテル（支配人）	・昨年12月の忘年会は、一昨年より受注が増加したが、今年はすでにそれを上回る予約が入ってきている。官公庁や企業に加え、病院の忘年会が目立つ。	
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊関係の予約状況は好調に推移している。特に海外からの客が好調である。一般宴会についても予約状況は好調であるが、レストランについては消費税増税の影響が不透明である。	
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格的になってくる。	
		通信会社（工事担当）	・年度末で需要のある時期になる。	
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響は、次の10%増税の段階まで、様子見の状況が続くように思われる。	
		テーマパーク（業務担当）	・年末年始の買物や帰省、行楽で、人の移動も多くなっていく。	
		設計事務所（経営者）	・受注消化のため、一時的に良い状態で推移する。ただし、資材が高騰しているため、企業業績の大幅な改善は期待できない。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客からは必要以上に商品を購入する感じが感じられない。
			商店街（代表者）	・出雲大社の遷宮や消費税増税前の駆け込み需要は、期待するほど来客数増加につながらない。
			商店街（代表者）	・年明けに売上が伸びる業種があると思うが、大半の店舗には関係ない。
			一般小売店〔靴〕（経営者）	・消費税増税前の客の反応が読めない。駆け込み需要はあまり期待していない。
			百貨店（営業担当）	・売上がすぐに伸びたり落ち込むことはなく、何かイベントを仕掛けると売上は前年実績をクリアするという繰り返しである。
			百貨店（販売促進担当）	・ミセスの節約志向は、価格が下がる冬のセールで回復すると期待できるが、単価低下で売上総額の伸びは期待できない。また、昨今の食品表示問題はおせちの予約に大きなハンデとなっており、実需期となる12月商戦が心配である。
			百貨店（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を狙って、高単価商品や必需品の企画が3月までは店頭で並ぶ。
			スーパー（店長）	・景気判断をする材料はない。
			スーパー（店長）	・クリスマス、年末年始など催事はあるが、消費税増税を控えているので期待できない。
スーパー（総務担当）	・単価、点数とも低迷し、売上総額からみても購買意欲が減少してきている。			
スーパー（財務担当）	・地場企業のボーナス増額はあまり期待できず、クリスマスや正月等には、ちょっとしたぜいたくにより消費は上がるが、平常の日は節約が続く。			
スーパー（管理担当）	・売上は前年同期比3%増と増収であるが、消費税増税の影響がみえてこない状況であり、この先を楽観視することはできない。			
スーパー（営業システム担当）	・周囲の会話を聞く限りは、アベノミクス効果がまだ届いてはいない。			
スーパー（販売担当）	・近隣の大型スーパーが年末に向けて安売りをするので、来客数の増加は期待できない。			
コンビニ（エリア担当）	・急激な景気の上昇はまだまだ期待できず、しばらくは停滞する。			
コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税増税を控えている。			
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がみえてこない。			
家電量販店（店長）	・年末、正月だからといって客の様子は平常と変わらず、景気が上向くことはない。			
乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待でき、現在の好景気が維持される。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大幅な来客数の増加を見込める要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税が間近となるが、扱う品目の性格上、駆け込み需要にはつながらない。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・まだ客が多い状態は続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・前年に比べて引き続き予約状況が良い。
		一般レストラン（経営者）	・株取引で景気が良くなる人も、消費税増税で悪影響を受ける人もいるので、景気に変化はない。
		一般レストラン（店長）	・今月の売上が伸びた理由は単価上昇のため、今後も継続するためには、来客数が増えなければならない。また、9～11月は近隣にホテルができたり、有名ショップがオープンしたりと好影響を受ける外的要因もあったが、その影響も薄らいでくる。
		タクシー運転手	・12月は忘年会で一時的に人の動きは良くなるが、その後も続くとは思えない。
		通信会社（社員）	・客の問い合わせに変動がない。
		通信会社（企画担当）	・年度末に向けて、当社内や業界で、新商品や新サービスとして目立った予定がなく、現状の営業動向のままと考えている。
		通信会社（通信事業担当）	・提供しているサービスに新しい要素がないので、新規獲得の数についても変動の見込みはない。
		通信会社（総務担当）	・景気高揚や需要の伸びが感じられない。
		通信会社（広報担当）	・ボーナス商戦期になるが、例年より販売数が多くなる予兆はない。
		テーマパーク（管理担当）	・大手や都会の一部の企業は、業績や利益を上げているが、地方に好影響が出てくるには時間がかかる。
		ゴルフ場（営業担当）	・今年の気候は長期予報で寒くなるとのことなので、雪が心配であるが、今のところ例年並みの予約状況である。
		美容室（経営者）	・安売り合戦、来客数の減少、商店街の店舗数の減少など、マイナス要因しかなく、景気が良くなることはない。
		美容室（経営者）	・客の話からみると、今後2～3か月で景気は回復しない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ1年以上、身の周りで景気の変化が感じられることがなかったので、今後2～3か月で景気に変化するとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税の影響が心配である。
		住宅販売会社（従業員）	・今後しばらくは、住宅ローン金利により受注が左右されると思うが、現段階では判断し兼ねる。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅ローンの利率が高くなった場合は需要が落ち込むと思うが、利率が上昇するといわれ続けながら、低金利で推移しており、当面この状況が続く。その他には変動する要素が見当たらない。
		住宅販売会社（販売担当）	・現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結期限である9月末を過ぎても反動や落ち込みが感じられず、当面は現状維持と思われる。
	やや悪くなる	商店街（理事）	・客は無駄な買物をせず、生活防衛本能がまだ強い。
		商店街（代表者）	・店舗間の過当競争、ネット販売などもあって、デフレ傾向が強まっている。より良いものをより安く、タイムリーに購入する傾向が、客に定着する。
		百貨店（電算担当）	・雑貨、衣料品、食品など、ほとんどの商品の売上が前年比でマイナスであり、特に売上ウエイトの高い衣料品が低調なのは厳しい。大型店が近隣に出店するため、ますます厳しくなる。
		スーパー（販売担当）	・数か月前までは、比較的高単価の商品も動いていたが、再び低単価の商品に走る客が増えている。これは客単価の低下として数字にも顕著に表れており、先行きの景気は下降に向かう。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価が低く、天候不順で来客数が減少する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税は仕方がないと思うが、売上にはかなり影響する。消費者の立場からも日本が良くなるための増税であって欲しい。消費が落ち込み、経済が回らなくなるのではないかと心配である。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方は若者が少なく、高齢者が多いので、年金が少なくなり物価が上がるのでは、なにも良いことがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スナック（経営者）	・この一年ずっと、景気が良くなると期待していたが、アベノミクス効果は地方に全然伝わってこない。物価が上がって売上も横ばいでは、3か月で景気が良くなるとは思えない。	
