

・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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 | | | |
| | やや良く なっている | 高級レストラン （スタッフ） | 来客数の動き | ・本州系企業の利用増により前年を超えた。特に夕食は来客数だけではなく、単価も前年を上回った。客の満足度の高いホテルでは、単価の高い本州客の人数が変わらず、売上も前年並みとなっている。一方、道東のある観光地では来客数が前年より減少しており、地域格差が出ている。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・2～3年前と比べると、観光客の入込が増加しており、飲食店にも観光客が流れてくるようになっている。来客数も前年よりも増えている。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・観光客が減少しているため、観光客相手の飲食店は全般的に横ばいから前年割れの状態となっている。衣料関係は本社の倒産、個店の閉店、大型店からの撤退などで不振が続いている。 |
| | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・客は慎重に買物している。夏物セールスの購買動向をみると、まとめ買いが減り、単品での買物が増えている。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・季節商材の売上は昨年とほぼ同様だが、依然として消費者の先行き不安が根強く、買物に対しての慎重な姿勢が続いている。 |
| | | 商店街（代表者） | それ以外 | ・7月はバーゲンがあり、夏物の最盛期となる月であるが、今年は日程の関係で前倒して6月からバーゲンが始まったこと、また寒暖の差が激しく、気温の変化に客が付いていけなかったことなどから、全体としては低調に推移した。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | 販売量の動き | ・夏物セールの立ち上がり6月末日に早まったため、7月はその反動減があった。またセール品についても売行きに偏りが強かった。売れ筋は早い段階で在庫がなくなったため、売上に貢献しきれず、一方で人気のない商品は値下率を上げて単価を下げて動きが鈍かった。客はセール品であっても、購入の際には以前にもまして慎重な判断をしているようだ。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・客は必要以上の商品を買わないように見受けられる。また低温が続いたことで来客数が減少しており、消費に力強さが感じられない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・売上、来客数ともに前年を上回っているが、以前と比較して弁当や飲料水、雑誌など消費量の多い商品群で売上の減少が続いている。ガソリンの高騰などで、客の日々の節約意識が強く、その意識は変わっていない。 |
| | | コンビニ（オーナー） | 単価の動き | ・前年と比べて単価がかなり下がっている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・7月は参議院選挙があり、人の動きが落ち着かなかったため、景気は良くなかった。 |
| | | 家電量販店（店員） | 来客数の動き | ・気温が上がってきたことでエアコン、冷蔵庫などがよく売れるようになった。前年と比べて来客数も増えている。 |
| | | その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者） | 単価の動き | ・石油製品価格の高止まりにより、一回の購入数量が控えられている。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・7月後半に入り、週末はほぼ前年並みとなったものの、平日は前年割れの状態が続いている。全体では前年から4%の減少となっている。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・今月は参議院選挙があったが、ビールパーティーやお祭りなどで人の動きもあり、昨年よりも幾分か良い傾向がみられた。 |
| 観光型ホテル（スタッフ） | | 単価の動き | ・宿泊客は増えているが、全体的に単価が伸びておらず、景気の回復感が感じられない。 | |

| 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 |
|----|-----------|---------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・首都圏を中心に旅行需要が伸びている中、北海道については残念ながら景気回復が遅れており、一向に旅行需要が伸びる兆しが見えない。客の旅行内容、単価、申込状況、いずれをみても回復傾向を感じられない。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・依然として実車率が低迷している。札幌では各種イベントが催されており、人出はあるが、タクシーはその恩恵を受け切れていないようだ。 |
| | | 観光名所（役員） | 来客数の動き | ・気温が低く、ぐずつき気味の天気が続いたことに加えて、参議院選挙も影響したのか、観光シーズンであるにもかかわらず、観光客の動きが鈍い。団体客、個人客とも、同様の状態であり、来客数がなかなか伸びてこない。 |
| | | 設計事務所（職員） | お客様の様子 | ・マンションデベロッパーによると、原油高騰に伴う建設資材の値上がりにより、発注予定物件で工事費の折り合いがつかず、着工のめどが立っていないとのことである。不景気の続く北海道の建設業界を支えている札幌でのマンション事業に物価上昇という難題が現れている。 |
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・定率減税の廃止という問題が起きて、消費の動きが止まっている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・本来なら7月は1年間で最も売上があり、活気を呈する月だが、今年に限っては、商品の動きが全般的に良くない。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・北海道全体での売上は、前月から3%の減少となっている。特に衣料品は6月の前年比が106%と好調だったが、7月は気温低下の影響を受け、前年比86%と不振である。6月と7月の合算でも、前年実績には届かず、厳しい状況となっている。なお、部門別の売上は、衣料品が前年比86%、住居用品が前年比94%、食品が前年比99%、テナントが入居している専門店が前年比89%となっており、食品以外は、全国との差異が縮小しないまま推移している。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・7月の販売量を3か月前と比べると12%ほど減少している。前年比も96%と依然として悪い。 |
| | | スーパー（役員） | 単価の動き | ・6月下旬より客単価が低下している。既存店の売上は前年実績を確保しているが、定率減税廃止に伴う税負担の増加で、消費者の購買意識に変化が出ているように感じられる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・気温が上昇してこないため、夕方から夜間にかけての来客数が減少しており、売上が低迷している。 |
| | | 家電量販店（地区統括部長） | 販売量の動き | ・6月は気温が高く、エアコンや冷蔵庫等の夏物商材の需要が増加したが、7月に入ると気温が低くなり、夏物商材の需要が激減している。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・地域経済の減退による利用減少に加えて、同じエリアでの新規ホテルのオープンによるビジネス客の流出、観光ルートのシフトによる宿泊客の減少などの影響がみられた。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・国内ツアー客の入込が減少している。旭山動物園ブームが一巡したのか、道内周遊コースが変化したのかは不明だが、宿泊客数は低調に推移している。ここしばらく上昇機運にあった消費単価もやや勢いを落としている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・函館の観光入込状況をみると、5～7月に掛けて、3か月連続で前年を下回っており、その影響から当ホテルの宿泊客数も減っている。函館自体の魅力が他の観光地と比較して少しずつ無くなり、競争力が無くなっているのではないかと懸念している。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ビジネス客向けのパッケージ商品は順調だが、団体旅行の受注が低迷している。海外旅行については平年並みで推移している。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・夏休みの旅行需要が、前年比で10%ほど落ち込んでいる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・7月の売上は前年比90%となっている。春以降、前年を下回る状況が続いており、苦戦を強いられている状態にある。 |
| | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・客との会話の中で、税金と健康保険の話題が多く挙がっている。特に年金生活者からの不満が多く、消費意欲が低下していると感じられる。 | |

| 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 |
|----------------|------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | その他サービスの動向を把握できる者 | 乗客数の動き | ・フェリーの乗降客は、5月から3か月連続してマイナスとなっている。特に7月は参議院選挙もあったことから、前年比で11%程度の減少が見込まれている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・相変わらず販売量が低迷している。特に、大口契約に結びつくような案件が減少している。 |
| | 悪くなっている | タクシー運転手 | 乗客数の動き | ・7月は天候が良く、雨の日が少ないせいもあるが、昨年と比べてタクシーの利用客が激減しており、売上も大きく減少している。ここ数か月、夜の利用客が減っていたが、最近は日中の利用客も減ってきている。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・輸送量が増大している。ただその理由については見当が付かない。 |
| | 変わらない | 家具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・大都市圏での需要が好調に推移しているものの、地方都市の需要が低迷しているため、全体としては横ばいの状態が続いている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・首都圏からの受注が比較的好調だったが、全体としては変わらない。 |
| | | 輸送業（支店長） | 取引先の様子 | ・コンテナ等の雑荷を主体とした輸出入貨物は堅調に推移しているものの、木材、鋼材等の動きがここにきて鈍化してきた。ただ、石炭については堅調な荷動きを示している。 |
| | | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先の様子、さらに当社の売上の推移等から、3か月前と比べて大きな変化は感じられない。景況感自体も悪くなく、良い意味での横ばいが続いている。 |
| | | 金融業（企画担当） | それ以外 | ・設備投資は中小企業によるものが低調であるが、大手製造業の工場新設が下支えている。企業収益は原材料価格の上昇で圧迫されている。公共投資は減少が続いており、建設関連は厳しい。観光関連は好天続きと旭山動物園効果で堅調に推移している。住宅着工は貸家と分譲が札幌市内の用地不足などで減少している。個人消費は雇用環境、所得環境に改善がみられず弱含みで推移している。総じて景気は横ばいで推移している。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・土地取引関連、建物建築関連とも、低調に推移している。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・需要、価格などに好転するような動きはみられない。 |
| | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・中古物件、小額物件などの商材は散見されるが、大型の設備投資については、情報があっても確度が低いように感じている。 | |
| | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・景況感自体に変化はないものの、受注量の減少や諸手続きの遅れによる発注時期の遅延などから、信用不安が生じる恐れがある。 | |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（団体役員） | 受注量や販売量の動き | ・燃油の高騰により、資材価格や運送費の改定を求められる一方で、スーパーや量販店の安売り競争が激しく、製造業ではコスト上昇分を販売価格に転嫁できていない。また受注量が少なくなるばかりであり、大都市圏の好景況感にはほど遠く、企業ぐるみでの出稼ぎ、廃業が増加している。 |
| | | その他サービス業〔システムハウス〕（経営者） | 取引先の様子 | ・契約が確定しない。受注案件が無くなるころまではいかないが、延期になったり、予算が縮小されるケースがかなり増えている。 |
| | 悪くなっている | - | - | - |
| 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（社員） | 周辺企業の様子 | ・全体的に求人数が増えているように感じる。 |

| 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 |
|-----------|-----------|----------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・人材派遣業やコールセンター、病院・介護サービスは好調だが、それ以外の業種は低調という構図に変わりはない。アルバイト系の求人数は前年比の比較で先月の90%から、今月は95%と改善傾向に向かっているものの、社員系の求人数については、ここ数か月、前年比90%程度と変わらずに推移している。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 採用者数の動き | ・前年度と比較して、採用内定者の状況は良くなっている。具体的には、複数の企業から内定を獲得している学生が増えている。これは内定辞退する学生が多くなることを意味しており、今後、採用予定者を確保できない企業が出てくる。 |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（編集者） | 雇用形態の様子 | ・今年の春と比べて、求人掲載件数に占める正社員の割合が減少している。現在、全体の1割を下回っている状況であり、逆にアルバイトやパート、請負等の非正社員の割合が増加傾向にある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・6月の有効求人倍率は前年を0.07ポイント上回っており、新規求人数についても18.9%増加している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が2か月ぶりに前年比プラスに転じ、新規求職者数が減少したものの、月間有効求人倍率や月間有効求職者数の改善がみられないため、有効求人倍率の改善が図られなかった。 |
| | やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・先月は登録者数が落ち込んだが、今月については若年者を中心に、最近では最高の登録者数となった。先月の落ち込みは企業での正社員採用の活発化が要因とも考えられたが、やはり求職活動の中だるみが要因のようであり、8月の休み前に収入を確保したいという求職者側の動きとも読み取れる。ただ、登録者の増加は企業採用の抑制とも読み取れることから、企業業績はまだ停滞しているとみられる。 |
| 職業安定所（職員） | | 求職者数の動き | ・閉店や工場閉鎖等、事業主の都合による離職者が増加している。 | |
| 悪くなっている | | - | - | - |

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：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 | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・極端に乗客が少ないということはなく、平均して乗車いただいている。朝から深夜までの勤務で20人以上の乗客があり、状況は良くなっている。 |
| | やや良くなっている | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・これまでの経験からすると選挙のある時は繁華街への人手が少なくなるものだが、今月は月末に選挙があったにもかかわらず、週末には多くの人出があり当店への来客数も多かった。非常に珍しい現象である。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き | ・医薬品、化粧品、雑貨、健康食品を扱っているが、今月はどの分野においても、販売量、売上共に前年を上回っている。 |
| | | 一般小売店〔カメラ〕（店長） | 販売量の動き | ・新製品の発売は無いが、ハードの販売がやや好調である。夏休みに入り行楽、スポーツ用などにカメラを使用する機会が多くなっている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・1月末にオープンして以来、競合対策を通じて固定客が着実に増加しており、前月比で10%程度伸びた。週末の客単価も安定してきている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・競合店の出店による影響を3か月ぶりに吸収し、来客数が前年度並みに回復したとともに、客単価と買上点数が改善した。電子マネー利用客は買上点数が多いのが特徴である。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・買上客数が増加しているなかで暦どおりに気温も上昇し、シーズン商品の動きが活発になっている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・4月から続く来客数の前年割れがようやく収まった段階である。中越沖地震については、旅館の商品上も交通の便でも何ら問題は無いが、これからの風評被害を懸念している。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・来客数については、宴会関係が約3%、レストラン関係が2～3%の増加となっている。宿泊については、近隣に競合相手がいることもあり、低稼働が続いていたが、ようやく前年並み程度まで回復してきた。 |

| 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 |
|----|---------|-------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・夏休みに入り家族連れ等の客が増えている。来客数、予約状況共に前年より15～20%の伸びを示している。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・狭小地用の住宅販売を春から新規事業として開始したが、客の動きが非常に良い。建設資金総額の減額を考えている客が、思いのほか多いことの裏付けでもある。 |
| | | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | 販売量の動き | ・年度当初は前年に比べ業界全体が極端に落ち込んでいたが、徐々に例年並みになっている。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・各店ともバーゲンセールを前倒しにしたため、天候に左右される人の動きについては、可もなく不可もなくというところである。高額品の動きに若干の改善がみられるものの、全体的には変わらない。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・前月は空梅雨で気温も高く、夏物の靴が品薄になるなど、飲料、衣料を含め季節商材が好調で、商店街全体でも前年並みの実績を確保したが、今月は本格的な梅雨になり、にぎわいがあまりみえなくなっている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・昨年末に開店した超大型の競合店も、坪当たりの売上は決して良い数値ではない。商圏内の売場面積が増大しても、売上の取り合いになるだけで、消費は高まっていない。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・7月は全般的に天候は不順であったが、客は天候の良い日を選んで買物に出て来るため、結果として月間来客数は前年や前月と比べても大差は無かった。しかし、中越沖地震など世相が慌しくなるニュースに加え、梅雨の降雨で客の気持ちが前向きになっておらず、勢いが無い。 |
| | | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・夏物クリアランスセールが始まって約1か月、そして、中元商戦の終盤を迎えたこの時期であるが、来客数が予想を下回っている。夏のボーナスシーズンを終えたこともあり、消費行動は慎重である。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・中越沖地震では、休業はあったものの翌日からの販売は増加した。全体的には、来客数は前年並み、一品単価が下落傾向である。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・ガソリン高騰のため、遠くにまで出掛けず地域で買物を済ませる人が増えている。そのため、当店では来客数、売上共に前年を上回っている。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・特売を仕掛けても一品単価が上がらず、販売点数も伸びない。原価割れの商品しか売れない。 |
| | | スーパー（総務担当） | 単価の動き | ・原油高の影響に加え、うなぎやしょうがなど中国製品への疑念による国産品への消費シフトが、一品単価の上昇に拍車を掛けている。しかし、7月の客単価、買上点数は依然前年割れが続いている。商品の品質に対する客の視線は一層厳しさを増している。 |
| | | スーパー（企画担当） | 単価の動き | ・今月に入り来客数が伸びつつあり、実用衣料など好調な分野もあるが、依然として単価が低く、売上はわずかに低下している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・前年はたばこの増税があり、6月は駆け込み特需、7月は買い控えがあったため、今月の売上は前年比で見ると表面上良くなっているものの、その要因を除くと5月以前とあまり変わらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・前年6月にはたばこの増税があり、その反動もあって前年比では売上が増加しているものの、増加要因はそれだけにとどまり、おにぎり、弁当、サンドイッチなどの主力商品には伸びがみられない。 |
| | | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・住民税増税の影響が、天候不順によるものか、ボーナス後の特需がほとんど無かった。デフレが進行していた時期ほどではないが、客は価格の安い物を一生懸命探し求めている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・7月は夏物のセールの時期だが、年々ににぎわいが無くなってきている。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | 来客数の動き | ・既存店の来客数が前年を下回っている。この傾向はずっと続いている。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・天候の影響を受けやすい業界であるが、今月はもろにその影響を受けている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 来客数の動き | ・車に長く乗る人が増えていることから、車検整備ではATFやパワステオイル、ブレーキオイルなどの交換を勧めるが、「車検が通りさえすればいい」という客が8割で、商売上は厳しい。 |

| 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 |
|----|-----------|---------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | その他専門店 〔呉服〕（経営者） | お客様の様子 | ・単価の安い商品は売れているが、高額な商品は不振である。 |
| | | 一般レストラン （経営者） | お客様の様子 | ・夏休みに入り、女性客、特に主婦層の来店が少なくなっている。 |
| | | 一般レストラン （経営者） | お客様の様子 | ・当店の客単価は5,000～6,000円で幅広い年代の来店があるが、同業の他店は閑散としている様子である。当店でも忙しい日と暇な日の差が激しく状況が読みにくい、全体的に景気はあまり良くない。 |
| | | 一般レストラン （スタッフ） | 来客数の動き | ・当社の場合は、来客数をみても3か月前とほとんど変わっていない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・売上、来客数共に前年同月を下回っている。県内の客はほとんど動きが無く、関東以西の客が多い。インターネットでの予約が中心である。 |
| | | 都市型ホテル （スタッフ） | 来客数の動き | ・中越沖地震が新潟県に与えたダメージには大きなものがある。これから観光シーズンというところでの震災で、キャンセルが相次ぎ、風評被害は甚大になる。第1四半期は順調に推移し、これまで種をまいてきたものがようやく実を結ぶ時期であっただけに、震災とはいえ残念である。前回の震災の経験を生かし、立て直しに取り組んでいく。 |
| | | 都市型ホテル （スタッフ） | 販売量の動き | ・3か月前と比べて受注量、販売量はほとんど変わらない。景気が良くなっているような雰囲気はあるが、実際の結果には表れていない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・客の話では「決して景気が上向きではない」と言っている。景気が良いと言っているのは中央の一部企業であり、地方の企業はそうではない。 |
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・飲酒運転の取締り強化、住民税の増額、参議院選挙、サッカーの国際大会などが重なり、来客数が減っている状況であり、消費の落ち込みが顕著である。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・天候が定まらず、入出が減少している。新たに新店した店が2、3軒あるが、苦戦している様子である。 |
| | | 一般小売店 〔茶〕（経営者） | それ以外 | ・知り合いの飲食店で6月末に閉店していたところが2軒あるなど、この地域の経済は大変な時期に入っている。 |
| | | 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） | 販売量の動き | ・年金問題が消費者の財布のひもを固くさせている。また、中越沖地震の震災や参議院選挙なども、買い控えにつながっている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・中旬まで天候の悪い日が多く、ヤング、キャリアなど若い人を中心に来客数が少なかった。クリアランスセールの前倒しが今月の苦戦につながっている。夏物は20日以降再値下げをしているが、単価が低いこともあり夏物商戦は前年の8掛けにとどまる。プライダル用に晩夏、初秋物のスーツ、ワンピースなどの動きが良くなっているものの、セールの落ち込みをカバーできていない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・クリアランスセールや中元の前倒しにより、月初は好調に推移したものの、気候の長期予報が「猛暑」から「平年並みか冷夏」に変わり、はっきりしない天候が続いた中旬からは急減速した。夏物の再値下げ等で販促を仕掛けているが、売り時を逸した感がある。 |
| | | 百貨店（経営者） | 販売量の動き | ・クリアランスセールを前年より1日早い6月30日に開始したため、その反動が大きな要因となって悪くなっている。また、中旬までの気温が低めに推移したこと、晩夏物を投入したもののクリアランスセールの適品が少なくなったことなども要因である。中元商戦は、スタートは良かったがその後ペースダウンし、クリアランスセールのマイナス分をカバーできなかった。 |
| | | 百貨店（売場担当） | お客様の様子 | ・中越沖地震の影響を受け、新潟県では客の気持ちや購買意欲の低下が売上に大きく反映されている。 |
| | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・周辺にはお年寄りが多く、年金問題が影響しているのか、来客数には変化がみられないものの、売上は減少している。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・所得税の定率減税廃止、住民税のアップ、ガソリンの値上げ、年金問題など、消費者の心理が冷え込むが続いているところで、中越沖地震が地元経済のマイナス基調に拍車を掛けている。地域的な特殊事情かもしれないが好ましい流れではない。 |

