

・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	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・エコポイントの制度変更を控えて、テレビ、冷蔵庫などの駆け込み需要が急増している。前年を大きく上回る売上となっている。
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・エコポイントが12月から半減するという発表以降、驚異的な駆け込み需要がテレビ・冷蔵庫で起きている。
	やや良く なっている	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年を大きく上回っている。たばこの値上げ前の買い置き需要の反動も案外と早く戻りつつある。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・12月よりエコポイントが半減ということで、今月は駆け込み需要で薄型テレビがよく売れ、全体の売上を引っ張った。
		観光型ホテル（経営者）	競争相手の様子	・東北新幹線が12月4日に青森まで延長することの影響を受けて、市場の動きが活況を呈している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行は取扱額が前年比196%、取扱人員が前年比163%となっている。一方、国内旅行は業務性のもものが弱みであることから、取扱額が前年比95%、取扱人員が前年比98%となっている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売実績が上がっている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・婦人衣料の路面店の状況を見ると、9～10月に動きがみられなかった秋冬物が、11月に入り動きがみられるようになってきている。ただし、高額品の動きは弱く、リーズナブルな価格に需要が片寄っている。
			お客様の様子	・実売衣料最盛期の月だったにもかかわらず、客の買い方はかなり慎重であり、様子見の客が多くみられる。また、単品買いの客も非常に目立つ。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・年度末に向かっているにもかかわらず、景気は上向きになっておらず、停滞した状況のままである。
一般小売店〔酒〕（経営者）		単価の動き	・今年の後半になってからの特徴として、1件当たりの販売量の減少や単価の低下が進んでいる。飲料関係については、高額な商品はあまり動かず、単価の低い商品がよく動いている。	
百貨店（売場主任）		販売量の動き	・気温が高かったせいか、コートを始めとするアウターの動きが非常に悪かった。	
百貨店（売場主任）		単価の動き	・9～10月と来客数が前年割れしているものの、客単価は前年並みで推移している。	
百貨店（販売促進担当）		来客数の動き	・過去3か月と比較して、来客数はあまり変わりがなく、客の購買動向についても変化が感じられない。	
百貨店（役員）		お客様の様子	・今月は家電エコポイント制度変更前の駆け込み需要で、家電製品の販売量が前年から大幅アップとなった。ただし、これは一過性のものであり、景気の良し悪しの判断基準とはできない。	
スーパー（店長）		来客数の動き	・来客数は3か月前とそう変わらず、横ばいで推移している。家庭用品は家電エコポイント制度の影響で、月後半から非常ににぎわっている。逆に、衣料品は降雪が遅かったため、冬物衣料の動きが遅れている。食料品はほぼ前年並みで推移しており、変化はみられない。店全体としては大きな変化がない状態であり、変わらない状況が続いている。	
スーパー（企画担当）		販売量の動き	・商品単価の低下は一服の感がある。既存店の来客数は前年並みであるものの、買上点数の減少から、消費に回復感がみられない。今夏の猛暑で、農作物の収量が減少しているため、客が消費に慎重な様子がうかがえる。	
スーパー（役員）	単価の動き	・下げ止まり感のあった商品単価が、わずかではあるが、また下がっている。更に、客の平均買上点数が下がっていることから、客単価が前月から2%下がっている。家電エコポイント制度の関係で、家電に消費が流れていると言われるが、来客数が微増していることから、既存店ベースの売上はこの3か月、同じような流れで推移している。		

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
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・増税後、たばこ販売量が10%低下しているが、来客数は前年並みに戻ってきている。たばこの売上の減少分が、そのまま全体の売上の落ち込みとなっている。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・一般店や個人商店の閉店が続出している。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・車の受注量が大幅に低下している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・引き続き石油製品の販売量が減少している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・11月の取扱額は、国内旅行が前年比91%、海外旅行が前年比129%となっており、全体ではあまり変わっていない。
		旅行代理店（従業員）	単価の動き	・今月の販売状況をみると、全体では良化しているが、客は相変わらず低価格志向であることから、売上がたまたま集中したものとみられる。
		タクシー運転手	単価の動き	・3か月前より売上は伸びているが、これは8月から実施された運賃の11.3%の値上げによる効果であり、全体の状況は相変わらず低調に推移している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・電話注文が減少しており、来客数も前年を下回っている。特に、観光分野での減少が目立っている。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・営業で訪問した際の断り文句が、半年ほど前も今回も同じであり、将来への期待や投資よりも今を過ごすのに精一杯な状況が続いていることがうかがえる。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・通信機器の新規販売台数が前年並みであることから、3か月前と状況は変わらない。
		その他レジャー施設（職員）	販売量の動き	・団体での施設利用において、1人当たりの負担が4000円以上となる高額なアイテムについて、仮申込はあるが、参加者が集まらないために、利用を見送るケースが続いている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客の消費の傾向が固定化してきており、決まった内容で堅実に生活をするというパターンになってきている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・観光客は減少したが、本格的な冬を迎える前に公共事業を始めとする工事が急ピッチで行われていることから、その関係者等の利用が増加している。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・住宅の取得意欲に変化がみられない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・不思議なことに11月に入っても、例年のように来客数が大きく減少してはいない。いつもなら来客数は10月と比べて半減するが、客の動向が変化してきている。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・暗く先の見えないニュースが多い毎日のなか、消費マインドが下がる一方であり、ただでさえ慎重な購入姿勢が更に深刻になってきている。セールに対する反応ですら下がっているのが現状である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・今月は来街者の減少に加えて、客が買物袋を携行している姿が非常に少なかった。中心部で20日に行われたイベントにおいても、集客効果はあったが、買物袋を持って参加している客はほとんどみられず、終了後はすぐさま帰宅してしまった客が多かった。これは年末年始に向けて、買い控えをしていることとともに、先行きへの不安のため買物自体を抑制している表れとみられる。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・カード会社のイベント内容が前年と変わったこともあり、今月は前年の8割の売上とするのがやっとという状況にある。コート・ジャケットについては、11月に入って動きが出てきているものの、例年と比べて暖冬であるため、今一つ動きが厳しい。現在、ジャケット・コートは前年比90%前後で推移しており、お歳暮の早期受注も前年比95%の状況となっている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・気温が高めに推移し、積雪もないため、コート・ブーツなどの防寒アイテムの動きが鈍い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・今月の販売量は前年比94.3%と大変悪かった。生鮮ギフトが立ち上がりから不振であり、たばこも前年実績の7割にとどまった。セールを行っても全般的に盛り上がり欠け月であった。

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	
		スーパー（店長）	単価の動き	・家電エコポイントの制度変更前の最終月ということで家電関連の動きが良かったことから、客単価は上昇しているが、食品関連や生活関連の単価低下の傾向は止まっていない。また、いまだに降雪がみられないことから、冬物衣料を中心に落ち込みがみられる。	
		スーパー（役員）	販売量の動き	・お歳暮商戦が始まったが、前年の約70%の売上にとどまっている。売れる商品も希望小売価格の30%引きなどのお買い得商品や低価格商品に集中している。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月の販売台数は今まで1番厳しく、前年比50%となっている。	
		その他専門店【医薬品】（経営者）	来客数の動き	・顧客集客のイベントを行えるだけ行っているつもりだが、1～2割の来客数の減少に歯止めがかからない。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月の観光客の入込は特に悪く、前年比マイナス10%以上と前年を大幅に下回っており、市内の電車内でも観光客の姿を見かけない。	
		高級レストラン（スタッフ）	競争相手の様子	・昼は来客数、客単価とも落ち込んでおり、夜は依然として前年を下回っている。他店では低価格のバイキングに客が列を作って並んでいる。地方のレストランは、ランチは多少混雑しているが、夕食ではかつての繁盛店もにぎわいがなくなっている。地方の屋台村では、11月上旬の金曜の夜、どの店も閑散としており、初めて見る光景に驚いた。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・レストランへの来店が減少している。イベントやフェアの集客は良いが、普段は出控え傾向にあり、苦戦している。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・毎年11月は売上が落ち込むが、今年は3か月前と比べて15%も落ちている。前年との比較ではほぼ同じ水準であったが、前年の11月と3か月前との比較では、11.5%の落ち込みであり、落ち込み幅は3.5%も大きくなっている。	
		観光名所（役員）	来客数の動き	・国内からの観光入込客の動きが鈍いところに、海外についても台湾が選挙、中国・香港が尖閣問題の影響から、観光客が減少しており、今月の来客数は全体で前年割れ必至の状況にある。	
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前と比べると、国内客・海外客とも減少気味である。国内客については団体客減少の影響が大きい。海外客については、台湾・マレーシアが前年並みとなったものの、その他の国が軒並み減少している。今月の来客数は、3か月前の92.5%にとどまっている。	
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・マンション、アパート、住宅とすべての動きが鈍い。	
		悪くなっている	一般小売店【土産】（経営者）	来客数の動き	・日本人観光客も中国人観光客も非常に少なくなっている。前年と比べて来客数が15%ほど減っており、客単価も20%ほど低下している。
			観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・本州方面からのツアー客が減少しており、好調に推移していた海外客も台湾、香港を中心に伸び悩んでいる。更に、客単価の下落傾向が続いているほか、インターネットを利用した個人客の伸びも低下している。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き		・観光宿泊では、紅葉も終わり、ホワイトシーズンとの端境期ということもあり、宿泊客が減少している。また、円高・不景気感なども影響してか、例年と比べて予約状況が大幅に悪化している。消費動向をみても、エコ家電に消費が回っており、観光旅行に消費が回ってきていない。		
タクシー運転手	来客数の動き		・初雪が10月末に降ったが、11月は例年より暖かい日が多く、雪の日も少なかったため、タクシーの利用客が前年より減っている。		
企業動向関連	良くなっている	-	-	-	
	やや良くなっている	その他サービス業【建設機械リース】（支店長）	取引先の様子	・公共工事の発注が増えていることから、やや良くなっている。	
		その他非製造業【鋼材卸売】（役員）	受注量や販売量の動き	・9月頃から仕事量が増えてきたため、消耗資材を中心に販売量が増えている。また、鋼材の値上げに伴い、2次製品の値上げが相次ぎ行われ、仮需要が発生している。	

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
	変わらない	食料品製造業（団体役員）	受注量や販売量の動き	・特典商品や特売品のニーズばかりが強く、利益を確保できるような商品の受注が大きく減少している。
		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、受注量、販売量ともに変わっていない。
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・家庭用家具は手堅く売れているが、請負物件の需要はいまだ回復していない。
		建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・公共建築工事の入札で、最低制限価格の設定がある場合は最低制限価格とほぼ同価格で、ない場合は限度を超えた低価格で落札されるのが恒常的となっており、採算性の有無が関係しない市況となっている。
		金融業（企画担当）	それ以外	・政策支援効果により、一部の家電製品は好調な売行きとなっている。一方、公共工事は大幅に減少している。道内には建設関連の就業者が多いことから、業績不振による賃金の抑制が消費低迷の一因となっている。
		司法書士	取引先の様子	・不動産取引が停滞気味で、建物新築においても積極性がみられない。中古の不動産が若干動いている程度であり、全体的に良くない状況が続いている。
	やや悪くなっている	司法書士	取引先の様子	・新規住宅着工やマンション建設が増加する様子もなく、ハウスメーカーの土地取得も活発ではない。景気回復の兆しを感じられない状況が続いている。
			金属製品製造業（経営者）	取引先の様子
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・製紙、飲料、医薬品、乳製品の輸送に大きな変化はみられないが、さけ・さんま等の水産品の不漁により、輸出向けコンテナの取扱が減少している。
	悪くなっている	その他サービス業[建設機械レンタル]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・当社の売上の前年比をみると、3か月前に比べて悪化している。
司法書士		取引先の様子	・不動産取引、建物の新築が更に低迷している。	
雇用関連	良く なっている	その他サービス業[ソフトウェア開発]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・中国の人件費と競争しなければならないような仕事が増えており、条件がかなり悪化している。
		-	-	-
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年から14.3%増加し、9か月連続で前年を上回った。月間有効求人数は前年から14.2%増加し、9か月連続で前年を上回った。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の10月の新規求人数が前年に比べて27.6%増加し、新規求職者数は前年に比べて15.2%減少している。有効求人倍率は前年を0.11ポイント上回っており、雇用環境に明るい兆しが見られる。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人広告件数をみると、地元からの求人が微減しているものの、本州方面からの求人が微増傾向にある。ただし、全体としては、非常に変化の少ない状況にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人件数は前年を上回っているが、前年ほどの伸びが感じられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・11月の求人件数は前年比20%増と順調に推移している。建設業関連では、特にリフォーム系の業種に求人の動きがみられる。また、時期的な影響もあるが、新規開店に伴うスナック系の求人の募集も目立って増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比較すると、医療・介護分野を除けば、状況は変わっていない。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・10月の新規求人数は前年を4.6%下回り、新規求職者数は前年を9.4%下回っている。この結果、月間有効求人倍率は0.50倍となり、前年の0.39倍を0.11ポイント上回ったものの、依然として、正社員の求人が4割と少なく、非常に厳しい状況にある。

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
		学校〔大学〕 (就職担当)	周辺企業の様子	・2011年採用を振り返り、また2012年採用の見込みに関して、企業訪問、企業の担当者の来学、また情報交流するセミナー等を介して、「新氷河期」の到来を実感する厳しい状況が伝えられている。具体的には、2011年採用において採用予定数に満たない採用実績であった企業が少なくないこと、来年においても優秀な学生にこだわった選考が維持される方針であることが挙げられる。
	やや悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・当社においては、人材派遣数が前年並みで推移しているが、官公庁から受託している雇用対策事業で行っている求人開拓事業の様子をみると、派遣会社からの求人数が前年比で4割ほど減少しており、企業における派遣の手控え感と同時に人件費抑制からパート・アルバイトにシフトする傾向がうかがえる。
	悪くなっている	-	-	-

## 2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	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	・今年は夏から秋にかけて気温が高めで推移し、初秋物の出だしの動きが芳しくなかったが、10月後半以降は比較的気候も落ち着き販売量が増えている。特に婦人衣料に関しては前年を上回る販売量で推移している。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・陽気のせい、平日休日問わず中心部商店街では来街者数が前年比で10%近く伸びている。また、冬物衣料の売上が5%程度伸びているところもある。景気動向というよりも、消費者心理からこれ以上悪くならないという安心感が出てきている。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・猛暑で秋物商材が全く動かず厳しい状況であった3か月前よりは、季節商材の動きもいくらか良くなっている。
		百貨店（売場担当）	単価の動き	・11月に入り、コートなどの高単価商品が売れ出し、防寒衣料が好調に推移している。また、婦人服売場で開催したバーゲンは、併設催事として行われた歳暮ギフトの客層を想定した品ぞろえが功を奏し、売上は前年をクリアしている。この催事でも、コートなどの防寒衣料の動きの良さが目立っている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・定価品の単価上昇、さらに、仕掛けたオケージョンやファッションの動きが活性化している。
		百貨店（経営者）	お客様の様子	・今年は、前年に消費の押し上げ効果があった、プレミアム付き商品券を販売しなかったにもかかわらず、前年以上の売上を維持している。さらに、一部ではあるが高単価商品の売上が増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・これまでに類を見ないほど連続して行った販促キャンペーンが功を奏し、3か月前と比べると来客数、売上がプラスに転じている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・たばこ増税による売上の減少が落ち着いてきており、販売額は想定を上回っている。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・前年は低価格の商品に人気が集まっていたが、今年は単価が例年並みに戻りつつあり、客単価が引上げられ売上が好調となっている。若干ではあるがデフレから回復しつつあると見ている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・3か月前に比べると、若干ではあるが客の購買意欲は高まっている。
		変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き
	商店街（代表者）		来客数の動き	・将来不安のため、客が買物を控える動きは依然として強くなっており、客単価も低下傾向にある。家電エコポイントの影響で持ち直しているところもあるが、一部の業種、業態に限られている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き		・来客数、客単価共に3か月前と変わっていない。	
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き		・来客数は増加しているが、客単価や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
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が落ちている一方、購入単価の高い客もあり、全体としては横ばいである。以前にも増して客の格差が広がっている。また、メーカーの売掛金回収が厳しくなっており、取引先の多くは経営状態が悪くなっている。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・販売量、売上共に横ばいで推移しているものの、消費者の低価格志向が続いており、高額商品の動きは鈍くなっている。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	来客数の動き	・今月は天候要因が非常に大きかったことから、前年のような大雪を想定して、冬に向けての準備を進めている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・大型催事は順調に推移したが、その後、平日の売上が大変厳しい。一方、寒いせいかコートの動きが良く、なかでもウールコートが好調となっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・10月ごろから下げ止まりと思えるようになってきたが、消費の力強さは感じられない。売場担当者に客の様子を尋ねると、買物はダブルポイントなど特典のあるときに集中しており、まとめて買われることが多いとのことである。リーマンショック以降、徐々に消費行動は変わってきている。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・2か月連続で前年をクリアしているが、依然として消費者の購買意欲は低迷しているため、天候や社会情勢などの外部要因で数字が大きく変動してしまう。
		百貨店（経営者）	単価の動き	・10月は気温が下がった影響もあり、秋冬物の衣料品に動きがみられたものの、客の低単価かつ単品志向が続いている。今月は気温が安定していることもあり、防寒物の動きが今一つである。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・たばこ増税後の売上の落ち込みも徐々に回復傾向にあるが、いまだ全面大幅割れの状況が続いている。また、食品に関しても、野菜の高値、猛暑の影響による漁獲物の出入荷の減少などによる高値で厳しい状況が続いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・販促コストの増加により利益は前年比マイナスとなっているものの、売上増加を優先して販促策を強化しているため、既存店の来客数、売上は前年並みとなっている。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・平均単価が前年比97%まで回復し、来客数は前年比102%となっている。点数は前年をクリアしているものの、伸び率は鈍化している。平均単価は生鮮食品における野菜高騰の影響もあるが、食品全体としては単価の落ち込み率は小さくなっている。ただ、まだ前年の水準には至っていない。
		スーパー（営業担当）	お客様の様子	・競合各社のチラシは価格強化型が更に強くなってきている。客の買物動向も特売目玉商品が中心であり、チラシ価格の強弱で来客数の動きが左右されている。また、家電エコポイント半減の駆け込み需要で家電商品の動きは良いが、食品、雑貨等への支出は依然として抑えられている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・たばこの値上がりにより、たばこを止めたり本数を減らす客が多くなったため、売上が減少している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・たばこの値上げにより来客数が減っており、今月になってもその傾向は続いている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・気温の低下とともに防寒衣料が売れ、単価も上がってきているが、来客数は伸びず、横ばいとなっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新卒採用枠も極めて厳しい現状となっている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・カジュアル衣料の需要が伸びてきている反面、スーツを始めとしたビジネス衣料の需要は減少しており、プラスマイナスゼロの状態が続いている。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・寒さが厳しくなった時期に一度販売量が増えたものの、その後は新製品が出ても購買につながっていない。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・販売量は若干伸びているものの、単価の低下は歯止めがない状態である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金終了後は新規受注が一旦減少したものの、10月以降は若干増加している。特に新型のハイブリッド車が好調となっている。

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
		その他専門店 [呉服] (経営者)	お客様の様子	・安い商品を選択する客が多くなっている。
		その他専門店 [パソコン] (経営者)	お客様の様子	・物販の動きは若干良くなってきているが、単価は低く、回転率から見ると変化は無い。
		その他専門店 [酒] (営業担当)	販売量の動き	・全体的には、目標の売上にやや届かないといった状況だが、実際のアルコール消費が少しずつ減っており、単価の低いものでさえ数量減の気配がある。本来であればこの季節に需要のある日本酒等の動きが鈍い傾向が続いている。また、ポジョレーヌーヴォーの販売は控えたが、周りは供給過剰との声があり、一概に今までと同じような形での販売は難しくなっている。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・競争が激しくなり、小さな案件でも値下げせざるを得ない状況で、同業他社だけでなく異業種でも類似商品の取扱が横行している。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	お客様の様子	・スタッドレスタイヤ等でも、客の購入姿勢が品質よりも価格重視になってきている。また、燃料関連での粗利益が減少しているため厳しい状況が続いている。降雪が前年より遅れているため冬物商品の荷動きが鈍い。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	単価の動き	・週末になると価格が安定しなくなっている。売上に関しては週末以外は低調になっている。
		高級レストラン (支配人)	競争相手の様子	・競争相手の外資系ホテルがオープンして3か月が経過し、軌道修正や態勢の立て直しを図ってきており、対応を迫られている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチタイムの客が2名、ディナータイムがゼロ、といったような極端な日もあり、深刻な状況が続いている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・通常は他の曜日に比べて金曜日が忙しいが、現在は曜日を問わず、来客数が上がったたり下がったりしている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・販売量自体は一時期よりはまだ良くなっているが、客からは、今年持つだろうか、来年どうなるだろうかという話が多く聞かれる。
		その他飲食[弁当] (スタッフ)	来客数の動き	・街中に客があまり集まらないという悪い状況が続いている。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・行楽の最盛期だったため入込は良かったものの、以前ほどではない。年末になり、かろうじて週末に客の動きが見られる。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・紅葉が遅くなった分、11月後半に前年並みの集客があったが、消費単価が下がっており、収益はやや下がった。前月までの前年比の落ち込みから見ると、やや持ち直している。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・8～9月にあった各種大会がなく、ひっそりとしているものの、客足が急激に落ち込んでいるわけではない。
		旅行代理店(店長)	販売量の動き	・今月は国内旅行販売で前年比101.7%、海外旅行販売で同103.3%とわずかに上回った。海外パッケージ商品のみ同138%と大きく伸びたが、国内旅行商品では団体旅行、個人旅行共にほぼ前年並みとなった。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・携帯電話の需要期はこれからなので現在は下げ止まりとなっており、来客数も含めて低調となっている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の様子からは、景気が上向いていると感じられる要因は見当たらない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・依然として初期投資に消極的な姿勢が見られる。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客との商談から、地場企業はここ数年は現状維持という話がほとんどで、経費削減の意欲はうかがえるが、好況に結び付く材料がない。
		テーマパーク (職員)	単価の動き	・マスコミでは、株価回復に起因する高級志向への回帰等の報道がされているが、地方レジャー施設では、低価格志向がまだ続いている。

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
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・文化の日のイベントが功を奏したことや下旬まで気温が高めであったことにより、来客数が増加している。単価は下がったが、売上は前年比17%増となっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・最近は、自分でできるヘアチェンジ術やパーマをかけず結うだけのアレンジが流行しており、美容室に通う客は減る一方である。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・例年は農家等を中心に収穫代金で潤い、商店街ではえびす講で売上を伸ばす時期であるが、今年は盛り上がり欠けている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・野菜類は高値で推移しているが、米などその他の商品はデフレの影響で下がっており、客単価は全体的に低迷したままである。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・3か月前に猛暑特需やたばこ増税、野菜高騰で客単価の増加があった反動で、消費を引き締める動きが強くなっている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・猛暑特需の反動に加え、家電エコポイントの終了が迫っていることもあり、食品においては節約志向が更に高まってきている。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・ディスカウント型の競合店がオープンしたことにより苦戦している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・150円前後のデザートは若い女性を中心に好調である。ただし、値上げにより、たばこの購入客が減っていることに加え、低単価の銘柄を購入する傾向がみられることから、たばこの売上は前年比88%である。また、本、雑誌の購入も減少傾向にあり、売上は同88%である。さらに、生活必需品である日配食品や生鮮品は堅調な動きを見せているが、105円を中心とした低単価商品が中心となっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの増税の影響も幾分か落ち着きを見せつつあるものの、値上がりを機に禁煙した人もおり、来客数は増税前の水準には戻っていない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこ増税により来客数が減少している。また、たばこのみを購入する客が減少しているため、客単価は上昇しているが、高価格商品の販売や買上点数は増加していない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・9月のたばこ増税前の駆け込み需要と比較すると販売量は落ち込んでいるが、前年同期比では上向いている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・家電エコポイントの影響で、家電量販店に客が集中していることも要因となり、売上は前年比10%程度減少している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数も下火になってきているが、購入する種類や数も減ってきている。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・消費者の買い控えの傾向が強くなっている。
		その他専門店【食品】（経営者）	来客数の動き	・寒くなってきた鍋物などが動く時期であると同時に紅葉のシーズンで人も動く時期だが、例年と比べて動きが鈍い。
		その他専門店【靴】（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金等による駆け込み需要の反動が少しずつ出てきている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が先細ってきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・米や果樹の収穫が思いのほか悪かったことから、農家が多い当店のエリアでは購買力が減退している。また、客からは年末の支出を考えて節約する様子もうかがえる。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・当社は価格を据え置いているので、他店の値下げの影響を受け、3か月前より来客数が減っている。	
	一般レストラン（支配人）	単価の動き	・客単価が前年比15%減と、非常に厳しい状況になっている。	
	観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・各企業、団体を営業で回っても、やはり景気の動向が思わしくないようで、今まで行っていたイベントも延長、もしくは規模を縮小しての開催となっている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・依然として消費者の財布のひもは固く、来店回数と消費単価は減少している。忘新年会の受注状況も規模縮小や単価ダウンがあり、なかなか伸びない。円高、デフレ、賃金の抑制と周りの環境は一段と厳しさを増している。	



