

・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	タクシー運転手	販売量の動き	・今月に入って、地元の祭りなどの人出が好調で、観光客も予想より多くみられた。タクシーの売上も、3か月前と比較して約20%増加しており、前年比でも約1%上回っている。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・来客数の推移をみると、5月は前年比67%、6月は前年比69%、7月は前年比約83%、8月は25日時点で前年比約99%となっており、回復傾向にある。
		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	・東日本大震災後、募集を中止していた各ツアーエージェントが募集を再開したことから、旅客数が増加している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の分譲マンションに対する購買意欲が高い。初めてモデルルームに来場してから、契約に至るまでの日数が短くなっている。また、モデルルームへの来訪者数に対する契約者数の割合も高くなってきている。これらの状況から、総じて客の商品への反応が良くなっている。
やや良く なっている		商店街（代表者）	単価の動き	・冷え込んでいた時計や宝飾品等の高額商品の動きがやや良くなってきた。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の慎重な購買姿勢は大きく変わってはいないが、季節商材を中心に少しずつ従来の水準に近づいてきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比べると客の増加がみられる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・U-15サッカーの来場者が1万人を超える規模となり、限定的ではあるが、交通機関、宿泊施設、土産等業種にかなりの波及効果をもたらした。特にレンタカー業界は前年と比較して予約件数がおよそ3割増加しており、車の回転が間に合わない店舗もあった。また、他の業種においても、商店街の祭りや歩行者天国等による集客があり、飲食店を中心に売上が増加した。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・東京方面で放射能の影響が心配されている一方で、北海道は安心して心を癒やしたいとの理由から、特に福島県からの客が大きく増えた。また、関東方面からの観光客は夏休みを長く取ったようであり、特に盆以降の客が大幅に増えている。最近2週間の売上も前年比で35%の伸びがみられた。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・27日現在、全店での売上は前年比98.7%であり、6月以降、上向き傾向にある。この3か月間の買上客数は前年比95～96%にとどまるものの、客単価が前年比102～103%で推移している。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もかなり改善されてきており、道外観光客に加えて、海外からの来道者数も東日本大震災以前の水準まで回復しつつある。今年3月に開通した駅前通の地下歩行空間の歩行者数も当初予想を上回っており、来客数の増加に寄与している。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・東日本大震災の復興復旧支援もある程度が目途が付いたとみられるなか、夏祭り等のイベントの影響もあり、修学旅行等の団体客が訪れている。消費者の意識もこれまでの自粛節約傾向から消費拡大傾向になりつつある。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・地元の行事や、盆の帰省客による来店が例年と比較して多く、前年よりも若干ながら売上が増加した。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災以降、宿泊客数が激減していたが、国内旅行者とビジネス客を中心に低単価ながらも宿泊客数が回復基調にある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行需要での春の中止分がこの秋に戻ってきている。数字もやや前年を上回る見込みである。

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
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・7月末から8月にかけて、北海道発着の航空機搭乗率は大幅に上昇している。観光需要における東日本大震災の影響からの回復は九州、沖縄などの西日本からであったが、夏場になり、北海道も急速な回復傾向がみられている。ただし、旅行形態は個人型にシフトしてきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以降、海外からの観光客がしばらくみられなかったが、8月になって少しずつ戻ってきている。タクシー1台当たりの売上も前年並みとなった。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・外国人観光客が戻ってきているため、少しずつ以前の活気があった状態に戻りつつあるという話を自営業者などから聞く。また、そのような話をする人の表情も明るく力にみなぎっている。
		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、国内客、道内客の来場者が戻りつつある。ただし、東南アジアを始めとした海外客の来場者は低迷している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・売上が前年と同じくらいまで回復をしてきている。客の生活が通常のパターンに戻ってきている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・8月は気温の高い日が続くなか、中盤に着物が少し動いたが、後半に気温がまた上昇したことで、客の購買意欲が低下しており、夏物の安い商品を買う傾向が強くなっている。
		商店街（代表者）	単価の動き	・客の様子をみても、前月又は前々月から変化がみられない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・8月下旬になり、顧客の関心がかなり秋物に向いてきている。特に主要顧客に関してはかなり高額な購買も目立つようになってきている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・例年と違って猛暑の日が少なく、盆明け以降は、一部残暑があったものの、秋の兆しもみられるようになってきていることから、秋物の動きを期待していたが、まだ動きがみられない。中元商戦に関しては、最終的には状況が厳しく、前年を下回った。
		百貨店（役員）	お客様の様子	・6～7月と若干景気の上向きが感じられたが、8月は全体的に厳しい。特に地上デジタル放送への完全移行による家電特需の終息が全体の流れを止めた感がある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・衣食住とも前年比105%前後の伸びが続いており、3か月前とほぼ同じ状態にある。これから秋に向かって天候が変われば若干変わってくるだろうが、現状は3か月前と比べて大きな変化がみられない。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・夏場の天候が例年並みだったため、客の動向も例年通りで推移している。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・毎週土日のイベントの来場数に大きな変化がみられない。客が様子見をしているように感じられる。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・業界全体としては下向きかもしれないが、スタッフ一丸での取組の効果からか、引き続き堅調に売上実績を伸ばすことができている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夏休み後半も引き続き観光客の入込がみられ、8月の売上は前年並みとなった。当初は入込の減少を心配していたが、まずまずの状況であった。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・例年8月は売上の上がらない時期であるが、全体的には前年並みの水準であった。単価を下げたメニューは満足度が高いようで人気があったが、通常価格のメニューはやはり引き合いが少なく、厳しさを感じた。中国直行便が再開したことで、市内には観光客が増えてきたが、高級店にはまだまだ足が向かないようだ。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夏の繁忙時期であるが、今年は来客数が前年比で10%程度減少している。客単価も低下している。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・道内客は堅調に推移しているが、本州方面からの客と海外からの客が依然として回復しておらず、前年を下回る状況が続いている。さらに、低単価の道内客が多く、収益面では一層厳しい状況にある。
		パチンコ店（役員）	お客様の様子	・当社の状況のほか、異業種の客の動向及び消費金額をみても、前月と大きく変わっている様子はみられない。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・建築確認申請の件数があまり増えていないため、状況は変わらない。
	やや悪くなっている	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数が前年を下回る傾向に歯止めがかからない。劇的に悪化している訳ではないが、徐々に減少幅が拡大している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食品を中心に売上の苦戦が続いている。競合店との価格競争が激化しており、来客数の前年割れが続いている。		
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・8月は前年より日曜日が1日少ないこともあり、全体的に不振である。		
		スーパー（役員）	来客数の動き	・客単価が前年比101%、商品単価が前年比99.7%、客1人当たりの平均買上点数が前年比101.1%となっており、この数か月間で大きな変化はみられないが、来客数が前年比で1.5%程度減少している。少子高齢化や人口が緩やかに減少しているなかで、ディスカウント店の増加等により、店舗数が増加しており、顧客の分散傾向がみられ、1店舗当たりの来客数が減少している。		
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・たばこの値上げ分による売上の上乗せで、客単価は引き続き上昇傾向にあるが、販売量は前年を下回っている。		
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・盆以降、急速に販売量が低下している。今まではたばこの欠品の影響で一時的に買いだめ需要も発生していたが、それも収束している。遠方の行楽地周辺の店舗の売上は低調で、東日本大震災以降の影響をきずったままである。		
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・展示会をよく開催するが、今年は来客数も少なく、客の購買量も少なくなっており、非常に苦労している。		
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・テレビ売場の客足が一気に落ちている。7月24日までの駆け込み需要の反動が出たとみられる。		
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・健康に関する物であっても、不要な物は購買を控える状況ができており、健康管理品の購買までもが減少している。		
		スナック（経営者）	来客数の動き	・すすきのへの人出は若者が多く、年配者が全くみられない状況にある。		
		タクシー運転手	来客数の動き	・電話の注文が前年並みであり、1件当たりの単価も低下してきている。全体の注文件数も前年を下回っている。		
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・スマートフォンの販売は好調であるものの、競合他社と比べて販売の伸びが低調である。		
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・円高、株安等の影響で客の消費マインドが冷え込んでおり、住宅の投資、消費に悪い影響を及ぼしている。		
		悪く なっている		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量で見ると、今月は前年比89%となっており、3か月前の前年比96%と比較して、非常に状況が悪くなっている。
				家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数が減っているなか、客単価も低下しているため、大変厳しい状況にある。
家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き			・予想されていたことであるが、アナログ放送の停波以降、テレビを中心に家電全般の需要が冷え切っている。		
旅行代理店（従業員）	販売量の動き			・8月の取扱額は国内旅行が前年比97.3%、海外企画旅行が前年比78.8%となっている。国内旅行、海外旅行とも前年を下回っており、状況は悪くなっている。		