| 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 |
|-------------|---------|------------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（経営者） | 競争相手の様子 | ・市内で競合店のリニューアルや、業態は違うもののドラッグストアの出店があり、価格競争が激しくなっている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・3か月前と比べると、来客数の前年同月比が2%ほど低下している。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・毎年7月にはウィンターコートの受注会を実施しているが、今年はユーロ高によりヨーロッパからの輸入品が2～3割ほど高くなっていることもあり、受注率が例年に比べ極めて悪くなっている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | お客様の様子 | ・中越沖地震の風評被害が大変な状態である。海水浴場には人がおらず、新潟市以北の観光地でも地震の日から宿泊のキャンセルが続出している状態である。原子力発電所の危険性を心配している観光客が多いようである。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | お客様の様子 | ・元々財布のひもが固くなっているが、燃料費の増加が影響して、締め付けが更に厳しくなっている。 |
| | | その他専門店〔靴〕（経営者） | 販売量の動き | ・気温の低い日が続く、サンダルなど夏物商品が売れない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | お客様の様子 | ・数量や金額を限定して給油する客が増え、買い控えの様子がみられる。車を利用する回数も減っているようである。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・公共事業も少なく、百貨店、チェーンストアの売上も伸びていないようである。自動車も売れていない。市場に仕入れに行っても、飲食店の業況も悪いいため魚が売れていない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 販売量の動き | ・販売量も来客数も減少している。今までは2、3日悪い日があってもずっと続くことは無かったが、最近1週間も続くことがある。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 来客数の動き | ・中旬以降はやや持ち直したものの、前月後半から今月中旬ごろまではボーナス商戦前ということもあり、受注量がかなり鈍く推移した。 |
| | | 遊園地（経営者） | 来客数の動き | ・本格的な梅雨で月の半分が雨模様だったことに加え、参議院選挙もあり来客数が低調に推移している。学校関係の団体利用が伸び悩んでいることもあり、前年比では10%近い減少となる。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・夏のボーナスシーズンにもかかわらず、また、美容業界では7、8月は来客数が伸びる時期にもかかわらず、来客数が通常の月と変わらない。一体どうなっているのか分からない状況である。 |
| | | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | 販売量の動き | ・6、7月と受注が減少している。前年に比べると30%ほどの落ち込み量である。 |
| 悪く なっている | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・可処分所得が増えていないため個人消費が低迷していることに加え、気候や競合の問題もあり、売上、来客数は3か月連続で減少している。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・中越沖地震の発生以降は特需があったが、現在は沈静化している。涼しい日が多く、夏物商材の動きが非常に悪い。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・売上は前月比9%、前年同月比で15%のダウンとなっている。来客数も前年比11%のダウンと、ここきて非常に悪くなっており、先行きも不安である。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・前月末に新型車が投入されたにもかかわらず、受注量は前年並みと伸び悩んでいる。この7月が「ボーナス商戦月間」と以前のように言えなくなっている。中越沖地震による製造遅れの影響があり、登録台数は前年割れとなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | お客様の様子 | ・中越沖地震は、部品の供給遅れによる売上減少や購買意欲の低下など、車販売への直接的な影響がある。さらに、震災被害に加え、夏場需要のキャンセルやイベントの自粛ムードなどが風評被害として景気に深刻な影響を与えている。 |
| | | その他飲食〔弁当〕（スタッフ） | 販売量の動き | ・マスコミの報道もあって、中国製品に対する不信感がより一層深まっている。中国製品が多くを占めていたため、月末には丑の日があったが、売上は前年より大幅に低下した。 |

| 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 |
|----------------|---------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | それ以外 | ・7月16日に発生した中越沖地震による宿泊・宴会のキャンセルが相次ぎ、海水浴シーズンを控え、かなりのダメージを受けている。 |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている | - | - | - |
| | やや良く なっている | 土石製品製造販売 (従業員) その他非製造業 [飲食料品卸売業] (経営者) | 受注価格や販売 価格の動き 受注量や販売量 の動き | ・最近、大手建設業界の仕事が増えつつあり、そのため我々セメントメーカーも受注量が増えている。 ・県内の販売状況に伸びがある。気温が暑過ぎず、飲食店での定番酒需要につながっている。 |
| | 変わらない | 農林水産業(従業員) | それ以外 | ・前年の果樹の価格が良かったため、消費に回す余裕があり、周囲には車を買換えている人も何人かいる。今年の育成状況は、今のところ天候にも恵まれ品質が良い。 |
| | | 食料品製造業 (経営者) | 受注量や販売量 の動き | ・牛タンの相場が高値で安定しているため、消費者が求めるような価格設定ができない。客離れが進んでいる。 |
| | | 食料品製造業 (経営者) | 受注量や販売量 の動き | ・参議院選挙もあり中元ギフトへの影響を心配したが、あまり影響は出なかった。 |
| | | 食料品製造業 (総務担当) | 受注量や販売量 の動き | ・梅雨明けが遅れ、暑さによる売上の落ち込みは比較的少ない。 |
| | | 一般機械器具製造業 (経理担当) | 受注量や販売量 の動き | ・自動車用部品については、輸出向けを中心に比較的堅調に推移している。しかし、携帯電話用の部品については、不採算機種も多く、引き続き低迷している。 |
| | | 電気機械器具製造業 (経営者) | 取引先の様子 | ・当社のある工業団地は、海外向けの製品を受注している企業は好調であるが、国内向けは元気が無く、原材料のコスト上昇を吸収できない苦しい状況である。客先からのコストダウン要求がそれに追い討ちを掛けて、採算は非常に厳しい。 |
| | | 電気機械器具製造業 (企画担当) | 取引先の様子 | ・当社の製品が組み込まれる、携帯電話、パソコンなどの分野に今一つ勢いが無い。当面は情勢を静観する。 |
| | | 建設業(経営者) | 受注量や販売量 の動き | ・受注量は確保しているが、受注価格が安くなっており、真の好景気とはいえない。 |
| | | 輸送業(経営者) | 取引先の様子 | ・取引先であるIT関連会社の不安定さの影響をまともに受けている。 |
| | | 輸送業(従業員) | 取引先の様子 | ・全体的な荷動きは大きく変わらないが、その中では衣類関連が好調である。 |
| | | 通信業(営業担当) | 取引先の様子 | ・既存客、新規客共に、これまでと変わらず厳しい値下げ要望があり、新規受注に至るには依然厳しい状況にある。 |
| | | 金融業(営業担当) | 取引先の様子 | ・事業資金の需要は鈍化傾向にある。県内の印刷業界は用紙代のアップに苦慮している。 |
| | | 新聞販売店[広告] (店主) | 受注量や販売量 の動き | ・チラシの折り込みは、中央資本のものは増加傾向であるが、地元からのものは停滞している。業種では自動車、パチンコは安定しているが、かつての筆頭だった通販は頻度がかかり落ちている。 |
| | コピーサービス 業(経営者) | 受注量や販売量 の動き | ・仙台は空前のビル建設ラッシュになっているが、地場企業への恩恵はほとんど無い。店頭での販売動向、来客数も横ばい、もしくは減少というのが現状である。 | |
| | その他企業[企画業] (経営者) | 取引先の様子 | ・取引先である住宅会社の受注状況は、相変わらず前年比での増加が続いている。 | |
| | やや悪く なっている | 木材木製品製造業 (経営者) | 受注量や販売量 の動き | ・住宅の着工数に陰りが出ているため、部材の在庫調整に時間が掛かり、販売量が落ち込んでいる。 |
| | | 出版・印刷・同 関連産業(経理 担当) | 受注価格や販売 価格の動き | ・紙の値上がりに加え、重油、ガソリンの値上がりがあり、収益が悪化している。 |
| | | 電気機械器具製造業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・大企業は好景気でも、そのしわ寄せで中小企業は厳しい仕事を受けざるを得ない。仕事があっても経営が苦しい状況が続いている。 |
| 建設業(企画担当) | | 受注価格や販売 価格の動き | ・原材料の値上がりなどにより、施主予算と見積額とのギャップが大きくなり、厳しい競争が更に厳しくなっている。 | |
| 広告業協会(役員) | | 受注量や販売量 の動き | ・4月以降の受注状況は件数、金額共に少なくなっている。新規のコンペティションが無く、受注額の拡大にはつながっていない。ボーナスを見込んだ広告出稿もわずかであった。 | |

| 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 |
|-----------|-----------|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | その他非製造業 〔 飲食料品卸売業 〕（支店長補佐） | それ以外 | ・中越沖地震の影響で悪くなっている。 |
| | 悪くなっている | その他非製造業 〔 飲食料品卸売業 〕（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・ガソリン価格の上昇、円安によって仕入価格や配送コストが上昇しているが、価格の安い物しか売れず、業況は低調である。 |
| 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（社員） | 雇用形態の様子 | ・総務関連業務の外注やコールセンターなど、新規の引き合いが複数ある。派遣社員の活用と事業のアウトソーシングについては、社員化の流れはあるものの、3か月前よりやや良くなっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・年度当初は企業倒産が散見されたが、最近は一服感がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人が下降気味となる時期であるが、3か月前との比較では前年同月が12%の減少であるのに対し、今月は8.7%と穏やかな減少にとどまり、景気に後押しされている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 雇用形態の様子 | ・仙台では、直接雇用につながる前提の紹介予定派遣がまだまだ少ない。 |
| | | 新聞社〔 求人広告 〕（担当者） | 求人数の動き | ・京阪からの、大型流通業を中心とした求人が一段落した。加えて「選挙時は人が動かない」というジンクスのとおり、地元も動きが少なく、全体的に低迷している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求職者数は前年同月比で3か月ぶりに減少となっているが、派遣求人を中心に求人数も減少している。派遣求人の全体に占める割合が2割を超えるなど、非正規の求人が増加している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が、増加傾向から横ばい、もしくは減少傾向に転じ始めている。 |
| | やや悪くなっている | アウトソーシング企業（社員） | 周辺企業の様子 | ・財団法人や官庁などからの依頼が減っている。予算がカットされている可能性がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・有効求人倍率がここ数か月伸び悩んでおり、6月は前年比0.1ポイントの低下になるなど、深刻な状況が続いている。医療、福祉以外のすべての産業で、新規求人数が前年同月比で減少している。 |
| 職業安定所（職員） | | 求人数の動き | ・新規求人数が、前年比で連続して減少している。 | |
| 悪くなっている | - | - | - | |

3. 北関東（地域別調査機関：（財）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 | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・正月や春休みは近くの大学生が皆家に帰ってしまったので来客数を増やすのに大変苦労したが、今回、夏休みに入っても来客数が減っておらず、むしろ増加している。7月は売上目標をすべてクリアしており、来客数は過去最高を記録している。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・ここ数か月間は車の販売、修理、タイヤなどの売行きが悪かったが、ここにきて消耗する物の限界点がきているのか、タイヤなどの売行きが幾らか上がってきている。 |
| | やや良くなっている | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・単価は依然として横ばい状態が続いているが、来客数の動きが前月、前々月と比べると2%くらいずつ微増しており、上向きに転じている。 |
| | | その他レジャー施設〔 アミューズメント 〕（職員） | 来客数の動き | ・平日の夜から深夜に掛けて週末、一般の方が仕事を終える時間あたりから来客数が急に増えてきている。仕事をする時とレジャー、リラックスの時のメリハリがはっきりつきつつあるのではないかとみている。また、夏休みに入ってから来客数も増加している。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・今月は雨が降って来客数はなかなか上がらなかったが、湿度が高いのでカット客が非常に増えている。また、設備投資の相談件数も前月に比べて増えてきている。 |

| 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 |
|-------------|---------|------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 変わらない | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・徐々に液晶ハイビジョンテレビが売れてきている。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・前半は順調に来店客が伸びていたが、後半は参議院選挙、中越沖地震などにより週末の入出が悪くなっている。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | お客様の様子 | ・特売には人が動くが、普段はまばらである。スーパーなどでも朝市等の客寄せがあれば入出があるが、普通の売出しではあまり集まってこない。 |
| | | 一般小売店〔金物〕（経営者） | 単価の動き | ・石油関連の値上がりが続いており、非常に売りづらくなっている。そういう環境のなかで、あまり販売量は伸びていない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・1日からクリアランスセールで前日の土曜日は6月に入るため、非常に苦しいスタートであったが、後半の盛り上がりで盛り返している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | 販売量の動き | ・中元ギフトは前年実績を確保できたが、通常店頭商品の売上は引き続き苦戦を強いられている。 |
| | | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・月初めはそこそこ数字が良かったが、梅雨明けが伸びたということもあり、中盤から後半に掛けては衣料品を中心に悪い状況が続いている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 競争相手の様子 | ・土日祭日は入らなかった家族連れが安い牛丼屋へ流れている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 競争相手の様子 | ・店舗の移転、縮小、在庫数を減らすなどしている店が出てきている。また、ガソリン価格の高騰に伴い、軽自動車に力を入れる店舗が多くなってきている。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 競争相手の様子 | ・当店も売れていないが、近所の店で集まってもとにかく今は良くないという話である。昨年まではこういう状況ではなく、3か月前と比べ販売台数が20%くらい落ちている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 販売量の動き | ・7月は例年売上の良い月だが、今年は梅雨が長く、今のところ期待したほど良くはない。 |
| | | 旅行代理店（副支店長） | 来客数の動き | ・夏休みの旅行での来客数が少し増えているようである。しかしこの時期は毎年同じ程度の受注があるので特に忙しいというわけではない。また、客の動向も前月とあまり変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・懸念していた運賃値上げの影響による乗り控えもなく、運行単価が上がった分だけ収入増が続いている。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | それ以外 | ・7月は天候に左右されている。台風4号襲来による土日と月末の大雨でのクローズがあり、月末になっても梅雨が明けず、日照不足による芝の発育や病気の発生が心配である。予約は前年度並みであるがコンペの割引交渉は依然続いている。 |
| | | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | 来客数の動き | ・今年に入り2度目以降の車検の入庫が徐々に回復してきた。ディーラー攻勢が強くなり、1回目の車検の入庫量は減少している。新車も中古車もなかなか売れず、車暦は伸び、古い車の修理が結構多い。 |
| | | 設計事務所（所長） | 来客数の動き | ・たまたま複数の仕事の受注があり、忙しく対応しているが、あくまで一過性のものであり、これからもこの状態が続くとは思えない。相変わらず、フリーの客からの照会や問い合わせはないことから推察できる。 |
| 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・地域格差とよくいわれるが、県内でもつくばエクスプレスのごく一部の地域では地価が高騰しているが、当地域の地価はまだまだ下落が止まっていない。 | | |
| やや悪くなっている | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・以前と違い、客は必要な物以外は買わない。安い商品だけ動いて、高級品が売れなくなっている。 |
| | | 一般小売店〔青果〕（店長） | 来客数の動き | ・来客数は極端に減ってきているし、来店しても本当に必要な物以外はあまり買う意欲がないようである。 |
| | | スーパー（統括） | 販売量の動き | ・2年ほど前から前年実績をクリアしているが、その伸びが7月は弱くなった。サラリーマンの実質的な手取りが減ったことが大きな要因の一つであると分析している。加えて、天候の不順で盛夏に販売数が伸びる商品が不調なことが挙げられる。 |
| | | スーパー（統括） | 販売量の動き | ・食品の1点単価、客単価は上昇傾向にあるものの、1人当たりの買上点数がわずかながら落ち込んでいる。特に、熟年層にメモやレシピを持って買物をする姿が増え、より慎重な買物傾向となっている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 単価の動き | ・梅雨が長引いたために涼しい日が多く、また、中越沖地震等により夏物衣料の購買意欲が低下したようである。 |

| 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 |
|----------------|------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 家電量販店（営業担当） | 単価の動き | ・長梅雨もあり季節商材の動きが悪く、単価が低い。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・新車の販売台数が12月から前年比90%以上になっておらず、今月も90%未満になる可能性が大きい。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 競争相手の様子 | ・例年6、7月はボーナスシーズンでかなり宣伝、キャンペーンをし、それなりの効果が上がっていたが、今年の6月後半～7月は、展示会を開催しても客が集まらず、集まってもなかなか契約につながらない状況である。競争相手の国産ディーラーのセールスマンに聞いても、200万円の車を50万円値引きしたような目玉商品として売り出した車には集まるが、新車、中古車問わず販売台数が伸びていないとのことである。当社も同様で目玉商品の安い車はそこそこ売れるが、ある程度の金額の売行きは例年になく悪い。 |
| | | その他専門店〔携帯電話〕（営業担当） | 単価の動き | ・例年より早く新商品を取りそろえ、万全とも言える体制でボーナス商戦に突入したにもかかわらず、販売台数が伸びていない。1週間も残っているが目標達成の期待は薄い。地域全体にも活気が感じられない。 |
| | | 高級レストラン（店長） | 販売量の動き | ・常連客や予約客はそれほど変わりがなく、フリーの客が激減しており、増税感から消費者の購買意欲が低下しているように感じている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 競争相手の様子 | ・競争相手の老舗ホテルが来年3月には撤退する。当地域では客室稼働が70%を割っているホテルが主流で、当ホテルは70%を超えているが今後が心配である。 |
| | | 観光名所（職員） | 販売量の動き | ・別荘販売について、中古で比較的価格の安い物件の動きはあるが、新築の高額物件については動きが少ない。 |
| | | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・今月は本来ボーナス時期だが、地方の景気は大変悪く、ボーナスが支給されないところが多くなっている。天気の影響も含め、悪い条件が重なり、今月の売上は前月比4%減である。 |
| | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・都心部は景気が良いということだが、当地域では景気の良さはちょっと感じられない。町の中も相変わらず閉店する店や、シャッター通りが増えている。不動産についても客がなかなか慎重で、本当に安いものしか目をくれない状況である。 | |
| | 悪く なっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・大型ショッピングセンターも厳しい競争を強いられているが、そのあおりを受けて商店街は壊滅に近い打撃を受けている。個人店が淘汰され、空き店舗も増え、不動産屋の看板が目立つ。近ごろは客も商店街にそっぽを向いている状態である。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・梅雨明けが遅く、季節的な要因もあるが、総じて客の購入意欲は低い。映像商品については、前年比で若干割るくらいだが、白物商品については7掛けの状況になっている。 |
| | | 住関連専門店（店長） | 販売量の動き | ・販売量の動きも悪いが、客単価の低下が顕著に現れており、売上に影響している。 |
| | | 住関連専門店（仕入担当） | 販売量の動き | ・夏物の動きが悪く、平年以下であった昨年を大きく割り込む状況である。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・この2か月ほどで急に悪くなってきている。フリーの客が激減しており、今までにないぐらい通行量も少ない。 |
| タクシー運転手 | | お客様の様子 | ・今月はボーナス時期でもあり、夜などはもう少し動きがあるかと期待していたが、ほとんど利用客がなく、町中を歩いている人もいない。 | |
| | | 設計事務所（所長） | それ以外 | ・6月20日の建築基準法改正で確認申請のあり方、構造の是非等が大幅に変わった。それにより確認申請の受付件数がほとんどゼロになっており、今後できる建物が大幅に減るといことなので、本当に大変である。 |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている やや良く なっている | | | |
| | | 食料品製造業（製造担当） | 受注量や販売量の動き | ・販売量は思うほど変わらないが、中国食品問題の影響を受け、商品構成が変わりつつある。特にスーパーは国産物に力を入れ始めている。 |
| | | 一般機械器具製造業（生産管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・四輪駆動車向け部品は例年夏場に大きく落ち込むが、今年は落ち込みがなく出荷数量を維持している。 |

| 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 |
|-----------|-----------|---------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・中越沖地震の影響で自動車の生産が少し狂ったことと、秋に新しく発売するフルモデルチェンジの車の部品発注が極端に多くなったので現状ではかなり忙しい状況である。いつまで続くのかは疑問であるが、今はすごく忙しい。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・この7か月くらい受注価格、取引先の様子等、非常に好調に推移している。 |
| 変わらない | | 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・予想と違い、8月は工場の稼働率が悪く、9月は8月のずれ込んだ受注が重なりとても忙しくなる。8月は整備のメンテナンスに当てるので、収益には問題がない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・例年の特注納品後も、店頭商品の受注が例年に比べて好調である。 |
| | | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・当社の県内業況アンケート調査の結果では、4～6月期の全産業DI（良い～悪いの回答割合）が2期連続で悪化している。特に製造業は、前期比で大幅に悪化、3期連続の悪化となっている。 |
| | | 不動産業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・テナントの出入りがあったものの、面積的にはほぼ変わらなかったため、賃貸収入に大きな変化はない。 |
| | | 経営コンサルタント | それ以外 | ・街中の再開が大小進んでいるが、地場の中小企業がそれらの好影響を受けているようにはみえない。 |
| やや悪くなっている | | 食料品製造業（営業統括） | 競争相手の様子 | ・夏休みに入り、例年この時期は多くの工場見学者が訪れるが、関係各社共に期待したほどの見学者は訪れていない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・主要取引先のボタン電話機の売行きが芳しくなく、次の改版までこの状況が続くようなので、当社受注も下降気味である。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先の話では夏の賞与がゼロになったり減額したりで、中小企業の業績は相変わらず良くならない。 |
| 悪くなっている | | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・中越沖地震関係で自動車メーカー関係の減産に入っていることと、素材、原料が高値安定のなかで収益面は依然として回復に至っていない。このような状況から、賞与を総額で前年比20%減らし、何とか売上増をねらっているが、まだそこまではいっていない。 |
| | | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・7月のサマーセールの上も低迷している。統合するデパートは在庫整理で企画品以外は仕入れがストップしている。他も店頭売上が思わしくないせいか、秋口の商売に向けて仕入れを調整し、在庫処分を徹している。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注高が前年比105%となったが、前期が大幅赤字であり、受注も安値受注が多いので、今期10か月が経過したが、当期の利益計上は難しい状況である。 |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | | | |
| 変わらない | | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・企業からの派遣依頼の動きが減少している。同様に、派遣登録者も減少傾向にあり、人材確保難である。この背景には、企業が正社員での人材確保を拡大していることが影響している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・月間有効求人数が約2年ぶりに前年同月を下回っている。特にここ2か月は非正規求人の減少が正規求人の減少幅を上回っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・先行指標である新規求人数が前年同月に比べ5.0%減少している。2か月連続の減少となったが、減少幅が縮小している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数自体は大幅に増加していないが、派遣求人は依然として求人数全体の約18%を占めている。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・企業間格差があるなかで、一部の大手企業の業績不振による求人減を、比較的堅調な中小企業がカバーしている。 |
| | | 学校〔短期大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人件数は少なくなってきたが、この時期も採用活動を継続している企業は多い。ただし、IT関連職や技術職、営業職が多くを占めるようになってきている。 |
| | やや悪くなっている | | | |

| 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 |
|----|-------------|-------|-------|----------------|
| | 悪く なっている | - | - | - |