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	
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・競合他社が相次いで閉館しているが、そちらを利用して見られる客が流れてくるわけではなく、苦しい状況が続いている。	
		タクシー運転手	単価の動き	・乗客数が減ってきている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・前年比でも大きく落ち込んでおり、ここ10年来で最低の売上となっている。	
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前より、来客数の落ち込み幅が大きくなっている。	
		美容室（経営者）	単価の動き	・カットやパーマにトリートメントを追加するといったことがない。目的以外のものには客の意識がなく、客単価が伸びない状況となっている。	
		その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・依然として景気が回復しない上、米の不作と戸別所得補償制度による売渡し価格の低下により、以前にも増して景気が悪くなっている。年末の売り出しの時期だが、消費者の反応は低調である。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・予定していた仕事がキャンセルされる割合が高くなっている。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・景気に左右されない業種の店舗併用住宅や公務員関係の顧客受注については変わらないが、地域経済の低迷が続き、受注額及び受注全体としては良くない。	
		悪くなっている	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車よりも家電エコポイントの方に客が流れたのか、エコカー購入補助金終了直後よりは若干持ち直しが見られるものの、新車受注、販売共に前年比30%強の落ち込みとなっており、厳しい状況が続いている。
			乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金終了の影響を受け、新車受注が半減している。
	乗用車販売店（経営者）		販売量の動き	・エコカー購入補助金が終了し、販売台数が激減している。	
	乗用車販売店（経営者）		来客数の動き	・エコカー購入補助金終了から2か月経過したが、来客数が全く回復せず、むしろ終了直後より減少している。	
	乗用車販売店（従業員）		販売量の動き	・エコカー購入補助金の終了後は販売量が伸び悩んでいる。	
	その他専門店 〔酒〕（経営者）		販売量の動き	・たばこの販売量が激減したのに伴い、他の商品の動きも落ちている。飲食店に関して、月初はそれなりの量の商品が動くが、月の後半はほとんど動きがない。繁華街も閑散としており、顧客からも不安の声しか聞こえてこない。	
	観光型旅館（スタッフ）		来客数の動き	・個人客は宿泊直前に予約を入れる傾向にあり動向がつかみ切れない。景気の低迷により、企業や団体の忘年会が自粛ムードにあり、開催しても少人数化の傾向にある。	
	都市型ホテル（経営者）		単価の動き	・宿泊部門は過当競争で客単価が300～400円下がり、既に5,000円を切っているが、それが当たり前のような状況になっている。宴会も同様で、他店が値下げしている関係で、客単価の低下が著しくなっている。	
	都市型ホテル（スタッフ）		販売量の動き	・レストランのランチタイムは待ちが出るほど好調だが、それ以外の部門は全く伸びず、全体でも月の売上が過去最低となっている。	
	タクシー運転手		販売量の動き	・以前は市内を車で流せば客もちらほら見かけたが、今は乗客が全くおらず、タクシー待機場所にも空きがないような状況となっている。	
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新卒（高校、大学）の就職内定率が過去最低であり、また、企業が投資を控えているため、ますます消費マインドが下がっている。		
	企業動向関連	良くなっている	-	-	-
やや良くなっている		食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前が非常に悪かったため、やや良くなっているというよりは幾分盛り返してきたという程度である。低価格志向や荷動きの停滞は、依然として強い。	
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが、荷物の動きが上向いている。	
		広告業協会（役員）	それ以外	・住宅減税などもあり戸建住宅は好調である。また、住宅展示場の来場者も夏場を過ぎてから増加している。流通業では駅前のファッション店は前年より売上が伸びている。	
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末時期を迎え、チラシ等の販促ツールの動きが活発になっている。さらに新幹線の延伸開業に関連した広告宣伝もピークを迎えている。	

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
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・休日の荷受や出荷も増加傾向にあり、工場の忙しさが増している。また、一部の仕事を外注化する話も出ており派遣会社の商談来客もあることから、徐々にではあるが景気の回復が感じられる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・9～10月の暖かさで、りんごの着色が悪く品質も落ちている。また、贈答用の注文は前年比で1割程度減少している。
		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・米は不作だったものの、転作作物の蕎麦が豊作となっている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社が取り扱っている牛タンは、お土産販売、レストランのいずれも土日祝日の売上に頼っているので、曜日配列の悪さが影響し、売上が低迷している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・歳暮商戦が始まったものの、12月からの家電エコポイント半減を前にした家電の駆け込み需要が影響しているのか、前年より動きが悪い。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・歳暮ギフトは市場縮小傾向にあり、なおかつ早期割引等の価格競争も激しくなっている。前年と比べても厳しい状況である。
		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・受注先の様子を聞くと、秋冬物の最盛期にもかかわらず店頭売行きが良くないため、春夏物の展示会の受注もあまり芳しくないようである。
		出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず売上低迷の状態が続いているが、ここに来て売掛金の回収が遅れてきている。
		通信業（営業担当）	それ以外	・受注環境は依然として厳しいものの、入札案件は増加しており、契約更新への努力の結果が表れている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の売上高等に大きな変化はなく、足踏み状態が続いている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・不安定な政局、アジア情勢の緊張度の高まりなどで消費マインドは冷えたままとなっている。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次決算状況を見ると、9月期決算会社の当月申告状況は、黒字、赤字が拮抗している。前年黒字が赤字転落や前年赤字が黒字回復と業種によってばらばらであり、一律に回復傾向とは言えない。
		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	・スーパーやディスカウントストアでは消費者の低価格志向が顕著になっている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・大規模店への出荷は安定しているが、小規模店への出荷が低迷しているため、全体の出荷量は伸びず、厳しい状況が続いている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・住宅会社では以前に比べて建築価格を抑える客が多くなっているという話を聞く。	
	やや悪くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の価格が低下し、収益性が悪くなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・先の受注が見えているところは少なくなってきた。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が徐々に下がっており、業績に影響が出ている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅版エコポイント制度の利用が伸び悩んでいる。
		建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・工事の出件量減少に伴い、コスト競争が厳しくなっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・仕事や経営上に必要な経済紙等でさえも、経費の都合で購読を中止するところが見られる。チラシの折込依頼が減少傾向にあり、前年以前の同期と比べても少なくなっている。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減っており、購入予定の客も発注を控えている状況が続いている。
	悪くなっている	出版・印刷・関連産業（経理担当）	競争相手の様子	・同業他社では、ここ3か月間の売上が前年比約10%減となっているという話を聞く。冬のボーナスを支給するという話は出ておらず、景気はかなり悪くなっている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・急激な為替相場の変動で、経営に大きな影響が出ている。

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
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)	採用者数の動き	・住宅関連企業を中心に、求人数が増えている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・建設業以外の産業で新規求人数が増加しており、有効求人倍率もわずかではあるが前月を上回っている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・前年に比べ新規求人が増加している。ただ、昨年に大幅な減少があったことから、一概に良くなったとはいえない。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・急な欠員や産休育休が発生した場合の当座の補充という注文のみが目立ち、受注増に起因するような実質的な増員はほとんど見られない。クリスマス商戦等の短期間の増員についても、例年より規模が小さくなっている。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・企業からの求人の問い合わせが増えつつあり、潜在的な人材不足の状況がうかがえる。求人の内容も人気職が多く、他社、スタッフ同士の競合も多くなっている。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は横ばいで推移している。
		アウトソーシング 企業(社員)	それ以外	・値引き交渉はされなくなったものの、既に下限値になっているので良くなっているわけではない。
		新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・求人数の動きが底を打ち、9月からは前年並みに推移していたが、今月に入り2番底になり、前年比80%台になっている。
		新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・景気改善の大きな動きは見られない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は、前年比でわずかに増加し、3か月連続の増加となっている。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・休業等の雇用調整を新規に実施する企業は減少しているが、以前から実施している企業は継続している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は増加基調であるが、年末や年度末までの臨時的雇用の求人であり、力強さはない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数は増加しているが小幅であり、有効求人倍率も小幅な上昇にとどまっているため、依然として厳しい状況である。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・有効求人倍率は前月と同値になっている。新規求職者は減少したものの、増加傾向にあった新規求人も若干ではあるが減少に転じている。
		やや悪く なっている	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子
悪く なっている	人材派遣会社 (社員)		求人数の動き	・派遣社員受け入れの新規案件は前年比20%減の状態が続いている。
	新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・エコカー購入補助金の終了に加え、家電エコポイントの終了も間近で、企業業績に急ブレーキがかかっており、新規採用を計画している企業はほとんど見られない。	

### 3. 北関東(地域別調査機関:(株)日本経済研究所)

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	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[家 電](経営者)	販売量の動き	・エコポイント制度変更に伴う駆け込み需要がすくなく、売上が伸びている。
		百貨店(営業担 当)	来客数の動き	・11月は周年記念祭の開催で、来客数が非常に多くなっている。
		家電量販店(経 営者)	来客数の動き	・エコポイント制度による需要喚起のおかげで良い。
		家電量販店(店 長)	お客様の様子	・エコポイント申請条件変更の報道以降、省エネ薄型テレビが前年6倍の数量で急激に動き、テレビ関連が販売構成比の50%となっている。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新規展示物の完成効果に加え、夜間営業も好調である。
	やや良く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・11月一杯で家電エコポイント制度が変更されるため、テレビの売上が多く、品切れ状態が続いている。
百貨店(営業担 当)		販売量の動き	・販売金額の前年度比マイナス率がかなり縮小されてきている。	

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
		スーパー（店長）	来客数の動き	・11月は昨年と比較して客数は伸びたが、客単価については低下傾向で、来客数に助けられている。野菜の価格高騰で利益が取れない状況が続いている。
		スーパー（統括）	販売量の動き	・野菜の価格が前年よりは高いものの、落ち着いてきたため、鍋材料を中心に食品全体の買上点数が戻り、既存店では前年を維持している。衣料品では発熱下着は相変わらず好調のうえ、気温の低下と共にジャケットとコート類が大きく伸び、全体では108%と一昨年並みで、売上を押し上げている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・朝、夜の客が少しずつ増えているようである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月は紅葉での外出のせい、客数、客単価共に良くなっている。特に週末の販売高が好調である。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・購買客数はあまり変わらなかったが、客単価が比較的高かったために、売上が約40%増加している。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・エコポイントの影響で薄型テレビが前年比450%、冷蔵庫300%、エアコン350%と恩恵があった。
		住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・季節品中心に前年比という観点では底を打った感があり、前年同時期の売上高からは伸長している。特に日用消耗品、調理用品など家事関連品はその傾向が顕著である。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊、宴会共に予約が前年比約110%と増えているが、一時的な傾向であるかもしれない、心配である。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・宿泊、食事等の単価が3か月前と比較して上がりつつある。売店等の付帯売上もおおむね好調である。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・エコポイント効果によるテレビ需要の高まりで、量販店では獲得数が伸びているが、一時的な要因が大きいため、本当の意味での景気の上向きとは言えない。
		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	・先月、先々月と比べ、伸びているほどではないが、ある程度の来客数の確保ができています。それに伴って売上も上がってきている。特に深夜から明け方にかけての来客数が先月、先々月と比べて落ちにくい。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・停滞していた別荘販売が何件か成約となった。ただし新築は無く、中古のみである。状態が良く、割安感のある物件については需要がやや持ち直したということなのか、全く突発的な需要であるのか判断がつかない。
変わらない		商店街（代表者）	販売量の動き	・鉄道会社との協同キャンペーンの効果で来客数は増えているが、季節の果物が夏の猛暑の影響で作柄が悪く、販売に響いている。
		一般小売店 [精肉]（経営者）	お客様の様子	・家電エコポイントの件で大型電気店は満員であるが、他はあまり人出はない。一般の品物も動かず、お金も落ちない。
		一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・エコポイント変更に伴うポイント対象商品の動きは非常に良いが、売上が前倒しになったただけである。販売店側にとってみると忙しなくなっただけで利益は薄い。駆け込みが、この先の景気の良し悪しに影響していきそうな気配である。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・防寒衣料を中心に婦人衣料は堅調に推移しているが、紳士は引き続き厳しい状況である。お歳暮ギフト商戦が始まり、早期受注割引等の施策を講じているが、法人需要の伸び悩みと単価の下落により、厳しい立ち上がりとなっている。
		百貨店（販売促進担当）	それ以外	・近隣の大型店2店舗が撤退したため、来客数が増加しており、売上も前年を上回る数値で推移している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・今月は家電エコポイントとの絡みで、月末にテレビが異常に売れている。店の在庫がなくなるような状況で、かなり活発に動いたが、来月からはちょっと不安である。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今はたばこ値上げの影響を大体解消してきており、客の様子はまたやや上向きになって、真夏で好調だった3か月前と変わらなくなっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較するとほとんど変わっていない。数量は戻っていないが、たばこの分で金額が上がり、客単価が若干戻ったため、ようやく金額ベースで変わりが無い状況に戻ってきている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・ここ2～3か月の中古車、新車、輸入車関係の販売台数は極端に低水準で推移している。

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
		乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・補助金が終わってから来客数は10月と同じような状態で、展示会をやっても、全くというほど客が来ない。前倒しで買っているせいかと思うが、この状態はまだまだ続く。
		住関連専門店 (開発業務責任者)	販売量の動き	・来客数には大きな変動はないが、買上数の減少が顕著である。
		一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・競合相手から、来客数、客単価共に落ちているという話をよく聞くので、良くない状況である。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・大手チェーン店の開業が客足を奪い、既存ホテルの安値販売が価格を崩壊させ、市内ホテル業界全体が厳しい状態になっており、悪い方向に向かっている。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・当地で11月に大会があったので、いろいろな客が宿泊している。飲食部門も多少良かったが、いずれにしても厳しい時代である。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・企業は生き残りに必死で、とても慰安旅行どころではなく、個人客だけでは売上は上がらない。
		旅行代理店(副支店長)	お客様の様子	・国内旅行の受注はほぼ例年通りであるが、海外、国内共に長期旅行の受注量は例年に比べて6～7割程度と低迷している。
		旅行代理店(副支店長)	来客数の動き	・秋季行楽シーズンもピークになり、観光地への予約は伸びて来ているが、北朝鮮の砲撃問題で韓国行き予約が激減しており、経済状況と相まって、不安要素がぬぐえない。先行き不安からか年末年始にかけての動きも光彩を欠いている。
		タクシー(経営者)	お客様の様子	・昼も夜も相変わらず動きは悪いが、前年同月と比べて、売上高が同じになってきたので、下げ止まり感が見えてきている。
		通信会社(販売担当)	お客様の様子	・来客数、販売数共に前月比約20%減である。携帯電話の新商品が発売開始になったが、あまり影響が出ていない。客が商品購入に更に慎重になっている。
		遊園地(職員)	単価の動き	・園内全体での消費額は好調な売店部門に後押しされる形で上昇しているが、一方で食堂の消費単価は前年を下回るなど利用者の財布のひもが固い状況は依然続いており、景気が回復傾向にあるとは言いがたい。
		ゴルフ場(支配人)	お客様の様子	・秋の行楽シーズンや天候にも恵まれ、コンペは比較的良く入っているが、日が近づくにつれて、当所の予約の組数から縮小していくので、個々の客の景気が良くないようである。
		ゴルフ場(業務担当)	単価の動き	・入場者数は昨年とほぼ同じくらいの推移だが、売上単価は5%下がっている。そのため、入場者は目標に達したが、売上は若干下回った。客が価格に敏感な状況は続いていて、底入れ感をまだ脱しきれない。
		その他レジャー施設[アミューズメント](店長)	来客数の動き	・前月まで母体ショッピングセンターのレジ客数は前年比120%を超える好調な状況で、当店入店客数も同様に好調であった。しかし、11月は好調さが落ち着いて来ており、入店客数は105%程度となっている。
		その他サービス[立体駐車場](従業員)	お客様の様子	・各テナントの来客数は5%くらい上向いているが、単価は横ばいである。宿泊、映画館も同様に客単価の伸びが鈍くなっており、当駐車場でも来客数が伸びても単価は横ばいで、料金、売上は変わらない。
		その他サービス[フィットネスクラブ](マネージャー)	単価の動き	・単価の高い商品が売れ出しているが、購入の数自体は減少している。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・民間の仕事依頼や相談などは少なく、今すぐ仕事につながる物件がない。
		設計事務所(所長)	来客数の動き	・しばらく前から同じような雰囲気、景気は悪いまま変わらない。個人客からの問い合わせや、相談は無きに等しい。
		設計事務所(所長)	来客数の動き	・建築需要で入ってくる情報は、補助金がらみの小規模福祉施設ばかりで仕事がない。先日2件当社物件の入札を行ったが、設計金額の6～7割が落札金額で、驚いている。
		住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・相変わらず景気は良くなさそうで、近郊にスーパーの大型店がかなり出店し、そちらに客が流れ、街の中の空洞化がますます目立ってきている。また、テナントの事務所もさっぱり進展せず、撤収や統合でこの街から離れていく企業がまだ多い。

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		
やや悪くなっている		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・事業部門によって、良くなってきている部門とそうでない部門に大きな差があり、一概に言えない。		
		商店街（代表者）	お客様の様子	・例年客が減って大変な時期だが、それにしても今年は来客数があまりにも少なく、景気が悪い。		
		商店街（代表者）	販売量の動き	・秋の祭り会場が商店街の中の駐車場になったので、人出は多かったが、目玉の福袋や話題の鳥もつはともかく、他の物にはほとんど手が出ていない。		
		商店街（代表者）	来客数の動き	・七五三祝いの時期だが、来客数は昨年とほぼ同数で、客単価が大きく下がっている。		
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・お歳暮商品の早期割引きをしているが、客数の減少により、売上は前年比82%と非常に悪い状態になっている。単価も前年比500円くらい下がり、1件の配送件数も15%くらい減少している。11月は家電製品に引っ張られて、お歳暮は後回しになっている。		
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・家電エコポイントの駆け込み需要等の影響なのか、食料品には影響が出ている。		
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数、1人当たりの買上点数共に落ち込みが大きくなってきている。		
		衣料品専門店（統括）	お客様の様子	・先月は当地の祭りだったので、客が買物や遊びに出たが、今は祭りがなく、来年までお休みという感じがする。		
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・9月のエコカー補助金制度終了の影響が今もなお出ている。購入を急がず、商談も少なくなっている。		
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・補助金終了の反動が大きく、数量が大変落ち込んでいる。		
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・補助金制度が終了したことにより、客の車を買うサイクルや意欲が乱れてしまっており、なかなか正常な販売量に結び付いていかない。		
		高級レストラン（店長）	販売量の動き	・通常週に2～3件は宴会やディナーの予約があるが、ここ数か月は激減している。		
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光時期の昼の営業には多少の動きはあったが、地元客を対象とする夜の営業は悲惨である。人口の少ない地方では、飲食業全体が落ち込んでいる。		
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年齢層の低い家族客の利用が見られない分、売上減である。		
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・前年にあった大会やイベントが今年は大変少なくなっており、宿泊売上が前年比1割強落ちている。		
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年の約半分である。年末、年度末に向けて補正売上がかなり動く時期だが、一向にその気配は無い。一般ニーズも冷え切り、先が読めない。		
		悪くなっている		美容室（経営者）	競争相手の様子	・美容院の競合が激しい中、チェーン展開の店は非常に忙しく、個人経営の店は非常に暇、というような格差が出ている。勝ち組はチェーン店であり、美容学校の求人先もチェーン展開しているところばかりで、個人経営にはほとんど出ていない状況である。
				設計事務所（所長）	お客様の様子	・今月イベントを行ったにもかかわらず、今一つ受注につながらず、成果が得られなかった。毎月受注、集客の厳しさを感じている。
				住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ローンを組んで購入可能な金額と実際に購入する金額に差が出てきている。予算が少なく、消費が消極的になってきていることは事実である。
商店街（代表者）	来客数の動き			・電器店とは裏腹に、11月に入って売上がさっぱり上がらない。地域の小売店でも何を売れば良いかわからないと言ってきている。閉口しているようである。		
一般小売店〔衣料〕（経営者）	来客数の動き			・寒い時期に入ってきたので、客に冬のコートなどダイレクトメールを出して販促しているが、売上につながらず、売上がなかなかない。やはり景気的にはあまり良くなっていない。		
スーパー（経営企画担当）	競争相手の様子			・9月末と10月末に出店した競合店の影響により、客数、売上共に2%ほどダウンしている。		
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子			・地元農家の人たちの今年の収穫量が悪く、特に女性の旅行がないため、衣料品関係は大変苦戦している。		
衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き			・ここ1～2か月、極端に客足が止まっていて、本当に氷河期のような厳しい状況である。来店客も単価が低いものだけを買っており、なんとも厳しい。		
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き			・補助金終了に伴う反動減が続いている。		
一般レストラン（経営者）	来客数の動き			・飲食関係は夜の客数が減っている。		

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）	競争相手の様子	・努力はしているが、ここに来て競争相手の多いことが気になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・10月に競合の新規ホテルが開業し、常連客、法人客及びネット関係の客は一時的に安いところに移動してしまっている。11月にもう1店舗開業するので、特別料金などが非常に危惧される。
		ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・食べる物にはお金を使っているが、レジャーや身の回りの物は控えている様子がうかがえる。
企業動向関連	良くなっている	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・行政向け装置について、4月から稼働できるように来年度予算に入れるやり取りが出てきている。
	やや良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の多くで、販売量、受注量が増えてきている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家電エコポイント変更の影響でテレビ等の輸送量が大変増している。また、ネットショップやテレビショップでの冬家電や家庭雑貨などの物流も良く、全体的に前年を2割ほど上回っている。
	変わらない	食料品製造業（製造担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格が落ちていく中でも、当社製品はそこそこの価格で取引されており、価格値下げ圧力の中でも、当社の価格を維持できている。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・12月に退職者が出る。人が減ってくると社内の士気も低下してくる。今なら新卒の採用もまだ可能だが、先が見えないので補充は行えない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・相変わらず低迷動向である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・窯業界は大変などん底状態が相変わらず続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車向けの仕事に関しては一服感があるが、引続きショベルカーを中心とした建設機械関連の仕事が好調であり、全体としては変わらない状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばい状態が続いており、すごく忙しい部門と、受注があまりない部門と大きく分かれていっている。自動車関連は段々低調に移っているが、産業機械が上昇し始めており、売上は前年比2～3割低いものの、何とか横ばいで推移している。
		金融業（役員）	取引先の様子	・小売業においては、例年、この時期から季節的要因を背景に売上が伸びるが、家電販売以外ではこう着状態が続いている。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・観光地においては紅葉シーズンは比較的天候にも恵まれ、紅葉狩り、登山、ハイキング客も比較的多かった。デフレの影響が日帰り客が多く、安近短の傾向がある。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子	・製造業では製品によっては良くなっているところもあるようだが、多くはこれまでの円高などで大変厳しい状況が続いていると税理士から聞いている。車販売店ではエコカー補助金の先食い需要の反動を懸念している。逆に家電量販店や町の電気店でもテレビの対応で、年内は休日がないと話している。今月のチラシ出向量は95.5%となっている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・売上などに大きな変化は見受けられないが、年末に向け資金繰りに不安を持っている事業主は増えてきている。
	やや悪くなっている	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内、海外の外部環境がこんとんとしており、情報化投資も様子見の状態が続いている。
出版・印刷・関連産業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・受注量が前年に比べて10%くらいダウンしている。	
金属製品製造業（経営者）		取引先の様子	・親会社は海外10か国以上に500～1,000人単位の工場があり、条件の良い国での生産を加速させている。当分、国内生産は減る傾向が続く。	
電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・思ったより極端な受注の落ち込みは少ないが、量産が減り、新規も減少傾向にある。	
輸送用機械器具製造業（総務担当）		受注量や販売量の動き	・主力自動車メーカーの受注については、増え続けていたのが、少し減少傾向に入っている。半年間の生産計画でも、量が少なくなりつつあるとの情報が入ってきたので、少し不安である。	