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—		
		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・新規案件が数件動き始めたことで、受注量が増え始めている。		
		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ため、企業の収益面は厳しい状況にある。一方、外国人観光客は低水準であるが増加している。避暑目的のためか、盆期間中の来道者数も前年に比べて増加している。住宅着工戸数も低金利が追い風となって増加しており、総じて景気は最悪期を脱している。		
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・消耗資材の販売量がやや回復傾向にある。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	食料品製造業（団体役員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後に特需がみられた水産加工品の受注も以前の水準に戻ってきている。農水産物の豊作豊漁も一部みられるものの、加工原材料が高値で推移していることから、生産コストが増加している。一方、農水畜産物の食料品の放射能汚染に対する消費者の関心が強いことから、原材料における放射能の検査証明書への添付が強まっている。
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高、ドル安による経済環境の変化により、生活必需品以外の買い控えがみられるようになっている。
		建設業（従業員）	取引先の様子	・鉄骨加工業界では老舗企業が破産宣告に陥ったが、業界では秋口からの仕事が全くみられない。あっても本州の仕事であり、採算割れの価格で受注しているほどである。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・8月に入り本州の気候が不順なことから、飲料品の出荷が落ちてきている。一方、生乳は依然として不足しており、北海道からの送り込みは前年を上回って推移している。
		司法書士	取引先の様子	・東日本大震災による流通機能の停滞から脱し、回復傾向にあることから、状況は着実に良くなっている。しかしながら、景気の回復という面については、何とも言えない状況にある。
		司法書士	取引先の様子	・震災復興の遅れ、円高などの影響により、経済状況は冷えたままの状態である。新規の不動産投資や住宅着工は減少又は横ばいの状況であり、有効な対策が出ない状態が続いている。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・案件数を前年と見比べても大きな変化を感じられない。
	やや悪くなっている	金属製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・先月ぐらいから受注量が少しずつ減少してきている。
		司法書士	取引先の様子	・土地の売買、建物の新築が相変わらず少ない。
	悪くなっている	○	○	○
雇用関連	良くなっている	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・ほとんどの業種で求人数が前年を上回っている。
	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・レストランやカフェの新規開業に伴う飲食系の求人が増えている。ただ、正社員の求人は横ばい状態である。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数の動きをみても、ほぼ東日本大震災前の状況に戻ってきている。暑さの影響からか、食品小売や食品製造、それに伴う運送関連などの業種の求人も増えている。また、道外からの観光客や避暑型滞在の増加、アジア人観光客の回復に伴い、宿泊関連も徐々に復調してきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・8月の売上は前年比110.7%と、過去3年間で最高を記録した。農業関連の運輸運送が前年比138%、同じく農業関連の派遣が前年比111%で、この2業種で売上の3分の1強を占めた。ただし、医療、流通、飲食、環境衛生はいずれも前年を割り込み、特に飲食は前年比49%と大きく落ち込んだ。
	変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年から5.5%増加し、18か月連続で前年を上回った。また月間有効求人数も前年から10.3%増加し、18か月連続で前年を上回った。
人材派遣会社（社員）		求人数の動き	・求人数が少し上向いた感があるが、求職者数も増えているため、結果的に求人数と求職者数の比率に大きな変化はみられない。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・産業別の求人数にほとんど変化がみられない。	
職業安定所（職員）		雇用形態の様子	・7月の新規求人数は前年を1.5%下回った。新規求職者は前年を6.1%下回った。月間有効求人倍率は0.50倍となり、前年の0.45倍を0.05ポイント上回ったが、新規求人数のうち正社員求人数の占める割合は44.1%と低く、求人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0.43倍となり、前年を0.07ポイント上回ったが、相変わらず低水準で推移している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		学校〔大学〕 (就職担当)	周辺企業の様子	・2012年卒業生の採用活動について、東日本大震災の影響で大手企業を中心に選考スケジュールの後ろ倒しがあった時期も過ぎ、合同企業説明会や個別説明会の動きからは状況が落ち着いている感がある。こうした様子は前年とほぼ同じであるが、7月末日に開催した学内説明会における参加企業は減少した。また、説明会後の採用結果からは、企業側の採用人数、採用意欲が更に慎重になったことがうかがえる。
	やや悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・今春卒業や既卒の未就職の人からの相談が増えてきているが、それら若年者を採用できる求人は少なく、また、本人の就職する意欲も低い。さらに、パート求人が減少傾向にあるなかで、求職者の希望職種は事務職が多くみられるが、ここ数年、企業内の事務部門の求人は減少しており、雇用のミスマッチの状況が続いている。全体的に雇用環境は改善していない状況にある。
	悪くなっている	—	—	—

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・夏祭りや当地を訪れた客からは、観光するなら被災地に行きお金を使いたいという声が多く聞かれる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上、来客数、単価共に増加している。特に買上点数は、震災があった3月を除けば過去3年間で最高値を記録している。暑かった前半に比べ、後半は天候不順に見舞われたものの、日中の減少分を夜間の売上増でカバーしたため、数字上の減少は見られない。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・夏場の繁忙期において季節商材が良く売れ、売上が前年比をクリアしている。たばこの値上げ効果も大きい。
やや良くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比べれば、景気は多少良くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・団体客が減少しているものの、個人客が増加しており、各商店の売上は堅調となっている。
		百貨店（企画担当）	単価の動き	・海外ブランド品が先月に引き続き好調である。先月は隣県からの客が買い求めに来ていたが、今月は地元客やフリーの客も増えてきている。また、盆から展開しているランドセルは前年に比べ動きが早くなっている。全体的には、来客数は前年並みに回復しており、加えて海外ブランド品が好調に推移し客単価の押し上げにつながっている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・月初から夏物セールが好調に推移している。セール向けの商材不足も再三の値下げや商材の追加投入に加え、晩夏や初秋物の定価品でカバーし、婦人服は前年比104%となった。価格にシビアな客も、お得になった夏物セールへの反応は最後まで良かった。また、催事場で開催した秋物先取りバーゲンも、どのアイテムも40～60%オフと破格値で提供した結果、残暑の厳しい時期の開催にもかかわらず客の反応は高く、レザーや毛皮など重衣料の売上が大きく伸びている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、来客数、売上、買上点数などすべてで前年比10%程度の伸びとなっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年並みであるが、客単価は前年比110%となっており、特に家族連れの買上点数が増えている。また、商品動向としては、日配商品やファーストフードなどすぐ食べられるものが売れている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・夏の暑さも一服し、クールビズ需要は落ち着いた感があるが、東日本大震災の影響で、盆用に初めて礼服を作る若い客の来店が見られ、そちらが好調となっている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・復興需要により、来客数が増加している。

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
		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間際の駆け込み需要で、例年のない活況を呈していたが、今年はメーカーの生産供給が回復してきているものの、前年比15%程度の減少となりそうである。新車販売に関しては個人来場者も着実に戻りつつあるが、商談姿勢は慎重である。また、車種別にはエコカー、低燃費車、低価格車が受注の中心である。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響で販売量がほとんどなかったため、その頃と比べれば少し良くなっている。
		その他専門店 [酒] (経営者)	お客様の様子	・例年は7月からギフトが動くが、今年は互いに様子を見ながらという雰囲気があり、盆直前頃からギフトが動き始めている。また、他県の被災者が多く転入していることから、他県ナンバーの車で来店する客も多く見られる。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前よりは景気は上向きになっている。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災に関係した遠くからの見舞いや慰霊のための同級会の集まりなどがあり、前月に続いて、入込は前年比約20%増となっている。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・自粛ムードもなくなり、いろいろな面で明るくなった様子がうかがえる。ただし、本来の観光等を目的とする客はまだまだ少なく、東日本大震災の復興関係の客が多くなっている。
		都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・震災等の影響で異動が8月にずれのため、月遅れの歓送迎会が入ってきている。また、送別会及び歓迎会に代わるものとしての宴会が入っている。そのため、数字が伸びている。宿泊に関しては、盆過ぎから入りが若干悪くなっている。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・夏祭りを見に訪れる客は前年より減少したものの、客室は満室となっている。加えて、プロ野球や各種スポーツ大会の開催があり、関係者などで宿泊は上々となっている。ただし、一般宴会は伸び悩んでいる。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・引き続き、震災復興支援のイベント開催での利用がある。また、宿泊、レストラン等も客数、売上共に前年を上回っている。
		旅行代理店 (従業員)	来客数の動き	・来客数がかなり増加しており、個人旅行の売上高は前年比110%となっている。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響も落ち着いてきており、景気は上昇傾向にあるものの、依然として景気が良い状況とはいえない。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・当県で月初に発生した豪雨の影響で、携帯電話が使用不能になった人が多く来店し、販売量が増加している。
		観光名所 (職員)	来客数の動き	・5月の来客数が前年比30%強であったのに対し、8月は90%まで回復している。3か月前より景気が良くなっているとは感じるが、川下り事故の影響も若干出しており、100%まではなかなか戻せない状況となっている。
		遊園地 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響に加え猛暑、節電などで回復の足取りは今一つである。盆の帰省客需要もさほどではなかった。猛暑で悪かった前年と比べても95%ほどであるが、見込んでいた数字は上回っている。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・キャンペーンによる特別価格で提供していることもあり、単価は下がっているが、新規の来客数が前年比106~110%の間で推移している。
