

・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	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、観光客が前年並みに戻ってきている。売上も7月は前年比で85～90%近くまで戻ってきた。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送関連商品の駆け込み需要に加えて、高速道路の無料化社会実験の廃止により、ETC車載器の需要が増加している。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	単価の動き	・単価の高い商品が少しずつではあるが動き始めている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・バーゲン月ということもあり、来客数が増加しており、単価の低い商品が中心ではあるが、販売量が前年を上回っている。気温の高さもプラス要因となっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前に比べると、観光バスなどが入るようになっており、客の動きが出てきた。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・7月に入っても来客数が堅調に推移している。
		百貨店（役員）	販売量の動き	・今月はホームセンター、スーパーマーケットともに好調である。特に地上デジタル放送関連商品と暑さ対策の商品がエコブームと相まって、売上を押し上げている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・気温が順調に上昇していることもあり、来客数は前年比105%と増加している。衣食住と足並みがそろって売上が伸びている状況であり、景気としてはやや良くなっている。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・過去3か月は東日本大震災の影響のせいか、既存店ベースの来客数が前年比で2.0～3.5%落ち込んで推移していたが、7月は前年比100%の水準まで戻ってきている。決して良い状況ではないが、客単価においても前年比100%を維持しており、7月全体での売上が前年比100%を確保できそうな状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温の上昇により売上は回復傾向にある。懸念していた来客数も徐々に回復してきている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、米やたばこなどの高単価商品を買控えていた客が購入を再開し始めている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・自動車の生産状態が回復しているなか、新型車投入の影響もあり、売上が良くなってきている。
		乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・新型車の販売が増えているなか、値引きの抑制傾向もあり、客単価の上昇につながっている。
		住関連専門店（従業員）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行に伴い、テレビチューナーがよく売れた。
		高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・3か月前の東日本大震災直後と比べると、客の来店は増えている。少しずつ景気が良くなっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・夏場に入ったことで、タクシー1台当たりの売上は、3か月前と比較して約26%増加している。例年、この時期は売上が増加する傾向にあるが、前年と比較しても約20%の伸びがみられるなど、今年は増加幅が大きくなっていることから、景気は良くなってきている。しかしながら、タクシー1台当たりの売上自体は前年と比較すると、約4%の減少となっている。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・客の職種にもよるが、停滞ムードが薄れてきており、これから新たに何か始めてみようという客が少しずつ出てきている。客の間に物を考えることのできる余裕が出始めている。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・これまでの客層に加えて、3か月前には全くみられなくなった外国人団体客の利用が再びみられるようになった。
観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響も落ち着き、修学旅行、団体客などの国内利用客が戻りつつある。ただし、海外利用客は減少したままである。		

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
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客の会話のなかに旅行や食事などの明るい話題がはじまり、客の来店頻度も若干ではあるが上向いている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売戸数が順調に増加しているため、分譲マンションの在庫が少なくなっている。最近の客は購入までの判断がとても早くなっている。また、東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響からか、宮城県、福島県といった東北地方や首都圏からの客が増えている。
変わらない		商店街（代表者）	お客様の様子	・全体的には東日本大震災による買い控え状態は薄れているが、景気が回復したとまでは言えない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・季節商材の動きが活発になってきており、消費マインドが少しずつ上昇してきている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・今月から毎週日曜日実施の歩行者天国が始まったことにより、来街者数が増加しているが、飲食店の売上が店舗平均でわずかながらに増加しているのみである。物販店では、依然として来客数が減少したままであり、客単価も上がらないままである。厳しい状況が継続している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・夏場の最盛期であり、飲料やビール等の売上が良いことから、3か月前と比べると売上も良いが、季節要因を除くと、基調は大きく変わっていない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・夏物のクリアランスセールについてみると、今年はカットソー、パンツに動きがみられるものの、ジャケット、ニット、スカートの売上が前年の90%台と厳しい状況にある。一方、中元需要は、今のところ前年比100%で推移している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・全店での売上をみると、6月が前年比96.8%、7月が25日現在で前年比98.1%となっており、5～6月の前年比95%前後と比較すると上向き傾向にある。ただし、来客数は前年比95%前後で推移しており、客単価の上昇で売上が上向いている状況となっている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・来客数はほぼ前年並みで推移しているが、衣料品、食品の買上客数が前年割れとなっている。客単価は上がっているものの、購買率の悪化の影響が大きくなっている。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・放射能汚染問題により、食品の買い控えが広がっている。和牛に限らず、果物などの農産物にも買い控えがみられるようになってきている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・依然として、たばこの値上げによる売上金額上乘せの影響が大きい。好天時やイベントの際の客の動きも回復傾向にある。
		衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・夏物の身の回り品は単価が低く、販売量、売上とも減少している。地上デジタル放送対策で家電量販店に購買が動いたとみられる。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・アナログ放送の終了に伴い、駆け込み需要で小型テレビ、DVDレコーダー、地上デジタル放送チューナーなどの売上が前年を大きく上回った。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・顧客の年齢層が年々上がっているため、夏場の好天がマイナス要因となっている。暑い日が続くと客足が減り、特に夕立が降ると最悪である。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光客の入込が悪いこともあり、売上が前年より悪い状況が続いている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夏休みに入り、子供連れやファミリーでの観光客が目立つが、全体の来客数は前年比で5%減少しており、依然として厳しい状況にある。一方で、地元出身の年配者やビジネスマンが客を連れ立って来店するような動きもみられた。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今月はやや悪く、予約客、フリー客とも伸びなかった。そのなかで、福島第一原子力発電所の事故問題で食品の産地が不安だという声を聞いた。日常の食品は元より、外食の際も牛肉が国産か輸入かを気にするようになっており、客足が遠のく原因になっている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月は当店の入居している空港ターミナルビルのリニューアルオープンの影響で来客数が増えているが、特殊要因であり、景気が上向いているとは言えない。		
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、本州方面からの宿泊客数の減少が続いており、回復の兆しが見えない。		

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
		観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・国内客に関してはインターネットによる低価格商品への傾注が顕著である。海外からの集客にあつては台湾方面からの客がやや回復傾向にあるが、低価格帯中心であり、宿泊客数も前年の4割程度にとどまっている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・ボーナス商戦、夏休みの受注とも良くない状況にある。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の動向をみると、景気が悪いという意識が会話のなかに感じ取れる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・価格競争の結果、超目玉商品以外は客が反応しなくなっており、中途半端な目玉商品では客が飛びつかなくなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・浴衣、水着、アウトドアなどの盛夏商材はすべて前年を下回る売上となっている。売上は地上デジタル放送関連商品の特需でカバーされているが、全体的な状況は悪い。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災後から、販売量、買上客数ともに減少している。実需期に突入しても、競合店を含めて季節商材の動きが悪く、必要以上に買物をしていない客の様子が見て取れる。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・7月の取扱額は、国内旅行が前年比78.4%、海外旅行が前年比110.5%となっている。海外旅行が前年を上回っているものの、国内旅行が前年割れしており、全体の状況はやや悪くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故の影響で観光客が減少している。原発事故で旅行を取りやめた客の一部からは、やっと状況が落ち着いたとのことで4か月遅れでの再オーダーも生じているが、全体的にはいまだ影響を引きずっている。
		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	・東日本大震災の影響が継続しており、観光最盛期にもかかわらず、ツアー客、個人客ともに前年を下回っている。
	悪くなっている	家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・アナログ放送の停波により、完全デジタル化となったが、7月24日までの駆け込み需要の反動で、テレビを中心に極端な売上減少が顕著に出てきている。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響による買い控えが収まっており、百貨店、ハウジングメーカーともに活況を呈している。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響が顕著であった3か月前と比較すると、需要も客単価も明らかに回復傾向にあり、景況感の復調傾向が感じられる。
		金融業（企画担当）	それ以外	・原材料価格の上昇が続いているが、景気は持ち直している。外国人観光客も水準は低い、東日本大震災直後に比べて回復しているなど、観光関連産業も最悪期を脱している。また、復旧工事等で需要が増加した企業もみられる。
		コピーサービス業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・前年と比較して、案件の絶対数が増えている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・畑作農業が順調なため、農業関連の需要が上向いている。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・消耗品を中心に上向き状態にある。機械設備も引き合いが増えており、多少は期待が持てる状況となっている。
		変わらない	食料品製造業（団体役員）	それ以外
	金属製品製造業（経営者）		受注価格や販売価格の動き	・毎年、受注単価が下がり続けている。
	輸送業（営業担当）		取引先の様子	・飲料製品の九州向け出荷が好調である。生乳も同様の状況であるが、加工乳向けの原料がタイトになっているため、道内でのバター、チーズ、粉乳の生産が落ち込んでおり、倉庫業にとっては厳しい状況もみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		司法書士	取引先の様子	・東日本大震災による物流の悪化により、建築関連は大幅に落ち込んでいる。現在は回復傾向にあるものの、以前の水準に戻るには相当の時間を要するものとみられる。
		司法書士	取引先の様子	・東日本大震災の影響は若干薄らいできたようであるが、依然として不動産取引の引き合いがある一方で、成約率が悪い。住宅の新築も回復していない。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・やや悪いままであり、一向に良くなる気配もなく推移している。
やや悪くなっている		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・例年、夏場は受注が減る季節ではあるが、前年以上の落ち込みがみられる。
		建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・建築工事の受注価格の水準が低下している。採算割れの物件がほとんどであり、地方の現場では作業員が車中泊している風景がよく見かけられると言われるほどである。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響による代替港としての貨物取扱量が7月に入り減少している。東北各港の機能回復と生産メーカーの復旧で、従来の流通経路が戻ったのが要因とみられる。輸入貨物は円高の影響もあり、好調に推移している。一方、輸出貨物は不調である。
悪くなっている		司法書士	取引先の様子	・例年と比較して、土地の売買や住宅の建設が低迷したままである。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・アルバイトの求人が東日本大震災前の水準に戻ってきている。
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・季節的な要因はあるものの、地域の基幹産業に好調さが見えてきている。また、本州製造業への派遣紹介が増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は前年比113%となっており、東日本大震災前の状況に戻ってきている。観光業関連は元より、飲食関連や小売系も求人状況が好転し始めている。また、理美容業や娯楽業など、生活関連サービス業がここへきてわずかながら回復してきており、節約志向から少し脱却し始めている様子もうかがえる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・事業主都合の離職者が0.4%減少し、21か月連続の減少となった。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数に変動がないため、求職者が増えている状況にある。
新聞社〔求人広告〕（担当者）			求人数の動き	・7月の募集広告の状況は前年比98%となり、大きな落ち込みはなかった。業種別にみると、医療が前年比108%と前月に続きプラスで推移しており、特に介護関連が多数を占めている。派遣も前年比108%と前年を上回った。運輸・運送は前年比141%と大きく売上を伸ばした。一方、流通系、飲食系、環境衛生系は落ち込みが目立った。
職業安定所（職員）		求人数の動き	・求人数は伸びているが、事業所数そのものは増加していないため、求人の業種に幅がない。	
職業安定所（職員）		雇用形態の様子	・6月の新規求人数は前年を19.1%上回り、新規求職者数は前年を9.0%上回った。この結果、月間有効求人倍率は0.47倍となり、前年の0.41倍を0.06ポイント上回ったものの、新規求人のうち正社員の占める割合が46%と低く、求人者と求職者の間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから依然として厳しい状況にある。	
職業安定所（職員）		それ以外	・管内の求人倍率は0.41倍と前年を0.08ポイント上回ったが、相変わらず低水準で推移している。	
やや悪くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災後に求人ニーズが減ったのは一時的な影響とされていたが、4か月を過ぎても、雇用環境が回復しているとは言いにくい。携帯電話やモバイル関係の販売スタッフ及び医療系の求人は堅調だが、それ以外については厳しさが続いており、特に流通関係のパート求人は前年を3～4割下回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		学校〔大学〕 (就職担当)	周辺企業の様子	・東日本大震災に伴う採用の後ろ倒しの流れも一段落しており、道外における情報交流の場において、企業側からは2013年卒業生の採用日程等が話題の中心となっている。一方、道内においては、例年と全く同じパターンではないが、夏採用や秋採用を見込む企業も少なくないことから、2012年卒業生への支援として未内定者を対象に7月下旬に開催した学内説明会への参加企業数はほぼ前年並みであった。
	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	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が増加しており、依然として高い水準が続いている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・週末の繁華街は各自治体に応援に来ている人やボランティアによる人出が多くなっており、震災特需が見られる。特に飲食店がにぎわっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の被災者からの注文が多くなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、しばらく動きの鈍かった宝飾品やブランド品の売上が回復してきており、食料品や家庭用品に加え、高額品にも客の目が向くようになってきている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年比102%ほどであるが、客単価は2けたの伸びを示している。この要因としては、前年比べて米飯やデザートを中心に品ぞろえが豊富になったこと、暑さが続き季節商材が売れていること、震災義援金が入り経済的にも余裕が出てきたことなどが挙げられる。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の直後とは異なり、津波の被害を受けていない内陸部の店は平常営業に戻っている。店によって差はあるものの、復興需要に伴い売上、来客数共に前年を上回る実績となっており、震災直後の状況に比べ明らかに良くなっている。ただし、たばこの販売増によるところも大きく、商品全体の売行き好調というわけではない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降の消費拡大基調と夏場の繁忙期が重なったことから、既存店の販売量は前年を上回っており、好調な状況が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で販売量がほとんどなかった3か月前と比べれば、かなり良くなっている。
		住関連専門店（経営者）	それ以外	・3か月前は東日本大震災の影響で営業ができなかったため、当然良くなっている。
		都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の復興支援ということで宿泊は相変わらず上向いており、かなりの高稼働となっている。それと比例して、レストラン部門の売上も増加している。また、震災の影響で教職員の異動が8月1日付となっているため、今月末は送別会の開催が活発となっている。企業においても同様で、震災で延期となっていた送別会が開催されており、特需となっている。
	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・販売状況が東日本大震災前の水準に戻っている。	
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・来街客や飲食店への来客数の増加など、イベント等の効果が徐々に出てきている。ただし、物販店の売行きはまだ生活関連必需品が中心で、効果が限られている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響も徐々に少なくなり、新幹線開業の影響で県外からの客も戻りつつある。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・気温が上昇したことに加え消費者の節約疲れもあり、良くなっている。
百貨店（売場主任）		来客数の動き	・競合店の休業と復興支援の高速道路無料化の影響で来客数が増加している。また、天候、気温の影響で、夏物商材や暑さ対策商材の動きが良くなっている。震災需要も生活用品を中心に続いている。	
百貨店（企画担当）		来客数の動き	・売上高は2か月続けて前年を上回っており、好調に推移している。なかでも海外ブランド商品が好調である。	

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
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・クリアランスセールは概ね好調に推移している。セールということでお得だからこそ買おうという気持ちが高まっており、東日本大震災以降続いている買物の自粛ムードも幾分か和らいでいるようである。数か月来店していなかった客が中心となり売上を伸ばしている。売れているものは夏物のセール品で、秋物の動きは鈍い。売上は速報ベースで105%と好調だが、月末の集中豪雨で多くの地域に被害が見られたほか、交通も麻痺したため、月末の来店に大きな影響を及ぼしている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・来客数、買上点数、販売量、販売額共に増加している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、競合するショッピングセンターが完全には営業再開していないため、集客力が低下している。それにより当店の来客数は増加し、業績向上に寄与している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・天候が良く気温も高いため、来客数が伸びている。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・消費に対する消費者の自粛ムードが薄れてきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年より暑いことや節電の影響で、飲料の売行きが好調である。来客数は前年比107%で、なかでも朝の来客数が増加している。朝に飲料を購入して入社している人が多いようである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・天気や季節に左右されやすい業種であるが、暑い日が続いており販売量が増えている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・好天の影響もあり、ペットボトルなどの清涼飲料の動きが良い。弁当や総菜類の販売量も客の来店回数に比例して好調である。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・復興需要によって売上は大幅に改善している。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後の好景気が続いていることに加え、猛暑の影響でクールビズ関連も好調である。なかでも、礼服、スラックス、ワイシャツは絶好調となっている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・下旬は例年なら夏物セールも一段落し、静かな時期となるが、今年は来客数もそこそこあり、売上も安定している。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・販売量が回復してきている。東日本大震災後から落ち着きを取り戻してきており、震災前の景気まで戻ってきた感がある。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行に伴い、関連商品の需要が増えている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の復興需要が見られる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前年はエコカー購入補助金終了前の駆け込み需要があったため、単純な比較はできないが、メーカーの供給正常化に伴い、販売量の下げ幅は縮小傾向にある。来客数や受注水準を見ると、復旧需要はほぼ一巡したようで、一服感が出てきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両販売、サービス共に東日本大震災前の需給状況に戻りつつあるが、サプライチェーンの回復が追いついていないため、総売上では苦戦を強いられている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・暑い日が続く酒類、飲料の販売量は伸びてきているが、例年企業単位で行っていたイベントなどはまだ自粛ムードが残っている。また、中元のギフトは予想通り動きが鈍く、1件当たりの単価も下がっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後の4月と比べれば落ち着いてきており、良くなっている。ただし、大幅なマイナスから回復しているだけであり、プラスにはほど遠い。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・単価は安いものの、節電やクールビズ関連を中心に動きが見られる。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・客足は6月半ばくらいから急激に回復しており、新規の客も増加している。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、低迷していた客足が戻ってきており、売上も増加している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後と比べると幾分は客足が回復している。ただし、曜日によっては極端に客が少ない日もあるなど、依然としてむらがある状態が続いている。

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
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・損害保険会社等の調査会社の人が当地を訪れており、来客数が増加している。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・4月とは比較できないが、入込数だけを見ると前年比20%増となっている。地元客はもちろん、他県からの客が復興支援のために土産を購入する目的で来館する様子も見られる。また、東日本大震災後に中止となっていた会合が増えている。
		観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・自粛ムードがなくなりつつあり、東日本大震災からの復興に向けてできるだけ利用しようというムードが高まってきている。また、全国各地から被災地の視察等が多々あるなど復興特需も見られる。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災直後の宿泊客が全くいない状況からみると、客の動きは予想以上に良くなっている。中心都市圏から離れた観光地や温泉はまだまだ集客が弱い状況であるが、復旧関係の宿泊が入ってきている。ただ、夏休みの家族連れの予約はやはり少ない。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・販売量は前年同月比を上回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響も落ち着きつつあり、客の心情的な動機が回復してきている。また、同業者が一般宴会の受け入れをやめたことにより、その客が当ホテルも含めた他店に分散している。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災の復興支援のイベントを仙台で開催したいとの問い合わせが全国からあり、宿泊・宴会共に需要は急激に増えている。そのため、今月は件数、売上共に前年実績を大幅に上回り、8月の先行予約状況も前年を上回っている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災直後との比較では若干上向きの感触があるものの、依然景気が良いとはいえない状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・節電対策として、取扱商品の販売量が多少アップしている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地上デジタル放送対応テレビの駆け込み購入などに連動して、ケーブルテレビへの新規加入者が徐々に増えている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前は前年比10数%だった来客数が、80%にまで回復してきている。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・異例の暑さもあり前年には及ばなかったものの、一般客を中心に底堅い推移を見せている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比130%前後で推移している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・り災した家の建替えや増改築工事の仕事は入ってきているものの、住宅以外の仕事は無い状態である。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・受注残に加え新規受注が入ってきており、現場はかなり忙しいが、各職人が東日本大震災の復興支援に行っているため、受注しても着工はかなり先になっている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	お客様の様子	・客が徐々にお金を使い始めている。
変わらない		商店街（代表者）	お客様の様子	・当市においては東日本大震災の特需は見られるものの、客の様子からは、上向きなのか下向きなのか判断しかねる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・6月以降、来客数が止まっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・放射性物質の汚染による被害が当県にも広がり、肉類や野菜を中心に地元食材を敬遠する動きや単価の落ち込みが出始めている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は多少増加しているが、客単価は依然として低い。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後、品不足が続いていたたばこの入荷量が戻り、どこでも買えるようになったため、売上が減少している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は多少の増減があるものの、東日本大震災直後からほぼ変わらない水準で推移している。
		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、高額商品の動きが鈍い。

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（経営者）	お客様の様子	・季節商材の動きが前年並みになってきている。特にUV関連や機能商材、婦人衣料などは前年を上回っている。しかし、食料品では放射性物質に汚染された牛の出荷問題で客の牛肉離れが進み、精肉の売上の出荷問題で客の牛肉離れが進み、精肉の売上の前年比20%まで落ち込んでいる。加えて、総菜やハム、牛肉関連ギフトへの影響も大きい。高級牛と豚では単価が違うためカバーしきれず、食への不安は更に高まっている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・前年同様の猛暑により来客数は減少しているものの、単価は上昇している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・原料高による食品メーカーの納品価格の上昇分を売価に反映したため、平均単価が前年比で増加している。消費は堅調で、買上点数も落ちておらず、売上はここ4か月横ばいである。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・客の節約志向は依然として強い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価は低下していないものの、必要以上の買物はしていないように見受けられる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災後の特需も落ち着いてきており、景気は横ばい状態である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後に落ち込んだ来客数も少しずつ例年並みに戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年をクリアし、売上も改善されてきているが、売上構成比で見ると増えているのはたばこである。これは、たばこの値上げや、値上げに伴い廃業した一般のたばこ販売店から客が流れてきたためによるもので、コンビニにとってはプラスの要因ではあるが、景気が改善しているというわけではない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の被災者が主に沿岸部から買物に来るが、夏物衣料のニーズが高くなっており、単価の低いセール品の売上が前年比10%増となっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は考えられないほど少なく、当然のことながら売上も少ない。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・スーパークールビズ需要でシャツ、ポロシャツ、パンツの伸び率が高くなっており、売上が底上げされている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、フォーマルが好調に推移している。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・震災義援金等の支給の遅れや福島第一原子力発電所の問題が消費マインドに影響を与えており、東日本大震災直後の4月と比べても来客数はあまり増加していない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響は依然大きく残っているが、軽自動車を中心に例年並みの販売台数を維持している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後、いろいろと企画を打っているが、耐久消費財に目が向く状況にはないようで、家具は厳しい状況が続いている。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	来客数の動き	・周囲の店からも、商品が動かないとの嘆きの声が聞こえてくる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	お客様の様子	・震災関係業者には物販や工事でいくらか動きはあるものの、全体的に客の買い控えが続いている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・景気が良くなるような材料がなければ見通しも立たない状況で、変わりようがない。企業もできるだけ経費を抑える努力をしているので、厳しい状況が続いている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	競争相手の様子	・東日本大震災以降、客の車の動きが悪く販売不振になっているため、販売単価を引き下げて客をとる動きが出てきており、収益の悪化を招いている。さらに、悪化した収益を取り戻そうと一層の販売強化を図る動きがあり、負のスパイラルを起している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	来客数の動き	・ガソリンを買いに来る客が減っている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・復興需要も落ち着いてきている。悪くなっているというほどではないが、トーンダウンしてきている。