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
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・家電エコポイントの駆け込み需要がかなり多かったという取引先がある一方で、例年より売上が下がったという取引先も結構あった。家電エコポイント関連以外は総じて不振の企業が多いようである。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の宣伝にかかる費用が極端に少なくなってきたのがよく分かる。
		不動産業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・不動産業務では、賃料の値下げや解約というような動きが結構多い。ホテル運営については、稼動が少し低迷気味で変わらない状況が続いている。全体的に、また景気が悪くなって行くようなイメージがあるので、経費があまり出ないように見受けられる。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・飲食店の取引先が苦戦しており、客の入りが悪くて閉店するケースがここ数年では一番多い。特に居酒屋については比較的繁盛していた店まで厳しいところが目立つ。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・客に消費したい意欲は少し残っているものの、財布の中身が寂しい状態ではなかなか購買に結び付かない。家電エコポイントも狙いはエコロジーではなく、デフレ志向のお手軽価格の志向にある。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・景気が動いているようだが全部が一過性で、少なくともここ1～2か月はあまり良くない。
悪くなっている		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費者対象セールでは来場者は前年並みであったが売上は20%ダウンしている。高額品はもちろんだが、低価格商品の動きも鈍く、クリスマスに向けて厳しさを感じる。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・9月決算で前期に続き利益を計上することが出来たが、金額では前期5%ぐらいとなっている。11月時点の受注金額は前年103%であるが、受注は相変わらず同額によるクジ引きで、神頼み状態が続いている。
		通信業（経営者）	受注量や販売量の動き	・得意先の経費節減のため仕事量が減った。
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（管理担当）	求人数の動き	・年末商戦で短期雇用が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数を3か月前と比較すると、20.1%増となっている。特に、卸小売業85.7%、飲食、宿泊業122.2%の増加が目立った。景気は穏やかではあるが、持ち直しの動きはうかがえる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・製造業関係の自動車部品については3か月前とほとんど同じかやや増えてきそうである。サービス業では、介護関係、住宅関連の製造業的なサービスが目立ってきている。衣料品販売の求人も目立ってきており、これから年末に向けての商品処理のための人員確保に向かっていると思われる。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・世間で不況という割には、求職者はのんびりしていて緊迫感が無い。
		求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・製造業は忙しいところもあるものの、利益率が極端に低いため、従業員を募集して増員するところは少なく、人材派遣等の募集も極端に少なく、依然として厳しい状況が続いている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は依然横ばい状況である。事業主都合による離職者が減少する一方で、自己都合による離職者数が増加の傾向にあり、窓口における職業相談件数も落ち着いていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月新規求人は前月に比べ10%以上増加した。増加したのは、パート、臨時、契約社員求人である。正社員求人は同水準であるが若干陰りが出て来ている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・消費の落ち込みが回復せず、期待したクリスマス商戦も盛り上がっていない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・中小企業も含め前年度に比べ求人数が全く増えない。また、求人があっても、企業の欲しい人材でなければ採用にならず、再度募集がかかるなど求職者を送り出す方としては非常に厳しい状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・仕事の量が少なく、求人がほとんど無く、本当に困っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業、サービス業を問わず、前月よりも一般職の求人が減少している。 ・事業所を訪問していても、求人の提出があまりなく、求人数、特に正社員の求人数が減少気味である。



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			

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・商品の供給が間に合わず、売上はそんなに伸びていないが、来月からエコポイントが約半分になるため、駆け込みでテレビを買う客が多く、前年の3倍以上売れている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・12月からのエコポイント半減の効果で、駆け込み顧客が急増している。
		家電量販店（営業統括）	販売量の動き	・エコポイント関連3商品が前年比で大きく実績を伸ばしており、大きな数字を作ることができている。需要の先食いであることは否めないため、もろ手を挙げて喜んではいられないが、大きな商いになっていることは事実である。
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・エコポイント見直し前の、駆け込みによる需要増のため、良くなっている。
		家電量販店（統括）	来客数の動き	・エコポイント特需による駆け込みが急増している。
	やや良く なっている	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・エコポイント見直し前の駆け込み需要で、テレビとエアコンが動いている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・今月の景気はやや悪いが、ここにきて地上デジタル放送関係でテレビを買い換える客が多いようで、テレビ台の需要が多少増えている。
		一般小売店〔文具〕（経営者）	販売量の動き	・毎年そうだが、当業界では年賀状の印刷が一大イベントである。今年度はパソコン等で自分でやる人が多いかと思っていたが、意外にも前年より多少良い。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・気温が急に下がってきたためか、10月以降、衣料品の売上が前年を上回ってきている。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・店頭での施策、仕掛けに対する客の反応が明確に売上増として出てくるようになった点で、やや良くなっている。11月前半は防寒衣料のピークで、シーズン当初の兆しをとらえて展開したところ、今シーズン最大の売上を作れた。婦人フロアでは機能性が高くデザイン性を兼ね備えたアウターが大ヒットしている。パンツの動きの活発化に合わせたショートブーツの強化展開が、婦人靴全体をけん引している。お歳暮ギフトは前年並みのスタートで、期間目標を前年100%に置くのは久しぶりのことである。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品、服飾雑貨、食料品のすべてで改善している。3か月前は天候の影響でかなり悪化したが、今月に入ってから気温の低下により重衣料が動き出したことが改善した要因である。相変わらず前年維持は厳しい状況であるが、マイナス幅は縮小傾向にある。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・高額の宝飾品受注会等の動きが好調に推移している。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・客単価は低迷しているが、来客数、買上客数は伸長傾向である。お歳暮ギフトやクリスマス、自分へのご褒美的な消費が活発である。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・今まで苦戦していた紳士、婦人冬物衣料が好調な動きを見せ、売上はほぼ前年をクリアしている。雑貨類も堅調な推移である。
		百貨店（販売管理担当）	単価の動き	・今まで前年割れが続いていた平均単価が、前年を上回るようになってきている。また、6か月連続で来客数が増加している。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	お客様の様子	・今月発売の新デバイスが、北米を中心に売行き好調の様子である。
		高級レストラン（副店長）	来客数の動き	・既存の宴会予約内容から推測すると、やや良くなっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・やはり年末だから飲む機会が多くなり、結構伸びている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・10月単月で落ち込んだ訪日中国人の伸びも回復し、伸長が見られる。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・秋の商品が直前で伸びており、新春の商品も出足が好調である。

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
		タクシー運転手	単価の動き	・若干、利用者の単価が上がってきている感じを受ける。
		タクシー運転手	それ以外	・都内タクシーの1台当たり日当収入は前年同月比3.4%増となり、いくらか上向きに転じている。減車、休車の効果が多小表れている。また、羽田空港国際線によるタクシーの稼働が多くなっている。
		通信会社（営業推進担当）	来客数の動き	・デジタルテレビの売行きが絶好調である。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・週末に掛けて天候が安定し、旅客がかなり出たことで、11月は良くなっている。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・前年は新型インフルエンザ流行に伴い、予約のキャンセル、出控えが多々見受けられたが、今年はそのマイナス要因が特にないので、やや良くなっている。
		設計事務所（職員）	それ以外	・決算後の上期に入り、一時的に受注が上向いている。賞与額が前年よりも多く見込まれるため、やや良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標の160%を達成したが、前月からのずれ込みや、同じショッピングセンター内にある他業種店の閉店セールによる集客増があったため、一時的なものである。景気はやや良くなっている。
変わらない		商店街（代表者）	それ以外	・10月にクレジットカードの取扱高が前年同月比を超え、11月もその流れを受けてはいる。ただし、消費者のマインドは冷えており、客単価が下がっているため、変わらないというのが一番適当である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・スーパーが前月2店閉店した後に強力な食品スーパーができたため、当商店街の核になる大手スーパーの集客力が大分衰えており、非常に厳しい状況になっている。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	お客様の様子	・11月上旬から平均的に気温が安定してきたため、秋冬物衣料の売行きが良い。前年の数字は確保でき、まずまずである。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・商店街では、景気が悪く売行きが良くないので、閉店したり移転したりする店が出てきている。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	単価の動き	・来客数や販売量が相変わらず低い。特に低価格の商品にしか客は手を出さない、目がいかない状況がずっと続いている。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・企業等の購買意欲は上がってきている。実際、スチール家具等を納入することができており、上がっている。ただし、一般の小売部門では季節商材、特に年賀状絡みの年末商材や手帳等があまり良くない。本来であればもっと寒くなるはずの冬が今一つ暖かく、季節感が出ていないためである。このようなことからプラスマイナスゼロで、変わらない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・毎年行っている創業祭で、今年は割引に対する客の反応が良く、前年以上の売上となっている。しかし客数は前年並みであり、売上も1か月トータルでは前年並みに落ちてしまっている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は前年を上回っているが、コート、ジャケットの平均単価が前年より2～3千円下回っている。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数、買上客数は前年割れとなっている。衣料品は、コートやニット商材については動きが見られるが、ジャケット等の動きは鈍く、必要な物を更に選定して購入している。高額品は依然として厳しい。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・来客数、販売額共に前年を超える動きが続いており堅調と言えるが、あくまで前年比であり、力強い動きではない部分が懸念される。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・当月前半に気温が急降下し、コート類の売行きが急上昇している。プロ野球の優勝セールで来客数が急増するなど、特殊要因で何とか前年並みの売上を達成しているが、それらを除けば客の節約志向は続いており、一過性のものであるため、変わらない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・客の購買行動は依然厳しい。特に生活消費財に関してはチラシ掲載の目玉商品のみを買い、他の物やついで買いは増える様子がない。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・一向に回復傾向にないため、変わらない。依然、価格にはシビアであり、洋服、婦人服は特に厳しく、高額品のまとめ買いは多く見られない。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・最低限の出費に抑えているかのように、単価が上がらない。

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（営業企画担当）	お客様の様子	・冬物衣料、クリスマス準備などで需要が喚起されている。おせち、クリスマスケーキ予約なども、価格帯が前年並みかそれ以上となっており、客は「価格よりもそれが欲しいかどうか」になっている。
		百貨店（店長）	単価の動き	・気温に恵まれ、冬物の動向は良い。しかし、防寒品の主力であるコートでは、売上数量は前年比106%だが、単価が90%で、売上は95.4%となり、前年未達である。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・客数はまずまずだが、買上点数が減っている。1点単価はずっと下がっていたが、このところの野菜の値上げで多少上がってきている。しかし客単価が低いので、売上はなかなか伸びない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量も買上点数も、前年比で多少下がっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・単価が上昇せず、点数も前年より落ちてきている。相変わらず買い控えをしている様子が見える。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店を見ると、付加価値商品、こだわり商品、ワンランクグレードの高い商品等の品ぞろえは、毎月減っている。逆に価格訴求型や、タイムサービス、数量限定等を使つての価格前面の商材が多く見られるようになっている。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・季節商材の稼働が思わしくない。特に防寒衣料が不振である。
		スーパー（仕入担当）	単価の動き	・野菜の高騰により、1世帯の買上頻度の高い食料品の金額が高くなっている。そのため他の物を抑えようとする防衛意識が高まり、買上点数が前年を2ポイントほど割っている。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・気温の影響により、秋冬商品の売行きにあまり伸びがない。価格競争によって単価の低下が続いているが、販売量には影響がない。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・当業界は全体的には変わらない。一部の家電等の業界は非常に伸び率が高いようだが、こちらは依然として変化なしで進んでいる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの値上げによる影響がほとんど無くなってきている。たばこの単価が上がったことで、客単価は少し上がっている。売上構成比も、以前はたばこが25%だったが今は30%となっている。客数は増えているが、低価格のたばこの導入なども影響している。大変重要かつ難しい経営になっているのは確かである。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・低単価商品も売れるが、高単価の弁当なども売れており、景気としては変わっていない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・たばこはやや値上がり前の状態に戻りつつある。しかし、買上点数は以前よりも少なくなって来たため、ほぼ変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・たばこの駆け込み需要の影響が、悪い形で表れている。政治不安は消費控えにつながっている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は客数、売上共に2%上昇している。特に高齢者は、多少高くても中国製ではなく日本製の良い物を購入していく傾向が多くなっている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・パソコン業界の中では低単価、右肩下がり傾向があるため、毎年パソコンの単価が低くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備と販売をしている。整備は順調に入っているが販売は前月よりも3割ほど減少している。これは半年前倒しで、補助金を使って購入したため、今年一杯は駄目かと思う。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・毎月だが、徐々に少なくなっているように感じる。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	販売量の動き	・新しい店がオープンしたが、来客数は多いものあまり売れていない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の見直しによる駆け込み需要があり、テレビを中心に売上が大きく伸びている。ただし、外食は控えている様子で、衣料品については気温低下で本格的に冬物が動き出している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前月、10月22日現在の前年比では、客数は98.1%、売上は97.4%である。今月、11月24日現在は、客数は97.1%、売上96.4%である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・不景気のせいか、客数が減っている。週に1回来ていた客が2週間に1回、3週間に1回と減っている。

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
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年より忘年会予約の開始は早いですが、2回を1回、多人数を少人数にシフトするといった感じである。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・特に来客数の落ち込みが全然回復しない。3か月以上前から、前年比4割減の状態が続いており、大変深刻な問題である。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・前年の販売量と比較して、大きな変化はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年に比べ、婚礼見込みの来客が減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は当日や2、3日前になり特別な安いレートで集客している。月全体では単価を下げての集客で人数増、単価低下で前年と同じ水準である。レストランも平日サラリーマンを中心に安いメニューが多く出ている。土日祝日は家族の記念日の食事が高単価と安い単価とが入り交じって出ているが、月全体では単価低下、人数増で前年並みである。宴会は、今月は婚礼や法人宴会が多くあり、飲食を伴わない利用が減少し、人数減、単価上昇となったが、売上は前年より減少している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は、若干のプラスという感じがするが、これも天候、雨の日が多かったためかと思う。まだ本格的に回復してきているのかどうか良く分からないのが現状であり、もう少し様子を見たい。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・新機種発売前の買い控えが見られ、若干販売量は落ちているが、これから出そろえば、十分取り戻すことができるレベルの落ち込みである。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・他社との価格面での競合が激しい。契約数は順調に増加しているものの、収益面で厳しい状態が続いている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・集合住宅における、デジタル放送対策駆け込み需要が続いている流れは変わらず、戸建の契約件数の減少分を補っている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・変わらず良くない。月々の利用料が負担となり、解約するケースが減らない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・契約するサービスは低価格が増加している。販売対象の集合住宅の空室も目立つ。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・ケーブルテレビの契約数は伸びているものの、顧客単価は下降気味となっており、単純には判断できない状況である。家電エコポイントの影響で家電量販店での契約数は飛躍的に伸びているが、一過性と思うので、政治と経済不安からの心的不景気感是否めない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・2011年のデジタル化が最終段階にくるので、変わらない。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・前月に引き続き、解約、契約解除の傾向は変わらない。地上デジタル放送化に対する認識も浸透している反面、他事業者やアンテナ設置等により、サービス内容よりも安価なサービスに移行している。
		その他サービス [ 福祉輸送 ]（経営者）	お客様の様子	・依然としてデフレの傾向は続いており、客の社員の給料等も上がる様子がない。一般的なサービス提供に対する単価が下落、あるいは値下げといった状況が出てきている。そういった意味で、景気はマイナスあるいは3か月前とほぼ同じような状況になっている。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・建設業関係は相変わらず悪く、特に新築物件等において、当地区は非常に悪くなっている。当事務所ではたまたま入札で新しい仕事が取れたので頑張っているが、一般的に仕事が見えないのが現実である。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・数年続いているこの不況は、明るい見通しが全然ない。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・民間の仕事はほとんどなく、行政では相当投げ売りが多くなってきている。業務の適正化を図るため、最低制限価格を決める行政が多くなってきている。
		その他住宅 [ 住宅資材 ]（営業）	販売量の動き	・販売量の動きが例年と比べてもそれほど落ち込んでいるわけではないので、通常である。少し気になるのは、電気関係の受注が少し落ちてきており、先行きが心配である。
	やや悪くなっている	一般小売店 [ 祭用品 ]（経営者）	販売量の動き	・秋が無くいきなり冬となり、季節商材の販売が滞っている。
		一般小売店 [ 印章 ]（経営者）	来客数の動き	・当業種だけなのか、他業種もそうなのか分からないが、客の出入りが非常に少なく、購買意欲がない。

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
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	それ以外	・総合卸売市場では月2回の一般公開をしていたが、最近では毎週土曜に開放している。キャッシュ&キャリアの間屋でも、来客は午前中のみで午後は閑散としているようである。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	単価の動き	・今年は米の品質が悪く、価格が下がっている。他の農産物は値上がりしているから米はお買い得なのに、かえって売れない。安くなっているのになぜ食べないのか、客の考えがよく分からない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・会社販売や個人販売を含めて、今までの注文を下回る数量が明らかに実感できるようになってきている。前回、前々回の注文数量に届かないのが、最近の傾向である。
		百貨店（総務担当）	単価の動き	・単価については1割ほど低下している。10月の買物動向とはやはり違う気がする。特にお歳暮などの単価が低い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客数が前年を割り、それに加えて単価も前年96.6%となっている。特売商品など安い物は売れるが、それ以外の物についてはなかなか動かず、買ってもらえない。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客は単価も含めて、必要な物以外は欲しい物でも買わないような買い方になっている。ネットスーパーの伸びは、利便性はあるが、必要な物以外は買わないで済むということが挙げられると思う。ボーナスを含めて先行きの見通しが非常に暗い状況が、周りの動向となって表れている。
		スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・野菜の価格高騰から、その他食料品の売上が下がっている。特に水産部門の減少が顕著で、全体の売上減に影響している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・矢継ぎ早に行っているセールで、売上は若干の下落にとどまっている。しかし、値下げした商品の全販売額に対する比率が上がり、セール頼りの状況に危機感を感じている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比105%ほどで推移しているが、単価が追い付かず、10%ほど下がっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・将来的な不安を持っているようで、それに備えて客の財布のひもが固い。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候が暖かく、ダウン等の重衣料が売れない。日々の気温から購入商品が決まらず、必要性が薄く、買上に結び付いていない。早くもセール待ちの状況になっている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・目的の物以外の購入がなく、販売の点数が上がらない。
		衣料品専門店（営業担当）	単価の動き	・急に寒くなって衣替えの季節になったが、不況のため、価格の安い物に売上が集中している。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・今月も前年比90%と厳しい状況が続く。必要な物だけを求め、特に出かける予定のない客などは前年の物を引っ張り出している。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・10、11月と受注が前年比60%台になり、収益に大影響を及ぼしている。このまま行くと上期の黒字を食い潰してしまう。新型車の予約販売を行っているが、今一つ盛り上がりがない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・前月同様、補助金が終了してからは商談件数が極端に減り、商談時においても結論が出るのに時間が掛かっている。ユーザーは景気の先行きに対して相当不安を持っており、トラック需要は毎月減っている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数が少なく、それに伴って販売量が伸び悩んでいる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・10月以降、客の来店回数が減少している。前年に比べてチラシでの集客も弱くなってきている。安さでは大手に対抗できないが、安いのは当たり前になってしまい、それ以外での集客が弱い。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・景気は良くなっていないが、忘年会等の予約は徐々に入ってきているものの、11月は前年同様に暇だったので、仕方がない。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・当社のように個人的な旅行代理店業はなかなか難しい。今はインターネットで客がホテル等の予約を直接してしまうため、来客はあってもなかなか契約までできず着けない。

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(支店長)	お客様の様子	・今月は12月の忘年会の宿泊予約等が入る月だが、動きが非常に弱い。客によっては、宿泊を夕食会などに切り替えたり、中止している。国内の団体についても動きが悪く、なかなか来年の契約に結び付かない。
		タクシー(団体役員)	お客様の様子	・一般顧客だけでなく、契約顧客の無線オーダーが減少し、前年比でマイナス10%以上の月が続いている。特に深夜の無線減少がひどい。
		通信会社(経営者)	販売量の動き	・加入獲得は、テレビ、電話も11月に入って厳しいが、特にネットが11月計画値に届かないほど厳しい。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・客からの要望単価が、低価格になっている。
		通信会社(総務担当)	お客様の様子	・有料チャンネルの解約に歯止めが掛からない状態である。キャンペーン等を行っても全く効果が表れないということは過去に例がなく、打つ手がない。
		遊園地(職員)	お客様の様子	・客の来園状況として、昼食を取った後に、午後から来園するケースが増えている。園内での消費を抑えている傾向が見られる。
		ゴルフ練習場(従業員)	単価の動き	・練習場の前月の来場者数は前年並みであるが、売上が前年比で2割ほど落ちている。客単価が下がっているためであり、やや景気が悪くなっている。
		パチンコ店(経営者)	競争相手の様子	・当店も競合店も、APECの関係で約1か月間、台の新装開店の入替えが自粛となっていた。それもあって数字が大分落ち込み、厳しくなっている。
		その他レジャー施設[ホール](支配人)	販売量の動き	・趣味、余暇への支出は更に厳しくなっているようで、一部の公演を除いて全体的にはチケット売上は下がっており、回復の兆しが見えない。
		その他レジャー施設[アミューズメント](店長)	お客様の様子	・来客数に対して客単価が大きく下がっており、客数対比以上の売上減となっている。
		その他レジャー施設(経営企画担当)	お客様の様子	・都市型ホテルでは前年よりも高い稼働率が続けているが、単価が回復しない。イベントのある日や週末などは高単価で高稼働だが、平日になると極端に弱くなり、安価なインバウンドに頼らざるを得ない。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・全くと言っていいほど計画物件の情報が入りできず、動きが空回りしているのみである。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・継続はあっても融資がなかなか付かない。先行きが不透明なので、客もなかなか見切れない状況である。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・契約数が減っている。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・3か月ほど前と比べて、販売量が3分の2くらいである。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・住宅展示場や各イベント等の集客状況に大きな変化は見られないが、その後の成約となると時間が掛かり、成約率の低迷が続いている。土地の流通も、東京都下での住宅地価は下げ止まっているが、大変鈍い。
	悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街を歩く人の数もかなり減っており、買物袋を持っている人も少ない。当店の入店率も大変悪くなっている。客がほとんど来ないのと、来てもなかなか販売に結び付かない状況で、心配している。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・近年、大型ショッピングセンターや量販店が近隣に多数出店してきており、商店街への客の回遊性がより少なくなってきた。
		一般小売店[食料雑貨](経営者)	単価の動き	・デフレが進んでいる。
		百貨店(総務担当)	単価の動き	・景気が悪いと聞いている。客単価が低く、少子高齢化がどんどん進んでいることに変わりはない。そういう状況にもかかわらず、大手は安売り攻勢をしてくるということが、当社には一番厳しい。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・今月は天候に恵まれて旅行の話もかなり聞くようになったが、家電エコポイントの影響で消費が家電等に集中し、洋服になかなか回っていない。軽い物1点くらいで我慢している様子が見られる。
		乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・補助金終了以降、需要の回復がはっきりせず、さらに前年との日曜日並びの違いが大きく響き、純受注は大幅な前年割れとなっている。

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
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・あまりにも売れなさ過ぎる。単価は底値でも売れない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行の問い合わせの電話が以前より更に少なくなっており、見積件数も少なくなっている。いったん受注に至っても、途中で予算上キャンセルになるケースが散見される。
		タクシー運転手	お客様の様子	・営業関係の客がかなり減っている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客が安い物を求めて大型店等いろいろな所に散っているため、商店街の客は相当減っているようである。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・顧客の顔に明るさを感じないし、不安感さえ感じる。世の中全体に先行き不安を感じ、消費意欲に欠けている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業。前月同様、住宅は東京都内に近い所は価格が安くなっていることもあり、売行きが好調である。しかし分譲価格が非常に低いため、全く利益が出ない。建設業は設備投資が少なく、中には受注単価が低くて赤字になる。公共工事は受注単価が低いばかりでなく、発注量が激減しているため、非常に困っている状況が続いている。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・秋のお菓子が前年比110%ほど売れている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月はお寺からゴム印のスタンプの特需があった。これは景気回復祈願など何かの祈願といった内容のものなので、ある意味では不景気の裏返しでお寺への需要があり、その注文が出てきたと考えられる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に微増であるが、増えてきている。来年に向けての受注も来ているので、部分的には動き出している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月はビルのリニューアル関連商品が、従来よりも好調に売れている。
		金融業（役員）	取引先の様子	・円高に一服感が出て、建設機械の輸出に絡む梱包業の客が、いつも残業して遅くまで作業に追われている姿を見ると、足元は少し回復してきている。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事を順調に受注しており、しばらく続く見込みである。
	変わらない	繊維工業（従業員）	それ以外	・受注が無く、従業員を確保しておくために、雇用調整助成金に関する問い合わせが増えている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・今年は商店街等の年末大売出し事業が減少している都合で、売上が非常に悪くなっている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社特有の季節的要因によるもので、例年通りである。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・10月同様、相変わらず悪い所が多い。ただし1件、同業者で忙しくしている所の手伝いを少ししているの、助かっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・来月に新しい受注をもらっているの、いくらか良くなるかもしれないが、それも不確定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全国からの引き合いが散発的に出ているが、すべてが成約するには至らない状況である。保守管理の仕事のみで、事業を継続している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・身の回りの景気はここ半年くらい、良いほうへは動かずあまり良くないまま、ほとんど固まったように、毎月変化がない。暮れなので良い兆しが出ないかと思っても全く出ず、皆悪いと言っているだけである。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・取引先は、悪ければ悪いなりに仕事を確保し、定着してきている。当社の近隣の様子を見ると、長い間シャッターが閉まっていた所が開いてきたりと、ぼつぼつとそういう動きは出てきている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注が決して増えてこないため、運んでもらう品物がないと、得意先に言われるだけの毎日である。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月よりは若干改善してきているが、前年比約3%程度売上が減少しており、下降傾向に歯止めが掛かっていない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・今期の後半になりやっと荷が動き始めたが、日によって量に波があり、先が見えず不安定である。