		都市型ホテル（企画担当）	・団体客の予約が低迷しており、先行受注の状況は良くない。宴会の受注も大学の謝恩会などで、予約は前年並みである。	
		都市型ホテル（総支配人）	・閑散期に入り、入込観光客が減る。	
		旅行代理店（経営者）	・景気回復の期待を皆が持っているものの、マイナス要因はあるがプラス要因がない。	
		タクシー運転手	・1月半ばから売上が減少して2月を迎える。	
		テーマパーク（営業担当）	・消費税増税の影響が出てくる。	
		美容室（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は、サービス業に当てはまらない。	
		設計事務所（経営者）	・消費税増税後の工事に対する優遇制度で、何か出てくるのか、様子見状態の時期となる。	
		設計事務所（経営者）	・引き合いは順調に推移しているものの、建築費の高騰や人手不足により、建設会社への発注が思うように進まない。この状況が続けば、プロジェクトの延期や凍結が急増する。	
		悪くなる	自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期後の反動で、売上は半減する。
競艇場（職員）	・11月に開催したG1レースほどの売上は期待できない。			
企業 動向 関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・製造業が好調で、今後も忙しくなる。	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・円安や株価上昇による景気浮揚に加え、消費税増税前の駆け込み需要が継続する。ただし、来年4月以降の景気には懸念もある。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新年度向けの商品の納入を開始する。	
		輸送業（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に関連する荷動きの増加と、建設関連の業務が増える。	
		輸送業（支店長）	・個人荷物と通信販売の売上増が継続する。	
		金融業（自動車担当）	・欧州経済の持ち直しと、中国での日本車販売の回復に加えて、円安の追い風もあり、新型低燃費車の輸出は好調に続く。自動車関連は、増収・増益傾向が続く。	
		金融業（貸付担当）	・冬のボーナスは増額となる企業が多い見込みであり、年末年始は、ヒト・モノ・カネが動く。年度末に向けても同様であり、個人消費増加が十分、見込まれる。	
		不動産業（総務担当）	・年明けより、賃貸物件の需要時期となる。	
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税前に販売促進を行う取引先が増えており、受注量も増加する見込みである。	
		会計事務所（職員）	・地元経済をけん引する業界の業績が順調であり、冬のボーナスは前年より多くなると予想される。今月の売上が落ち込んでいるため、来月から始まるクリスマス及び歳末商戦に期待する。	
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待するしかない。	
		変わらない	食料品製造業（総務担当）	・通信販売に関しては、売上は前年より落ちているため、全体の売上が前年並みであればよしとする。
			窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ゴミ焼却場向けは年内で生産が一段落する。現在やや生産が落ち込んでいる2次加工品は、年初から製造着手案件があるため、現在の多忙感は継続する。
			鉄鋼業（総務担当）	・年度内は高水準の活動が継続する。
金属製品製造業（総務担当）	・同じ業界でも受注が増加している得意先と、そうでない得意先に分かれており、当社への影響としては現状と変わらない。			
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・引き続き、予定通りの受注数量を想定する。			
輸送用機械器具製造業（財務担当）	・船価の低下や海外メーカーとの競合、輸出割合の上昇等により、中長期的な見通しは不透明な部分があるが、短期的な見通しとしては変わらずに推移する。			
建設業（経営者）	・現状のまま推移するが、これ以上景気が良くなることはない。			
輸送業（総務担当）	・受注量に変化がない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業企画担当）	・客との会話では、年末年始は旅行や買物といった話題が多いが、1月以降の話題では、消費税増税前の一時的な購買増加といった内容が多い。
		通信業（営業担当）	・SOHO、中小企業などは決算期に向けて投資を抑制するが、収益が良い企業向けの通信システム関連の提案受注は拡大しており、当社の収支は平衡の状況と思われる。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・今年は季節風の影響で出漁できない日が多く、水揚げ数量が減少している。青魚が主力である当漁港では、イワシはほとんど獲れず、サバとアジも水揚げが少ない。
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税分の取り扱いを、今後どうしていくかがカギとなる。現状では、価格据置きという悪い状況になる。
		繊維工業（統括担当）	・消費税増税を控え、政治に不安を感じている。
		化学工業（経営者）	・主要化学薬品のうち、メーカー側は、値上げを表明しながら実質据置きにしていた苛性ソーダの単価を、本年12月から来年1月にかけて、値上げを強行する構えであるが、当社としては販売単価への転嫁が難しく、業績への悪影響が大きい。
		鉄鋼業（総務担当）	・年度末に向けての在庫調整や、中国との外交問題に伴う経済活動の停滞を懸念する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連では在庫調整が予想されるが、輸送用機器関連は引き続き堅調に推移する。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・まだ地方においては景況感が冷えきったままで、閉塞感が継続している。
		建設業（総務担当）	・営業エリア全体での工事量が多く、専門業者や資材確保の面でコスト増が予想される。
悪くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪くなる。	
雇用関連 (中国)	良くなる やや良くなる	—	—
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・新卒採用は、過去4年程度抑えていた反動もあり、引き続き好調に持続するが、大きく良くなるとは現時点では思えない。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方ではアベノミクスによる景気回復の実感は乏しいが、消費税増税前の3月までは駆け込み需要が発生する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・10月の新規求人数は、3か月前と比べ15.1%増で、正社員の新規求人数は5.9%増となった。
		職業安定所（雇用開発担当）	・高校、大学等の新規学卒者を対象とした求人は、前年比2割増となっており、企業の採用活動は活発になっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・上場会社や金融機関の業績回復、株価の上昇、円安など、輸出企業の多い当地においては景気を腰折れさせる要因が見当たらず、引き続き景気は上昇傾向をたどる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・製造業の景気が回復基調になっている。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・来春の新規高卒求人は、製造業、医療・福祉、卸売・小売業、サービス業での増加が目立つのを始め、ほとんどの業種で増加した。全体では、前年同月比で3割増となり、新卒労働市場に明るさがみられる。