4. 南関東（地域別調査機関：（財）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 | | | |
| | やや良く なっている | 商店街（代表者） | それ以外 | ・クレジットカードの取扱高が2000年以来最高を記録している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・中元商戦については6月の早期受注も好調であったが、7月中旬を過ぎてからの受注が予想以上に増えており、シーズンが長期化、拡散化している。夏物セールも婦人ファッション、生活雑貨を中心に足好調で、中盤を過ぎてもコンスタントに推移している。 |
| | | 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・今年は夏のクリアランスセールが6月30日の土曜日スタートで1日前倒しだったが、7月の来客数は前年比103.0%で推移している。夏物セール商品から晩夏物プロパー商品まで堅調に動いている。夏休みに入ってから水着、浴衣を含めたリゾート商品も活発に売れ出している。 |
| | | 家電量販店（経営者） | 販売量の動き | ・今月に入りエアコン販売が苦戦したが、デジタルカメラ、薄型テレビ、DVDレコーダーやノートパソコンなど、ボーナス商戦の柱となる商品は好調である。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・販売量は少し伸びたが既納客の台替えや増車がほとんどで、新規の来店は依然として伸びない。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | お客様の様子 | ・ガソリン価格が上昇し、マイナス要因が多い中、新車の購入や古い車でなくても台替えするという話が多い。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | 販売量の動き | ・販売単価は厳しいが、新型SUVの効果があり来客数は増えている。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | 単価の動き | ・来客数は20名ほど増加しており、単価も460円上昇している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 単価の動き | ・レストランの個人利用や少人数の接待での利用客単価は約200円ほど上昇したが、来客数が前年より若干下がっている。客室利用は客単価が約200円下がったが、インターネット等いろいろなソースから予約が取れるように努力したので稼働率は上がり、前年よりほんのわずかだが売上が良くなっている。宴会は婚礼受注が思うに任せず、セミナーや講演会等の会議付宴会が増え、法人宴会やパーティーだけの宴会が減り、売上アップにつながらない。周辺施設との競争により、パーティーの利用料金を値上げできない。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・規制緩和から6年目に入り4,400台の増車となり、法人個人合わせて約50,000台の車両が日夜右往左往している。月の前半は客の数が少なく、特に深夜はすぐに客がいなくなる。月の後半は、週末は良いものの当たり外れが大きく、売上が前日の2倍だったり、逆に半分だったりする。今月は前月に比べ暑くなったせいか、利用客は多い。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ボーナス月なので、今月は以前に比べて動きが良くなっている。午後は同じくらいの来客数だが、朝から午前中の動きが以前より良く、深夜は客数がかなり良い。 |
| | | その他レジャー施設【アミューズメント】（職員） | 販売量の動き | ・家庭用の新型ゲーム機の売行きが好調で、それに対応するソフトも良く売れている。夏休みに入ったこの時期が商期であり、特に携帯用ゲーム機のソフトは良く売れている。 |
| 変わらない | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・来客数の変化はないが、客は他の店と比べて買い物をするため、買うことを決断するまでに時間が掛かる。 | |
| | 一般小売店【衣料・雑貨】（経営者） | お客様の様子 | ・7月は天候不順で値ごろ商品の上着類が非常に良く売れている。商品全体として夏物は売切り、秋物に早く切り替えている。 | |
| | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・客の慎重な購買態度は依然として変わらない。 | |

| 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 |
|----|---------|--------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・来客数は微増しているが売上が上昇していないことから、買いたいものがない、買いたくても手が出ない等が考えられ、景気動向が上向いているとは考えにくい。 |
| | | 百貨店（企画担当） | 競争相手の様子 | ・新たな商業施設の出店により、従来の商業施設は販売価格が前年割れしているが、商圈内商業施設の販売額総和を推察する限りでは、ほとんど変わらない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・7月に入って気温が上がらず、中旬に台風も接近したため大きく売上が減少している。特にクリアランスセールが6月末にスタートした関係で、7月単体では大幅な減収になっている。梅雨明け時期になっても30度を超える日は少なく、秋色夏素材もの、初秋ものの立ち上がりは順調だが、全体では6～7月合わせて、前年を確保するのが精一杯の状況である。 |
| | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・売上はあまり良くないが、七夕祭りがあった。涼しいせいか精肉の調子が良いが、鮮魚、青果があまり良くない。進物品は早めの展開をした効果が大きい。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・中旬以降の天気の影響により、飲料等の夏物商材の売行きが大きく遅れている。来客数も先月までは前年比をクリアしていたが、天候の影響も含め、今月に入り伸びが鈍化している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・来客数は大きなダウンはない。提案的な商品は高単価でも動くが、買上点数が少なく単価ダウンに影響を与えている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・梅雨明けが遅れ、婦人衣料を中心に夏物衣料の動きがあまり良くない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・各社バーゲンの早期化、気温の不安定、前倒し客数の取り込みにより、来客数の増加がうかがえずやや苦戦をしているものの、単価はやや上昇傾向にある。 |
| | | 衣料品専門店（次長） | お客様の様子 | ・売上高、数量共に、ほぼ昨年並みである。 |
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | 販売量の動き | ・新車販売は低燃費車及びコンパクト車の需要に偏っており、商品全体の底上げに苦戦し販売計画に対して95.4%の達成見込みである。中古車販売は販売計画96%の見込みで、新車販売数とほぼ同数の見込みである。 |
| | | その他専門店 [ドラッグストア]（経営者） | 来客数の動き | ・天候が安定しないため夏物商材の動きが非常に悪くなっている。夏季賞与に向けた販促が成功したため来客数が増え前年をクリアしているが、販促が成功しないと非常に厳しい。調剤が好調なため、全体の数字に上乘せされている。 |
| | | その他専門店 [雑貨]（従業員） | お客様の様子 | ・ポイントアップキャンペーン等のイベントにより来客数は増えているが、ボーナス月にしてはあまり単価に動きが見られない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・単価は上がらないものの、来客数が増えてきている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・中越沖地震後、1週間は客足が遠のいた感がある。 |
| | | 一般レストラン（店長） | 販売量の動き | ・来客数はやや伸びているが、客1人が注文する品数が少ない傾向にあるので、全体として売上は昨年及び3か月前に比べて変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | お客様の様子 | ・客の様子から、3か月前と変わらない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・宗教法人の見積依頼は減っているが、一般団体企業の見積依頼が増えてきている。 |
| | | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・見積案件が決まるケースが増えているが、受注金額は厳しい。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・景気動向が業種により偏っており、中でも放送通信業界は良い方とされているが、混とんとしている状況で必ずしも右肩上がりとは言えない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・ケーブルテレビ業界では、デジタル化に伴いテレビの買い換えが進んでいるが、多チャンネル加入は厳しい状況である。一方インターネットや電話は好調に推移している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・ボーナス時期にもかかわらず、例年に比べ客の反応、加入実績共に芳しくない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・新規契約数の減少同様に、解約数の増加の傾向も続いている。 |

| 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 |
|----|-------------|-------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | パチンコ店(経営者) | 競争相手の様子 | ・競争相手の様子と乗客数を含め、それほど変化がない。 |
| | | その他レジャー施設(経営企画担当) | お客様の様子 | ・プロ野球関連の商品、サービスに関しては、客の要望が厳しく、ニーズにマッチしたものでないと購買につながらない。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | 販売量の動き | ・建物、土地共に成約が相変わらず芳しくない。土地の価格が上がり始め、客は土地を購入し新築するよりも、マンションの方が價格的に安いと、そちらに動いている。 |
| | やや悪くなっている | 一般小売店[家電](経営者) | 販売量の動き | ・天気の都合もあり、エアコンの出が悪く、全体的に家電製品の動きは悪い。 |
| | | 一般小売店[家具](経営者) | お客様の様子 | ・修理や直しの依頼が多く、新しい物は売れない。 |
| | | 百貨店(広報担当) | お客様の様子 | ・クリアランスセールが6月に前倒しになった上、梅雨明けが遅れ、売上減が顕著である。特に夏物商材の動きが悪く苦戦している。唯一好調な食品も涼しい陽気の関係で土用の丑の日需要の冷え込みが予想され、前年越えは難しい。 |
| | | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・婦人服は百貨店にとって6割弱のシェアだが、売筋がなくクリアランスセールも6月末からスタートとなっており厳しい状況である。 |
| | | スーパー(統括) | 来客数の動き | ・特に土曜日の来客数が昨年比で減少している。 |
| | | スーパー(統括) | 来客数の動き | ・日替わりの価格訴求商品等には朝から行列を作る動きがあるが、それ以外を購入していく様子はなく、価格に非常に敏感な買い方となっている。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | お客様の様子 | ・収入がある客は買物が早く、まとめ買いをしているが、収入が低い客は1点1点よく吟味し、手持ち品のコーディネートを考えている様子で、なかなか買物ができない様子である。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 来客数の動き | ・天候に左右され、セールにも関わらずフリー客の動きが悪く売上が低迷している。来客数は前年並みだが客単価が低い。 |
| | | 衣料品専門店(営業担当) | 販売量の動き | ・前年同期比100%超が26か月間続いていたが、今月の売上が前年同月比92%となり前年割れをしている。周辺の店舗と同様に、確実に夏物衣料の売れ具合が1か月早まっており、今月セールに入っても、6月の勢いはない。 |
| | | 家電量販店(店長) | お客様の様子 | ・ついで買いが減少している。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | お客様の様子 | ・自動車整備の方は順調だが、販売はあまり芳しくない。例年だと6~7月はボーナスが出るため良くなるはずだが、今月は昨年の3割減となっている。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | 販売量の動き | ・この1年半ほどの間、新車市場は前年の1割減という状況が長く続いており、全体的に上向き様子がない。 |
| | | その他専門店[眼鏡](店員) | 来客数の動き | ・例年は中元ギフト後、客数も伸びてくるのだが、今年は伸びが鈍く、サングラス以外は低調である。 |
| | | スナック(経営者) | 来客数の動き | ・7~8月は海水浴やビアガーデン等、他に客を取られるが、今年は特に雨も多く、例年より悪い。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | お客様の様子 | ・原油の高騰で商品の金額が変動し売上予測が立てにくく、宴会どころではないと聞くので、宴会場の忘年会利用のセールスも先行き不安である。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | 来客数の動き | ・競争激化による販売単価の下落にもかかわらず、マーケットの動きは鈍い。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・問い合わせの電話の本数が少なくなり、時間帯によっては1本も鳴らない時もある。 |
| | | 設計事務所(経営者) | それ以外 | ・行政からの発注は、耐震診断のみの仕事となっており、構造の仕事を扱っているところは良いが、意匠の仕事を扱っているところは仕事になり得ない。 |
| | | 設計事務所(所長) | お客様の様子 | ・客からの提案はあるが、融資関係が厳しく、先に進まない。 |
| | | 設計事務所(所長) | お客様の様子 | ・建てようとする客が予算面で非常に厳しくなっており、決定までに時間が掛かる。 |
| | 住宅販売会社(従業員) | 販売量の動き | ・販売棟数が3か月前と比べ、2分の1になっている。 | |

| 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 |
|---------------------------------|-------------|----------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 悪くなっている | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | 販売量の動き | ・建材関係と電気関係の販売量が落ちてきている。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・呉服業界では着物を着る機会が減ってきているうえ、客の高齢化により、購入の際のローンが適用されない年齢層となり、売上に影響している。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・前半は天候不順のため夏物商品の動きが全く無かった。お中元需要が例年に比べ、件数、単価共に下落しており、客の話ではお中元を贈らない傾向である。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・中元、贈答品の売上が大幅に減少している。同業他社の出店で、日々の売上、来客数共に厳しさが増している。 |
| | | 家電量販店（統括） | それ以外 | ・7月は、夏物商品であるエアコンの売行きが悪く、全体の売上に与える影響度が大きい。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・この2～3か月は新築住宅の建売が全く売れない状態が続いている。同業他者の物件も売れておらず、損切り状態で処理している。この1年で3回程金利上昇があり、売れない期間の保有コストも上昇し会社維持が難しい状態が続く。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・販売量は目標数字の30%台と低迷し、月ごとの販売量が安定しない傾向である。ゴールデンウィークでの集客が6月の販売に結びつき、7月はその反動か来客数、販売量共に低迷している。 |
| 企業動向関連 | 良くなっている | 非鉄金属製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・先月、先々月に比べ2倍近い売上がある。 |
| | 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 | ・祭り事業の関係で市役所等から特需があった。企業からの見積依頼も多く、競争見積りで数物を取ることができた。 |
| | | 建設業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・資材の高騰等により価格競争は依然として厳しい状態ではあるが、並行して建設費への資産投入が増えてきている。 |
| | | 金融業（審査担当） | 取引先の様子 | ・市場金利上昇の影響で、貸出金利も上昇している。先行き金利上昇を見込む人が多く、長期固定金利で調達する動きが活発化している。 |
| | 変わらない | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先からの見積りや発注される仕事量が前年同月に比べて少なくなっている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・どの業者の客も仕事量が少ない。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・大手の客が原料値上がり分の価格転嫁を受け入れてくれたので成績は良いが、受注量は先月よりやや減少している。 |
| | | その他製造業〔ゲーム〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・国内のハードウェアが年末に値下げするとのアナウンスがあり、本体の買い控えが起きている。 |
| | | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先が新しい形態のマニュアルを受注したことにより扱う荷物が増えたが、景気は決して良くない。 |
| | | 輸送業（財務・経理担当） | 取引先の様子 | ・モバイル関係の配送業務を予定していたが、配送納期がずれ込んでいる。 |
| | | 輸送業（営業統括） | それ以外 | ・各部署の報告を聞いても、受注等が多くなっておらず、変わらない。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・得意先の景気は上向きになっているが、物流関係は荷動きが低迷している。 |
| | | 金融業（渉外・預金担当） | 取引先の様子 | ・全体的に売上が伸び悩んでいるところがいまだに多く、売上が順調でも利益幅が少なくなっているところが結構あると聞く。 |
| 不動産業（総務担当） | | 取引先の様子 | ・オフィスは相変わらず高入居率を維持し、値上げ改定もスムーズに交渉が進んでいる。 | |
| 広告代理店（従業員） | | 取引先の様子 | ・各取引先はまだ広告宣伝費を抑え気味である。 | |
| 社会保険労務士 その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | | 取引先の様子 受注量や販売量の動き | ・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。 ・客の工場等の稼働率、受注量共に平年並みである。 | |
| やや悪くなっている | 食料品製造業（経営者） | 競争相手の様子 | ・将来的に期待が持てないということから廃業が結構出てきている。 | |

| 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 |
|----------------|---------------|-------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 繊維工業（従業員） | それ以外 | ・組合に加盟している関連企業は、ほとんどが中小、零細企業で、大企業の上向いている景況感にはほど遠く、組合を脱退する企業が相変わらず続いている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・競争激化により低価格の受注が続き、仕入先では人員削減の話聞く。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・全国の引き合いはそれなりにあるが、成約率が低い。 |
| | | 金融業（支店長） | 取引先の様子 | ・取引先のなかでも小売業の売上が不振である。原油高によるガソリン高騰や鉄鋼関係の資材の値上がりにより、それに関わる業種の利幅がかなり減っている。 |
| | 悪くなっている | | | |
| 雇用関連 | 良くなっている | 人材派遣会社（営業担当） | それ以外 | ・選挙に伴い期日前投票、当日投票、開票での事務や出口調査、世論調査の需要があった。通常の求人は横ばいで、やや落ち着いている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・ボーナスをもらって辞める人が出るこの時期を待って正社員募集をした企業が多かったことが売上につながっている。 |
| | やや良くなっている | 人材派遣会社（支店長） | 雇用形態の様子 | ・従来は派遣により行っていた業務を社員化する企業が増えてきており、良い人材がいれば直接雇用しようという企業が出始めている。 |
| | | 職業安定所（職員） | それ以外 | ・新規求人数、有効求人数及び一般求職者の就職数が減少傾向を示しているものの、求人倍率は高水準で推移しており、人手不足感が感じられる。 |
| | | 学校〔専修学校〕（就職担当） | 求人数の動き | ・前年同月比で求人獲得件数が10%程度上昇している。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・例年の夏期と同じように、求人数に大きな動きはなく、従来と同じである。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | 求職者数の動き | ・派遣の動きが落ち着いており、新たな派遣登録希望者は相変わらず減少傾向にある。受注は先月よりやや少なくなっており、派遣契約数は新たに開始するものが終了するものを上回っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年同月比4%減少している。新規求職者数は4月以降前年同月比15%前後ずつ減少しているため、有効求人倍率は1倍を超しているが、引き続き派遣、請負求人割合が高い状況が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・新規求職者数は前年同月比で減少が続いているものの、減少幅が小さくなっている。女性のパートタイム希望者は増加しており、在職中の求職者も増加している。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・求人数はしばらく前から高い状況にあり、変わっていない。 |
| 民間職業紹介機関（職員） | | 求人数の動き | ・求人数は依然として高水準であり、企業の人材の不足感は解消されていない。 | |
| 学校〔短期大学〕（就職担当） | | 求人数の動き | ・求人数は2～3か月前より減少してきているが、求人票を持参してきたり、電話での問い合わせがある。 | |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・求人数は増えているが、求職者数が減ってきている。 | |
| | 職業安定所（所長） | 求人数の動き | ・業績の先行きを見通せないことや、これまでの求人活動でほぼ充足できたようで、新規求人が減少傾向で推移している。 | |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | 採用者数の動き | ・すぐに採用したいという企業側の採用意欲が低下傾向で、将来を見越した中途採用は影をひそめた状態である。 | |

| 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 |
|----|-------------|-------|-------|----------------|
| | 悪く なっている | - | - | - |