		その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・夏休みや夏祭りで自粛ムードが解消され、人の動きは活発になってきているが、広告への反応などはまだ弱い。
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・物流の動きがほぼ正常化し、止まっていた新規受注顧客の動きが良くなってきている。また、じわじわとではあるが不動産の動きも良くなってきている。
変わらない	商店街 (代表者)	販売量の動き	・東日本大震災後の特需が続いており、生活関連物資を扱う店は順調で、低価格の飲食店も業績は良好である。反面、高額商品を扱う店は苦戦が続いている。	
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・今月は平泉の世界文化遺産登録に加え、夏祭りやインターハイなど大きなイベントが開催され、観光客の入込を期待したものの、にぎわいは今一つである。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	単価の動き	・消費マインドは一層シビアになってきているように感じる。スーパーなどでも、ポイント付加セール以外の日常の売上については厳しさが増している。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	来客数の動き	・希望が見出せるような状況になく、悪いまま変わっていない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数及び1日当たりの平均売上は一進一退が続いており、東日本大震災後の落ち込みから回復していない。
		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、低価格志向が続いており、高額商品の動きが鈍い。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数の増加が全体にプラス効果となり、売上は引き続き好調である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月も引き続き特需が続いている。特徴的な点としては、盆期間の売上が例年になく好調で、帰省客の増加もあり、食料品を中心に地場産品の土産品の売上が増加している。また、盆提灯や線香、ふくさ、念珠など盆関連商材の売上も増加している。
		百貨店（経営者）	単価の動き	・3か月前と同様、食品の客単価が前年より下がっており苦戦している。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・セールによる動員に前年ほどの好調さはない反面、定価品への関心が非常に高い。なかでも、盆を中心に行ったキャンペーンの反応が良くなっており、売上を伸ばしている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・中旬以降、真夏の暑さから急に涼しくなり、雨の日も多かったことから、夏物商材の動きが止まっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・風評被害で牛肉の消費低迷が続いている。また、桃など被災地の産品を避ける傾向が強くなってきている。一方、22年度産米の売行きが良い。いずれも、食品の放射能汚染問題の影響によるもので、マスコミの報道により消費者の購買行動は左右されている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降の来客数の推移は、依然前年を上回っている。特に夕方の来客数が増加している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・全体的には若干の改善傾向といえる。来客数は微増で、売上も前年をクリアしているが、たばこ増税による部分が大きいことに加え、震災で中小の商店が廃業に追い込まれたことによる特需も背景にある。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・復興需要により来客数が依然として増加している。天候にも左右されるが、商品全般の動きを見ると、一部商品を除き、特別に良いというわけではない。安定して売れている印象はあるものの、震災後の商品供給が安定した頃と比較してもそれほど変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・商品の供給体制が被災地優先のため、商品の遅延が依然として続いている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数は増加しているものの、販売単価及び売上は前年を大きく下回っている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の供給体制が回復しつつあり、春からの受注残の解消は進んできているが、店頭来場数及び注文数が減ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・円高、株安、震災、政治などの様々な要因による不安感から、業界全体が伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比80%程度で芳しくない。集客イベントを行っても期待したほどの反応が無く、苦戦している。販売は受注残もあり比較的好調ではあるが、サービス部門は前年に比べ大幅に落ち込んでいる。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・販売促進用のチラシをまいているが、客足はなかなか伸びない。震災の影響で懐が寒いままで、耐久消費財に目が向かないようである。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	来客数の動き	・客は必要品は購入するが、来客数が少ないため、売上の増加には至らない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	お客様の様子	・震災関係で忙しくしている商店や企業も見られるが、いまだそうでない人も多く、厳しい状況は変わっていない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・回復基調に思えたが、7月後半に食品の放射性汚染問題が取りざたされ、食品、特に国産牛肉への風当たりが強くなったため、消費が落ち込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・観光地や飲食店等の地元常連客を中心に客足が戻りつつあるようだが、動きとしては単価の安いものがほとんどであるため、東北以外の地域への販売活動に注力している。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の観光需要の落ち込みと、前年の猛暑による反動から、販売量は前年割れとなっている。それをカバーするため価格を下げる動きが出てきており、販売減と収益低下のダブルの影響が出てきている。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・震災の復興需要で経営は良くなっているものの、ガソリンは市場が不安定になっており、買い控えや数量限定、1,000円や2,000円といったように金額を決めて購入する客が増えている。
		高級レストラン （経営者）	お客様の様子	・長期不況になる前との比較では良くなっているとはいえないが、東日本大震災後の最悪の状態からは脱し、前年比でも良くなりつつある。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・一時良くなってきたように感じられたものの、ここにきて息切れしてきており、安定しない低調な雰囲気が続いている。
		都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・盆中心だった帰省客も、今年は震災の影響が各週に分散し、滞在日数も長くなっている。それに伴い、各レストランは昼夜共にファミリー客が目立ち、好調である。反面、この時期ピークとなる宿泊部門は前年を下回っており、一般宴会も予想以上に伸びが悪くなっている。
		タクシー運転手	単価の動き	・より安い車を探して乗っている様子がうかがえる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・依然として客足は悪い。東日本大震災以降、復興応援のために他県から来ている人は多いが、その人たちは近くのホテルを利用しており、タクシーを利用しない。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・順調に伸びていた携帯電話の需要も、今月に入りかなり鈍化してきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・売上が伸びていない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・経費削減への意識の高さはあるものの、設備投資に関する意欲があまりうかがえない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規投資について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	・客との商談から好感度は依然としてうかがえない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災から半年近くが経ち、日常生活においても節約することが一般的になったため、消費の低迷が続いている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・相変わらずまとまった仕事の話が出てこない。住宅関係の仕事はあるものの、資材調達の関係か施工開始までに時間が掛かっている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	お客様の様子	・業界では職人の不足が深刻で、現場が回らない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・4～7月は明らかに復興景気と思われる消費の伸びが見られたが、今月、特に盆過ぎくらいから景気に減速感が出てきており、その傾向はすべての業種で見られる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きが今一つである。ポイントを2倍にしたりセールを行えば良くなるが、そうでない日の特に平日の売上が厳しくなっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・例年だと今の時期に出る祭りの関連商材は、中止等により動きが悪い。また、暑い夏にもかかわらず、季節商材の販売も不振となっている。
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、人の流れや集まる場所、買物する場所などが刻々と変化しており、客数が減少している。震災関連のイベントなどは仙台で開催されるケースが多く、直接被災していない当地域での集客は厳しい。取引先の販売場所や商品の流れも同様に特定の場所に集中しており、コスト削減のため集約の動きがある。
		百貨店（経営者）	単価の動き	・高額商品の売上が伸びない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営者）	単価の動き	・前年より猛暑日が少なかったためか、飲料やアイスが前年をかなり下回っている。また、牛肉も前年を大幅に下回っている。震災の見舞い返して低価格のギフト需要は好調だったが、マイナスをカバーできるほどではない。一方、故郷への帰省客が増加し、販売点数及び来客数は伸びている。ただし、小麦粉や油の値上げがあるにもかかわらず、平均単価は前年を割っており、前年比の伸び率は先月よりもかなり鈍化している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・真夏日が12日間続くも、盆明け後、急に涼しくなると同時に消費者の財布のひもも急速に固くなり、景況感も悪くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食品の放射能汚染問題による風評被害で、国産牛肉及び農産物の売上も産地によって販売不振が続いている状況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数及び販売量が落ち込んでおり、結果的に客単価、売上共に減少している。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・農畜水産物への放射能汚染問題の影響で、販売量が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・盆明けから気温の低下と天候不順が続いたため、売上は下降傾向にあり、アイス、飲料などは前年を大きく下回る状況である。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・盆を過ぎてから、消費に対してやや慎重になってきている様子がうかがえる。より安価なものを求めるようなデフレの傾向が出てきている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・中旬以降は涼しくなってきたため、来客数は急減し、夏物バーゲンの売上が落ちている。