		人材派遣会社（社員）	・年次・季節ごとの事象以外に、特筆すべき事象がない。
		人材派遣会社（支社長）	・引き続き、医療・福祉関連、小売関連での求人は堅調に推移すると思われるが、今まで求人数増加をけん引していた建設関連の動きが止まった。
人材派遣会社（経営企画担当）	・雇用マーケットは依然として混沌としている。		
人材派遣会社（営業担当）	・景気回復の兆しを感じていない。		
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広告担当）	・年が明けると、自社の説明会など費用をかけた採用活動がいったん小休止する印象がある。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地場企業が総じて高校新卒者の採用をやや増やしているところを見ると、人への投資が動き出した感触はあるが、やはり来春の賃金交渉の状況をみないと大きな動きかどうかかわからない。	
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・求人倍率が1倍を超えているが、求職者の減少によるもので、景気が良くなっているとは感じられない。	
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に大きく変わる要因が見当たらない。	
	—	—	—

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

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	百貨店（営業推進） スーパー（店長） 家電量販店（店員） その他専門店〔酒〕 （経営者）	・来年4月の消費税増税前の駆け込み需要を見込んでいる。 ・2月、3月は駆け込み需要のピークになるとみている。 ・消費税増税前の駆け込み需要や新生活準備などで、今以上に伸びる。 ・年末、お歳暮時期は一年のなかで一番売上が上昇する。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（事務局長） 百貨店（営業担当） 百貨店（販売促進担当） スーパー（企画担当） コンビニ（店長） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（経営者） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（営業担当） 乗用車販売店（役員） 住関連専門店（経営者） その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人） 旅行代理店（支店長） 通信会社（営業担当） 通信会社（企画） 競艇場（職員）	・メディア等では、景気は少し上向いているようだが、顧客動向や客単価をみると少し不安な感じがしている。 ・高額品を中心に年明け後は消費税増税前の駆け込み需要が顕著になる。年末に掛けて株価が更に上昇すれば、年始の消費に期待が持てる。 ・11月は、客の動きも売上の動きも良かったので、12月もこのまま続くとみている。顧客からは良いものは買いたい意思が見受けられ消費は良くなる。 ・消費税増税前には高額商品の駆け込み需要が見込まれる。 ・消費税増税前の駆け込み需要があるとみている。 ・建設業者の来店が増えており、購買力も強い。この傾向が今後も続く。 ・消費税増税前の駆け込み需要を見込んでおり、景気回復に期待している。 ・気温の低下が売上増加に結び付けば、例年以上に売上が伸びるのではないかと期待している。ただ、周りを見渡せば景気の良い話はない。 ・消費税増税前の駆け込み需要が続くとみている。 ・1年ぶりにモデルチェンジした新車の人気が高く、商談が増えている。そのため登録は年明けになり、納車に時間がかかるのが心苦しい。 ・年末から3月にかけて販売量が伸びる。新型車はないが、乗換え需要が増えており、売上増に期待している。 ・消費税増税前に納車が間に合わない車種も出てきている。来年3月末までに売上（登録）計上できる台数をどれだけ確保出来るかに左右される。4月以降の反動減が怖い。 ・12月から来年3月までは賞与支給と消費税増税前の駆け込み需要から、販売は増加するとみている。ただ、来期はその反動で非常に厳しい状況になるだろう。 ・消費税増税前には耐久消費財の動きが活発になる。 ・消費税増税前の駆け込み需要で一旦景気は上昇するが、4月以降はその反動で売上は減少する。 ・年末年始休みの曜日の並びが良く、長期休暇を取得する方が多い関係で旅行需要増が大いに期待できる。 ・年末商戦もあり、上昇傾向が続くとみている。 ・集合一括物件の引き合いが堅調で、少し良くなるとみている。 ・12月はボートレース界最高峰のSG賞金王決定戦など、1年の締めレースが開催される。1月は正月レースが開催され、新年のご祝儀のレースに売上増を期待している。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔酒類〕 （経営者） 一般小売店〔生花〕 （経営者）	・個人の可処分所得を潤すため軽減税率引上げをカバーするNISAのさらなる優遇策の拡大が必要ではないか。 ・9月頃から商店街は悪い状況が続いており、今後も続くとみている。冬物商戦のスタートも悪く、セール待ちの客ばかりになりつつある。売上を伸ばす要素は見当たらない。 ・景気が上向く材料が思い浮かばない。 ・年々、繁華街の人出が減ってきている。地元の小規模店舗が閉店する一方で、チェーン展開している県外資本の店舗の開店が増えている。年末の人出を期待しているが、売上に大きな変化はないとみる。

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）	・景気が良くなる要因が見当たらない。		
		スーパー（企画担当）	・今後も値上げ傾向にあるので客単価は上昇していくとみる。		
		スーパー（財務担当）	・消費税増税までの4か月間は前年比プラスの売上を見込んでいる。		
		コンビニ（総務）	・企業努力で一時的には客数増を見込めるが、景気が依然不透明なため消費は鈍い。		
		衣料品専門店（経営者）	・販売量や客の動きをみていると、例年なら年末に向けて景気が良くなるが、今年はそういう雰囲気はない。消費税増税前の駆け込み需要があるのは都市部だけではないだろうか。		
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税を控えている現在の状況から顧客心理が改善するとは思えない。		
		家電量販店（店長）	・消費税増税が一番の原因。		
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税前の駆け込み需要は、期待できない。		
		観光型旅館（経営者）	・予約状況を見ても、今の状態が良くなるとは思わない。ただ注目すべきことは、顧客は正月休みというよりも冬休みという考えがあり、12月28日頃からほぼ満館状態になる。これは時代の流れと思うが、そういう意味では暮れから正月明けに掛けては例年より良くなっているようにも感じる。		
		タクシー運転手	・1年で一番の繁忙期の12月は収入が増加するが、1月と2月は売上は減少するため、現状とあまり変わらない。		
		美容室（経営者）	・このような状況が暫く続くとみている。		
		設計事務所（所長）	・建築費の上昇が続き、景気後退を牽引している。今後の景気動向は判断がつかねる。		
		やや悪くなる		スナック（経営者）	・1月はまだ多少の飲み会は催されると思うが、その後は人事異動による送別会等の歓送迎会の需要に期待している。消費税増税に伴い、財布のひもはますます固くなる。
				タクシー運転手	・冬はお通路さんがほとんどいないので、それだけでも売上は減少する。期待できる材料がなく、乗客からも景気が上向く話は聞かない。街の様子を見る限り、景気はさらに悪くなるとみている。
観光名所（職員）	・閑散期に入り、来客数が減少する。				