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 | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 来客数の動き | ・月半ばの3連休は台風で観光客数が減ったが、それ以降は順調に推移しており、夏休みの足は好調である。 ・選挙月の観光客数は、かつては減少するのが常識であったが、現在は期日前投票が浸透しており、影響は特に見られない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・梅雨が明けて暑さが厳しくなってから、急に来客数が増え始めている。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・3連休に台風の影響があったが、全体的に順調に推移している。 |
| やや良く なっている | やや良く なっている | 一般小売店〔薬局〕（経営者） | 来客数の動き | ・引き続きやや良くなっている。ただし、バーゲンセールが開催されても、来客数はいつもと変わらない。地方ではバーゲンセールの効果はもうない。また、良い物を買いたい人は、名古屋へ出掛ける。 |
| | | スーパー（総務担当） | 単価の動き | ・客単価は前年同月比で1.5%上昇している。来客数は横ばいである。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・中元や企画商品等の販売に、昨年と比べて上向きの傾向がある。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・寝苦しい夜が続いたため、エアコン関係の売上が持ち直している。ただし前年と比べると、あまり変わらない。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | 販売量の動き | ・住宅、企業の設備投資、工場、オフィス関係の新築が、勢いを増している。 |
| | | 都市型ホテル（営業担当） | お客様の様子 | ・販売推進の目的で、ホテルで会合を開く客が増えている。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 来客数の動き | ・9月、10月、11月の連休のツアー商品が、少しずつ売れている。夏休み商品の売行きは、もう一步である。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・月前半はデパートのバーゲン客、後半は大相撲の観客やスポーツ大会へ行く学生のタクシー利用が多い。また雨の日が多かったため、病院等へ行く客の利用も多い。 |
| | | 変わらない | 変わらない | 一般小売店〔生花〕（経営者） |
| 一般小売店〔酒類〕（経営者） | お客様の様子 | | | ・酒類を卸しているどの飲食店でも、週末だけ忙しい傾向が続いている。 |
| 一般小売店〔時計〕（経営者） | 来客数の動き | | | ・引き続き、来客数が減っている。客単価も低下している。 |
| 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | | | ・上旬のクリアランスセールは好調であったが、中旬以降は客の購買意欲が鈍くなっている。 |
| 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | | | ・3連休に台風が来た影響で、売上は大きく減少している。天候不順のため、水着や浴衣の盛夏商材も不調である。しかし、中元商戦は前年から売上を大きく伸ばしており、全体が不振というわけでもない。 |
| 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | | | ・バーゲン初日を6月に始めたため、今月は苦戦している。 |
| 百貨店（外商担当） | お客様の様子 | | | ・中元商戦とクリアランスセールで忙しいはずが、天候不順や選挙の影響のためか、売上、来客数共に前年同月を割り込んでいる。 |
| 百貨店（販売担当） | お客様の様子 | | | ・主力の20～30代キャリア層の購買意欲は引き続き高く、増税などの影響も特に感じない。 |
| スーパー（経営者） | お客様の様子 | | | ・売上は微減である。中小企業で働く人々の給与が増えておらず、消費も良くなっていない。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | | | ・客単価は前年比98%前後で推移している。中元ギフトも4～5千円の商品の動きは悪く、2～3千円台の動きが活発である。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | | | ・天候不順や燃料費等の高騰を不安がる人が多く、消費は伸びていない。 |
| スーパー（店員） | 販売量の動き | | | ・引き続き芳しくない状況で、売上は3か月前と同じく前年同月比95%ほどで推移している。 |
| コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | | | ・気温が上がらなかった影響で、ドリンクや冷めんなど主力惣菜の売上が昨年より悪くなっている。 |

| 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 |
|----|-----------|---------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数の減少、客単価の低下が続いている。 |
| | | 衣料品専門店（企画担当） | 販売量の動き | ・販売量、売上共に、大きな変化はみられない。 |
| | | 衣料品専門店（販売企画担当） | 販売量の動き | ・全体的に販売量は増えているが、単発的なものが多い。それ以外の販売量の動きは、ほぼ横ばいである。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | 販売量の動き | ・主力の婦人服のバーゲンセールの上は、当店以外でも前年を下回っている。ここ数月の不調はまだ続いている。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・パソコンの単価が低下している。ただし販売台数が若干上向きであるため、売上に変化はない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・受注台数は、新型車の販売効果によって前年並みを維持している。ただし、中越沖地震に伴う生産中止の影響により、登録台数は前年同月を下回っている。また、夏期の長期休暇までに納車されるかどうかかわからないため、後半の受注台数は伸び悩んでいる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・来客数は前年並みであるが、値引きの駆け引きに使われるケースが多く、受注にはなかなか結び付かない。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | 単価の動き | ・小型車、軽自動車の販売比率が高まっている。ただしその中で、高級仕様の販売比率が上がっている。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | お客様の様子 | ・ボーナスが増えても税金も増えたため、手取りの支給額は変わらず、新車購入に好影響は出ていない。 |
| | | 一般レストラン（従業員） | 来客数の動き | ・週末に台風やサッカー日本代表の試合のテレビ中継があり、来客数に影響が出ている。売上は全然良くない。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・今月の前半は雨が多く、後半は選挙があった影響で、売上は例年より1割ほど減少している。 |
| | | その他飲食[仕出し]（経営者） | 販売量の動き | ・日々の販売量の変動が、非常に激しくなっている。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・仕入先からの値上げ依頼が厳しいが、宿泊単価等の値上げはなかなかできない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・台風が夏商戦の出鼻をくじき、キャンセルが多いため、売上は減少している。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・良くなったと思う日もあるが、すぐに元に戻ってしまう。ボーナス時期でも、繁華街の人出は少なく静かである。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 単価の動き | ・通信回線の光化を進めているが、基本料金が低下しており、全体としては収入減である。 |
| | | テーマパーク（職員） | 単価の動き | ・客の来場意欲はあるものの、単価が低い水準で推移している。 |
| | | 観光名所（案内係） | お客様の様子 | ・家族連れはそれなりにお金を使うが、若者のグループは財布のひもが非常に固い。 |
| | | ゴルフ場（企画担当） | 来客数の動き | ・5月以降、入場者数は徐々に増えてきており、入場者数の前年比、予算比も共に100%を超えている。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・客の来店周期が長くなっている。1か月に1回来ていた客が、1か半月に1回になっている。 |
| | | その他サービス[介護サービス]（職員） | 単価の動き | ・福祉用具貸与の新規取扱商品の導入を検討中であるが、既に同業者が新型商品の利用価格を旧型商品より安くして提供しているなど、厳しい競争環境にある。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・住宅取得の潜在需要はあるものの、好物件ではないと購入しない傾向が強い。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 単価の動き | ・不動産の証券化に伴い、名古屋市内でも賃貸マンションが建設されている。しかし高額な賃貸物件は、ファミリータイプはまずまずであるが、ワンルームに空室がある。 |
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・例年なら売上が伸びる時期であるが、選挙の影響で、売上はあまり伸びていない。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・個人客の来客数、販売量は、共に悪化している。ただし、法人関係の注文は、少し増えている。 |
| | | 一般小売店[酒類]（経営者） | 販売量の動き | ・週末は参院選挙の応援で落ち着かず、梅雨もまだ明けられないため、来客数は伸び悩んでいる。天気の良い日には水物が出るためそこそこの売上はあるが、全般的には前年に少し届かない。 |
| | | 一般小売店[贈答品]（経営者） | 販売量の動き | ・贈答品店を営んでいるが、7月の天候が暑くなかったため、ジュースやビール等の水物の動きが少し遅くなっている。夏物があまり売れていない。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・年に2回のクリアランスセールの際に夏も結構忙しいが、今年は客があまり買物をしていない。天気の悪い日は来客数もあるが、ただ見ているだけで購買意欲があまり感じられない。買物袋を手にいっぱい持って歩いている人は前回のクリアランスよりも少なくなっている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・夏物クリアランス初日が6月30日に前倒し展開となり、婦人服、子供服は大幅に前年割れ、さらに天候不順から水着も苦戦、またボーナス商戦も盛り上がり欠け、中元ギフトも7月は大幅前年割れとなっている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・婦人服、紳士服の販売は、高単価商品を中心に伸び悩んでいる。 |
| | | 百貨店（婦人服販売担当） | 単価の動き | ・バーゲン時期の購買意欲は以前と変わらないが、商品を気に入っても予算と折り合わない客が多い。前年同月比では、商品単価、客単価共に2割ほど低い。 |
| | | 百貨店（販売担当） | お客様の様子 | ・バーゲンセールでも、以前のようにまとめ買いすることはなく、時間を掛けて慎重な買い方をする客が増えている。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・超大型店のオープンにより、地域の人の流れが完全に変わっている。 |
| | | スーパー（営業担当） | 単価の動き | ・来客数は変化していないが、客単価、買上点数が悪化している。住民税の増税、定率減税の廃止が可処分所得を減らしており、影響を及ぼしている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・天候不順のため、ビールや飲料水の売上が悪い。また、業務用生ビールの販売もあまり良くない。 |
| | | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・7月はやや気温が低めで、ソフトドリンクの売上が極端に悪い。そのため全体の売上也減少している。 |
| | | コンビニ（企画担当） | 単価の動き | ・客単価は、3か月前、前年同月と比べて、共に低下している。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | 販売量の動き | ・弁当類の販売数量が劇的に落ち込んでおり、回復の兆しが見えない。企画商品、高付加価値商品、価格訴求商品と切り口を変えても、以前のような販売数の増加は見込めなくなっている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・購買意欲は全体的に低下しており、来客数も少ない。好景気と言われるが、当店の客層である中小零細企業の従業員はそう感じていない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・ボーナス月であるが、可処分所得が減っているせいか、購買意欲は一気に縮んでいる。台替えを予定していた客も今回は見送り、車検に切り替えている。そのため、車検の入庫台数は1.5倍に増加している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 来客数の動き | ・車検の入庫台数が減少している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・年金不安や中越沖地震の影響で、購買意欲は低下している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・来客数は例年に比べると少ない。中越沖地震の影響で車の生産が遅れていることも、来客数の減少に影響している。ボーナス時期であるが、空振りである。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（店長） | お客様の様子 | ・ボーナス商戦に入るが、客は様々なローンを抱えているため、盛り上がり欠ける。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕（店員） | 単価の動き | ・買上点数は、減少している。 |
| | | その他小売〔水産物卸売〕（経理担当） | 販売量の動き | ・販売増加を期待していたが、逆に減少している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が落ち込んでいる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・宿泊客数は、前年同月比で80%を割り込んでいる。参院選挙の公示が予定より1週間延期になったことや、夏休みの始まりが26日ごろと少し遅れていることが影響している。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | お客様の様子 | ・来客数は、これまで回復傾向にあったが、最近では少し陰りが見える。客単価は、相変わらず低い。安売りせざるを得ない状況にある。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数、単価等すべての面で停滞している。 |

| 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 |
|----------------|---------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| | | 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・梅雨明けが遅かったことや参院選挙の影響が、夏の旅行の受注は極めて少ない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・ボーナス期にもかかわらず、新規契約数は減少してきている。付加サービスの契約数も減少している。 |
| | | 通信会社（サービス担当） | 販売量の動き | ・ボーナスが出た後とは思えないほど、売上は減少している。客からの電話も、問い合わせは多いが新規注文は少ない。 |
| | | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・中越沖地震や選挙等の影響で、客足は鈍っている。毎月、来客数は10%ほどの減少が続いている。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・客の来店周期がかなり長くなっている。また、自分でカラーリングをする客が増えてきている。 |
| | | 美容室（経営者） | 競争相手の様子 | ・美容院の数がどんどん増えている。客の取り合いになっており、大変である。 |
| | | 理容室（経営者） | お客様の様子 | ・相変わらず景気の良い話はない。さらに、安い理容店がスーパーの中などあちこちに出来たため、その影響も甚大である。 |
| | | 理美容室（経営者） | 来客数の動き | ・客からは、住民税が増えて大変だと聞いている。 |
| | | 美顔美容室（経営者） | 来客数の動き | ・夏休み期間に入ってから、客の来店回数が減少したり、予約のキャンセルが増えている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | 単価の動き | ・低単価の物件しか売れない。また、値引きをしないと売れないため、利益が増えない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 競争相手の様子 | ・各社の住宅情報によると、販売数は軒並み減少している。多雨による集客数の減少と、イベントのキャンセルが影響している。 |
| | 住宅販売会社（企画担当） | 単価の動き | ・ガソリン価格が毎月2～3円上昇しているため、部材、部品の値上げ要請がある。仕入単価がかなり上昇している。 | |
| | 悪く なっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・来客数が少ないため、販売量、売上にも影響している。同業者に話を聞いても、売行きは非常に悪い。 |
| | | スーパー（経営者） | それ以外 | ・天候不順に伴う商品の入荷不足と客の購買意欲の低下により、全体的に悪くなっている。 |
| | | スーパー（仕入担当） | 単価の動き | ・近くに安売りスーパーがオープンした影響で、近隣のスーパー中が対抗しており、客は毎日チラシを見て安い所を買い回っている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・バーゲンなのに目的買いで来て、何着も試着して何も買わない人もいる。 |
| | | 家電量販店（店員） | 競争相手の様子 | ・ショッピングセンターの中でも競争があり、衣料品の売行きは非常に悪い。増税やガソリン価格の値上げによる買い控えは、食品以外にも現れている。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・既存店の来客数は、平日、休日共に前年を下回っている。その上、客単価も低下している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・今月の売上は、本当にひどい。世相が不安定なのが、客は財布のひもを一層固く閉じている。 |
| | | 観光型ホテル（販売担当） | 来客数の動き | ・今月の宿泊客数の減少は、近年にないほどである。もともと個人、団体共に集客の悪かったところへ、台風、中越沖地震、参院選挙があり、トリプルパンチを受けている。 |
| パチンコ店（経営者） | | 販売量の動き | ・来客数の動きが悪くなっている。 | |
| 美容室（経営者） | | それ以外 | ・6、7月は雨がが多く、来客数が減っている。 | |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・衛生陶器用の窯業原料の動きが活発であり、3か月前と比較して116.6%の増収である。利益も久しぶりに大幅改善している。 |
| | | 企業広告制作業（経営者） | 取引先の様子 | ・広告代理店による新聞広告の取扱量は増加している。 |
| | やや良く なっている | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | それ以外 | ・大手企業を顧客としている企業では、空前の利益を上げているところも多い。それが地域経済にも少なからず波及している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・販売価格がやや上昇している。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・建設関連製品の受注量が、徐々にではあるが順調に増加傾向にあり、操業度を堅調に維持している。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・パソコンや携帯電話など情報関連製品の受注に変化はないが、自動車に組み込むエレクトロニクス製品の市場は拡大しており、活況を呈している。 | | |

| 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 |
|----|-----------|---------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注高は増加傾向にある。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（統括） | 受注量や販売量の動き | ・主力取引先の業況回復が進んでいる。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・鉄鋼関連の景気が良くなっている。 |
| | | 広告代理店・新聞販売店〔広告〕 | 受注量や販売量の動き | ・各企業からの広告出稿依頼は堅調であり、前年同月比で160%と伸びている。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | 取引先の様子 | ・製品広告より、求人募集広告の依頼が増えてきている。 |
| | 変わらない | パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・4月ごろに比べると1～2%良くなっているが、厳しい状況に変わりはない。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・原材料や燃料の価格高騰に対して、販売価格を改定せざるを得ない状況にある。しかし、他社との競争は依然として厳しく、販売量は増えてない。 |
| | | 一般機械器具製造業（販売担当） | 受注量や販売量の動き | ・大きなプロジェクトの引き合いはあるが、成約時期がはっきりせず、受注に至るかどうかが確信は持てない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・取引先のパチンコ業界の不況に伴う設備投資の減少により、当社の販売量も減少している。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・売上は若干増加しているが、材料費や保守費の値上がり分を販売価格に転嫁した分が増えただけであり、販売量に変化はない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は、3か月前とほとんど変わっていない。中越沖地震の影響により、納期の遅れは多少あったが、その分は取り返している。 |
| | | 建設業（経営者） | 取引先の様子 | ・協力業者が抱える工事量は、増加している。ただし、価格など内容的には厳しい。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・トラック貨物量は、前年同月比で引き続き0.3%ほど増加している。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・この時期に例年伸びる貨物量が、今年はあまり変化していない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | それ以外 | ・取扱物量、荷物量は、前年同月比で2%ほど増加している。しかし原油や石油製品の価格の高騰によって、衣食住の様々な製品が値上がりしていることが影響しているのか、荷物量の増加に見合った利益確保は出来ていない。 |
| | | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・企業は効果が明確な対象にしか投資せず、積極的な投資は相変わらず控えている。厳しい状況が続いている。 |
| | | 金融業（企画担当） | 取引先の様子 | ・金利の上昇局面にあり、個人、法人共に不動産の調達意欲はおう盛である。特に個人の住宅取得ニーズが高く、住宅ローンの残高が伸びている。 |
| | | 不動産業（経営者） | 競争相手の様子 | ・物件依頼はあるものの、成約までには至らない。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・駅前など街の中心部にある土地は、賃貸マンションの需要がまだ強く、地価は強含みで推移している。郊外の住宅地は、高齢者が交通の便利な地域のマンションに移る傾向があり、地価は低下傾向にある。 |
| | | 会計事務所（社会保険労務士） | 取引先の様子 | ・新しい取引先を開拓した企業や、調剤を始めて売上を伸ばした薬局等がある一方で、従来のまま売上が低迷している企業もある。 |
| | | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・営業マンの話、取引先やライバル企業の動きなど、すべての面で盛り上がりに欠ける。 |
| | やや悪くなっている | 紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者） | それ以外 | ・原材料の仕入先では、受注量がかかり減少しており、ボーナスの支給額も前年を下回っているとのことである。業界全体が下向きの傾向にある。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | 取引先の様子 | ・原材料価格の高騰のため、困っている取引先が多い。その一方で、製品に対しては値下げ要求があり、利益が圧迫されている。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | 取引先の様子 | ・販売量が減少しているだけでなく、原材料価格も高騰している。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | それ以外 | ・ユーロ高もあって、欧州向けの輸出は好調である。しかし、年金問題や住民税の増税等を背景に、国内需要が足踏みしている。 |

| 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 |
|-----------------|-----------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・日用雑貨を販売する量販店の荷物量が増えない。特に季節品であるレジャー関連の動きが悪い。 |
| | | 金融業（決算予算担当） | 取引先の様子 | ・税負担感の高まりやガソリン価格の上昇を背景に、飲食、レジャー関連の取引先の売上が伸び悩んでいる。 |
| | 悪くなっている | 公認会計士 | それ以外 | ・人件費や燃料費の高騰に伴うコスト高により、中小企業の収益性が悪化している。 |
| | | 鉄鋼業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・大手企業の業況は良くなっているが、中堅、中小企業の受注量、販売量は、全体的に減少している。また、製鋼メーカーでも、大手企業向けと中堅企業向けの販売価格の差が、拡大している。 |
| 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（経営者） | 求人数の動き | ・求人数は、相変わらず順調である。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・人材紹介の成約率は、高まっている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・企業からの派遣求人、直接雇用共に、動きは強い。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・在職の求職者や、事業主都合による離職者が減少している。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営企画） | 周辺企業の様子 | ・顧客企業の研究開発ニーズは引き続き活発であり、技術者への需要も堅調である。ただし、技術料を引き上げてでも研究開発を進めようという動きも見られない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・夏期は例年求人数が減少するが、今月はそれほど減少していない。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・大手製造メーカーの動きは良いが、その他の産業に大きな変化はない。 |
| | | 職業安定所（所長） | 求人数の動き | ・求人数は持ち直している。また、新規求職者数も減少傾向が続いている。そのため、人手不足は依然として変わらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数はやや減少しているものの、求職者数も3か月前と比べて減少している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は、全体ではあまり変わらない。ただし、パート求人は増加する一方で、一般求人は減少している。 |
| | | 職業安定所（管理担当） | 求人数の動き | ・新規求人数はこのところ減少傾向にあるが、有効求人倍率は依然として高水準を維持している。一方、正社員の求人倍率は低い水準にとどまり、厳しさが残っている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・大手企業からの求人数は、相変わらずかなり多い。しかし、中小企業からの求人数は、やや減少傾向にある。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人数は、相変わらず多い。 |
| | やや悪くなっている | 求人情報誌製作会社（編集担当） | 求人数の動き | ・求人数の伸び率は、月を追うごとに鈍化している。 |
| 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | | 求人数の動き | ・求人広告件数は、県内全体で1～3月期を10%ほど下回っている。例年でも4～6月期は新卒入社があるため、一般求人数は減少傾向にあるが、今年は7月に入っても回復するどころか、更に減少している。地域的には、西部では輸出関連製造業が好調で、相変わらず求人活動は活発である。しかし、中部の求人は大きく落ち込んできている。 | |
| 悪くなっている | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・金融機関では部署や人員の整理が行われており、派遣社員のニーズもかなり減っている。 |