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
		不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・売主と買主の提示金額の差が10%以上あるため、厳しい交渉が必要である。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・相変わらず空室率の改善は進まないうえに、退去しないテナントからは賃料の値下げ要望が出されたり、新規入居テナントからは数か月のフリーレントを要求されたりと、最悪の状況になっている。唯一の救いは、入居希望テナントからの問い合わせが多少増えたという程度である。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先の流通企業や小売店の担当者から、最近が高価な商品もある程度は売れるようになってきた、客が戻ってきたという話をよく聞くようになっている。ただし、だからといって宣伝、販促予算が増えているわけではないため、変わらない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中規模のパン屋は前年比10%減となっているが、前年はその前から見て10%減となっている。金属加工業は、相変わらず70%レベルを推移している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・県内中核都市の商工会議所では、初めて退会者数が入会者数を上回った。職員は、1人百数十社を受け持ち、会員会社を訪問して、意向と現状把握のためのヒアリング活動を行っている。年間の会費は決して大きなものではない。各社の経費削減対象が、そうしたものにまで目を向けねばならなくなってきている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・夏の酷暑、9月の残暑を過ぎて客足が回復基調の店もあるものの、全体的にはあまり大きな変化がない。
		社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。
		税理士	取引先の様子	・家電エコポイント半減を間近にしての駆け込み購入客が多く、前年よりも売上が増えている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に特に変化が無い。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	取引先の様子	・大手取引先より、顧客の減少などの話を良く聞くようになっている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・来月からの家電エコポイント半減及びテレビのアナログ放送終了まで9か月となり、地上デジタル放送への移行が一気に進み、テレビも電話もインターネットも光で実施する方向への需要が大きく伸びると思われたが、いまだに本格的に検討する客が増えて来ない。このため、インターネット環境を整備しようとする客からの受注量も微増状態である。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・前月から案件進捗なしのため、変わらない。
		やや悪くなっている		プラスチック製品製造業（経営者）
金属製品製造業（経営者）	競争相手の様子			・円高の影響で海外生産が増え、受注が減っているということを競争相手から聞いている。その競争相手の受注が減っているため、当社の仕事を取ろうとしてきており、競争が増えている。
金属製品製造業（経営者）	取引先の様子			・毎年年末は急ぎの仕事が多くなるが、得意先が発注先を外国にシフトしているため、いつもより少ない。価格も下がったままの状態である。
精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・既存の主要取引先だけでは、売上を達成できない。
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き			・商品がなかなか売れない。
建設業（経理担当）	受注量や販売量の動き			・仕事が無い。同業者同士で少ない物件の取り合いのため、受注にこぎ着けても利益が出ない。
建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き			・今期に入り受注量は減ってきている。特に土木工事は減っている。
輸送業（所長）	受注量や販売量の動き			・前年の売上に比べ、今月も15%ぐらい落ちる見込みである。出荷数量が落ちている原因を荷主に聞いても、特に原因は無く、ただ物が売れないということである。
通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き			・前月よりは若干持ち直しているものの、依然として低迷している。



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	
		金融業（支店長）	受注量や販売量の動き	・ここにきて客の製造業、特に半導体の受注量が減少してきている。11月までは良かったが、12月以降のめどが立っていない。エコカー補助金の終了で自動車関連の仕事が大幅に減少している。	
		金融業（支店長）	取引先の様子	・輸出企業は円高進行のため売上が急減し、資金繰りにも影響を来している。	
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・10月から11月にかけて営業成績が悪く、空室が増加の一途である。賃料を10%は下げているが、効果がない。今年一杯はこのような事態が続くそうである。	
		広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の車販売店でエコカー補助金が打ち切れ、販売台数が激減し、宣伝費等も抑えられてきている。	
		税理士	取引先の様子	・建設業は本当にひどい状況で、仕事を請ける単価が大変悪い。仕入れの製造業でも皆、赤字で受注を請けている。中古商品を扱っている店であっても売行きがどんどん落ちているのが現状で、かなり悪い。	
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取引先工場などの顧客の稼働率低下で市場が小さくなっており、同業他社との価格競争が激化している。	
悪く なっている		出版・印刷・同 関連産業（所 長）	受注量や販売量の動き	・年末時期の繁忙を少しでも期待したいところではあるが、全くもって上向きになる様子が見えない。カレンダーや年賀葉書などの案件も、内製化やコスト削減のために中止する傾向が多い。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅系や耐震リフォームは若干あるものの、特殊建築物関係は全くと言っていいほどない。設備投資でも、計画はあるがほとんどが中止になっている。	
		金融業（渉外・ 預金担当）	取引先の様子	・年末に向けて資金の手当てが厳しいというような声がある。通常よりも資金が忙しくなる年末に向けて、仕事を伴わない資金を調達できず、倒産していく企業もある。	
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年受注している大きめの求人広告2件が、不景気のため募集を停止し、2件ともに発注が無かった。今月はそれが丸々欠損となっている。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注に対しての今後の見通しが立たない。	
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（支店長）	採用者数の動き	・派遣依頼が新しい企業から入るようになってきており、契約終了よりも開始するほうが多い状況である。	
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・これ以上人を減らせないが直接雇用はしたくない企業からの派遣依頼が増えてきている。成約ベースでいくと、過去3か月を上回る数となっている。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年比で、新規求人数の増加が続いている。以前は製造業からの求人が大きく減少していたが、最近は増加している。	
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・求人数全体は大きく変化しているわけではないが、ミクロで見るとメーカー、中部圏等のエリアからの求人が大きく回復してきている。また、採用数全体は伸びてきている状況もあり、採用数÷求人数で見ると、決定する率が上がってきているとも言える。心理要因も含め、回復している。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・周辺企業の求人件数は3か月前と比べ増加してきており、改善している様子だが、それほど良くなっている実感がない。
			人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・具体的に求人の増えた業種はない。
			人材派遣会社（業務担当）	周辺企業の様子	・例年、この時期は年末の繁忙期であるが、今年は繁忙期の開始が1月ほど早く、またボリュームも前年以上となっている。企業も忙しさの波を正規雇用者だけでは受け止めることができず、派遣頼みとなっている印象である。
			求人情報誌制作会社（編集者）	採用者数の動き	・新卒一括採用においては、大手、中堅、中小企業の利益を出すという企業力に格差がある。採用力の回復は来春以降ではないかと考えており、採用市場は依然として厳しい。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・本来ならかなり悪くなる時期だが、そうならないようにした結果、それなりにいっている。ただし、前月や2か月前に比べて圧倒的に伸びたというわけではないので、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
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・受注量の増加から休業規模を縮小する事業所、休業を実施しない事業所が見られるようになってきたものの、雇用調整助成金の申請は相変わらず多い。製造業のうち零細な事業所が中心となり、利用件数は横ばいの状況が続いている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・毎日相談、照会に来る求職者の人数は多いまま変わらず、また、給付金のための目的による職業訓練の相談も相変わらず多い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向にあるが、やはり契約社員の求人が多い。なお、主要産業別では、医療福祉の産業が多くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は増加しているが、正社員求人ではなく請負、パート求人が増加している。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・当社は製造業を主としている。企業の求人要求は今までとあまり変わっていないが、いざ持ち込んで、良い人がいてもなかなか決めてもらえない。将来もその先も見通しが立っていないので、かなり我慢しているような状況である。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・政府の行っている雇用対策の効果が全く表れてきていない。企業求人票がほとんど届いていない。
		やや悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き
求人情報誌製作会社（営業担当）	求職者数の動き		・年末に向けての求人需要が、例年ほど高まっていない。	
職業安定所（職員）	求人数の動き		・新規求職者数が前月比9.7%の増加となり、新規求人数が同1.1%の減少となっている。9月に改善したものの10月に悪化となり、厳しい雇用情勢は続く。	
学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き		・求人獲得数が前年同月比で若干、減少傾向に転じている。	
悪くなっている	求人情報誌製作会社（広報担当）	求人数の動き	・景気が上向いている、中途採用の求人が増えているということが言われているのだが、そのようなことは全くない。これまでリストラや新卒採用を絞り続けてきた企業が、いよいよ仕事が回らなくなって我慢しきれなくなり、やむなく若干名採用ということになっているだけである。	

## 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			
	やや良くなっている	商店街（代表者）	競争相手の様子	・景気が底を打って、今まで空き店舗だった場所にも出店し始めているため、少し上向きである。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・この数か月間は、景気というより気候の影響が大きかった。10月上旬までは酷暑、猛暑により和菓子の売行きは最悪であった。しかし10月下旬から涼しくなり、販売量、売上共に持ち直してきている。また、11月中旬以降は週末の名古屋駅及び商店街の人通りも増えてきており、購買に結び付いている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・伊勢神宮周辺では、遷宮を平成25年に控えていることと、パワースポットブームもあってか、にぎわっている。市内のその他の地区でも、局所的ではあるが、好調な動きを示している。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・気温の影響と思われるが、婦人衣料品に動きが出ている。
		百貨店（営業企画・販売促進）	来客数の動き	・県内各店舗の来客数にはこれまでばらつきがあったが、今月は前年をクリアしており、横並びの推移になってきている。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・客単価が上がってきている。長引くデフレ傾向に嫌気が差したためか、価格重視から品質重視にシフトしてきている感もある。しかし来客数は増えておらず、トータルで見ると、さほど変わらない。
		スーパー（店員）	単価の動き	・この地方の特産物である富有柿の季節になり、その販売による売上が貢献している。例年に比べると、単価が上昇している。

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（営業担当）	来客数の動き	・前年同月比で、来客数が増えている。客単価は低いものの、来客数の増加により、売上は前年同月と比べて増加している。気温が例年並みに冷え込み、冬物商品が売れてきている。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年同月比は、売上の前年同月比を上回っている。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこ増税前の特需の反動は、収まりつつある。来客数の前年割れも、ほぼ前年並みにまで回復してきている。	
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の駆け込み需要により、売上は非常に伸びている。	
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・問い合わせ件数が増え、来客数も少し増えている。販売量は変わらないが、良くなっている。	
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・肌寒い季節になり、大口の受注が増えてきている。	
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・完全地デジ化への対策のため、映像サービスの申込と光回線の申込が増えている。	
		テーマパーク（経営企画担当）	来客数の動き	・天候に恵まれ暖かい日が多いため、来場者数は増加している。	
		変わらない	商店街（代表者）	単価の動き	・COP10関連で相当の集客を見込んでいたが、あまり良くなっていない。客単価も依然として上がる気配はなく、低いままである。
			商店街（代表者）	販売量の動き	・販売量、仕入量、問い合わせ件数等は、相変わらず低い水準で推移している。3か月前と比較しても特に変化はない。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・相変わらず来客数が少なく、客単価も低い。そのため、販売量、売上の増加につながらない。
			一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・力強さを感じる部分もあるが、全体の景況感は変わらない。
			一般小売店〔電気屋〕（経営者）	単価の動き	・家電エコポイント制度の改正前の特需により、引き続きかなり良く売れている。
			一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金引下げをよく認知した観光客が増えており、交通渋滞が常態化している。週末の来客数は、前年同月比で15%以上増えている。最近のパワースポットブームも、この地域の観光客を増やしている。
			一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・必要な物しか買わないことが当たり前になっており、依然として財布のひもは固い。店内に色々な商品を置いてアピールしているが、ほめてくれるだけで買わない客が多い。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き		・駅前立地のテナントに入店しているが、平日はまずまずの来客があるものの、土日祝祭日に来客数が大幅減少する傾向は変わっていない。地下に入店しているスーパーでは、品質が悪くはなく買得な二番手商品を扱っており、非常に多くの来客がある。今の客の動きは、価格次第である。		
一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き		・来客数、客単価共に、低水準が続いている。		
一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き		・ようやく季節らしい気候となり、売上はやや回復している。今月の売上は前年同期比で3%ほどのプラスになる見込みである。ただし、昼食時のサラリーマンの来客数がやや少なく、客単価も低いことが気掛かりである。このことから、景気が回復しているとまでは言えず、横ばいである。		
一般小売店〔惣菜〕（店長）	販売量の動き		・お歳暮商戦がスタートしているが、年々前倒し傾向が強まっていることから、例年ならば11月はまずまず良いスタートが切れる。しかし今年は、件数、単価共に厳しい状況にある。ただし、地元プロ野球チームの敢闘セールは盛況であった。		
百貨店（売場主任）	単価の動き		・ポイントアップセールや地元プロ野球チーム、サッカーチームの優勝セールなどで、単価を下げた商品に対する反応は良い。しかし、定価商品に対しては、それほど動きは感じられない。		

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
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・クリアランスセールの下見客が増えてきており、平日の来客数は少しずつ増加しているが、購入する客は少ない。先日もクリアランスで値下げするかという質問をされたが、今買うよりも安くなったら買おうという客が多く、購買意欲のある客は少ない。
		百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・客単価の回復傾向は継続している。ただし、来客数の回復ペースは鈍化している。年末商戦の動向も不透明である。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・カード顧客への優待キャンペーン、地元プロ野球チームやサッカーチームの優勝セール、ブランドショップのイベントによる集客、売上はあったものの、それ以外の集客、売上はかなり厳しい状況が続いている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・客は割引や特典付きの企画に対しては反応するが、通常期は価値ある商品に対しても反応が鈍い。これまでは商品本来の価値や価格で対応すれば良かったが、付加価値競争が厳しくなり、客は価値を更に高めた提案しないと反応しなくなっている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・気候が良く晴天が続いていることに加えて、青果の高値もあり、取引先の小売店の売上はまずまずである。
		スーパー（店長）	単価の動き	・地元プロ野球チームの関連セールにより、若干の需要があった。しかし、単品単価などは相変わらず前年を下回っている。景気の回復はあまり見られない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・試食を計画的に実施している。客は美味しいと喜んで試食するが、販売につながるのはほんのわずかである。以前ならば買う気がなくても試食したら1つくらい買っていこうという雰囲気があったが、いまはシビアである。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は前年同月比96%前後で推移しており、依然として低迷している。衣料品類もバーゲン価格や割引セールでないと動かない状況にあり、低単価にならざるを得ない。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・猛暑から季節が変わり、衣料品、食品や暖房関連商品の動きが良くなっている。しかし、客単価は前年割れで推移しており、相変わらず低迷している。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・喫煙者による買い控えや禁煙者の増加により、来客数は減少している。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・たばこ増税の影響があり、売上は減少している。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・前月は売上、来客数共にたばこ増税の反動に伴う影響があったが、今月はその影響で減った分の客は戻ってきている。ただし、ポジョレーヌーヴォーの売上があまり良くない点が、多少気掛かりである。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・販売量、来客数共に低迷している。特に買い回りの客がおらず、全体的に悪くなっている。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・持ち家住宅、分譲マンションなどは増えてきているが、民間の設備投資によるオフィス、工場や公共工事の減少により、プラスマイナスゼロである。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前年は新型インフルエンザの影響で来客数が減少していたため、来客数の前年同月比は回復している。
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・12月から家電エコポイントが半減するため駆け込み購入するという話を客から何件か聞いたが、当店への影響は特にない。相変わらず低い水準で安定している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・景気の見通しは相変わらず良くなく、11月に入っても来客数は少なく、活気もない。繁華街は閑散としており、売上は前年同月比で1割ほど減少している。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・紅葉で秋一番の良い時期であるのに、個人消費の冷え込みからか、これまで個人の宿泊増に支えられてきた食堂部門の売上が、今年度初めて予算目標を割る見込みである。
		都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・宿泊部門は、稼働率は前年同月比で少し良くなっているものの、単価は上がっていない。宴会部門は、忘年会需要が低迷している。レストラン部門は、価格を下げると少し需要が出るという状態である。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・製造業を中心に、宿泊利用が落ちてきている。また、中国人観光客も戻ってきておらず、個人需要も悪い状態変わらない。

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
		旅行代理店(経営者)	単価の動き	・高額商品が売れない。買得商品ばかりが売れる状況では、利益は増えない。
		旅行代理店(経営者)	単価の動き	・円高も手伝って、海外旅行需要は回復する傾向にあるが、旅行代金は横ばいないし低下傾向にある。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・企業の忘新年会の申込が少なくなっている。会社近くの食事処で簡単に済ましてしまうためか、忘新年会そのものを行わないためか、ホテルに宿泊して宴会する団体が減少している。取扱量、支出額共に減っており、景気の低迷が顕著に表れている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・繁華街の夜の利用客を主な対象にしているが、3～4年ほど前から悪い状態のまま横ばいであり、ほとんど変化がない。飲みに出る人が、とにかく少なくなっている。また、最寄駅までタクシーを利用するという人も少なくなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は比較的天気良く陽気も良かったため、歩くにはちょうど良く、月前半の利用客は特に少なかった。しかし26日金曜日あたりから忘年会のグループが街に出ており、28日日曜日にも人出が多かったため、全体としては横ばいになっている。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・新規契約数は前月、前々月並みを維持しているものの、解約数は大きく増加傾向にある。競争はますます激化している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・エコカー補助金が終了し、地上デジタル関連商品などを販売する家電量販店では、土日曜日には店員が対応しきれないほどの来客数がある。しかし平日は、夜間を含めて来客数は少ない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・次世代ネットワークへ向けた設備投資が進んでいる。旧型設備の維持と新設備への切替えが現在の課題となっている。
		テーマパーク(職員)	来客数の動き	・来場者数に大きな変化はなく、良くも悪くもない。ただし今期は、集客策の1つとして招待券の配布を実施しており、割り引いて考える必要がある。
		ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・来場者数は、予算目標や前年同月と比べて、それほど変わらない。しかし今月は暖かい日が続き、県外のゴルフ場の来場者数は多かったと聞いている。売上は、予算目標及び前年同月を下回っており、良くなっているとはいえない。
		美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・例年ならば、8、9月にホームケアセットを買った客が、年末にもう1セット購入する。しかし今月の出だしは、まだ振るわない。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・8、9月は、暑さのため来客数は少なかった。10月は陽気が良くなり、客足も良かった。今月は急に寒くなったため、出足が悪くなり、来客数は8月と同じくらいになっている。
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・新築住宅の取得意欲は、悪いままである。結論を出せない客が多い。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・受注量は、相変わらず横ばいである。
	やや悪くなっている	一般小売店[酒類](経営者)	お客様の様子	・取引先の1人で飲食店を営んでいるオーナーで、収入を得るため空いた時間に別の仕事をしている人を、複数見掛ける。
		一般小売店[贈答品](経営者)	お客様の様子	・お歳暮の早期受付が始まったが、早期割引などがあるため来客数は多く、売上も増えている。ただしこれは、将来不安のため安く買いたい、金額を抑えたいという客の動きの表れであり、売上増加も一時的である。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・価格を安くする以外には、客を確保できない。食品業界やレストラン業界では、価格破壊が続いている。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・消費、景気はまだ低迷している。食品の売上は微減であり、食品以外も相変わらず低迷しており、売上は伸びていない。各企業では、駐車場の賃借料削減など経費削減に努力している。人件費の削減もまだ続いており、家計の収入が減少しているため、消費に使えず、景気はまだ悪い。
		スーパー(店員)	単価の動き	・安い商品、単価が低い商品しか売れていない。

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	
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・前年同月比で、客単価はほぼ横ばいであるものの、来客数は2.8%減少している。ただし、特売チラシの回数を月2回に減らしているが、売上は予想したほどには減っていない。	
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・たばこの売上は思ったほど落ち込んでおらず、金額ベースでは回復してきている。ただし、全体の単価は変わっておらず、たばこの単価が約3割上がっていることを考えると、たばこ以外の商品の単価が下がっているということであり、状況は決して良くない。	
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・たばこ増税の影響で来客数が大きく減った後、来客数は戻りつつある。しかし、依然として厳しい売上が続いている。おでん、デザートなど部分的には伸びている商品もあるが、全体的には良くなっていない。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客単価の低さに加えて、来客数の減少による影響も大きい。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月も予想通り、エコカー補助金の終了の影響で、目標の半分にも達しない状況である。相当大きな値引き条件でなければ受注に至らないケースもあり、新車販売は非常に厳しい。ただし、車検など工場への入庫やタイヤなどの部品販売は好調であるため、なんとかしのいでいる。	
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・地元大手自動車メーカーの関連企業では、前年と比べてやや上向きな傾向がみられる。企業オーナーの動きには以前ほどの厳しさは感じられず、単価が高い商品のほうがむしろ動いている。しかし、量販車の動きは悪くなっている。	
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊、昼食、夕食、婚礼の4部門のなかで、昼食、夕食の売上が前年同月比でそれぞれ90%、85%となっており、地元の景気は冷え込んでいる。3か月前と比べても、やや弱くなっている。	
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・宿泊客数が減少しているため、単価を一段と引き下げている。競争は激しくなっている。客も、それが当たり前と感じている。	
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・例年この時期は冬休みの旅行の予約が入ってくるが、今年は飛行機旅行を含めて、客の動きは非常に悪い。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年ならば11月中旬から忘年会の動きが出始めるが、今年は11月末になってもその動きはほとんどない。悪かった前年と比べても、より鈍くなっている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・12月に忘年会等を予定しているためか、今は出控えている感じがする。	
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・客の話では、景気が良くないため、小遣いをあまり貰えないとのことである。	
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・1年前は町内に美容室は少なかったが、ここ1年で3店舗でき、競争が激しくなっている。	
		その他サービス【介護サービス】（職員）	販売量の動き	・今年は秋が極端に短かったせいか、車いすの新規レンタルが少ない。	
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・現場や事務所での打ち合わせの際にも、景気の良い話は聞かない。	
		住宅販売会社（企画担当）	お客様の様子	・建売分譲住宅団地への来客数は、今月は2組しかない。来客数が非常に悪くなっている。	
		悪くなっている	一般小売店【自然食品】（経営者）	来客数の動き	・今月初旬に新装オープンしたが、数日間は前年並みであったものの、中旬以降は客単価、来客数共に前年同月比で1～2割減少している。年末に向けて、一層の買い控えをしている様子である。
			コンビニ（店長）	来客数の動き	・たばこ増税の影響がまだ残っているためか、来客数はずっと減少している。
			コンビニ（店長）	販売量の動き	・たばこ増税に伴う売上減がまだ続いており、以前の売上水準には戻っていない。
			衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・イベント開催のダイレクトメールを出しても、来客数は少ない。電話をしても、反応がなくなってきている。全くお手上げの状態である。
衣料品専門店（販売企画担当）	来客数の動き		・注文数が激減している。また、衣料品の生産を国内でしなくなっている。		
家電量販店（店員）	販売量の動き		・8月以降、財布のひもは固くなりかかっていたが、先月から今月にかけては相当に固くなっている。円高やエコカー補助金の終了による影響もあると思われるが、とにかく悪い。		