ゴルフ場（従業員）	・10月は大きく落ち込んでいたが、11月は持ち直し12月は前年並みとみている。2、3か月先は少しは落ちていくのではないか。				
美容室（経営者）	・各種値上げや消費税増税を控え消費マインドは悪くなる。				
悪くなる				一般小売店〔酒〕（販売担当）	・忘年会、新年会シーズンを迎えて繁忙期になるが、年々注文数が減少傾向にあり、酒類は特に減っている。お歳暮も値引きや無料配送する大型店には太刀打ちできない。
		コンビニ（店長）	・地元産業の状況は良くなく、改善する望みも薄い。		
企業動向関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・円安による国内企業競争力の力強さが現れていると感じる。輸入価格上昇の側面はあるが、国内の製造業にも希望が出始めているように思う。		
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内は引き続き受注が見込まれ、海外は地域ごとに差があるものの全体としては堅調である。		
	やや良くなる		食料品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要から一時的に良くなってくる。	
			電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電の買取価格は4月以降値下げになると予想している。消費税増税前の駆け込み需要も少ないと予想している。	
			電気機械器具製造業（経理）	・顧客の動向をみても、年度末には消費税増税前の駆け込み需要から発注は微増傾向である。	
			輸送業（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要と、企業業績の好調を背景とした引越し需要が伸びると予測する。	
			金融業（融資担当）	・個人消費は堅調に推移しており、冬季賞与も前年よりやや増加する気配がある。	
	変わらない		鉄鋼業（総務部長）	・主力の造船関連の受注量、受注価格の低迷が影響し、先行きには不透明感がある。	
			建設会社（経理担当）	・受注量は変わらない。収益は少し良くなると思うが、景気は変わらない。	
			建設業（経営者）	・人材不足は当分続く。	
			建設業（経営者）	・手持ちの仕事が容量的に限度に達している。仕事はあるが、利益が出ないため受注量を増やせない。下請の確保が難しく、労務費や材料費の増加、受注の価格競争が緩和されていないことなどが利益が出ない原因である。	

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
		輸送業（経営者）	・燃料価格の高騰もあり、取り巻く環境は厳しい状況が続く。
		輸送業（営業）	・燃料価格の高騰や慢性的な運転者不足等、運送業者をとりまく環境が厳しさを増している。年度末（3月）繁忙期や消費税増税を目前にして、荷主に対する運賃値上げが更に活発化する。
		通信業（総務担当）	・変動要素が見当たらない。
		通信業（部長）	・新端末が年末に出揃うこともあり、期待感は大い。しかし、受注量が増えるとは考えにくく、今までと同様なトレンドとなる。
		広告代理店（経営者）	・全国展開の娯楽関係の得意先は販促費が多少増える見込みである。地元資本の得意先も消費税増税前の販促費増を期待している。
		公認会計士	・消費税増税前の駆け込み需要から、一時的な収入増を期待する反面、消費税増税後に売上が減少するだろうという不安が入り混じっている。
	やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・例年、1月、2月は売上が大幅に落ち込む。今年はギフトの特注が入っているが、どのくらいカバーできるかが問題である。
		不動産業（経営者）	・不動産業界では消費税増税前の駆け込み需要はほぼ終わっている。来年の春以降は厳しい状況が予想される。
		広告代理店（経営者）	・今後は電子媒体への移行がより進み、紙媒体の受注は減少する。
		悪くなる	—
	良くなる	—	—
雇用 関連 (四国)	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・消費税増税に向けて、消費者の消費意欲は高まるのではないかと。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣法改正が進んでおり、今後の動きに期待したい。
		求人情報誌（営業）	・県内企業が雇用を促進しており、景気は一時的に良くなる。ただ、各企業へのヒアリングを総括すると、短期的なものという意見が多く、長期的な景気の動向は見えてこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末から3月までは商戦が活発化し、消費税増税前でもあるので積極的な販促が予想され、消費者マインドも高揚する。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が前月比0.07ポイント上昇、前年比0.20ポイント上昇している。
		職業安定所（職員）	・小売業では購買意欲の改善で、採用意欲が高く、消費税増税に関連する建設業の需要増など、雇用環境は大幅に改善している。アベノミクス効果が中小企業に波及してきている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・首都圏から始まっている求人ニーズの高まりの地方への波及について、向こう2か月から3か月の期待は薄い。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は増加しているが、労働条件への効果が出ておらず景気に影響を与えないと思えない。
		民間職業紹介機関（所長）	・賞与を増額する企業はほとんどない。景気が良くなっている感はあるが、従業員に還元するまでは至っていないようだ。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数を増やす動きと慎重な動きがみられるが、全体的な動きはまだつかめない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、年末にかけて求人数が減少する。	
	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	コンビニ（販売促進担当）	・来月のクリスマスケーキ、おせち関係の予約状況は前年よりも若干伸びがある。消費税増税前までは、ある程度買いだめするため、販売数量が伸びる。
		ゴルフ場（従業員）	・正月から2月まで問い合わせが多く、昨年と比較し非常に良い状態で予約が入ってきている。県外客や海外客からの問い合わせも多く、如実に良くなっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・歳末商戦に少しは期待できる。消費税増税前の駆け込み需要が3月までであるが、4月以降は落ち込む。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・これから年末商戦に向けて、通常よりも高額な商品がよく売れる。

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（売場担当）	・先月は台風で全体的に悪かったが、これから2、3か月、前年割れはおそらくないと判断している。3月まで消費税増税前の駆け込み需要がある。マイナス要因はほとんど考えられないので順調に推移する。客単価は若干前年割れしているが、衣料品が伸びると予想されるので懸念材料ではない。食料品の客単価は前年を上回っている。入店客数は、前年比ほぼ100%で推移している。
		百貨店（営業統括）	・増税前の歳末繁忙期になり、購買増加が期待できる。特に、昨年は衆議院選挙等でギフトを含めた購買額減少が見受けられたが、本年はその反動も期待できる。
		百貨店（営業政策担当）	・季節的な行事に対する顧客の関心や消費マインドは確実に高まっている。ただし、当月も九州エリア百貨店の平均では、昨年実績を上回れるかギリギリの状況である。商業施設ごとに差はあるが、全体として徐々に良くなる程度の景況となる。
		百貨店（店舗事業計画部）	・年度末までは消費税増税前の駆け込み需要が期待できるため、普段は目立たない商品まで売上が伸びる可能性がある。