例年なら秋物が動いてくる時期だが、今年は動きが遅い。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所事故による放射能の影響を懸念し、当地を離れて夏休みを過ごす人が増えたことにより、来客数が減少している。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・夏物処分は最終になり、動きが止まっている。秋物も入荷しているが、気温がまだ高く出足は悪い。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年と比べ気温が低いため、夏物礼服の購入客が減っている。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・天候不順のため、季節商材ではアパレル商品が不調で、夏物処分にも影響が出ている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送へ完全移行し、集客、販売数量共に落ち込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・夏祭りや盆期間の休みで稼働日数が少なかったこともあるが、購入意向のある客が減少傾向にある。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の発生による仏具等の小物の特需は、今月に入り下火になってきており、震災関連の売上は減っている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・今月は盆休みがあったため、稼働日数が少なく品物も動きがない。また、夏物はほとんど終了しており、注文が入っても納品できないものが多い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、前月までは忙しい日が続いたが、今月は来客数、売上共に若干落ち込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・震災復興に関連した特需はなくなっている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・直接被災していない当地域の生活は正常に戻っているものの、各家庭で節約意識が高まったのか、消費意欲が低下している。
		観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災による会社の減収のため、一時的に従業員の給料を下げている。売上はこの3か月で前年比を上回るまでに回復しているが、減俸措置は継続している。また、同業他社との競争が激しくなっており、商品の利益率は悪い。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ビヤガーデンは5千円で食べ放題飲み放題のため、大変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。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・雇用不足と原発の影響で農産物が安くなっており、生産者の収入が減少しているとの声が聞かれる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品のスマートフォンが盆商戦に合わせて投入され、個人需要は例年の販売台数を確保したが、法人からの引き合いは期待を下回っている。また、震災特需も終わり、販売量は3か月前より落ちている。

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	商店街（代表者）	来客数の動き	・先行きへの不安から、お金を使わず貯める傾向がうかがえる。	
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・前月が夏を先取りするような暑さだったことによる反動か、落ち込みが非常に厳しくなっている。	
		スーパー（販促担当）	販売量の動き	・放射性物質の拡散による風評被害で、桃など旬の果物の販売量が前年比15%減で、牛肉も出荷停止の影響から同20%減となっている。	
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所事故の影響で帰省客も例年より少なくなっている。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客がないどころか、電話が鳴らない日もある。	
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前年同期比や先月比でみると、月を追うごとに悪くなっている。	
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で低下していた売上は少しずつ回復の傾向にあったものの、今月は前年比30%減となっている。	
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・先月末までは2次避難所として長期滞在の被災者がいたが、仮設住宅等に移住したため収入が大幅に減っている。都市部のホテルなどは復興需要で満室状態だが、ビジネス客が少ない山間部の温泉は夏休みにもかかわらず観光客が激減している。牛肉等から放射性物質が検出された問題で、家族づれなどが敬遠している。	
企業動向関連	良くなっている	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月に入り、自治体、民間企業発注の瓦れき処理業務、災害復旧工事の受注内定が拡大している。	
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏祭りの人出が前年より少なかったこともあり、開催期間中の土産需要は厳しかったものの、県外からの注文が多く、前年を上回る見込みである。	
	やや良くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の価格に下げ止まり感が出てきている。	
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・震災復旧関連の需要が継続しており、他の支店からの応援社員等で対応している。	
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物量はやや持ち直しつつある。	
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コスト削減より、先行投資による販売戦略を重要視し始めている。	
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・各自治体からの引き合いが増加しており、ようやく方向性が見えてきた感がある。民間においては大分発注が戻ってきたものの、前年比で8割ほどである。	
		公認会計士	取引先の様子	・4月以降、小売業、建設業等のクライアントの業績が前年比で上向きが続いている。	
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・酒類の販売も順調に推移している。県外からの県産品への支援特需も、若干落ち着いたものの継続している。また、復興関連事業者の滞在により、市内繁華街では居酒屋等の飲食店が好調となっている。	
		変わらない	農林水産業（従業者）	それ以外	・農機用のガソリンや、穀物乾燥用の灯油の価格が上がってきている。
			繊維工業（経営者）	取引先の様子	・極端な円高の影響や天候不順により、店頭での売行きはあまり良くない。
			出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・復興がらみの冊子や祭り関係の受注があり、売上が若干増加している。
			一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車メーカーの生産がやや回復傾向にあり、自動車部品についても多少は持ち直しているものの、現状の円高水準ではどうにもならない。
電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子		・復興景気で受注の多い企業がある一方、やっと操業を再開できた企業があるなど、取引先の状況はさまざまである。		
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き		・住宅エコポイント制度の締切で駆け込み需要が多く、現在、仕事量はあるが、資材価格の高騰などで利益が非常に少なく、景気が良いとはいえない。		
金融業（営業担当）	取引先の様子		・東日本大震災の影響は落ち着いてきているが、その後の大きな需要もなく、良くなっているとはいえない状況である。		
金融業（広報担当）	取引先の様子	・今月は祭りの時期でもあり、景気浮揚効果を期待していたが、結果としては東日本大震災の影響がまだあるのか、期待したような効果が得られていない。			

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		広告業協会（役員）	それ以外	・復興関係でマスコミ広告は良くなってきているが、今後の出稿状況を見ると芳しくない。特に自動車関係はメーカーの在庫不足などにより、広告が抑えられている。また、住宅関係も受注残を抱え、広告の出稿を見合わせている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・当県の特産品をめぐる復興支援イベントも、そろそろ役割を終えつつある。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・盆、夏休みの時期であり、復旧復興に対する取り組みも一時休止状態のところがあるが、計画が進んでいるところではコピーの需要が出てきている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・大手のハウスメーカーと比べ、地場の工務店は受注量が減少している。特に東日本大震災の被災地においては顕著である。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・通常便の出荷に加え、チャーター便で対応するなど忙しい会社がある一方、業種が同じでも受注がピーク時の30～40%減となっているところも見られるなど、会社によって景気の状態が違っているようである。
	やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で6、7月くらいまで見られた見舞い返しやボランティアの人たちの食事及び土産購入による特需が全くなり、景気はやや悪くなっている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・上旬から中旬にかけて暑さが厳しかったため、消費が減退している。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費の回復が見られない。業務店も一時は震災特需などがあり回復しつつあるかに見えたが、ここにきて伸び悩んでいる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	取引先の様子	・東日本大震災に関連した仕事の一部で発生しているものの、全体的には通常の仕事の受注が先細りになっている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・大口顧客から大幅な値下げ要請が出てきており、猶予がならない状況である。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・今月に入り、取引先の小売店が5店廃業している。景気は悪くなっている。
		金属工業協同組合（職員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、部品の調達先が国内から海外へ移ったまま戻っていない。
	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	・例年8月は農家にとって最も収入の多い月であるはずが、福島第一原子力発電所事故による風評被害が甚大であり、桃の販売価格は例年の6割、贈答用の注文数は1～2割となっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災や円高の影響により、製品価格が低下している。
	雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き
人材派遣会社（社員）			求人数の動き	・飲食店や販売店で、パートやアルバイトの募集が増えてきている。
