

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 やや良く なっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・イベント開催の効果により、商店街の来客数が増加している。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・市内の酒販店でプライベートブランドの地酒を発売したため、売上は前月を上回って推移している。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・一般家電の売上は低迷しているものの、エコポイント対象家電の売上は順調に推移している。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | 来客数の動き | ・法人客の増加に伴い、個人客の来客数も増加する傾向にある。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・3か月前に比べると予約の申込が増加しており、少ない日でも来客数は安定している。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・主力メニューが低価格なことから、来客数は増加傾向が続いている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・紅葉の観光シーズンに入り、全体的には個人客の割合が高く、館内消費は低迷しているものの、前月に比べて遠方からの団体客は増加している。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・団体客、個人客共に来客数が増加しており、また園内の販売も客単価、売上共に増加している。 |
| | | 変わらない | 商店街（代表者） | お客様の様子 |
| | 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） | | お客様の様子 | ・新政権の景気対策が不明確で、消費者の消費マインドは冷え込んでおり、消費が低迷している。 |
| | 一般小売店〔カメラ〕（店長） | | 販売量の動き | ・新製品の販売は好調なものの、客の低価格志向が続いており、売上は前月並みで推移している。 |
| | 百貨店（企画担当） | | 来客数の動き | ・例年開催する物産展では、前年人気が高かった目玉商品も集客効果がなく、催事の来客数が前年を下回っている。 |
| | 百貨店（広報担当） | | 単価の動き | ・消費者の生活防衛意識が強く、低価格志向が続いている。 |
| | 百貨店（売場担当） | | 競争相手の様子 | ・得意客を対象にした冬物新作の催事に集客があり、前半の売上は前年並みで推移しているものの、後半は閉店が決まった市内の競合店に客が流れたため、全体の売上は厳しい状況で変わらない。 |
| | 百貨店（経営者） | | 販売量の動き | ・気温の低下とともに秋冬物衣料の動きが活発化しているものの、例年と違いまとめ買いが少なく単品購入が目立つため、売上は低迷している。 |
| | 百貨店（経営者） | | 単価の動き | ・客は目的買いや単品買いの傾向が強く、来客数の低迷が続いている。 |
| | スーパー（店長） | | 単価の動き | ・来客数、買上点数は前年並みで推移しているものの、チラシ特売やプライベートブランドの販売強化により、1品単価の前年割れが続いている。客の低価格志向が強まり、高価格商品の売上は低迷している。 |
| | スーパー（総務担当） | | 単価の動き | ・買上点数は前年を上回るものの、価格競争や野菜の値下がりによる平均単価の低下と客の出控えによる来客数の前年割れの影響で、前月並みの売上で推移している。 |
| | スーパー（営業担当） | 単価の動き | ・来客数、買上点数共に前月を上回るものの、特売やクーポンサービスのまとめ買いが多く、1品単価、客単価共に低迷している。 | |
| コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・来客数は前年並みで推移するものの、客の低価格志向と買上点数の減少により、客単価は前年を下回っている。 | | |
| コンビニ（エリア担当） | それ以外 | ・スーパーの低価格競争の影響で客単価は低下しており、また出店後1年程度の店舗でも売上の伸び悩みが発生し、景気の低迷で物の売れない状況が続いている。 | | |
| 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・消費者は、依然として財布のひもが固く、セールで値下げしても必要がない物は購入しない。 | | |
| 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・新卒者の求人数が低調で、就職浪人や雇用の悪化が懸念されるなど、消費マインドは低迷している。 | | |

| | | |
|----------------------------|--------|--|
| 衣料品専門店 (総務担当) | 販売量の動き | ・景気の長期低迷が続いているため、消費者は必要な物しか購入せず、来客数も減少している。 |
| 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・環境対応車への減税や補助金と新型車投入の効果により、需要が喚起され、販売台数は前年に比べて2けたの増加となっているが、2年前の水準である。 |
| 乗用車販売店 (経営者) | 単価の動き | ・新車の販売台数は前年を上回って推移しているものの、価格の安い環境対応車に受注が集中しており、全体的な売上の底上げに繋がらない。 |
| 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・環境対応車への減税や補助金の効果により、自動車整備業者でも故障の代替えによる低価格車の販売台数が増加傾向にある。 |
| 住関連専門店 (経営者) | 販売量の動き | ・不景気が続き、販売量、来客数共に減少しているため、経費節減などの防衛手段でぎりぎりの経営が続いている。 |