		スーパー（店長）	・価格競争による厳しさは相変わらずだが、幾分財布のひもが緩んでいる感がある。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の需要で、耐久消費財及び実需商品が一時的に売れて上向きになると考える。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、耐久消費財を中心に購買が増える。
		スーパー（統括者）	・株価が上昇していることから、ムードは良くなっている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税を控え、もしかすると2、3月になると駆け込み需要が出て、一時的に景気が好転すると考える。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を前に客の購入決定率が上がり、駆け込み需要に期待できる。ただし、テレビや冷蔵庫、エアコン等の核となる商品についてはそこまで大きく変わることはない。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要が始まったようである。大型商品を買おうという動きが出てきたので、今後も少しずつ良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・全国的にはテレビ需要が少しずつ回復しているので、消費税増税を前に、年末の駆け込み需要を期待している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が多少なりとも発生する。
		家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房器具が売れ出す。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税を控え客の動きも活発になる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と年末に発表される新型車の効果で新車販売は活気付く。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年末にかけてお歳暮時期になるので売上は若干増えつつある。特に12月は1年で一番コーヒーが出る季節になる。また、正月の年賀あたりの進物がよく出るので売上増加になる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・消費税増税前の駆け込み需要は必ずあり、少なからず恩恵を受ける。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、家電製品、家具、自転車、高額衣料品など耐久消費財の販売が伸びる。その後、年明けから増税直前にかけては消耗品などのまとめ買いなど駆け込み購入が期待できる。
		都市型ホテル（副支配人）	・国内のインターネット予約の伸びが随分悪い。一方、東南アジアからのインバウンド予約が増え、中国の客も戻ってきた。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の旅行が好調なせいか、前後の12、1月の出発が不調である。年始の休みが長いこともあり、海外は例年になく1月出発が多い。
		タクシー運転手	・消費税増税前までは好調を維持できそうな雰囲気である。
		タクシー運転手	・冬のボーナスが良くなるようなので、それが消費に回ってくるとタクシー業界もいくらか良くなる。
		通信会社（販売部）	・例年の状況から、年末年始の帰省に合わせて携帯電話購入の需要が高まると考えられる。
		通信会社（総務局）	・3月の入退去時期は需要増加が見込まれる。また冬のボーナス支給額アップがポイントになる。

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
		美容室（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は増えそうだ。顧客からは、地方の景気は悪くなるとの声をよく聞く。チラシを配布しているが効果はあまりない。
		美容室（経営者）	・年末年始は景気が回復する要素はたくさんある。しかし、政治は政治家だけの社会になっており、国民不在のような景気対策になっている。もう少し最終消費者を動かすような努力をしてほしい。
		住宅販売会社（代表）	・消費税増税の影響もあるが、9月末までの契約でまだストックがあり2、3か月先は読めている状況である。それ以降、先が見えない会社もある中で、弊社は半年先まで仕事が詰まっている状況である。
	変わらない	商店街（代表者）	・季節商材を扱うため、販売量は今の時期に比べれば減る。余裕のある客とそうでない客との差がはっきりしてきたようだ。
		商店街（代表者）	・収入の増加なしに税負担の増加では、景気が上向きになる要因は見当たらない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・通常は連休前に相場が上がるが、県内だけでなく県外需要もかなり厳しく上がらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・例年のごとく正月明けは売れない。年明けに同業者がまた廃業する。
		百貨店（営業担当）	・店外ホテル催事や物産催事、クレジット無金利催事等の消費税増税前の駆け込み需要を狙った商材や、お得感のある催事での集客、購買は増加する。反面、主力の紳士・婦人衣料は寒波が到来しても苦戦している。クレジットで購入し現金や友の会お買物券保持の傾向が続いている。
		百貨店（業務担当）	・年末にかけて買い控えの回復は期待できない。機を逸した商機をばん回することは難しい。
		百貨店（企画）	・ファッション関連商品は上向きにならず不振が続く。
		スーパー（経営者）	・消費税増税など税金が上がり実質手取りが減るため、客の買い控えがあるようだ。
		スーパー（店長）	・食品中心のスーパー業界では、消費税増税前の駆け込み需要はあまり期待できない。増税後の景気が悪化することが心配される。
		スーパー（店長）	・年末に向けて買上量の増加はない。客単価も上がらず、商品単価も年々下がっている。
		スーパー（店長）	・だんだん寒くなってきたので、衣料品の売上が伸びてくる。しかし、食品表示問題が相次いだ影響で、年末におせち商品が売れるか心配だ。全体的には前年並みと予測しているが、今年は少し景気が良くなっているのでボーナスサンデーにギフトが売れる。
		スーパー（業務担当）	・客単価、客数ともに大きな変化がなく、月が替わっても売上増減にかかわるような商品動向の与件も見当たらない。客の消費トレンドは季節商材でのみ若干の上昇がみられるが、年間定番品は全体的に横ばいである。
		コンビニ（経営者）	・客の購買行動からは、景気回復は実感できない。売上高全体についてもそのような傾向はみられない。
		衣料品専門店（店長）	・客の財布のひもは固く、消費税増税前の駆け込み需要のかけらもない。
		衣料品専門店（店員）	・ボーナス増額で購入客が増えるのを期待しているが、現在のところ、客との会話で給料に関して期待できそうな話題は出てきていない。
		衣料品専門店（取締役）	・1月は消費税増税前の冬物セールになるので、売上増加に期待しているが、必要なもの以外への出費はしない傾向にあるので、例年に比べ特別に大きな売上となるとは思わない。
		乗用車販売店（代表）	・私たちの業界では、景気が良くなる様な要因が見当たらない。
		住関連専門店（経営者）	・ボーナスの話題があがるが、地方では増加する話は聞かない。円安の影響で輸入関係資材の価格が高騰して厳しい状況である。消費税増税前の駆け込み需要に期待はしているが、増税後は心配である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客の様子では、冬の賞与支給の見込みは昨年並みか昨年よりやや厳しいとの見込みである。12月から1月にかけての連休では、燃料油及び高額洗車等の消費に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・書籍販売において、消費税増税前の駆け込み需要の影響はあまりない。

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