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
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売台数は、過去最低となっている。来客数も少なく、悪化の一途をたどっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金の終了後3か月が経過するが、来客数は激減している。2年前のリーマンショックの時よりも、受注台数は減少している。販売台数は、前年同月比60%を割り込む実績で推移している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金終了後の販売台数の落ち込みは半端でなく、前年の50%を維持するのがやっとである。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の終了に伴い、販売量が激減している。
		その他専門店「貴金属」（店長）	お客様の様子	・プレゼントシーズンに入っているが、まだ動きはない。また、単価が低い商品ばかりが売れるため、売上も伸びそうにない。回復の兆しは見られない。
		その他専門店「雑貨」（店員）	お客様の様子	・客は今必要な物しか購入しない。し好品の購入頻度は、極めて少なくなっている。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・年末を待たず今月で休業したり、開業を延期したりする飲食店が複数ある。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・12月の家電エコポイント半減による駆け込み需要の反動により、年末年始の個人旅行者が減少している。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きが、非常に悪くなっている。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・客からは、景気の悪い話は聞かれない。今の仕事を始めて以来、こんなに景気が悪い年はなかった。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・広告を出しても反応は少なく、反応があっても、低価格商品に対してである。その結果、売上は少ない。
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（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・ここ1年間、国際航空貨物量は堅調に増加している。
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、フル生産が続いている。中国からのレアアースの入手困難によって、操業率を落とさざるを得ない取引先が数社あったが、徐々に戻りつつある。ただし、受注の多品種少量化の傾向が強くなっており、利益率は低下してきている。
	変わらない	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月から年末にかけて、業界が設備投資を増やしてきているため、受注量は増えている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・客先の設備投資が増えてきている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・発着共に、荷物個数は予想以上に伸びている。
		企業広告制作業（経営者）	それ以外	・営業収益に回復傾向がみられる。
		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	・例年ならば、11月は受注量、販売量共に大幅に増加する月である。しかし今年はその傾向がなく、横ばいである。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・飲食関係の取引先から、例年の年末期と比べて出足が遅いと聞いている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・設備投資向けの受注は増加しているが、低価格での受注が多い。確かな景気回復とは言えない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・下期に新規案件はあったが、想定範囲内である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ3～4か月間は、売上、受注量共に横ばいが続いている。客の話でも、先行きがまだ不透明とのことである。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月はまだ、補助金など政府の景気対策の効果があり、大きな変化は出ていない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高による影響は、予想していたほどではなく、限定的である。	
建設業（営業担当）	取引先の様子	・取引先からも、相変わらず非常に悪いという話しか聞かれない。		
輸送業（経営者）	取引先の様子	・小売店の商品単価が下がったままであるにもかかわらず、消費量は増えていない。		
輸送業（エリア担当）	それ以外	・夜の高速道路では、例年ならば11月から年末にかけて、トラックの通行量が増える。しかし、今月の通行量は3か月前と変わらず、荷物は増えていない。		

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
		輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上の3か月前比は、前年はマイナス0.2%、今月は19.3%であり、19.5%良くなっている。ただし、一部企業による輸送が大量にあったことと、新規荷主が加わったという特殊要因の影響が大きい。これを除くと、主要荷主の荷物量はほぼ横ばいか、減少傾向である。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・周囲には自動車関連企業が多いが、一部では景気が良くなり、残業が増えている部署もある。しかし依然として仕事量が少なく、定時で帰る部署もあり、どちらともいえない。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・自動車業界を中心に、売上の回復が見られる。しかし、円高が進んでいるため、売上が増加している割には、利益は増えていない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・広告など印刷物の受注があっても、単価は低い。かなり利益を削らないと、少しでも安い価格の業者へと流れる傾向がある。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・主要な顧問先である輸送業界では、荷主からの商品の出が悪いと聞いている。
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・決算で黒字になる企業は、ほとんどない。赤字企業は、もう何年にもわたって赤字である。売上也利益も停滞している。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・リーマンショックの後遺症があり、各社は設備投資に対し慎重な態度を崩していない。
		やや悪くなっている		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）
化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き			・薄型テレビ等の分野に向けた製品は好調である。しかし、自動車分野では、エコカー補助金が終了したため、悪化している。
化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き			・円高基調は変わっておらず、売上に対する影響も変わっていない。
窯業・土石製品製造業（経営者）	それ以外			・窯業界の景気に大きな影響を与える住宅着工件数が、大きく減少している。それに加えて、中国からの輸出攻勢があり、大小の各メーカーでは事業の存続が危ぶまれている。
鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き			・今年9月以降、受注量、販売量共に前月比で20%減少している。今月は更に20%減少している。
金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き			・業界では、仕事が忙しいとの話が聞かれる。しかし、短納期で価格も低いいため、利益につながっているようには思えない。
一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き			・引き合いはあるが、円高が続いているため、ヨーロッパや韓国の競合相手に価格競争で負け続けている。
輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き			・エコカー補助金の終了に伴い、売上は減少している。ただし、黒字は維持できている。
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			・10～11月に、鋼材価格が値上がりしている。それを客先に価格転嫁できない場合、仕入費用が増えて赤字になる。
金融業（法人営業担当）	取引先の様子			・エコカー補助金の終了を受け、自動車ディーラーの販売は前年同月比で2～3割減少しており、自動車部品の生産も減少している。その一方で、薄型テレビ用のプラスチック部品は、家電エコポイント制度の対象が半減する前の駆け込み需要を背景に、増産している。ただしこれは、全体的にみると例外的である。
不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き			・価格が下落しているにもかかわらず、買手が付かない状況にある。
会計事務所（職員）	取引先の様子			・顧問先企業では、景況の悪化が多数みられる。建売住宅では販売価格が下落しており、賃貸住宅でも空き室が増加している。地場産業をみても、みかん生産者の廃業が増加し、繊維業界の不況も続いている。中古車販売の売行きも悪化している。
悪くなっている				金属製品製造業（経営者）
		公認会計士	それ以外	・顧問先企業の業績が悪化している。そのため、冬の賞与が支給なし又は前年と同様に減額という企業が多くなっている。また、金融機関からの借入金について、元金返済の猶予を依頼する企業が増加している。



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
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)	求人数の動き	・今月に入り、週末の求人数が増えている。忘年会需要はまだであるが、学校の部活での親の会などが目立っている。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人総数は前年同月比107%であり、長期派遣の稼働者数も増加傾向にある。受注傾向としては、長期よりも2か月以内の短期の案件が増加している。
		職業安定所(所 長)	求人数の動き	・新規求人数は、今春以降増加傾向にある。10月は、平成20年12月～平成21年1月の水準にまで回復している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数は、横ばいからやや上昇傾向になってきている。
		学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人状況は最悪期を脱しており、採用の手控えも少し緩和されてきている。
	変わらない	人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・業界のなかで、賃料が高い場所から低い場所へと移転する企業が増えている。あまり業績が良くないため、節約していると思われる。
		新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・この数が月間、新聞への求人広告量は底ばい状態が続いている。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・新規求職者数の前年同月比は、3か月ぶりに減少に転じている。新規求人数の前年同月比は、増加傾向が続いている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に、増加している。ただし内訳を見ると、短期、臨時やパートの求人がより増加しており、雇用情勢が好転しているとまでは言えない。新規求職者数、有効求職者数は、ここ2か月間ほぼ横ばいである。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数はかなり上向いているが、求職者数も多くなっているため、良くなっているとまでは言えない。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・求人を再開する事業所がある一方で、希望退職や一部工場の閉鎖、再休業を検討中の企業もある。零細事業所では、廃業や閉鎖を予定しているところも見られる。
		民間職業紹介機 関(支社長)	求人数の動き	・景気動向の様子を見ている企業が多い。求人についても、もう少し様子を見てから決断しようとしている。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新卒学生の内定率が60%を割り込むなど、企業の採用意欲は足踏み状態にある。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・年末の短期の仕事に、多数の応募者がある。この数か月間では見られなかった状況である。また、応募者の年齢層も非常に幅広くなっている。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・売上の前年同月比は、マイナスのまま回復できていない。
	悪く なっている	アウトソーシ ング企業(エリア 担当)	周辺企業の様子	・エコカー補助金の終了に伴う影響が、非常に大きく出てきている。生産が落ち込んでおり、派遣、請負スタッフの雇用に影響を及ぼしている。

## 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	家電量販店(店 長)	販売量の動き	・家電エコポイントの点数が12月よりほぼ半減するため、駆け込み需要が多い。
	やや良く なっている	一般小売店[精 肉](店長)	販売量の動き	・来客数が増加しており、客単価も上昇している。
		百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・単価低下傾向はあるものの、客のライフスタイルに合致したものは堅実に販売できている。
		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・今までにみられなかった客の動向は、関連商品買い、まとめ買いがみられることであり、購入単価が上昇している。季節ものの手袋やマフラーなどは、今までは吟味して1点買いだったものが、最近になって複数点数の購入が見られたり、高級布団であっても掛け布団、敷き布団セットで購入するなどの動きがみられる。
		百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・冬物商材の動きが良くなっている。

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
		スーパー(店長)	お客様の様子	・消費購買動向は、商品により格差があるが、低迷していた衣料を中心に購買意欲が高まっている。猛暑からの厳冬予測が需要に結びついており、子ども手当の給付も景気を後押ししている感がある。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・家電エコポイントの駆け込み需要は当然あるが、対象外商品も好調に推移している状況である。単価の面でも高機能機種に人気がある。
		住関連専門店(店長)	来客数の動き	・新築・増改築などが増えており、来客数が増加している。要因は住宅ローン減税による効果と思われるが、この後が怖い。一時的なものではと考えている。
		高級レストラン(スタッフ)	販売量の動き	・リーマンショック以降、前年売上を割り込んできたが、10～11月と前年を上回る売上を確保し、下げ止まりの手ごたえを感じる。2年前に比べ客単価は15%程度低下したが、客数が前年を大きく超え始めている。
		一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・冬季メニューの効果が出始めている。前年は新型インフルエンザの警報発令などで一番落ち込んだ時期であることから前年比は好調に推移している。家電エコポイント制度変更前の家電量販店のセールに出かけた客が、帰りに来店することも多かった。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・将来の不安な要因があるなかでは、ある水準以上には「今忙しい」や「ゴルフの話題」など客の様子にゆとりを感じることもある。しかし、その他では厳しく、当業界でも閉店する店舗が多く、二極化が鮮明になっている。
変わらない		商店街(代表者)	お客様の様子	・新鮮味のあるデザイン性の高いアウターなどが売れている。低価格で均一感のあるものに飽きみられるが、その傾向は秋口からである。
		商店街(代表者)	単価の動き	・これまでは中級品の動きが悪く、高額商品やお値打ち商品が売れるという状態であったが、最近はお値打ち商品しか売れなくなっている。エコポイント商品に代表されるような、お得感がなければ買ってもらえない。
		一般小売店[鮮魚](従業員)	販売量の動き	・一時期のようにすべてが下がりが続ける感じはなくなった。一部の取引先では売上の回復が現れ始めている。
		一般小売店[書籍](従業員)	販売量の動き	・来客数は横ばいであり、販売数、売行きは良くも悪くもない。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・イベントなどによって一時的に1日の来客数の伸びがみられるものの、1か月単位では前年を下回っている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・「衣」「食」「住」の平均買上単価をみると、「衣」「食」は全体で約200円の低下がみられる。「住」は、家電エコポイントの駆け込み需要の影響もあって若干上向いている。総合すると低下傾向である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数、売上高共に伸び悩んでいる。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・気温が低下し暖房器具の売行きが好調である。前年より20～30%上昇している。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・たばこの値上げの影響も少なくなり落ち着いてきた。たばこの単価が上がり、その分購入する客が減少しているのが現状である。
		コンビニ(店舗管理)	来客数の動き	・たばこ増税に伴う駆け込み需要の反動がまだ収まらない。
		衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・前年と比較し天候が順調に推移したものの、アウターの動きは前年並みであった。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・気温の低下によりコート類が動き始めたが、これも天候次第である。
		衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・来客数についても、単価についても低調なままで変わりが無い。客の話からは、質素な生活に没頭している様子が見えがえる。
		衣料品専門店(総括)	単価の動き	・来客数はそれほど減少していないが、1点単価が下がったままで買上点数も伸びてこない。
		家電量販店(経営者)	お客様の様子	・家電エコポイント対象商品のテレビ、エアコン、冷蔵庫が異常に売れている。業界としてもこのチャンスを逃すわけにいかず積極的な宣伝を行い、またマスコミによるパブリシティも含めあおっている状況である。これらの要因により客は今買わないと大損するような気になりなだれ現象が起きている。

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
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・生産が若干回復してきた企業取引先もあるが、個人取引先も含めた全体としてはまだまだである。
		その他専門店 〔医薬品〕（営業担当）	単価の動き	・来客数に変化はみられないが、1点単価は3か月前と比較すると5%程度低下しており、買上点数で補っている。この構図は変わっていない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・入込客数は、前年並みか若干増加となっているが、消費単価が低く売上では前年より低下している。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比98%、宿泊人数は同99%、宿泊単価も同99%となった。宿泊人数、消費単価ともに前年実績をほぼ維持できたことにより前年並みの売上が確保できた。宿泊売上として定型宿泊プラン以外の別注料理、花代が前年を超え、昼食日帰り、婚礼が前年割れとなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストラン、宿泊共に利用人数の減少が続いている。特にレストランでは夜の利用人数の減少が目立っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門、宴会部門は好転しているが、レストラン部門は苦戦を強いられている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・収益的には微減であるが、前年並みの販売高を確保している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・毎年11月後半に見受けられる忘年会のはしりが、今年はまだないようである。
		通信会社（社員）	それ以外	・地域の中小企業経営者と懇談する機会が多いが、景況の好転や悪化も無く、低迷状態から横ばいのまま、抜け出せていないという感想を持っている人が多い。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・家電エコポイント制度によるデジタルテレビの売行き好調の恩恵を受け、ケーブルテレビにおけるアナログ契約からデジタル契約切替え及びデジタル契約の新規受注は引き続き好調に推移している。
		美容室（経営者）	それ以外	・12月の商品販売キャンペーンの予約が好調である。しかし客数が前年を下回る傾向は依然続いている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築部門は横ばい、増改築は微増と大きな変化はない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅版エコポイント制度が期間延長しても、来客数の動きに変化が見えない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・店頭販売にしても、企業回りにしても「ものが売れない」とか「注文がない」といった話が聞かれ、こちらの商品販売も実績が上がってこない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客は無駄な商品を買うことがなく、買上点数ならびに客単価が下落している。他社との競合状況も大変に厳しく、価格競争に陥っていることも一つの要因と考えられる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・たばこ特需の反動は予想していたよりは少なかったが、売上全体では前年比96%と前年を下回った。特にコンビニ弁当は一般の客からは見限られている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車への代替え提案をするも、春先まで様子を見るとの返事が多く、受注が全くとれない。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・乗用車の販売量は前年同月比50%を下回っている。9月に新車購入補助金制度が終了した影響もあるが、それ以上に落ち込んでいるように感じられる。
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・自動車内の電気機器関係の数量、金額ともに前年割れの状況で特に単価の落ち込みが大きい。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・法人需要の回復がままならず、福利厚生やレクリエーション費用にまで予算が回らない状況が続いている。業績に直結するMICE需要にも影響が拡大する懸念がある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・年末を前にして買物を含め節約志向がみられる。ボーナスもあまり期待できないとする客が多い。そのため高級品の節約が特に目についている。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・全体的に客の動きが停滞している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・携帯電話の人気商品も在庫の品薄により販売できない状況にある。また、新商品が出始めたが予想以上に客の興味を引かないため販売につながらない。
		競輪場（職員）	単価の動き	・1人当たりの購入額に着目すると車券購入額がやや減少している。

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
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・前年比では前月まで売上増加が続いていたが、ここに来て販売量が減ってきた。客の動きはあるが販売につながってこなくなってきた。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントでの集客数は望めるが、同業他社との競争も多い。客が慎重になっていることもあって契約までの商談期間がかなり長くなっている。
	悪く なっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・気温の低下につれ、客の出足が悪くなっており、購入する物にも変化がみられる。また、野菜の価格高騰により他の食材を買い控えている。
		コンビニ（店長）	それ以外	・たばこの値上げ前の駆け込み需要があった時期と比較すると売上は悪い。たばこの値上げで買い控え、禁煙の客が多いようで全体的にみると売上が減少している。ただ、たばこを除いて考えると売上は横ばいが続いている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・エコカー補助金の終了後、独自の購入支援策で攻勢をかけているが一向に上向かない。実際に購入の場合も、数社を見比べる傾向が顕著で、時間がかかり中身も厳しい。
		乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・10月以降、自動車販売台数、売上など新車販売部門では大変悪くなっている。エコカー補助金政策の終了により車への関心が弱まっている。景気対策として、家電エコポイント、住宅版エコポイントなどが継続中であるが、根本的な経済対策のためには景気の良い状況の時にこそ施策を打つべきであろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・景気が悪いなか、上向くどころか悪くなる方向にいらっている。世の中の暗いところにしか客の関心が向いていない。
テーマパーク（職員）	単価の動き	・来客数については、団体営業を中心に販促展開を行った結果、前年よりやや持ち直した。個人客を含めた全体の総数でも、前年比3～4%減にまで持ち直したものの、消費単価が同10%を超える減少となり、総売上もその影響を受け大きな減少となった。		
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・10月末に東京で開催された見本市以降多くの受注及び引き合いがあった。ようやく設備投資意欲が出てきている。
		司法書士	取引先の様子	・比較的高額な分譲マンションが売れ出している。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・安価な商材だけが伸び、既存の付加価値の高いものは10%程度落ち込んでいる。販売価格の低下が主な要因であり、全体的に5～10%の落ち込みが顕在化している。数量の落ち込みと共に影響がある。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・足元の受注については勢いが弱まっているものの、堅調に推移している。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年内は、衣料・非衣料とも3か月前と大きな変化がみられない。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量については大きな変化が無く、高水準で推移している。
		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	・相変わらず住宅市場は良くなり、受注量に変わりはない。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今シーズンに向けての商品開発が奏効し、国内・海外販売とも今のところ一定の売上げを確保しているが、今後の為替動向が心配される。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・輸送にかかわるコストは上昇しているが運賃は低下する傾向にある。したがって、荷動きが良くなったにもかかわらず、利益が出ない傾向にある。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の受注量、販売量の動きはやや落ち着いた傾向がみられる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・家電エコポイントの制度変更に伴い、家電量販店がチラシサイズを拡大している。
		税理士（所長）	取引先の様子	・取引先の中小企業の様子では、全体的に下がっている状態がここ半年間ほど続いている。先行きの見通しについても業種によってばらつきがあるが、大きく盛り上がりつつある傾向にはない。
	やや悪く なっている	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・年内はある程度受注が見込める状況で推移しているものの、年明け以降の受注が入りにくい状況になっている。

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
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・夏以降、公共事業の発注がどの発注者からも少なくなっているが、特に新規の土木工事現場を見ることは無くなっている。統計数字からだけでなく町の風景からも景気の低迷が感じられる。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・最近の円高などにより燃料費はいったん下がったものの、ここへきて再び上昇し始めておりコスト増となっている。また、エコカー補助金の終了、家電エコポイントの縮小などがあり物の動きが相当落ち込んでいる。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者では法人経営・個人経営ともに仕事が止まっており、取引の動きが少ないとの話が多い。
	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	・民間工事の発注が減少するなか、依然として採算を度外視した破格の見積りや入札をする業者が散見され、正常な価格競争による工事の受注は困難な状況が続いている。
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	・年末業務の人材需要も数少なく、企業内で人員のやりくりが見受けられる。まだまだ景気の影響による人材需要の増加は少ない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・従来同様、欠員の補充や産休対応はあるものの、業務量の増加などに伴う求人は少ない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数に大きな変動がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・11月の求人広告は前年同月に比べ約9割の売上であった。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・新規求人数は、前年同月比13.5%増加しているものの、正社員求人が増加する気配がない。パート求人数が新規求人数のうち47.0%を占めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は6か月連続で前年同月比増加しているが、増加幅が小さくなっている。円高懸念もあり先行きは暗い。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・平成23年3月卒業予定者の就職内定数が、前年度と比較すると全体で9%程度減少しており、特に男子学生が約14%減少している。今後の内定状況は厳しいと予想される。
	やや悪くなっている	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・派遣、紹介とも求人依頼数が、前年と比較し75%程度で推移しており、低下している。
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	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・エコポイント制度の縮小に伴う駆け込み需要で、地上デジタル放送対応テレビやエアコンの動きが活発である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度関連では、テレビの販売台数が前年比で437%、冷蔵庫は221%、エアコンは423%と伸びているほか、そのほかの販売台数も増えている。ただし、大型商品の購入は前年が中心であったため、平均単価は15%低下している。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・各スーパー、商店の動きはやや良くなっているものの、特売日のみ忙しく、売れるのは買得品だけとなっている。また、衝動買いは少なく、価格が安くて良い商品が求められている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・大口注文が入ったため忙しくなっている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、衣料品を中心に防寒素材が動いている。今年は厳冬の予想で、各メーカーでも生産が活発化している。その一方、特選ブランドや宝飾品といった高額雑貨については売上が今一つとなっている。
		百貨店（サービス担当）	販売量の動き	・今月はエコポイント対象となる家電の売上が前年の5倍と大変好調であるが、エコポイントが半額になる来月には再び減少する。

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（婦人服）	販売量の動き	・前年割れの動きに変化はないが、マイナス幅が縮小しているほか、回復の動きも若干みられる。婦人衣料の改善が目立つ一方、雑貨や家具・家庭用品、呉服・美術品などは依然として厳しい。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・食品に関しては、天候が非常に良いため来客数が順調に推移している。相変わらず野菜の相場高が続いているほか、気温の冷え込みによる鍋物需要の拡大で肉もよく売れ、客単価の上昇につながっている。ただし、買上点数は伸び悩んでいる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・省エネ家電のエコポイントが12月から半減するため、駆け込み需要が発生している。薄型テレビの売上は前年比で230%、エアコンは150%となり、全体の売上や来客数、販売点数を押し上げている。食品も野菜や果実の相場高により、1品単価が前年比で20%上昇している。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・エコポイント制度の縮小でテレビやエアコン、冷蔵庫で駆け込み需要がみられるほか、野菜の相場高も続いているため、売上は前年を上回っている。また、気温が早い段階で下がったため、秋冬衣料も堅調な動きとなっている。
		コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・たばこの値上げによる影響は出ているが、想定していたよりも悪くはない。ただし、客はたばこが値上がりした分、ほかの商品の購入を控えている感もあり、各チェーンでは様々なキャンペーンで来客数の増加を図っている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・エコポイント制度関連の駆け込み需要で来客数が増えている。ただし、今後はエコポイントの半減で来客数が減るため、回復したとは言いきれない。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・客は消費に慎重で予算も少ないなど、厳しい状況には変わりはないが、前年まで買い控えのみられた店舗や法人客からの注文にも、少し動きが戻りつつある。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月初旬から創業記念フェアを行い、特別メニューやワインを提供したところ、非常に盛況となった。多少は近隣の新規顧客の掘り起こしにつながった感がある。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・例年10、11月は観光シーズンで来客数が増えるため、8、9月に比べて少しにぎわいが出てきている。前年の10、11月が創業以来最悪の状況であったため、なおさら良く感じるが、宿泊単価については前年よりも更に下がっている。
		旅行代理店（店長）	来客数の動き	・円高で海外旅行が増加傾向にあるほか、学生の旅行シーズンが前年よりやや早くスタートしている感がある。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・来月には省エネ家電のエコポイントが半減するため、地上デジタル放送の対応テレビは購入量が爆発的に増えている。それに伴い、ケーブルテレビへの加入も増加傾向にある。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・アミューズメント向けゲーム機の売上が改善している。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・天候が良かったほか、紅葉などの季節要因もあって客の動きは良かったが、根本的な消費の動きには改善がみられない。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	来客数の動き	・10月末に新店舗をオープンし、広告宣伝効果などで来客数が増えている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・売上が若干伸びているほか、問い合わせや関連業務の引き合いも増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・相変わらず売上が伸びていない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・エコポイント制度の縮小による駆け込み需要とは無縁で、販売量も伸びずに停滞している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・販売量、売上共に前月から2%の増加と、ほぼ横ばいで推移している。