6. 北陸（地域別調査機関：（財）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 | - | - | - |
| | やや良くなっている | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・20日以前は中心的商品のおにぎり、弁当、すしなどの売上が伸び悩んでいたが、20日過ぎから回復した。酒類の売上は前年を上回っている。 |

| 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 |
|----|--------------|---------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・中旬までは冷え切った状態であったが、その後団体の予約などで動きが出たため、最終的には前年並みで、3か月前より良かった。客の様子を見ると、業種による格差がますます広がり、来客の層が狭まっている。 |
| | 変わらない | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・天候不順により、売上が上下している。特にレジャー関連は長梅雨のため売れず、これに代わる商品も見当たらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・週末の天候が悪く、行楽需要が大変厳しかったものの、近くのスポーツ施設において夏休みのイベントが多かったため、天候のマイナスを補った形となった。 ・「格差社会」といわれるが、コーヒー系飲料の例を見ると、安いパック商品と高級チルド系飲料が売れ、中間の缶コーヒーが売れないなど、二極化している。 |
| | | 家電量販店（経営者） | 販売量の動き | ・エアコンを始め、冷蔵庫、洗濯機などの売上は前年同月を大きく下回り、全体では前年比約9割になった。逆に映像関連は好調で、テレビは前年比2けた以上の増加となり、DVDもリコールによる買い換え特需もあって大きく伸ばした。全体的にはほぼ前年並みである。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・当社の新型セダンの受注は堅調に推移しているが、取扱車の受注総量では前年並みである。また、ショールームへの来客数は今一步で、盛り上がりには欠けている。 |
| | | 乗用車販売店（経理担当） | 販売量の動き | ・参議院選挙のため、営業に集中できなかった。整備や点検での入庫はあるものの、新車販売にはなかなか結びつかない状況である。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | 販売量の動き | ・タイヤの購入時でも、客は少しでも安価な商品を要望する。車の乗換えを検討している客からも、今すぐには買えないという声が多い。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・稼ぎ時の新盆の時期に台風による大雨や中越沖地震の影響による団体旅行のキャンセルがあった。また参議院選挙のため、地元企業による会合や宴席が例年より少なく、苦戦を強いられている。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・能登半島地震に続く中越沖地震、ガソリンの値上げ、危険な中国産食品など、明るい話題が見られず、消費が上向き環境にない。前年を下回る傾向が続いている。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・中越沖地震や参議院選挙のマスコミ関係のタクシー利用が多かった。しかし、他の観光面や夜間の利用が振るわなかったため、差し引きではゼロである。 |
| | | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・夏のボーナス支給により、6～7月は大型デジタルテレビを購入する世帯が増えているとのマスコミ報道があるが、ケーブルテレビ契約の大幅増には結び付いていない。 |
| | | その他レジャー施設（職員） | 来客数の動き | ・夏休みに突入したが、夏らしい天気にならないため、客足が非常に悪い。暑い夏にならないと飲食の販売が伸びない。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・同業者との競争が激しく、客を呼び込むためにディスカウント等をして来客数は増えず、悪循環となっている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・中越沖地震の惨状がテレビで放映されるため、住宅建築を検討中の客の決断が先送りとなるケースが見られ、各社とも販売に苦戦している。 |
| | 住宅販売会社（総務担当） | お客様の様子 | ・高額物件の動きが悪い。可処分所得が低下しているため、低額物件が中心となっているが、それでも客は慎重姿勢である。 | |
| | やや悪くなっている | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・夏季休暇を利用した家族旅行やアウトドア志向の商品が動く時期であるが、ボーナス支給後でありながら、年金・税金問題などの影響から、客の消費マインドが冷えている。夏商材や行楽関連の動きが非常に悪いことが全体の消費を落としている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・冷夏や天候不順の影響のほか、近接する同業店との競合激化で苦戦している。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・梅雨明けの遅れもあり、祭り関連や土用の丑のウナギなどの商品の買上頻度や数量が、前年に比べ相当落ち込んでいる。 |

| 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 |
|----------------|-----------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（店長） | 競争相手の様子 | ・集客のためのチラシに掲載される商品価格が更に低下している。週末だけでなく、平日においても、各社の価格競争が激化している。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・セールを6月に前倒しせざるを得なかったため、7月の売上でその分が減少した。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・客のついで買いがあまり見られず、買上点数が減少している。目的買いの場合も、商品が壊れたから買うという傾向があり、必需品だけが売れ、趣味・嗜好品は売れていない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 単価の動き | ・富裕層をターゲットにした高級車はこれまで景気にあまり左右されずに堅調な動きをしてきたが、その動きにもやや陰りが見える。サイズダウンやランクダウンの引き合いに移行する商談が多くなっている。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・中元商戦は年々悪化している。今年も会社関係からの注文はあったが、個人の客からは大幅に減少している。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | 来客数の動き | ・既存店の来客数は前年の98.4%と1年ぶりに下回った。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・前年同月に比べ、レストラン・宴会利用客、宿泊客が大きく落ち込んでいる。宿泊客については能登半島地震の影響がまだ続いている。レストラン利用客は住民税増額の影響があるのか、前年比で10%以上落ち込んでいる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・参議院選挙により旅行が控えられ、さらに中越沖地震が大きかったため、一服感が出ている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・夏期商品の出だしは海外を始め国内の長距離旅行を中心に好調であったが、その後、伸びが鈍化している。相次ぐ地震、梅雨明けの遅れ、参議院選挙などの要因に加え、住民税の増額、ガソリンの支出増の影響もある。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・各社でボーナスが支給されたが、客は必要なもの以外には使わない。また、選挙期間中は夜の人出はいつもより2割程度少なく、厳しい状況であった。 |
| 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・能登半島地震に続く中越沖地震によって、客の不安感が加速し、展示場への客足が遠のいている。 | | |
| 悪く なっている | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・この夏はボーナス支給が見送られたケースも多く、景気のどん底感が否めない。ここへ来てガソリンの値上げもあり、「出かけない、買物しない」のパターンが定着してしまいそうだ。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・住民税の増額、原材料の高騰による値上げ、ガソリン価格の高騰などから、客は生活防衛に入っている。 |
| | | 住関連専門店（店長） | 単価の動き | ・不安定な社会情勢の影響が、客単価が下がっている。特に新築時などに見られるまとめ買いが少なくなっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・宴会、レストランなどすべての部門において、前年及び前月の売上に比べ大幅にダウンしている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・携帯電話の新機種が発売されているが、興味を持つ人が少ない。ボーナスが支給されたにもかかわらず、来店客が少なかった。 |
| | | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・3月の能登半島地震の風評被害の影響を受け、特に団体客の動きが鈍く、来客数は前年比2けたの減少となった。また、中越沖地震の影響からキャンセルが出ている。 |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている | - | - | - |
| | やや良く なっている | 税理士（所長） | 受注量や販売量の動き | ・最近の中小企業の決算では、前期比で増収の会社が多く見受けられる。販売価格の面はともかく、仕事量が徐々に増加しているという声も聞かれる。 |
| | 変わらない | 繊維工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注は勢いが無いものの、数量、単価ともなんとか維持できている。原料、燃料の値上げが相変わらず続いており、コストアップにつながっている。 |
| | | 繊維工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・企画商品の秋冬物の生産に入ったが、例年並みの稼働状況である。 |
| | 電気機械器具製造業（経理担当） | 取引先の様子 | ・携帯電話やパソコンなど、一部で数量が増加しているが、液晶テレビは今一つぱっとせず、全体的には変わらない。 | |

| 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 |
|---------------|-----------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 精密機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・春先に比べ眼鏡の受注量自体は増加しているが、収益的には変化がない。受注量を前年と比較すると、ほぼ同水準で推移している。 |
| | | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・建設業の経営環境の悪化が続いている。 |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（企画担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・原料費、包装資材費、燃料費、物流費と軒並みに価格が上がっているなかで、当社の販売商材の価格帯はデフレ時からほとんど変化がない。価格の改定も流通からの厳しい意見で実現できず、収益の悪化がますます大きくなっている。 |
| | | プラスチック製品製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・従来は受注ロットがなかなか増大しないという問題があったが、今はそれどころか絶対量が減少している。 |
| | | 輸送業（配車担当） | 取引先の様子 | ・燃料費などの高騰によるコスト増から、収益がなかなか確保できなくなっている。 |
| | | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・取引先で倒産や融資の延滞が見られる。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・古い会社の民事再生の申立てや、債務整理のための資産売却の話が多い。 |
| 悪くなっている | 建設業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・官庁工事の減少が続くなか、入札見積価格競争はますますエスカレートしている。一方で、資材コストの上昇が加わり、採算を確保しての受注は厳しさを増している。 | |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | - | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・高度の専門技術者の需要は増えているが、人材供給の対応がなかなか厳しい。OA事務部門の求人はやや少なくなっている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 雇用形態の様子 | ・派遣から正社員への移行を始め、時給の引上げ、条件の良い先への転職など、スタッフからの希望が目につくようになってきた。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・求人広告では、依然として人材派遣系の比率が大きい。雇用形態の変化が地方でも定着しつつある一方で、看護師や薬剤師などの医療関連業種では慢性的に人手不足となり、求人件数は増えている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人数は前年実績を上回っている。中でも情報関連会社からの求人が多い。 |
| | やや悪くなっている | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・4月に比べて、情報誌1回の発行につき100件程度の求人件数が落ちている。 |
| 民間職業紹介機関（経営者） | | 求人数の動き | ・人材紹介、派遣とも、受注数が減少しており、弱含みである。 | |
| 悪くなっている | - | - | - | |

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 | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・電子マネーの使用が多くなり、精算が早くなったため、コンビニ利用客が増えている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・企業からの注文に加えて、町内会や福祉施設での夏のイベント用の注文が例年以上に多く、出荷に追われる状況となっている。6月に商品価格を値上げした商品についても、値上げの影響はほとんど見られない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・例年、梅雨の時期は客が増えるが、今年は梅雨明け以降も増加が続いており好調である。また、選挙関係の特需も出てきている。 |
| やや良くなっている | | 一般小売店〔事務用品〕（経営者） | 販売量の動き | ・事業所間で格差はあるものの、利益の出ている事業所では、設備投資や事務所のリニューアルといった投資意欲がおう盛である。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・生鮮食品については、近隣に複合商業施設や百貨店がオープンした効果もあって来客数が増えている。生鮮食品の売上は来客数に比例するため、良い形で推移している。 |

| 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 |
|----|---------|------------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（統括） | 販売量の動き | ・3か月前と比べて、衣料品や住まい関連の落ち込みが少なくなっている。ただし、衣料品のセールについては、6月30日分を含んで比較すると、前年比で若干のマイナスとなっている。 |
| | | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・客の間では、味が良くて値打ちのある商品にはお金を出す一方、値打ちのない物にはお金を出さない傾向が進んでいる。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・単価の回復でやや良くなっているものの、来客数は昨年を下回っているなど、競合店との競争が続いている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・梅雨明けまでは天候不順で、衣料品を中心にリゾート関係の動きが鈍い。客単価は前年比102%と上昇しているものの、来客数は5%程度ダウンしている。その一方、食料品では来客数が回復し103%となっているが、野菜は軟弱野菜を中心に相場高となっている。 |
| | | スーパー（店員） | 単価の動き | ・他店よりも商品単価を安くしたことで上向いている。 |
| | | コンビニ（マネージャー） | 来客数の動き | ・今年は梅雨が例年以上に長引き、気温も低めに推移したが、来客数は前年比で20%程度増えている。全社的なプロモーションにより、女性客の来店が増えていることが大きな要因である。普段は近隣の競合店に流れている客をうまく取り込むことができている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・車両購入の見積依頼が増えている。実際に購入するかどうかは別として、以前は依頼自体が少なかった。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | お客様の様子 | ・健康食品や化粧品関係では、しっかりと説明すれば、高機能、高単価の高級品を購入する客が少しずつ増えている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・今月の週末は忙しく、1台当たりの料金収入が2千円増加している。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・夏のバーゲンセールが6月から始まったことで、当月の売上が前年比で相当落ち込んでいる。バーゲンセール終了後の売上も非常に悪い。 |
| | | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | お客様の様子 | ・気温が上らない割に、夏物衣料が落ち込まず前年並みに推移している。ヤングゾーンは苦戦しているものの、ミセスは前年を上回る勢いとなっている。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | それ以外 | ・北海道の牛ひき肉偽装事件や、中国産の食品への不安による影響もあり、中元期を迎えても今一つ盛り上がりを感じられない。 |
| | | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | お客様の様子 | ・7月の前半は売上が伸びたが、後半は買い控えする客が多い。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | 来客数の動き | ・客単価は上昇しているものの、6月までの状況とは異なる。全体としては大きな変化がない中で、既存店での来客数が減少している。 |
| | | 一般小売店〔カメラ〕（販売担当） | 来客数の動き | ・レジの日報を見ると、最近では来客数が明らかに減少しているが、客単価が伸びているため、売上を何とか維持できている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・7月のクリアランスセールには例年以上に期待していたものの、良かったのは月前半のみで、中盤から後半にかけては決して良くない状態であった。客の間では、本当に欲しい商品のみ購入する傾向が一段と強くなってきている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・来客数、購買客数共に堅調に推移しており、セール売上はほぼ前年並みとなっている。正価販売売上も堅調であるなど、この3か月はやや上向きで推移している。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・百貨店のすべての商品が売れているわけではないが、ファッションのキーアイテムは売上が順調に伸びている。 |
| | | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・衣料品のクリアランスセールの開始が6月30日と例年よりも1日早まったことで、7月全体で見ると非常に苦戦しているものの、曜日対比でみると何とか前年の売上が確保できている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・20～30万円程度の商品には需要がみられるものの、100万円を超える商品は需要が少ない。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | 販売量の動き | ・今月はクリアランスセールの前倒しの影響もあり、売上高が苦戦している。ただし、6月末から7月の累計で見ると、前年並みの売上となっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | お客様の様子 | ・クリアランスセールが始まったものの、盛り上がりには欠けた状態となっている。 |

| 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 |
|----|---------|---------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・台風の影響も少なく、夏のクリアランスセールなども好調に推移している。ただし、中元商戦は若干苦しく、売上は前年を下回る状況である。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・需要期に向けて大型の販促を行っているものの、来客数の大きな増加にはつながっていない。ただし、薄型テレビのほか、特定保健用食品などの健康に関する商品は、高単価であるにもかかわらず前年実績をクリアしている。 |
| | | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・参議院選挙の影響で客の動きが鈍っているほか、天候不順により郊外の店舗も厳しい状況にある。 |
| | | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・中旬までは天候の影響がみられたが、梅雨明けや気温の上昇とともに、やや上向き傾向となっている。 |
| | | スーパー（広報担当） | 販売量の動き | ・月前半までは天候不順や台風の影響で売上が伸びなかったものの、後半に入って梅雨明けすると同時に販促も功を奏し、各業種共に昨年の実績を上回っている。 |
| | | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・小さな子どもや学生の小遣いが減り、少額商品の購入が増えているなど、家庭の予算が苦しくなっている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・今年の夏は暑くもなく、涼しくもなく、客が買物に出掛けやすい状況であるため、売上は前年比で105%となっている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・客単価が前年に比べて10%ほど低下している。 |
| | | 家電量販店（経営者） | 単価の動き | ・デジタル家電の需要は伸びているものの、それ以上に単価が落ち込んでおり、足を引っ張っている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | お客様の様子 | ・例年はお盆を控えたボーナス支給時期でにぎわうが、今年の中越沖地震による影響で勢いがなくなった感がある。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・ボーナス時期を過ぎたにもかかわらず、新車の販売量に変化はない。 |
| | | その他専門店【宝石】（経営者） | それ以外 | ・例年7～8月はクリアランスセールの時期で、ペンダントやネックレスなどの宝飾品がよく売れる。ただし、今年も参議院選挙と重なったことで客の出足が悪く、購買意欲も感じられない。 |
| | | その他専門店【宝飾品】（販売担当） | 競争相手の様子 | ・特に目立った売れ筋商品がないため、売上にも変化はみられない。 |
| | | その他飲食【コーヒーショップ】（店長） | 来客数の動き | ・今夏はラニーニャ現象などで猛暑になると報じられていたが、実際は悪天候が続き、梅雨明けも例年に比べて遅くなっている。気温に左右される飲食や喫茶では、客足、客単価共に伸び悩んでいる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・宿泊については台風の影響が出ているものの、それを差し引いても勢いが弱まっているほか、レストラン、宴会関係でも来客数、宴会件数が共に減少している。過去に国政選挙が行われた月は人の移動が減っていることから、参議院選挙による影響も大きい。 |
| | | 都市型ホテル（役員） | お客様の様子 | ・宿泊部門では5月から急に客の数が落ち込んでいる、今月も引き続き稼働率が低く、単価上昇でカバーしている状況である。宴会部門も、6、7月に件数は大幅に伸びたものの、小規模な宴会が多く、1件当たりの単価は低い。また、レストラン部門も一部が改装休業中であるため、来客数、売上共に前年よりも減少している。 |
| | | 都市型ホテル（営業担当） | 来客数の動き | ・宿泊は予約の入りがあったことで高稼働日が多く、前月に続いてビジネス客を中心に続き好調である。一方で、宴会は一般宴会の件数が前年を上回ったものの、婚礼件数が大幅に減少したことでマイナスとなっている。食堂については、広告宣伝の効果により、今年に入って好調が続いている。 |
| | | 都市型ホテル（マネージャー） | 来客数の動き | ・国政選挙の時期は客の動きが鈍くなるが、今回は特に高額店舗の利用者の減少が目立つ。 |
| | | 旅行代理店（広報担当） | お客様の様子 | ・海の日3連休に台風や中越沖地震が起こったことで、かなりのキャンセルが発生したものの、その客から再び申込が入ってきているなど、旅行意欲は衰えていない。 |

| 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 |
|----|-----------|--------------------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 通信会社（経営者） | 販売量の動き | ・通信会社間の競争が激しく、様々な対策が取られているが、いずれも効果に乏しく市場が活性化されている感はない。 |
| | | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・新規案件が前月と同じように増加している。 |
| | | 競輪場（職員） | 競争相手の様子 | ・ここ数か月、当競輪場を含めた近隣の競輪場では、入場者、平均購買単価共に低位で推移している。 |
| | | その他レジャー施設 [イベントホール]（職員） | お客様の様子 | ・催しの内容によって、当日券の有無やグッズ販売の列の長さなどに大きな差があり、好不調の判断が難しい。 |
| | | 美容室（店長） | 来客数の動き | ・月後半になって新しい客が増えたことで、売上は何とか例年並みとなっている。 |
| | | その他サービス [ビデオ・CD レンタル]（エリア担当） | 販売量の動き | ・今夏のキャンペーンの効果により、全アイテムが順調に推移している。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・このところ問い合わせ件数が伸び悩んでいる。 |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | 販売量の動き | ・前月に引き続き販売の動きが鈍い。競争相手も同じような動きとなっている。 |
| | | その他住宅 [展示場]（従業員） | 来客数の動き | ・住宅展示場の来場組数は横ばいが続いている。 |
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・セール中なので来客数は増えているが、まとめ買いは少なく売上が伸びない。 |
| | | 一般小売店 [時計]（経営者） | お客様の様子 | ・ボーナス月で期待していたものの、来客数、販売量共に落ち込んでいる。月初めから雨が続いたことで客の出足が鈍ったほか、月中旬の中越沖地震の影響が大きく、買物をする雰囲気になりにくい状況である。 |
| | | 一般小売店 [釣具]（店長） | お客様の様子 | ・以前は様々な商品の購入がみられたが、最近は販売個数が少なくなっている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | お客様の様子 | ・トレンド商品のワンピースは好調であるものの、大きな売上を占めるニットの売行きが前年の6割にとどまっている。 |
| | | スーパー（経営者） | それ以外 | ・冷夏や短夏の予報が出ているほか、住民税の負担増による手取り収入の減少、原油の高騰によるガソリンや石油関連商品の値上げといったマイナス要因が多い。 |
| | | スーパー（経営者） | それ以外 | ・前年に比べて雨が多いほか、台風の影響によって九州などの農産物の産地が打撃を受けている。当店の来客数も以前のように伸びていないことで、主力野菜などの販売量が確保できていない。また、気温も低めで推移したことで、アイスクリームなども伸び悩んでいる。中国産の食料品問題についても問い合わせが増えており、うなぎを中心に販売量の伸び悩みにつながっている。 |
| | | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・客単価が3か月前に比べて下降気味となっている。特に顕著なのがソフトドリンクなどの飲料で、3か月前は前年並みの動きであったが、ここへ来て前年比20%のダウンとなっている。全体に占める割合の高い商品が落ち込んだ影響が大きい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 来客数の動き | ・月中旬の3連休に台風が来たほか、中越沖地震後は来客数の減少がみられるなど、ディーラー、フランチャイズ共に来場数が伸びずに苦労している。 |
| | | 自動車備品販売店（営業担当） | 単価の動き | ・忙しくなっているものの、単価の低下で売上、利益が減少している。 |
| | | 住関連専門店（店長） | お客様の様子 | ・客が1回の来店注文することは少なく、2、3回の接客を経て決定するパターンがほとんどである。非常に慎重な様子がみられることから、販売効率が落ちている。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・依然として来客数が増加する兆しがなく、03年の水準の80%台と減少傾向が続いている。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・ボーナス月で期待していたものの、昨年よりも悪い状態である。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・今年は梅雨の降雨量が平年よりも多く、暑くなるのも遅い感がある。参議院選挙の影響もあり、宿泊業に関しては良くない状況にある。 |

