

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	旅行代理店（支 店長）	お客様の様子	・今月に入り秋の旅行需要が増えてきている。また、年末の忘年会の問い合わせも顕著に増えてきている。さらに4月に予定していた客が再度秋に検討するなど、秋の旅行シーズンを迎えて客の問い合わせ、見積が大変増えている。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約120%と景気は良く、3か月前と比べても良くなっている。盆明けより客の動きが活発になってきている。建売業者の半期決算対策により、大幅値引きや完成物件数が増えたことで、販売増につながっている。
	やや良く なっている	百貨店（販売促 進担当）	来客数の動き	・今月は2回の台風や中旬の猛暑で厳しい状況であったが、その後急激に気候が秋めいてきて回復している。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・最近ようやく建設、土木関係の客が多く来るようになってきている。これらの仕事が多くなっているということは、景気が上向きになっている。
		コンビニ（商品 開発担当）	販売量の動き	・気候要因もあるが、それ以上の購買力が見られる。
		衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・9月後半になって急に秋冬物のジャケット、ブラウスが動き始めている。旅行等に行く目的が出てきたことと、気温がちょうどタイミング良く合ったようである。
		乗用車販売店 （経営者）	来客数の動き	・来客数が徐々に増え、前年並みになってきている。
		乗用車販売店 （総務担当）	販売量の動き	・景気は横ばいの様相を呈しているが、自動車販売自体は徐々に上向き状態になりつつある。円高、株価下落による影響は多少なりともあるが、来客者数も若干増えてきており、台数は前年比90%に持ち返している。
		乗用車販売店 （販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の後にいろいろな部品の供給問題で車の生産ができず、受注された物が遅れ遅れになって今月に登録されているため、販売量は増えている。しかし、販売量に対して整備、部品等は苦戦している。良くなってるものと悪くなってるものがあるが、全体ではやや良くなっている。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・周辺に前年の3倍以上の建売やマンションが建ち、人口増加に伴って新規客の姿が徐々に増えている。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・客室利用は3か月前に比べて少し良くなってきている。レストランはほぼ同じ水準で、宴会は件数、人数共に多くなっている。また、問い合わせの電話の本数も多くなっている。飲食を伴わない会議の問い合わせが多くあるなかで、忘年会が復活したり、新たに計画中の新年会もあり、少しずつ動きが出てきている。
		旅行代理店（従 業員）	お客様の様子	・団体旅行の問い合わせの電話が増えてきている。団体旅行で褒賞旅行や職場旅行なども増えてきている。
		ゴルフ場（支配 人）	来客数の動き	・東日本大震災から半年が過ぎ、会員の来場は平常どおりに戻りつつある。また、節電を緩めた営業も、来場者の増加に表れている。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・契約数が増えてきている。
		変わらない		商店街（代表 者）
商店街（代表 者）	来客数の動き			・今年の天候の変化は非常に厳しく、大変な動きをしている。何かがいつもの年とは違う感じで、それが全部悪い方向に出ているため、心配である。
商店街（代表 者）	来客数の動き			・このところ商店街で辞める店が多い。歳を取ったせいもあり、景気の状態も先行きがないということで、最寄品も買回り品も扱う店舗が先月3軒くらい辞めている。なかなか客を呼べない状況に陥っている。
一般小売店〔文 房具〕（経営 者）	販売量の動き			・雨や台風など天候があまり良くない割には、前年並みの成績である。
一般小売店〔文 具〕（販売企画 担当）	それ以外			・店頭部門の一般客の個人消費は2店舗共、前年よりも上がっている。しかし、法人を相手にしている納品部門の物件、案件は極端に減っている。

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温の低下により中旬から秋物定価品の動きが上昇しているが、トータルコーディネートでの利用客が減少しており、単品利用が全体的に目立つ。
百貨店（総務担当）	それ以外	・来客数は前年を超えており、雑貨、食品については好調に推移してきているが、主力の衣料品が残暑の影響でやや不振である。
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降かなり景気は悪くなったが、3か月前と比べればほとんど変わらない。前年に対しても90～95%と、来客数も売上高も変わらない状況が続いている。