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
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・客の購買行動に余裕が感じられず、必要な物を最小限購入するだけで、来客数も多くないため、店側としてはかなり厳しい状況である。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・状況に大きな変化はない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	お客様の様子	・今月も前月と同様に芳しくない状況が続いている。高額商品が売れずに、低額商品ばかりが売れるため、一向に小売店の売上が伸びない。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・リニューアル後の売上計画が達成できておらず、現状は厳しい状況となっている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・動きがあるのは低額品や必需品などに限定され、ファッション関連や季節商品の動きは低調である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・百貨店を常用している高額品の購入客数に大きな変化はないが、他業態の店にも行くような買い回り客は減少している。特に、家族や親子連れの客が少ない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は気温の影響もあって秋冬衣料の動きが良く、前月に続き売上目標を達成している。ただし、優待やバーゲン関連が好調な一方、不要不急の商品、定価品の動きは依然厳しいほか、商品の価格や価値に対する客の評価が更に厳しくなるなど、景気が良くなったという実感はない。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・気温の低下で冬物商材の売上は伸びているものの、来客数に変化はなく、全体的には前年並みの推移となっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・直近の宝飾や時計の催事では、高額品の動きが少ないものの、50万～100万円前後の商品にはかなりの注文が入っている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・秋らしい気候になって衣料品の売行きは良くなったものの、店頭での各種販促による影響が大きい。富裕層への訪問販売でも、需要がありそうな場合も購入に至らないケースが増えつつある。
		百貨店（外商担当）	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、宝飾品や婦人服などの高額品の動きが悪い。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・販売量は当然ながら、来客数もなかなか前年の水準をクリアできない状況が続いている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3か月前に比べて、30代後半からシニアの客の購入金額は前年比で増えているが、ヤングから30代後半の購入額は前年を若干下回っている。また、高級ブランドを中心とした高額品の売上も前年比で伸び悩んでいる。気温の上下で一喜一憂する状態が続いており、不安定な売上となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数と1品単価は回復しているが、客1人当たりの買上点数と単価は不振のままである。客は必要な物と安い物だけを購入している感がある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度の縮小を前に家電が売れている。野菜も相場の上昇で売上が伸びているほか、冷え込みで衣料品も売れているなど、個別の商品をみると動きが良くなっている。ただし、何かが売れるとほかの物が売れなくなるほか、好調が長続きしない。全体的な状況は以前と変わっていない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・前月は奈良県が発行したプレミアム付き商品券により一時的に上向いた。今月はエコポイント制度の縮小による家電の駆け込み需要や、気温の低下で季節商品の動きが若干良かったものの、消費動向に浮揚感はない。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上の前年比は90～92%で変わっておらず、低調な状態が続いている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・たばこ増税の反動や、前年に比べて日曜日が1日少ない影響で、売上の前年比は伸び悩んでいる。ただし、実質的な落ち込みはなく、状況は前月と変わらない。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・状況が大きく変わる傾向はみられない。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・予想したほど景気回復のスピードが上がっていない。前年も11月は良くなかったが、客の購買動向はほぼ前年並みとなっている。家電などはエコポイント制度の縮小による特需でよく動いているものの、全体の底上げにはつながっていない。

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
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・日替わりの目玉商品や低価格を強調した商品は、客が開店時に走って買い回る様子がみられるが、目当ての商品だけを買ってレジに並ぶ姿が多くみられる。
		スーパー（社員）	来客数の動き	・商品価格の低下には半年前から歯止めが掛かり、客の買上点数も堅調に推移している。ただし、今夏は多くの店で来客数が増加したものの、前月以降は再び悪化している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で若干上向きつつあるものの、客単価が戻っていない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月に入って販売点数や購入単価が極端に悪化しており、本当に欲しい物しか買わない傾向が強まっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今の時期は気温が下がれば売上は伸びるはずであるが、来客数の低迷が足を引っ張っている。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・周囲ではボーナスの話題も出ているが、あまり良くないとの声が聞かれる。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・国民による政治不信と円高が足を引っ張っている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・エコカー補助金の終了で来客数が以前よりも減少しているほか、購入に対する消極的な姿勢がみられる。
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・売上が前年比で約90%となっている。
		その他専門店【医薬品】（経営者）	単価の動き	・1品単価の低下傾向は一段落した感もあったが、商品によっては依然として低下が続いている。特に、食品類でその傾向が強い。
		その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・北朝鮮による砲撃や政治不信などにより、消費マインドの上向かない状態が続いている。
		その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・前月の売上を維持している。
		その他専門店【医薬品】（店員）	単価の動き	・来客数が若干減少するなかで、当用買いの客の割合が高まっており、客単価が大きく低下している。
		その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・相変わらず高額品の動きが悪いほか、気温が例年よりも高い状態が続いているため、秋冬物の売れるタイミングが限られてきている。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・円高による景気の悪化懸念は若干緩和されたが、クリスマスに向けての購買意欲はなかなか上昇しない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・夏以降、既存店では平日の来客数が安定的に推移している。特に、例年11月は来客数が落ち込む傾向となるが、今年は例年以上の動きであり、前年比では前月に続いて大幅な伸びとなっている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前月にテレビ番組で取り上げられて以来、来客数、客単価共に前年比で非常に高い水準となっている。ただし、外食業界全体が良くなったわけではないため、景気が上向きになっているとは判断できない。
		一般レストラン（店員）	販売量の動き	・前年と同じ販促を行ったが、大きな変化はない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月に入って個人客が多少増えているほか、12月の予約も多少入っている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・平城遷都1300年祭が終了し、紅葉のシーズンとなったにもかかわらず、入込客数がなかなか伸びない。飛び込みで宿泊の客が時折入るものの、素泊まりが多く客単価が上がらない。
		観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊客を含む来客数は前年比で108%とまずまずであるが、客1人当たりの消費単価は98%と低迷している。宿泊に伴う付帯売上も伸び悩んでいる。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・円高の影響もあって海外旅行は前年を上回る動きとなっているが、国内旅行の動きは相変わらず鈍い。
		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・エコポイント制度関連の駆け込み需要に客のマインドが向かっているため、今年の冬のボーナスは使い道が家電中心となる。ただし、オセアニアやハワイなど、方面によっては予約が伸びている。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・不況で企業が土日の休みをきちんと取っており、残業中や休日の配車依頼もなくなっている。



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
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・取引のあるネットショップでは高額商品の売上が減少している。特に、アパレル業界では資本力のある会社とない会社の格差が開いている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎えて、来客数は例年並みとなっているものの、なかなか消費の増加にはつながらない。
		遊園地（経営者）	それ以外	・来客数は増加しているものの、価格に対する評価は依然厳しいなど、景気が上向いている感はない。
		美容室（店員）	単価の動き	・来店周期の短くなっている客がいる一方、長くなっている客もいるなど様々であるため、今のところは変わらない。
		その他サービス [ビデオ・CD レンタル]（エリア担当）	販売量の動き	・競合の激しい地域でも売上の改善は進んでいるが、関西については出遅れ感がある。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・来客数にあまり変化はない。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・問い合わせがほとんどない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・政治不信や経済の先行き不透明感から、客の購買意欲は全般的に停滞気味である。モデルルームへの来場数は上向きつつあるものの、様子見の傾向が強い。
		その他住宅[展示場]（従業員）	お客様の様子	・住宅展示場への来場客の動きは、来場者プレゼントとして金券に近い景品を用意したところ、反応が以前よりも良くなっている。各世帯の厳しい経済状況が反映されている感がある。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・全体的に悪い状況ではあるものの、商店街でプレミアム付き商品券を発行すると短期間で完売するなど、一定の購買意欲はある。
		一般小売店[精肉]（管理担当）	販売量の動き	・今月は12月の最盛期に向けた準備の始まる月であるが、ホテル関係の卸売の状況が極端に悪い。小売は悪いながらも前年並みとなっているのに対し、卸売は競争に負けている部分を差し引いても、非常に悪い。
		一般小売店[衣服]（経営者）	来客数の動き	・来客数が少なく、商品の動きも悪い。
		一般小売店[花]（店長）	来客数の動き	・花業界は売行きの低迷が深刻である。消費者の間では、生活にゆとりがなくなっている。
		百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・購入客に付与するポイントのアップや、カード顧客の優待セールといった販促が増えているなど、他社との競合が激化している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・客が正月の買物を控えているわけではないが、とにかく節約をしている様子が顕著に表れている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・たばこの売上は前年比で70%と悪化しているが、省エネ家電が全体の売上を底上げしている。エアコンや冷蔵庫の売上は前年比200%で、テレビに至っては250%で推移している。ただし、衣料品や食料品も含めた全体の売上は前年比で100%にとどまっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・高額商品を出して平均単価を維持しているが、来客数は減っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの売上については、販売量の減少と単価の上昇により、値上げ前とほぼ変わっていない。ただし、禁煙した人の来店が少なくなっているため、来客数が減っている。
		コンビニ（店員）	単価の動き	・たばこの購入客が減少し、それに伴って缶コーヒーやパンの売上も落ちている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・1店舗当たりの販売台数は、8月が19.6台、9月が16.5台、10月が15.5台と月を追うごとに減少している。今月は稼働日数が少ないため、更に大きく減少する。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金の終了で新車の売上が落ち込んでいる。3か月前と比べると売上は激減しており、補助金によって利益の先食いをした感がある。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の終了により客がほとんど動いていない。分かっていたことであるが、本当にこれからが勝負である。
		高級レストラン（支配人）	販売量の動き	・季節要因で販売額は増えているものの、前年に比べて必ずしも良くなっているわけではない。
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・宴会の利用件数は増加しているが、規模の小型化や価格の低下により、売上は伸び悩んでいる。

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
		都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・エコポイント制度の縮小を前に関連商品は多少売れているが、全体的に業況は下向きとなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊では中国人観光客が大幅に減少しているほか、ビジネス利用も減少している。低価格競争に歯止めが掛からず、客室単価や1人当たりの宿泊単価も下がり続けている。宴会でも法人需要が経費削減で減少しており、他社との価格競争が激しくなっている。来春には競合店が2軒閉館するなど、体力勝負の様相が顕著である。
		都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門については、月前半は堅調であったものの、平城遷都1300年祭の終了などで中旬以降は動きが鈍くなっている。レストランも高額店舗だけではなく全体的に低調であるが、外部要因を含めて明確な理由がないだけに今後が不安である。
		都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・宿泊や宴会、料飲の全部門で販売単価が低迷している。販売単価を少しでも上げれば、利用客数は潮が引くように減っていく。各ホテルが低価格での集客戦略に頼らざるを得ない状態であり、販売単価のアップは望めない。
		タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・季節要因を除いても、客の間では相変わらず節約ムードがみられる。特に繁華街での人出が非常に少なく、ビジネス関連の人出が減っているため、タクシーの利用も減少している。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・携帯電話市場ではすべての通信会社がスマートフォンを複数投入する予定であり、消費者の買い控えを招いている。
		観光名所（経理担当）	来客数の動き	・今月に入って来客数が大きく減少している。客はレジャーよりも、生活必需品の購入を優先している感がある。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・来客数、客単価がますます落ち込み、売上の減少につながっている。
		その他レジャー施設 [ イベントホール ]（職員）	販売量の動き	・来春以降の予約状況は、この数か月は恒例の催事でも決定が遅く、企画がなくなる場合もある。新卒者の内定率低下や若年層に広がる将来不安により、コンサートやレジャー関連の消費が落ち込んでいるため、イベント主催者が販売予測を立てられなくなっている。
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・全体に受注が芳しくなく、特に土地の動きが悪い。個人消費にも円高による悪影響が出ている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [ 不動産仲介 ]（経営者）	お客様の様子	・中小企業の社員の年収が減少し、求人も伸び悩んでいるため、客の動きが鈍くなっている。
		その他住宅 [ 情報誌 ]（編集者）	お客様の様子	・新築マンションのモデルルームへの来場数には悪化の兆しがみられる。購入の決定までに時間が掛かるなど、先行き不安によって消費者の行動が変化し始めている。
		悪くなっている		一般小売店 [ 時計 ]（経営者）
一般小売店 [ 衣服 ]（経営者）	競争相手の様子			・アパレル関連では中国からの納期が非常に遅れているにもかかわらず、防寒商品が売れ残っている状況である。
一般小売店 [ 珈琲 ]（経営者）	競争相手の様子			・同業者をみると、事業規模の縮小を余儀なくされている。
一般小売店 [ 貴金属製品 ]（従業員）	来客数の動き			・割賦販売などへの規制が厳しく、高額品が売れない。
一般小売店 [ 雑貨 ]（店長）	販売量の動き			・たばこの値上げ前は、駆け込み需要で売上が前月比で5倍以上となったが、値上げ以降は売上が激減している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き			・週末も客の動きが鈍く、外出が増える休日といった特別な日だけ来客数が増加する。立ち飲みなどの低額店舗は集客もみられるが、客単価もかなり低いため、全体的には下向き傾向となっている。

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
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・猛暑の際は夜間の客が増えたが、現在はエコポイント制度関連の駆け込み需要で商店街の人通りも減っている。特に、20日以降は来客がほとんどない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・昼、夕方、夜のすべての時間帯で乗客数が減っており、無線経由の利用も3割以上減っている。終電後の乗客数も、今までに比べると半分以下となっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,622円と、3か月前の11,702円よりも悪くなっている。
企業動向関連	良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地方自治体からの公共工事の発注が増え、近隣の建築関連業者は一息ついているが、これは一過性の動きにとどまる。
	やや良くなっている	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・省エネ家電のエコポイントが半減するため、駆け込み需要で受注量が増えているほか、土木、建築関係の受注量も増えている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月に入って荷動きが活発になってきている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月に入って電話での問い合わせが増えており、受注量もやや増えている。
		通信業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・エコポイント制度の縮小を前に消費マインドが高まっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告の新たな発注が少し出てきている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・衣料関連の取引先では、気温の低下でアウター衣料が動き出し、下がり続けていた客単価も回復しつつある。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・月中旬にかけて、APECや平城遷都1300年祭などの大型イベントに関する印刷依頼が大幅に増えた。また、今夏の猛暑で熊の出没やスズメバチの被害が増えたことで、関連協会や団体による注意喚起のポスター作成依頼が増えている。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・年末に向けたスポットCMの受注状況が大きく改善している。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・生産量が若干増え、荷動きも良くなりつつあるが、販売価格の低下で利益率は悪化している。市場で消費者の動きがあるのは、依然として安価な製品となっている。
		食料品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上は前年比で横ばいであるが、単価については条件がますます厳しくなっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からは、歳暮関連の売行きが年々悪くなっているという声が聞かれる。
		出版・印刷・関連産業（情報企画担当）	取引先の様子	・新規取引先の開拓ではインターネット経由の問い合わせが増えているものの、年末商戦のチラシは価格競争が激しくなっている。一方、新年度の始まった企業では徐々に受注が動いているが、3月決算の企業は予算の削減で動きが悪い。
金属製品製造業（管理担当）		受注量や販売量の動き	・例年は年末にかけて注文が増えるが、今年は例年の動きがみられない。	
一般機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・当社の顧客には原発の設備に関する企業が多いが、この分野の景況は良いため、引き合いなども活発である。	
電気機械器具製造業（経営者）		取引先の様子	・輸出の好調が続いているものの、年末から来年以降は不透明である。ただし、頑張れば何とかかなりそうな状況であり、周囲でも100年に一度の危機という言葉が聞かなくなっている。	
電気機械器具製造業（企画担当）		取引先の様子	・ユーザーの需要が月ごとに変わり、新規取引先が増えたと思ったら、既存の取引先の需要が減る一方となっている。	
電気機械器具製造業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・受注量が少し増加したものの、売上は依然として伸び悩んでいる。	
電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・家電や住宅のエコポイント制度による効果で、売上は前月に続いて前年を約7%上回っている。		
電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・12月からエコポイントが半減するため、特に薄型テレビはこれまでにない荷動きとなっている。エアコンも同様の荷動きとなっているが、やはり需要を先食いしている感はない。		

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
		その他製造業 〔履物〕(団体職員)	取引先の様子	・組合員の企業による受注量が以前と変わらない。
		建設業(経営者)	取引先の様子	・小売業の業況は少し上向いているとの声も聞かれるが、建設業は相変わらず受注量が公共、民間工事共に厳しい状況となっている。
		輸送業(営業所長)	受注量や販売量の動き	・エコポイントが12月から半減するのに伴い、テレビの配送が激増している。各運送業者はトラックの調達に苦労しているが、この動きも11月末か12月初旬には終わる。
		新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・購読数にあまり変化がなく、折込件数も落ち込んだままとっている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・業種によっては広告の発注が増えている顧客企業もみられるが、全体的には広告を控えている企業の方がまだ圧倒的に多い。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・顧客企業によると、エコポイント制度の縮小を機に家電を購入する客が増えている。ただし、話をよく聞くと、必要な商品があるわけではなく、損をしないために今買っておく客が多い。売上は前月よりも増えているものの、12月からは確実に落ちる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・依然として全体的な動きが悪く、引き合いがあっても予算がかなり抑えられている。中小物件の建築数が減っている影響が大きいほか、公共事業を含む建設関連の景気対策が行われていない影響も大きい。
		その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	取引先の様子	・受注や引き合いが非常に少なく、仮に高額の引き合いがあっても最終的には見送りとなる。
		その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原材料の綿糸やポリエステル価格の暴騰で小売価格へ転嫁せざるを得ず、小売店では対応に苦労している。一方、卸売業者もコストの上昇が経営努力で吸収できる水準ではないため、一斉に値上げを要求し始めている。消費財は安い方が売れるという日本人パイヤーの姿勢は変化を余儀なくされており、今後は単価のアップが進むため、売上の増加は容易になってくる。
		やや悪くなっている		繊維工業(総務担当)
化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き			・これまで持ちこたえてきた売上が前年を大幅に下回りつつある。
プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き			・製造業では、売れないから作らないという図式が鮮明になりつつある。必要最小限の発注、生産、納品など、表面上は無駄がないものの、量産加工のベース料金となるセット費用が請求できない。
一般機械器具製造業(設計担当)	取引先の様子			・取引先の受注量は上向いてきたが、まだまだ関連会社を潤すほどではない。
金融業(支店長)	競争相手の様子			・取引先の婦人服の卸売業者は、量販店の低価格志向や海外からの低価格品の流入で競争が厳しくなっている。
その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	それ以外			・家電ではエコポイント制度の縮小に伴う駆け込み需要が発生しているが、自動車と同じく一時的な動きである。
悪くなっている				繊維工業(団体職員)
		不動産業(営業担当)	取引先の様子	・当地域からの企業の撤退が続いている一方、入ってくる企業は少ない。事務所や住宅の解約が増えるなかで新規契約がなく、空室の増加が進んでいる。
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)	求人数の動き	・新規求人数が前年比で8か月連続の増加となり、増加幅も3か月連続で2けた台となっている。事業所からは、トラック運転手やファストフードのアルバイトを募集しても、以前のように人が集まらないとの声が聞かれる。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で2割増と回復が続いている。4月以降の新規求人の増加はパート求人によるものであったが、今月は一般求人が4割増、パート求人が微増と大きく変化している。特に、介護・福祉業、製造業で一般求人の増加が著しい。

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		
	変わらない	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で7か月連続増えており、特に製造業は9か月連続の増加となっている。		
		民間職業紹介機関(支社長)	求職者数の動き	・求職者に占める離職者の割合が低下している。また、現職者についても仕事が忙しくて面談や面接の日が組みにくくなっているほか、内定後の退職引き留めも増えている。		
		人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・人材派遣の求人数は最悪期を脱して緩やかに増加しているが、労働者派遣法の改正を警戒し、企業は派遣求人拡大しにくい状況となっている。さらに、先行き不安から正社員募集にも二の足を踏んでいるため、実際の求人はそれほど増えていない。		
		人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・求人数は3か月前に比べて若干増えているが、企業の求める条件は厳しくなっており、成約につながりにくい状況である。		
		人材派遣会社(営業担当)	採用者数の動き	・求人数の増加で雇用環境は一見すると良くなっているが、企業の採用条件から外れた層の採用は依然として厳しいなど、状況は引き続き悪い。		
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は製造業や卸・小売業を中心に増加傾向にあり、建設業もリフォーム関係で増えている。ただし、増加幅自体は小さく、2年前の水準まで回復していない。		
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・求人数は前年比で減少しているが、日雇労働市場そのものが急激に縮小しているため、その判断が難しい。		
		民間職業紹介機関(大学担当)	採用者数の動き	・採用状況は依然として足踏み状態で、内定者もまだ5割程度にとどまるなど、来年3月卒業の学生は苦戦を強いられている。		
		民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・求人数の回復がみられない。		
		学校[大学](就職担当)	採用者数の動き	・採用については様子見の状態が依然として続いている。特に、中堅、中小企業の求人数が伸び悩んでいる。		
		学校[大学](就職担当)	採用者数の動き	・現在は中小企業が集中的に求人を行っているが、企業間で二極化が進んでいる。また、優良企業でも採用枠の少ない場合があるなど、様子見の動きも強まっている。一方、一部の元気な企業は工場の海外移転を進めている。		
		やや悪くなっている		人材派遣会社(支店長)	採用者数の動き	・人材派遣の要望は増えつつあるが、他社との競争が激しく、決定に至らないケースが多い。
				新聞社[求人広告](担当者)	それ以外	・大阪の新聞広告の出稿状況は前年比で90%となっているが、東京地区は前年を超えている。景気の底打ち感が出てきているものの、まだ大阪では手ごたえがない。
新聞社[求人広告](営業担当)	周辺企業の様子			・求人広告では商売にならないため、関連会社が廃業してから約1年となるが、状況は依然として低迷している。求人広告では売上が伸びない状況となっている。		
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	その他専門店[海産物](経営者)	来客数の動き	・先月に続き今月も観光客が多く大変にぎわっている。
	やや良くなっている	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・11月は冬物衣料が好調で、コートが売上を伸ばしている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・店舗全体の売上は5月以降昨年同月を割り込んでいたが、10月は100%を超えた。11月もテナントによりまちまちではあるが100%を超えるテナントが70%程度あり、少し上向いてきている。
		百貨店(売場担当)	お客様の様子	・3か月前との比較で昨年に比べ少し良くなってきている。
	百貨店(営業企画担当)	来客数の動き	・売上は前年をわずかに下回ったものの、来客数は前年に比べ増加に転じている。	
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・家電エコポイント制度変更に伴う駆け込み需要があった。

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
		その他専門店 〔和菓子〕(営業担当)	来客数の動き	・極端ではないが平日の来客数が増加を続けている。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・9、10月の売上は前年を超過している。また、宴会、一般席、仕出し等の客単価もすべて前年を超過している。単価は9月が105.6%、10月が101.5%で推移している。
		テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・冬季イベント期間に入り、来園者数が前年同月を上回るペースで推移している。
		テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・猛烈な暑さの夏場より来客の動向は上向いており、ほぼ前年並みとなっているが、団体客が伸び悩んでいる。
		ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・天気にも恵まれ日々入場者数が増えている。ただ平日については、足踏み状態が続き単価が上がらない。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・住宅に関する色々な支援制度の後押しもあって、民間工事が秋口に少し受注件数が増加している。
	変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・今月喫茶店が開店したが、景気に関わらず利用のある食事メニューは出るものの、余裕のある人が喫茶タイムを取って利用する喫茶にメニューが出ておらず、食堂としてしか機能していない。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・正月に向けた準備が例年のように進んでいない。
		一般小売店 〔茶〕(経営)	販売量の動き	・景気の悪いまま状況は変わっていない。
		一般小売店〔印章〕(営業担当)	来客数の動き	・年賀状は、企業、個人ともに自ら手がける人が増えているが、案内はがきの送付や客の住所録データの充実で昨年並みの需要がある。
		百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・10月以降季節の移り変わりとともに、遅れていたファッション部門にも動きがみられ前年実績を上回るブランドも多数出てきている。しかしながら、おせちについては単価ダウン、歳暮については発送件数の絞込みが継続しており、購買に対する客の厳しい姿勢には変化がない。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・11月上旬は10月中旬以降の冷え込みから衣料品やブーツなどの冬物が売上を伸ばし前年を超える状況となっていたが、中旬以降は売上が前年割れ基調となり、物産展も前年の人気商品の特殊売上の影響やB級グルメにトレンドを奪われる形で予算割れで推移した。後半も防寒アイテムや外商部門の追い込みも今一步伸びずに、店全体で予算に比べ97~98%程度の見込みである。
		百貨店(購買担当)	お客様の様子	・食品はおせちの動きが早くなっている。また、価格の高いものが動いており年末年始をゆっくり過ごす人が多くなっている。衣料品は今月後半の冷え込みで、コート等の高額な重衣料の売上は伸びているが、低価格の商品については、必要なもののみ求める状況は変わっておらず、相変わらず財布のひもは固い。
		百貨店(販売担当)	それ以外	・今現在、前年実績をクリアして推移しているが昨年の11月はインフルエンザの影響が大きく売上、来店客数ともに前年を大きく下った月であったので現状の戻りを考えると景気が3か月前と比較して良くなっているとは言えない。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・ここ半年販売点数は前年比95~96%で推移している。来客数は前年並みで100%を確保しているが、販売点数の減少が極端に目立っている。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・気温の低下に伴い、冬物衣料等季節商材は順調だが、その他の商材は動きが鈍く総体的に景気は横ばい状況である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・現在は、近隣の店舗が1か月休業中のため来客数も増加し、売上も好調に推移するが、その影響を差し引くと厳しい状況は変わらない。また、現在は、家電エコポイントの消費に客の目が向いており、今後食費は節約傾向になりそうである。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・販売点数の伸びがなくなっている。
		スーパー(開発担当)	単価の動き	・ディスカウント店の出店があり、既存の競合店を含め地域全体の1品単価が下落している。販売点数が伸びればいいが横ばいの状況である。