| 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 |
|----------------|------------------------------|--------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 観光型旅館（経営者） | 販売量の動き | ・中国産の商品について取りざたされるなか、当施設の売店の商品は国産が中心であり、売上はさほど落ち込まないと思われたものの、3か月前に比べて15%程度の減少となっている。客には買い渋りの傾向がみられる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・予約の間際化が進み、先行予約の受付数が伸びていないほか、海外旅行も夏休みが近づくとつれて予約が取りにくくなっている。それに伴って客単価が下がり、前年を下回っている。 |
| | | 旅行代理店（店長） | 来客数の動き | ・国内旅行、海外旅行共に、来客数が前年の80%程度と前月よりもかなり減少傾向にある。 |
| | | タクシー運転手 | 競争相手の様子 | ・大阪はとにかくタクシーの台数が多く、値引き合戦が続いている。 |
| | | 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・3か月前と比べると問い合わせの数も減少気味であり、消費意欲のおう盛さを示す内容も少なくなっている。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | 来客数の動き | ・梅雨の長雨で予約が伸び悩んでいるほか、台風4号の接近によりキャンセルが続出している。 |
| | | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・本開催での7月の客単価は15,337円と、4月の15,991円よりも若干低下しているほか、場外発売でも、7月が12,174円、4月が12,786円と低下がみられる。 |
| | | その他サービス「学習塾」（経営者） | 来客数の動き | ・夏休みの無料キャンペーンへ参加する子どもの数が、例年よりも少ない。特に、小学校低学年の減少が目立っている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | 単価の動き | ・商業地の土地価格が半年ほど前から低下している一方、その影響で住宅地の価格も下がり始めている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・マンション市況は昨秋から悪化しており、好調案件と不調案件の2極化が進んでいる。最近では都心のタワーマンションといった高額物件を中心に一部が好調となっているものの、ファミリー向けや郊外の低価格物件は販売不振が続いている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 競争相手の様子 | ・最近の入札案件では、以前のような飛び抜けた落札額が少なくなっている。各社で既存物件の販売が滞っているなか、高値での勝負は現実的に難しい状況となっている。 |
| 悪く なっている | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・バーゲンセールの実行は芳しくない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・一部の超富裕層を除き、固定客を含めた購入率が急激に低下している。気に入った商品があっても購入に至らない場合が非常に多い。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・全国的にみて大阪の状態が特に厳しく、4～6月の売上が前年の約70%となっている。その中でも大阪の南部の落ち込みが激しい。メーカーも計画の下方修正を行っているが、実際の現場はそれ以上の危機感を持っている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | それ以外 | ・数年以上前から、7、8月の夏休み中は完全にシーズンオフとなっている。団体旅行もほとんど来ないほか、客に聞いても海外で過ごす人が非常に多くなっている。この流れを引き戻すのは非常に難しい。 |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている やや良く なっている | - | - | - |
| | | 金属製品製造業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・工場の生産能力を超える注文が入ってきている。特にマンションの注文が目立っており、人員補充のために正社員や派遣社員の求人を行っているが、人材が集まりにくくなっている。そのため、現在は大幅な残業時間の増加で対応しているものの、夏場で作業効率が大幅に落ちており、利益が出にくくなっている。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・O A、F A設備の電源装置に対する需要がおう盛であるが、当社の製品のなかでは付加価値が低い。 |
| | | その他製造業「事務用品」（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・販売価格を上げたにもかかわらず、販売数量が落ちることなく受注できている。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が徐々に回復しているものの、まだ顕著な動きとはなっていない。 |

| 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 | |
|---------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 変わらない | | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・食品スーパーなどでは、販売量の減少を単価の上昇でカバーし、売上が回復してきている。一方、自動車部品製造業では、原材料や原油の高騰で利益は減少しているものの、売上は増加している。 | |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・関西での受注状況に変化はないが、関東から注文が入ってきている。 | |
| | | 経営コンサルタント | 受注価格や販売価格の動き | ・発注金額は以前ほど高くないものの、公的機関からの案件が増えてきている。 | |
| | | | 食料品製造業（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・はっきりしない天候や気温により、食品の売れ筋が変わっており、この時期に売れるはずの商品が売れていない。また、価格の比較的安い製品の動きはあるが、全般的には売上が伸びていない。 |
| | | | 繊維工業（団体職員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が依然低迷している一方、原材料や外注加工費は高騰したまま推移しており、非常に厳しい状況となっている。 |
| | | | 化学工業（企画担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・油脂や乳原料の価格が引き続き高騰しているが、販売価格に転嫁し切れていない。 |
| | | | 金属製品製造業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・ゼネコンの安値受注が続いており、当社へも採算割れになるような価格が要求されている。 |
| | | | 電気機械器具製造業（経営者） | それ以外 | ・今月は受注状況が大きく回復したものの、周囲では競合相手が1社倒産したほか、知り合いが自己破産するなど、暗い話題が多い。 |
| | | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | 受注量や販売量の動き | ・引き続き薄型テレビは堅調に推移しているほか、スチームオーブンやドラム式洗濯機など、高付加価値商品の荷動きが好調である。 |
| | | | その他製造業〔履物〕（団体役員） | 受注量や販売量の動き | ・夏物商品については、例年に比べて受注量、販売量共に苦戦している。 |
| | | | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・官公庁関係の受注量は減少しているが、民間企業からの受注量は増加傾向にある。ただし、建設資材や工賃の高騰により、収益状況は厳しい。 |
| | | | 金融業（支店長） | 取引先の様子 | ・個人の衣料店であるが、大型量販店に厳しい競争を強いられている。 |
| | | | 不動産業（管理担当） | 取引先の様子 | ・不動産に関する情報はあるものの、実際の取引が頻繁に行われているわけではない。 |
| | | | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・土地の価格が上がっているため、その土地を買って分譲マンションを建てる場合、販売価格が上がることになる。そういった中で、現在は契約率が下がっており、消費者が新築マンションを買わない状態になりつつある。 |
| | | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・紙媒体の落ち込みに歯止めが掛かっている。 |
| | | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・7月に入ってから、期待したほど広告出稿が伸びていない。 |
| コピーサービス業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・国内外の食品偽装問題で、衛生検査機関への業務依頼が増えているのに伴い、当社への資料作成の注文が増えている。また、CSRに関する資料の作成依頼が増えていることも最近の特徴である。 | | | |
| やや悪くなっている | | 繊維工業（総務担当） | 競争相手の様子 | ・取引先での秋物商材の催事では、売上が前年比で20%減となっている。それに加えて中越沖地震の影響も出始めており、3年前のように回復には時間が掛かる。 | |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・材料や、そのほかの資材価格が上昇しているが、価格に転嫁するのに時間が掛かっている。 | |
| | | 化学工業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・原料の値上がりが続かなかで、これまでは取引先と少しずつ負担し合ってきたが、最近では得意先が値上げ要請に全く応じなくなっている。強引に値上げすると発注をストップしてくるような状況である。 | |
| | | 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・材料の値上がりに伴って、荷動きが悪くなっている。 | |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注量が伸び悩む一方で、素材が値上がりしているが、取引先がコストアップを認めようとしないため、経営がますます厳しくなっている。 | |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・先月までは受注が順調であったが、今月に入って引き合い件数が減っている。ただし、それほど極端な状況ではない。 | |

| 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 |
|------|-----------|---------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 電気機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・遊技業界の射幸性の抑制に伴う百規制の影響は大きく、遊技業界の存続を危ぶむ声も上がっている。 |
| | | 建設業（経営者） | 競争相手の様子 | ・ついに地方の信用金庫が大口の不良債権処理に取り組み始めたことで、大手の同業者が倒産している。 |
| | | 輸送業（営業所長） | 受注量や販売量の動き | ・関西国際空港での輸入貨物の配達量も、春先に比べると落ち着いてきている。 |
| | | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | 取引先の様子 | ・商品の流通量が極端に減っており、注文も少なくなっている。 |
| | 悪くなっている | | | |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・事業主都合による新規求職者数については、前年比で8.2%減となり、11か月連続で前年を下回っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | それ以外 | ・普段は人手不足に人材派遣などで対応している事業所から、かつて新卒採用を控えてきた年齢層の社員について、数年ぶりに中途採用を行いたいという相談が来ている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・前年比で20%も落ち込んでいた日雇求人数が、やや持ち直してきている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 周辺企業の様子 | ・大手企業の採用終了に合わせて、中小零細企業の採用活動が本格的に始まっている。内定率の高さを気にしながらも、採用意欲は高い。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・14～16日の3連休以降、かなり仕事が落ち着いてきている。この状況は8月一杯まで続く。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・紹介予定派遣の依頼が活発になっているほか、銀行や生保、損保など金融機関からの求人も増加傾向にある。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求人数の動き | ・求人数の推移に変化はないものの、特定企業に偏っている傾向がみられるなど、業種間で求人数の格差が生じている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・インターネットやフリーペーパー、広告など、ほかのメディアとの競争が激化しており、行き過ぎた競争が単価下落を招く懸念がある。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・昨年はイベントが開催されたが、今期はイベントもなかったほか、それをカバーする材料もないため、売上が大きく落ち込んでいる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 求人数の動き | ・マンション管理人などの募集が増えている一方、派遣会社からの事務社員の募集がなくなっている。 |
| | やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・この四半期の新聞広告出稿の動きをみても、景気の回復を感じさせる数字とはなっていない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・参議院選挙などによる影響で、新聞の求人広告の動きには鈍化傾向がみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・窓口での一般求人の動きは、引き続き派遣求人が減少しているほか、製造業からの求人の減少が続いている。一方で高卒求人については、求人件数が前年比6.6%増、求人数が3.7%増と、一般求人とは異なる傾向がみられる。事業所では技術の継承などへ関心が高まっていることから、求人傾向がやや学卒にシフトしている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・今年度に入って、求人数、求人倍率共に若干の悪化傾向が続いている。 |
| | 悪くなっている | | | |

8. 中国（地域別調査機関：（社）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 | - | - | - |
| | やや良くなっている | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・お中元の購買量が例年より増加している。 |

| 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 |
|----|---------|-----------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数も増加傾向にあり、買上点数・単価共に3か月前と比べて良くなっている。お中元も全般的に思ったより動きが良い。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・今月は気温のせい順調に推移した。とは言えそれほど高い気温ではなかったため、売上は前年比105%程度で推移した。また、水羊かんといったような季節商材の動きがあまり良くなかった。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | それ以外 | ・週末には、店舗の前の道路において行楽地への渋滞が目立つようになった。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | 来客数の動き | ・レストラン来客数合計は、過去4か月間、前年を上回って推移している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・ビジネス客やファミリー客の宿泊の予約が増えており、前年を大きく上回っている。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・販売量が少し下がってきている。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・今月はバーゲン月であったが、売上等について3か月前と比べて大きな変化はなかった。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・長雨や冷夏、それに次ぐ猛暑と天候が不安定だったため、客は何を買ったら良いのかなか決められないようであった。 |
| | | 一般小売店〔紙類〕（経営者） | お客様の様子 | ・商店街への来客数の動向が、購買する客と長くちゅうちょする客と二極化し、今までと違う雰囲気になっている。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（営業担当） | 来客数の動き | ・7月中旬は雨が多く、台風の影響で早く閉店するなど、客足が悪く、売上も大幅に減少したが、下旬は来客数も多くほっとした。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・クリアランスに入り、固定客の多い高額品ゾーンは客でにぎわい、クリアランスが切れたり台風が来ても前年並みを確保できたが、フリー客の多いゾーンでは苦戦している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・昨年以上に来夏が遅い状況となり、夏のセールも一向に盛り上がらなかった。また中元についても、早期受注では数字伸ばしたが、7月に入り失速状況となった。特に外商関係の法人の受注が大きく落ち込んだ。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | 販売量の動き | ・アパレルについては、全体的には昨年の売上を下回る状況であるが、個別には単価が高いにも係わらず売上を伸ばしているテナントがある。飲食については昨年の売上に並ぶようなテナントが増え、やや持ち直してきている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 来客数の動き | ・夏物バーゲンが主たる売上の要素であるが、アパレル関係を中心に売上はかなり厳しい。いつもならスタートが悪くても再値下げ辺りから盛り返してくるが、本年はそれが全く無いまま、月末を迎えてしまった。 |
| | | 百貨店（売場担当） | お客様の様子 | ・最近はずっと前年比をクリアしていたが、今月は前年比96%と前年割れであった。また、秋物商材が入荷したが、秋物商品の動きが良いかわりに、夏のバーゲン商品がほとんど動かなかった。 |
| | | 百貨店（購買担当） | お客様の様子 | ・年々クリアランスのスタートが早まり、今年も6月30日からスタートということで、売上も前半シフトになった。恒例だと、中旬まではセールでしのげるのだが、今年はセールになっても客の買い控えは続き、どんなに単価が安くなっていてもその中から吟味して1枚を選ぶという買い方は依然として変わらなかった。ただし、気温が高くなってきたということで、Tシャツ関係の単価が安い物は良く動いている。また寝具関連が好調で、タオルケット・肌布団・ござといった清涼感のあるものが良く動いている。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・3か月前も現在も、販売点数が前年比102~103%とほぼ変わらない状態が続いている。来客数についても前年比102%と、ここ数が月変わっていない。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・買上点数は増加するが、高付加価値商品の動きが鈍く、客単価が前年を下回っている。 |
| | | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・雨の日が大変多かったため、歩いて来店する客が大きな荷物になる事を避けるために、あまり物を買わなかった。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・土用の丑の日の鰻重の予約で、中国産の低価格な商品が敬遠されたが、日本産の高価格なものに切り替える客は少なく、昨年を大幅に下回った。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数の動きには若干の上ぶれはあるものの、ほぼ現状維持の状態である。 |
| | | 衣料品専門店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・気温も上がってきたため、メンズ・レディース共に夏物の購買客は多いが、全体的な来客数は週末も含めて落ち込んでいる。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・ボーナス時期にもかかわらず、売上の伸びは今一つである。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | お客様の様子 | ・自動車関連市場は前年超えができない状況がずっと続き、最近では商談が長引いている。また新車台替促進も非常に難しくなっている。燃料高騰が大きく影響していると思われる。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | お客様の様子 | ・夏休みになったが、選挙のために来客数が減っている。話をしても、年金問題やそのほか様々な問題点ばかりが話題になり明るい話題が少ない。また雰囲気的に、景気の悪い感じが漂っている。 |
| | | 乗用車販売店（サービス担当） | 販売量の動き | ・新車の販売台数が3か月前に比べて良くなっていない。普通車でなく軽自動車売れている。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 来客数の動き | ・中旬以降は回復傾向にあるが、来客数は引き続き前年を下回る状態である。回復はしているが、その度合いは低調である。 |
| | | その他専門店〔時計〕（経営者） | 来客数の動き | ・衝動買い的な購買が少ない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | 来客数の動き | ・夏休みや連休もあったが、ファミリー層を中心に来客数が少ない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | 来客数の動き | ・今月初旬はボーナスの影響からか来客数はますますの伸びをみせていたが、中旬以降からは少し客足が途絶えている。 |
| | | その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者） | 単価の動き | ・来客数は前年に比べ2けたの増加が続いているが、客単価は今年初めてマイナスとなった。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・単価は落ちているが、販売量でカバーできているので、3か月前に比べると売上はさほど変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | 販売量の動き | ・婚礼は、前年比で増加傾向で推移しているものの、他の部門は依然として前年比でマイナス基調にあり、大きな変化はみられない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 単価の動き | ・客の動きはあるものの、客単価が非常に低下し、利益率も下がってきている。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・ボーナスシーズンであるにもかかわらず、ボーナスが出たとか、良かったとかいう話が1つも聞こえてこない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・7月は前半は売上も少し伸びていたが、後半は選挙も始まったため、夜間の飲食店の客の出入りが悪かった。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・梅雨の時期であったため、客の利用頻度も高かったが、距離としては近い距離が多かった。夜の繁華街については依然伸びが悪く、ほとんどの日において12時前後で人が閑散となる状況である。 |
| | | 通信会社（総務担当） | お客様の様子 | ・ボーナス時期の需要増もあり、新規契約はますますだが、大手事業者への乗換えによる解約が相変わらず多い。 |
| | | 通信会社（総務担当） | 販売量の動き | ・個人消費の面からいうと定率減税廃止、住民税アップ、年金不安、格差是正等意識面での景気好況が実感できていないのが現実。弊社の販売面における客の意見としても現実出てきており、需要の冷え込みが感じられる。 |
| | | テーマパーク（財務担当） | 来客数の動き | ・入園者数では、前年同月と比較して上回っているが、目標には及ばず、また、3、4月と比較してもほぼ同様な状態となっており、あまり変動が見られない。 |
| | | テーマパーク（広報担当） | 来客数の動き | ・長雨で来客数が落ちていたが、梅雨明け後は順調に回復した。 |
| | | テーマパーク（業務担当） | 来客数の動き | ・この時期は天候等の要因から例年苦しい時期であるが、ほぼ例年並みの来客数は確保できた。 |
| | | ゴルフ場（営業担当） | 来客数の動き | ・今年に入ってから変わらないものの、全般的に去年に比べては良い。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・客の話題は、景気が良くないという声ばかりである。 |

| 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 |
|--------------------|-----------|--------------------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | やや悪くなっている | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・今年例年になく週末に大雨が降り、それにより客足が遠のいた。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・中国の食品問題から、中国製原料を使用する医薬品やお茶関係の店舗で、売上が極端に落ちている。 |
| | | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・デフレ傾向が止まらない。バーゲンセールも初日にはぎわうが、過去と比べてインパクトが少ない。6月はバーゲンの前倒しで売上が増加したが、その反動が7月にすぐあらわれ、苦戦した。少子化・オーバーストア・デフレという三重苦にあえぎ、苦しんでいる。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（経営者） | 販売量の動き | ・依然、厳しい状態で、売れない。今月も売上は前年を割っている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・売上が伸びない。住民税のアップが消費意欲を大きく刺激し、販売量の低下につながっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・梅雨明けするまでは夏物が大不振だった。27日ようやくサンダルが前年を上回った状況で、6月30日に前倒ししたバーゲンを入れても前年比98%の売上となった。 |
| | | 百貨店（販売担当） | 単価の動き | ・セールであってもまとめ買いが少なく、昨年より客単価が若干低下している。購入の仕方がかなりシビアである。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・客単価の平均が前年比97.4%となっている。特にガソリンの値上げ等により財布のひもが固まっている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・近隣の商業施設が改装のため閉店しており、商圈としての来客数が減少している。そういったなかで、当店の来客数は、前年比92%で推移しており、厳しい状況が続いている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・平日の来客数は昨年と同程度ではあるが、週末については昨年を大きく下回っている。 |
| | | スーパー（総務担当） | 単価の動き | ・来客数は前年比1%程度増えているものの、客単価が一向に上がらない。特売合戦による客の取り合いで、一品単価も下がって、売上数量が増えない。 |
| | | スーパー（財務担当） | 来客数の動き | ・競合店の出店の影響もあり、既存店の来客数が前年を下回っている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数は前年比で1.7%低下しており、客離れに歯止めが掛からない。財布のひもは固く、出費の配分をしっかりと行っているようである。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・例年に比べ、夏物のセールの来客数が少ない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・前年比で来客数、販売量共に減少している。また、近所を見ても空きテナントが増えている。 |
| | | 衣料品専門店（地域ブロック長） | 販売量の動き | ・なかなか気温が上がらなかったことに加えて、台風4号の影響もあって盛夏物が売れなかった。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・例年に比べて気温が上がらず、エアコン・冷蔵庫などの季節商材の数字が増加してこない。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・ボーナス景気もなく、客も少ない。売上も、デジタル家電が不振で白物も良くなく、特にエアコンが昨年の5割の販売である。 |
| | | 家電量販店（予算担当） | 販売量の動き | ・先月までは、全商品的に販売数・販売金額共に上昇のトレンドに乗っていたが、7月に入り天候が不順だった事もありエアコンがやや不調となった。梅雨明けが例年よりやや遅かった事が、全体的に色々と影響しているとみている。その他の商品についても、特段の悪い傾向はみられないが、全体に軟調で推移している。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・販売量は前年比85%と大変厳しい状況となっている。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・「ボーナス商戦」であるこの時期に、来客数が伸びていない。 | | |
| その他専門店〔布地〕（経営者） | 来客数の動き | ・雨の日が多かったために、また、参院選の影響も出て来客数が伸びなかった。 | | |
| その他専門店〔カメラ〕（店長） | 来客数の動き | ・来客数の動きが前年比90%台の前半で推移している。 | | |
| その他専門店〔スポーツ〕（経営企画） | 販売量の動き | ・一部商品の値上げが影響し、買上点数が減少している。 | | |