百貨店（広報担当）	来客数の動き	・東日本大震災の直接的な影響による来客数の減少は収まったかに見えるが、根本的な客数減の傾向が続いている。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・一般商品は非常に厳しい状況が続いているが、宝飾、時計といった換金性が高く価値が下がりにくい商品には回復が見られる。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・やや良くはなってきたが、猛暑と台風の影響は見逃せない。消費にとって良い与件は何もない状態である。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・買物での店内滞留時間は前年に比べ依然短く、伸びていない。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・売上自体は前年並みだが、顧客の購買姿勢が鈍い。気候の影響もあると思うが、何を買えばいいのかという迷いが見られる。
百貨店（販売管理担当）	販売量の動き	・今月は台風の影響があり、売上高は前年割れであるものの、台風の影響を除外すると前年並みで変わらない。今までなかなか上向かなかった旅行やブライダル需要が回復傾向にある一方で、円高や株価低迷で価格にシビアな客が増加傾向にあり、プラス面とマイナス面が均衡している。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・残暑が厳しかったせいもあり、ファッション関連の秋物の動きが弱い。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・8月から非常に良くなり、客数が多少減り客単価も低下しているという相乗で、9月も同じように売上が良くない状況が続いている。競合店ができたということもあるが、全体としてそういう傾向である。
スーパー（店長）	単価の動き	・競合との価格競争もあってか、単価、点数共に前年割れしている。チラシ訴求による販売促進もその場しのぎな感じがあり、価格を下げてその物以外に余計な買物をする事は少ない。安い物を買っている感がある。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は横ばいで、購買意欲はあると思うが、きっかけとなるものはポイント還元、価格訴求品などに偏り、地域の店舗の買い回りが予想される。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・円高、株安が相当影響している。特に客の財布のひもが更に固くなってきている。
スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・8月後半に一旦気温が下がり温かい麺や練物等のホット商材が動き出したが、9月前半は暑さが戻ってしまい、売行きが鈍ってしまっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客数は可もなく不可もなく横ばいであるが、客の表情は何となく生気がないような気がする。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年同月比107%となっている。また、たばこの値上がりの影響で客単価も若干上がっている。前年9月はたばこの値上がり前の駆け込み需要があったにもかかわらず前年をクリアしているのは、来客数の増加分が売上を押し上げ、結果を出しているからである。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売上は横ばいからやや微増だが、客の衝動買いは全く無くなり、セール品を中心に、安価な商品が中心となっている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・台風でイベントが縮小された影響がかなり出ている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・節電モードが落ち着き、購入意欲が若干向上してきている。衣類がベーシック、シンプル系からトレンドを意識したジャンルに戻ってきている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は順調に入っている。販売は7月から徐々に順調になってきており、前年度の販売実績になってきている。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・世界的に前年を下回る傾向が継続している。

高級レストラン (店長)	来客数の動き	・主に宴会予約の客数の動きをみると変わらない。	
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・夏までの節電も一段落し消費マインドも回復してきているが、一時的である。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べてあまり変わらず、決して悪くもない。客数もあまり伸びもせず減りもせず、変わらずに営業している。	