| その他専門店 [呉服](経営者) | 来客数の動き | ・商店街全体の来客数が低迷している。 |
| その他専門店 [酒](経営者) | お客様の様子 | ・消費者は政権交代に期待と不安を抱いて静観しているものの、消費には節約志向を強めて厳しい状況が続いている。また、取引先の飲食店も、ケース単位の注文は減少し、必要な分だけ発注する傾向が定着している。 |
| その他専門店 [酒](営業担当) | 単価の動き | ・選挙の地域などでは製品の動きが悪く、取引先との条件見直しやキャンペーンにより、売上は前年並みで推移している。 |
| その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当) | 販売量の動き | ・販売量の前年割れと販売価格の下落による収益悪化が続き、ガソリンスタンドの閉店が続いている。高速道路料金引下げ効果は限定的であり、客の財布のひもは固いままである。 |
| その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当) | 単価の動き | ・週末には価格競争によりガソリン価格が値下がりするため、利益が少ない厳しい経営状況が続いている。 |
| 高級レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・首都圏など他地域では少しずつ良くなっているようだが、地方では厳しい状況が続いている。 |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・夜の来客数だけでなく、比較的安定していた昼食の来客数も低迷している。 |
| 一般レストラン (経営者) | 単価の動き | ・来客数は前月並みで推移しており、最悪期よりは回復しているものの、財布のひもは固く客単価は低迷している。 |
| その他飲食[弁当] (スタッフ) | 来客数の動き | ・郊外店に客が流れており、中心市街地への来客数は低迷している。 |
| 観光型ホテル (スタッフ) | お客様の様子 | ・景気の底に来ているとの得意先は増えているものの、回復するのか、悪化するのかは不透明な状況が続いている。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・駅ビルの飲食部門は来客数、売上共に増加しているものの、一般宴会の販売量が9月の大型連休前後から低迷している。 |
| 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・紅葉シーズンではあるが、旅行申込や問い合わせが少なく、販売量は前年を10%下回っている。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・最終電車や最終バスが発車すると、街中には人影が少なくなり、深夜の乗客数は低迷している。 |
| 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・若年の消費者は、品ぞろえのある主要な都市に買物に出掛けるため、地元の消費は低迷している。 |
| 遊園地(経営者) | 来客数の動き | ・天候には恵まれているものの、9月の大型連休や地元球団の活躍などによる客の出控えの影響で、来客数は前年を下回っている。 |
| 美容室(経営者) | 来客数の動き | ・3か月前に比べて、来店回数、来客数共に低迷している。 |
| 美容室(経営者) | お客様の様子 | ・低価格志向の強まりで、カット代1,000円など利幅の少ない価格競争が続いており、個人経営の美容室は厳しい状況が続いている。 |
| その他サービス [自動車整備業](経営者) | 販売量の動き | ・客の財布のひもは固く、最低限必要な物や低価格品を選んで購入しており、販売量が低迷している。 |
| 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・受注拡大のため建売住宅を販売促進しているが、客の消費マインドは落ち込んでおり、受注は低迷している。 |

やや悪くなっている

| | | |
|-------------------|---------|---|
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き | ・来客数は前年を上回っているものの、販売数、客単価共に低迷している。客の必要な物しか買わない傾向が強まっている。 |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・前月に比べて来客数が落ち込んでおり、さらに来店した客は数百円の商品でも必要な物しか購入しない傾向が強まっている。 |
| 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・気温の変化によりコートの売上がよく、来客数は前年並みで推移するものの、買上単価は下落している。低価格志向が強まるなかで、客は何通りも組み合わせが可能など、価格以上の機能性を重視して買い求めている。 |
| 百貨店（経営者） | 来客数の動き | ・新型インフルエンザの流行により、人ごみに対する客の警戒感が強まり、大きな催事イベントの来客数、売上共に低迷している。 |
| スーパー（経営者） | 単価の動き | ・買上点数、客単価共に落ち込んでいる。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・客の節約志向や低価格志向の影響で、競合他社がチラシ販促などで低価格対応をしており、商品の特売比率が上昇して、1品単価、客単価、売上共に落ち込んでいる。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・競合店の新規開店により、他の競合店がチラシ特売を実施しているため、客は低価格品の買い回りをしており、客単価が低迷している。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・夕方以降の時間帯で売上が落ち込んでいる。 |
| コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・買上点数は前年並みで推移するものの、客単価の低下に歯止めがかからず、売上は落ち込んでいる。 |
| コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・離職期間の長期化により、失業手当が支給されない失業者が増えているため、3か月前に比べて来客数は減少している。 |
| コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・範囲は限定的ながら新型インフルエンザが流行して客の動向に心理的な影響を与えており、客単価、来客数共に前年を下回っている。 |
| 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・防寒衣料の動きが悪く、客単価が前年を下回って推移している。 |
| 衣料品専門店（店長） | 単価の動き | ・高価格品の売上が落ち込み、客単価、来客数共に低迷しているため、売上予算を確保できていない。 |
| 家電量販店（店長） | それ以外 | ・高い技術があるものが高齢を理由に雇われない話や、会社が倒産したが再就職先が見つからない話を身近でも耳にしており、景気は一段と悪化している。 |
| 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・各企業の冬のボーナスが史上最低と言われており、消費者の財布のひもは依然として固くなっている。 |
| 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・フルモデルチェンジの新型車を発表したものの、来客数は全体的に盛り上がり欠け、受注状況も低調に推移している。 |
| 乗用車販売店（経営者） | 単価の動き | ・新車の商談数は堅調なものの、受注は停滞している。また、補助金の影響で、経年車が廃車されているため、自動車整備の入庫数、売上共に大幅に落ち込んでおり、全体としては苦しい状況である。 |
| 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・新築の住宅着工数が低迷しており、耐久消費財でも大きめの家具の売上が落ち込んでいる。 |
| 住関連専門店（経営者） | 単価の動き | ・新築住宅の着工件数、建替え需要共に低迷しており、さらに価格の引下げにより売上は落ち込んでいる。 |
| その他専門店〔パソコン〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・激減している少ない販売量のなかで、価格競争が強まっている。 |
| 一般レストラン（支配人） | 来客数の動き | ・台風の接近や新型インフルエンザ流行の影響により、来客数が減少している。 |
| 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・9月の大型連休を中心に宿泊客が増加したものの、一般宴会や婚礼関係の来客数が減少しており、来客数は客単価の低下を上回り、前年に比べて12%減少している。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・国体の開催で前半の宿泊者数は増加しているが、終了後は新型インフルエンザの流行もあり、来客数が減少している。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・宿泊部門は国体開催の効果により、売上が予算を上回って推移しているものの、婚礼部門、一般宴会部門、レストラン部門は前年を下回っている。 |

| | | | | |
|----------------|---------------|-------------------------|--------------|---|
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | お客様の様子 | ・法人の宴会利用が前年を下回っており、厳しい受注状況が続いている。 |
| | | 旅行代理店（店長） | 販売量の動き | ・団体旅行は修学旅行を中心に販売量が伸びているものの、個人旅行は前年に比べ国内が79%、海外が55%となり、9月の大型連休特需から一転して行楽期の売上としてはここ数年で最も悪い。 |
| | | タクシー運転手 | 単価の動き | ・乗客数に大きな変化はないものの、客単価の低迷により売上が落ち込んでいる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・客の消費マインドは冷え込んでおり、来客数が減少している。 |
| | | テーマパーク（職員） | お客様の様子 | ・来客数の低迷に加えて、買上点数、客単価共に大きく下落しており、前月に比べて売上が減少している。 |
| 悪く なっている | | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・好天が続いて外出が増えているのが、商店街の来客数は減少している。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | お客様の様子 | ・周囲の飲食店では、週末の金曜日でも客が少なく、平日では1～2組の客しか入らない日もあり、繁華街の入込は減少傾向が続いている。 |
| | | 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） | 単価の動き | ・来客数、買上点数、客単価共に低迷し、売上が落ち込んでいる。 |
| | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・有効求人倍率の低迷や冬のボーナスの減額により、消費者の節約志向が強まり、前年に比べて売上が8～10%減少している。 |
| | | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・前月に比べて買上点数は横ばいで推移しているものの、1品単価、客単価共に下落している。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・和牛や生マグロなどの高級食材は敬遠されており、売上は落ち込んでいる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・得意客の関連会社が倒産するなど、身の回りは景気の悪い話ばかりである。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 単価の動き | ・大手流通の低価格戦略の影響で、スーツに対する客の低価格志向が強まり、1品単価、買上点数共に低迷している。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・秋になり朝夕は気温が低下しているものの、秋物衣料を買い求める来客数は低迷し、売上が落ち込んでいる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・依然として販売台数が落ち込んでいる。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | 販売量の動き | ・低価格品の販売量は増加しているものの、低価格競争による販売は業界全体で自らの首を絞めている状況であり、売上、利益共に落ち込んでいる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・企業の先行きが不透明なことから、客の節約志向が強まっており、来店回数が減少している。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・観光客に動きはあるものの、売上は前年を大きく下回っている。紅葉の観光シーズンに期待しているが、平日には宿泊客のない日もあり、今までに無い厳しい状況である。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・販売量が落ち込んでおり、非常に厳しい状況が続いている。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・イベントには人出もあり売上が増加するものの、それ以外の日は売上が減少しており、景気回復の要素はみあたらない。 |
| 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（従業者） | 受注価格や販売価格の動き | ・天候に恵まれてももの作柄がよく、販売価格が前年を上回って推移している。 |
| | | 金融業（広報担当） | 取引先の様子 | ・環境対応車への減税や補助金、エコポイント制度などの景気対策効果により、家電販売や自動車販売のほか、低水準ではあるものの一部の製造業が上向いている。また、建設業全体では厳しい企業が多いものの、一部では公共投資の上積み効果が表れている。 |
| 変わらない | | 農林水産業（従業者） | 取引先の様子 | ・米買入価格は低水準で推移するものの、消費者の購買意欲の高まりにより、前年に比べて出荷量が増加している。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・高速道路料金引下げの効果は続いているが、全体的な受注量は低迷している。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前月に比べて高速道路料金引下げの効果がなく、休日の販売量が低迷している。 |

| | | | | |
|-----------|-----------------------|----------------|--|--|
| | 木材木製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・住宅の受注は低迷し、部材の供給過剰が続いているため、販売量、収益共に前年を下回って推移している。 | |
| | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前から、売上の前年比30%減少が続いている。 | |
| | 土石製品製造販売（従業員） | それ以外 | ・取引先への値上げ交渉や社員の給与カットなど、景気の回復には程遠い厳しい状況が続いている。 | |
| | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・自動車部品の製造はやや回復傾向にあるものの、稼働率は前年の60%程度で推移している。 | |
| | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・輸送物量の落ち込みが続いている。 | |
| | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先は業績の回復傾向にあるものの、依然として先行が不透明なことから、契約交渉には消極的な状況が続いている。 | |
| | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先のゴルフ場では、入場者数が前年を上回っているものの、先行きは不透明な状況にある。 | |
| | 広告業協会（役員） | それ以外 | ・大型流通の出店広告はあるものの、その他の広告受注は低迷している。 | |
| | 広告代理店（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・広告業全体の受注量が低迷している。 | |
| | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・一部のサービス業で業績が回復しているクライアントはあるものの、小売業や建設業のクライアントは業績が低迷している。 | |
| | 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 | ・得意先は価格に関心があり、値下げが購入につながるものの、低価格志向と景気の悪化が続いている。 | |
| | その他企業〔企画業〕（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先の住宅販売会社は、一部で受注が回復傾向にあるものの、多くは受注の低迷が続いている。 | |
| | その他企業〔管理業〕（従業員） | それ以外 | ・周囲の大企業では、リストラを年度末まで続ける方針であり、景気は低迷している。 | |