やや良くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・保険業界からの新規引き合いが堅調となっており、外資系からは1千万円の受注を獲得している。3か月前よりはやや良くなっている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・3か月前と比べれば仕事は格段に増えているが、通常よりは依然少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・一時期の京阪を中心とした求人のオファーは、夏休み以降、減少傾向にある。ただし、震災直後よりははるかに良く、求人数は上向いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・夏らしい気温の高い状態が続いたため、季節商材の売行きも良く、飲食関連サービスも手ごたえがあるようである。東日本大震災の被災地においても、仮設住宅がほぼ予定どおり完成したことで、一定の安心感が広がり、落ち着きを見せ始めている。被災企業も各方面からの支援を受け、徐々に一部稼働を始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・節電は浸透し、東日本大震災後の自粛傾向も薄らいできており、3か月前より消費マインドは上向いている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業の一部では、事業の拡大に伴い派遣から直接雇用に切替えたため、求人数が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率は低いものの、新規求人は増加傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・復興関係の求人を中心にフルタイム求人が増加している。最近では沿岸地域での業務開始に伴う求人もあり、3か月前と比べ求人活動は活発である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・企業は半期を迎えるにあたり、震災後、臨時的に延長していたスタッフの契約を終了している。後任も補充されないため、純減が続いている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災の直後に比べ、求人数ははるかに増加しているものの、職種や内容については非正規案件も多く、景気の下支えになっている様子は依然としてうかがえない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・唯一、介護職員の求人だけは多いが、新聞の求人広告件数は相変わらず低調である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業で震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で4か月連続の増加となり、月間有効求人数も4か月連続での増加となっている。有効求人倍率はわずかずつだが上向きで推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規学卒者を対象とする求人が前年同期比で大幅に減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人の増加基調は継続しているものの、伸び幅が鈍化している。新卒求人も前年とほぼ水準で推移しており、明るさは見られない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加しているものの、増加幅が小幅となりつつある。また、有効求人倍率は依然低迷している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年比で増加しているものの、正社員の求人は少ない。また、業種によるアンバランスが見られ、依然としてミスマッチが続いている。
		やや悪くなっている	—	—
	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	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上が前年比106%、3か月前と比べても115%と好調である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災による影響で安近短の傾向となっているのか、猛暑のためなのか、県外客が前年より更に多く来店している。地元料理やうなぎ料理等の需要により、来客数、客単価共に伸びている。
やや良くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・例年、盆を中心に忙しさが集中するが、今年は夏休みの分散、長期化のためか、忙しさに山がなく平均している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・通常なら、東北方面に行く夏休みの夏季合宿や林間学校が当地に変更になり、ホテルや旅館などから注文が殺到している。これも特需の一つである。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・市街地でイベント等があり、そこへ集まる客の集客率が上がっている。また、街道にあるコンビニなので客数が増えている。どちらも夏休みの影響だと思われる。
		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でメーカーの生産も回復していなかったため、それと比べるとやや良くなっている。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、宿泊予約がしばらく伸び悩んでいた状況から、この夏の旅行控えを懸念していたが、7月中旬から夏休みの予約が増え始め、結果的に前年並みか多少良い状況になっている。
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の悪い影響も一段落した感がある。携帯電話関連はスマートフォンの販売が依然好調である。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前年に比べるとまだ厳しい状態であるが、東日本大震災後は来園者が大幅に減少していたことを考えれば良くなっている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が残る3か月前に比べ、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ものの、前年実績並みに戻りつつある。

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
		その他サービス [立体駐車場] (従業員)	単価の動き	・乗客数は依然横ばいであるが、単価の動きは前年比で約4%、3か月前と比べても3%ぐらい上昇している。
		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	・客の残業時間が非常に多くなっている。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・別荘の販売案件が増加している。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・当地域では、東日本大震災以降落ち着きを取り戻しており、少しずつではあるが客の積極的な動きがある。企業からも慎重ではあるものの動きが出てきており、福島や宮城から栃木や埼玉へ工場などの拠点を移動することも検討されている。
	変わらない	商店街(代表 者)	競争相手の様子	・大型店のテレビコマースが始まり、早くもランドセル商戦がスタートしている。客が大型店から回ってきている。
		一般小売店[精 肉] (経営者)	お客様の様子	・各地で納涼祭が開催されたが、今年は雷雨があつて散々である。また、暑さも格別であるが、節電ということもあり、出歩いたり買物をしたりすることが控えられている。
		一般小売店[家 電] (経営者)	お客様の様子	・地上デジタル放送への移行も収まり、商品の動きも緩やかである。秋冬商戦に向け仕掛けを講じても客の反応は鈍い。
		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・乗客数が若干前年を下回っているが、売上は前年を上回っている。盆前の贈答品を中心とした好調さから食品は前年を大きく上回り、全体的な売上は好調であるものの、衣料品などの回復が見られず、食品以外は前年を下回っている。
		百貨店(販売促 進担当)	販売量の動き	・基本的には通常と変わらない。群馬デスティネーションキャンペーンを開催中で、県外からの客数増、売上増を期待しているが、全く売上に寄与していない。9月いっぱいキャンペーンは終了する予定だが、地元小売業にとっての効果には疑問が残る結果となりそうである。
		百貨店(販売促 進担当)	販売量の動き	・晩夏、初秋物の子ども服やランドセルの早期受注品など一部好調な商品もあるが、ファッション全般は不調である。現状、初秋商材に目立った動きはない。
		百貨店(店長)	来客数の動き	・天気や気温、店内のイベントやセールなどが、以前に比べ来店数や売上の動きに大きく影響している。
		スーパー(経営 者)	それ以外	・消費意欲が依然として低下している。
		スーパー(統 括)	来客数の動き	・節電対策で盆休みが例年よりも分散化したために、ピークは前年を割り込んだが、期間全体では客数増となっている。消費意欲に減退感を感じられないが、農産物、牛肉などの産地表示に対する意識が強まり、一品一品確認しながら買物をする客が増えている。
		コンビニ(店 長)	販売量の動き	・3か月前に比べて若干客数は伸びているが、客単価が下がっている。売上は戻ってきているが購買力が落ちているため、特別大きな変化はない。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・決算月で婦人服バーゲンを開催したが、被災した東北地区の縫製工場の影響で各メーカー共に品薄状態が続いたこともあり、来客数が減少している。
		乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・車検及び修理は順調に依頼がある。車両販売は東日本大震災以後、メーカーからの新車供給もほぼ正常化してきたものの、まだ様子をうかがう客が多い。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の被害等に関係する取引先は落ち着いてきているが、福島第一原子力発電所の状況が依然として不透明のため影響を受けている客もおり、厳しい状況で全体的に販売量が増えていない。
		乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・今までは自動車1台に対していろいろな付帯を付けていたが、ここ最近、フロアマットやサイドバイザーなど最低限の物しか付けない客が増えている。車は欲しいが余分に出すお金がないので、余分な物は付けないという傾向にある。
		乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・新聞折り込みのチラシ等でミニ展示会の告示をしても、ここ2~3か月は来客数が極端に減りもしないが増えもしない。従来の客が半分義理で来ているような形なので販売につながらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・周辺の交通量や乗客数、購買量、いずれもあまり良くない。	
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数は安定しているが、買上点数、単価が下落傾向にある。	
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客数も単価も変わらないため、売上が伸びない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東北地方で予定されていたいろいろな大会が長野方面で開催されたため、飲食関係、宿泊関係共に伸びている。	
		旅行代理店（所長）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の問題が一向に改善しないため、夏季のピークにもかかわらず、盆の一時期以外は客の動きが思いのほか悪い。	
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で取消又は延期になっていた旅行が、秋の受注に回り始めている。夏休みの駆け込み需要は前年より悪い。	
		旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・販売量が増加してきている。	
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・たとえ良いものが安くても、今どうしても必要な物でなければ買わないという意識が強まっている。	
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災後5か月を過ぎ、一時落ち込んだ仕事も元に戻りつつある。以前より仕事が増えてきている会社もあるが、これが本来の姿であると信用できないため、消費の増加には結び付かない。	
		ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・客に生産関連の会社が多いため、平日が休みで土日に出勤するという生産体制に入ったことから、全体の客単価が低下している。	
		ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・来客数は全く変わっていない。今後はどのような状況になるか、不透明な部分がある。	
		競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者数、購買単価共にほとんど変化が見られない。	
		その他サービス〔清掃〕（所長）	それ以外	・食品の放射能汚染問題の報道は、食料品の購入にあまり良い影響を与えていない。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新たな依頼が少なく、次の仕事までの間隔が長くなっている。	
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・節電の影響で客の休日体制が変わったため、なかなか打ち合わせの日程が合わず、先に進めないのが現状である。	
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・3か月前とほとんど変わらないが、仕事の内容はともかく、客から依頼や照会、相談などが来始めている。	