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
企業 動向 関連		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・レストランのランチタイムや低価格ディナープランは好評で、個人消費は活発な動きが見受けられる。一方で宿泊部門は相変わらず低迷している。中旬に市内ホテルで放射性物質に汚染した牛を提供したとの報道があり影響が心配されたが、意外と冷静に受け止められている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・乗客数が東日本大震災前の状況に戻りつつある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・損害保険会社などによる貸切の特需もほぼ終了している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の購買意欲に前向きな感じが見られない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規投資には相変わらず消極的である。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客との商談からは、依然好況感を感じるには至らない。
	やや悪く なっている	一般小売店〔スポーツ用品〕 (経営者)	来客数の動き	・店頭販売は前年比20%減となっている。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	来客数の動き	・客単価や買上点数は変わらないものの、来客数が減少しているため、セールを開催しても思ったような数字がとれない。
		百貨店(経営者)	単価の動き	・地上デジタル放送関連の製品は異常な盛り上がりを見せている反面、そのしわ寄せが夏物衣料や食品等に出ており、客単価のダウンが売上に影響している。
		百貨店(販促担当)	来客数の動き	・セールの売上が非常に厳しくなっており、全体の売上を上げる要因となっている。また、暮らしの関心を捉えた商品の動きは堅調だが、それ以外の消費は鈍化傾向となっている。
		百貨店(経営者)	単価の動き	・食品や身の回り品を中心に売れているものの、高額商品の売行きは悪い。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・客の来店回数が減少しているのか、平日の来客数の減少が目立っている。また、1点単価も低迷している。
		スーパー(販促担当)	販売量の動き	・東日本大震災以降、特に日配、加工食品を中心に動きが良かったものの、最近は販売点数の伸びが鈍くなっている。生鮮食品では、特に東北産の野菜、果物の販売点数が落ち込んでおり、売上は苦戦している。また、放射性物質の牧草への汚染が明らかになって以降、牛肉の売上も急激に低下している。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響による新車の供給不足は解消の傾向にあるが、3、4月に受注した車両の納品がしばらく続いている状況である。相変わらず新規受注から納品まで時間が掛かり、直近の新車受注は伸び悩んでいる。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・折込チラシやテレビでの宣伝効果が見られず、新規来客数が少なくなっている。
		その他専門店 〔酒〕(営業担当)	来客数の動き	・消費の動きはいまだ通常に戻っておらず、全体的に動きが悪い。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・さくらんぼの売行きが例年の半分にもならない状況に加え、当県を代表する牛肉にまで被害が及んでいる。放射性物質の風評被害の影響はあまりに大きすぎ、痛手となっている。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ビヤガーデンは食べ放題、飲み放題のため好調に推移しているものの、その他の商品については動きが非常に鈍くなっている。
		タクシー運転手	単価の動き	・客の乗り控えが目立っている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・観光事業が依然として低迷しており、被災地3県においては海や温泉へのレジャー観光が見込めない状況となっている。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・消費者は必要以上のものは買わず、最低限の生活を続けており、景気も上向いていない。
その他サービス 〔自動車整備業〕 (経営者)	単価の動き	・低価格でないと売れない傾向が一層強くなっている。		
悪く なっている	○	○	○	
企業 動向 関連	良く なっている	その他非製造業 〔食料品卸売業〕 (経営者)	受注量や販売量の動き	・全国からの被災地の物産を購入する支援の動きや、復旧復興関係者の市内での外食・土産需要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
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	・東日本大震災後は落ち込んだものの、先月に続き売上が前年を上回っている。震災の復旧復興関連で当地を訪れた人が、食事や土産で牛タンを消費したことによる特需が要因と考えられる。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・中元商戦は苦戦が予想されたが、お見舞い返しとして、地元以外にも各地からたくさんの注文が入り、前年の歳暮商戦並みの発送件数となっている。
		繊維工業(経営者)	取引先の様子	・クールビスや節電等の関連商材が売れており、店頭においてもやや活気が見られる。
		木材木製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・住宅部材の需要がやや上向きになってきている。
		出版・印刷・同 関連産業(経 理担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災直後に大きく落ち込んだ売上は月を追うごとに回復し、前年比100%に近づいてきている。
		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、比較的早い段階から対応してきた民間企業や地方自治体発注の震災関連工事に加え、中央官庁からも震災関連工事が出件してきており、これらが受注につながっている。
		建設業(企画担 当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復旧工事の受注が継続している。
		輸送業(経営者)	取引先の様子	・東日本大震災の影響は少ないが、順調に回復しつつある。
		通信業(営業担 当)	受注量や販売量の動き	・一時的に震災特需とみられる受注が増えている。
		通信業(営業担 当)	受注価格や販売価格の動き	・流通が円滑になっている。
		広告業協会(役員)	それ以外	・広告業界においては、電力の節電キャンペーンに加え、震災見舞い広告やモバイル端末の新型発売、遊技場関係の自主規制解除、車両メーカーの販売攻勢などにより、かなりの回復が見られる。
		広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・地元百貨店や笹かまぼこ販売会社からの広告印刷物が急速に増加している。また、自治体からの引き合いも増加している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・全体の復興需要は衰えていない。
		公認会計士	取引先の様子	・建設業、小売業の売上は前年比で増加傾向にあるが、サービス業は売上が減少している。
		コピーサービス業(経営者)	受注量や販売量の動き	・地場大手企業を中心に、東日本大震災の復旧復興関連の受注が多く見られる。
		その他企業[工場施設管理] (従業員)	取引先の様子	・生産量及び生産額が増加しており、特に低単価の製品の生産が増加している。製品の出荷状況を見ても、通常の定期便に加え、毎日チャーター便などでも出荷しており、工場に忙しさがうかがえる。
		金属工業協同組合(職員)	受注量や販売量の動き	・生産活動が正常化している。
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	・平成22年産米の精算金がいまだに入金していない。
		食料品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の特需も落ち着きを見せ、市場は通常の状態に戻りつつある状況を見ると、景気は依然として踊り場の状態であると見られる。
		出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、遅れていた仕事若干入ってきたものの、震災により中止となった仕事や途中でストップしている仕事も多くなっている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災の復興関連で仕事が入っている取引先は忙しくなっている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・住宅エコポイントが発行される工事やリフォーム工事が多くなっている。資材価格が高騰する前の駆け込みもあるようである。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・いまだ自社設備の復旧も完了していない。また、東日本大震災の影響もあり、取引先からの値下げ要請は更に強まっている。
		金融業(営業担当)	取引先の様子	・自粛ムードは収まりつつあり、受注も少しずつ持ち直してきているようである。
		司法書士	取引先の様子	・家賃滞納等による賃貸建物の明け渡し請求の依頼が増えている。
		その他企業[企画業](経営者)	受注量や販売量の動き	・エネルギー関連の仕事が多いため、エネルギー関連企業の発注量が激減している影響をまろに受けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
	やや悪くなっている	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車部品については、やや持ち直し感が出てきているものの、このところの急激な円高により採算が悪化している。	
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・例年ならば、中元用の桃など贈答品の注文が7月末ごろまでに相当数入るが、今年は福島第一原子力発電所事故の風評被害の影響で、まだ1件も入っていない。	
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・例年より2週間早く梅雨が明け、暑い日が続いたため、家庭での消費が落ちている。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・再開する店がある一方で、閉店する店も多くなっており、折込チラシは依然として低調である。取引先の業者も客が減ったと嘆いている。	
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、20件ほどの取引先が依然店を閉めたままである。消費者も量販店で買物し、小売店には見向きもしないという状況であり、商店の立ち直りが見られない。	
雇用 関連	良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災の復興特需と思われるが、土木、住宅、配送、倉庫内整理、警備業の求人が増加している。	
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・損害保険会社及び生命保険会社からの緊急受注が、期間限定ながら被災地3県であり、大きな需要となっている。また、ボランティア団体の緊急支援事業による採用者が年内まで更新されることになり、1億円近い案件となっている。	
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用意欲がおう盛な企業が出てきている。紹介案件も水面下でオファーが活発化しており、来年度への人事戦略が動き出していることがうかがえる。ただし、最終的な派遣需要は東日本大震災前の6割程度となっている。	
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災後、新卒採用を保留していた企業の採用再開が散見される。	
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・東日本大震災後に激減した受注が増えてきている。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・東日本大震災直後の4月に比べれば復興も進んでおり、採用する企業も増えてきている。ただし、景気そのものにはまだ反映されていない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・被災した沿岸部の人たちが内陸部に来て買物をしているなどの要因もあって、県内内陸部の百貨店や大型店では売上が伸びており、特に衣料品、食品の動きが良くなっている。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が増加し、有効求職者数が減少したことで、有効求人倍率は4か月ぶりに増加している。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が増加している。また、事業主の新規求人への意欲も上昇している。	
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・小売業においては消費の拡大が続いており、売上等は前年比を上回る状況にある。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・被災者向け及び復興関連の求人を始め、ほとんどの業種で求人が増加しており、3か月前より求人活動は活発である。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災直後と比べれば持ち直してはいるものの、依然としてあまり良くない状態が続いている。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災以降、消費マインドの低迷が続いており、各業種とも新規の採用意欲は見えない。
			職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業で東日本大震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年比で大幅に増加しており、3か月連続での増加となっている。
			職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は増加基調が続いているものの、増加幅は鈍化している。
			職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年比で小幅な増加にとどまっている。減少が続いていた新規求職も増加へ転じ、有効求人倍率も低迷を続けている。
		やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規学卒者を対象とした求人数が前年比で大きく減少している。

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
	悪く なっている	—	—	—

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	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	・今月は地上デジタル放送対応の最後の月となって関連商品の売行きが伸びたことと、エアコン等の夏物商材の売行きが良く、また、太陽光発電等への客の関心もあり、それぞれ成約が少しずつ出てきているので伸びている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・当店の強みでもあるたばこが1日30万円売れる日が出始めている。東日本大震災や値上げが全く関係ないといった感じであり、待ってましたとばかりに皆吸っているようである。また、セールなどの相乗効果も出ている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・梅雨明けが早まったため、夏物商材が割と売れ、良い結果につながっている。ただし、ここ1週間くらいは体感温度が下がっているため、若干陰りも出ている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・7月24日正午のアナログ放送終了に向けて、地上デジタル放送に対応したテレビや関連商品が品切れとなるほど売れた。ただし、25日からは一転してテレビ関連商品は影を潜めた状態となり、売上の柱はエアコンや冷蔵庫などにシフトせざるを得ない状況になっている。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	お客様の様子	・客の勤務形態が変わり、余暇の時間帯にお金を使うようになってきている。また、皆残業が多く、お金を使いたいが時間がないという状況も見受けられる。
やや良く なっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災以来、客の財布のひもの固さを感じてきたが、7月中ごろから販売品目がバラエティーに富んできている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・前年比では来客数に比べて売上が上回っており、必要かつこだわりのある高付加価値商品には消費意欲が戻ってきている。また、節電への対応から、土日操業に切替えた工場勤務者の動向も一つの要因と考えられる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、当時は東日本大震災の特需があったので相対的には良くないが、2か月前と比較すると、暑い夏となったために季節商材の動きが良いので業績は良くなっている。前年比では103%の伸びである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月は猛暑の日が多いため、簡単なおにぎり、冷やし麺、ファーストフードの売行きが好調で、前年比150%となっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・暑いために1人の客の買上点数が上がっており、客数も少し増えているので、販売量がやや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・暑い日が続き、ソフトドリンクなどの冷たい物の販売量が増加している。また、総菜などの調理済み食品の販売量も伸びている。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・例年この時期は天候に左右されるものの客単価の上がる時期だが、今年は特にうなぎ等、高単価メニューの注文が多い。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・前年同月比では及ばないものの、今年の4月ごろと比較すると来客数、売上共に明らかに回復傾向を感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災以降、風評被害が非常に大きく、売上はがた落ちだったが、このところ大分客の動きが活発化してきている。景気は決して良いわけではないが、今まで我慢していた客が使っているようで、宴会部門などいろいろな面で多少活況が戻ってきている。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災後、客は旅行をしたいという感じが出てきており、来客数、ツアー参加者数の増加が目立つようになってきている。また、夏休みの旅行等の参加が増えつつある。

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
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響を受けて目粛ムードの最中だったので3か月前に比べると良くなっているのは当然だが、なかでも携帯電話販売は、6月末から発売している夏モデルのスマートフォンが好調で、販売数が前年を上回る状況となっているため、良くなっている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・3か月前と比べれば来場者数は良くなっている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・来客数の動きは回復傾向にある。レジャーへの出控え傾向は継続しているが、前年実績並みに戻りつつある。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・料金体系を下げたため、来場者数は日々上がっている。単価は落ちるものの、客はゴルフをしたい気分になっていると考えられる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（職員）	お客様の様子	・前月比では若干落ち気味のところはあるが、3か月前との比較になるとやはり東日本大震災直後との比較となるので若干上がっている。このところは節電の関係で客の休日がばらけたこともあるのか、客がある程度満遍無くどの時間帯も入りつつある傾向である。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・3か月前には東日本大震災の影響で不安があり、様子見の客も多かったが、少しずつ計画の決定も増えてきている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災から4か月たち、そろそろ客自体が落ち着いてきたこともあり、若干動きが認められる。
	変わらない	一般小売店 [精肉]（経営者）	お客様の様子	・今月の七夕は東日本大震災を考慮してか飾り付けもやや控えめになっていたが、それでも人出はまあまあであった。大型店が撤退した跡地への小型店の出店も決まったので、活気が戻ってくればと思っているが、閉店するスーパーも出てきており、変わらずの状態が続くそうである。
		一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響も徐々に緩和され、慣れの中で回っている。地上デジタル放送移行も終了間際になると、安価な物やチューナーでという消費者が多く、忙しい割に売上が伸びてこない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・盛夏物の動きがまだまだ活発になってこない。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・クリアランスセールは、後半に入り失速してきている。特に、アパレル全般の動きが鈍くなっている。価格を含め、客の消費行動は慎重で、セール品とはいえ、定価品と同様の接客が必要である。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・製品の値上げ傾向が続くなかでも低価格志向は続いている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・気温上昇と節電の与件により冷房関連の商品が前倒しで売れたが、現状は落ち着いている。食品の放射能汚染問題で、牛肉の販売量が大きく落ち込んでいる。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・7月の前半は気温が高かったこともあり、節電ムードの中で扇風機などの家電製品関係がかなり良く売れたが、後半は気温も不順になり、衣料品を中心に非常に悪くなっている。おしなべて月の中では前半戦が良く、後半戦が悪いというような状況である。
		スーパー（統括）	販売量の動き	・節電対策は客に受け入れられ、売上への影響はないが、食品の放射能汚染問題から水産物、農産物の産地志向が強く、消費に慎重さが見え、牛肉に至っては産地を表示しても2割減となっている。衣料品は真夏日が続く、クールダウン商品中心に好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・梅雨が前年より早く終わったことで、ドリンク、アイスの売上が伸びている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の特需のようなものが若干あったが、今月は季節的な売上の上昇はあるものの、特別大きな影響があって売上が上下しているようなことはない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響が大きかったので少しは良くなっているが、それほど大きな回復にはなっていない。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車検及び整備に関しては例年並みだが、車両販売、特に新車に関してはまだ様子を見る傾向の客が多い。

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
		乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・本当に安い車しか売れず、中古車でも高い車には客が全く見向きもしない。車検も激安コースという一番値段の掛からないものしか入らない。景気はほとんど変わらない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ2～3か月、来客数はそんなに変わらず、客単価はやや低くなっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・夏休みに入っても客の増加が感じられない。春の観光シーズンと同じ原因なのか、まだまだ不安なことが多いのか、客数が伸びていない。
		都市型ホテル (支配人)	競争相手の様子	・当ホテルは現在、東日本大震災の復興のためクローズしているが、他のホテルは復興災害のための客で割合潤っているようである。
		旅行代理店(経営者)	単価の動き	・今のところ前年と同じような状況で、やや上向きかもしれないが、特に変動はない。
		旅行代理店(所長)	お客様の様子	・夏のシーズンに入ったにもかかわらず、日本人観光客の増加が見込めない。また、外国人観光客の訪問数も引き続き厳しい。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・実際、東日本大震災直後と比べると状況は良いと思うが、震災直後はあまりにも悪すぎたので、景気が上向きかというとは決して上向きではない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・7月に入り近隣の何軒かの自動車部品製造工場で受注が増え、深夜までの二交代勤務をスタートさせた。その一方、長引く東日本大震災の影響からか業務を縮小したところもあり、その分が前段の企業に回ってきたようである。
		通信会社(局長)	販売量の動き	・販売量は前月比で上向いているが、時期的に好調であった3か月前と比較すると変化が感じられない。
		競輪場(職員)	お客様の様子	・来場者数、購買単価ともそれほど変化が見られない。
		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	・母体ショッピングセンターの客数が伸び続けていることもあり、ファミリー客が低料金で遊べる施設である当店の客数も伸びている。ただ、夏季の企業稼働日変更の影響か、土日の客数が落ち着いてきている。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・毎日固定客の施術ばかりで、その固定客も徐々に減少しており、新しい客の来店がない状況と店主から報告を受けている。
		設計事務所(所長)	来客数の動き	・東日本大震災後の物件も大分落ち着き、新規物件が多少出てきて今月は忙しい状況である。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・人の動きが悪く、物が売れない。近くの電気工事業者に聞くと、このあたりには注文が全くないので、仙台に行って仕事を探すということである。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・本来はにぎわう七夕祭りも、地元の特殊事情で出店自粛、祭りムードに水を掛けた形となっている。店側にも諦めの気分がある。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・前年は7月ごろまではある程度登山、水着の販売があったが、今年は本当に前年の半分くらいしか客は買わない。なぜこうなってしまったのか疑問になるくらい売れない。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・取扱化粧品メーカーを1社に絞り込んだことが予想以上に婦人服の客の来店減を招き、全体の来客数が減少している。また、当地は東日本大震災の被災地であり、福島第一原子力発電所から70～80km圏にも位置していることから、育牛や農業にも心理的重圧を受けている。
		衣料品専門店(販売担当)	来客数の動き	・7月になって間もなく梅雨が明け猛暑となったが、中旬にセールを始め、ダイレクトメール、電話作戦といろいろと戦術を練って展開しているものの、客が出てこない。月後半には梅雨に戻ったようなゲリラ豪雨に近い天気となり、また客が出てこなくなっている。前月も悪かったが、ますます悪くなってきているような状況で、とにかく客が店に来ない。
		乗用車販売店(従業員)	お客様の様子	・東日本大震災の復興は進んでいるが、福島第一原子力発電所の放射線被害の長期化で、取り巻く業界全体に被害が広がり始めている。
		乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・当店は周辺が観光地なので、風評被害で観光客が来てくれず、客である物産関係やホテル、飲食店の売上が7～8割減と極端に減少している状態ではどうしようもない。展示会をして客が来てくれても、これから3～5年先どうなるか分からないので、車も買えないシクレジットを組む勇気がないという状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・7月に入ってからいきなり来客数が減っている。まだ具体的な原因は分からないが、周りの飲食店や交通関係の仕事はいずれもそのタイミングで客足が減っているようである。
		高級レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、客の動きが明らかに変化している。特に、平日はランチタイムに外出に出る人が激減しており、来客数は前年比で60%まで落ち込んでいる。夜もほとんど飲食せず自宅で過ごす人が多く、外出する場合も自宅の近くで済ませる傾向が強い。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・自動車業界の景気が良くなりつつあるようだが、下請、孫請への締め付けは相変わらず厳しく、宿泊などの経費は減るばかりで回復の兆候が見られない。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・自粛ムードがまだ残っており、電話注文も3月11日の東日本大震災以降、毎月平均20%くらい減少しており、前年同月比で15%の減少である。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・知り合いの事業所から何件か土地を売りたいという問い合わせがあった。中元回りで挨拶がてら様子を聞くと、どこもあまり好転する要因は見付からないと言っている。実際に現在利用中の土地では、果たして商品価値があるのか疑問である。
	悪くなっている	一般小売店〔衣料〕（経営者）	販売量の動き	・台風の後には雨が多くなり、それ以前は多少来ていた客もなかなか来なくなってしまっている。学校が休みに入ったこともあり、悪くなっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・全然良くなっていかない。値段をいくら下げても駄目だし、売出しをしてもまるで効果が出ない。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・商業系の印刷物やWeb制作を中心に展開しているが、地域の商業からは一切受注できないのが現状である。矛先を工業に転換してもいるが、東日本大震災後の地方経済は想像を超えるほどひどい状況である。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・東日本大震災直後の3か月前も景気は悪かったが、現在は設計の依頼が全くなく、もっと悪くなっている。消費者は震災後の復興が遅々として進まないことに将来への不安を感じ、住宅の購買意欲もなくし、零細企業の設備投資も控えているのではないかと見ている。
		企業動向関連	良くなっている	一般機械器具製造業（経営者）
輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き			・3か月前と比べて主力取引先のメーカーからの受注は約50%増加している。前年比で見るとまだ15%程度の受注減という状況だが、東日本大震災後の4月との比較では良くなっている。
その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き			・当社の環境装置が表彰され、地元の新聞で大きく掲載されたことでダイレクトメールの案内、展開に弾みがついている。
金融業（役員）	取引先の様子			・取引先の様子として、自動車部品やコンクリートブロック製造業は東日本大震災前の受注量に回復し、求人状況も活発化している。また、家電量販店では7月に入って猛暑日が連続していることから、エアコンの販売台数が好調に推移している。
やや良くなっている	金属製品製造業（経営者）		取引先の様子	・今作っている試作品が仕事につながればと思って、一生懸命対応しているところである。
	金属製品製造業（経営者）		それ以外	・受注は順調だが電力の使用制限が生産に大きく響いている。
	電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響から、やっと部品集約が元に戻りつつあると共に、震災の影響で取引先の電話システム受注が増加しており、仕事量が増えつつある。
	輸送用機械器具製造業（経営者）		取引先の様子	・複数の取引先が回復してきており、競争相手も大分忙しくなってきたようである。
	金融業（経営企画担当）		取引先の様子	・ホテル、旅館は夏のトップシーズンに向け、売上が回復している。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）		取引先の様子	・冷たい枕や肌掛け、冷たくなるタオル、小型サーキュレーターなど、繊維、雑貨ほか、節電、暑さ対策用品の売行きが良いようで、来月も期待できるという話を聞いている。チラシ出稿量は、前年の参議院選、地方選の分を除けばほぼ前年並みを維持している。
	社会保険労務士	取引先の様子	・他の分野の事業所はまだ厳しい状況が続いているところが多いが、製造業の工業関係の事業所は生産が戻ってきている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災直後の落ち込みに比べれば少しはましになったという程度の回復であり、業績水準は良くて7～8割程度とまだまだ低い。食品関連、飲食業等や宿泊ほか観光関連業種の多くは、ここへきて食品の放射能汚染問題が伝えられたため再々の不況となっており、盛り返しているのは一部の建設業や関連業種くらいにすぎない。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏休みに入り、リゾートホテル体験工房は繁忙期となり、新体験メニューの需要が予想より増えているが、取引先の製品受注は相変わらず低迷している。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・製品の展示会など積極的に行っているが、厳しい状況に変わりはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部品入荷が安定し、生産も安定してきて前年の水準に戻りつつある。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が少し改善し、どこも少しずつ商品が動くようになってきている。ただし、前年売上にはまだ到達していない。夏の暑さとクールビズ志向はジュエリー販売につながらず苦戦している。また、地金やダイヤモンドの原材料価格の高騰で製品価格が上昇しているため、業者の仕入意欲は低く、委託販売の依頼が多い。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・今年は節電、エコ、地上デジタル放送対応への移行ということで、取引先の家電関係においては特にテレビ、扇風機、LEDなどが例年より早く動いていたが、現在は既に扇風機、地上デジタル放送対応のチューナー、液晶テレビ等は在庫切れとなり、動きが落ち着いている。また、雑貨等の清涼グッズ、タオルなども出だしは良かったが、現実物量がない部分も出てきて、前年並みの動きとなっている。
		通信業（経営者）	受注量や販売量の動き	・従来からの定期的な仕事までも減ってきている。
		不動産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・状況的には2～3か月前とそれほど変わらない。ホテルで見ると県南地域の稼働は伸びないが、県央から県北については東日本大震災の復興関係や周囲に損傷した建物も多かったことからその関係での宿泊が伸びており、それが継続しているが、一段落した時どうかというところである。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・テナントの入居状況は現状維持であるが、東日本大震災により被害があった所の補修だけではなく、今後同様の災害が起きたことを想定した準備工事などがあり、費用が掛かっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿売上はそれほど変わらない。
	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	・特段の変化は見られない。	
	やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、景気の良い企業は限定的で、多くは良くないと聞いている。また、原料の値上げも始まっている。
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・スーパーは確実に利益の取れる商材に切替え、売るスタンスが変わりつつあるが、原価は抑えられ、原料単価を上げるに上げられない。原価に妥協しない当社の発注数は多い時の半分になる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の広告代理店が倒産ということで、かなり厳しい状況が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災のバックアップ特需がなくなり、通常の受注に戻りつつある。自動車は回復してきたが、一般的に月を追うごとに受注、売上が落ちてきている。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・設備投資がほとんどできない様子が見受けられる。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・周りの企業は孫請が多いが、今度の福島第一原子力発電所の問題でかなり落ち込む様相で、どうしたらいいのか分からないという状況である。
	悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この夏場の景気の状態は特にひどく、メイン商品がほとんど動かない。派生的な仕事で人が遊ばないようにしているが、売上利益には加味しても焼け石に水の状況が続いている。