| | 金属工業協同組合（職員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は前年に比べて回復しているものの、月により受注量に波があり、今日は前月を下回って推移している。 | |
| やや悪くなっている | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 取引先の様子 | ・飲食関係の得意先では、消費マインドの冷え込みにより、来客数が減少している。 | |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・大企業では受注量が回復しているものの、下請の中小企業では50%以下の水準で推移している。 | |
| | 電気機械器具製造業（企画担当） | それ以外 | ・販売量が低迷しているため、残業の規制強化や帰休の実施により下期から操業度を低下させており、3か月前と比べて賃金も減少している。 | |
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・利益率の低いリフォームや小口工事は受注があるものの、採算の取れる工事は受注が低迷している。 | |
| | 建設業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は前年に比べて60%減少したまま低迷して回復の見通しがなく、給与カットを継続するなど厳しい経営が続いている。 | |
| | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・チラシ折込部数、新聞広告数共に低迷しており、事業主が経費削減を強めている。消費者の財布のひもが固く、景気は厳しい状況が続いている。 | |
| | コピーサービス業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・官公庁の商談、発注共に停止しており、受注量は過去に例を見ない厳しい状況である。 | |
| | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | 取引先の様子 | ・客の節約志向と大規模小売店の低価格販売の影響により、一般小売店の売上は減少しており、支払の滞り小売店が目立ち始めている。 | |
| 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 | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・自動車販売店や大型流通の広告活動が活発になっており、求人広告の売上はここ3か月前年を上回っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・前年に比べて新規求人数の減少傾向は弱まっている。 |

| | | | |
|-----------|----------------|---------|---|
| 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・通信やエネルギーなどの分野に限られるものの、派遣求人は安定している。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・求人数の低迷は続いており、特に事務職は求人が少ない。工場業務などの求人が大半なので、求人と求職者の希望が合わず、無理な応募で何度申し込んでも就職できないケースが散見される。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・全国資本の流通を中心に回復傾向が見られるものの、地方の企業では求人を出す余裕はなく、厳しい状況が続いている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数が低迷する一方で、有効求職者数は前年を約20%上回って推移しており、職に就けない求職者の滞留が続いている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は、ここ数か月前年比約30%減が続いている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は、2か月ぶりに前年を下回っている。 |
| | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・前月に大企業のリストラがあり、企業の業績悪化が続いている。また新卒者の求人も低迷している。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数の減少は続いており、前年を下回って推移している。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・有効求職者数は減少傾向にあり、一方の有効求人数は増加傾向で推移していることから、有効求人倍率が0.57倍と回復しているものの、厳しい状況は変わらない。 |
| やや悪くなっている | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・景気の低迷で、企業各社は新規求人を手控えている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・求人数の低迷が続いており、雇用が確保されなければ消費の回復にはつながらない。 |
| 悪くなっている | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・休業などの雇用調整を実施する企業数は、前月に比べて増加している。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 雇用形態の様子 | ・前年の派遣切りなど派遣契約のイメージダウンが続き、景気の低迷で求人も落ち込んでいることから、厳しい状況が続いている。 |
| | アウトソーシング企業（社員） | それ以外 | ・国や自治体からの業務発注が減少している。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・新規投資や新規開店の動きはみられず、企業全体の経済活動が低迷している。 |