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税増税に対する意識が一段と高まる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・7月以降、前年比5%程度の売上増が続いているが、あくまでも7月以前の売上が低かったためであり、現在景気が良くなったという実感は弱い。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・年末の賞与支給の増額で消費が伸びることも考えられるが、消費税増税を鑑み、消費より貯蓄にまわるケースが多い。
		高級レストラン（支配人）	・先の予約が埋らない。
		都市型ホテル（販売担当）	・消費税増税を控えた価格競争が始まりそうなので、1～3月の間はどうか分からない。
		都市型ホテル（総支配人）	・繰り越し分の売上予測が大きく変動しないため、景気は良くなる。
		タクシー運転手	・様々な会合があるようだが、思ったよりタクシー利用は少ない。
		タクシー運転手	・客の予約状況は大変良いが、今年は忘年会の話題をあまり聞かない。忘年会をしないと客もなかにはいる。
		通信会社（業務担当）	・12月は年末商戦で前月よりは盛り上がるが、新商品もインパクトに欠け販売台数は期待通り伸びないと予想される。
		ゴルフ場（支配人）	・広く末端まで、景気が良くなったと実感できるようになってほしいが、消費税増税等不安材料が多い。
		競輪場（職員）	・景気は持ち直しているが、顧客の購買意欲につながるまでにはまだ時間を要する。
		理容室（経営者）	・12月は少しは良いが、1、2月は休みが長く暇になると予測されるため、変わらないか少し悪くなる。
		美容室（店長）	・客は、旅行前や結婚式に利用する程度で、利用回数はそんなに多くなっていない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・消費税増税に加え、診療報酬改定に伴う負担増が想定され、今後も利用増加があまり見込めない状況である。
		設計事務所（所長）	・今月、申し込みと折衝状況があまり変わらなかったため、結果が出る3か月後もあまり変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・マンション関係の問い合わせは、前月、前々月から横ばいである。消費税増税前の駆け込み需要があるかと思われたが、増税後の優遇措置もあるため様子見の客もあり、思ったより売れ行きが伸びなかった。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅の建築需要層は、9月までの契約である程度刈り取った感がある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・大手企業のボーナスと賃上げについての報道がみられるが、地方都市は無縁である。街中商店街への来街者は高齢化が進み、客単価も低下の一途である。消費額の大きい若者や家族連れは郊外の大型店に集中する。
		商店街（代表者）	・年末に比べて、1、2月は商品や印刷などのサービス業は動かない。3月から消費税増税対策が増える。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・お歳暮時期に入るが年々減少しているため期待できない。相変わらず必要な量だけ購入する傾向は続いている。消費税増税による駆け込み需要もない商品であり、反対に仕入値が上がるためますますきつくなる。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は見込めるものの、増税後は冷え込むため、トータルで考えると厳しい予測とならざるを得ない。
		百貨店（営業担当）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要があるが、4月以降は最低20%以上の売れ行きの落ち込みを予想している。
		百貨店（販売促進担当）	・初売商戦も年々厳しくなっており、クリアランス等が12月に前倒しされさらに厳しくなっている。
		スーパー（総務担当）	・円安の影響で、輸入品の価格が下がらず、販売価格を押さえることが厳しい。客の購買選択決定は良品廉売基軸に大きく依拠しており、価格維持ができない場合は、販売量に影響する懸念がある。他方、高級品の動きは以前と変わらず、消費税増税前の価格維持がポイントと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・今がピークで、これから年度末に向けて世界経済も、日本経済も沈滞していく。いくつかの経済指標も予測を下回り始めている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税間際になると若干売上が伸びるが、今のところまだ客数ともに伸びていない。
		高級レストラン（専務）	・消費税増税後は、食事などは支出抑制対象になっているようで不安要素である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で大きい物の購買が加速してくると、外食が真っ先に控える対象となり不利である。
		観光ホテル（総務）	・3か月収入予測より、やや悪くなる。
		観光型ホテル（専務）	・消費税増税により消費者の動向に影響がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の好調な状況は年内までと考える。1月以降のホテル全体の予約状況は、対前年85%程度の推移のなかで大きな変化はみられない。
		通信会社（企画担当）	・モバイルブロードバンドとのパイの奪い合いが更に激しくなり、売上の低下が懸念される。
		競馬場（職員）	・前年と比較し来客数が奮わない。
		設計事務所（代表）	・消費税増税後は消費が落ち込む。
	悪くなる	高級レストラン（経営者）	・1、2月は暇な時期となる。12月は忘年会等の予約が入ってきているが週末金曜日に集中するため断る件数が多々ある。1月は、忘年会をやったので新年会はやらないというところが多いため、厳しい。4月には消費税増税もあり、飲食業界は本当に厳しい。
		家具製造業（従業員）	・オフィス家具メーカーは、今期の1～3月の需要期に昨年の2割増しで在庫の積み増しをOEMメーカーに要求している。長いデフレ状態からやっと抜け出しつつあり、設備投資や商業施設の計画も確実に増えている。しかし、需要増に対して作業員や職人が集まらず人件費の高騰といったマイナス面も増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体の製造関係が急激に増えており、大変驚いている。この状態が3年は続くという話も出ており、今後の景気の方は良くなると確信を持っている。
		農林水産業（営業）	・年末の特需期に入るので良くなるが、外的要因でどうなるかは分からない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税増税の駆け込み需要が見込まれる。
		化学工業（総務担当）	・当社の賞与は若干アップすることが予想される。
		金属製品製造業（事業統括）	・同業各社とも受注は増加傾向だが、各社納期延期が続いている状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が若干考えられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先との会話や商談会で、取引業者を探す話が多い。
		電気機械器具製造業（取締役）	・現在の人手不足は来年3月の年度末まで続く。
企業動向 関連 (九州)	良くなる	精密機械器具製造業（従業員）	・生産計画では、3か月先まで増産になっているが、まだ変動があるかもしれない状態である。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・受注量の増加が見込まれており、景気が良くなる傾向があると判断する。しかし現状は、依然動きがなく今後に期待している。
		輸送業（従業員）	・消費税増税に向けて各メーカーとも生産を増加する傾向がある。各問屋はそれを分かっているため、早く仕入れようと在庫の積み増しに動いている。客に聞く限り、消費税増税前の駆け込み需要があると見込んでおり、増産体制をとっている。
		輸送業（総務）	・来年の消費税増税に向け、更に荷物が増えると予測される。