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
		建設業（総務担当）	それ以外	・公共工事主体で土木、舗装工事行っている。7月末時点で受注額は前年比6%増となっているが、7月だけ見ると大幅減であり、公共工事の発注が遅れている。また、相変わらず最低価格による7～8社でのくじ引きのため、神頼みの状況が続いている。銀行借入ができずに月末資金に奔走している建設業者の話も聞いている。
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	・食料品の中元ギフト、家庭用の衣料雑貨の動きが若干あり、求人が活発になっている。また、電機関係では地上デジタル放送対応の影響で家電製品、テレビ、冷蔵庫、エアコンの伸びが以前から比べると目立つたように見受けられる。夏休みに入った関係で飲食店関係の募集も活発さを見せている。
		人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・1週間前から福島のがれきり片付けの仕事が入り、少し良くなるかと考えている。
		人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・自動車関連の派遣依頼が増えている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数は少なく、目立つというほどではないものの、今まで出ていなかった分野からの求人が新規で出てくるようになってきている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災や不景気による休業、企業の従業員の休業がほとんどなくなったためである。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・例年7月は小売業、サービス業の夏の商戦に向けて、多くの企業がパート、アルバイト募集を求人誌に掲載する時期であるが、今年は求人を控えている企業も多く、募集広告がかなり減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災による資材不足等の影響が解消されてきたようで、建設業のうち主に総合工業業において、現場作業職を中心に求人が増加している。その他、製造業の一部や飲食サービス業においても求人の増加はあったものの、期限切れを更新する求人を主としたものであり、景気動向を反映したものではない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者は前年比で増加しているが、東日本大震災によるものでなく契約期間満了によるもので、相談件数、紹介件数共に活発な動きが見られない。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人をけん引する製造業において、地域格差はあるものの、東日本大震災からの回復基調が円高により弱含みとなってきている。
		やや悪くなっている	—	—
	悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・節電、電力不足によって経済活動への影響が出ている。

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	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・6月は中元商戦がメインだったが、会期が15日減にもかかわらず、売上は0.2%増を保っている。また、7月初旬は定価品の売上が前年を上回り、堅調に推移している。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店で酒の販売が取り止めになり、その需要で今月は非常に数字が良い。客数、点数、単価は共に前年を大きく上回ることができている。
		家電量販店（営業統括）	来客数の動き	・7月24日のアナログ停波に伴いテレビ、デジタルチューナーを中心とした地上デジタル放送関連商品が大きく実績を伸ばし、売上、販売数は共に大きな伸びとなっている。停波当日は大きなトラブルもなく、静かにデジタルへの移行が進行していき、大きなイベントが終了した。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・単価を下げて稼働率を上げている状況であるが、3か月前と比較すれば回復しつつある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災を受けて販売量は激減したが、ここに来て前年比100%を維持するまでになっている。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・法人、団体関係は見積が東日本大震災前の8割程度に戻り、秋を中心に問い合わせが大変多くなっている。また、個人の依頼も夏休みを中心に秋の手配が増えており、大分戻ってきたことを実感している。

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
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は繁忙期にもあたる月ではあるが、ようやく東日本大震災前の状況まで戻ってきている。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約する客が増えている。
	やや良くなっている	商店街(代表者)	それ以外	・クレジットカードの取扱高は東日本大震災直後のひどい状況を脱し、前年同月比100%を記録している。来街者の数も完全に戻った感がある。
		一般小売店〔家電〕(経理担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送切替えの最終時期にあたり、関連するいろいろな仕事が多い。台風が来る前まではとても暑かったため、エアコンの取付けと重なったこともあり、期日に間に合わないで断わることも多々あった。
		一般小売店〔祭用品〕(経営者)	販売量の動き	・夏真っ盛りで、中止もあるがほぼ例年どおりイベントは行われそうで、前月よりは良い。
		一般小売店〔靴・履物〕(店長)	お客様の様子	・3か月前は東日本大震災の影響もあって悪かったが、持ち直してきている。また、客が単価の良い物や数を求めて買ったり、節約というより「今この時を楽しまなければ」というような利他的な買物をしているように見える。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・売上が前年を上回る傾向が続いており、近隣店でもその傾向が見える。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・来客数並びに売上も前年を超える見込みであり、動きがやや弱かった衣料品もほぼ前年並みに回復している。
		百貨店(総務担当)	それ以外	・東日本大震災後の3か月前と単純に比較はできないが、売上の推移は前年に近い数字になってきている。また、当社では美術や宝飾等の催事でも予算ベースで達成するなど、状況は良くなってきている。
		百貨店(広報担当)	販売量の動き	・節電による暑さ対策関連商品が消費をけん引している。
		百貨店(広報担当)	それ以外	・3か月前は東日本大震災の影響が色濃く残り、節電で営業時間も短縮していたため、売上は前年比90%台前半と苦戦を余儀なくされていた。現状では営業時間もほぼ回復し、来客数も戻りつつある。あくまでも3か月前との比較ではあるが、やや良くなっている。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・全体の売上を見ると消費マインドの低迷はまだ続いているが、クリアランスや中元等のオケーションによっては回復の兆しが見られる。
		百貨店(販売管理担当)	販売量の動き	・現在セール商品が好調に推移しているほか、やや廉価の定価品も前年を超える実績を残しており、売上全体が好調である。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・今月は天候に恵まれ、いろいろなイベントにもうまく対応できたため、久しぶりに多少良くなっている。競合店が近くにできた店は大分悪いものの、それ以外の店は非常に好調である。
		スーパー(店長)	競争相手の様子	・東日本大震災後に出店を見合わせていた競合店が相次いで出店オープンをしている。また、競合店の中でも改装して売上増という所もある現状を考えると、震災後の4月よりも景気は良くなっている。
		スーパー(営業担当)	単価の動き	・土用のうし関連は台風の影響で気温が低く天候も優れなかったため伸び悩んでいるものの、梅雨明けが早く、夏物商材が非常に稼働している。
		スーパー(仕入担当)	単価の動き	・今月上旬は猛暑であったが、中旬以降は最高気温があまり上がらず、客単価、買上点数が上がっている。消費そのものが増えている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・猛暑が続いた影響で、飲料水が大幅な売上増となっている。また、おにぎり、麺類の値引き他、セールを矢継ぎ早に行ったこともあり、順調な回復を見せている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・7月は例年どおり夏祭りがあり、その影響で来客が多い。これからも期待はできないが、それほど悪くもない。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・中食系商材の売上が増えている。
		コンビニ(商品開発担当)	販売量の動き	・たばこの値上げや品薄による特需、前半の猛暑の影響で、前年比で大きく伸長している。ただし、関東に関しては電力等の問題もあり、伸び率は他エリアと比べ低調である。

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
		衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・3か月前に比べて客数は上がってきているが、単価が落ちている。バーゲン時期ということもあり、安くしなければ売れない傾向になっているが、売上は6月に続き前年をわずかに超えている。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・暑さでタオルやスカーフ等のひんやりグッズの動きが非常に良い。全体の売上も押し上げ、今月はかなり早い段階で前年を超えている。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・旅行、外出等の衣料品は前年比約30%減だが、クールビズ関連の商材が落ち込みを補い、3か月連続で前年を超えている。
		衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・7月に入ってすぐに近隣のデパートや駅ビル等がセールに入り、人出もあって売上が上がってきている。後半の気温低下は少々痛かったものの、前年比97%となっている。東日本大震災後、前年比80%台を続けてきた売上が90%台になったのは7月が初めてであり、少しずつは景気が上がってきている。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・来客数が徐々に増えてきて、成約が増加してきている。
		乗用車販売店 (総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響もかなり薄くなっており、いつまでも沈み込んではいられないという感がある。周りの消費意欲は今一つであるが、4月と比べれば幾らかは多めの来客数となっている。夏場に入って子供連れの来客が目立ち、早期受注の動きがある。
		その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	来客数の動き	・今年の夏は電力供給の事情により節電が呼び掛けられている。そこでこの夏の日中は家庭で過ごすのではなく近くの公共施設や商業施設等に避暑地として出掛けてもらえるよう、官民一体となり「2011節電避暑地マップ」を作成し、市民に配布した結果、来館者数が増加している。婦人服、紳士服、ファミリー衣料、子供服はバーゲンセールと相まって客数は30%以上増加している。家電は扇風機等の省エネ家電が品切れ状態で、メーカーからの入荷待ちとなっている。
		高級レストラン (店長)	来客数の動き	・今月に入りディナータイムの動きが前年の数字まで戻りつつある。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災後はほとんどがキャンセルで思わしくなかったが、徐々に戻ってきたため、3か月前と比べると幾らか良くなってきている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・1時間早く出社するサマータイムに加えて残業もという声も聞き、業種によるがフル回転の企業も増えている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3か月前は東日本大震災のすぐ後で計画停電等あり、その時期に比べればまだ今のほうが少しは客も明らかに飲食している。気持ち的なゆとりが多少は出てきたようである。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・物流の混乱等が落ち着いても精神的にはまだ消費控え、買い控えがあるが、どの客も東日本大震災時よりは少しずつ消費が戻ってきているというような話をしている。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響が依然残っている。当社のホテル2軒のうち1軒は今月末日で閉館に追い込まれているが、3か月前の状況と比べれば当然、やや良くなってきている。
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・東日本大震災直後から比べると、販売量が前年比マイナス10%ほどまで持ち直してきている。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・レストラン、宿泊は単価を下げて集客しているのので、来客数があつてにぎわっている割には売上が伸びていないが、客数は前年の85~90%程度まで回復し、3か月前の4月に比べると良くなってきている。また、宴会については東日本大震災直後に中止、延期になった催し物の件数、人数をカバーするまでには至っていないものの、中止、延期になった催し物が復活している。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・少しずつではあるが、問い合わせの電話や団体旅行の見積依頼件数が増えてきている。
		旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災後の落ち込みから、通常の販売量に戻りつつある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月のタクシー利用客は猛暑の影響で多少増えている。自粛も限界に来ているといった感である。

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
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・アナログ放送終了に伴い、テレビ駆け込み加入が120%と好調である。ネット、電話もそれに付随して月次獲得目標を100%達成している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行の駆け込み需要があり、特に集合住宅関連の契約が増加している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送化に向けた駆け込み需要により、加入者数が前年に比べて大幅に増加している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・完全地上デジタル放送化に伴う駆け込み需要があり、戸建加入数は例月比で30～40%増となっている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・当地では東日本大震災以降、客が若干戻ってきているため、やや良くなっている。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災後の一時的落ち込みから脱し、消費は通常どおりに戻ってきている。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	来客数の動き	・来客数は3か月前と比べて大きく回復し、前年並みもしくは前年を上回る数まで戻っている。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	販売量の動き	・3か月前の4月は東日本大震災直後で、観光バス等の注文がほとんど無くなり、キャンセルになった状況であった。現在は前年ほど良くなっているが、大分改善が見られる。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・現在の経済状態から、民間の仕事量は大変微妙で厳しいものがあるが、当社は行政の仕事をしており、建築の指名、入札、一般応募等が大変多くなっている。現在ではやり切れないくらいの指名回数となっており、そのために大変多くの仕事を受注することができている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・前月は東日本大震災後の落ち着きから景気は良かったが、4、5月の悪かった分がずれ込んだだけであったようで、戻ってしまっている。今月の販売量は目標数字の約60%とやや悪いものの、3か月前の景気はもっと悪かったため、比べるとやや良くなっている。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・6月から販売量も増加し、同じく7月も好調に推移しているため、やや良くなっている。		
変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・客はお金の入り方が悪くなっているためになかなか使えないようである。気持ちがもっと良い方向に向かないと難しい。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街は非常に危機感を感じている。閉鎖する店舗が多く、通常45店舗のうち10店舗近くが閉店ということになっており、店がまだ埋まらない。客も非常に懸念しており、スーパーにはある程度行くが、物販店はなかなか厳しい状況が続いている。
		一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・例年に比べて梅雨明けが早く、連日猛暑が続いたため、来客数の落ち込みが激しい。
		一般小売店 [酒類]（経営者）	それ以外	・同業店では赤字が続いて廃業に踏み切り、家賃や地代収入で賄っている。また、他店ではオープンケースやリーチインケースが故障したため、再起する気もなく、酒類のみの販売を停止している。
		一般小売店 [米穀]（経営者）	単価の動き	・暑い季節になってお米も売れなくなり価格が下がるはずなのに、今年は少ししか下がらない。放射線の新米への影響がはっきりしないからか、安全な古米を確保しているようである。
		一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・購買意欲は低迷している。物を買う時でも必要最低限度の物しか動いていない。
		一般小売店 [文具]（販売企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降の下がり具合が安定してきており、良くもなく悪くもない。来客数等の安定を見ると、気候の影響等も今回はあまりないようである。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・上旬は猛暑の影響で夏物セールが良かったが、中旬以降は台風による気温低下で夏物にストップが掛かっている。結果的に売上が伸び悩み、2、3か月前の傾向と変わらない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・3か月前と比較すると確かに上向きな状況ではあるが、2月から東日本大震災までの手応えはまだ感じられない。まだはっきりはしていないが、節電等の反動も考えられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・月初めに大きな売上の山があったものの、月末に近付くにつれて失速し、猛暑及び台風の影響もあって月末の2週間は全体的に厳しい状況である。ただし、7月のクリアランスによって売上高はほぼ前年をとらえるまでになっており、客単価は徐々に増加傾向にあるので、天候による来客数減の影響を除けば回復傾向にはあるといえる。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、客の帰宅時間が繰り上がり、夕方の客の滞留時間が前年に比べて短くなっている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・中元ギフトやファッション関連は比較的堅調に推移したが、高額品の動きが鈍く、全体としては前年に届かない状況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客数、単価は前年並みだが、買上点数が前年より回復傾向にある。前半の暑さで夏物商材の好調が維持されているのもあると思うが、ここ数か月伸び悩んでいた部分が上昇傾向にあるので、好材料といえるかもしれない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・景気自体は依然として変わらない。単価、買上点数も変化はそれほどない。ただし、食に対する安全性の面で買い控えなど、より安全、安心な物を求める傾向が見られる。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・2、3か月前は東日本大震災後の震災対策商材等や品薄商材の購買が見られたが、それ以外の物は非常に良くなかった。今月は、上旬までは盛夏商材又は節電商材について動きがあったが、20日以降、気温が下がってからの動きは良くなっている。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・上旬からの猛暑の影響によりアイスや飲料等の夏物商材の売行きが前年を大きく超えて伸びているが、単価ダウンの影響もあり、数量の伸び率ほど売上の伸びが見られない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・客の様子は落ち着いているように見えるが、来客数の減少を見ると、やはり生活は厳しそうである。
		コンビニ（商品開発担当）	単価の動き	・猛暑や節電による消費拡大で上向きになってきていたが、一転冷夏になりつつあり、消費が落ち込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・顧客の来客数は変わらないが、フリーの来客数が落ちている。全体的に夏物セールも苦戦しており、前半の猛暑も大きく響いている。
		衣料品専門店（営業担当）	来客数の動き	・暑い日が続き、夏物商材が順調に売れてきている。また、東日本大震災の余波も徐々に薄れてきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は順調に入っているが、販売は前月比3割減となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・新型車種が出たが、数年前のように客が多く来店することもなく、非常に閑散としている。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・日米欧で前年比90%程度で推移している。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・4月は4月25日までで売上は前年比96.5%、客数は96.9%であった。今月は7月25日までで売上は96.5%、客数は96.3%である。3か月前は東日本大震災の翌月で少し持ち直してきた月だったものの、前年比の数字はほぼ同じである。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・基本的に不景気な時なので景気は上がっていない。当店は焼鳥屋だが、今、食品の放射能汚染問題で焼肉屋の分が当店に来ている。払う物も多くなっており、10%上がっても差し引きはゼロであるが、落ちてはいない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・やはり非常に暑いせいか、客の出足が少し遅く、また客数が少ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・婚礼見込みの客は若干戻ってきているが、披露宴に参加する人数の減少は止まらない。
		都市型ホテル（統括）	競争相手の様子	・業態によって好調、不調が見受けられる。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・今月の客の様子は東日本大震災直後の悪い時期から見れば多少和らいでいるものの、タクシー利用は必要最小限にとどまっている。特に深夜の繁華街での需要は週末といえども回復していない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・7月24日のアナログ放送終了後の顧客の動きが読み切れない。

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
		通信会社（営業推進担当）	販売量の動き	・デジタル関連機器の売上が7月初旬をピークに落ち着き始めている。7月24日直前の販売量増加はなく、当日を含めて非常に閑散としていた。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・新規契約は新機種の買い控えがあり伸び悩んでいるが、機種変更は好調に推移している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地上アナログ放送の終了に伴う地上デジタル放送改修工事の需要はあったが、それ以降は落ち着いている。客は消費を抑えている様子である。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・一時期よりは解約の流れは止まったものの、低空飛行という状況は変わっていない。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・アナログ放送終了で量販店などでのテレビ買換え需要はあったが一過性であり、7月後半からは客足も少なくなっている。当社のサービス加入についても、安い地上デジタル放送対応メニューが伸びて単価は下がっている。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・アナログ放送終了前の駆け込み需要も想定内であり、劇的な販売向上には至っていない。
		ゴルフ練習場（従業員）	販売量の動き	・全体的な景気は3か月前と比べて良くなっているが、ゴルフ練習場の場合、7、8月は暑さのために客数が落ちていくため、変わらない。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・節電のために輪番店休で月に3回休むことになっている。東京の場合、1日約110件ほどの店が休業している。そのため悪くなっていると思ったが、夜、特に夕方からそういう客が幾らか流れてきており、夜の来客は例年と同じくらいである。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	販売量の動き	・販売量がここ2～3か月、低水準で推移している。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・以前と比べて状況が違ってきており、規模は小さいが民間物件が決まってきている。また、耐震業務は引き続き行っている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・土地の動きがほとんどなく、また土地にからむコンサルタントが出て建築につながるものではない。建築のコンサルタントも出てきてはいるが、実収にはつながらない。
		設計事務所（職員）	それ以外	・東日本大震災の復興特需的な業務が幾つかあるが、上向きの景気というほどではない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築の状況は受注、売上共に大きな変化は見られず、低いところでの前年並みで推移している。土地の流通は前年より活発になっており、当エリアにおいて地価は横ばいだが、売り物件が少なめになっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・放射線の濃度の高い所に関する報道により、分譲住宅の購入にあたって、しばらく様子を見るという顧客が多い。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・販売量が伸びてこない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・今年は何が原因か分からないが、夏場に人気商品となる浴衣が売れなくなっている。昨年あるいは一昨年の半分以下の販売量になっており、浴衣に対する客の反応があまりに悪過ぎるため、少し心配している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・テレビの販売も、エコポイント制度の条件が変わった10月ほどの盛り上がりはない。エアコンも値段の安い物ばかりで、売上は前年ほどでもない。
		一般小売店〔文具〕（経営者）	販売量の動き	・今月は天候がそれほど悪いわけではないのだが、いつもの月より売上が伸びておらず、前年実績を割る状況が続いている。そう落ち込んでいるわけでもなく、おおよそ同じくらいではきているため、原因が思い当たらない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	それ以外	・食品の放射能汚染問題は落ち着いてから、との理由で商談が先延ばしになったりして販路拡大に大きな障害となっている。また、自家需要は前年並みに推移しているが、ギフト売上は配送が減少し、それにも増して持ち帰りが大きく落ち込んでいる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・会社相手のお茶屋にとっては、自動給茶機がお茶販売の大きな比重を占めているが、この夏の節電対策で給茶機の電源を切る企業が増えている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・天候不順にも足を引っ張られ、売上が伸びてこない。

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
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客数はほぼ横ばいであるが、単価が3%と大変下がっている。円高、原材料の値上げ、節電等、不安要因が多くある。
		家電量販店（店員）	それ以外	・商品の動きを中心にやや悪くなっている。
		家電量販店（統括）	それ以外	・アナログ放送終了に伴うテレビ特需が低下してきている。猛暑日減による季節物の低迷がある。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・整備、部品は前年より多少増えてきて売上も利益率も上がっているが、新車はまだ先行きが不透明ということで、新型車を展示し価格を下げてユーザーは購買意欲がわからない。現状はまだ景気は不安定で、悪い状況と判断せざるを得ない。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はある程度あるが、それに伴って販売数は伸びておらず、やはり厳しい数字となっている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災のあった3月よりも更に悪くなっている。5、6月はそうでもなかったが、7月に入ってからは節電で皆少し早く帰ったりすることもあるのかもしれないが、最悪の状態になっている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・3か月前は一応回復してきたかと思ったが、ここに来て天候不順が重なったり、食品の放射能汚染問題を加味すると、客の動きは鈍くなってきている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・見込み案件が少しづつ増えてはいるが、決まるまでの時間が掛かり過ぎている。また、受注金額が安くなっている。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、特に低学年では遠くから通っていた子が辞めて近くの塾に変更しているため、震災の影響が当塾では大きい。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・景気が悪くなるにつれて、逆に業者が増えている。仕事が少なくなっている状況から、低価格競争がますます激しくなっている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・マンションの購入に対して、顧客が慎重になっている。
悪くなっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・7月上旬の猛暑が続いたことや放射線問題等、せっかく東日本大震災から4か月が経過して世の中が通常モードに近付こうとしている最中、7月1日から発動された電力使用制限令により再び世間の話題は節電、自粛へと逆戻りをしたように感じる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・客数が減少している。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量及び受注台数は、エコカー購入補助金の効果があった前年と比べ、特に中盤以降で大幅な減少となっている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・客の来店回数が少なくなっている。チラシやダイレクトメール等の販売促進をしても客の反応が芳しくない。客数減だけでなく、客単価が下がっているので、非常に厳しい状況である。
		遊園地（職員）	お客様の様子	・一時よりは回復したように思うが、放射線等を気にする客もいるため、悪くなっている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・不景気、福島第一原子力発電所の事故、猛暑など、厳しい状況である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方の客が伸びなくなっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降は被災地の復興と福島第一原子力発電所の処置のめどが立たないなどの理由で、客の気持ちの回復していない。そのため売買量が減り、不動産価格は最低の状態が続いている。
企業動向関連	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	・3か月前は東日本大震災の影響があったので、それと比べると良くなっている。
		金融業（支店長）	それ以外	・個人客は東日本大震災以降、株安、円高を理由に資金運用に消極的になっていたが、ここに来て円高を理由に外貨建商品の購入意欲が高まってきている。
	やや良くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は自動車関係の部品を作っているが、東日本大震災後の急激な落ち込みから比べれば、はるかに売上は上がっている。ただし、元の状態に戻っているかという点、それにはまだ時間が掛かる。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月比で10%くらいの増産である。東日本大震災前と比べても20%くらい伸びている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響からやっと抜け出して少しばん回するという意味だと思うが、今のところ、当社に来ている業者の話でもやや良くなっているようである。夏休みが終わったらはっきりするのではないかと考えている。
		その他製造業「靴」（経営者）	取引先の様子	・当社の得意先は京都と東京に各1件あり、最近、新しい企画として両方とも仕事量が多少増えてきているため、幾らか内容が良くなっているようである。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により、耐震補強工事を検討する顧客が増えてきている。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・5月以降は堅調に推移している。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・客の受注状況は多少改善されてきている。また、生産の安定も図られており、注文、発注関係もスムーズにしている。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災直後に比べ、景気は確実に上向き傾向にある。特に飲食店や観光、宿泊といったサービス業において顕著な改善傾向が見られる。電力問題が今後どう影響するかが不安材料ではあるが、過度な自粛ムードや計画停電の不安が解消され、震災前の経済活動に戻りつつある。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィスの空室率を改善させるため、戦略を変えて賃料単価を市場並みに思い切って下げたところ、引き合いが多くなり空室率の改善が見られる。ただし、フリーレントの要求は相変わらず強く、収入面の改善は遅れる見通しである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・ここにきて受注が拡大した企業と一向に低レベルのままの企業とが両極に分かれている。自動車、建設機械等大手の復活が、下請製造業に大きな発注を出している。
		その他サービス業「映像制作」（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響で取引が全く停止した状態であった。現在、多くは決定に至らないが、引き合いは多い。震災後の景気が今後どのように動くか、取引先も探っている状態である。
変わらない		繊維工業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・原料の糸が値上がりして入手も困難となっているが、価格に転嫁できず、メーカーとして苦しい経営状況が続いている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・不安材料が多く、好転の気配が見受けられない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響が大分薄れてきているが、良くも悪くも変化が無い。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑や印刷、ゴム印の仕事をしている。個人需要に関しては横ばいか少し上がっているが、会社関係は電力関係の得意先がやはり悪い。特需で役印関係が少し良いところはあったものの、横ばいである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災復興の影響でインフラ関係の物は動いているが、それ以外の一般品は非常に動きが悪くなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客や業種によっては東日本大震災特需で受注増も散見するが、相対的に見ると数字に大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・銀行借入で何とかやり繰りしている状態である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今までに比べ明らかに売上が落ちている。こんなに急転直下で落ち込んだことは過去に経験がない。電気が豊富に使えなくなったことは当社にとって大変な痛手である。
		建設業（経理担当）	それ以外	・受注価格が下がる一方で、業者にも協力してもらい施工してきたが、これではやっていけないとの理由で廃業や事業縮小する会社がここにきてまた複数出てきている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・今日が良かったかと思うと明日は全く仕事がないというような状態で、津波ではないが大きかったり小さかったりと本当に困っている。
		輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・前月同様、まだメーカーの部品調達が行き届いていないらしく、販売そのものをセーブしているため、出荷量の少ない状態が続いている。