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・依然不動産の引き合いの問い合わせ等がなく、物件等がさっぱり動かない。	
		やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・8月に入っても売行きは全く良ならず、バーゲンの盛り上がりも期待外れに終わっている。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・昔は学校が夏休みでも、地域の盆行事でいろいろな競技大会や登山などが結構あったが、今はそういうものがほとんどなくなり、学校が休み中は客が大幅に減少し、厳しい状況である。
			一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行が一段落し、盆過ぎの一時的な冷夏の影響で夏物の動きも止まっている。
百貨店（営業担当）	来客数の動き		・購入率が下がっている。		
百貨店（営業担当）	来客数の動き		・このところ暑い日が続いたり寒い日が続いたり非常に天候不順であり、大型催事があってもなかなかシャワー効果がない状況である。		
スーパー（総務担当）	来客数の動き		・東日本大震災後の特需が終わり、7月の猛暑と節電効果で伸びた売上も落ち着いている。夏物商材は7月に売れた分、落ち込んでいる。		
スーパー（総務担当）	販売量の動き		・天候や気温の影響で、衣料品や生活雑貨の動きが悪く、食品もそれほど良くないため、全体的に8月は悪くなっている。		
スーパー（経営企画担当）	来客数の動き		・6月以降、客数、買上点数共に低迷している。期待した旧盆商戦も不振である。		
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子		・商店街の店の数が非常に減っていることもあり、客がなかなか出てこなくなっている。		
衣料品専門店（店長）	来客数の動き		・暑い日が続いた時と涼しい日が続いた時の差が極端だったため、来客数が前年より約10%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
		衣料品専門店 (販売担当)	お客様の様子	・乗客数そのものの減少はもちろんだが、来店した客の様子を見ても買物しようという意識になっていない。先行きの安心感がないというのが根底にあり、金額的に安くても手を出さず、見て満足したり自分に言い聞かせたりというような雰囲気が続いている。8月は暇な上に、戻り梅雨など自然現象も影響し、どうも客に活力がない。
		住関連専門店 (仕入担当)	販売量の動き	・8月前半は順調であったが、企業の休日の関係で盆休みが分散し、盆期間の売上はあまり良くなかった。特に、ビーチ関連のレジャー用品の売上は前年を大きく下回っている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後、客の来店頻度が低くなり、回復しない。夏休み中なのに家族連れ客が増えない。
		スナック (経営者)	来客数の動き	・落ち込み方が緩やかになってきているような気はするが、まだ落ち続けている。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・自動車産業の下請、孫請への締め付けが厳しく、来客数の動きが悪くなっている。
		都市型ホテル (支配人)	お客様の様子	・今年の夏は海水浴客が前年比8割減ということで、海水浴などの行楽客激減が続いている。復興のための客が若干あるだけで本来の観光客、ビジネス客共に低調のまま推移している。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・個人消費は回復してきているが、団体客はまだ先が見えない。また、修学旅行などで旅費積立ができずに不参加になる生徒が多くなっている。
		タクシー (経営者)	お客様の様子	・自粛ムードを引きずったまま不景気になっており、前年同月と比べて16%の減少である。
		通信会社 (局長)	販売量の動き	・販売に苦戦している。地上デジタル放送への切替えも終了し、客の動きも落ち着いてきている。
		通信会社 (営業担当)	来客数の動き	・アナログ放送終了の影響を受け、客の動きが鈍く、来客数が減少している。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	来客数の動き	・8月に入り、客数の前年比での伸びが7月までと比べ10ポイントほど鈍化している。盆休みが分散したために、例年の夏休みと比べて3世代のファミリー客の入店が少ない。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・盆までは忙しく、盆過ぎからは雨の日が続いたため来客数が減少し、1週間のうち2～3日は客が入らない日がある。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・暑くて客が6人しか来ない日もある。髪を切るより家でじっとしている方が良いと思うのか出足が悪く、売上に影響している。
		設計事務所 (所長)	お客様の様子	・先行きへの不安から新規事業の計画を中止した客がいる。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・地価はいまだに横ばい又は低下しており、底値感はあるものの、業者としては仕入れに不安が残る。地主が地価低迷により手放すことをちゅうちょしていることも多い。円高株安、政局不安と先行き不透明感があり、購入意欲についても判断が遅れる状態になってきている。
	悪くなっている	一般小売店 [衣料] (経営者)	販売量の動き	・当地域は観光地であるが、東日本大震災以降、福島第一原子力発電所の問題もあり、全く人が来ない状況が続いている。客が来ないと私たち小売業にお金が入らないため、営業ができない。
		一般小売店 [青果] (店長)	販売量の動き	・東日本大震災以降、本当に必要な物以外は買わなくなっている。
		家電量販店 (店長)	それ以外	・7月24日の地上デジタル放送移行に伴うテレビの買換え特需が終わり、テレビが大きく前年割れとなっている。また、猛暑が一段落し、エアコンなど季節商材の売上も一段落してしまっている。
		高級レストラン (店長)	販売量の動き	・福島第一原子力発電所の事故の影響により、例年多く見受けられた関西からの観光客が激減している。売上も前年比で30%低下している。
		スナック (経営者)	お客様の様子	・40年やっているがこの8月は最悪である。もう限界かもしれない。
		スナック (経営者)	来客数の動き	・例年8月は暇な月ではあるが、今年は見事に売上が半減している。
		通信会社 (経営者)	販売量の動き	・いつまでも東日本大震災の影響とは言いたくないが、当県の中小企業や商店は、世の中が動かない状態で広報をしても経費ばかりがかさむと判断しており、一切受注につながらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
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）	受注量や販売量の動き	・自動車を中心として東日本大震災後止まっていた仕事、上期の遅れを取り戻そうと本格的に動き出し、忙しさが増している。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が少しずつ薄れ、3か月前と比べ、主力自動車メーカーからの受注が増加し、9、10月に向けた在庫積み増しのためフル稼働状態である。ただ、節電の問題で非常に困っている。
	やや良くなっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・リゾートホテルでの夏休みものづくり体験工場の来客者数が予想をはるかに上回っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災被害により部品受注が増加している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・小口や試作品等、多岐にわたるが、安定した受注が入っている。周りの精密加工関係も多忙な様子である。
		金融業（役員）	取引先の様子	・長く低迷していた不動産取引において、7、8月と連続して利回り物件への投資がみられ、やや景気の回復感がうかがえる。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・当地域内の観光地はトップシーズンで客足が伸びている。また、東日本大震災後、客足が戻りつつある。
		金融業（調査担当）	受注量や販売量の動き	・製造業の水準はまだ低い、サプライチェーンの回復により受注は増加し始めている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	それ以外	・地元一般広告やミニコミ誌の広告は前年比90%前後、チラシ出稿量は99.2%と横ばい状態である。新聞本紙の求人広告は増えている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・東日本大震災直後より人の動きは良くなってきており、売上や受注も多少戻ってきている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災後の状況として少しは良くなっているが、業績は7～8割程度の回復で止まっている。自動車関連の下請企業の一部で受注が増えているところもあるが、食品関連や飲食業、宿泊業等の観光関連業種はまだまだであり、建設産業、下請製造業などは業績が2極化している。
変わらない		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年比、前月比共に大きな変化が見られない。
		食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子	・同業者と比べても、当社はそれほど落ち込んでいない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・被災地に関係する製品が多少動いているが、明るい見通しに結び付かない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・親会社10数社を見ても、受注量、販売量等があり、それなりの売上を確保できる仕事量がある。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・フロンガス回収機の納期や工事は期末の影響を特に受けないため、特段変わりはない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・今年の夏は節電ということで扇風機等の荷動きが5割増となっている。冬物家電へと移行するなか、同様に石油ストーブやこたつの動きも良い状態である。しかし、運賃単価の値上げは現状避けられており、物量に対する利益が薄くなっている。
		不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・節電意識が浸透し、照明や空調に掛かる電気量や水道量が減少したために経費が削減できている。ただし、メンテナンスに掛ける経費を、頻度を減らすことなどで削減したいというオーナーからの要請もあり、受注額も減少している。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・あまり良くない状況が続いている。
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・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（営業統括）	受注量や販売量の動き	・夏休みに入り工場の見学者数は増加しているが、急激な円高の影響で輸入ワインに押され、売上高は伸び悩んでいる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比で約2割減少している。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・利用者の廃業の話が同業者間で度々出てくる。業界の回復が非常に遅れている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると、自動車関連は忙しくなりつつあるが、ほかの受注が伸び悩み、頭打ちという状態で売上が落ちている。この先どう動くか見えないので、非常に困っている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月以来仕入調整でやりくりしてきた問屋筋も少しずつ仕入をするようになってきている。しかし3月比で25～30%近い金地金の高騰、ダイヤの値上がりで新作物の価格が合わず、本格的な仕入は行われていない。
	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（管理担当）	周辺企業の様子	・先月末から自動車関連の派遣の仕事が急増している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・7、8月は思ったより伸びなかった。8月前半は盆休みなどもあり製造工場等の稼働が非常に悪かったが、後半は電子関連、自動車部品関係での募集が出て持ち直してきている。介護関係の職員、サービス業、食品関係等は依然活発な動きが見られる。