一般レストラン (店長)	来客数の動き	・一週間のうちで大体良いのは木、金曜くらいである。月～水曜まではまるでゴーストタウンのように全く人通りがない状況が相変わらず続いている。	
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・販売量は3か月前とほぼ変わらない。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・見込み客の来場は前年比で8割になっているが、結婚式の成約数は前年並みに戻っている。	
都市型ホテル (統括)	競争相手の様子	・業態による格差が相変わらずある。	
タクシー(団体 役員)	お客様の様子	・今月は残暑や台風などの影響で一時的に需要が増えた日があったが、今月全体では2～3か月前と変わっていない。特に繁華街に、まだ客が戻っていない。	
通信会社(経営 者)	販売量の動き	・7月末のアナログ放送終了に伴い、テレビの獲得が8月から失速している。8月は7月の工事残により辛うじて計画をクリアしたものの、9月は25%ショートしている。顧客のテレビに対する意識がデジタル化完了の反動で薄れている。今後、設備売りからコンテンツ訴求への販売手法の転換が急務である。	
通信会社(総務 担当)	お客様の様子	・解約する客も減ってきているが、新規契約数も伸びない状況で、悪い意味での平行線である。	
通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・契約数自体は地上デジタル放送化を境に減少傾向であるが、比例して解約数も減っている。	
観光名所(職 員)	来客数の動き	・いろいろな問題があり、地震等の関係で観光は後回しにされているため、客が若干減っている。	
競馬場(職員)	販売量の動き	・売上は前年度並みで変わらない。利用者数も同レベルである。	
設計事務所(所 長)	お客様の様子	・民間の仕事はほとんど動いていない。耐震改修は公共の建物が一度に発注され忙しい状況であるが、利益が少なく、やり繰りに大変な思いをしている。	
設計事務所(所 長)	お客様の様子	・今までと同じように土地及び建物の情報が少なく、ほとんどない状況である。このところ、何か1つの仕事に対して皆ががむしゃらに突っ込んでいき、空振りばかりである。そのあたりの計画依頼があつて仕事量は増えているが、実入りはほとんどない。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響が一段落して順調に契約数が推移したので、現在悪くはないが、3か月前よりは販売量が落ちている。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の関係で工事が遅れていたものが取り戻せるようになり、回復傾向にある。しかし、受注における客の慎重度は相変わらず厳しく、時間が掛かっているのが現実である。まだまだ棟数は伸び悩んでいる。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・展示場への来場者は依然として微減傾向であり、新規の見込み客が増えてこない。	
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	お客様の様子	・最近、来客数も少し減少気味だが、来店した客が買物に対して非常に弱気になっている。買いたい気持ちはあるのだが、我慢して買わないで済むのであれば買わないほうがいいという判断が強くなってきている。例えば七五三などでも、買おうと思って来店した客がレンタルに変わったり、家にある姉が着た物を着るといった方向であり、節約ムードが強まっている。
	一般小売店[和 菓子](経営 者)	来客数の動き	・9月に入っても前半は連日の猛暑で残暑が厳しく、客足が鈍く、お彼岸に入ってから台風の影響で、また客数の減少が見られる。
	一般小売店[家 電](経営者)	販売量の動き	・地上デジタル放送の特需が終わってしまい、何を売っていいのかなどが本当に見えていない。どこに行っても客全体が冷え込んでおり、景気が悪いというようなことしか言わない。
	一般小売店[祭 用品](経営 者)	来客数の動き	・夏季祭事が終わり一段落している。秋の祭事はそれほど盛り上がりがない。
	一般小売店[酒 類](経営者)	販売量の動き	・月ごとに販売量が減少している。御用聞きに行っても注文のない日が多く、料飲店も不振である。

一般小売店 〔茶〕（営業担 当）	販売量の動き	・自動給茶機が節電の影響で止まったり返却されるとい う事態が続いており、じわじわと売上が減ってきて いる。
百貨店（総務担 当）	来客数の動き	・3か月前は東日本大震災の影響が一段落し回復基調 にあると思ったが、今月は売上が非常に悪い。当然い ろいろな要素があるが、特に株価の悪化が消費者に悪 影響を及ぼしていると考えられる。来客数が伸び悩ん でおり、好転する材料がない。
百貨店（広報担 当）	販売量の動き	・節電やクールビズなどの暑さ対策関連商品への需要 が高かった3か月前に比べると、秋冬のファッション 実需の動向は緩やかであるため、やや悪くなってい る。