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
		金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・不確実な要素が多い。原子力発電所、天候、節電などにより通常動くものが停滞しているため、何か起爆剤がないと動けない状況である。
		金融業（支店長）	受注量や販売量の動き	・取引先の製造業では、受注額の不安定がまだ続いている。建設不動産は材料の仕入れは若干動き始めたが、まだ本調子ではない。小売業に関してはやはりまだ売上が低迷しており、不透明感がある。そのため、景気はどちらでもない。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・小さいながら、昨年は無かった系統の仕事を受注できている。ずっと空いていた求人広告の穴を、金額的には少ないがほんの少しなりとも埋めることができ、閉塞感は少し緩くなっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・放射線の問題などにより、影響が大きい取引先がある。
		社会保険労務士 その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子 それ以外	・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。 ・イベントが軒並み中止となっているが、公共工事が例年より多く、思ったよりは減少していない。
		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	・受注件数の減少傾向はなかなか歯止めが掛からず、東日本大震災発生前の状況に回復していない。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災特需も尽きてきている様子である。ただし、今後も引き続き積極的なテーマ生成がありそうではある。
	やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・放射線の関係で東北方面の原材料に敏感になっている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社の営業から印刷の受注量が例年になく減っていると聞いており、外注先の製本会社も同じく減っていると聞いている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災復興の設備補修等の一時的な物は一段落し、大々的な復興の計画はまだ決まらず、仕事は薄めである。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国向けの受注が激減している。中国政府の金融引き締めの影響によるものと、円高による影響を受けている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事も前年より削減され、民間工事も様子見傾向にある。企業も設備投資は見送っており、細かい工事をやっているだけである。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量は依然として低迷を続けており、回復の兆しが見えない。特にコンビニ向け商品の出荷量の減少が目立っている。
		不動産業（従業員）	それ以外	・賃貸住宅において家賃の滞納者が増えている。
		税理士	取引先の様子	・不動産賃貸業をしている会社では、どんどん安い所に賃貸人が移って行ってしまっている。事業者が倉庫として借りていた所などは、今まで20年くらいずっと入っていたのに空いている。賃貸収入が大きい40室くらいの貸しマンションでも同様で、これまでは考えられなかったくらい、今は出てしまっている。
		税理士	取引先の様子	・3か月前も良くなかったが、ここに至る牛肉離れで外食産業も痛手である。食品の放射能汚染問題は消費にも影響大だといえる。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・まだ回復軌道に乗り切れていない取引先も多く、依頼件数の低迷状態が続いている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ビルメンテナンス業務については、相変わらず契約金額の減額が後を絶たない。関連会社の中国進出支援及び留学生募集代行についても、福島第一原子力発電所の事故の問題に加えて高速鉄道事故等により、厳しい状況が続いている。
	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	・企業も公共も仕事の発注に慎重である。印刷物という形で残存させる形態を極力抑えており、インターネット上での情報の伝達に重きを置いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量が悪かったが、受注数も極端に減っている。ここにきて一段と引き合いが低調になってきている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が売れない。

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	
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、やはり物量が少なくなり、それがまだ尾を引いている。来月が夏休みという関係から7月は回復するかと思っていたが、依然として低迷している。	
		輸送業（総務担当）	それ以外	・東北地方の復旧に向けた復興物資の輸送は、すぐには動かない。燃料費等のコストアップの要因が今後も当分続く見込みである。	
雇用 関連	良く なっている	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・求人広告部門の業績が回復しており、企業のパート、アルバイト需要が回復している。	
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響で落ち込んだ求人や採用数が、震災前の水準まで戻ってきている。	
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・特に営業系の求人では増加が顕著である。	
	やや良く なっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・製造業、特に自動車製造業で生産回復に伴う求人、雇用量が増加している。	
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・依然景気は良いとは言えず低迷している状態が続いているが、ボトムの状態を脱した感はある。自動車業界を中心に東日本大震災後の混乱も落ち着き、人材需要も序々に回復してきている。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・4月を底として、求人数が上向いている。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・求人数の実績そのものに顕著な動きはないが、様々な業種の問い合わせが増え始めている。	
		求人情報誌製作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災もあって、いつまでも人のせいにして景気が悪いとか言っていられなくなったので、お互いが上を向いて何とかしようと思いつき出している感じが見られる。	
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・自動車生産の稼働が全面的に回復している状況から、少しずつ良くなっている。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・特に自動車産業からの求人が大幅に増加し、求人数が上向いている。東日本大震災以降はほとんど自動車産業からの求人はなかったが、生産ラインが復旧し、求人が出てきたようである。	
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で業績が悪くなっている状況がずっと続いていたが、復興に関する製造業等、企業によってはこれから仕事が増えるという情報も入っており、求人を出したいという要望も多くなってきている。	
		学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・今月に入って数はまだまだ少ないものの、前月よりは多く、今までに訪問や郵送で依頼をした企業から一般事務職、販売職等の求人票が届いている。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・どの業種も特に求人が増えているような所は見当たらない。
			求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・秋採用の準備中のように、新卒採用の動きは踊り場である。日本人学生というより外国人留学生へのアプローチが少しあるようである。個別企業の説明会などが開催されているが、想定内の動きなので採用費に折込み済みである。
新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き		・常時固定大口ユーザーがどんどん減って悪くなるかと思っていたが、その他の期間限定など、他の媒体の客からの注文があったりして、結局は変わらない数字で来ている。7、8月での落ち込みもない。		
職業安定所（職員）	求人数の動き		・一般、パート共に新規求人数が減少している。		
民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き		・当社の取引先は製造業が多く、東日本大震災前から内需に大きな期待があったようだが、思うようには回復していない。そのため、求人や人の動きはあるものの、なかなか採用に踏み切れない状況が続いている。		
学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き		・求人獲得数は前年同月比で大きく変化はなく、横ばいの状況である。		
人材派遣会社（支店長）	それ以外		・派遣受注数が減ってきており、比例して成約件数が少ない。		

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
	悪く なっている	—	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—
		商店街（代表者）	販売量の動き	・出張客、観光客共に増えてきて、販売店の売上は確実に上向いている。出張客が増えると、和菓子の売行きも増える。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後にもかかわらず、当地域の門前町のにぎわいは変わらず、低価格品を中心に良く動いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・少しずつではあるが、高級なランの鉢植えも売れるようになってきている。自宅用の花も売れている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月初めからクリアランスセールを実施しているが、土日は家族連れ、平日は会社帰りの客の来店が多く、売上は非常に伸びている。また、自動車製造業の関連企業の休みが木金にずれた影響で、木曜日は昼間から家族連れの来店が多く、金曜日は昼から夜までずっと忙しい状態が続いている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・婦人雑貨が好調で、前年同月を上回っている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・ショップブランドを中心に、セールの売上が好調である。通常はセールを行わないブランドを期間限定でセール販売したことも要因の1つと考えられるが、平日の来客数が好調で、毎日コンスタントに売上を伸ばせたことで、台風や豪雨による影響も最小限に抑えることができている。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・現在はクリアランスセール中であるが、セール品よりも定価品のほうがよく動いている。色やサイズ、形に満足できない商品よりは、新鮮でこの先も長く着られる商品のほうが、客のニーズに合っている。ただし、従来はいつか着るだろうという商品も低価格ならばまとめ買いされていたが、現在は今すぐ必要な商品しか購入されない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・日曜日は苦戦しているが、平日の販売点数が増加しているため、一週間でみるとわずかながら前年を上回る週が増加している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・節電に伴う自動車関連企業の休日変更により、日曜日の来客数は減少しているものの、木曜日、金曜日の売上、来客数はそれ以上に増加している。そのため、全体の売上は前年同月を上回ってきている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・土用丑のうなぎの蒲焼は、単価が前年よりも上昇しているが、売上は前年同月比110%を確保できている。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・前年よりも10日近く早い梅雨明けにも助けられ、売上は好調である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月比で客単価に変動は見られないが、来客数は前年同月比で改善傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・一般のたばこ店への供給不足とコンビニへの供給正常化の恩恵を受けて、前年同月比130%以上のたばこ特需がある。前年割れが継続していた来客数も、猛暑で好調だった前年を上回ってきている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・早い梅雨明けにも助けられ、ドリンク類、アイス、冷めんといった利益率の高い商材の売上が伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・夏のボーナス需要や、盆休みに使いたいといった例年の需要の盛り上がりは見られず、販売実績は前年同月比68%前後で推移している。ただし、東日本大震災後と比較すると、工場生産がストップした影響で納車待ちになっていた客への納車がある程度順調に進んでいるため、やや良くなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・予想を大きく上回る販売実績があり、エコカー補助金による駆け込み需要があった前年と比べても、販売台数は若干少ない程度である。

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
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・肉の生食による食中毒や牛肉の放射能汚染といった安全性の問題が発生し、来客数は再び減少した。しかし、安全確保の徹底と販売促進活動の一層の強化及び東日本大震災後の自粛に伴う落ち込みからの回復という要素もあって、来客数はようやく前年同期の水準にまで戻ってきている。もっとも、前年同期は過去最低の水準であった。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・単価は、若干ながら伸びている。
		その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災直後の雰囲気はなくなりつつあり、ある程度、下げ止まっている。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災直後はキャンセルが多く自粛ムードも強かったため、3か月前の景気は単月では過去なかったほど悪かった。それと比較するとかなり回復して、落ち着きを取り戻しており、やや良くなっている。特に宿泊客数や地元客による昼食、夕食の利用等は、かなりの回復傾向にある。
		観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・東日本大震災直後の落ち込みはひどかったが、5月以降は一般宴会も徐々に戻り始めたため、やや良くなっている。また、個人の宿泊客数が前年を上回る勢いも続いている。
		都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・製造業を中心に、法人宴会の問い合わせが多くなってきている。東日本大震災に伴う日程変更などで、法人宴会数は20%増になっている。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・秋の行楽シーズンの受注期になり、最盛期ほどではないにしても、受注量は増えてきている。東日本大震災後の出控えは続いているが、旅行をしないという選択から、低額でも旅行に出掛けるという状況に変化してきている。ただし、水準としては、旅行業界は依然として低迷している。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響や福島第一原子力発電所の影響がある程度落ち着いて、店頭の客の様子も上向いている。
		旅行代理店(従業員)	それ以外	・東日本大震災の自粛ムードが沈静化し、夏のスポーツやイベント関連も例年以上に開催されている。それに伴い、団体旅行の貸切バスや宿泊、弁当の注文も発生している。取扱実績は例年以上であり、明るくなってきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・月末の数日には少し動きが出てきて、今月全体の実績も良くなっている。前年のボーナス月と比較しても、今年のほうが良い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・自動車関連企業の休日変更に伴い、夜の繁華街の人の動きが変化することを心配していたが、今まで金曜日に集中していた人が水、金曜日に分散されたため、売上は全体的に伸びて良い結果になっている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・新しい光ファイバー通信サービスが順調であり、販売量は伸びている。旧設備の更改も順調に進みつつある。
		ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・節電に伴う自動車関連企業の休日変更により、平日4日間で土日並みの来場者数がある。土日の来場者数は多少減っているものの、全体としては来場者数、売上共に増えている。
	変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・今月に入ってから、問い合わせ件数などはやや上向く傾向が見られる。しかし、販売量が実際に増えているわけではなく、低水準で推移している。
		商店街(代表者)	単価の動き	・東日本大震災後の落ち込みからは、若干戻りつつある。しかし、来客数は増えておらず、全体的には変わっていない。
		一般小売店〔高級精肉〕 (企画担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響もあったが、食品業界では比較的順調に推移している。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	お客様の様子	・自動車産業の休日変更で、デパートなどの繁華街への人の動きに大きく変化が見られる。しかし、外食産業の大きな回復にはまだつながっておらず、酒類の販売は変化していない。

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
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	お客様の様子	・近隣の商店主と話しても、一様に景気は悪いと言う。東日本大震災後は、客のマインドが変わってしまっている。必需品や食品は以前と比べて動くようになっており、猛暑のためドリンク類も売れているが、余分な商品は購入されない。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	お客様の様子	・節電や企業の休日変更の影響を心配していたが、夏休みということもあり、ほとんど変わっていない。基本的には前年同月と大差なく動いている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・客単価は相変わらず低い。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・贈答品に加えてうちの製造販売もしているが、節電効果もあり、よく売れている。必要な商品の販売は伸びているが、不必要な商品の売上は増えておらず、全体の売上は変わらないという状況である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・前年や数か月前と比べて、観光客数の動向に勢いが感じられない。高速道路料金引下げや無料化社会実験の終了が影響している。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	販売量の動き	・中元シーズンであるが、予想通り、前年と比べて伸びておらず、担当する海産物ギフトも苦戦が続いている。ただし、最近の社会情勢から、保存性が高い商品への需要はある。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	単価の動き	・必要のない商品に無駄遣いはしないが、長く使用できる商品にはしっかりとお金を使う客が、以前と比べて多くなってきている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・中元の注文は、前年並みである。ギフト商品もそうめんやビールが中心であり、ぜいたく品やし好みよりも、日常的で長持ちする堅実な商品を選ぶ客が多い。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・衣料品の動きは回復傾向にあるが、宝飾品関係の売上が前年同月比2けたのマイナスが続いている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・夏物衣料や洋品雑貨は、順調に推移している。ただし、中元商戦の状況が悪い。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・セールの出足は好調であったが、開催期間の前半に人出が集中して後半は失速しており、結局前年並みになっている。また、自動車関連企業の休日変更の影響も、来客数が分散しただけで、集客にプラスにはならなかった。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・取引先の八百屋関係が若干持ち直してきており、悪い状況のなかではあるが、横ばいが続いている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・家計の手取り収入が減少してきており、四苦八苦しながら安い店を探して購入している。衣料品も、リサイクル商品を購入して着ている客が多い。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・大型店や中型店の広告価格による乱売競争が続いており、小さな店はどんどん消えていく状況にある。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・競合店との価格競争で、単価は依然として上がってこない。それに加えて、稲わらの放射能汚染問題で、牛肉の販売が厳しくなっている。自動車産業などの生産が回復しつつあるとの報道もあるが、客の購買行動は慎重で変わっていない。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・今月前半はまずまずの動きであったが、台風後は猛暑がやわらぎ、涼しくなった影響が出ている。衣料品は、当社の価格設定にも問題はありますが、月後半の動向が良くない。住居関連は、扇風機等のクール関連の商品が入荷せず、苦戦している。食品は、牛肉の放射能汚染問題等もあり、食の安全に敏感になる傾向がある。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・月初は早めの梅雨明け後に暑くなり、飲料水が良く売れた。しかし台風の通過後は気温が低下し、売上はなかなか増えてこない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・酒、雑誌等の売上は、全く伸びていない。この先もあまり大きな動きは見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は、ほとんどなくなっている。しかし景気の先行き不安のためか、バーゲン品でも衝動買いする客は減少している。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・先月から来客数が増えて期待していたが、実際には思うような成約には至っていない。インターネットや雑誌で下取りに出すなら今という情報を見た客は話すが、希望額と査定額がかなり違う様子で、諦める人も多い。今月に入ってから、来客数もかなり減ってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・中古車オークションの量と価格を見ると、横ばいである。これまでの2か月間で相当に上がっていたため、顕著な変化は見られない。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売台数は増えておらず、前年同月比60%台とかなり厳しい状態にある。前年はエコカー補助金等で良かったという面もあるが、それを差し引いても販売量の落ち込みが激しい。	
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・持家住宅、分譲マンションは横ばいで推移しているものの、民間設備投資や公共工事が減少している。東日本大震災の影響で、東北地域の仕事は多いと聞くが、東海地域では横ばいである。	
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・自動車関連企業の休日変更の影響があり、木金の売上が増えている。しかしその分、土日の売上が減少しており、全体では変わっていない。	
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・客が欲しい商品を明確にして買い求める傾向は、変わっていない。	
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災直後の何でも自粛という雰囲気から、世の中を活気付けようという復興ムードに切り替わっている。しかし、仲間と飲み歩くというような趣味、娯楽の部分は、まだ自粛が続いている。	
		スナック（経営者）	来客数の動き	・自粛ムードがまだ続いており、来客数の動きや流れにもあまり多くを望めない状況が続いている。	
		スナック（経営者）	来客数の動き	・自動車関連企業の休日変更により、人の流れは予想以上に変わっている。木、金曜日の繁華街は静かになり、水曜日がピークになっている。客が週の前半に集中してしまい、売上が前年同月の2割近くにまで落ち込んでいる状態が続いている。	
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・夏場の旅行の需要は例年並みであるが、秋以降の旅行の動きはあまり良くない。	
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東北地方のお祭りは8月に集中するため、東北旅行の申込は例年7月に多いが、今年はその傾向があまり見られない。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・4、5月と比べてやや良い状態が続いている。非常に暑い日が続くが、暑い日は通院客の利用が多く、夜もピヤガーデン周辺でグループがタクシーを利用してくれるため、たいへん忙しい。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず、夜のタクシー利用が少ない。近距離なら歩いて帰ったり、料金が少し安い代行運転を利用するという客が多い。	
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・アナログ放送の終了に伴う新規契約が多少あったものの、新規契約の鈍化、解約の増加という基調は変わっていない。	
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・東日本大震災直後と比較しても、来客数の動きはあまり変わっていない。レジャーに前向きになれない状況や、高速道路料金引下げの終了などの環境変化もあり、少し低迷している。	
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・横ばいが続いている。ただし、住宅エコポイントの早期終了に伴い、7月末の駆け込み着工は非常に多い。	
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	お客様の様子	・チラシを入れているが、客の反応や来客数は、かなり悪くなっている。来店しても、低価格商品目当ての客ばかりである。	
		やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・進物商品はそこそこ出ているが、客が自家消費するような商品はほとんど動いていない。それが、販売量や売上の低迷につながっている。
			一般小売店〔自然食品〕（経営者）	来客数の動き	・特に平日の来客数が、前年同月比で2割程度減少している。食品の放射能汚染問題の影響と思われる買い控えもある。
			一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・月前半は暑さが厳しく、中旬以降は台風が長く居座ったため、来客数は減少している。商店街の恒例のセールがちょうどその時期に重なってしまい、売上は予想したほどには伸びておらず、客単価も思ったよりも低い。セールの実績も、前年同月比10%減となっている。
			スーパー（店長）	販売量の動き	・原子力発電所の関係で不安要素が非常に多いため、客には買い控えが見られる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店員）	お客様の様子	・連日報道されていた牛肉の放射能汚染の問題で、当地区の店でも該当する牛肉が出回ったと報道され、牛肉の売上は一気に減少している。消費者は、食品の放射能汚染問題をかなり気にしている様子である。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災後に少し良くなるように思えたが、このところまた、客の購買意欲は大幅に低下している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	来客数の動き	・テレビの買換えで出費がかさんだため、消費者の購入は実用品に絞られている。
		旅行代理店（経営者）	競争相手の様子	・円高の影響か、近場の海外旅行は戻りつつある。しかし、旅行業界では、以前とは違って低収益性に悩まされている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・蒸し暑くなり、例年ならば来客数が増える時期であるが、今年は客が少ない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響のためか、イベントや旅行が自粛されており、減少傾向にある。来客数も減少している。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・梅雨明けが早かったためか、節電の影響か、客の退院予定が定まっていない。そのため、機器のレンタル契約件数は伸び悩んでいる。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・出入りの業者や客との会話のなかでも、景気の良い話は出てこない。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・客は低単価商品が目的であり、他の商品と比較して安価なほうを選んでいる様子である。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・大手ハウスメーカーでは、住宅エコポイントの終了に伴う駆け込み需要で、着工件数が多くなっていると聞く。しかし、当社の状況はやや悪くなっている。	
	悪くなっている	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・来客数が少なく、販売は不調であり、前年同月比40%減少している。前年同月がエコカー補助金などの影響で良すぎたことを差し引いても、あまりに悪すぎる。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・富裕層や高齢者はまだ比較的余裕があるはずであるが、東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の後は、来客数、買上客数共にますます減少している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の財布のひもが固すぎて、余分なお金を使うという気配は全くない。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・最近では、若者客まで格安店に流れてしまっている。
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（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で市場が縮小することを懸念していたが、回復は予想以上に早く、前年並みの荷動きがある。原子力発電所の運転見直しのなか、節電意識が高まり、特に飲料、冷菓関係の需要が増えている。	
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連企業からの受注量が増加傾向にある。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・地元の製造業の業績が、東日本大震災直後の落ち込みから回復し始めている。その影響で、居酒屋を始めとして夜の飲食業の業績が上向きつつあり、宣伝広告の注文も増えている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が一段落して、資材の納入も安定してきている。それに伴い、生産も安定して、受注にえられるようになってきている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の部品の供給不足から回復が遅れている分野はあるものの、5月を底に全分野で回復基調にある。	
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・新機種の立ち上がりが続く、生産も開始しているため、仕事量が増加している。	
	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	・客からの発注量は、4月と比べると格段に増加している。ただし、6月と比べるとやや悪い。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の購入意欲は上向いており、新規発売物件への来場者数、契約申込数共に、順調に推移している。	
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業では生産量が回復し安定してきているため、荷物量の平準化につながっている。小売物流では、東日本大震災後の反動で高単価商品の荷物量が増えており、増収につながっている。	