		通信業（経理担当）	・年末商戦とあわせて消費税増税前の駆け込み需要が活発になってくる。
		金融業（従業員）	・海外の景気先行きを不安視する先がみられる一方、円安により輸出関連企業では生産拡大を見込む先が増えている。また、マンション等住宅建設が活発化してきているほか、公共工事の発注が大幅に増加している。新規求人が増えるなど、雇用面も改善傾向にある。
		金融業（営業担当）	・消費税増税間近であり、全業種総じて駆け込み需要は期待できる。
		輸送業（従業員）	・消費税増税に向けて各メーカーとも生産を増加する傾向がある。各問屋はそれを分かっているため、早く仕入れようと在庫の積み増しに動いている。客に聞く限り、消費税増税前の駆け込み需要があると見込んでおり、増産体制をとっている。
		輸送業（総務）	・来年の消費税増税に向け、更に荷物が増えると予測される。
		通信業（経理担当）	・年末商戦とあわせて消費税増税前の駆け込み需要が活発になってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業）	・アベノミクスによる設備投資増加や公共工事の増加に加え、消費税増税前の駆け込み需要など、当面需要増は続くと思込む。
		新聞社（広告）（担当者）	・広告は引き続き、通販、化粧品、旅行が中心になることが予想される。年度内はテレビCMも好調との情報があり、新聞広告への予算シフトも見込めるのではないかと期待している。
		経営コンサルタント（社員）	・酒類の動きが活発となり、メーカーは設備投資を始めとする投資が増加しつつある。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・3月までの間にやはり消費税増税前の駆け込み需要が発生する。今よりは若干好転するが、おそらく一時的なもので、4月以降は厳しくなる。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・今年度末までは土木建築の仕事が出されることから、土木、建築の設計事務所、工務店、ゼネコンでの好調が続くと予想される。一方で、民間の住宅は消費税増税の経過措置が9月で終了し、駆け込み需要はピークを過ぎたと予想される。しかし、今年度内の完成物件はまだ発注が続いている状況にある。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・自動車関連や建設業は好調で、請負企業の収益にも多少は好影響がある。一方、円安でパン工場などは小麦や卵の値段が上がり、価格改定を検討しているところもある。運送業者や重油を多く利用している工場は燃料価格が下がらず、コストをカバーできずに苦戦しているなど、切実な話を聞く機会が多い。エネルギーの効率利用が鍵になる。
		農林水産業（経営者）	・12月は年末特需があるが、1、2月はその反動から一時的には消費が落ち込む。ただし、3、4月は消費がまた戻ってくる。畜産物に関しては、全体的に品薄感から供給過不足が向こう半年間ぐらい続く。輸入物についても円安で産地国がコスト的に厳しく、日本向け輸出は少なくなる。
	農林水産業（従業者）	・畜産物はなかなか消費が伸びない。	
	食料品製造業（経営者）	・業績は依然として低迷しており、客単価は以前よりやや上昇したものの、客数が一向に増加する兆しが無い。集客に資する好材料は見当たらず、当分回復の兆しがみえない。	
	食料品製造業（経営者）	・季節的には落ち着く時期であるが、新商品の導入予定もあり安定した販売が見込める。	
	繊維工業（営業担当）	・正月休みがあり、工場にとっては難しい時期である。しかしながら、1月15日を過ぎてくれば、景気の良さが実感できる。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・原材料価格が高騰しており、特にガスがここ2、3か月徐々に上がってきている。資材関係も値上げモードが漂っており、楽観視できない状態である。	
	鉄鋼業（経営者）	・販売量、受注量は大幅ではないが徐々に増加し、かつ継続している。それに伴って生産量も増加している。問題は一斉に物が動き出した影響で、出荷のためのトレーラーが集まりにくく出荷したくてもできない。今後も続くようだと回復の足かせとなることが懸念される。	
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月先の内示数をみても大きな変動もなく安定している。		
建設業（従業員）	・マンションの外壁改修工事や分譲マンション等仕事量が増えてきている。また、消費税増税前の駆け込み需要も少しずつ目立ってきている。しかし、人手不足やリース品の品薄などで工期の遅れや受注できなくなる恐れが出始めているので、景気は停滞する。		
金融業（得意先担当）	・災害復旧関連の工事の大幅な発注増に伴い、多くの工事を受注していることもあり、この状況は年度いっぱい続くとみられる。当面は、現在の受注工事分で各企業とも潤うと考えられる。しかし、建設業関連業種に限ったことであって、その他の業種の企業についてはまだまだ厳しい状況が続く。		
不動産業（従業員）	・ホテル部門の売上は横ばいで推移しており、今後もこの傾向が続く。		
広告代理店（従業員）	・円安、株高や日銀短観など指数は良くなっているようだが、販促費、広告費の増額は折込業界までは届かない。消費マインドは消費税増税前の駆け込み需要に限定され、全体の底上げにはなっていない。		
広告代理店（従業員）	・売上は前年比100%を超える気配がない。		
経営コンサルタント	・現在の契約を維持することが中心となっており新規に事業に取り組む気持ちがなかなかみえないのが現状である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先の様子、自社の問い合わせ状況にほとんど変化がなく、今後2、3か月で非常に良くなる、あるいは悪くなる材料は見当たらない。
	やや悪くなる	建設業(社員)	・平成26年度公共工事予算は減額するとの情報が出ているようだ。補正予算やゼロ国債等で繰り越し工事が早期に発注されれば、景気が良いと判断するが、今の手持ち工事だけでは不安は払しょくできない。
		輸送業(総務担当)	・秋口になって徐々に荷動きが悪くなってきている。昨年に比べるとギフト製品は受注量が2割減少し、良くない。
		通信業(職員)	・補助金が給付される省エネサービスの工事が年内に完了するため、新たな商品、サービスの開拓をしなければ受注量が大幅に下がる。
		不動産業	・敷金、礼金、家賃等低い金額設定にしているが問い合わせがない。資金不足で移転できない、あるいは新たに開業、起業も出来ないという状況である。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (九州)	良くなる	人材派遣会社(社員)	・求人に対して労働者が不足している。求人を出しても反応が悪く、まだまだ人手が必要な状況だ。
	やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・雇用を確保するためには賃金を上げるのが一番である。企業の体力に余裕が出てきた分、循環及び還元ができ始めている。今後、雇用の確保が必要な業界では、より一層賃金の引き上げが進むと考えられる。
		人材派遣会社(社員)	・期末に向けて、求人数が増加傾向にある。
		人材派遣会社(営業)	・景気の回復は、今のところ東京を始めとした大都市圏のみだが、確実に地方へも波及し人材のニーズも高まりつつある。ただし、大都市圏のような伸びではない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、不動産、建築関係などを筆頭に求人が顕在化している。また、どの業界も人手不足に悩んでいる。昨年の九州北部豪雨の復興需要もあり、仕事が増えており順調に推移している。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・年度末までは消費税増税前の駆け込み需要も見込めるため、企業の求人数は引き続き高い伸びとなりそうだ。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・自動車やロボット産業など製造業の多い北九州地区では、アベノミクス効果や消費税増税前の駆け込み需要で景気は良くなる。ただし、まだ業種、業界に偏りがあるようで、春先に向け求人の需要も期待できる。