| 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 |
|-------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | その他小売（営業担当） | 来客数の動き | ・選挙の影響で観光客の出足が止まって、土産物店の売上が悪い。 |
| | | 観光型ホテル（経理総務担当） | 販売量の動き | ・6月までは順調であった売上が、7月に入って急ブレーキがかかったように伸び悩んでいる。選挙の影響、台風や天候の影響等、要因が挙げられるが、増税感や物価高による心理的な影響も関係している。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・売上総額が減少しているだけでなく、乗客数も単価も低下したままである。 |
| | | 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・当月は賞与支給の時節だが、期待ほど商品・サービスの更新は無かった。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 競争相手の様子 | ・受注減少により過度な競争をしているため、廃業など発生し及び価格競争の激化。 |
| | | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・建築建材や建築設備機器の価格が、石油の影響からかジワジワと上昇している。選挙もあり、客は現在様子見のようだ。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・受注件数も徐々に減少傾向となって、1件当たりの受注金額も減少傾向となっている。 |
| | 悪くなっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・5月以来、客が商品を購入せず、全体的に状況が非常に悪くなっている。選挙が7月29日になったのも非常にこたえている。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・客の動きが悪く、アーケードがある商店街に人通りが全くない。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客との会話では、購買意欲等、全てにわたって以前とは違ってすごく慎重になっている事が見て取れる。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・今月は選挙の関係で客の動きがない。最近では選挙運動の流れで1杯飲むということもなく、飲酒運転の規制が厳しく、全く悪い状態である。 |
| 都市型ホテル（経営者） | | 来客数の動き | ・宿泊、レストラン共に利用者数が減ってきている。 | |
| 企業動向関連 | 良く なっている | - | - | - |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・新規案件の受注があり生産量がやや回復している。 |
| | やや良くなっている | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・エアコン関連は欧米からの追加受注等高止まりの受注となっている。自動車関連は、生産は引き続き好調で減速の気配は見当たらない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・新製品の受注は予定どおり推移し好調である。 |
| | | 輸送業（統括） | それ以外 | ・業務拡大を図るため人員を募集するがここ1年はほとんど集まらない。他の業種に人材が流れている。 |
| | 変わらない | 金融業（業界情報担当） | 取引先の様子 | ・主要取引先の輸出好調を背景に、受注は高水準を維持している。新規受注も獲得し、増収・増益基調を継続している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・生産量、出荷量共に先月と大きな変化はなく安定しており、全般に高稼働率を維持している。物流費・原燃料費高騰の影響を受けながらも好景気の影響で、利益が出ている。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は堅調であるが、エネルギー関連費用や原材料等収益圧迫要因が強く、業績は厳しい。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・ここ1年間、受注量は多く、工場はフル稼働で生産している。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・市場環境が回復傾向にあるものの、国内向けの自社製品の売上は、引き続き厳しい状況下にある。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・春先からクライアントからの受注も安定し、好景気が続いている。 |
| 建設業（経営者） | | 受注価格や販売価格の動き | ・工場関係などで仕事の量はそこそこあるのだが、価格的大変厳しく、末端の当社までは潤わない状況が続いている。 | |
| 通信業（営業企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・法人向け通信サービスの販売は伸びが鈍く、一部業種を除いて商談があまり進展しない。従来型の高品質・高価格商品更改ペースが落ちていることから、総合収支的には目標値を維持しているものの、新規サービスについては販売が増加傾向にはなっていない。 | | |

| 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 |
|-------------|-----------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 通信業（部門長） | 取引先の様子 | ・施策として投資はしなければならない事は分かっているが、業績が不振で検討が進まないというユーザーが多い。将来的に導入効果のある施策よりも、現在のコスト削減施策が優先している傾向が強い。 |
| | | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・製造業やサービス業はコンスタントに売上を確保している。特に製造業は、4月以降堅調さを維持しているところが多い。反面、建設業関係の不振が目立つ。特に公共事業を主体にしている会社は、売上高を前年より2割以上落としているところもあり厳しい。 |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・社会の食品製造に対する見方が厳しいものがある。委託先の各社についても、売上等の数値の減少が見受けられる。 |
| | | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・現在は一応順調に推移しているが、先の見通しが立たないので好感感はない。逆に春先の販売状況は新商品の投入もあり、活発な動きをみせたが、ここにきて落ちてきており、逆に在庫増の傾向も出てきた。 |
| 悪くなっている | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・これといって良い業種がない。特に建設土木においては、夏枯れ、仕事がない状況が続いている。3月の決算企業においても、収益は軒並みダウンしている。また、夏季の賞与資金についての話は全く出ていない。 | |
| | | | | |
| 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） | 求人数の動き | ・今まで派遣を利用していた企業は大手企業が中心だったが、ここ数か月は中小企業からも人材の引き合いが出てきた。それによって、求職者へ紹介できる仕事が多くなってきている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（担当者） | 採用者数の動き | ・来春卒業の新卒向けの合同企業説明会への申込が増えてきている。 |
| | 変わらない | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・広告費などの出稿状況を見ても、あまり変化がない。各企業共経費節減については厳しくなっているようだ。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人は前年比で横ばいとなったが、ここにきて原油価格の高騰の影響がでている。運送業を中心にETCの利用方法の見直しなどコスト削減に拍車がかかっており、新規雇用には消極的になっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年同月及び3か月前に比べ増加した。内容を見るとパート求人が増加傾向にあり、専門技術職で増加し事務職や生産工程の職業で減少している。正社員の求人は、やや落ち着いた感がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 採用者数の動き | ・求人数はやや上向き加減にあるが、採用数が前年を下回っており、求職者数が減少とならないため、求人倍率は下降している。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | 求人数の動き | ・前月に比べ、新規求人数の伸びが鈍化してきている。前年比で5月は2けたの伸びをみたものが、6月の伸び率においては2けたに届かず、労働市場は小康状態にあると言える。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求職者数の動き | ・個人事情による自発的退職者の割合が多く、収入増という理由よりも、やりがいや自己実現のために転職を考える人が増えてきている。 |
| | やや悪くなっている | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人依頼の企業が、この時期でも多くある。 |
| 人材派遣会社（支店長） | | 求人数の動き | ・登録者数が減少し、また客から人材に関する依頼も減少している。 | |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 雇用形態の様子 | ・利益を出している地場中堅企業において、正社員で補充すべきところを、「とりあえずは非正社員で雇用して様子を見る」とのスタンスで対応するケースが散見される。 |

| 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 |
|----|-------------|-------|-------|----------------|
| | 悪く なっている | - | - | - |

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 やや良く なっている | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・7月は、ボーナスの好調さにより客単価が上昇した。当店では、3%ほど客単価が前年を上回っている。財布のひもが少し緩む程度に、ボーナスが良かったと実感した。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・先月から10月にかけて新型車の投入が3車種あり、来客数も伸びている。販売に結び付き始めている。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | 販売量の動き | ・道の駅等での、旅行者の土産用地酒は、単価の高い商品が以前より売行きが良くなっているが、地元景気という点では変わらない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | それ以外 | ・来客数、売上共に前年同月を上回った。前月同様ファッション性の高い商品群ほど苦戦しており、中元商品は個人客は前年並みで推移したが、法人は若干減少した。 |
| | | スーパー（店長） | 競争相手の様子 | ・競合店のチラシによる安売りが激化しているが、客は安さだけを求めているのではなく、価値のあるものを購入しようとしている。 |
| | | スーパー（財務担当） | 販売量の動き | ・1人当たりの購入金額は3か月前とほぼ同額であり、大きな変化はない。売上全体でもほぼ昨年と同額となっている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・6月はセール開始が昨年より1日早くスタートしたため、6月の既存店売上は前年比110%となったが、7月は台風の影響もあり、前年比5%強のマイナスで推移している。最終的には6～7月通しでみると、ほぼ前年並みになる。 |
| | | 家電量販店（店長） | 単価の動き | ・来客数は増えているが、一般的に商品の単価が落ちている。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | お客様の様子 | ・夕方の気温があまり上がらないまま梅雨が明け、台風にも客足を止められた形となった。そのためエアコンは低価格タイプの買い換え需要がほとんどを占めている。 |
| | | 乗用車販売店（管理担当） | 販売量の動き | ・新車種が発売されても、販売台数は増えない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・土日のフェアでは、車両での来客数、サービス入庫台数は前年を上回って推移しているが、1か月を通した販売台数は、前年割れとなっている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・参議院選挙の影響により昨年比で良くない。8月の予約は、昨年水準に少し満たない。景気は横ばい状態である。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・3か月前と比べて客単価、1日の売上は変わらない。週末、金曜日は人出はあるが、自転車通勤が増え、タクシーの利用が少ない。 |
| | | 通信会社（管理担当） | 販売量の動き | ・市場全体の販売状況は3か月前と大きな差はなく、一定の範囲内で推移している。 |
| | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・来客数は3か月前とあまり変わりはないが、昨年と同時期よりは良くなっている。 | |
| | 設計事務所（所長） | 単価の動き | ・比較的新しい賃貸マンションでも、空室が目立つようになり、家賃を下げる動きがある。 | |
| | やや悪く なっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・夏物のバーゲンもスタートしたが、大変、来客数が少なく、売行きも良くない。夏休みに入ってから学生の出も悪く、ファミリー層も今まで以上に郊外店舗へ流れている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・6月末のクリアランスのスタートということで、かなりにぎわったが、7月に入って、そのにぎわいが一気に落ち込んでしまい、大変厳しい。 |
| | | スーパー（店長） | 競争相手の様子 | ・近隣の競合店のスーパーが閉店し、昨年比で見ても思った以上に自店の売上が伸びていない。 |
| | | スーパー（企画担当） | それ以外 | ・湯水が一転、台風による集中豪雨、更に梅雨明けの遅れと天候影響が大きかった。特に例年の気温と3度ほどのかい離があったので夏物衣料の動きが悪かった。 |

| 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 |
|---------------|----------------|--------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（統括担当） | 競争相手の様子 | ・競争店舗が価格をかなり下げて特売を実施している。客が集まりにくくなって相当苦労している。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・7月の第2週目からセール期間であったが、前半は雨、台風に見舞われて売上が伸びなかった。後半は良くなってきたが、前半分をカバーしきれなかった。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・暑くなり、四国八十八か所巡礼者も減り、街に車が増えているが、客自体は増えていないので1台当たりの客が減少し厳しい。ビアガーデンには人を出ているが、2次会、3次会に出る人は少なく、客も少ない。長距離の客もなく厳しい。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・観光客の数が少し減ってきている。 |
| | | 設計事務所（職員） | それ以外 | ・同業種の売上、単価は依然として低迷、低下しており、受注競争が激化している。街の人通り、百貨店の来客数も増えていない。特に中心市街地の商店街や夜の歓楽街の人通りが少なく、廃業が目立つなど地方の景気は悪い。 |
| | | 悪くなっている | 一般小売店〔生花〕（経営者） | お客様の様子 |
| 一般小売店〔乾物〕（店員） | 販売量の動き | | ・中元の売行きが良くなく、来客数も少ない。 | |
| 美容室（経営者） | 来客数の動き | | ・来客数の激減が続いている。 | |
| 企業動向関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 繊維工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・百貨店の店頭はまだまだ良くない状況であるが、専門店については高額品が売れ始めている。 |
| | 変わらない | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・トイレットペーパーやティッシュペーパーの業界は、素材が高騰しているにもかかわらず、価格が上昇しない。新商品の重曹（炭酸水素ナトリウム）は少しづつ認知されつつあり、売上も増加してきている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・建設用クレーンの大型分野で6月の総需要が前年比120%超となり、28か月連続の前年超えが続いている。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・民間工事の見積依頼が増えてきており、休日返上で対応している。しかし、収益面では適正価格が確保できていない。 |
| | | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・大口客の売上が前年比で増加しているため比例して貨物量が増加しているが、燃料費の上昇で相殺されてしまう。 |
| | | 通信業（営業担当） | それ以外 | ・営業活動の中で、特に大型量販店のマネージャーから、「高価だが高機能家電の売行きが良い。個人消費が二極化していると感じる。趣味やこだわりの品では高価なものを買うが、何でも買うわけではなく、商品を比較検討し慎重に買っている。個人消費全面回復にはもう一歩」との声をよく聞く。 |
| | | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・今月の取引先の資産表、あるいは決算の内容を分析すると、対前年比で売上が3%程度、平均で落ちており、減収減益の状態がまだ続いている。残念ながら、景気は変わらないか、あるいはやや悪い状況である。 |
| | | やや悪くなっている | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | | 受注量や販売量の動き | ・大企業との取引は、特殊な噴霧乾燥機を中心にあまり変わらず受注がある。一方、中小・地場企業の電気設備、機械設備の受注は止まっており、非常に特殊な設備以外はない。 |
| | 建設業（経営者） | | 受注量や販売量の動き | ・ますます受注量が落ちた。 |
| 輸送業（役員） | 受注価格や販売価格の動き | | ・原油価格の高騰や、税制改正によるコスト増要因が運賃に転嫁できず、加えて客からの値引き要請や物流合理化要請が強い。 | |
| 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | | ・5月、6月と、地元大手建設土木業者が倒産するなど、同業界は厳しい状況が続いている。 | |
| 悪くなっている | 食料品製造業（従業員） | それ以外 | ・食肉偽装表示事件、中国産の原料問題等で売行きが良くない。 | |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |

| 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 |
|----|-----------|----------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------|
| | やや良くなっている | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は、前年同月比で2か月連続して増加している。3か月前は前年同月比で減少していたため、景気はやや良くなっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・新規求職者数は、事業主都合離職者や自己都合離職者が前年同月と比べて減少したため、全体で減少している。また、より良い条件を求めて、在職中の転職希望者が増加している。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | 求人数の動き | ・業種間格差はあるが、昨年と比較して全体的には求人数は増加している。特に情報関連企業の求人が増えており、技術職の確保が難しくなっている。 |
| | 変わらない | 職業安定所（職員） | 雇用形態の様子 | ・40歳代男性など高収入が必要な年代の人までが仕事が見つからず、契約社員等の不正規雇用へ就職せざるを得ない状況である。 |
| | やや悪くなっている | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・全体的に、案件、派遣の要請、職業紹介の件数が減少している。市場全体を見ても偏りがあり、事務処理系案件は大幅に減っているが、営業・販売系案件に関しては増加している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・広告予算を増やすクライアントが無い。また、建物の新築や新規出店がごくわずかであり、経済が動いていない。 |
| | 悪くなっている | - | - | - |

10. 九州（地域別調査機関：（財）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 | - | - | - |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・セール後半の7月10日過ぎから、夏物の購買意欲が活性化している。例年よりはセット率（複数点買い）は低いが、商品を吟味して価格が安いから飛びつくというより、良いものを安く買おうという姿勢がうかがえる。6月下旬～7月上旬は住民税の控除額アップが客足を鈍らせた。 |
| | 変わらない | コンビニ（販売促進担当） | 販売量の動き | ・量販店の売上は前年比7.3%増、コンビニエンスストアは同0.5%増、ローカルスーパーは同7.6%増となった。台風前のまとめ買いに加え、夏休みに入り食パン、菓子パンが好調に売れている。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | 販売量の動き | ・家電は、通常であれば夏はエアコンが売れるが、それに加えて薄型テレビの売上も徐々に上がってきている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・今月は、7月では過去に経験したことの無いほどの宴席受注ができた。この10年間で比較しても、ピークとなる12月に匹敵する売上である。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・プレ国体が本格化し、来客数が増えている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・天候のせいもあるが、客の乗り込みが非常に良く、予約状況も良かった。全社で稼働が良く、売上も全体的に良い。 |
| | | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・7月の3連休時に台風が上陸したため、宿泊等にかなり影響が出た。ただし、夏の予約状況は毎年前年を上回っており、この夏にも期待できる。 |
| | | 競馬場（職員） | 販売量の動き | ・客足は横ばいだが、売上が上がっている。 |
| | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・夏物のクリアランスセールの時期であるが、お得意様に案内をしても、なかなか来店してくれない。 |
| 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・今年は梅雨らしい梅雨で、しかも梅雨明けが1週間ほど伸びたのでその分悪かったが、梅雨明けからは客足が戻ってきた。 | | |
| | 変わらない | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | 来客数の動き | ・近くの量販店が開店して1か月が過ぎたが、新規の客を取り込むのはなかなか難しい。特に量販店の客は安さ第一なのか、当店には振り向かない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・7月のセールの状況を見ると、客は自分の欲しいブランド・商品を買っており、安いから買うという衝動買いはあまり見られない。このような傾向は正価販売時期と大きく変わっていない。 |
| | | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・天候不順や選挙の影響があり、夏のクリアランスセールは予想した販売量を確保しきれていない。 |

| 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 |
|----|---------|----------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・クリアランスセールと中元商戦の前倒しから6月は好調に推移したが、7月以降は台風や選挙の影響もあり、売上は苦戦した。唯一ミセス婦人服のセールは好調だが、その他の動きは鈍い。高額品の消費も低調になりつつあり、予断を許さない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・中元ギフト及び婦人衣料関係はほぼ前年並みであるが、紳士衣料が苦戦している。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・台風や雨、気温の低下により衣料品を中心にかなり売上が良くない。今月の最終見通しは前年比95%前後である。衣料品の売上は前年比94～95%まで回復、食品はほぼ前年並みである。今月はクリアランスを6月に行っているため数字上は良くないが、流れとしては前月から変わっていない。他店動向も同じような推移をしており決して良いとは言えない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・前半は夏物商品の動きが悪かったが、後半は良くなったので、1か月を通すと前年並みである。 |
| | | 百貨店（業務担当） | 販売量の動き | ・夏物の処分期に入っているが、台風等の影響もあり、来客数に大きく影響している。結果として取りこぼしている状況を打破できていない。中元ギフトも総量の減少が続いており、全体的に回復しているとは言えない。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | 販売量の動き | ・より高質なもの都市圏へ、価格訴求品は量販店へと流出している。地域間競争、消費の二極化の流れが加速し、旧態依然とした店内環境や品ぞろえでは競争に生き残れない。6月末のクリアランスセール開始で6月は追い風となったものの、7月では逆風となった。 |
| | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・天候不良による相場高等で、商品の動きが若干鈍っている。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・月初めは豪雨で食品の売上がかなり厳しい状況であったが、後半は猛暑になり、衣料品の売上が前年を上回る勢いで好調である。野菜の相場が前年の97～98%まで回復し、全体的には前年並みである。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・食品・衣料品・飲食店は前年と変わらぬ来客数で、特に衣料品は気温差に対して影響が大きい。客単価は差がない。ただし、税金、医療費、介護保険料等の負担増の影響が徐々に出てきている。 |
| | | スーパー（総務担当） | 来客数の動き | ・梅雨明けの遅れと台風の影響で、全体的に来客数が減少している。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・食料品についてはほぼ前年並みに推移しているものの、衣料品関係が夏物処分などの価格訴求を行っているにもかかわらず客の反応が今一つ良くない。相変わらず必要最低限の物だけをそろえるという傾向が続いている。 |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・8店舗あるコンビニのうち、住宅街の店についてはやや持ち直しの傾向があるが、ビジネス街と飲食街にある店は依然として前年を相当割っている。客層によって景気の動きに変化が出てきている。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | お客様の様子 | ・購入するまでの時間を観察すると、以前より長くなっている。客は買物の合計金額を計算しながら購入している。 |
| | | 衣料品専門店 | 来客数の動き | ・来客数が変わらない上に、今は夏物の半額セール中なのであまり利益が上がらず、売上全体としては変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | お客様の様子 | ・来客数は多いのに売上が伸びていない。子供連れの客は、店内の遊び場で子どもを遊ばせるだけで、何も買わずに帰るケースが増えている。客は外出はするが支出は抑えたい様子である。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | 販売量の動き | ・今月はセール時期であるので、単価は低いとその枚数を稼ぎ、何とか予算を達成することができた。セール価格であるので、セット価格の設定もしやすかった。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | 来客数の動き | ・夏休みに入り、中学、高校、大学のヤング客が急増しており、ヤング向けの単品、雑貨、化粧品がよく売れている。ミセス婦人服は前年並みで、クリアランスセールで売れている。宝飾品も前年並みで、総じて前年はクリアできる。 |