		求人情報誌制作会社（経営者）	求人数の動き	・今月は掲載企業の募集が多少多く掲載されたが、福祉、サービス、夏季商戦の商業店舗のパートやアルバイト募集が多く、工業、建設などの募集はほとんどない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業所からの情報等によると、忙しくなっている業界と依然停滞したままの業界がある。総合的に見ると変わらない。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・前年同期と比べて新規求人の申込は増えているものの、求職者が望む正社員求人の伸びは鈍く、就職者数の増加につながらない傾向にある。求人申込みの期限切れを更新しているような、新鮮さに欠ける募集内容が目立っていることも応募に結び付かない要因となっている。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・前年度に比べて紹介件数は減少しているが、当所管内の大部分が災害救助法の指定地域であり、被災者雇用開発助成金を利用する求職者が多いため、就職率は高い水準となっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は徐々に増え始めているが、製造業では円高への警戒心が強く、求人が減り始めている。また、観光事業は大幅な求人数の減少が続いている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・取引先のほとんどで仕事がありません、頼まれても単発的で売上が上がらない。
	悪くなっている	○	○	○

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・8月に入って特に見積依頼が増えていると感じている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・季節変動を加味しても、地域の商店街活動は新規の中型スーパーの乱立により低迷の状態が続いているが、当地域は特有の事情によるテレビ等での宣伝効果で、来客数、販売数量が増加している。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後初めての夏は、縮小傾向ながらも復旧を望んで祭事が行われたため、若干の景気回復となっている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・天候不順が原因でファッション関係が若干低迷しているが、売上は全体としては堅調であり、特に食料品、リビング関係が好調である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・8月に入ってから非常に暑い日が続いたため、飲料関係が多く売れている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・暑さが続いていることにより、来客が多くなっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・今年は気温が高かったということや、依然としてたばこの販売が好調であったので、良くなっている。
		コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・キャンペーン企画に対する客の反応が良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・以前に比べて来客数、新車の売上が伸びてきている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・整備は順調に入っている。販売はあまり良くなかったが、前月から前年並みの状況になってきている。
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・登録台数は前年比75%の見込みだが、前年はエコカー購入補助金制度による最終駆け込み月であったため、悪くない。3か月前から比べれば景気も落ち着いてきている。
		高級レストラン (店長)	来客数の動き	・東日本大震災以降低調だった夜の来客数が回復しつつある。
		高級レストラン (支配人)	お客様の様子	・東日本大震災の影響もはっきり分かる形では出てこなくなり、自粛という言葉もほとんど聞かれなくなっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・官公庁の自主規制もあり、依然、宴会予約は前年比3割止まりというところではあるが、盆休みをはさんで新規の客がやや増えている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べていろいろな部分で東日本大震災の影響が大分薄れてきており、少しずつ客も戻ってきている。円高の影響や自動車産業が良くないので気になるが、まだ今のところは多少は伸びている。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・会社全体への来客数は3か月前と比較して良くなっている。特に関東地区や東日本地区を対象にした大会等は、東日本大震災の影響で中止を心配したが、8月の中止は無かった。また、レストラン関係の来客数も前年の95%強まで戻っており、宿泊も同様である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は予想以上に客の出足が好調である。本来ならば8月はあまり良くない月であるが、思ったほど悪くなく、逆に客は増えているような感じがする。
		ゴルフ練習場 (従業員)	販売量の動き	・8月は来場数、来客数共に前年を上回っており、また前月よりも売上は伸びている。イベントの効果等もあったが、全体的に景気はやや良い。また、付帯するレストランも売上を前年比、前月比共に伸ばしている。
		その他サービス [福祉輸送] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響がまだ残るなかで、前年比を大分割り込んでいた3か月前と比べると、8月は観光のスポット受注等も例年並みに大分戻ってきたため、良くなっている。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災以降、客に少しずつ落ち着きが出てきており、購買意欲が徐々に出てきている。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・6月は契約が多かったため、それに比べれば落ちているが、8月は稼働日数も少ない割に契約が順調に推移したため、景気は良くなっている。
		その他住宅[住宅資材] (営業)	販売量の動き	・東日本大震災後、荷動きがかなり停滞していたが、今月に入って徐々に動き出してきた感がある。
変わらない		商店街(代表者)	それ以外	・東日本大震災後、順調に回復していたが、円高の進行や節電などで客のマインドは冷えているように見える。クレジットカード取扱高は前年同月比で少しずつ良くなっていたが、現状維持となっている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・今年の夏はかなり暑いために客の出足が悪く、思ったように売行きが伸びない。ここへきて少し落ち着いてきたので、何とか売上を上げたいと頑張っている。
		一般小売店[和菓子] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災以降、ギフト物の売上が落ち込んでおり、盆の帰省のギフト需要もかなり悪い状況である。
		一般小売店[酒類] (経営者)	販売量の動き	・毎日のように折込広告が氾濫しており、特に食品、酒類の広告が多い。来客はほとんどなく、時期により自治会からの受注があるのみで、それも天候によって左右される。
		一般小売店[米穀] (経営者)	来客数の動き	・前年よりは過ごしやすい夏だが、来客数は少し減っている。急な雨や雷も一因だろうが、客は価格の安い所へ行っているようである。賞味期限が迫っている値下げ品は売れるが、これではやっていけない。
		一般小売店[靴・履物] (店長)	来客数の動き	・3か月前は非常に大変な状況であり、その悪いままの状況が続いている。単価の動きも同じで、1,100円の一番安い履物を客は皆、選んで買っている。それも今まで10,000円くらいの靴を履いていた客が1,000円の靴を履いてい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
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・8月は夏休みイベント等で来客数は昨年より6%増加したが、天候不順により夏物セールへの関心度が下がり、買上客数が減少している。
		百貨店（総務担当）	それ以外	・7月は来客数も回復し、猛暑やクールビズ対応商材がけん引して衣料品も前年並みの動きが見られたものの、今月は夏物商材も一段落したなかで、秋物商材もやや動きが鈍い状況である。
		百貨店（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の影響が一段落した状況ではあるが、売上が良化しているとは言い難い。特に株価などの影響からか、買い回りや滞留時間の減少が見られる。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後と比べるとやや景気も販売額も上がってきてはいるが、前年比では100%を切って若干マイナスという傾向が続いている。
		百貨店（広報担当）	それ以外	・売場が改装途中で実質的な販売面積も一時的に減少しており、ここ数か月は売上、客数共に前年比90%台半ばが続いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・夏休みの親子向け催物や盆の帰省対応などにより日々の来客は回復傾向が続いているが、売上にはつながっていない。特に高額品は厳しい状況が続いている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・東日本大震災後よりは上がっているだけである。震災の反動で多少盛り返したものの、震災直前の状況までは至っていない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・クリアランス実施により6、7月は復調が見られたが、8月前半は猛暑日が続いたことで客数減となる等、売上は厳しい状況である。クールビズ対応で伸長した紳士服が伸び悩む一方で、節電対応により家庭用品需要が伸びるなど、商品群により好不調の波が大きい。サマータイムの影響を受けているのか、夕方から夜に掛けての売上の伸びに鈍化傾向が見られる。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・特定できないが、極力外出は避ける等、過剰なまでの熱中症予防の声掛けのため、来客数が減少している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・当月はほぼ前年並みの推移だが、盆明けから給料日までが厳しい状況になるなど、購買機会以外では、購入を見合わせているような様子が見られる。給料日の週末は秋への最初の購買機会として前年を上回るが、初速としては単価が低く、初秋への影響が懸念される。
		百貨店（販売管理担当）	来客数の動き	・8月は天候の影響が大きい、来客数が5%前後減少している。ただし売上は目標を達成したため、結果的には予定どおりである。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・夏休み前半は暑さによる涼味商材の特需で順調に推移していたが、後半の悪天候により厳しさが増してきている。夏休みも終わりに差し掛かり、緩んでいた財布のひもが固くなっているように見受けられる状況で、客数は前年並みを維持できているものの、点数、単価の上昇が見られない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費動向は以前と変わらない動きをしている。しかし、安心・安全や風評などの事柄で購入する商品、あるいは安心が確認されおらず購入できない商品等があるために、より一層、消費は低迷傾向にある。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・8月は暑くなったので盛夏物の処分が進むと思ったが、節電に伴う企業の休みが土日から平日にシフトしたことで、平日の売上は上がったが土日の売上が若干下がっている。トータルとしては5月と変わらず良くない状況である。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・8月中旬以降の天候不順により、季節商材が伸び悩んでいる。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・消費者は節電、節約の意識を持ち、必要な物や外出頻度を抑えているため、来客数が前年度を割っている。特に盆の期間が前年を3%ほど割っている。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・前年並みの猛暑ではないため、アイスや氷等の夏物商材の動きが前年と比較して大きく落ち込んでいる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年同月比108%となっており、それに伴って売上も伸びている。ただし、客単価は上がっているものたばこの値上げ分が上乗せになっているので、利益率は若干下がっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・客数の傾向が3か月前と比較しあまり変わっていない。

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