		職業安定所(職員)	・しばらくは、消費税増税前の駆け込み需要が拡大するが、現実的には賃上げまで結び付いていないので、そう多くは望めない。
		職業安定所(職員)	・新規求職者は減少傾向にあり、新規求人は増加傾向にある。月間有効求人倍率は今後も若干なりとも上昇傾向となる。
		職業安定所(職員)	・10月の新規求人は、前年同月比で8.2%増加、建設業、製造業は8か月連続2けた増加しており、今後も求人の増加が望める。
		職業安定所(職業相談)	・円高により業況が回復したものの雇用の拡大までには至っていなかった輸出型製造業からの求人が回復しつつある。また、消費税増税前の駆け込み需要に対する求人増も見込まれる。
	変わらない	新聞社[求人広告] (担当者)	・消費税増税が控えており、景気好転の材料が見当たらない。
		民間職業紹介機関(支店長)	・人材需要は横ばいから増加傾向だが、顧客が派遣労働者採用よりも直接雇用するケースが目立つ。
	学校[大学](就職支援業務)	・2014年卒業生のための求人は現在も届いているが、それだけで将来の景気について判断することは困難と考える。	
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

11. 沖縄(地域別調査機関:一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(-:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	百貨店(営業企画)	・乗月の営業時間の延長効果や1月、2月の新規催事の導入、消費税増税前の駆け込み需要等が見込まれることから、3月までは売上の順調な推移を予測している。

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
(沖縄)	やや良くなる	衣料品専門店（経営者）	・12月にはマラソン大会が開催され、それに合わせて、県外からも多数の参加者の来沖が予想される。マラソン終了後は、練習も無くなることから、県民も打ち上げ等で今よりも街へ繰り出すようになる。またクリスマスや年末へ向け、お金の流れも今よりも動き出すのではないかとみている。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・目抜き通りに、量販安売り店が新規開店した。観光客の多い通りに、地元の人も少しは訪れる人が増加するとみる。年末のボーナス商戦で、イベントや仕事にも効果が出るのを期待している。
		旅行代理店（マネージャー）	・消費税が上がる前の駆け込み需要があるとみている。
		ゴルフ場（経営者）	・現状では予約が好調で、今よりはもっと良くなるのではないかとみている。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・4月に控える消費税増税による影響が今のところ不明である。また、原材料の高騰などにより商品の仕様変更なども行う予定であり、その影響が未知数である。
		スーパー（企画担当）	・一部の店舗では、競合の影響で苦戦を強いられるが、他店舗ではモチベーション需要等で伸長し、全店計では前年並みで推移する見込みである。
		コンビニ（経営者）	・まだ景気回復には至らず、節約を心がける人が多い。
		コンビニ（エリア担当）	・競合や異業種の出店が増えて個店の売上の減少はあるが、客単価は落ち着いているため、販売促進等で何とか客をつなげることを続けていかなければならない。欲しいものがあれば来てくれるので、商品力が今後を左右する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税による駆け込み需要とその反動は必ず起こると予測する。建設関連での遅れが及ぼす県内経済の動きを注視したい。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、単価、来客数、売上共に、前年からあまり変化が無い。景気が良くなっている実感はあまり無い。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現在の予約受注状況から予測できる今後2、3か月の稼働率は、今月と同様に前年同月実績を下回る見込みである。特に年明け以降の予約受注が鈍化している。
		通信会社（店長）	・発売された新商品には話題性と商品力があり、現在の状態をこのまま維持するのではないかと予想できる。
		観光名所（職員）	・尖閣問題が心配である。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・来年3月末引き渡しの建売棟の販売受注を見込むが、今後の住宅工事請負契約は増税後の税率になるため、今月と比べて変化は無いと考える。
住宅販売会社（代表取締役）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動はみられるものの、住宅建築に対するニーズは底固く、一定の受注は見込める。		
やや悪くなる	その他専門店〔書籍〕（店長）	・年末に向けて期待したいところであるが、数字の推移を見ている限り状況は厳しいとしかいえない。	
悪くなる	商店街（代表者）	・特に小売店では単価の伸びが無く、なかでも衣料品等の売上は厳しい状況であり、観光客数はあっても消費単価が落ちている。数年先ではアベノミクスの影響も見込まれるが、それまでは大変厳しいとみている。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・消費税増税の精神的負担、中国の防空識別圏の問題による客足への影響から、月100万ほどの売上減少になりそうである。	
企業動向関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	輸送業（代表者）	・公共工事が万遍無く出ている、各離島ともに需要増が期待できる。また生コンクリート業者、アスファルト業者による消費税増税前の在庫積み増しが予想される。
		会計事務所（所長）	・本土の経済に復調の兆しがある。沖縄にも観光の面で波及効果が期待できる。
	変わらない	食料品製造業（総務）	・現在進行している値上げ等の原材料上昇への対応が終了し、売上及び利益の回復を期待している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末に向け、工事がやや増えると思われるが、建設業者の人手不足等の影響で工事着工の遅れの情報があり、あまり期待できない。
建設業（経営者）		・新築住宅の引き合い件数は減少気味である。リフォームは増加傾向にあるが、施工体制が追い付かない。	
輸送業（本社事業本部）	・取扱量の増減の要因は見当たらず、現状維持のまま取扱量は安定すると考える。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・民間企業の販促投資は、景気の先行きが不透明との判断から拡大する傾向にはない。加えて、一括交付金による短期的な受注量の拡大についても、県外企業の参入が活発化するなかで、競争が激化していることから厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	通信業（営業担当）	・本土の企業が求めているのは、ニアショアとして沖縄なので、本土側でのビジネス単価が下落すると、沖縄では更に安い単価を求められる。このような状況ではサービス残業等のコンプライアンス違反を前提とした受注が発生するおそれがある。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人件数の前年同月比が過去に無い高水準であり、増加が続いている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末で就職率が上がる傾向があり、そのため企業も精力的に動けるようになる。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・来年4月の消費税増税前の時期及び年末年始を控え、販売業の求人が増加してきている。消費税増税実施後の派遣ニーズへの影響が懸念されるが、年明けまでは今の良い状態が続くとみられる。
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・身の回りをみていると、様々なところで増税につながる法案が実施されようとしている。社会情勢を知れば知るほど不安になる。
	悪くなる	—	—
		—	—