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
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上が10月末から回復しており、仕入先からの仕入れ商品の登録数を追加することで、競合他店に対する自社シェアを高めることができている。11月の売上は週を追うごとに伸びている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売り方や付加価値で商品は売れる事例もあり、売り方次第で景気が戻る。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数はセール開催に左右されるが、客は必要な商品だけ購入する傾向が目立つ。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・気温低下による衣料の売上拡大が大きく見込めない。安価な商品のみ売れて額の確保が困難となっている。
		乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・エコカー補助金終了後、引き続き来客数、販売量ともに低迷しているが、9、10月に比べ11月はやや回復している。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・全体的にはマイナスであるが、主力であるタイヤは前期水準を上回っている。しかしながら新車販売の低迷からナビゲーションは低調であり、来客数も最悪期は脱しているものの前年を下回る状況が続いている。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数がわずかながら増加している。
		その他飲食 [ サービスエリア内レストラン ]（支配人）	お客様の様子	・客は相変わらず財布のひもが固く、単価も上がらない状況が続いており、飲食関係を中心に厳しい状態が続いている。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・依然悪い状態が続いており、単価の安い商品が売れている。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・第3四半期は婚礼が多い時期だが、今年は市内の競合他社ともに少なくなっている。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・10、11月のレストラン、宴会は、新型インフルエンザに悩まされた昨年と比べ増加しているものの、例年比では低調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・宴会では忘年会の予約が前年と比べ少なくなっている。営業先でも企業の忘年会が減少している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・夜の仕事の回数がかなり減少している状況が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・例年なら11月後半の金曜日は早い忘年会で来客数が増えるが、今年は今ひとつで金曜日の売上単価も非常に低下している。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・年末にかけて消費者の購買意欲が昨年と比べ若干上がっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・加入者の動きが鈍く、計画通りに進んでいない。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・発売額が横ばいとなっている。
		設計事務所（経営者）	単価の動き	・客は依然として低価格志向で、付加価値にお金を使う状況にはない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・リフォームが若干動いているが、新築の戸建て住宅の引き合いが全くない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・来場数等も変化はあまり見受けられず、来場客も購買意欲はあまり強くない状態が続いている。
		住宅販売会社（販売担当）	来客数の動き	・展示場イベントへの来場者数が伸び悩んでいる。
		住宅販売会社（経理担当）	お客様の様子	・住宅版エコポイント制度の延長で、顧客による駆け込み需要は落ち着いているが、景気自体は上向きにはなっていない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・通行人が減少しているとともに、来客数も減少している。
		商店街（代表者）	単価の動き	・デフレ傾向が日々進んでいる。多くの客は値段に厳しく購入も控えており、生活防衛がありあろうかがあるが、わずかながら商品を多量に購入する人ができており期待している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・夕方の客も以前ほどではなく、特に昼時には従来に比べ来客数が非常に少なくなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費者の目が家電エコポイント制度に絡み液晶テレビ等に向いており、他商品の購入引き締めが厳しい。
		商店街（理事）	来客数の動き	・来客の動向からは不景気感否めないが、買物をしようという思いもうちがえることから、きっかけ作りの工夫が必要である。

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
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・スナック関係を中心に得意先の飲食店の客の動きが不調で、注文量が少ない。昼間の人の動きも良くなく、11月は低調ムードが漂っている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・料飲店の売上の減少が続いている。忘年会シーズンだが飲み屋街も閑散としており年末に向けての雰囲気全くない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・街で高齢者を見かける頻度が少なくなっており、その影響で店頭の高齢者向け商品の品ぞろえが減っている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・外販、催事ともに売上が伸びていない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・3か月前と比べ客単価は徐々に減少しており、売上は上がっていない。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が減少傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・たばこ値上げの影響と思われるが、低単価商品の売上の割合が高く、買上点数及び客単価の減少で売上が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月も先月同様、前年に比べると売上が大幅に減少している。特にエコカー減税対象車種以外は25～30%の減少となっている。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・催事について顧客を中心に土産物付きの案内状を出したが効果がなかった。
		その他専門店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・立地条件にも左右されるが、来客数、販売量とも、わずかに減少している。モバイル、インターネット等情報入手方法の多様化で雑誌ばなれとなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・平日の来客数が少なく、週末も以前に比べて減少している。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・最近の当社売上高推移を見ると、来客数の減少には歯止めがかかってきているが、単価の下落は続いており、売上は依然減少傾向にある。減少の対策としてセール等の販売促進策をとっている。なお、客の話題がエコポイントなどに偏りがあり、直接恩恵を享受できない業種には厳しい経営環境が続く。
		一般レストラン（店長）	競争相手の様子	・あらゆる飲食業で値下げ競争が活発化しており、各店宴会コースの値下げも目立ち集客が厳しくなっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・当店を含め同業他社も売上が減少しており、状況は悪くなっている。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・11月に入って売上が伸び悩んでいる。年末を控え、出費を抑えている感がある。
		都市型ホテル（総支配人）	それ以外	・ホテルにおいて宿泊部門は好調をキープしているが、宴会・婚礼部門での予約状況が前年に比べ大きく落ち込んでいる。
		タクシー運転手	販売量の動き	・売上は運賃の10%値上げを行った昨年比100%で推移しているが来客数は減少している。リストラ等で1人当たり売上は前年比10%の増加を保っているが状況は厳しい。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・販売商品のモデルが変わる時期であり、相当の買い控えが起こっている。また、消費量に比べ入荷量が少ないため売り逃がしも発生している。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数の動向が伸び悩んでいる。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・同業者によると、11月は今までになく売上が悪いという話である。また、景気が悪いのは当たり前の状態となっており対応に苦慮している。
		美容室（経営者）	単価の動き	・11月は家電の駆け込み需要で美容室の来客に影響があった。
	悪く なっている	スーパー（財務担当）	単価の動き	・競合店との低価格競争がますます激しくなっているため、客単価の前年割れが続いている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・3か月前と比べ客単価が20～30円低下している。また、安価な商品の販売に対して売上は伸びており、客の低価格志向が顕著になっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・行政による車道の路線数を減少させた交通実験の悪影響で、売上、来客数が半減している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度が終了し、受注は前年比70%程度で推移している。



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
		乗用車販売店（サービス担当）	販売量の動き	・新車販売台数は、エコカー購入補助金制度が終了して前年の60～70%程度しかない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了の影響がかなりあり、販売台数も前年をかなり下回っている。
		住関連専門店（広告企画担当）	単価の動き	・多くの消費者は金を使うことをためらっている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・宝飾品、眼鏡、時計を扱っているが、宝飾品の売上が特に低迷しており、年末商戦もあまり期待ができない。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・現在の中国問題、北朝鮮問題など旅行業においては、悪い状況になっている。
企業動向関連	良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・10月の状況を3か月前の7月と比較すると、水揚数量は1,042トン、水揚金額は3億2,100万円の増加である。その要因は沖合底引き網、中型巻き網、イカ釣り船、定置網の増加によるものである。また、前年同月と比較すると、水揚数量は1,037トン（前年同月比151%）の増加、水揚金額は1,420万円（前年同月97.9%）の減少である。水揚数量の増加要因は地元中型巻き網を除く全魚種が増加したことによる。また水揚金額は大・中型巻網、県外中型巻き網の減少によるものである。
	やや良くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・夏後半から秋冬に向けて、売上強化のため新商品の販売促進を行った成果が上がっている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・住宅への取得促進への諸制度の効果もあり、回復基調となってきた。ただ、社会全体は雇用不安や円高などによる景気の下振れ不安などもマイナス要素として大きい。
		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	・鉄鋼業向け及び焼却炉向けの工事案件の受注があり生産量は増加している。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・部品サプライヤーの国内生産は概ね2直残業体制で操業している。円高で、受注先からのコスト削減要請は厳しいが、売上高、利益とも昨年を上回る水準で推移している。
	変わらない	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・今年度上期業績は昨年同期と比べ増収、減益である。国内外の需要が若干回復してきたものの円高の影響により減益となっている。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・特段の変化はみられない。エコカー向けは低調となったが、液晶パネル向けは調整が一服し堅調が続いている。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量はここ数か月横ばいで推移しているものの、生産能力の60%しかなく厳しい状況が続いている。
		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	・海外向けの自社製品の売上はこれまで不振だったが、順調に注文が入ってくるようになってきた。国内向けは、売上の伸びが今一つだが回復傾向に向かっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・依然として受注単価の改善がみえず好転の兆しが無い。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高等の懸念はあったが、受注量は上がる事はないものの順調に推移している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設業は本来最盛期のころだが、仕事量は少なく悪い状況のまま推移している。左官等の廃業もある。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・現場担当者の稼働率はほぼ100%となっており、現状としては景気が上向きと感じているが、工期が短い小口工事が多く先行きは不透明である。
		輸送業（統括）	受注量や販売量の動き	・エコカー購入補助金終了前の駆け込み特需が終わり10月から現在に至るまで受注量にあまり変化はない。現在は来期の営業を考え日々顧客周りをしている。
		輸送業（運送担当）	受注量や販売量の動き	・運送業者の発送量が底ばいのまま数か月が経過している。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・一時期、一部取引先において売上下落が止まりつつあるとの報告を受けたが、ここ数か月の取引先の月次業績資料では大きな変動がみられない。特に、リース会社とのヒアリングにおいても、景気低迷が続く、中小企業の経営者は、設備投資に対する意欲が萎縮しているとのことで3か月前も同水準であり変化がない。

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
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数は横ばいである。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業関係は秋以降徐々に受注量が増えてきているものの、相変わらず受注単価が厳しく業績の好転までには至っていない。また、エコポイントの影響をあまり受けないサービス業や土木関連といった業界も今一つである。
	やや悪くなっている	食料品製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・年末の通販商品の動きが悪い。前年は11月の早期注文を5%割引で受けて反応が良かったが、今年はデータ比較時が7日違うものの前年比50%以下となっている。
		化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売単価の値下げ依頼や競合他社との2社購買性導入申し出先が増加基調にある。
		鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・エレクトロニクス材料関連の在庫調整や自動関連部材の受注が減少している。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注の勢いが10月以前に比べ落ちてきている。客からも先行きが不透明、下向きという話が多い。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー購入補助金制度が終了し状況が悪くなっている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として新規受注は増えていない。
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・商談のなかで今期の設備投資に向けた商談が上期で一段落し、来年度の予算取りの前にコスト削減の提案を中心とした話題が増えている。	
	悪くなっている	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	・相変わらず商品の動きが鈍い。また綿材料単価がアップするものが続出している。
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（支社長）	求人数の動き	・正社員の求人数が増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・製造業の求人が回復傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・お土産関連会社が11月にパートを数人増やした。夏場に3人が辞め、そのままにしていたが、11月に現場がかなりハードになり、年末年始の需要期を迎えての増員である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・冬のボーナスが増えるとの回答が44.3%の企業からあり、製造業を中心に回復が見込める。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の新規求人数は前年同月比で7.8%、前月比で4.9%増加している。特に一般求人の増加が目立っており、9月末から始まった新卒者の就職促進の奨励金制度の効果が大きい。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・人材派遣部門の前月売上が久しぶりに前年同月比で100%を超え、当月も同様の見込みである。求人に関しては、相変わらず期間限定の派遣依頼が多いものの、受注数としてはまずまずの状況である。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・職種、業種によっては求人を行っている企業もあるが、一過性が強い印象で今後も右肩上がりに増加していくようには感じられない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年同月比プラスで推移しているものの、基幹産業の製造業の求人が3か月連続で減少している。特にハードウェア製造業で家電エコポイント制度終了を控え、生産調整に伴う求人減少がみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・相変わらず事業縮小のためのリストラは断行されており受け皿もない状況である。
民間職業紹介機関（人材紹介担当）		求人数の動き	・昨年に比べれば求人数自体は増えているが、非正規雇用が多く、景気向上とは言えない。	
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	周辺企業の様子	・雇用に関する様々な政策の現場での実施状況をハローワーク担当者に確認してみたが、特に具体的な動きになっていない模様である。	
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	採用者数の動き	・採用者数の決定が遅れている。	

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	-	-	-

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	家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電エコポイント対象3商品について、販売量、金額ともに前年比で、テレビ4倍、エアコン2.5倍、冷蔵庫2倍と、大きな伸びを示している。	
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電エコポイント駆け込み需要のため、前年比、前月比ともに販売量は大幅増加となった。	
	やや良くなっている	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年と比較して、来客数は下げ止まり感がある。売上についても、大分婦人服が良くなってきている。	
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・11月は全般通して気温が低下したため、アウターの需要が一気に伸びて、単価の上昇とともに、数量も伸びた。ただし、最終週は家電に向かったのか、ややトーンダウンした。	
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・家電エコポイントの対象となるテレビは、地上デジタル放送移行の影響で予想以上の販売である。入荷待ちも出るほどであり、配達が進まない状態が続いている。利用シーンで大きさ等のニーズも多様なため、全機種まんべんなく出ている。	
	変わらない		観光名所（職員）	来客数の動き	・入場者数が前年比で約8%伸びている。
			百貨店（営業担当）	それ以外	・来客数及び売上高ともに、前年同月比で若干下回った。婦人衣料、婦人靴バック、食品類が前年並みを確保する一方で、化粧品、ファッションパーツ、紳士用品については前年を下回った。
			百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、ジャケットやコート等の羽織りものの動きが良くなってきている。しかし、ギフトの送付件数・客単価は低下しており、景気が良くなっているとは言えない。
			百貨店（売場担当）	お客様の様子	・秋物商品が厳しかったこともあり、販売量は増加している。しかし、依然として購買への慎重さは変わらず、単価も上がらない。
			スーパー（店長）	販売量の動き	・全体的に野菜価格が高いため、しわ寄せでその他の商品単価は下がってきている。
			スーパー（企画・営業担当）	来客数の動き	・猛暑、残暑から一変した冷え込みで、衣料品が順調である。青果物の相場高から、客単価も上昇している。
			コンビニ（店長）	来客数の動き	・たばこ増税の影響による売上減も、ここにきて順調に回復しており、たばこ飲料以外のカテゴリーは、前年を上回っている。全体的にも、単価、来客数ともに前年を上回っている。
			コンビニ（総務）	来客数の動き	・たばこ値上げ前特需の反動により、10月の売上は前年比11%減少したが、その影響も落ち着き、11月は前年水準に回復している。
			衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・客単価は回復しているが、販売客数、販売数ともに前年比3%程度減少しており、売上高は前年を下回っている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・猛暑や、たばこ増税にかかる特需とその反動など、平年に比較して特殊要因が大きく、流れは読みにくい。11月に限れば客数は下げ止まっている。しかし、競合店の乱立による客単価の下落（安い店を選んで買物をする）の流れに変化は無く、全体では、前年と比較して改善していない。	
	その他飲食【ファストフード】（経営者）	来客数の動き	・単価の低い業態（1,000円程度）では来店客数が変わっていないが、それより高い業態（2,700円程度）では客数が半減している。		
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・客数が増えない。四国の観光はドラマ効果で賑わっているとされているが、高知への影響に偏っているのではないかと。		
	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内旅行については、引き続き、マイカー利用の「安・近・短」傾向が強い。公共交通機関利用の宿泊旅行が伸びず、販売量が落ち込んでいる。海外旅行については、円高の影響により、やや販売量は増加傾向にある。		
	タクシー運転手	お客様の様子	・乗客からは、給料減少により小遣いも減少し、飲みに行く回数も少なくなったとの声をよく聞く。		

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(企画)	お客様の様子	・比較的高価格の商品にも引き合いがあり、全体として悪くはないものの、総じてあまり変わらない。
		設計事務所(職員)	販売量の動き	・販売量は大きく低下している。公共事業が大幅に減少しており受注量は増えず、また低価格落札により利益率も低下している。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	それ以外	・商店街に限らず、百貨店や郊外大型店も完全な頭打ちとなっており、淘汰の時代に入っている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・NHK大河ドラマ効果で、11月も土日を中心に観光客が多数入ってきている。しかし、地元の来街客は、特に平日午後においては目にみえて減っている。観光客向けの商品は良いが、それ以外は苦戦している。
		一般小売店[菓子](総務担当)	販売量の動き	・年末前になり消費の選択が厳しくなった。個人の出費が特定業種と品目に集中している。本来は競合しない業種との競合が生じている。
		一般小売店[酒](販売担当)	販売量の動き	・外食控えの影響が、料飲店への出荷も減少しており、また、店頭売りは価格競争で来客数が少ない。
		スーパー(財務担当)	単価の動き	・消費低迷の傾向は続いており、客単価も下落している。ディスカウントストアなどの多店舗展開につられて、周辺店舗の価格も下落する負のスパイラルが進行している。
		スーパー(人事)	販売量の動き	・家電エコポイント制度にかかる省エネ家電の購入がみられた。全体では不要な支出が行われたため、底上げの要素ではない。
		衣料品専門店(副店長)	単価の動き	・例年この時期は、単価の高い商品がよく動くにもかかわらず、実際は思わしくない。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度の打ち切り以降、最悪の状態が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・街中を流していても乗客が現れない。待機でも、1~2時間以上待って、やっと乗車をうけても近距離であり、単価は低い。夜の乗客も少ない。
		ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・来場者の予約状況が前年比で非常に悪くなっている。11月半ばから後半にかけても回復がみられない。
		競艇場(職員)	販売量の動き	・10月は施設改善工事の影響で営業日数9日間のため比較不可であったものの、売上は前月比303%、3か月前比11%減少、前年比31%減少である。施設改善記念のGIレースを開催したが起爆剤とはなっていない。仮設スタンドでの営業という特殊要因を考慮しても、景気が上向いているとは言えない。
		悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き
一般小売店[書籍](営業担当)	単価の動き		・客数、客単価ともに落ちている。衝動買いが減っている。	
スーパー(店長)	来客数の動き		・少々のディスカウントでは客があまり驚かず、動かなくなっている。ディスカウントした分、売上が下がる形である。本当に価値のある商品を出さないと、売れない。	
衣料品専門店(経営者)	販売量の動き		・1回でのお買上げ点数が減ってきている。	
乗用車販売店(従業員)	単価の動き		・エコカー購入補助金制度の終了以降、一転して購入意思のある客が少なくなっている。	
乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き		・11月26日現在、県下の軽自動車販売台数は前年比74%、普通車で59%と、予想以上に激減した。当社は県下の軽自動車市場を下回る65%の見込みである。エコカー購入補助金制度終了に伴う購入時期の前倒しが大きく影響している。	
乗用車販売店(役員)	販売量の動き		・エコカー補助金が終了したのと同時に、車を購入する客が減少した。10月、11月と受注が低下したまま、来月以降も全く見通しが立たない状態である。	
美容室(経営者)	お客様の様子		・年末前のキャンペーンで来客数は微増しているものの、財布のひもは固い。客単価は相変わらず低く抑えられている。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	農林水産業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・取引先からの受注が増えている。

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（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社商品については新企画商材も投入しており、売上は前年比順調である。ただし、新規取引先の増加も加味すると、既存ベースでは前年比100%前後である。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量に陰りがみえつつも、現状、生産体制はフル操業中である。生産・売上量は好調に推移している。
		通信業（営業担当）	それ以外	・複数の家電量販店のマネージャーから、家電エコポイントが12月からほぼ半減する影響で、薄型テレビ等の特需は予想していたが、家電エコポイントを利用した他の商品購入も増加しており、11月に入り売上が上昇していると、個人消費回復が期待される明るい話題を聞くことが増えている。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	取引先の様子	・11月はまだまだ暖かい日が続いたこともあり、各取引先での販売の状況等も良くない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注・売上とも底ばい状態が続いており、一向に回復の兆候がみられない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・若干ながらも発注量は多くなっている。しかし、まだまだ受注できる工事は少ない。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・マンション関連工事は極端に落ち込んでおり、他の企業の設備投資意欲も低いままで、絶対的な発注量が少ない。その影響からか、ある程度まとまった工事については見積参加企業が殺到し、安値受注が当たり前となっている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・口では悪いように伝わってくるが、実際の取引量に関しては大きな変動は感じない。
		公認会計士	取引先の様子	・11月の顧客の決算や月次試算表から判断すると、前年比で、総じてやや悪い状況にある。ただし、衣料品の販売に関してのみ、プラスに転じている。気候の影響で衣料品が売れているものとみられる。
	やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・太陽光発電など環境関連において、補助金等のからみからか、販売が鈍りつつある。
		通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・新規投資案件について慎重な姿勢が継続しており、受注量も落ち込んできている。量的拡大が望めないため、価格競争が依然として厳しい。
		広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・年末、年始絡みの仕事量が、昨年に比べて減少傾向にある。
	悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年11月は、12月に次ぐ売上を確保できるが、今年度は夏場からほとんど売上に変化がない。特に販促関連の売上が悪い。
		輸送業（支店長）	取引先の様子	・荷主による生産調整が、9月以降継続している。輸送数量が前年比で大きく減少している。
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）	求人数の動き	・新規求人数が、前年比約70%増加した。
		職業安定所（職員）	それ以外	・10月の有効求人倍率は0.63倍で、3か月前より0.09ポイント上回った。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	求人数の動き	・求人数は回復傾向にあるものの、力強さはない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・円高の影響で厳しい企業がある一方で、原料関係などの企業などでは求人があり、総合的にみると3か月前と変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	それ以外	・企業の新卒採用と幹部候補の中途採用事業については、まだまだ企業ニーズが停滞している。一方で、委託業務である未就職者への教育事業の運営等により、地域雇用改善に貢献できており、業績の下支えにもなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・スーパーや家電量販店の売り出しも効果は薄い。カーディーラーも、エコカー購入補助金制度終了の影響からか、売上が持ち直す気配がない。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・本年5月から微増傾向にあった有効求人数は、10月をピークに減少傾向に転じた。新規求人数が月毎に変動しつつも、これまでは有効求人数に影響を与えていなかったことを考慮すると、景気は下降傾向にあると考える。

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
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・新卒採用・中途採用の求人は前年よりかなり落ち込んでいる。要因としては、景気の先行き不透明感、円高、公共事業の激減等が考えられる。また、採用する企業の採用プロセスも非常に厳しく、採用決定までが従来と比べ長くなっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・求人数は昨年同様もしくは少し良い程度の水準にある。しかし、求職者も依然として減少せず、採用率も低い。
	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	家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の見直しによる駆け込み需要により、目まぐるしく景気は良くなり、販売量が増えている。3か月前から比べるととんでもない数字になっているというのが現状である。
		家電量販店（総務担当）	来客数の動き	・エコポイント特需の先食いであるが、売上が前年比200%以上伸びている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・11月前半はあまり気温が下がらなかったが、後半は気温が下がり、消費者の食生活が変わってきている。うどんや湯豆腐、すき焼き等の暖かい物が売れ始めており、商店街の商品も売上が上がりつつある。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・10月に引き続き来客数は前年比プラスで推移し、3か月前に比べると確実に増加している。買上客数のマイナス傾向は変わらないが、客単価は前年プラスで推移し、売上は前年並みまで回復している。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・売上は前年実績を若干超えて推移している。同業他社の3社は前年比99%、前年比109%、前年比108%と、軒並み前年を超えている。部門別にみると、婦人衣料品が3か月前と比べてかなり良く、全て前年を上回っている。北海道物産展もほぼ前年並みで特段悪い状況ではない。リビング関係も家族団らんで作る物と台所用品関係がかなり良い。ただ、高額品宝飾、時計の動きが良くない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が増えて客単価も上がっており、売上が上がっている。また、野菜は高値のせいで少し動きが悪いが、その他の食料品は寒くないにもかかわらず動きが良い。
		スーパー（売場担当）	単価の動き	・最近、単価の高い商品でも商品の質、効能などによっては売れている商品があり、販売点数を伸ばしている。そのため微増だが客単価が上がっている。また、単価と同様に来客数も微増している。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・家族連れの客が増えている。以前は主婦が1人で必要な物だけを買いに来る買物だったが、最近は家族でショッピングを楽しむ雰囲気が出てきている。節約慣れか、収入のアップによるものかはわからないが、生活を楽しむ余裕が少し出てきた。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・前年に比べるとコーヒーの消費量が急激に伸びている。極端な冷え込みにより、温かいし好飲料を飲む傾向が強まっている。また自宅で飲むコーヒーの量が増え、販売量が増えている。したがってやや良い方向にある。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・核店舗が撤退したにもかかわらず、前年売上は落ちていない。客の様子に明るさを感じられる。
		高級レストラン（社長）	来客数の動き	・NHK大河ドラマの影響により来客数が増えている。
		観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・紅葉のシーズンで個人客の他、ツアー客も多かった。
		観光ホテル（総務担当）	販売量の動き	・シティホテルという業種の特性から、7、8月が底で、11、12月は最も売上が上がる。例年通り今月も良くなっている。ただ、前年同期と比べれば、ほぼ横ばいである。