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
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・アジア圏内の貿易が堅調であり、自動車関連の動きも活発化している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・中元の繁忙期の荷物は発着共に前年同月と比べて減少すると予想していたが、結果的には前年以上の荷物が到着し、発送量も前年並みで推移している。
		輸送業（エリア担当）	それ以外	・取引先の銀行や不動産会社が営業所を新規に開設したり、将来開設するための商業用地のあっせんを持ち掛けてきたりしている。土地などの資産が動き始めている兆しが見られる。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車関連企業の労働時間が増えており、週休1日になりつつあるとの話もよく聞かれる。
		金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・自動車生産が急回復しており、地域の部品メーカーの受注量も増加している。また、これまでの自粛ムードが薄れつつあり、個人消費関連業種の売上も増加している。
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・2年間にわたって雇用調整助成金を受給してきた顧問先企業が、休業しなくなっている。また、新たな雇入れをする顧問先企業も増えてきている。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・ほんのわずかではあるものの、受注量が増えてきている。問い合わせ件数も少し増えている。
変わらない		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は現在はあまり見られず、景気は震災前に戻りつつある。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月の最悪期からは脱している。ただし、平常期と比べると、売上は8割ほどにしか戻っていない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米、アジアの自動車業界から、設備投資の引き合いや受注が増えている。しかし、円高のために価格を下げざるをえないため、売上は前月と変わっていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・自動車向けはあまり良くないが、工作機械向けは順調であるなど、製品目によってばらつきがあり、景気判断しにくい状況にある。また、家電関連の製造業は、海外への移管が進んでいる。全体的に見ると、あまり変わっていない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・梅雨が早く明け、夏物や暑さ対策用品、食品などの荷動きが活発になっている。
		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7月がマイナス2.4%、今月はプラス3.8%であり、前年と比べて6.2ポイントのプラスになっている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の設備投資に対する姿勢は、やや厳しい状態が続いている。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・節電の影響もあり、企業の投資マインドはまだ戻っていない。夏場は現状維持で乗り切ろうという中小企業が多い。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・この3か月間は、貸事務所の引き合い等は増えていない。東日本大震災の影響があると思われる。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業からの広告受注件数はそれほど回復してきておらず、景気は横ばいである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・自動車関連企業の休日変更の影響で、週半ばのチラシが増えている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・前月後半から、少し忙しくなりつつある。取引先も、正常に戻っている企業が多い。ただし、全体的には東日本大震災の影響がまだ残っている様子であり、厳しい状態は変わっていない。
		やや悪くなっている		化学工業（企画担当）
窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子			・ほとんどの取引先からの受注量が減少している。問い合わせてみると、生産量が減少しているという回答が多い。中には急に注文量が増えたという取引先もあるが、盛夏に電力制限される可能性を心配して増産しているものである。
金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き			・少し動きが出てきたように感じられる。しかし、材料の荷動きが鈍いと聞いており、製品価格も低いままである。
不動産業（経営者）	取引先の様子			・売り物件が、買い物件よりも数倍多い。店舗付きの賃貸物件が多い。また、仮契約までは進むものの、資金不足のため本契約には至らないというケースも多い。

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
		公認会計士	それ以外	・顧問先企業の業績が悪化しており、ボーナスも削減されている。また、信用金庫の貸出先の業績も悪化している。
	悪く なっている	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注数が減少していることに加えて、販売価格の下落も進んでいる。
雇用 関連	良く なっている	アウトソーシング 企業(エリア 担当)	求人数の動き	・自動車関連の増産計画に伴い、求人数は増加している。しかし、求人を募集しても、希望人数の採用が見込まれず、苦戦している。
		職業安定所(所 長)	求人数の動き	・自動車の部品不足が解消され、生産は急激に増加している。残業では間に合わず、求人を出す企業が増加している。また、期間工の募集や派遣会社からの求人も多くなっている。ただし、短期間の契約が多く、今後の動きを慎重に見極めようとしている企業が依然として多いと見られる。雇用調整助成金の申請も、7月に入り減少してきている。
	やや良く なっている	人材派遣会社 (経営企画)	周辺企業の様子	・研究開発意欲がおう盛な企業が多いため、技術者派遣ニーズは増えている。
		人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・新卒の未就職者に対する雇用機会が、比較的多くなっている。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・新規求職者数は前年同月と大差ないが、有効求職者数は減少傾向である。ただし、就職者数が大きく伸びているわけではないため、雇用情勢が改善しているとは言いつけない部分もある。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・管内の求職者数は、5、6月と比べてかなり減少してきている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は、増加傾向が続いている。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・人材紹介企業による求人広告掲載数が増加してきている。
		民間職業紹介機 関(支社長)	求人数の動き	・これまでストップしていた製造業の求人数が、増加傾向にある。期間工の募集や技術者の特定派遣業の活用などが、前月よりも増えている。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・週末の求人数は持ち直しているが、平日の求人がほとんどない。
		新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・新聞の求人広告量は底ばいが続いており、そろそろ上向きになりそうな状況にある。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・人材派遣会社では、輸送用機械器具製造業と一般機械器具製造業で技術職やIT情報職の求人が増加している。自動車生産の回復から、雇用情勢は持ち直しの動きが見られる。その一方で、ホテルや旅行関係では東日本大震災の影響が残っており、休業に入る企業も出てきている。また、中小零細企業でも、回復の遅れが見られるなど、依然として厳しい状況にある。業種や規模によって、ばらつきが見られる。
		職業安定所(次 長)	求人数の動き	・東日本大震災以降低迷していた新規求人数は、このところ増加基調に戻りつつある。しかし、求人増加の勢いに力強さは感じられない。求職者数は、引き続き高止まりしている。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・受注数は変わらず推移しているものの、労働者派遣法の改正に伴い、短期派遣や産休代替の依頼が増えるなど契約期間の変化は大きくなっている。契約期間の短期化は、求職者側の長期就労希望と一致しないため、成約率は低下している。
	悪く なっている	—	—	—

6. 北陸(地域別調査機関:(財)北陸経済研究所)

(-: 回答が存在しない、○: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	一般小売店[書 籍](従業員)	販売量の動き	・自粛ムードも緩み、買い控え傾向も徐々に弱くなったように感じる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・節電、クールビズの影響で関連商品に動きがある。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は、前年の実績までには戻っていないものの、回復傾向にある。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・売上は前年並みに推移している。来客数は前年同月比94%と悪いが、客単価は同105%と上がっている。ミセスゾーンの婦人服の買い控えがみられた前月から一転し、セールで来店した客が多く、通常より多く購入する客がみられるようになった。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・前半は、例年より梅雨明けが早く盛夏商材の動きが良かった。しかし後半は、前年が猛暑だったこともあり、前年実績を下回った。特に食品の放射能汚染問題があり、牛肉の売上が低迷している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・梅雨明けが早かったこともあり夏物商材の動きが非常に良い。また、東日本大震災の影響で入荷が滞っていたたばこも通常通りの入荷状況に戻っていることもあって、客の買上単価が上がっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上の前年同月比は、相変わらず120%を超えている。中旬までに気温が急上昇したことによって、順調にソフトドリンクの売上も伸び、粗利益も伸びている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・前半は気温が高くエアコンが好調であった。また、アナログ放送終了によりテレビの販売も順調に推移した。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・総量はそれほど多くないが商談数が増え始めた。それに伴い、新型車の受注が取れた。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響は依然続いているが、乗用車販売量は前年同月比約50%まで戻り、回復基調にある。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・アナログ放送終了により地上デジタルチューナーの駆け込み販売が好調に推移し、全体をけん引した。また、客単価も前年を超える結果となった。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・連休ごろから来客数が下がり始めている。賞与も東日本大震災の影響で企業格差があったこと、子ども手当の行方などの理由から、教育費のかかる子どもを持つ家庭では出費を抑えている。独身者でも物に対するこだわりもなくなり、バーゲンが始まっても話題に上らず、堅実な消費になっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・団体客がなく、2、3人連れの2次会程度で顔ぶれに変化がない上、職種にもよるが、いろいろな問題を抱え厳しい話をしているものの、売上は前年同月と変わりはない。ここ2～3か月と比較すると上向いている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・夏休み期間に入り家族客を中心に間際であるが予約が入っている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊人数は前年同月比95%、宿泊単価は同100%、総売上は同93%となり、宿泊人数が徐々に回復している。宿泊単価を下げる営業施策は今後の営業に影響を与えるため採用していない。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊者数は回復傾向にあるものの、レストラン、宴会利用はまだら模様の傾向にある。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・夏の個人旅行需要がようやく動き出した。ただあまりにもタイミングが遅すぎるので、今後残された期間の短さを考えると大きな期待はできない。天候不順や不安定な為替相場、原油価格高騰などが顧客の動き出しの遅さを誘発しているように感じる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年になく前年より8日も早く梅雨が明け、連日暑い日が続いたため、タクシー利用があり、どの町も涼を求めて入出があった。
		タクシー運転手	販売量の動き	・売上は前年並みを何とか確保しており、しばらくは続くとみている。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・アナログ放送終了となったが、客の家電製品への関心は高く、この傾向はしばらく続く。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・相変わらず国内の一般団体旅行は東日本大震災後のキャンセルの影響で、前年同月比80%程度の水準となった。また、海外からの観光客数は、福島第一原子力発電所問題、燃油サーチャージの値上がりなどの影響もあり同50%程度の水準である。国内の個人旅行は前年同月実績を超える水準となり、全体的には来客数では同96～97%まで回復している。ただし、消費単価は、同91～92%とかい離がある。

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
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災後の客の勤務先の動向、将来像が確認把握されてきたのか、受注も中長期管理先から上がってきている。
	変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・セールが盛り上がりには欠けた。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・暑さのせいか人出が極端に少ない日が多い。雨の日の夕方などは、怖いほど閑散としている時がある。バーゲンも前倒しで始まっているが、この時期になると半額でないと売れないような状況である。
		一般小売店〔鮮魚〕(従業員)	販売量の動き	・若干の回復感はあるものの決して良いとはいえない。
		一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	販売量の動き	・もともと夏は売上が上がらない時期であるが、個々の営業部員でみると上がる人、下がる人がいる。全社の売上目標は未達成に終わった。
		スーパー(店長)	それ以外	・前年の7月と比較すると、今年は後半から朝晩の気温の低下に伴い、この時期に売れるべきものが売れていない。また、食品の放射能汚染問題で牛肉関連の売行きが3割程度減少している。
		コンビニ(店長)	それ以外	・県内のコンビニ再編成によって近隣競合店が改装している期間の売上は、非常に良い状況で推移したが、改装後は元に戻る状況にある。競合店改装前となる3か月前と比較すると、売上には大きな変化は見られない。
		コンビニ(店舗管理)	来客数の動き	・主力商品である米飯を安価で提供を始めて好評を得ている。その上で、来客数は微増である。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・前月後半から続いたセールが一服し、反動で今月前半の来客数が前期より減少した。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・猛暑による実需品が売れている。
		衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・5～7月は毎月同じような販売傾向がみられた。1～10日までは大変順調であるが、それ以降は伸び悩んでいる。月々の総販売額には変化が見られるが、この傾向がここ3か月続いている。買物は10日間で済ませるということだろうか。
		家電量販店(経営者)	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴うテレビ及び関連品の異常な売れ方だけが目立っているが、台風通過後の気温低下によるエアコン販売数激減や白物家電の苦戦が続いている。
		乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・車の購入間隔は明らかに伸びている。購入動機は現在の車の修理代がかさむことや事故や転勤などの突発的な理由がほとんどである。景気が良くなった、収入が増えたなどではない。
		乗用車販売店(経理担当)	販売量の動き	・新車の供給状況が良くなりつつあり、自動車販売業界としては良い傾向が見えているが、当社においては、上級車種などはまだまだ供給体制が整っていないので厳しい状況である。ただ、中古車市場や修理部門が好調なため、売上は前年比60%程度で推移している。
		その他専門店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・必要なものしか買わない。財布のひもが固く余分なものを買わない。
		その他専門店〔医薬品〕(営業担当)	販売量の動き	・生活に必要な消耗品を中心に商売をしているが、買上点数は上がっているものの来店頻度が低下しており、この動きに変化はない。
		旅行代理店(従業員)	単価の動き	・客単価の落ち込みが著しい。超安近短の商品が売れ、超間際申込で単価下落傾向に拍車を掛けている。
		通信会社(社員)	単価の動き	・情報通信端末の販売数に大きな変動はない。
		通信会社(役員)	販売量の動き	・アナログ放送の終了に当たり、ケーブルテレビ事業者が行なうデジアナ変換によるアナログ放送継続に注目が集まっており、アナログテレビの有効活用手段として新規テレビ契約の取扱いが増えている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・全体的な販売数が低迷している中、注目の新商品発売とそれに伴う在庫状況が潤沢だったため、販売数の激減を抑えることができた。
		その他レジャー施設(職員)	来客数の動き	・暑い日が続き、受託公共施設の利用者は伸びたが、会員制の施設ではほぼ例年どおりの来客数になっている。

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
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来店サイクルを短くするために、いろいろな施策を講じているが、依然として来客数の減少に歯止めがかからない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ここ最近では東日本大震災の影響からか、土地の購入や住宅の建て替えなどの建築の動きに関しては、客の動きに慎重な傾向がみえる。
	やや悪くなっている	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・来客数が増加し買物意欲が高まっているなか、食品の放射能汚染問題で買い控えする商品もあるため、やや悪くなっている状況である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・買物の判断基準は、節電、節約、エコなどがキーワードになっている。生活に密着した物については購買されているが、高額品、ぜいたく品など生活に密着していない商品については動きが悪い。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・バーゲン、クリアランス商戦も終盤を迎えるが、今すぐ着用できるTシャツやカットソーの品切れ、サイズ切れで販売に結びついていない。夏本番を迎えるに当たり、婦人服売場では晩夏、初秋向け商品を展開しており苦戦をしている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・熱中症関連商品、猛暑対策商品、具体的には、消耗品・UV・ベビー用品・寝具などは非常に好調な動きを示している。地上デジタル放送対応テレビは一時的であろうが前年比330%の伸びを示している。しかし、一時的な需要に対応して大きく伸びているだけであって、全般的に見れば決して明るくはない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数の前年比の伸び率が縮小している。
		衣料品専門店（総括）	来客数の動き	・急激に来客数が少なくなった。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による省エネ家電への買換えも一段落し、テレビの地上デジタル放送への切り換えも終了した。そのため家電商品への需要は3か月前よりは減少している。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・節電による企業の休日変更によってか、特に土曜日の来客数が減少している。売上が、平日は少し上がるも取り戻せていない。これがいつまで続くのかが不明である。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・前月から順調に法人利用が復活し料亭部門は例年並みに推移していたが、食品の放射能汚染問題で、ステーキ専門店の客足が大きく後退している。稼ぎ時の夏休みに大きな打撃を受けている。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・他社はモデルハウスの建築を行っているものの、土地の問い合わせなど客付けの動きが全く見られない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・商談開始から成約までに要する時間が長くなっている。また、競合による値引きなどにより利益率も下がっている。
		悪くなっている	—	—
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注状況は全体的に低位安定している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、落ち込んでいた国内の設備投資が動き出している。この影響で当社への受注も上向きである。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品はスマートフォン関連だけが好調で、その他に目立った動きはない。スマートフォン関連部品中心の同業者は好調だが、その他は低迷していると聞いている。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・4、5月を底に回復はしているが、売上は前年並みである。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引に動きが出てきたとする同業者が3割までに上がってきた。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・折込広告の各スポンサーのチラシ出稿量がここ3か月連続で前年実績を上回っている。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・3か月ほど前から受注数量は増えており、この傾向は直近月も変化はない。ただ、販売価格が下がっている状況が続いており、収益性は厳しい状況が続いている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えず現状維持である。

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
		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	<p>・住宅市場は相変わらず低迷しているが、自動車関連でも一部生産調整が入っているため、良くない状況が続いている。</p> <p>・特に国内商品においては東日本大震災の影響を心配していたが、現在の受注量は総量的には3か月前とほぼ同程度で、新商品が引き続き好調である。</p> <p>・東日本大震災の影響を受けて特需による増収要因と被災地からの影響による減収要因が相まって、相殺されている状況が続いている。</p> <p>・大きくはないが、長く営業していた企業や店舗の廃業、倒産が多くなっている。</p>
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	
		金融業（融資担当）	取引先の様子	
		司法書士	取引先の様子	
やや悪くなっている		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	<p>・受注に力強さがなく、先行き不透明感が強くなっている。</p> <p>・東日本大震災以降、消費の冷え込みに伴って物流が動いていない。また、燃料費などの高騰が収まらず、コストアップにつながり、厳しい状況になっている。</p> <p>・取引先のなかで、製造業ではここ2～3か月順調に推移していたが円高の影響が徐々に大きくなっている。また、電力関係で脱原発かどうかなどで揺れ動いており、企業は様子見の状況である。建設業では予算の執行が十分に行われていないため、県内各地とも公共工事がなかなか執行されておらず、建設業の厳しい経営状況が続いている。そのため、倒産が続く可能性がある。</p>
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	
		税理士（所長）	取引先の様子	
悪くなっている		建設業（経営者）	競争相手の様子	<p>・今月、またしても地元のお舗建設業者1社が経営破たんした。最近ほとんど受注していないところに、銀行から支援打ち切りを告げられ、あつという間の出来事であった。</p> <p>・見積、入札競争で、価格に大きなばらつきがあり、最高価格と最低価格で約2～3割の開きがみられるケースが散見されるようになった。いずれにせよ依然として価格競争が厳しい状況が続いている。</p>
		建設業（総務担当）	取引先の様子	
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	<p>・短期的な仕事ではあるが、仕事量の増加に伴う求人数は増えている。そのため、以前に比べれば若干良くなっている。</p> <p>・求人広告の売上は、前年同月比15%の増加である。</p>
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	<p>・事業拡張や生産増による人材確保のための需要は依然として見受けられない。産休や育休、一時的欠員によるものがやや発生している程度である。</p> <p>・求人数は3か月前とほとんど変わらない。</p> <p>・新規求人数の対前月比増加が見込まれる。</p> <p>・新規求人数は14か月連続で増加しているが、増加幅が小さくなっている。新規求職者数は前月は増加したが、今月は減少した。</p> <p>・派遣需要と派遣希望登録者数が、3か月前と比較して増加していない。突発的に明日からとか、来週からとか急な派遣依頼があるがマッチしにくい。</p> <p>・求人数は若干の増加傾向にある。なお、例年通り学生の就職活動の長期化が見られる。</p>
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き		
	やや悪くなっている	—	—	—
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	都市型ホテル（客室担当）	乗客数の動き	<p>・乗客数、売上共に前年を上回っている。大企業が休業日を平日に変更している影響で、平日の利用客が増えている。</p>

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・4月は目撃ムードが非常に強く、売上はもちろん、予約受付も前年比で70%台と大きく落ち込んだ。今月は国内旅行の予約受付が前年割れしているが、長期滞在型の海外旅行が好調であり、全体ではようやく前年並みに近づいている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災で冷え込んでいた消費が回復しつつある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客が増加しているほか、大きな国際学会があったため、約1週間で4千人の外国人が訪れるなど、消費の増加につながっている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前に比べると、客の動きなどは間違いなく良くなっており、東日本大震災の直後とは大きな違いがみられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の発生時からみれば、月ごとの販売量は2割ほど増えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・値段の安い商品よりも、質が良く、デザインも派手な商品が売れている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・消費自粛の雰囲気は感じられず、ファッション性よりも機能性を重視した買物が増え、全体的な販売点数も伸びている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・依然として来客数は前年比で減少しているが、客単価の上昇で売上は前年を上回っている。最近では低額品の動きが非常に鈍く、客の百貨店に対するニーズが、耐久性やデザインといった、普遍的な価値に変わってきている。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・梅雨明けが早まり、夏物商材の動きが良くなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・夏物のクリアランスセールの効果もあり、婦人服を中心に上向いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・店頭売上は依然として低迷しているが、優良富裕客を対象とした店外催しでは、この時期としては過去最高の売上となっている。特に、宝飾品や高級ブランドのバッグなどがよく売れている。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・クリアランスセールの立ち上がり好調に推移したこともあり、今月に入って売上全体が大きく伸びている。3連休以降は、台風の影響もあって若干中だるみとなり、1品単価は下がっているが、来客数は落ちていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・例年よりも早い梅雨明けや省エネ機運の高まりで、衣料、住関連の省エネ商品が好調に動いている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・梅雨明け以降、気温の上昇や天候の安定で売上は堅調に推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・朝の時間帯の来客数が10%ほど増え、朝食用の飲料水やパンの売上が伸びている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ようやくたばこの欠品状態が落ち着き始め、たばこの購入層も戻ってきている。ただし、購入には個数制限があるため、来客数、客単価共に、完全には戻っていない。
		コンビニ（広告担当）	それ以外	・猛暑や節電の影響で 冷しめんや飲料、アイス類の売行きが良い。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行によるテレビ等の駆け込み需要で、売上は好調である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・単価は前年よりも低下しているが、地上デジタル放送への完全移行により、テレビやDVDの販売台数は前年比で200%を超えている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による部品や材料不足で納品が困難となり、売上は落ち込んでいたが、意外に夏のボーナスが前年よりも増えている客が多く、消費の増加につながっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で在庫が不足していた新車の動きも回復し、購入を検討してもらえる状況になっている。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後に比べると、生産の回復見通しも立っているため、販売できる車両が増えている。販売量も3か月前に比べて2割強増加している。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・梅雨明けが早く、同時に厳しい暑さとなったため、飲料水や冷却材、殺虫剤などの季節商材の動きが活発となっている。	

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(スタッフ)	来客数の動き	・前月にテレビ番組で紹介された影響が続いており、売上が前年を10%上回る堅調な状況となっている。
		一般レストラン(経理担当)	来客数の動き	・前月に比べると、客の動きが活発になった感があるほか、海外からの観光客も少しずつ戻ってきている。
		その他飲食[コーヒーショップ](店長)	来客数の動き	・来客数は前年比で約2%増えている。気温の上昇に伴って消費が増えているほか、節約疲れで低額品の購入が増えている感もある。特に、西日本は東日本に比べて、その傾向がはっきりしている。
		観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・相変わらず客単価は低いですが、今月は個人客の動きが活発であり、ほぼ東日本大震災前の水準に戻っている。
		都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・宿泊では、中国や韓国からの団体客が東日本大震災の前よりも増えているのに対し、国内のビジネス客は戻りつつあるが、国内観光客は減少したままである。一方、宴会やレストランの客も前年の動きに戻っているが、客単価は下がったままとなっている。全体としては、前年の水準には及ばないが、東日本大震災による大幅な落ち込みから回復している。
		都市型ホテル(総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災発生後にキャンセルとなった宴会が戻りつつある。また、宿泊部門も販売単価は低迷しているが、稼働率は前年を上回る動きとなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響で医療関係の会議が増えているため、夜の繁華街の人出も増えている。
		パチンコ店(店員)	来客数の動き	・夏祭りのイベントに多くの客が来店しているなど、客の反応が良くなっている。
		その他サービス[ビデオ・CDレンタル](エリア担当)	販売量の動き	・全国平均に比べて関西は力強さに欠けるが、レンタル売上を中心に前年を上回る動きが続いている。
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・阪神間の人気エリアでは分譲用地が非常に少なく、銀行も融資に積極的であるため、事業用地が出れば取り合いとなり、高値での取引が行われている。
		その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・今月の住宅展示場への来場者数は、前年比で2割程度増えている。
変わらない		一般小売店[時計](経営者)	お客様の様子	・来客数、売上共に、東日本大震災以前の水準に戻りつつあるが、若い男性客からは、給与などの厳しい話が多く聞かれる。また、暮らしやすさを求めて地方への移住を考えている客もおり、現実には依然として厳しい状況となっている。
		一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・セールが始まって夏物衣料の動きがかなり鈍い。客には購買意欲が感じられず、全体の販売量も前年比で減少が続いている。
		一般小売店[雑貨](店長)	販売量の動き	・最悪期は脱したが、売上は横ばいが続いている。
		一般小売店[野菜](店長)	販売量の動き	・相変わらず全体的な動きが悪い。
		一般小売店[カメラ](販売担当)	お客様の様子	・客の購入意欲は比較的強いが、どの店で買っても変わらないという商品であれば、より安い店を探す傾向がますます強くなっている。
		一般小売店[菓子](営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災以降、いまだに風評被害も続いている。中元商戦も高額商品の販売が伸び悩み、低額商品が中心となっているため、売上が伸びていない。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・今月は3か月前と同様に、前年の売上を何とか上回っている。ただし、4月は量販品が好調で、特選高級品は不振であったが、今月は特選高級品は好調、量販品は不調となっている。
		百貨店(外商担当)	単価の動き	・中元商戦では、食料品の販売量は変わらないが、1品単価が下がっている。宝飾品や時計といった高額品に少し動きは出てきたが、美術品の動きは鈍い。
		百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月は台風の接近で雨が前年よりも増え、客足の減少につながったほか、食品の放射能汚染問題で買い控えも広がるなど、前年売上の確保が非常に難しい。ただし、東北物産展への関心は高く、盛況となっている。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・今までは安くて値打ちがあり、ボリュームのある商品が動いていたが、夏休みに入る前の約10日間は商品の動きが悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	お客様の様子	・節電や暑さ対策で、扇風機や涼感寝具などが売れているが、月末以降は在庫が確保できず、売上が失速している。一方、地上デジタル放送への完全移行に伴い、32型までの小型商品を中心に、薄型テレビの売上が前年の3倍となっている。特に、地上デジタルチューナーは月前半で在庫がなくなるような状況である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・地上デジタル放送への完全移行による駆け込み需要も落ち着き、購買意欲の高まる要素がなくなっている。その一方、食品の放射能汚染問題や電力不足などの問題が増えつつあるほか、原料価格の高騰で物価も上昇傾向となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・地震対策の商品や、猛暑、節電に関する商品が動けば、通常は売上にプラスとなるはずであるが、全体的な動きが良くならない。客は決められた範囲でうまく買物をしている感がある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・地上デジタル放送への完全移行で駆け込み需要がみられたほか、猛暑で扇風機や涼感商品、飲料などの動きは良かったが、それ以外の商品の売行きに変化はない。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で96%となっており、この3か月は大きな変化がみられない。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・東日本大震災による商品の供給不足が解消されつつある。また、梅雨明けが早かったため、夏物商材が好調に動いているほか、地上デジタル放送への完全移行が家電の売上の追い風にもなっている。ただし、月後半は気温があまり上がらなかったため、勢いが失速しつつある。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・7月中旬までは前年よりも気温が高かったほか、節電関係の動きから、涼感商品がよく動いている。ただし、梅雨明け後に台風が来るなどの天候不順で、やや停滞しつつある。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・客の買上点数は前年並みであるが、商品価格を下げているため、買上金額は前年を下回っている。
		スーパー（社員）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、夏物衣料や化粧品、寝具、飲料、アイス類など、多くの商品の売行きが良くなっている。ただし、今月もあまり天候が安定せず、店頭への来店がやや少ないため、全体としては横ばいである。
		スーパー（管理担当）	単価の動き	・購買単価の低い状態が続いている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・猛暑が続き、飲料やアイス類の売行きは好調であるが、弁当やパンは日によって動きが大きく変わり、全体的には伸び悩んでいる。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・まだまだ不況が続き、価格の安い商品を購入する傾向が強いため、客単価が低いままである。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災による消費マインドへの悪影響で、依然として売上は落ち込んだままとされている。震災前から客の購入姿勢は慎重であったが、それに拍車がかかっている。
		その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	・節電関連商品への需要はあるが、依然として消費全体に大きな変化はない。
		その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	販売量の動き	・前月に続き、販売量の増加はみられない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日の来客数は減ったが、高速道路料金の引下げが終了してからは、特に週末の来客が増えている。
		一般レストラン（店員）	お客様の様子	・夏休みに入り、例年のような動きとなっている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3月以降は来客数が減っており、夏休みに入っても家族連れの客がみられない。
		観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊人数は前年比で103%と増えているが、1人当たりの消費単価は92.7%にとどまっており、売上、収益共に全く良くない状態が続いている。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードも解消され、宴会なども再開されている様子であるが、まだまだ景気が上向くまでには至っていない。