百貨店（営業担 当）	単価の動き	・8、9月と食料品を中心に売上は厳しい状況であ る。買上客数は前年の5%減であり、東日本大震災後 4月からの傾向は変わらないものの、客単価が8月か ら低下しているため、全体の売上の底上げが図れてい ない。店全体の売上が厳しいなかで、物産展の集客に ついては堅調であり、食料品だけでなく工芸品につい ても売上は集客同様、堅調な動きを見せている。
スーパー（店 長）	来客数の動き	・客数は前年と比べて94.3%と大きく低迷している。 また単価も前年比98%と、点数は伸びているが客数減 が売上増に結び付いていない。
スーパー（店 長）	販売量の動き	・東日本大震災後、商品供給がかなり途絶えていたた め、不要不急の商品その他、客は買い回りをしようと いう気分が高まっていたが、現在は何か買う必要があ るのかどうかと、必要がなければ買わないような状況 になっている。
スーパー（総務 担当）	お客様の様子	・台風や気温低下など天候与件もあるが、東日本大震 災以降、放射線問題等もあって牛肉が売れず、かと 言って豚肉、鶏肉が売れるわけでもない。衣類、住ま いの品が悪かったが、食品まで売上が悪くなってい る。
スーパー（仕入 担当）	お客様の様子	・今月は残暑が厳しかったが、売場は秋の商品に替 わっており、売れる物と違いが生じている。また、お 彼岸の時期は台風の接近に伴い風雨が強く、交通機関 にも影響が出たため、前年度を5%ほど割っている。
コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・円高による景気悪化懸念により、やや悪くなってい る。
コンビニ（商品 開発担当）	来客数の動き	・3か月前は改善の兆しが見られた客数が、ここに来 て前年割れの状況である。
衣料品専門店 （経営者）	販売量の動き	・残暑が厳しく、秋物の立ち上がり商材の動きが良く ない。下旬になってますます前年に差が付いてしまっ ている。
衣料品専門店 （経営者）	単価の動き	・高い値段の物が売れず、比較的安価な物しか出な い。
住関連専門店 （統括）	販売量の動き	・景気の低迷に加えて増税問題がささやかれている昨 今、販売等では契約になかなか結び付かない。
その他専門店 〔服飾雑貨〕 （統括）	お客様の様子	・来客数は維持しているが、売上に結び付いていな い。
その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	来客数の動き	・紳士、ファミリー衣料はクールビズ、カジュアルビ ズの反動で客数を約4割近く落とし、大幅な来客数減 となっている。映画も期待された作品が低調で、来客 数を約2割落としている。冬の節電に伴うウォームビ ズ対策の準備期間なのか、個人消費は冷めている。
一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・8月の盆明けに若干消費したので手控えているとい う感じがあったが、9月も3連休が2度あり、やはり 以前よりもずっと来客数が減っているように感じる。 連休後の動きがどうなるか心配である。
一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・3か月前の6月は、6月1～24日までの結果で前年 比は客数97.7%、売上100.8%である。今月は9月1 ～25日までの結果で客数95.1%、売上95.7%である。 今までの悪い要因に加えて台風直撃まであったため、 やや悪くなっている。
一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、客足が大分遠のき、いつか回復す ると思っていたがなかなか回復しない。8月が過ぎて 9月になったらもっと悪くなったような気がする。

一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・今月は前年と比べて落ちてはいないが上がりもいない。前は1日で一気に上がったり、暇な時は一気に落ちたりしたが、それが全然ない。当店は焼き鳥屋だが、水やお茶で焼き鳥を食べていく人が増えている。やはりお金はそれほど使えないようで、びっくりである。	
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客は来店するものの、台風及び東日本大震災の影響等があり、なかなか旅行に足が向かないようである。様子見のように来てはいるが、話がまとまらない状況である。	
タクシー運転手	来客数の動き	・終電後に乗る客の利用回数、利用者数が非常に減っている。深夜の動き、客の利用がほとんど無いと言っていいほど少なくなっている。	
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・テレビの地上デジタル放送化の完了に伴い、需要が一段落している。新規方策を検討中である。	