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		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月に入り来場者数が前年並みに回復している。ゴルフのベストシーズンであり、職場や同好会のコンペがほど良く入っている。気温が平年よりやや高く、雨も少ないことで来客数が増えた。
		音楽教室	お客様の様子	・年末が近くなると財布のひもが緩くなるのか、ボーナス時期だからか、物が売れ始める。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・月初めの消費動向は良かったが、中旬になるとそれがばたっと止まり、下旬になって下降気味となっている。平均するとあまり変わっていない。夏が悪かった分期待したが、期待外れになった。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・相変わらず悪い状況である。寒くなり来街者と来客数が多少増えたと思われたが、波があり、おしなれば変わらない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・気候が落ち着き、野菜は程よく入荷して価格も安定している。少し入荷が多い物は価格がすぐに下がるが、安くなったからといって客が飛びついて買う様な状況ではなく、景気は良いとも悪いとも言えない状況が続いている。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・小売は増えているが、飲食店向けの卸売に好調の兆しが見えない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・数か月前と比べると今月は涼しくなり、通常であればギフトとしての花の需要が増えるが、やはり買い控え傾向がある。購入してもワンランク下の価格帯の商品を選ぶ傾向があり、売上はなかなか伸びない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・今月に入り徐々にお茶の受注量が増えているが、買上げ金額が相変わらず低く、売上増加にはつながらない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・冬物衣料も、気温が下がらないと動きが悪い。衣料品は、ファッションというより生活必需品としてしか売れていない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・買上単価が前年を上回る状況が続いている。特に特別招待会での店頭売上は好調であり、入店及び買上単価が前年を上回っている。催事では大型物産催事が依然として好調である。また実用品やリビング関連、皮革、趣味に関する催事も好調で衣料催事の伸びを上回っている。
		百貨店（営業担当）	競争相手の様子	・宮崎の場合は口蹄疫が終息し、平常に戻るようになってきたが、商店街の同業他社は前年実績を大きく下回っている状況で、市場としては非常に厳しい。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・気候要因もあるが衣料品の動きが悪い。必要になったものやタンス在庫にないものは購入するが、持っているアイテムやトレンド物は購入せず、必要な物だけ買う傾向は変わらない。紳士服のチェーン店が地域に増えたため、ビジネス衣料は安いだけでは売れなくなっている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・今月は歳暮ギフト施策の変更で50%以上の伸び率を達成した。中旬のセール施策でも動員があり、前年実績を大きくクリアして推移したものの、施策を差し引くと前年実績に届かない状況が続いている。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・客の購買は、必ずしも節約、縮小だけではない。必要な物は値段に関係なく購入するが、必要な物以外は売出しをしても購入に至らない。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・販売点数は良いが客単価が下がっている。1品単価の下落による客単価の下落が心配である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・1か月間、円高に対応し食品生鮮品を通常より更に20～30%値下げしたが、全体での来客数は3か月前とほぼ変わらない状況にとどまった。客の買い方も安い野菜、果物、酒、肉等の円高商品のまとめ買いが目立っている。		
スーパー（店長）	競争相手の様子	・食料品は、売場をディスカウント形態に変えた5月からずっと前年比112%位で推移している。衣料品は、今月初旬は前年比105、106%だったが、後半に入って天候のためか売上は前年比97、98%と厳しい状況となっている。肌着は売れているが、普通の小物衣料が厳しい。この流れは全体的に変わらない。		

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
		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売数量の動きがほぼ前年並みで推移しており、単価も青果物が前年比110%である。しかし、他の商品群が若干低めになっており、トータルとして変わらない。またブランド品については若干円高差益もあり、安くなり、販売量が増えている。イベント関係も好調に推移している。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は液晶テレビを中心に家電商品の動きが好調だが、あくまでエコポイント半減の駆け込み需要で景気の上向き傾向はみれない。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・大きく落ち込んだ前年に対し、9月は猛暑やたばこ値上げで一時的に持ち直したが、それ以降は前年に届かない程度で推移している。
		スーパー（業務担当）	お客様の様子	・気温の低下に伴い防寒用の衣料品等季節商材の動きが上昇している。さらにエコポイント半減前の駆け込み需要で家電製品の動向も若干プラス要因になっている。しかしその反面、価格競争は相変わらず歯止めがかからず、単価の低下、不要品と判断した物の買い控えも続いており、前述の好調要因は前年と比べても売上自体には大きな影響を与えるに至っていない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・先月はたばこ増税の反動減により、売上が大きく前年を下回っていたが、今月に入って売上が回復し、たばこだけをみたら前年を上回っている。トータルでは前年を下回り、厳しい状況が続いている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来客数は前年より若干伸びてはいるが、客単価が前年を下回っているため、全体的に売上が伸びていない。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・店は閑散としており、来客者に購買意欲がみられない。地域振興券は完売したと聞かすが、衣料品では使用されない。
		衣料品専門店（総務担当）	それ以外	・衣料品に対する消費意欲は若干高まっているが、商店街そのものが衰退しており、勢いが相殺され、結果としては変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・高額品はまずまず売れたが、逆に単価の低い商品の購入には慎重である。高額所得者の買上は良かったが、一般の客はセール待ちの状況である。
		その他専門店【書籍】（店長）	来客数の動き	・3か月前から少し景気が上向いてきた感があり、幸いにもそのままの状態が続いている。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）	お客様の様子	・燃料油の小売価格は安定しており、前年と比べ販売量はそれほど大差がない。灯油の需要もスタートし、小売価格も前年並みなので、販売量も前年並みとみる。ただ、客の様子からすると家電エコポイントの見直しに伴う駆け込み購入の話をよく耳にする。暖房器具をエアコンに変更する客もいるようだ。
		高級レストラン（従業員）	お客様の様子	・サラリーマンがコーヒーを飲みに来るのではなく、年配の客がここ1、2か月で多くなっている。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・先月の来客数と比較すると少し減少気味となっている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・特に中年層の来客数が減っている。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・今月は第1週と第4週に飛び石連休が入ったため、客の流れが非常に悪い。
		旅行代理店（業務担当）	販売量の動き	・先行販売の商品が本来であれば動く時期にきているが、動きがない。肌感覚でもデータ感覚でも景気の上昇は感じられない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・週末の夜のタクシー利用は少しずつ増えているが、昼間は週を通してあまり振るわない。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りが厳しい状態に変わりはない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・業種によるが、特に建設業関係を訪問すると、なかなか景気が良い話はない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・スポーツの日本代表合宿やその他プロスポーツの合宿等により団体客が増えている。ただ個人客は相変わらず少なく、伸び悩んでいる。
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・入場者数は伸びてはいるが、客単価が落ちており、売上は大きく落ち込んでいる。客単価を落として収入を前年並みに上げたかったが、それでも前年比5～7%減となり、非常に苦戦している。



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
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	お客様の様子	・来客数は若干増加傾向にあるが、2012年度に実施される介護報酬改定による利用者負担増の方向性案が新聞報道等で示されており、利用者の不安感を増加させている。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・耐震診断業務が出ているが、それ以外は皆無に等しい状況である。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・問い合わせと成約件数共に、非常に少なくなっている。手放す方は高く売りたい、買いたい人は安く買いたいと、かい離が激しく、実績が伴わない。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・販売が好調なのは家電の販売だけであり、商店街はかなり人通りが少なく、客が買物する様子がうかがえない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の地元銀行の支店が商店街から移転して以来、空き店舗が目立つようになり、来客数は減少傾向にある。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	単価の動き	・魚価が安く、販売価格も下がっているのだが、それでも売れない。今は最悪の状況で、安くても売れない。劇的に安くないと売れない厳しい状況である。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・全体として厳しい中で、先月中旬過ぎから冬物衣料の動きが良くなっている。以前と比べて質を求める客の声が少し多くなっている。今までは価格志向が強かったが、それに加えて質を求める客が増えている。今月も衣料品の単価が上がっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数は変わらないが、1品当たりの価格が低下している。定価品の動きが良くない。
		衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・百貨店の合併に伴い、先月は合同のカードフェアがあり来客数が増えていたが、今月は若干減った。来店しても、気に入った物がなければ買わない傾向がみられ、前年売上をクリアできなかった。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度が終了し、3か月前と比べたら販売量は激減している。補助金そのものが潜在需要を感知した形だったので異常ともいえるが、それを差し引いても現在の販売環境はかなり厳しい。単価も以前に比べると若干下がり気味である。
		乗用車販売店（管理担当）	販売量の動き	・新車販売の受注はリーマンショック時とほぼ変わらない水準である。エコカー購入補助金制度が終了後どんどん悪くなり、厳しい状況である。
		自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・エコポイント対象家電に付与されるポイントが来月から半減するため、今月は家電商品に集中する。
		住関連専門店（経営者）	単価の動き	・毎月のキャンペーンは順調に推移しているが、店舗への来客数が相変わらず少なく、客の希望する品物は多様化して対応に苦慮している。全体の売上は今年中旬より減少している。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	販売量の動き	・例年秋の行楽シーズンは商品の販売量が増える月である。しかし今年は、前年比で2割ほど販売量が減っている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は少し忙しくなっている。前年の同じ月に比べ暇な日もあったが、忙しい日が続いた。今年1年間は悪いほうに向かっていたが、久しぶりに良くなっている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・円高の影響もあり、旅行は海外志向が強い。その中でも、中国漁船衝突問題の影響からか、韓国や台湾が人気である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・秋の行楽時期だが観光など昼間の客の動きが大変悪い。例年に比べ、忘年会も極めて少ない。夜の繁華街、特に飲屋街の客が少なく、売上は激減している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・食料品やスーパーでは、特別な売出しをやっても客があまり集まらなくなっており、タクシーの利用もいくら減っている。
	通信会社（業務担当）	来客数の動き	・来客数は減少し、話題のスマートフォンの展示やクリスマス飾り付け等で来店を促進するが、以前のような混雑もなく、店員が時間を持て余している状況が続いている。	

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
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・個人消費は天候要因をはじめ、エコカー購入補助金制度の終了等政策効果の反動で低調に推移している。設備投資や住宅投資も低水準に推移し、円高の進行もあって景気は減速するばかりである。身の回りの景気は3か月前に比べて不安材料が増加し、悪くなっている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きが一段と悪くなってきている。部分的には良いところもあるが、やはり中小企業が何かしら活性化しない限り景気は上向きになりにくい。まして九州のような地方都市の場合はより顕著に表れている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客が来ない状況が続いている。
		美容室（店長）	お客様の様子	・客からも景気が悪くなったという話は聞いても、良くなったという話は聞かない。来客数も減少している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・経済状況の厳しさの他、今年の夏の猛暑による農業への打撃、口蹄疫による酪農や観光への打撃が厳しかった影響で、地方のフィットネスクラブは厳しい状況が続いている。
	悪くなっている	スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者の低価格志向は依然強く、店頭では値下げ競争が続いている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・雇用、所得環境の悪化から、来客数及び購買点数が下振れしており、顧客争奪合戦の激化から、業績の維持が困難な状況となっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っており、客単価も下がっている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・家電品や量販店では景気が良いようだが、小さな店は景気は変わらず悪いままである。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・サービス以外の客の来店が全くなかった。
乗用車販売店（総務担当）		販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了に伴い、新車販売台数が大幅に減少している。ある程度の反動減は予想していたが前年比50%の実績は相当に厳しい。販売店において新車販売はメインであり、中古車、サービスで新車の落ち込みをカバーできない。	
スナック（経営者）		来客数の動き	・来客数の落ち込みに加え、今月はかつてないほどの低単価になっている。	
その他飲食〔居酒屋〕（店長）		来客数の動き	・ビジネスマンや県外の客など来客数がすっかり少なくなり、通常の3分の1程度になった。	
企業動向関連	良くなっている			
		やや良くなっている		
	やや良くなっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、10、11月は年末年始用の生産で需要が伸びるが、今年は前年が悪かっただけに、好調に推移している。居酒屋、スーパー等も口蹄疫等の悪影響も一掃され、動きが良くなっている。ただ、安物志向が強く、粗利が確保できず利益的にはあまり良いと言えない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・農産物の天候不順による原料不足状態であるが、最盛期を向かえ、今月は順調に原料が入荷し製造、販売を行うことができた。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて受注量が増えている。これからも徐々にではあるが受注増産の計画がある。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・どこの建設業も手持ち工事を抱えて非常に忙しく動いている。年度末まではかろうじて忙しい。
		不動産業	受注量や販売量の動き	・売却依頼を受けている物件が立て続けに契約に至った。数か月前から買い手を探し、厳しい状態が続いていたが、成約に至っており、景気は良くなっている。
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・良い業種は家電販売店の1つだけである。特にテレビの関係でとんでもない数が売れているという話を聞く。買うのに順番待ちで説明もなかなか受けられないという状況だそうだ。これ以外は、通常月よりも悪い状況が続いている。	
変わらない	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・中国不安のために生産は国内に戻りつつあるものの、長い不景気のため、持ちこたえられない工場がまた出てきた。	

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
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量、情報量共に低迷したままの状況である。家具量販店の低価格戦略が業界のデフレ傾向を強め、一人勝ちという図式になっている。最近では低価格、高機能な商品も販売しており、このままでは日本国内の家具製造は衰退の一途となる。自動車や家電などのように最先端の技術革新の余地がない日本の家具産業が生き残る道は限られている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に目立った動きはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連の動向は非常に不透明で、景気自体が良くなっているのか、悪くなっているのか、判断しにくい状況が続いている。精密機械も同じ状況である。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・業種によっては景気回復の動きがあるように聞けるが、運送業への良い影響は少ない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・客から預かっている荷物の荷動きは、季節変動のあるアパレルに一部変動があるが、あまり変化はみられない。
		通信業（経理担当）	それ以外	・物価そのものに動きがなく、消費マインドとしては買い控え傾向が続いている。
		金融業（営業）	取引先の様子	・製造業や小売業の売上は高水準とは言えないまでも、数か月前より良くなっており、安定している。しかし、円高の影響等による製造現場の海外移転等、先行き不安があり、雇用増加には踏み切っていない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・3か月前と比較しても中小零細企業の業況は低迷のまま変わらない。資金需要は運転資金名目の赤字補てん資金が大半であり、元金返済据え置き条件での借入を希望する企業も多い。
		金融業（営業職 渉外係）	取引先の様子	・取引先の様子をみると、新卒の採用は過去にないほど低迷している。給与水準も回復はしていない。
		金融業（得意先担当）	取引先の様子	・今月の企業向け貸金の動向をみると、従来通り既存の折り返しが目立った。企業が前向きな資金として必要とする真の意味での資金対応がなかった。そうした中、金融機関同士での融資先に対する肩代わり攻勢が激化しているなど、真の意味での資金取組ができていない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・受注量も減少しているが、受注価格も落ちている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に受注状況を聞くと、大きな変化がないという回答が多い。
	やや悪くなっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年10、11月は繁忙期だが、年々消費動向も変わり、売上は落ちてきている。今年は特に全体的には悪く、来月も早めに休むことになる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先からの新規見積依頼が激減している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・生産量は横ばいで推移しているが、受注価格が前年比30～40%低い発注が出ている。今でも大変厳しい環境だが、大変な厳しい状態が来月からまた続く。今月後半からそういう傾向に入っているため、来月、再来月は非常に厳しい。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月は、年末に向けて物の入庫がもっと多くなっていく月であるが、あまり入ってきていない。今月の売上が悪いので在庫が余るような状況になっており、在庫すると過剰在庫になってしまう。在庫をある程度抑えて来月に何とか売ろうというメーカーの考えによるものである。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・円高調査を行なった取引先の企業の中で、特にマイナスの影響が大きいと思われるところへ取材を行った。今年夏頃からの円高の影響が四半期続いたため、特に輸出関連企業経営者のマインドに影を落とし始めている。大手企業の上期業績は出そろい、円高を打ち消すような海外需要が好調だったようだが、地元中小企業にはその実感がない。マインドを中心に、やや悪くなっている。
		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	・夏場から年度末にかけて半導体関連等の大口受注で好調を維持してきたが、ここにきて勢いにブレーキがかかり、受注に苦慮している状況にある。
	悪くなっている	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー購入補助金制度の終了やユーザーの高級車離れの影響が生産台数に響いている。

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
		経営コンサルティング その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	受注量や販売量の動き 競争相手の様子	・酒造メーカーは市場開拓を行っているが、売上に繋がらない。売上は前年比10.4%のダウンである。 ・市町村が発注する業務は、財源不足で仕事の発注量が激減している。入札時のダンピングが大きくなっており、大手もぎりぎりに入札するようになってきている。大手の営業担当からも仕事がないという話が出ており、生き残れるかどうかの状況になっている。
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）	求人数の動き	・人員抑制の方向できた企業が、業務多忙等を理由に増員の気配が出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・九州新幹線の開業を控え、駅ビルに出店予定の百貨店や既存の流通関連の動きが活発になってきた。年末のボーナスシーズンを控え、少しずつだが景気は上向きに進んでいる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当所における新規求人数は、前年同月比15.1%増となっている。3か月連続で増加しており、企業間で業況に差があるが、若干の改善がみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は7か月連続の前年比増、17.9%の増加である。医療、社会福祉業、サービス業などが特に伸びている。求人数のみをみれば、景気は回復基調にある。
	変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4,244人、有効求人数は9,724人、新規求人倍率は1.33倍、有効求人倍率が0.64倍となっており、このところ増加傾向が継続している。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・求人数が特に増えている訳でもなく、年末の需要も例年通りの量である。まだ、人手を増やす必要がある企業は依然として多くない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	それ以外	・ここ最近では主婦層の求職活動が鈍っているようで、求人情報誌の反響がよくない。原因として、子ども手当の支給や基金訓練でしばらく働く必要がなくなったなどが考えられる。不況なのに人材確保が思うようにいなくなっている。
		新聞社〔求人広告〕	求人数の動き	・突発的に求人数が増えることはあっても継続的には伸びていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞広告では県外企業の求人数は引き続き伸びているが、県内企業の求人数は前月と比べ伸びが鈍くなっている。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は平成22年3月以降から対前月比ですべて増加しており、9、10月においては特に2けた台の増加となっている。求人の業種に幅がみられ、求人倍率も本年度に入り初めて0.5倍台となったことから、景況感に改善の兆しもうかがえるが、有効求職者が一向に減少傾向を脱せず、滞留していることから、先行きには依然不透明がある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人は微増傾向ではあるが、求職者も微増しており、有効求人倍率の上昇傾向が休止した状況にある。
	学校〔大学〕（就職担当者）	求人数の動き	・平成23年3月卒業予定者に対する秋採用の動きがみられたが、採用枠の拡大ではなく、採用数の調整弁的な意味合いの動きであった。企業側の採用の視線は、平成24年3月卒業予定者にシフトしてきた。	
やや悪く なっている 悪く なっている	学校〔専門学校〕（就職担当）	周辺企業の様子	・求人票の件数は前年に比べ増加している。ただ、ほとんどが欠員求人で、前向きなものではない。	
	民間職業紹介機関（支店長）	雇用形態の様子	・年末年始、年度末の派遣労働者の需要が昨年、一昨年に比べても全く伸びていない。	
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・若年者の雇用がない今、65歳以上再雇用の制度が欠かせなくなり、企業はベテランを残し若者を育成できない。近い将来企業の核となるべき人材がいなくなることにつながるが、今は足元しかみえていない。

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
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・派遣需要は都心部で自由化業務を中心に、短期単発案件が増加しているが、地方では、派遣需要は減少している。

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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は、月初から衣料品、家庭用品を中心に伸長している。来客数、客単価、売上点数共に前年実績を上回り、今月は25か月ぶりに売上も前年実績を超えそうな情勢である。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・エコポイント制度変更に伴う駆け込み需要効果が、予想以上に出ている。
	やや良くなっている	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の落ち込みが下げ止まり、今月は若干回復の兆しがみられる。3か月前と比べてみても、前年比90%前半の推移から90%後半までに来客数は回復している。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・新機種が発売され、予約も好調である。値段が少し高くても、欲しい商品は購入するようになっている。
	変わらない	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・前年度に比べて、お歳暮・クリスマスケーキの動きがあまり無い。静かな年末になりそうである。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの値上げで、単価は上がってきているが、来客数はなかなか増えてこない。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・来客数は前年比で4%減少しているのに対し、売上の前年比は100%で推移している。たばこの単価増が売上を押し上げているが、たばこ以外の商品が前年比で4%減少と来客数同様に落ちている。特にドリンク・米飯類・雑貨・酒類が前年比で10%近く下がっている。客数減は今後もしばらく続くと思われる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	来客数の動き	・ここ3か月の来客数を比較すると、ほぼ変化がみられない。
		通信会社（店長）	販売量の動き	・新機種の発売が始まったが、期待通りの販売量とは言えない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・施設利用者数は、前年同月比で数%落ち込んでいる。沖縄観光は厳しい状況にある。来園者は、修学旅行、一般団体が中心である。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・特に良くも悪くもなっていない。前年より落ち込んだ状態が続いているのが現状である。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	来客数の動き	・住宅展示場や完成見学会等への来場者数は、3か月前とあまり変わらず推移している。
	やや悪くなっている	その他専門店〔楽器〕（経営者）	販売量の動き	・観光客が減少している。修学旅行生は数多く来ているが、売上増には結び付かない。通常の商品も前年比で大幅に減少している。店舗によっては、売上が少し下がった状態を維持しつつあるところもあるが、全店舗では減少している。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・稼働率において前年実績を上回る状況ではあるものの、3か月前と比べると前年比での伸び幅は小さくなってきている。
旅行代理店（代表取締役）		販売量の動き	・秋の旅行シーズンを迎えているが、安い商品ばかりで売上が上がらない。	
通信会社（店長）		販売量の動き	・今月より新商品の発売が始まっているが、非常に動きが鈍く厳しい状態である。要因としては各社の新商品が出そろうまで購入を控えている傾向があり、消費者が購入に対して慎重になっている印象を受ける。	
その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）		単価の動き	・稼働台数については前年並みに推移しているが、稼働単価が下落しており、売上がやや悪くなっている。旅行代理店の格安旅行が売れているのが原因だとみられる。	
悪くなっている		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・家電エコポイント制度変更前の駆け込みで液晶テレビなどに金を使って、外食を控えている常連客が多い。11月は落ち込む時期ではあるが、20日以降の平日は過去最低の入客が続いている。
	企業動向 関連	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注件数及び受注金額が増えてきている。
輸送業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・家電に限るが、エコポイント制度変更による駆け込み需要が非常に多く、それに伴い商品や家電リサイクルの物量も比例して増えている。	

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
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・12月からの受注案件が増えてきている。
	変わらない	輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・久米島地区の受注量は落ち込んだように感じられるが、その分宮古地区に活気がある。
	やや悪くなっている	会計事務所（所長）	受注量や販売量の動き	・飲食業界では、週末でも来客数が低迷しており、回復の兆しも無い。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事は国、県の大規模工事の減少で前年割れである。民間工事は賃貸住宅の建設があり前年を超えている。全体では公共工事の減少の影響で、前年を下回った。
		コピーサービス業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が、前年に比べて大分落ち込んでいる。
	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（経営者）	求人数の動き	・派遣依頼が増えている。既存ユーザーの追加や新規も官・民含めて幅広い職種で依頼がある。また、例年年末に向けて依頼がある企業は、今年は人数を増加するとのことである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・求人企業が求人誌掲載にかかる金額を増やしている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人は前年比で31.8%増加し、新規求人は前年比で21.6%増加している。有効求人倍率は0.39で、前年比で0.08ポイント上昇し、改善傾向がみられる。
	変わらない	-	-	-
	やや悪くなっている	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・派遣先からの受注案件が減少している。
悪くなっている	-	-	-	-