| 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 |
|----|-----------|----------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 家電量販店(店員) | 来客数の動き | ・多くの消費者は、当面必要なもの以外の購入を手控えている。猛暑によりエアコンはたまたま購入するが、その他の商品は動かない。 |
| | | 家電量販店(総務担当) | 販売量の動き | ・猛暑の予想に反して気温が上がらず、季節商品の動きが悪い。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | 販売量の動き | ・ボーナスを車の購入に当てる人がなかなかいないので、受注が上がらない。 |
| | | 乗用車販売店(管理担当) | 販売量の動き | ・依然として厳しい状況が続いている。ガソリンの高騰、株価の低迷、選挙等、不安定要因もあり売上も前年割れが続いている。 |
| | | その他専門店[ガソリンスタンド](統括) | お客様の様子 | ・7月の燃料油の小売価格は、仕入価格の値上げを受け、値上げとなった。客は、燃料油の価格上昇は仕方ないという反応であり、若干価格が安いセルフスタンドを利用する傾向が強い。ただ、賞与が支給され、洗車チケットなど燃料油以外の購入が増えてきている。 |
| | | 高級レストラン(スタッフ) | 来客数の動き | ・今月の前半は雨が多く、人は動かず来客数も少なかった。特に九州南部は水害等の影響から、福岡への来客数が少なかった。14日からの連休も、台風上陸により不調であった。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | 販売量の動き | ・ボーナスが出たため団体客が若干動き、上向きになっているが、販売量としては変わらない。 |
| | | 一般レストラン(スタッフ) | 来客数の動き | ・ランチタイムの来客数は前年と同じくらいであるが、夜の客が激減している。 |
| | | スナック(経営者) | 来客数の動き | ・日によって来客数の波が大きい、7月トータルでの来客数はここ数か月変わらない。 |
| | | 都市型ホテル(総支配人) | 販売量の動き | ・4月以降の稼働率は前年比約5%減となっている。競合施設の状況もほとんどの所で低下しているようである。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・7月の予約は順調に入っていたが、台風4号の影響による沖縄・九州内・東京方面の取消しが予想以上に大きく影響した。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・選挙運動で人の動きが良くない。また、暑さのせいで人が出てこない、売上が上がっていない。 |
| | | 通信会社(管理担当) | 販売量の動き | ・売上高に特に大きな上昇傾向が見られない。 |
| | | 観光名所(職員) | 来客数の動き | ・観光施設においては前半が雨、後半は日照りで天候に左右されたが、前年より多少上回っている程度である。ゴルフ場も同じである。 |
| | | 美容室(店長) | 競争相手の様子 | ・低料金の大型店が進出してきて、個人経営の店に影響を与えている。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | お客様の様子 | ・客との話の中で、景気が良くなってきたという話が先月まではあったが、今月はそのような話が減ってきた。 |
| | やや悪くなっている | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・今は一番物が動かなければならない時期なのに、ほとんど購買に結び付かず、販売量が悪い。本来は進物等が出る時期なのに、それらの動きもみられない。 |
| | | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・今月は雨の日が多く、高齢の買物客は近場で買物をしている。特に商圏内に大型スーパーが開店し、それに伴い近場のスーパー、コンビニが一斉に売出しを始め、週末には何十部という新聞の広告が入る。我々商店街には客が来ない。 |
| | | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・台風や梅雨、大雨、猛暑等の影響から、来街者が大変少なくなっている。 |
| | | 一般小売店[青果](店長) | 競争相手の様子 | ・地元の中規模スーパーのバイヤーと時々話すが、当店を含め、みな前年比85~90%程度と厳しい状況である。 |
| | | 一般小売店[茶](販売・事務) | 来客数の動き | ・来客数は前年より減少している。梅雨の間も暑い日が続いていたが、梅雨が明ければなおさら商店街の人通りが減っている。客は熱いお茶を飲んでいないようで、売上は伸びていない。ペットボトルのお茶や水に対する反応が相変わらず大きい。 |
| | | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・当月中旬の台風による臨時休業、選挙によるギフト需要の減少で売上は伸びず、また連日の酷暑により来店客が伸びない。 |
| | | 百貨店(営業担当) | それ以外 | ・一時、富裕層が台頭し高額消費が良くなるという予測があったが、高額商品の動きも極めて悪くなっている。将来に対する不安や、株価、為替、原油等の不安定な要素が影響し、消費に消極的になっている。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・全体では良くなっているようであるが、小売業においては中国産の報道等で消費が非常に左右される。消費が左右されるということ自体が、良くなっているという傾向ではない。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・台風の影響で営業日数が1日足りないこともあるが、来客数の増加が見られない。景気はなかなか回復しない。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・既存店舗の単価の下落が顕著である。原価の高騰も始まり、売値に反映せざるを得ない状況も始めている。生活者の消費意欲もいささか低下気味である。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・月前半に衣料品が全く売れず、前年比88%と大きく落ち込んでいる。 |
| | | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・前月の空梅雨とは打って変わり、今月は例年以上に雨天日が多く、気温も低めだったため、夏商材の清涼飲料・アイスクリーム・ビール・発泡酒・乾麺・つゆ等や、夏用の消耗雑貨・化粧品等の動きが悪かった。また、大型ショッピングセンターや地場中堅ショッピングセンター等の競合店への流客に加え、季節外れの台風到来の影響もあり、客足が非常に鈍かった。買物回数が減少した分、1回当りの買物数量が増え、客単価は上昇したものの、来客数減をカバーするまでには到らなかった。 |
| | | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・他店との競合がますます激しくなっている。また、7月は例年ほど暑くなく、めんつゆ、乾麺、飲料等の季節商材の売行きが悪い。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・梅雨明けが遅く、天候が悪いせいもあり、売れるべき商品である冷やし麺やアイス等の夏物商品の売行きが悪く、厳しい状況が続いている。 |
| | | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・天候の不安定さと観光客の減少により悪くなっている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・長雨や天気の影響から、客の動きが今一つである。良い物はそれなりに動くが、来客数が今一つ思わしくない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・例年より遅い梅雨明けと、時ならぬ台風で夏物販売の出鼻をくじかれ、苦戦している。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・車販売の季節指数をみると、前年と比べて販売量がかなり落ちており、3か月前を見てやや下り坂である。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 来客数の動き | ・月初めの梅雨の長雨で客足が悪かった。キャンペーンも今一つであった。 |
| | | その他専門店【コーヒー豆】（経営者） | 競争相手の様子 | ・同業他社の状況を見ると、夏のボーナス支給金額が前年より下回っているところが多い。当社を含め業界全体が前年比マイナスになっているとみられる。 |
| | | その他小売【雑貨卸】（総務担当） | 販売量の動き | ・住宅建築着工数が激減している。材料の高騰や燃料費の値上がり等により消費者マインドが冷えている。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・選挙のため、会社関係の接待が多い当店のような割烹料理店はかなり厳しい苦戦の月であった。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 競争相手の様子 | ・当社の仕入先の酒屋の話では、今月とはとにかく実績が悪い。 |
| | | 観光型ホテル（営業担当） | 競争相手の様子 | ・6～7月中旬まで雨天や台風等で出足が悪く、夏企画が思いの外伸びない状況である。また、今年は特に地域内の競争相手の動きが例年より活発である。 |
| | | 都市型ホテル（副支配人） | 単価の動き | ・前年に比べ5%程度販売量が下がっている。単価を下げればそれを回復できる状況である。 |
| | | 通信会社（業務担当） | 販売量の動き | ・7月に入り、売場も夏祭り等の演出で盛り上がり週末の来店数も増えていたが、高価格帯商品が多いため、なかなか販売数増にはつながらず、平日の落ち込みもあり厳しい状況である。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・台風や雨で5日間は営業できなかったため、大きなマイナスになっている。 |
| | | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・売上が今一つ伸びない。例年、美容業界は活況の時期であるが、客の動きが非常に悪い。美容室業界で客の流入が非常に悪くなっているということは、客は不景気感を非常に強く感じ、おしゃれを差し控えている傾向にあるということである。 |
| | 悪くなっている | | | |

| 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 |
|--------|---------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業動向関連 | 良く なっている | - | - | - |
| | やや良く なっている | 農林水産業（経営者） 家具製造業（従業員） 金融業（調査担当） 経営コンサルタント その他サービス業〔物品リース〕（従業員） | 受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き 取引先の様子 受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き | ・ビールの消費が伸びているため、おつまみ関連の食材がスーパー、居酒屋関係で順調に伸びている。 ・ビジネスホテルの建設が続いている。また、小規模な店舗の工事もおう盛になり、今月は内装仕上げの職人も手薄になっている。 ・自動車産業を中心に設備投資が増加している。また、公共工事も増加している。個人消費は横ばいであるが、求人は増加する等、雇用は改善傾向が続いており、景気は改善している。 ・天候はかなり荒れたが、その中でまずまずの販売量、収入を上げているところが多い。熊本は、熊本城の築城400年で観光に力を入れているが、夏場にかけて効果が出ており、ホテルやタクシーがプラスに転じていると言う話を聞く。 ・引き合い案件は引き続き増加傾向にあり、契約も前年を大幅に上回っている。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・出荷金額は前年比でやや増加しているものの、夏場は閑散期で金額自体が小さいため、大きな変化を実感することができない。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・販売量が減少すると予定したが、スポットでの受注が伸び、半年並みであった。 |
| | | 繊維工業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・仕事は受注できているが、原油、資材の値上がりが続いており、景気が良いとは言えない。中国の内需拡大が綿価格等に影響しているほか、オーストラリアの天候の悪さから羊毛もとれにくいようだ。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（取締役） | 取引先の様子 | ・全体的に景気は横ばいである。同業者、取引先を考えると、中小企業は厳しく、大企業は上昇しており、企業規模・業種で格差が出ている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・業種によって景気の善し悪しが分かれている。自動車に関連する業種は当分このまま良い景気が持続しそうであるが、その他の業種では、先の景気のことを良く言う取引先は少ない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・自動車関連の需要が落ち着いてきた。現状は仕掛品の納期対応に追われている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・半導体関連は、リードフレームをはじめ電子部品、コネクター関連等、全般的な夏枯れを非常に心配していたが、現状ではフル操業が続いている。各大手企業も軒並み動いている。かつ精密機械部品もフル操業が続いている。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・工事請負件数が激減し、常用労働者を休ませている。このままいつまで続くのか、先々が不安である。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・衣料品や食料品の荷動きが悪くなっている。 |
| | | 通信業 | 受注量や販売量の動き | ・受注量は前年同様多いが、受注価格は相変わらず厳しく、景気の回復は感じられない。 |
| | | 金融業 | 取引先の様子 | ・やや良いという状態が続いており、変化は無い。良い企業・業種は相変わらず良いが、悪い企業もそれなりに安定している状態である。 |
| | | 新聞社（広告） | 取引先の様子 | ・広告主や広告会社の動向を見ると、予算の縮小や据置きが大半である。 |
| | | 経営コンサルタント | 受注価格や販売価格の動き | ・受注価格が上昇する傾向がほとんど見られない。 |
| | | 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・焼酎芋原材料の値上げから、100円/1.8リットルの値上げの動きがある。仮需で動いているが消費者の動きは変わっていない。 |
| | やや悪く なっている | 農林水産業（従業員） 窯業・土石製品製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 輸送業（従業員） | それ以外 受注量や販売量の動き 競争相手の様子 競争相手の様子 | ・えさの値上がりが著しい。7～9月もまた値上がりとなっており、非常に厳しい状況である。 ・毎年夏場は商品の動きが鈍くなるが、今年は特に地震や選挙、住民税の増加等があり、受注関係が悪くなっている。 ・仕事量はある程度あるが、競争が厳しくなったのと材料が高騰してきたので、収益面で非常に厳しい面がある。仕事もすぐに決まらず、経営に影響が出ている。 ・同業他社も荷動きが非常に悪くなってきている。 |

| 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 |
|-------------------|---------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 金融業（営業職 渉外係） | それ以外 | ・原油の高騰、台風や地震の影響による野菜類の高騰など、私たち家計の負担はますます高まってきている。さらに政局や株価も不安定であり、景気は後退しているものと考えられる。 |
| | | 金融業（得意先 担当） | 取引先の様子 | ・取引先の建設業関連の業種では、県を始め、市町村発注の工事が全くないという状況にあり、かなり厳しいという話である。今度さらに厳しくなる。 |
| | 悪く なっている | | | |
| 雇用 関連 | 良く なっている | 人材派遣会社 （社員） | 求人数の動き | ・長期の案件が増えてきている。 |
| | やや良 くなっている | 人材派遣会社 （社員） | 求人数の動き | ・人材を求める企業が増えている。 |
| | | 職業安定所（職 員） | 求人数の動き | ・高校生の求人募集が6月20日から募集が開始され、7月末現在で前年より30%程度伸びている。製造業は横ばいの募集数であるが、卸・小売、サービス関係が約30%伸びている。しかも大企業より100人未満の企業が増加している。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社 （社員） | 求人数の動き | ・当市では、大型ス・パー出店に伴う求人もあるが、それ以外の場所ではあまり求人数が増えていない。特に当地区の事務職については、かなり減っている。 |
| | | 職業安定所（職 員） | それ以外 | ・県外の派遣事業者の進出が目立っている。派遣請負求人の割合が30%台と相変わらず高い状況にある。 |
| | | 職業安定所（職 員） | 求人数の動き | ・新規求人数、新規求職者数とも大きな変動はない。求人内容も派遣請負が全体の20%とそう変化がない。 |
| | | 学校〔大学〕 （就職担当者） | 求人数の動き | ・採用側の求人意欲は、一時期に比べ落ち着きはあるものの、依然として高水準である。新卒対象の求人活動で採用予定枠を充足できなかった企業が、夏・秋も採用活動するケースがみられる。加えて、第2新卒も採用の対象とする企業も見受けられる。 |
| | | 学校〔専門学 校〕（就職担 当） | 雇用形態の様子 | ・常勤雇用が非常勤雇用よりまだまだ少ない状況にある。 |
| | やや悪 くなっている | 求人情報誌製作 会社（編集者） | 求人数の動き | ・福岡都市圏におけるパート・アルバイトの求人者数が前年に比べ約5%程度減少している。 |
| | | 新聞社〔求人広 告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・正社員よりパート・アルバイトの求人広告が、また、広域より狭い地域での求人広告が多い。企業の求人担当者は、売上拡大というより、現状維持あるいは厳しい見通しをたてるケースが多い。 |
| 職業安定所（職 員） | | それ以外 | ・ここ数か月間、事業主都合による離職者数は前年を下回るペースで推移してきたが、先月以降急激に増加し、雇用保険資格喪失全数に占める割合は15%を超える。 | |
| 民間職業紹介機 関（支店長） | | 求人数の動き | ・全体として、長期契約の人材派遣需要（人数ベース）が昨年同時期よりも2～3%下回っている。短期・単発需要は携帯電話販売等は伸びているが、人材供給面で供給が完全でない。 | |
| | 悪く なっている | - | - | - |

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）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 | その他のサービ ス〔レンタ カー〕（営業担 当） | 乗客数の動き | ・前年に比べて、県外観光客予約状況が好調に推移している。今月の台風4号の影響でかなりのキャンセルが出たが、それでも対前年105%という数字になる。 |
| | やや良 くなっている | 観光型ホテル （商品企画担 当） | 単価の動き | ・夏場のピークシーズンにおける単価が上昇している。 |
| | | 観光型ホテル （営業担当） | 販売量の動き | ・今月は2年ぶりの台風の直撃でかなりのキャンセルがあったにもかかわらず、売上予算はどうかクリアできそうである。 |

| 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 |
|-----------|-----------|--------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 変わらない | 百貨店（担当者） | 販売量の動き | ・前月の「会員様先行クリアランス」から、好調に推移している。衣料のクリアランス動向が良く、月中まで全館で前年同月比で3%伸長している。3年ぶりの台風直撃の影響があり5%減少したが、台風以降は回復し売上は好調である。特に台風以降は秋物動向が良く、フロアにおいては構成比の60%を占めるまでに拡大し、全館をけん引している。またお中元ギフトの動向も活発で、月末までに計画を10%上回る見込みである。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・売上は前年並みで推移しているものの、主力の米飯・ドリンクの売上は前年割れであり、夏場が終わってもこの傾向は続く。弁当にしてもヒット商品が出ない。主力商品の販売低下は減益となり、店舗の体力も落ちる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が前年比で3、4%程減少している。この数か月、同じ傾向が続いている。 |
| | | 通信会社（店長） | 販売量の動き | ・購入を即決する客が多い。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・施設利用者は、3か月前の平成19年4月は前年同月比で108.3%である。今月は7月25日現在で107.2%と若干低い伸びとなっている。ただ7月13日に上陸した台風による影響を考慮すると、沖縄観光は順調に推移している。来園者は、家族連れ、カップル等が中心である。 |
| やや悪くなっている | | 一般小売店〔衣料品・雑貨〕（経営者） | 販売量の動き | ・7月の中旬が前年同月比で75%に落ち込んだため、7月全体では85%と落ち込んでいる。要因は来店者数と客単価が両方減少していることである。限定販売などの魅力ある商品開発が求められている。 |
| | | その他専門店〔楽器〕（経営者） | 販売量の動き | ・今月は選挙と台風の影響で、売上が前年に比べて15%程度は減少している。 |
| | | 高級レストラン（営業担当） | 販売量の動き | ・観光入域、観光収入を考えると下向きなのは疑問である。店のハードの影響が出てきている、客の目が肥えてきている（リピーター率は約7割である）可能性がある。常に新しいモノを提供していかなければならない。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・7月は繁忙期に入るが、例年に比べ来客数が20%減少している。ガソリンの値上げ、野菜の高騰で地元客、特に女性が外食しなくなっている。 |
| 悪くなっている | | 商店街（代表者） | 競争相手の様子 | ・中心商店街は、現在空き店舗が多い。また空き店舗に入店しても土産品店が多く、共倒れで客割れの状況が起こっている。 |
| 企業動向関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 会計事務所（所長） | 受注量や販売量の動き | ・観光関連では、前年より来客数が増加している。 |
| | 変わらない | 輸送業（営業・運営担当） | 受注量や販売量の動き | ・家電製品（エアコン）の入荷・出荷量が増え、売上は増大したものの燃料費の高騰がその分を圧迫、結果的に変わらない状況になっている。 |
| | | コピーサービス業（代表者） | 受注量や販売量の動き | ・最近の市場は想像以上の厳しい。そうなる第一の理由は、県市町村の財政難である。今後はますます厳しくなる。 |
| | やや悪くなっている | - | - | - |
| 悪くなっている | - | - | - | |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・県内に進出している県外企業の採用活動が活発化している。また、県内企業の内々定も昨年に比べて早くなっている。さらに、県知事のグッドジョブキャンペーンで経済界の動きが活発化しており、これが今後の採用拡大につながる。最後に、観光入域者数1,000万人運動を受け、観光関連業界の採用が活発化している。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・派遣依頼は相変わらず続いているが、この2、3か月では伸びが少なくなっている。 |

| 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 |
|----|-----------|-----------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求職者数の動き | ・求職者の応募自体は減っている。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 求人数の動き | ・これまで求人数は順調に推移してきたが、今月に入り一段落した感じである。また、求人時期の前倒し傾向が強いなか、以前に求人を頂いた企業からの2次、3次募集の呼びかけもあり、新規求人は落ち着いている。 |
| | やや悪くなっている | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・2007年6月は月間有効求人数が3か月前より15.9%減少して7,479人であるが、一方で前年6月は、その3か月前より12.9%減少して9,844人である。なお、新規求人倍率、有効求人倍率は2007年6月がそれぞれ0.77倍と0.43倍、前年6月は0.88倍と0.53倍である。 |
| | 悪くなっている | - | - | - |