通信会社(支店長)	販売量の動き	・冬商戦向けの新商品の買い控えもあり、販売量が全体的に落ち込んでいる。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・料金が割安になる安価なインターネットや電話の契約数はほぼ横ばいであるが、テレビの有料多チャンネルサービスの契約数は減少傾向にある。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・多チャンネルサービスの契約数は低迷している。低価格の商品を追加しているが、全体の落ち込みをカバーするまでには伸びていない。	
通信会社(営業推進担当)	販売量の動き	・デジタル特需が一段落し、契約世帯が前年比でも2割程度減少している。	
通信会社(局長)	お客様の様子	・7月のアナログ停波で量販店でのテレビ買換え需要が一段落して来客数も激減し、客との接点が少なくなったこともあってケーブルテレビの加入が鈍化している。	
通信会社(管理担当)	販売量の動き	・アナログ放送停波以降の契約数の落ち込みが、今月になって激しくなっている。	
遊園地(職員)	お客様の様子	・飲食物販売等で客の買い控え傾向が見受けられる。	
パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・今までは夕方からのサラリーマン客数をもっと伸びていたが、夜のピークの時間に以前ほど客が入らなくなっている。	
その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・本来もっと悪化しているにもかかわらず、ここ半年くらいの景気の悪さに慣れてしまい、やや悪くなっている程度にしか感じなくなっている。	
その他サービス [結婚式場] (支配人)	お客様の様子	・結婚式の費用をできる限り安くしたいという客が増える傾向にある。また、費用を抑えるために出席人数が減ってきている。	
設計事務所(所長)	競争相手の様子	・特に東日本大震災後、仕事が激減しており、先行き真っ暗である。	
悪く なっている	一般小売店[家電] (経理担当)	販売量の動き	・3か月前は地上デジタル放送化の駆け込み需要もあったので大変忙しい時期だったが、それも終わりエアコンの時期も過ぎたため、急に静かになっている。
	一般小売店[家電] (経理担当)	来客数の動き	・エコポイント制度と地上デジタル放送化も終わり、来客が減っている。例年9月は売上が落ちるが、今年は極端に感じる。
	一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・当商店街は点在型の路面店なので、どうしても客は大型量販店、ショッピングセンターで回遊して買物を済ませてしまい、客数が非常に少ない。
	一般小売店[家具] (経営者)	販売量の動き	・景気は非常に悪く、特に販売する家具類の売行きが非常に悪い。内装関係をやっているので何とかやっていけているが、家具だけでは商売をやっていけない。
	一般小売店[食料雑貨] (経営者)	単価の動き	・残暑もあって秋物が動かず、客単価も客数も減少している。
	一般小売店 [靴・履物] (店長)	来客数の動き	・天候的に良くなかったこともあり、来客数が非常に落ち込んでいる。客の買う様子を見てみると、やはり低価格志向が顕著である。
	一般小売店 [茶] (営業担当)	それ以外	・放射性物質のマスコミ報道による風評被害が大きい。売上の半分を担うギフト需要が半減しており、売上も激減している。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・9月は2回の台風の影響と中旬の猛暑、熱帯夜の影響により、外出を控えた客が多く、来客数が激減している。

衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・ 今月は前月より売上が悪い。客は暑さで全く秋物に興味を示さず大苦戦であり、この数年間で一番売上の悪い9月となっている。単に天気のせいではなく、客に商品を購入する雰囲気は全く無い。同じ商店街の同業者を始め、異業種でも大きく売上が低下している。従来動きの良い顧客も来店が少なく、大きな不安を抱えている。
衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・ 残暑、台風などで、9月も天候に悩まされた月となっている。秋物を展開しているなか28度や30度といった気温では売れるわけもなく、夏物のセール品を買う客も少ない。台風後の涼しさからやっと秋物が動き始めたが前年比80%で終わり、前半、中盤までの巻き返しなど最初からできない額である。東日本大震災以来、1つも良い話がない状況である。
衣料品専門店 (営業担当)	来客数の動き	・ 台風や激しい気温の上下で、アパレル商品の売上が落ちている。
家電量販店(営業統括)	販売量の動き	・ 8月に続き9月も販売量、客単価共に下落している。エコポイントや地上デジタル放送への切替え、節電消費などのイベント型消費が一切消えた状況では、消費者の購入意欲は低下している。反面、一部の消費者には高額品の購入が目立ち、時計や高級一眼デジタルカメラなどの販売が持ち直している。まだら模様であるが、全体的には消費意欲は減退している。
家電量販店(統括)	単価の動き	・ 客数は前年並みであるが、客単価の下落が8月以降止まらない。
乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・ 売上台数は登録可能車の積極的な販売によってマッチ率が改善し、後半に台数が積み上がったが目標には至っていない。純受注台数は後半の2回の3連休フェアに期待した台数を確保できず、めどとしていた前々年並みの獲得もできていない。非常に厳しい状況である。
その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	来客数の動き	・ 夏からの客数減が非常に大きい。競合に比べて店が小さいので品ぞろえと価格で負けてしまっている。カウンセリングや特徴化でばん回しようとしているが、追い付かない。9月の値引き販売促進策は成功したが、今までのマイナス分を補えないので、10月以降も値引き販促を打たざるを得ない。
その他小売[生鮮魚介卸売](営業)	お客様の様子	・ 天候や入荷の状況にかなりむらがあり、客の仕入れに対する予定や考えに対応するのが難しい。
タクシー運転手	それ以外	・ タクシー業はすべての業種が上向き傾向にならないと良くない、いわば末端の職種である。福島第一原子力発電所の事故、台風、株安、円高等が起こっている昨今、景気は落ち込んでいる。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・ 地上デジタル放送移行後は、顧客の地上デジタル対策が完了したため、契約数が減少している。
その他レジャー施設[アミューズメント](店長)	来客数の動き	・ 当母体の来客数自体も減少傾向であり、これに伴って当店への来客数も減少している。目的客中心の客層ばかりとなっているため客単価は高いが、それ以上に客数減少のダメージが大きい。
住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・ 東日本大震災以降、被災地の復興と原子力発電所の事故の処理にめどが立たない等の理由で、客の気持ちが回復していない。売買量が極端に減っており、不動産の価格も最低の状態が続いている。
企業動向 関連	良く なっている やや良く なっている	-
出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・ 印鑑やゴム印、名刺、印刷関係では、法人関係の外回りは変わらないものの、新規開店する個人商店や店に来る個人客の需要が、客単価は上がらないにしても本数が増えてきている。
金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・ 精度が高く短納期の注文が多くなっているが、数量の多い物は外国に流れてしまう。こういう状況が続いていると中小企業は潰れてしまうのではないかと心配しているが、リーマンショック以来、低迷し量も少なかった注文が今月に入ってから少し多くなってきている。
一般機械器具製 造業(経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・ どの品物も少しずつ上がってきている。全体的としては結構な量になってきている。
輸送業(所長)	受注量や販売量 の動き	・ まだ東日本大震災の影響は若干あるが、受注した出荷量が前年同月比で1~2割増えている。理由は良く分からないが、良くなってきている。

	経営コンサルタン	取引先の様子	・雨などの影響はあるものの、暑さが和らいで外出しやすくなっているためか、取引先の飲食店では客数が増加している。
変わらない	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注量は、3か月前の悪い状況からあまり変化がない。
	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・今のところ景気の良くなるような気配はないが、とにかく何とか頑張っている。
	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・最近、引き合いに対する反応が若干増えてきている。
	その他製造業 〔靴〕（経営 者）	取引先の様子	・取引先は前月とほとんど同じような状況である。大変だとは言いながらも、内容的には維持しているのが現状である。
	輸送業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・売上の減少額は3か月前と比べて小さくなってきてはいるが、減少傾向に歯止めは掛かっておらず、大変厳しい状況は改善していない。
	金融業（支店 長）	取引先の様子	・取引先の建設関係の受注が増加傾向にあるようだが、逆に製造業では円高の影響で受注が減少している傾向にある。それらを勘案すると、状況は好転も悪化もしておらず、変わらない。
	金融業（支店 長）	取引先の様子	・法人個人の金融資産は増えており、いわゆる資金余剰であり、各自投資のタイミングを考えている。円高株安が進むが、今後の相場は不透明で、今一つ投資に踏み切れない状態が続いている。
	不動産業（総務 担当）	取引先の様子	・空室率の改善が一向に図れないうえに、既存テナントについても賃貸料を値下げして食い止めている状況である。