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
		都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・宿泊部門では、外国人観光客の利用は依然としてほとんど戻っておらず、宴会部門でも法人客の目立った回復はみられない。一方、レストランでは、個人客の利用がやや上向きとなっている。
		旅行代理店(店長)	来客数の動き	・客の様子が大きく変化している感はない。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・関東の大型テーマパークを含めて、関東方面への旅行が依然として低調である。
		旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・ゴールデンウィークの旅行の申込は、例年よりも動きが2週間ほど遅かったが、今夏の受注は3週間遅れとなっている感がある。夏休みに入ってから増えているが、全体的なペースは3か月前と変わらない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・乗客との会話でも世間の景気は上向いておらず、法人関係のタクシー利用もあまりない。ただし、暑くなったことで、乗客の数は増えている。
		タクシー会社(経営者)	お客様の様子	・今月は雨が多く、一時的に利用は増えたが、ボーナス支給時期の夜間の利用は少なかった。それらの季節的な動きを除いても、全体的に人出が少なく、財布のひもも固い。
		テーマパーク(職員)	来客数の動き	・例年、夏休み前のこの時期は、来客数は減少傾向となるが、今年は減り方が激しい。
		観光名所(経理担当)	来客数の動き	・夏休みに入っても、来場者数の前年比は伸びていない。
		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	・天候によって大きく左右される部分はあるが、海外からの観光客の回復は予想よりも早い。また、国内客の間でも近郊型のレジャーが増えている感があり、好調な動きが続いている。
		その他サービス[学習塾](経営者)	来客数の動き	・夏休みの無料体験キャンペーンへの参加状況は、ほぼ例年並みとなっている。
		住宅販売会社(総務担当)	販売量の動き	・来客数は前年並みであるが、契約までに時間が掛かるため、販売量は前年割れの状態となっている。また、客の予算も厳しくなっており、値引き要求も激しいなど、芳しくない状態が続いている。
		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)	それ以外	・3か月前と比べても、何か変わったような動きはない。
		その他住宅[情報誌](編集者)	それ以外	・円高傾向が続くことで、輸出企業の業績に対する不安が高まっているほか、今夏の節電が経済活動に対する心理的な悪化要因となっている。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・夏のバーゲンのスタートを早めたため、中だるみが起きているほか、競争も激しくなっている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・天候不順や風評被害の影響で食品関連の価格が上昇し、業況が悪化している。
		一般小売店[事務用品](経営者)	販売量の動き	・夏枯れといわれる時期を目前に、東日本大震災の影響で工事関係や省エネ関係の商品や職人が不足し、話にならない状況となっている。
		一般小売店[珈琲](経営者)	競争相手の様子	・創業80年以上となる老舗の同業者が廃業に追い込まれている。
		一般小売店[花](店長)	販売量の動き	・客は必要以上に物を買わなくなっており、スーパーなどでも特価商品だけしか買わない様子がみられる。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・以前から続けている買い控えや、競合店の乱立で厳しい状況にあるほか、不況に伴い、ここへきてサラリーマンを中心に消費が減少している。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・大型商業施設の開業で街全体の集客力が高まったが、最近は一段落しつつある。商業施設の開業効果が長続きしない状況では、客の消費動向が上向いているとは言い難い。節電によって夏物商材の動きは良いが、全体を押し上げるほどではない。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・若年層を中心とした婦人衣料の低迷が目立つ。食品の放射能汚染問題などで、消費マインドが冷え切っている。
		百貨店(企画担当)	競争相手の様子	・近隣への競合店の出店による影響は薄らぎつつあるが、売上などは依然として減少が続いている。

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
		百貨店（婦人服）	販売量の動き	・月前半から若年層による衣料品の購入に勢いがなく、食料品も中元ギフトが不調となっている。ミセス層や身の回り品の下支えでしのいできたが、月後半の台風が追い打ちをかけている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は来客数の減少が顕著となっている。夏のクリアランス時期となり、10～20代の客が、商業施設の規模や数で勝る大阪エリアへ流出している感がある。また、食品の放射能汚染問題により、ギフトの受注に大きな影響が出ている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年に比べて気温があまり上がらず、梅雨明け後に雨も続いたため、売れ筋商品が目まぐるしく変わったが、売場がそれに追い付いていない。また、節電の影響で、調理に火を使う魚や肉の販売が悪化していたところへ、食品の放射能汚染問題が重なり、牛肉の需要が極端に落ち込んでいる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・商品の供給状況が良くなってきたほか、たばこの値上げで支えられる部分もあり、売上は前年の水準まで戻ってきたが、来客数はかなり落ち込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少が止まらず、特に月末の10日間は非常に悪い。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・一向に良くなる要素がなく、寂しい状況となっている。
		乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・来客数が前年比で減少するなど、東日本大震災後は需要が徐々に減ってきている。
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・売上は前年比で約80%に落ち込んでいる。
		高級レストラン（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で外国人客が依然として少ないほか、台風の影響もあり、販売量が減少している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・食中毒事件が表面的には一段落したところへ、食品の放射能汚染問題が消費者の心理に大きな影響を与えている。特に、夏休み前という集客力が高まる時期だけに、影響は非常に大きい。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・長く商売を続けているが、今月は客が少なく、最悪の月となっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・普段は予約の入るタイミングで動きがみられない一方、普段は客が少ない日に少し予約が入るなど、動きが予想できずに戸惑っている。まだ、観光や旅行をちゅうちょする動きが依然としてあるほか、原子力発電所が近いことに不安を感じる声も聞かれる。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・道路事情や台風の影響により、客足が減っている。また、団体客による合宿の予約にも、2～3件のキャンセルが出ている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・夏のボーナス支給後の販売が振るわない。アナログ放送終了前の駆け込み需要による伸びがなく、前年並みの実績となっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,436円と、3か月前の10,968円よりもやや悪くなっている。
		競艇場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は18,900円と、3か月前の21,100円よりも下がっている。
		その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	お客様の様子	・チケットはある程度売れているが、景気の低迷や節電による自粛ムードの高まりで、グッズや飲料などの購入が抑えられている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・取引には活発さがみられず、他社も同じような状況となっている。
	悪くなっている	一般小売店 [精肉]（管理担当）	それ以外	・食品の放射能汚染問題から2週間が経過するが、何の具体的な対策も取られておらず、どんどん影響が広がっている。特に関西では中元の繁忙期の最中に起きたため、影響は通常よりも大きい。事態を沈静化するためには、出荷する牛に全国的な全頭検査を行うしかない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・スーツやネクタイの売行きが悪い。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客による買い控えがみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・食品の問題が後を絶たないが、そのたびに消費者の不安が高まり、外食産業は大きな打撃を受けている。今月は、食中毒事件や放射能汚染問題、節電などが響いており、東日本大震災による自粛ムードが落ち着きつつあるにもかかわらず、来客数は前年比で20%近く減少している。
		住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・原子力発電所の事故による影響が関西にも広がってきたことで、デベロッパーを含む企業の心理が悪化している。
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 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・前月の下旬ごろから真夏日が続いており、飲料水の販売が一気に増えている。9月以降も残暑は続くとの予報が出ており、飲料水や冷たい食品は売上が伸びる見通しであるが、飲料メーカーの生産が追い付いていない。
		出版・印刷・同 関連産業(情報 企画担当)	受注量や販売量 の動き	・円高で原材料の輸入関連の企業は順調であり、販売促進の動きも活発となっている。輸出企業は生産、販売促進共に海外で行っているため、業況の変化による当社への影響は少ない。全体として、国内向けに事業を行っている企業は好調であり、当社の売上にも良い影響が出ている。
		化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・受注量が、東日本大震災の発生前と変わらない状態に戻っている。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・自動車の生産も回復し、荷動きも日を追うごとに良くなりつつある。
		金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量 の動き	・太陽光発電関連が順調であるほか、LED照明関連の受注も増えている。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の前から国内事業は停滞していたため、震災による悪影響は軽微にとどまっている一方、海外向けの販売量は増加傾向となっている。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災後の回復の動きや省エネ、節電志向により、住宅や店舗向けのLED照明の受注、販売量が前年を上回っている。
		電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・気温が比較的低かったため、エアコンなどの夏物商材の荷動きは鈍化している。その一方、単価の下落は激しいが、地上デジタル放送への完全移行によるテレビの駆け込み需要で、3か月前に比べると良くなっている。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・ライバル企業の製品に品質上の問題があったため、スポット的に当社の受注が増えている。
		新聞販売店〔広 告〕(店主)	受注量や販売量 の動き	・不動産関係では、マンションなどの大口物件ではなく、戸建住宅などの小口物件の折込件数が増えており、折込収入も少し増えている。
		広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・テレビスポットCMの新たな引き合いもみられるなど、東日本大震災の影響が少し和らいでいる。
		広告代理店(営 業担当)	取引先の様子	・郊外のショッピングセンターは厳しい状況が続いているが、大阪の中心部では、夏のセール効果もあって売上はやや伸びてきている。
		経営コンサル タ	取引先の様子	・東日本大震災による影響は、かなり落ち着きつつある。顧客企業は、繁華街や観光地で手ぬぐいなどの伝統工芸品を販売しているが、観光客の動きはかなり回復している。
		その他サービ ス〔店舗開発〕 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・高速道路料金引下げの終了で鉄道利用客が若干増えたこともあり、駅構内の物販店舗は久しぶりに業績が好転している。特に、スイーツ関係の店舗は、猛暑効果もあって夏期限定商品の売上が伸びている。
	変わらない	繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・当タオル産地は法人需要が主体であり、景気の低迷で落ち込んでいるため、芳しくない状況が続いている。
		パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・季節的な要因で良くなっている取引先もあるが、全体的には低調である。
		プラスチック製 品製造業(営 業)	受注量や販売量 の動き	・梅雨明け後は景気に晴れ間の出てくる予感もあったが、節電により依然として鈍い動きとなっている。新規の需要がみられず、リピートの動きも伸び悩んでいる。

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
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・節電要請が大きなプレッシャーになっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客には原子力発電関連の素材メーカーが多く、大きな設備投資の動きはないが、原子力発電所の保守に関する商品の動きは活発である。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・節電への取組で営業日の曜日変更を行ったため、取引先への営業やサービスの方法を変えねばならないなど、様々な影響が出ている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、材料不足の話が再び出てきている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いが増えず、受注も伸びていない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	取引先の様子	・受注量が増えてこない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による影響の大きかった3か月前と比べても、さほど受注が増えた感はない。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災による建設資材の不足も解消されつつある。復興が遅れ気味であるため、人手不足の心配はないが、相変わらず価格競争は厳しい。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月に入って、やや受注量が減少している。8月に向けて少しは戻っているが、まだ回復するまでには至っていない。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・部署の統合や事務所の縮小など、企業の移転に関する案件が増えているが、通常の業務は増えておらず、業績に変化はない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・関西の顧客企業の業況はあまり芳しくない。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて受注量に目立った変化はないが、節電関連商品への需要が高まるなか、取引先ではうちの材料が不足し、販売機会を逃している。
やや悪くなっている		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・食品の放射能汚染問題で、農産物全体に大きな影響が出ているなど、少しずつ悪い方向へ向かっている。消費者の買い控えの動きも広がっている。
		食料品製造業（経理担当）	それ以外	・猛暑日が続いているほか、節電の影響もあり、全体的に活気がない。
		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・催事での販売額が今月も前年比で20%減となり、売上全体は25%減となっている。催事での販売も、安価な商品がほとんどである。
		化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品などの消費が低迷し、販売量が伸びない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前月までは、売上が前年の水準を軽々とクリアしていたが、今月になって急に悪化している。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・円高が続いており、得意先からは値引きが再度要請されるなど、大変な状況である。
悪くなっている		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・賃貸マンションや賃貸事務所のテナントが当地域から出て行くばかりで、新しいテナントが入らないため、空室が増え、賃料も下落傾向となっている。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き	・派遣会社などの人材系の業種では、求人数が増加傾向となっている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で増えており、中途採用も堅調に推移している。東日本大震災による悪影響以上に、景気回復による好影響の方が大きくなっている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・例年は今ごろから盆休みのスケジュールが組まれるが、今年はその動きがない。各社が盆休みを取らず、休暇を分散させる傾向がみられる。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・東日本大震災以降も落ち込むことなく、事務職派遣、製造業派遣共に、今月は前年比で2～3割増となっている。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人のマッチングが難しくなっているほか、円高傾向の定着懸念などで、輸出企業が求人を見合わせ始めているが、派遣求人数は前年比で15～20%の増加が続き、求職者の確保にも苦労し始めている。
人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・派遣の受注が増え出しており、底を打った感がある。		

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		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が前年比で減少しており、特に事業主都合による離職者数が減少傾向にある。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・当社に寄せられている求人数が、前年比で137%と大きく増加している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・商業施設が開業したこともあり、少しは回復の動きがみられる。特に、地元企業による求人広告の出稿が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞社の求人広告を扱う企業が、大幅に淘汰されて久しいが、求人広告の厳しい状況は変わっていない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で4～6月は広告収入が大きく落ち込んだ。今月も震災の影響が続いており、3か月前の状況を抜け出せていない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用の現状を適正と考えている企業が多く、雇用調整を予定している企業は少ない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は減少傾向が続いているが、一般求人を中心に減少幅は縮小している。業種別には、建設業が14.7%の増加に転じた一方、宿泊業、飲食サービス業は41.8%、製造業は23.0%と大きく減少している。宿泊業の減少は、東日本大震災以降の宿泊の落ち込みや、前年から新規オープンが相次いだ影響もある。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・求人は依然としてフルタイムのパート職が中心となるなど、企業は賃金を抑えるために、正社員ではなく時間給での採用を希望している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の復旧工事に関する、東北地方への日雇労働者の動きがいまだに本格化していない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・人材紹介や派遣依頼が伸びていない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・公務員志望の学生が試験で不合格となった後、民間企業への就職に方向変換しており、合同企業説明会がにぎわっている。企業側もその学生を対象に活動を活性化しているが、全体的な動きに変化はない。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・中小企業の採用状況をみると、内々定の決定も様子見となるなど、厳しい状況が続いている。
	やや悪くなっている	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・周囲からは、円高の進行で企業収益に影響が出始めているとの声が聞かれる。
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	家電量販店（店長）	来客数の動き	・テレビのアナログ放送終了を迎え、地上デジタル放送未対応の客を中心に、3か月前より来客数が増加しており、売上も好調であることから、景気はかなり良くなっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・夏休みに入り西日本への旅行者数がかかなり動き始めてきた。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・家族連れを対象とする夏イベント企画の一部を前倒しして開催したことにより、週末の来客数が昨年を上回っている。
やや良くなっている		商店街（代表者）	それ以外	・各店の夏の販売促進やボーナス支給の効果で、若干の景気の上向き感がある。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・今月の販売は若干前年を上回る傾向で推移しているが、累計では大幅に前年を下回っている。また依然として中元の動きは鈍く先の見通しもみえないことから、毎日の不安は払しょくされていない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上は前年同月比110%程度と持ち直しつつあるが、来客数は前年より若干減少しており不安要素となっている。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・暑い日が続く夏物の洋服の需要が大幅に高まり、特にミセスプレタ等の高級品が購入しやすくなっていることもあり、衣料関係の売上は前年より大幅に増加している。紳士服については、クールビズという切り口での小物、洋服、肌着などの需要が高まっており、前年を大幅に上回っている状況である。

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
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・突出した商品群はないが、用品関係、衣料、家庭用品、食料品などの売上は前年と比べて大幅な改善傾向にある。またセール品も良いうえに、盛夏物や初秋物などの定価商品も堅調に売れている。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・大型台風の影響で売上が大幅に落ち込んだ日もあったが、気温の高い日が続いていることもあり、夏物セールの売上が前月比103%と好調に推移している。セール期に入ったこともあり、客の購買意欲が先月より明らかに向上している。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・訪問販売で美術品や宝石が売れている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・ここ2、3か月販売点数が前年比97%で推移していたが、今月はやっと前年実績をクリアするとともに、客単価、来客数ともに前年をクリアしやや良くなっている。ほとんどの商品が品薄だったが、円滑に入るようになり、きちんと商品が並ぶようになってきたことが影響している。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・駅前再開発に伴う工事も一定の目途が立ったことで、3か月前に比べて来客数も増加している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今月は台風による船の欠航で納品がストップしたことや、梅雨明けの暑さのなかで売上が若干悪くなったことなど、良い週と悪い週が交互になっているが、先月悪かった季節商材等の売上がかなり回復しており、全体としては微増の状況である。
		コンビニ（地域ブロック長）	販売量の動き	・デザートなどの嗜好品の販売が好調に推移しており、消費意欲は回復している。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・販売量は前年同月比では7割だが、東日本大震災直後に比べると約7倍になっている。
		乗用車販売店（副店長）	来客数の動き	・5～7月の来客数は増加傾向であり、前年並みの水準に近づいている。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・バーゲンが始まり相変わらず低価格の物が多く売れているが、来客数は減少している。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	単価の動き	・セールが一段落し定価品の動きが出てきたことで、組み合わせで2点以上購入する客が増加し、客単価が上昇している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・週末の来客数が減少傾向だったが、段々と回復している状況である。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で景気がとても悪かったが、少しほとぼりが冷めてきた様子で、少しずつ経済に元気が戻りつつある。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の自粛ムードが一段落し、公務員賞与の支給等の影響もあり、売上の全体量が伸びつつある。ただ前年と比較すると減少傾向は変わっていないものの、梅雨明けの早さが一因となって客単価の高額化がみられる。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・徐々にではあるが宿泊客が戻りつつある。7月は急な大型宴会も入り前年実績を上回る見込みである。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ビジネス客の動きは昨年と比べるとまだ鈍いが、観光客は昨年並みに戻っている。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・夏モデルのうち特にスマートフォンのラインナップがそろってきたことにより、販売が大きく伸びている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛ムードも落ち着き、建材入荷も予定が立つようになるとともに、住宅版エコポイント制度終了による駆け込みリフォーム工事で、消費者の動きを感じられるようになってきている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響も徐々に収まり、販売量は若干上向きの動きが見受けられるようになっている。
		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終了やフラット35の優遇金利等の景気対策が前倒しとなる見込みで、駆け込みでの住宅建築の検討をする客が増加しているものの、その後の反動が気になる。
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数、来店頻度、購買額など悪化の傾向に変化はない。街でイベントを行うと安い物を求めて人の集団ができるが、いつの間にかいなくなるような状況である。	

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
		商店街（理事）	来客数の動き	・東日本大震災直後とは若干変わってきているが、生活面での不安があるため客の動きが低調になっている。また景気はあまり変わらないが、不安材料が残っていることが客との会話にも現れている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・以前は曜日によって仕事の繁閑が把握できたが、最近の傾向として来客数の予想がつきにくくなっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・例年夏には観光客が多くなるが、東日本大震災以降予約状況が非常に悪い。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・中元用品は前年と同程度の注文があり、進物への客の節約意識は見受けられない。比較的好天が続いており、ジュースやアイスなどの売行きは良くなっているが、猛暑日になると高齢者が料理に手間をかけず、食事を簡単に済ませる傾向にあるため、食品関係の売上が減少している。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響は徐々に落ち着いており、商品の欠品も少なくなっている。しかし、暑くなってきたにもかかわらず料飲店の売上の減少が目立っており、土日は忙しいが平日は来客数が減少している。また中元商戦は例年に比べて早目に始まり順調に推移しているが、今後は先細りとなる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・高速道路料金の休日特別割引がなくなったことで観光客数が大幅に減少しているうえに、高い高速道路料金を支払ってやってきても、代わりに物品の購入金額を減らしている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・6月あたりからミセスゾーンのブランドが復活している。東日本大震災以降4・5月が一番落ち込んだ時期であったが、夏物はジャケット、スカートを除く全商品で前年より売上が伸びている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・例年より早い梅雨明けで夏セールは活発に動いているが、並行して動くべき初秋物は、東日本大震災の影響による各アパレルの商品の作り込みが縮小していることから低迷が継続している。またクールビズの意識高揚により、紳士スーツとネクタイは極端な低迷となっており、メンズの不振は今後も継続する。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月前半は梅雨明けが早く、クール商品を中心に売上が全商品群ともに好調に推移している。東日本大震災の影響による買い控えが一段落し、ラグジュアリーを含めて高額品が好調に推移している。後半は台風でやや失速したが、累計で前年比100%をクリアする見込みである。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降売上はやや上向いてはきているが、消費意欲は高まっていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・例年この時期は中元などで高価な果物に動きがあるが、今年は今のところ高額な果物類の動きが鈍くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・単価の動きは多少良くなっているが、3か月前と比べるとさほどでもない。ただ競合店の閉店によって来客数が増加するとともに売上も伸びている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・3か月前に比べ多少良くなっており、20日ごろからテレビの駆け込み需要があるものの、依然として各商品の販売単価が低下しており、下げ止めに対する努力が必要となっている。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・主力であるタイヤは値上げ後の落ち込みが大きいですが、地上デジタル放送への完全移行によるチューナーやナビゲーションの売上が好調に推移している。ただ部門による好不調が大きく単価低下などもあり、全体としては前年を若干下回って推移している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が収まってきている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月は上期決算で販売促進を企画したため、前月実績、前年実績とともに若干上回ったが、買上単価は低下している。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・レストランは前年並みの来客数を確保することが難しくなっている。ただ猛暑で出足も鈍いが、ピヤガーデンは好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災の影響からは回復しつつあるが、高速道路料金の休日特別割引が終了したことで、連休に観光客の宿泊利用が減少している。