	広告代理店（経 営者）	受注価格や販売 価格の動き	・前年同月にあった例年継続の案件を今年もまた受注できそうな雰囲気になってきている。今の経済状態を思うと、幸いである。
	広告代理店（従 業員）	受注価格や販売 価格の動き	・東日本大震災の影響は底を打ったように感じるが、例年に比べてのプラスアルファはまだ見えてこない。震災で減った分、震災復興事業等で盛り返ってきている。
	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・金属加工業では、東日本大震災後に落ちた後、少し持ち直したが、それほど戻らずに推移している。ソフトウェア業界では大変厳しい状況が続いている。
	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・中小製造業者は、例年、最低賃金引き上げの話が出るころであるが今年も上がるのかと話している。引き上げられるとパートの時給増のきっかけとなり、発注減で生じた赤字が更に積み上がることになる。地域産業の中核はこうした下請型の中小企業者であり、良くなっているとはいえない。
	その他サービ ス業〔警備〕（経 営者）	取引先の様子	・例年並みの受注のようで、警備の仕事も前年と同じくらいの見込みである。
その他サービ ス業〔廃棄物処 理〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・受注量は回復傾向にあるが、価格競争による低迷状態が続いているため、利益は圧迫されている。	
その他サービ ス業〔情報サー ビス〕（従業員）	取引先の様子	・インターネット環境を整える必要性は理解してもらえが、設備投資の話が出るとお金を掛けてまではやらないといった結論になり、受注件数の拡大ができずにいる。	
やや悪く なっている	出版・印刷・同 関連産業（所 長）	それ以外	・印刷に関する資材調達において、値上がりが大きく影響している。受注量も前年以下を推移しているなかで、この状況は非常に厳しい。
	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の特需が一服し、内需に起因する住宅関連部品の注文が激減したうえ、化粧品容器や医療容器の輸出関係も円高の影響で発注が減少傾向にある。
	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の後遺症、あるいは円高、ヨーロッパの信用不安等で、全体的に景気は落ち込んでいる。
	建設業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・企業設備投資案件では東日本大震災による自粛が薄れ、ようやく動き出したが、台風の影響で状況を見合わせる連絡が来ている。
	建設業（経理担 当）	競争相手の様子	・各社仕事量が少ないため、入札物件が出るとこれまでは1～2割の値下げで受注競争が続いていたが、ここに来て4割も下げて受注する同業者が出ている。
	輸送業（経営 者）	取引先の様子	・荷主先の状況を見ていると、受注が全く入って来ない。いくら得意先回りをしても、品物がないから品物が出るまでもう少し何とか我慢してくれということのみである。

	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の、特に建築資材等は復興の兆しなのか、需要の関係で多少値段が上がっているが、その他の商品についてはデフレ傾向が止まっておらず、経済活動が非常に停滞している。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・夏季節電対応で生産は木金休みとなったが、出荷は木金も量は少ないがあった。土日は生産をしているため工場内の製品移動業務があり、出勤日となったことで手当が大幅に増えたが、配達料や移動料は割り増しが無い分持ち出しであり、経費増である。	
	金融業（役員）	取引先の様子	・円高の影響で輸出関連企業の受注見込みが不確実である。設備投資や新規事業に対して様子見の状況である。	
	金融業（支店長）	取引先の様子	・建設関係はリーマンショック以降、職人が減っていることと、復興で人手を取られていることで、地場の人手不足が生じて職人の単価が上がっている。その割には建設の利幅が少ないため、財務的には少し厳しい状況である。製造業は目先の仕事は決まっているが先行きの仕事が決まっていないことと、円高の影響で仕事が海外に移る話が結構多くなってきていることなどで、不安を抱えている会社が増えている。	
	社会保険労務士 税理士	取引先の様子 取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。 ・都内で貸しマンションを多く持っている取引先がある。長期的にずっと安定していたものの、この1月くらいから法人契約で1階に入っていた法人が3軒ほど、全部出てしまった。今まで10何年ずっと入っていたのに、大口の賃料を払う所が全部出てしまっている。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・問い合わせや発注待ちは多いが、受注が一向に進まない。	