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		
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降関東方面で有名テーマパーク等の再開があったため、客の動きが多少出てきてはいるものの、福島第一原子力発電所の事故の影響が収まらず、全体での客の動きは非常に悪くなっている。		
		タクシー運転手 タクシー運転手	競争相手の様子 来客数の動き	・乗客数がまだ回復していない状況である。 ・まだまだ自粛ムードではあるが、東日本大震災発生から4か月が過ぎ、地方はやや落ち着いてきており、少しずつ元の景気に戻っている状態である。		
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・相変わらず客は慎重でなかなか受注につながらない。		
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・携帯電話業界の夏商戦では、新機種の販売とともにスマートフォン人気の影響もあり、昨年に比べて販売が好調である。		
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数が3か月前と同じである。		
		テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・高速道路料金の休日特別割引の終了や東日本大震災等、食品の放射能汚染問題の影響で来客数が伸び悩んでいる。		
		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・安価なコースでは来客数を伸ばしているものの売上が伴わず、単価維持のコースでは来客数が伸び悩んでおり、依然として客の動きは変わらない。		
		競艇場（職員）	来客数の動き	・レース場での発売金額が横ばい状況となっている。		
		美容室（経営者）	来客数の動き	・特別景気が良いわけではないが、今月は例年並みに忙しくなっている。		
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・一般競争入札の電子化により受注競争が日常化するとともに、資金繰りなど厳しい状況に変化はない。		
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災直後は建築材料が入らず工事が止まることがあったが、現在は改善されている。しかし現時点で新規に住宅を建築する機運にはない。		
		住宅販売会社（販売担当）	競争相手の様子	・競合他社の地域的な受注数に大きな変動はなく、競合他社への土地提供数も足踏み状態である。		
		やや悪くなっている		スーパー（店長）	来客数の動き	・一般企業ではボーナスが支給されるとともに夏休み最初の週末を迎えたにもかかわらず、大きなピークは全く現れていない。ただ猛暑の影響でスポーツ系ペットボトル飲料の動きが活発になっており、今後品薄になる恐れもある。一方放射能汚染問題の影響で国産牛肉の売行きは全般的に20%低下しているほか、円高も影響して先行きの不透明感を高めており、消費の低下傾向につながっている。
				スーパー（店長）	販売量の動き	・原材料の値上げなどで平均単価が上昇する反面、客1人当たりの買上点数が減少している。
スーパー（業務開発担当）	来客数の動き			・生活雑貨や飲料中心に商品が動いていたが、今では節電の影響で客も節約志向が強くなり、余分な物は購入しないと口をそろえて言っている。		
スーパー（販売担当）	単価の動き			・商品の値上がりが続くなかで、客は単価に対する感覚が敏感になっている。		
衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き			・クールビズの影響で重衣料から軽衣料に変わってきたため売上金額が減少しており、7・8月も厳しい状況である。		
衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き			・来客数が減少してきているとともに、客単価も低下している。		
乗用車販売店（統括）	販売量の動き			・7月下旬の販売量は前年比62%と大変厳しくなっている。前年はエコカー購入補助金制度終了の影響で販売量が増加したが、今年はその反動で前年割れが大きい。		
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子			・今月の前半は高速道路料金の休日特別割引終了の影響で、個人の観光客が減少したが、後半は子どもの夏休みの影響で家族連れの客がやや増加してきている。		
その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き			・7月中旬までは団体客も多く売行きも順調だったが、高速道路料金の休日特別割引終了の影響で一般客が落ち込んできたことに加え、団体客の動きが鈍く売上が減少している。		
一般レストラン（店長）	単価の動き			・昼夜ともに客単価の低下が止まらない。夜の宴会予約も少人数になってきており、厳しさを増している。		
タクシー運転手	お客様の様子			・長距離利用の客が減少し、短距離利用の客が増加している。		

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
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災後数か月は復興特需で仕事はあると言われていたが、一段落した後厳しい雇用問題や安価なサービス単価がクローズアップされるようになってきている。それが一度に個人消費に影響を及ぼしているわけではないが、かなり厳しくなっている。
		美容室（経営者）	それ以外	・商店街では売上、来客数ともに減少し、景気がどんどん悪くなっている。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・見込み客の問合せ件数と来場客数が減少している。
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の客層の高齢化に伴い、客が暑さを避けて出控えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の店主で給料をまともを取得している人はほとんどおらず、最悪を越え危機的状況になっている。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・メーカーの値上げにより1点単価はやや上昇しているが、節約による買上点数の減少が続いている。
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・例年ならば7月にはボーナス商戦があるが、買いまわり客や一見客が非常に少なく店頭には活気がない。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今までの集客構造などが全く機能していない。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	来客数の動き	・高速道路料金の日特別割引が6月下旬で終了した影響が大きく、売上が期待できる週末に来客数が減少している。特に7月は、夏休みに入っても来客数が増加する気配がみえず、今後が不安である。	
	企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）			受注量や販売量の動き	・東日本大震災の落ち込みから回復し、受注量は例年並みに近づいてきている。
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	・ここ3か月の受注量が昨年に比べてかなり多くなっている。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・当社製品のユーザーである自動車メーカーと自動車関連企業は回復傾向にあるが、それ以外のユーザーは販売が引き続き低調で発注も低調である。また販売単価の値上げも進んでおらず、状況は依然として厳しい。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車向け需要が回復し、液晶向け需要も堅調に推移しているが、その他は目立った変化がみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・4～6月の受注量は1～3月に比べて30%増加しており、景気は上昇局面にある。
		輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で停滞していた商品が今月はよく動いている。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・アウトソーシングや新規情報通信サービスについて、製造業や流通業等取引先企業の多くが関心を持っており、提案依頼のみならずコミュニケーション主体のサービスに関しては、安価ではあるものの受注の割合が高くなっている。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車部品業界ではサプライチェーンの回復が進み、各社の工場操業度はおおむね前年水準に上昇してきている。一方で円高による輸出採算の悪化から、完成車メーカーの値下げ要請は厳しく、採算面では苦戦している。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・3か月前は東日本大震災の直後であり、個人消費の落ち込みを背景にして小売業、サービス業の売上が大きく落ち込んだ時期であったが、現在は個人消費も従来の水準をおおむね取り戻しており、比較すればやや良くなっている状況である。しかし中小企業の経営者の話では、多くの場合震災の影響を何らかの形で被っており、震災前の状況まで改善している例はまれである。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数が増加している。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・秋の国体開催に向けての広報広告や官公庁関係・工事関係・道路・インフラ・施設などの案内広告、完成広告が増えている。
会計事務所（職員）		取引先の様子	・公共事業関連の業種は相変わらず厳しい状況が続いているものの、自動車用の部品を製造する企業の中には徐々に注文が増えてきているところもある。	

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	食料品製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・競合各社の動きが盛んなため、昨年に比べて受注量が増えない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注回復の速度が遅い。
		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	・大口注文の生産集中期であり、グループ内被災事業所の製造応援がピークのため、生産は高水準となっている。
		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	・自社製品の売上について、国内向けは市場の冷え込みが厳しく苦戦しているが、海外向けは北米を中心に伸びがみられ回復傾向にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・節電対策が受注量、単価に影響している。受注量が不安定であり先の見通しは不透明である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設業以外の地域内中小企業では製造関連企業が若干良くなったとの声を聞くが、建設業ならびに建設関連企業については最悪の状態が続いている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注に関しては月ごとの目標をクリアできているものの、今後に予定される大型物件については目途が立っていない。
		輸送業（運送担当）	取引先の様子	・一部の運送業者からの発送量が少しずつ回復してきているが、一方で営業所を閉鎖する業者もあるためどちらとも言えない。
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響がまだ多少あり、商品の製造に遅れが出ている。販売も結果的に抑制され、市場にも景況感がなく反応は鈍く、設備投資も控えめである。	
	やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・6月と3月を比較すると、水揚げ数量で815トンの減、金額では2億3,200万円の減少である。6月の対前年比は、水揚げ数量が104トン増の109.4%、金額が1,650万円減の94.1%であった。
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	・低価格が定着し、競争相手も更に安いカンボジアやタイ等の東南アジア諸国への進出が加速してきており、それに円高が追い討ちをかけている。国内で生産するメリットがなくなっているため、技術も人とともに海外移転している。	
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（社員）	求人数の動き	・様々な業種から求人があり、前年度実績を超えている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・人材派遣、人材紹介ともに求人が増加している。特に当地域で裾野が広い自動車関連企業からの求人が増加しており、この状況はしばらく続きそうである。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災後の復興需要や節電需要の求人数が増えており、事務系の求人数も増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	求人数の動き	・自動車、工作機械などを中心に募集人員を増やす動きが続いている。
		求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災以降は景気の不透明感から中途、新卒ともに求人活動が延期され低迷していたが、5月以降は堅調に推移し回復している。中途求人は前年に比べて約2割増加しているとともに、新卒求人に関してもほとんどの会社が当初の採用予定数どおり採用する方針である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	採用者数の動き	・数は少ないが製造業で求人の動きが出始めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業では公共工事の発注が少ない一方、製造業では円高や東日本大震災の影響で物資が流通しないことで工事量が減少し、生産活動の低迷により求人意欲も低下している。小売業では高い気温の影響で飲料水やビールの売上が伸びていることや、サービス業ではテレビの通信販売や生命保険のCMが功を奏しているため、求人意欲が高まっている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・多くの求人募集の背景には退職に伴う補充があるものの、組織強化や拡大を目指しての増員も目立ち始めている。他の業務と兼務する形で経理総務を行っていた小企業が部門を独立させ、専任者を途中で採用し配置させる動きもある。
民間職業紹介機関（人材紹介担当）	周辺企業の様子	・求人数の増加もみられるが、雇用が増える要因として、各企業の新たな取組やエリア拡大などの施策があり、そうした経営方針を掲げる企業が目立ってきている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求人数の動き	・求人に関しては、家電エコポイント終了の影響などにより製造業で前年比1割減となったものの、ほとんどの業種でわずかながら増加し、求人全体でも増加となっている。特に自動車関連産業に顕著だった東日本大震災の影響も薄らぎつつある。
	変わらない	求人情報誌制作会社（広告担当）	求職者数の動き	・特に企業の採用活動が活発となっている感じは見受けられない。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・6月の新規求人数は前年同月比10.2%減少、前月比14%減少となった一方で、新規求職者数は前年同月比8.5%減少、前月比9.7%減少となっている。6月より求人票の様式が変更され、無効求人の更新に時間がかかるため、新規求人数が大幅に減少している。求人更新が一巡するのに3か月かかるため、あと2～3か月この傾向が続く。
	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	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・はっきりした良い外部要因は見当たらないが、営業体制や販売戦略が功を奏したのか、7月は予算を達成した。宿泊客数、会議やコンベンション等も増加している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・海外留学・渡航に伴う海外での機器利用方法の確認のための来客が増加している。また、夏モデルの登場に伴い、スマートフォンに関わる相談や機種変更等での来客も増加している。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・高速道路上限千円制度の終了による影響を懸念したが、観光客の減少は現在のところ目に付くほどではない。土曜夜市など商店街のイベントは、今までにないほど盛況であった。夏休みになると、学生を中心に人通りがかなり多い。
一般小売店〔酒類〕（経営者）		販売量の動き	・夏祭りや夕涼み会での、生ビールの販売数量が増えた。	
百貨店（営業担当）		それ以外	・売上高及び来客数共に、前年同月比で若干下回った。雑貨、宝飾、ブランド商品群は前年並みを確保したが、食品、美術品、婦人・紳士用品は前年を下回った。また、中元商戦についても、前年を若干下回った。	
スーパー（店長）		単価の動き	・来客数、客単価共に回復傾向にあるため、今後に期待が持てる一方で、現在は、牛肉の放射能汚染問題の影響が多少ある。	
コンビニ（店長）		販売量の動き	・タバコの入荷回復に伴い、来客数は前年並みに回復して客単価も増加している。来客増加により、主力の米飯、調理麺、調理パン等が好調である。また、気温が高いことから、飲料、アイスクリームも好調である。	
衣料品専門店（経営者）		販売量の動き	・バーゲン月である7月は、初旬から中旬にかけては快調であった。後半は台風を境にペースが鈍ったが、全体的には良かった。	
家電量販店（店長）		来客数の動き	・7月は、前年比で売上102%、来客数108%と伸びた。地上デジタル放送移行に伴いテレビが好調で、販売台数が前年比210%、販売額は同140%となったことが大きい。	
家電量販店（営業担当）		販売量の動き	・冷蔵庫、洗濯機についても、テレビと同時に購入する客が多く見受けられた。テレビは、官公庁向けが多くなっており、主力商品は大型から小型に移行してきている。	
乗用車販売店（従業員）		販売量の動き	・7月はボーナス支給のところが多く、一時的に良くなったといえる。	
乗用車販売店（従業員）		販売量の動き	・新車の生産がほぼ通常に戻り、東日本大震災後の受注分についても納車が始まった。	
乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・6月から徐々に自動車生産が回復しているため、売上の回復が見込まれる。		
その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・中元シーズンに入り、ビール等の飲料関係を求める客が多い。		

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
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・夏場の個人旅行において、有名テーマパーク方面への需要低下が目立ち、国内旅行は前年を下回っている。一方、円高の影響からか、海外旅行はヨーロッパ、アメリカ、ハワイ方面の需要が高く、前年を上回る状況である。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上高が前年比で下げ止まり、ようやく底を打った様である。ただし、時期的要因もあるため、今後、急激に回復するとは思えない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・来街者数は景気に左右され、今は少し沈滞ムードである。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、お供え商品が普段の日でも売れる。遠方から来て、お墓参りをする人が多くなっている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・中元は件数も単価も前年を下回っている。料飲店では、客単価の低い郊外型店舗は良いが、繁華街は悪い。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中元は、送り先が減っている。また単価では、高額品を買う客と、必要最低限に抑える客とで、二極化している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・6月に続き、節電の影響や気温上昇により、クール商材や扇風機等が活発である。また、地上デジタル放送への完全移行により、テレビ等も需要がある。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、売上がやや減少している。客の買上点数及び客単価が低下しているためである。地上デジタル放送移行で電機業界等に良い影響がある一方、食品にしわ寄せがきている。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・福島第一原子力発電所事故の影響による牛肉の放射能汚染問題で、売上が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・震災復興のための増税が検討されているため、消費マインドが冷え込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・購入につながる要素が無い。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・7月はセール期間であるが、前年に比べて単品購入の割合が高く、セット率、客単価共に低下しており、売上は伸びていない。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴い、ここ数か月はテレビやレコーダーの販売量が好調に推移していた。その分、他の家電やパソコン等の販売量が減り、総数としては変わっていない。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・自動車生産は元の状態まで回復しておらず、損益分岐点を上回っていない状態である。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・自動車メーカーの生産は一部の車種を除き、ほぼ正常に稼働しているものの、販売状況は、前年比83%、前々年比96%となっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・食品の放射能汚染問題の影響からか、市場や他店で良い話はあまり聞かない。なんとか前年並みの稼働を維持している。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・高速道路上限千円制度終了の影響を心配したが、今のところ、その反動はみられない。ただし、販売単価の下落傾向は続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客単価、客数共に、3か月前から横ばいである。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・販売量自体に大幅な伸びはないが、東日本大震災に伴う部材不足の解消など、徐々に落ち着きは始めている。
	通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額のサービスに引き合いが続いており、6月と変わらない水準である。	
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・7月の来場者数は、前年比では上回っているものの、2～3か月前と比べるとあまり伸びていない。	
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・地上デジタル放送移行に加え、エコポイント制度終了もあり、これまでわずかに消費をけん引した要素が無くなる。経済は震災復興を優先せざるを得ない。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・外商で新規売上をあげているにもかかわらず、前年比100%を割り込んでいる。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・稲わらの放射能汚染により、肉類の売上は過去に例を見ないほど落ち込んでいる。今後は、海産物商品にも拡大する可能性もあり、買い控えが進むとみられる。秋以降もカキ、わかめ等の三陸産の海産物が見込めないため、売上に影響が出そうである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（企画・営業担当）	お客様の様子	・気温の上昇と節電意識から、店舗への来客数、滞在時間は増えているようであるが、消費には結び付いていない。また、牛肉の放射能汚染問題発覚以降、関連商品は大きく売上を落としている。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・6月には来客数が前年比で若干回復していたが、7月に入り、また6月以前の状況に戻った。
		タクシー運転手	来客数の動き	・暑くなり、四国八十八箇所参りの客がほとんどなくなった。街中営業が中心になるが、これも相変わらず暇である。夜についても、飲みに出る人が少なく、乗車しても近場が多い。
		設計事務所（職員）	単価の動き	・公共事業の落札率が低下傾向にあり、低価格競争が恒常化している。これに伴い、社内経費をもう一段階節減する必要があり、人件費、外注単価、購入先や購入価格の見直しなどを行っている。業界において賃金は停滞・減少傾向にある。
	悪くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に加え、東日本大震災に端を発する節約志向が中元商戦にも悪影響を及ぼしている。
		その他飲食 〔ファーストフード〕（経営者）	それ以外	・焼肉業態の店舗では食中毒問題で売上がダウンし、その後回復基調にあったが、今度は食品の放射能汚染問題でダメージを受けており、回復の見込みが立たない。また、居酒屋業態も苦戦を強いられている。
美容室（経営者）		来客数の動き	・来客数、客単価共に減少している。	
企業動向関連	良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏季の受注量増加を見越して生産を拡大していたが、6月初旬から受注量が飛躍的に伸びており、一部商品が欠品になり始めた。休日出勤や残業等で急場をしのいでいる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で滞っていた部品の供給は改善傾向にあり、生産活動も順調に推移している。
	やや良くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・LEDや電池関連で追い風が吹いており、良くなっている。太陽光発電については、再生エネルギー法案が通れば大変忙しくなると予想されるため、準備をしている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・夏場の不需要期で荷動きが悪い。また、原材料の価格も高止まりしている。小売の力が強すぎて価格修正がうまくいかず、採算が取れない。
	変わらない	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・7月の受注状況は高水準であるものの、3か月前と比べるとほぼ横ばいで推移している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・6月は注文が増加し、一時回復基調にあったが、7月以降は停滞している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月も公共工事の受注は無かった。民間工事についても、営業活動が受注につながらないことが多くなった。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・徐々に東日本大震災前の状況に戻ってきている。
		通信業（部長）	取引先の様子	・取引先との話の端々から受ける印象と、法人部門の販売状況等から判断した。
		通信業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3か月の販売額は、前年とほぼ同水準である。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・従来、夏場は業界にとって厳しい時期であるが、東日本大震災の影響も相まり、取引先においては、広告を出してもほとんど反響が無い様子である。
		やや悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外
	輸送業（営業）		受注量や販売量の動き	・物流をみると、例年夏場にかけて需要が伸びる商材の動きが非常に鈍く、景気の低迷を強く感じる。東日本大震災特需による受注や販売の動きは皆無に等しい。
	広告代理店（経営者）		受注量や販売量の動き	・同業他社は機械稼働率がかかなり悪いようであり、仕事がないかとの問い合わせを受ける。弊社については仕事量を確保できているが、現状、ほぼ社内で消化できている。
	公認会計士		取引先の様子	・7月における顧客の決算内容や月次試算表等を分析すると、売上・利益共に悪化している。収益が悪化している企業が10%程度増加している。

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
	悪くなっている	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・前年はスポット案件があったことを勘案しても、今年度は公共工事案件が著しく少ない。国内物流は、荷主の生産調整等により停滞状況にある。
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	・3か月連続で求人数の上昇がみられた。東日本大震災の影響も思ったより小さく、上昇傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	求人数の動き	・求人数の動きは多少良くなってきているが、求職者とのミスマッチも多く、雇用拡大には結び付いていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は高い水準で推移しているが、パートなど非正規求人が多く、景気が上向いているとは言い難い。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・首都圏から求人が割り当てられる地方の営業所については、いまだに東日本大震災の影響による調整不足で仕事が回ってきていない。人材過多の状態、求人数は減少傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・東日本大震災にかかる県の緊急雇用等が影響しているとみられ、求人、求職共に減少してきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・緊急人材育成支援事業の第4期を7月に開講した。ニーズが高いと思われた若者向けの未就職者コースを新設したが、就職意識が低い若者が想定より多く、募集は苦戦した。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災後は、公共団体の予算執行が非常に鈍く、県全体の広告出稿の足を引っ張っている。自動車ディーラーも一時期の底は脱したが、積極的な販促展開は秋口まで待つ必要があるとみられる。
	民間職業紹介機関（所長）	採用者数の動き	・採用について慎重になっている企業が多く、採用に費やす時間が非常に長くなっている。	
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	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	・1～6月までの売上は前年比10～15%のマイナスで推移していたが、7月に初めて前年比を1割程度上回った。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子をみると、東日本大震災直後に比べて、少しずつ平常に戻っている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ダイレクトメールを発送すると、来店率が上がっている。客の購買意欲が出てきている。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・隣接する競合店は閉店セールを実施しており、前年比155%で推移しており、当店に大きく影響している。ただ当店の売上は前年比98%であり、3か月前の同97%と比べると若干良くなっており、健闘している。ちなみにその他2つの競合店は同102%、同106%で推移している。当店は食料品が前年比102～103%で推移しており、堅調である。衣料品は婦人衣料、紳士衣料共に苦戦していたが、3か月前の前年比より2～3%上がっている。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・東日本大震災以降しばらくは、客の買い控えにより、前年を大きく下回っていた。しかし、今月は中元商戦や夏物クリアランスセールを中心に好調に推移しており、売上も前年実績を確保している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数が増加しており、夏物の食材や鰻の蒲焼き等、全ての販売量が前年を上回っている。
スーパー（店長）	単価の動き	・生鮮食料品の売上は前年比93%で推移しており、少し厳しい状況である。牛乳等の日配品やデリーの必需商品の売行きが良く、全体的には前年比105%で推移している。食品の放射能汚染問題があり、精肉の売行きが厳しい状況で推移している。来客数は前年比105%で推移している。ディスカウントする方向に経営方針を変え少しは来客数が増えているが、利益面は厳しい状況である。		