悪く なっている	繊維工業（従業員）	それ以外	・繊維産業では、極端な円高の影響で中国からの日本帰帰の機運が完全に消滅している。製造業、特に中小企業では、金融機関からの厳しい貸し渋りにあい、景気は大きく後退している。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・取引先に行っても皆一様に仕事がなく、元気がない。	
	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円高を理由に、取引先からのコストダウン要請が今までより厳しい。希望価格に対応できない場合は海外生産を進めていくと言われている。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築案件が全くと言っていいほどない。先日の台風で修繕工事は若干あるものの、まとまった物件は見付からない。	
雇用 関連	良く なっている	—	—	
	やや良く なっている	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は数か月前に比べて若干増加傾向にある。特に自動車関連の会社において、東日本大震災後の回復の兆しがあり、人材ニーズが高まってきている。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・社員退職に伴う派遣依頼や、突発繁忙による短期派遣依頼など、前年同月比ベースで2倍近い受注量となっている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・新規の取引企業が増えている。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	求人数の動き	・9月に入り、目に見えて中途採用の求人が増えている。これまでは単なる欠員補充が主だったのだが、これまでになかったような大手企業や、採用に消極的だった業界の大手企業も求人を出している。これは近年になかった傾向である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・年に1回、9月に求人を掛けるユーザーと新規が結構出ている。その分相当プラスがあり、大分上向きになっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・急激な円高により、正社員の採用は慎重になっている一方で、製造業関係が好調なことから、派遣、請負、パート等非正規雇用の求人が増加している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・一般、パート共に前年同月比で求人数が増加している。 ・夏の期間ということもあり、窓口の求職者数は減少している。平日19時まで開庁している日もあるが、その時の求職者数も確実に減っており、求人検索しても紹介まで至らず帰る人も多い。

	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・ 2、3か月前までは顧客から前向きな話がなかったが、最近では複数の会社からいくつか依頼が来ている。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・ 採用者数という観点で見れば、東日本大震災後に停滞していた採用ニーズがほぼ通常に戻り、かつその分を取り戻す状態になっているので、良くなっている。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・ 相変わらず企業求人は届かない状況であるが、一方で幼稚園、保育園、施設等の求人は前年同月より増えている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ どの業種も依然として求人が増えているものはない。従来と変わらず、伸び悩んでいる。
	求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・ 中途採用で少し動きが見られるが、業種に偏りがあり、限定的である。「グローバル人材」に注目が集まっているが、国内採用、特に来年の新卒採用に影響があるように思われ、さらに厳しさが増す。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・ 7、8月の動きからみて9月からは求人件数が増えるだろうと予測していたが、空振りである。医療、介護関連や美容師など有資格の求人は堅調であるが、求人業種の幅が広がっていない。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・ 全体として求人は拡大傾向にあるものの、業界間、企業間により温度差がある。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・ 求人獲得数は前年同月比で大きな変化はなく、依然厳しい雇用環境は継続している。
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ 前月に比べ、新規求人数が減少しており、製造業の求人も大幅に減少している。
悪くなっている	—	—	—