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
		スーパー（店長）	お客様の様子	・旅行用のトラベルバッグ、あるいはキャリーバッグ等の売上が増加しており、前年の2割増しとなっている。また関連商品の服飾雑貨関連も前年比107%と上昇している。中元ギフトの単価は前年並みであるが、点数がやや増えており、売上は前年比105%にまで回復している。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・節電関連商品の売行きが好調である。今月になり衣料品も前年を若干上回っている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降の買い控え、自粛ムードから節電、節約意識へと変化している。消費自体は月を追うごとにわずかながら良くなっている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・天候が回復し、夏に向けて来客数も増え、客単価も上がっている。東日本大震災の影響による買い控えがだんだん少なくなり、プラス1点の買物をする客が増える。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・夏のセールが始まり、県外客も含め来客は多い。購買には依然慎重であるが、売上は前年より少し良い。夏の旅行用や盆に出掛けるための服を探している客が目立った。
		衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・衣料品の値段が50%オフになってから、客の動きは非常に活発になっている。このことを良い方向に捉えるのか、デフレ傾向が強いと捉えるかは考え方であるが、消費に対してある程度前向きになっているとみている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・7月24日のアナログ放送停波を受け、小型の地上デジタル放送対応テレビが良く出ている。ここ3か月間をみると、エコポイント制度が終了してからずっと調子が良く、今月は更に調子が良かったような状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・耐久消費財である自動車は、前年のエコカー購入補助金制度終了の反動、東日本大震災による新車生産の落ち込み等があり、これまでは前年よりかなり落ち込んでいた。しかし、ここ2か月前程から生産が順調になってきており、客の需要に応えられるようになり、若干良くなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・7月の販売台数はほぼ計画通りである。東日本大震災でダメージを受けたメーカーの車両生産が予想以上に回復し、新車の需給バランスがとれてきた。中古車、サービス売上も堅調であり、単月利益は計画以上を確保することができる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・地上デジタル放送への完全移行の月であり、給油に来た客から地上デジタル放送対応テレビやチューナーを購入した等の話をよく聞く。テレビに関連した商品の売上がよい印象である。燃料油の販売も梅雨明けが例年より早く、暑い毎日が続いているので、前年より販売が増加している。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の東日本大震災の影響をものにも受けた4月に比べると、7月はだいぶ回復している。株主総会等も通常であれば5月に開催されるところが6月に開催されている。また7月にもちよこちよこ会席、接待が増えている。ただし、来客数は回復しているものの客単価は低下傾向である。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・当地は東日本大震災の影響から観光客が増えている。山口県、広島県や大阪府等からの客が多いようだ。ただし、いつまで続くか、まだまだ予断を許さない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・当地は九州新幹線全線開業の効果で、ここ3か月、来客数がとにかく増えている。それを受け入れるため、当地ではいろんなイベントが開催され、良くなっている。
		観光ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊、宴会共に東日本大震災の影響から脱した感がある。7、8月の夏休みは新幹線効果も期待したい。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・各レストランの来客数は前年並みに回復し、宴会部門も前年実績を上回っている。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・先月の新商品発売後、スマートフォンの人気が高まったが、今月も新商品発売があり、更に販売数が増えている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・九州新幹線全線開業の効果が出ている。会社のコンペ等による来場が多く、県外からも多くの客が来ており、非常に良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
		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）	来客数の動き	・猛暑の影響が懸念されたが、前年度と比較すると暑さも落ち着いており、客数も順調に増加傾向にある。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・7月の初めは良かったが、中旬に入るくらいから落ち込んだ状態となり、良し悪しは変わらない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・ボーナス商戦が盛り上がり、地上デジタル放送完全移行の最終追い込みで家電の方に消費を取られ、商店街は厳しい状況である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子をみると、東日本大震災後の自粛ムードは一息ついたようである。夏物商戦も今がピークであり、気温が高めで推移していることもあり、売上は例年並みとなっている。現状以上に購買意欲を後押しする要因は見当たらない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・青果物は宮崎産の野菜がほとんどない。信州、北海道から入荷するため、必然的に単価も上がっている。また、宮崎産マンゴー、ギフト関係の相場がなかなか上がらない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・最近のクリアランスセールと同じ傾向であるが、客は価格が安くなっても衝動買いをせず、本当に必要な物は買わない傾向がある。購買に対して非常に慎重である。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・夏物クリアランスは、特にメンズアパレルの動きが全体的に良くなく、レディースもテナントによって波があり、合計では前年実績に未達である。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・来客数は平日減少した分を金土日曜日、祝日でカバーしている。また、レジ客数は前年実績を確保し、買上単価はやや高くなっている。中旬は台風と雨の影響で来店、売上共に苦戦したが、ギフトや婦人肌着、ゆかた、ジュエリー等の催事が好調でカード売上が好調に推移している。食品の放射能汚染問題による風評被害で食品ギフトが一部伸び悩んでいる。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月の中旬はまずまずのペースできたが、中盤以降が非常に苦しくなっている。その1つの理由は、食品の放射能汚染問題であり、小売業にとって厳しい状況であった。今後の景気にも大きく影響してくる。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・夏物処分期を迎え、梅雨明けが前年より早かったため、前半は良かった。ただ必要な商品を購入したら、プラス1点を購入するといった動きにならない。結局は必要な商品の値下げを待っている状況である。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・7月は衣料品の全館クリアランスセールを実施するも、前年実績を下回って推移している。中元のギフトは前倒し特典で売上を先取りしたものの、後半失速している。来客数や商品単価も前年実績を大幅に下回っている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・先行きが不透明であるため、無駄な物は買わない傾向があり、買い控え傾向がある。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・食品の売上は相変わらず節約志向やデフレの傾向が続いている。ただ、衣料品においては節電対策によるクールビズ関連商品が好調に推移している。また旅行関係も一時に比べると持ち直している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・食品の放射能汚染問題の影響が牛肉の販売に出ている。単価が高いために他の肉でカバーできないため、厳しい状況である。前半は暑さのせいで飲料を中心に夏物商材が順調だったが、中盤以降はやや低温傾向で盛夏関係の商品の動きも一服感が出ている。
		スーパー（業務担当）	販売量の動き	・梅雨明け以降、食料品や衣料品、生活雑貨等ほとんどの分野において前年とほぼ同じ売上傾向になっている。ただ、悪天候や気温の一時的低下が発生すると、それに敏感に反応し、売上実績は前年比3～5%ほど低下する傾向がある。日用品が不安定なのは消費者が積極的に消費生活に臨めないためであるが、それが気候不順なのか景気の問題なのかは分からない。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年割れが何年も続いており、今月も厳しい。	
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・梅雨明けが例年より早く、夏物商品の売行きが良い。また、客の節電意欲が重なり、売上が大きくアップしている。	

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
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・今年も地域振興券が発売され、先週末、商店街で発売関連イベントをしたが、客の出足は今一つであり、なかなか店の売上につながらない。また現在、道路拡張工事中で来街者は相変わらず少ない。
		衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・セールが前倒しになった分、7月半ば以降、セール品の販売がだらだらと続いている。高額所得者は秋物を選んでいるが、全体的に値引品を選ぶ傾向が強い。
		家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・売れ筋のテレビが在庫切れになり、最終の駆け込み需要に対応できなかった。
		乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・来店客が多くなったが、修理に来る客が多い。
		乗用車販売店 (代表)	それ以外	・客の様子や販売動向等周りの状況を見て、良くなるような感じではない。
		住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・今年は梅雨明けが早く、夏物商品が前倒しで売れており、今月単月でみると売上は良かった。
		その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	販売量の動き	・前年度に比べると販売量はほぼ横ばいの状態である。特に夏場に入り、コーヒー業界では中元ギフト物がよく出ている。ただ、販売数、来客数は前年と同じ水準である。
		ドラッグストア (部長)	お客様の様子	・客の様子をみると、購買意欲がない。
		その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター] (総支配人)	来客数の動き	・来客数の前年比が3か月前と比較し、同様の伸び率にとどまっている。
		一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・東日本大震災の影響で予約が少ない。また火山の影響でキャンセルが続いている。若干取り戻している感じはあったものの、実際、来客は少ない。他のホテルの状況を聞いても散々たるものである。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・学校が夏休みになっても、客が増えない。県外からの客も増えていない。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・相変わらず来客数が低レベルで推移している。また以前に比べると団体客が少なくなっている。
		観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・披露宴や宿泊、レストラン等前年実績、予算を共に達成している。一般宴会も東日本大震災の影響が大分薄れている。梅雨明けが早かったせいかビアホール利用が過去最高を記録している。6月は大雨の影響で前年割れだったが、7月にその分を取り戻した。
		都市型ホテル (副支配人)	単価の動き	・客は多少増えているが、事前予約はなく、当日にフリーの客が非常に増えている。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・順調に回復してきたが、ここに来てやや鈍くなっている。特に夏休みは、家族旅行を中心にやや悪い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・昼間は客の動きが大変良く、先月から今月にかけてイベント等の面でかなり人が動いている。ただ夜の繁華街の動きが今一つである。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今年はタクシーの利用には日によってむらがあり、夜は金曜日の夜だけ少し人通りが多い。
		通信会社(総務局)	販売量の動き	・東日本大震災以降、政府の震災対応に対する不信感や復興費用の捻出のための増税懸念等により、個人消費の低迷は今後も続く。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災後しばらくは、不況の話ばかりだったが、最近はあまりそういう客の声は聞かなくなった。少しずつ、景気回復に向けて動いている。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・通信回線のエリア拡大により販売は増加しているが、その他既存エリアでは販売の飽和感があり、販売数が伸びない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・夏休みに入り、予約数は一昨年並みの状況になりつつあるが、7月全体でみると依然として横ばいの状況である。
		ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・梅雨が明け、猛暑が続いていたが、台風6号の襲来で気温が落ち着いた。客足は天候に応じて増減しているが、総じて前年並みである。シニアの来場回数が少しずつ減っており、夏場は特に顕著である。
		美容室(店長)	来客数の動き	・夏休みに入り、学生の来店は増えるが、総じて来客数が少ない。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・良い物件には客がつく。今回7区画の土地建物住宅の分譲をしたが、場所が良かったのか即日完売した。需要は非常にあるが、一般的には景気は低迷している。

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
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・毎月の売上が少し悪くなっている。東日本大震災の影響かどうかは分からない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・中元時期であるが、例年に比べ予約が少なく単価も低い。夏場を乗り切るには、中元と初盆の返礼品をどれだけ受注できるかにかかっており、今年は厳しい状況である。売上は低迷している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年、当地は口蹄疫で大変苦しんだ。今年はその裏年で中元商戦に期待していたが、中元ギフトセンターの来客数前年比96%となり、全店の来客数の前年比を下回っている。非常に厳しい状況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・福島第一原子力発電所の問題後、消費は低迷していたが、それも一段落し戻ってきた。消費意欲が戻りつつあったが、今月の台風、食品の放射能汚染問題等、ここにきて若干厳しい状況にある。
		スーパー（売場担当）	お客様の様子	・来客数は変わらないが、客単価が下がっている。新店の動向は良いが、既存店は売上が下がっている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月は長雨と台風により、量販店の売行きは悪かった。今月はパン類の値上げもあり、対象商品が平均税込価格126円から130円となった。量販店の売上はまあまあ良かったが、一般店が思うように動かないという状況である。
		住関連専門店（経営者）	単価の動き	・東日本大震災の影響は、九州地区の置き家具の売上にはあまり影響はないようだ。大型店の輸入品の低価格商品に対して国産品のソファ等々の動きは鈍い。毎月のキャンペーンは順調であるが、店売の方は相変わらず客単価が低く、来店者も少ない。
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・客単価が著しく下がっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・節電対策の影響か、出勤時間や退社時間がかかりずれている。特に退社時間が早まっており、客が飲みに出る時間が早くなり、帰る時間もまた早くなっている。そのため、タクシーの利用が減っており、全体的に売上が落ちている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・アナログ放送の停波により、テレビ等の買換えに金を使い、行楽地や夜の繁華街の人出が減っている。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りの厳しい状況が続いている。
		美容室（店長）	来客数の動き	・節電対策の影響が出ており、景気は悪くなっている。
		音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・夏休み期間のレッスンの入りが悪くなっている。
		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）	販売量の動き	・東日本大震災以降、売上が減少し、猛暑や節電等により、人の動きも鈍くなっている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・今年は暑く、日照りが強く、商店街では空調設備がないため、暑い毎日の連続で30度以上の天気が続く。涼しいスーパーに客を取られるのが現状である。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	販売量の動き	・思いがけず土用丑の日に鰻が売れた。値段が高かったこともあり前年より入荷を控えていたら、足りなかった。事前に少し注文もあった。ただ丑の日以外は不調であった。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・3月の卒業式シーズン、母の日から7月まで毎年悪い時期であるが、東日本大震災の影響で自粛しているのか、今年は更に悪くなっている。これから先がかなり不安である。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・6月19日に高速道路料金引下げが終了し、週末の客の動きが一気に鈍化している。来客数の減少に加え、競合他社間による客争奪合戦がより一層激化しており、販売単価を下げた客の誘引策が売上の低下を招いている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で九州地方でも人々の購買意欲が落ち込んでいる。地上デジタル放送への完全移行によりテレビがよく売れており、衣料品等他の分野へ影響している。
企業動向	良く なっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・エネルギー関連機械設備の受注が好調で、今年中の仕事が重なり、手一杯の状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
関連	やや良くなっている	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・毎年盆前の駆け込み受注があり、7月の売上指数は110%程度で推移しており、今年は受注案件が減っている。		
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・先月の受注量は横ばいであったが、今月は受注が増えている。		
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・まだ発注量は少ないが、3か月前と比較すると格段に良くなっている。官公庁の発注がこの第2四半期に入り、多くなっている。でもまだまだ少ないのが現状であり、ただ受注した業者をみれば偏っている。		
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・サプライチェーンの影響や消費自粛傾向の最悪期は過ぎている。		
		金融業（営業）	取引先の様子	・東日本大震災の影響はほぼ払しょくされている。3か月前と比べて、ほとんどの業種で受注は明らかに増加している。製造業においては、中国向けが特に順調である。		
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・建設業を中心に、東日本大震災以降停滞していた仕事の受注が出始め、資金需要が発生している。受注の売上代金を返済引当とした借入金のニーズが増えている。		
		金融業（得意先担当）	取引先の様子	・3月の東日本大震災以降、4～6月の売上は前年比で半分以下とする取引先が数多く見受けられた。その状況から考えると7月以降は良くなっている。		
		新聞社（広告）（担当者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による本社機能の移転で通販関係の新規広告主が発生する等、震災直後に比べて明るい材料は増えているが、いまだ震災前の水準に回復していない。		
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・3か月前は東日本大震災の影響が大きかった時であるが、それから考えると相当良くなっている。ただ天候不順で雨が多かった関係でマイナスに響いた業種もあるが、雨がプラスになる業種も若干あるため、総じて変わらない。		
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・受注量が増えている取引先が多くなっており、受注量の減少や苦戦をしているという企業の話聞くことが少なくなっている。		
		その他サービス【物品リース】（役員）	受注量や販売量の動き	・民間設備投資は半導体関連を始め一部に増産対応の動きがみられており、前年同期に比べて大幅な受注増加となっている。		
変わらない		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要鶏肉のプロイラーは荷余り感が出始めているが、われわれの取引先の冷凍食品メーカーは依然として引き合いが強い状態である。ただし、スーパーや居酒屋関連の動きは生食加工品を中心に落ち込みが大きく、未だ従来の数字に程遠いところである。本来のかたちに戻るのには秋口以降になる。		
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は落ち着いたようであるが、需要は低迷している。		
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月も最悪だったが、来月は自動車関連の受注ができる見通しである。		
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子は今までの取扱商品が非常に厳しくなっている。相手先から採択されなければ仕事なくなるため、仕事の獲得に躍起になっている。新商品がなかなか開発できないので、こじばらくは模索の状態が続くのではないかと大変苦慮している。なんとか現在の商品が相手先に認められ、受注が続くように祈るだけである。		
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・雑貨を中心に少し受注が増えており、入出庫が活発になっている。		
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・荷物の動きは良くない。特に九州地区は例年、夏場は青果物が落ち込む時期になるため、荷物が減少する。夏物の季節商材は、猛暑の影響で若干動きはあるが、前年と変わりなく景気が上向き程ではない。		
		金融業（従業員）	それ以外	・暑さの影響で平日は来街者が激減している。また夏のイベントも売上につながっていない。		
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・仕事の受注量はほとんど変わらず増えていない。		
		やや悪くなっている		繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・売上が下がっており、在庫を減らすのに必死で、新しい物や生産が生まれてこない。
				輸送業（総務担当）	取引先の様子	・預かっている貨物の荷動きが全体に悪くなっている。月末近くになっても動きは回復しない。特に食品では肉関係の関連商品が悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（営業職 渉外係）	それ以外	・東日本大震災の復興、福島第一原子力発電所の問題、円高等の諸問題が山積しており、政局の混乱ばかり目につき、景気が急速に減速している。
	悪く なっている	農林水産業（従 業者）	受注価格や販売 価格の動き	・食肉関係、特に牛肉を中心に、販売は非常に厳しくなっている。食品の放射能汚染問題や風評被害から、今までないような牛肉、枝肉価格となっている。非常に厳しい状況である。
		窯業・土石製品 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・商品が動かないために価格競争が激しく、また受注量が悪いうえに燃料代が上がり、7月の売上は前年比2割程度減少した。また中小企業緊急雇用安定助成金の休業補償や教育訓練を行っているが、それでも受注が追い付かない状態である。
		電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・全般的に半導体関連は不透明な状況を呈しており、各社揃って景気の動向を下方修正している。現在のところ非常に不透明感が強い。
		経営コンサルタ ント（社員）	取引先の様子	・前回に比べ、企業は商売の切替えや新商品の開発へシフトしている。酒販売にとらわれず多様化しつつある。
		その他サービス 業〔設計事務所〕（代表取締役）	受注価格や販売 価格の動き	・市町村が委託業者へ発注する事業について、これまで人件費等は適正価格で積算されていたが、今年度になって、減額されて積算されている。場合によっては、半額以下の場合もある。前年度、ダンピングして受注された実績を踏まえてのことと推察される。
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	・人材派遣業で、百貨店や複合施設での短期販売の派遣が増えている。ただし、長期雇用は増えていないので、販売売上は伸びていても長期的に安定しているわけではない。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・飲食業からの注文が増えている。短期だけでなく、長期の求人も少しではあるが、増えている。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求人数の動き	・自動車や家電関連の製造業の求人が増加しており、それに伴う人材派遣の動きも活発になっている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は高く、新規求職者数は前年同月とほぼ同水準で推移している。
		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平成22年8月から連続で前年を上回って推移しており、改善している様子がみられる。
		学校〔大学〕 （就職支援業 務）	求人数の動き	・求人数が現時点で前年比10%程度上回っている。
		学校〔専門学 校〕（就職担 当）	求人数の動き	・採用企業に今までは最小限度の人数だけ採用するとの考えが強かったが、最近は最小限度プラスアルファのリクエストが出てきている。
	変わらない	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・新規の事務員派遣の求人については、業務繁忙による増員等の理由での求人は少ない。
		求人情報誌製 作会社（編集者）	採用者数の動き	・駅ビルのオープンに伴う影響が続いている。周辺企業でフリーターの採用が難しくなっている。全体的に人手不足感と賃金の高騰が原因である。
		職業安定所（所 長）	求人数の動き	・依然として厳しい雇用情勢が続いているが、緩やかな景気の回復がうかがえる。ハローワークの利用者数をみると、本年7月は前年同月比7.9ポイント減少し、本年4月以降でも最も少ない利用者数となった。求職登録者数は依然としてパートを主体に増加している。一方、求人の状況は引き続き医療福祉、卸小売業を中心に増加傾向にある。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人動向は新規学卒求人の確保が喫緊の課題となっており、そのしわ寄せが一般求人の提出に影響する。求職者の減少幅は小さく、有効求職者数は高止まりの状況にある。有効求人倍率も足踏み状態にあり、短期的に雇用情勢が改善する要因はない。
		職業安定所（職 員）	求職者数の動き	・求人数の増加傾向に変化はないが、求職者数も増加傾向にあるため、有効求人倍率の改善が鈍い。
		民間職業紹介機 関（社員）	求人数の動き	・年度末が一段落し、単発、短期の依頼が落ち着いている。長期依頼案件数も伸びてこない。九州に本社移転の話はあるものの、要員も同時に異動のため、派遣需要としては上がってきていない。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人依頼数が少し減少気味である。

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
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響がないとは言えないが、活発に消費する傾向にないようだ。夏休みに入り、九州新幹線全線開業等の影響で一部の業種は元気であるが、その他の観光地は厳しい。夏場の観光産業の落ち込みが懸念される。
		民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・8、9月の夏季は例年人材需要が一服するが、全体的に新規需要、増員等が少ない。
	悪くなっている	—	—	—

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	スーパー（販売企画担当）	単価の動き	・小麦粉、コーヒー、食用油等の値上げがあり、また、今月は生鮮食品などでも相場高がある。そのため1点平均単価や客単価が上がっている。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・今月は久々に前年同月の稼働率実績を上回る見込みである。ずっと前年実績を下回る状況が続いていたが、今月より予約受注が好調にシフトしてきている。
	やや良くなっている	一般小売店〔鞆・袋物〕（経営者）	来客数の動き	・海外からも観光客が増えてきている。
		百貨店（営業企画）	販売量の動き	・沖縄の旧盆は前年より期間が前倒しとなっており、中元ギフトの食品部門が前年比130%の伸長となっている。衣料品においてもクリアランスと改装効果による前年比110%の伸長を維持しており、店舗合計でも前年比110%の伸長となっている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新規テナント参入の影響が大きいですが、売上高の前年比は3か月前に比べて10%ポイント上回り、景気は回復の兆しがみられる。また、来客数、客単価も回復し、消費マインドは徐々に上向きになっているとみている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後は仕入れ商品の欠品が多かったが、スムーズに仕入れできるようになってきている。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・販売促進策が効果的に働き、また震災による品不足に対応しているため、売場が維持できている。
		観光型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊人数は3か月前比で162.2%、前年比で106.1%である。3月11日の東日本大震災の影響を大きく受けた3か月前から完全回復しているが、客単価は15%ダウンで厳しい状況が続いている。
		通信会社（店長）	販売量の動き	・販売量が前年を上回っており、特にスマートフォンの販売が好調で、一部の商品では品切れ状態が続いている。
	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による影響の鎮静化に伴い、集客活動を行い、効果が出ている。	
変わらない	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年は高校インターハイがあったが、来客数は前年比で0.5%減程度で推移している。しかし地域によって観光客数の差があり、安定しているとはいえない。たばこは前月と同じ程度の伸び率で、ドリンクやアイスが前年を超えており、その他の部門をカバーしている。	
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・夏休みに入り、売上そのものは3か月前より伸びているが、前年と比べると若干下回っている。
	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・スマートフォンの新商品が発売され、来客数が多くなっている。	
	住宅販売会社（総務・企画分野）	お客様の様子	・住宅展示場への来場は、前月からは大きく変化は無く推移している。受注については、競合他社と比較するなど、客は慎重に行動していると感じる。	
やや悪くなっている	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・前半は例年よりも5%ほど入客が多く推移していたが、20日以降急激に平日の地元客が減っている。盆の準備でお金を使うため、例年盆の前は少し来客数が落ちるが、今年はその落ち方が大きい。	
悪くなっている	その他専門店〔楽器〕（経営者）	販売量の動き	・商品売上は前年比で大幅に落ち込みが続いている。夏のイベントに期待しているが、商店街イベントや広告等についても、協賛費用自体の落ち込みが大きく苦慮している。夏休みに入っても、人出は目抜き通り周辺にはあまり見当たらず、厳しい状況が続いている。	

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
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（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・地上デジタル放送開始により、一部限定商品の物量は大幅増である。住宅建設に関する資材輸送も前年を上回る物量となっている。また、外食チェーンの新規店舗展開などもあり、観光関連を除けば景気が良くなっている感はある。
		輸送業（代表 者）	受注量や販売量 の動き	・3月11日の東日本大震災以来落ち込んだ感があったが、大手電力会社の放射能問題が明らかになりだし、また電力不安や食肉牛の放射能汚染問題等で本土からの避難者の増加に伴い、生コンクリート等の流入が増えたようにみられる。
		通信業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・契約単価は安価であるが、仕事は増えてきている。
	変わらない	○	○	○
	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	・公共工事は減少、民間は個人住宅及び小規模賃貸住宅建築はあるものの、大型工事が無い。全体的に減少している。
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・新築住宅及びリフォーム工事の契約件数が減少している。
		コピーサービス 業（営業担当）	受注価格や販売 価格の動き	・受注価格が下がっていくなか、用紙、インク等の印刷関連等コストが10～20%値上がりし、利益率が落ちていく。客に対する値上げ要求はなかなか厳しい。
	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 （総務担当）	求人数の動き	・受注案件の全体の合計件数が、東日本大震災前のピーク時並みに回復してきている。
		求人情報誌製作 会社（営業担 当）	求人数の動き	・3か月前に比べて求人かける企業数が増えており、その分雇用も増えている。
		学校〔専門学 校〕（就職担 当）	求人数の動き	・前月に比べ求人数が増えている。特に本土企業の沖縄進出が目立ち、地元から採用を、との声がある。一方、県内企業に関しては、若干動きがみられるが、募集人数が少なく、事業展開や時期を考慮して後日2次募集するなど採用の分散化がみられる。
変わらない		人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・派遣依頼が増加しているが、単発的なものが多い。また地上デジタル放送化対応の大口派遣依頼もあるが、あくまで期間限定で、継続的なものではない。
		求人情報誌製作 会社（総務担 当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響が心配されたが、4か月経過した今現在は、特に求人数に変化はなく、序々に県外募集が増えてきている。
やや悪く なっている		—	—	—
悪く なっている		—	—	—