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・不安定な気象状況の影響もあって例年以上に売上が乱高下しているが、トータルすると横ばいである。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・パソコン部門では低価格化に歯止めが掛からない。競合店も含め、台数を出すために利益を削ってまでも価格を安くする姿勢であり、経済が潤わない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・毎月のことだが、ほぼ変わらない数字で推移している。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災以来ずっと、いろいろな対策や取組みを行い新型車も出しているが、売上は6か月連続して前年を超えることができていない。相変わらず景気は悪い段階であり、ここ半年変わっていない。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・3月11日以来、生産納期の遅れによって大きく膨らんだ7月末までのバックオーダーが8月目標比151.8%と、目標台数の関係で非常に大きなものとなり、売上台数は今期初の目標達成となっている。しかし、純受注台数は前年8月のエコカー購入補助金効果等を踏まえると、前々年比にも増してひどいものになっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・日中は家庭で過ごすのではなく公共施設や商業施設等に避暑地として出掛けてもらうよう官民一体となって呼び掛けた結果、節電避暑地として来客数は3か月前に比べて約10%増加している。ただし、地上デジタル放送や節電の対応によるテレビ、エアコン、扇風機等の家電製品は7月好調の反動により落ち込んできている。紳士衣料もクールビズ、カジュアルビズの浸透で、8月の売上は鈍化傾向となってきている。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・7月は北米で過去5年で最低の単月売上だったという報告もあり、目立った新作の投入もなく、国内、海外共に低調である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月以降消費の低迷があったが、少し復興のために消費をしようという動きがある。それがずっと来ていたが、頭打ちのような感じであり、推移は横ばいである。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・5月24日までの結果では、5月の前年比は売上92.2%、客数94%である。今月は8月24日までで売上92.1%、客数92.8%と、相変わらず前年比は厳しい状況である。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後1か月くらいで少し良くなったが、その後5月ごろから低迷が続いており、客数が全く伸びない。当店は40～50代の客が中心であるが、外食の回数、仕事帰りに一杯やるということが非常に減っている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・やはり暑い時は客の動きが少し遅く、絶対数が取れない。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・販売量の動きでは、3か月前と大きく変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・披露宴での1人当たりの利用金額は増えているが、依然として参加人数が増えていない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・内容はすべて秋から来年の冬のものなので今月には直接結び付かないが、盆過ぎから国内団体旅行の問い合わせが多くなってきている。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・今月のタクシー利用客の状況は、企業の夏休みの影響により、1日実働1車当たりの営業収入にばらつきが出ている。猛暑日やゲリラ豪雨等の時は需要が増えたが、全体的には変わっていない。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・盆休みをはさんでテレビ、ネット、電話共に加入が低迷している。営業努力でどうにか目標販売量まで到達する予定である。
		通信会社（支店長）	単価の動き	・新商品の発売待ちの買い控えもあり、キャッシュバック等で値下げをするなどして販売台数を確保している。廉価品やバック商材で何とか確保しているという状況である。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・以前の解約続出という状況はなくなってきたが、新規契約はほとんどなく、前月比マイナスという傾向は続いている。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・2～3か月前と同様に、8月の売上も前年比微減である。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・今必要な物以外は購入しない。会話のなかから先々の不安感を強く感じ、世の中全体が消沈しているようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・東日本大震災以降、耐震業務が各市町村から発注され、忙しい状況である。一方で民間はほとんど動いていないことを考えると、一概に景気が良くなったとは言えない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・先行き感のない平たんな悪い状況が続いている。動く気配もあるが動くようでもなく、ただ単に悪い。
		設計事務所（職員）	それ以外	・変化の兆しは感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今までは東日本大震災の影響で建材の納品が遅れて建物の完成がずれ込み売上に影響があったが、そろそろ平準化しつつある。契約では耐震強化の受注が増えつつある。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・今年は例年と比べて浴衣が売れず、約半分の販売点数となっている。なぜこうなったのかはまだ分からないが、現実的に売上が前年の半分であり、大変危惧している。客はなかなか1回では買わず、あちこちをよく見て歩いたうえで判断している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送対応も終わり大分落ち着いてきたが、まだ様々な仕事が残っている。テレビが見られなくなった人が思った以上にいたのには驚いた。今は手の掛かる仕事が多い。エアコンは一度涼しくなってしまったことが響いているが、冷蔵庫は好調である。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・今月は絶対的に来客数が少なく、商店街全体でも客数が少ない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	それ以外	・節電のため卸売先企業の中には長期休暇を取る指導があり、お茶の消費量が半減してしまっている。店舗では自宅用が主でギフトの利用が減っており、単価、売上共に減少している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・節電の影響もあってか、今月に入ってから自動給茶機の煎茶の注文が激減している。マシンを返却する客も増えており、更に厳しい状況となっている。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・3か月前はクールビズや暑さ対策商材の売行きが顕著だったが、現在は不要不急の商品や高額品の動きが少し落ち着いてきている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・8月度は天候不順も影響し、前年を若干下回る売上で推移している。また、当地域はホットスポットと言われていることから、放射線問題などの影響が食料品、生肉に見られている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・紳士、婦人ファッションから食品までの各部門で売上が伸び悩み、前年比マイナスの状況である。なかでも紳士用品の売上が苦戦している。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・8月は盆に入ってから非常に悪く、特に日曜日が良くない。休みが大型になっていること、競合店の出店など、いろいろな要素が絡まってがく然とするほど客数が少ない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数は前年を超えているが、客数は前年までであともう少し、客単価は前年を大きく下回っている。売上がなかなかプラスにならない要因の一つは客数の微減である。買上単価と客数の部分で売上がなかなか上がってこない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災が落ち着き顧客が戻ってきて売上が上がった3か月前と比べて、今は震災後の特需もほぼなくなり、夏の暑さも若干天候不順のため、売上がかなり落ちてきている。
		スーパー（ネット宅配担当）	単価の動き	・前年に比べて曜日回りが悪く、ゲリラ豪雨も相まって集客が減少している。また、競合店の出店により単価の減少が顕著で、売上も下がっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・節約が日常化したのか、本当に必要な物以外の売上が大幅に減少している。特にセール品の買上のみが増加し、それ以外は全く伸び悩んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・猛暑とゲリラ豪雨の影響で来客数が落ち込んでいる。客単価は上がっているが商品単価が下がっており、5月に比べて売上は落ちている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・8月に入って暑さが和らぎ、盛夏商材が低調である。節電対策のひんやり商品も止まり、気温の低下と共に売上も低調である。

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	・今年の夏は猛暑が続き、乗客数が少なく、売上も94%に減少している。売れ筋商品も単価の安いTシャツ、ショートパンツに集中し、外出着のジャケット、オーバーシャツ等のウェアは単価の高い物ほど落ち込みが大きい。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・節電などで休暇の分散が行われ、客の行動が読みづらくなっている。省エネ、暑さ対策衣料は好調だが、一般衣料は買い控えが顕著に出ている。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・クールビズ用品の来客の減少と、クールビズに伴うスーツ等の上着商品の需要が非常に低いため、大変苦戦している。
		家電量販店(営業統括)	単価の動き	・地上デジタル放送への移行、エコポイント制度の終了などで、顧客の購入意欲は急降下している。販売点数は上昇傾向を維持しているが、商品単価、客単価は日を追うごとに減少しており、下げ止まりの様子が一向に見えてこない。売価はネット通販での競争激化に伴い、新製品が発売されても一気に価格下落に転じてしまう。閉塞感がより強まっている。
		住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・来客数も少なくなり、販売額、販売件数も大分落ち込んでいる。
		その他小売[雑貨卸](経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響はまだ収まらず、来客数が極端に減り、売上も当然減っている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・集客力が減ってきている。客数も少なくなってきたが、単価もかなり下がってきている。店内の消費単価は約15%下がり、外注、外売、ケータリングもやはり10%以上は下がっている。単価の動きがかなり安くなってきた。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行が完了し、特に有料放送サービスについては戸建だけでなく集合住宅での契約数も減少している。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・アナログ放送が終了してからは、新規契約数が落ち込んでいる。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送化に伴う特需が終わり、低い水準で安定してしまっている。
		通信会社(営業推進担当)	販売量の動き	・7月24日の地上デジタル放送への完全移行を境に販売量が伸び悩んでいる。デジタル化が完了し、それを活用するための周辺機器やビデオ・オン・デマンドなどの購入意欲がいまだ下火であると感じるため、やや悪くなっている。
		通信会社(局長)	販売量の動き	・地上デジタル放送化が完了してテレビ需要が一段落となり、これに連動するかのよう地上デジタル放送の問い合わせが激減し、ケーブルテレビ獲得数にも影響が出ている。
		通信会社(管理担当)	販売量の動き	・7月24日のアナログ放送終了後、デジタルサービスへの契約が予想以上に減っている。
		観光名所(職員)	来客数の動き	・東日本大震災以降、旅客は減っている。週末に掛けて旅客が少なくなったことが原因で、やや悪くなっている。
		遊園地(職員)	お客様の様子	・放射線問題が依然収束に向かう気配が見られず、海だけでなくプールも敬遠されている様子が見られる。
		ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・7、8月は来場者が例年少ない。多少は東日本大震災の影響があると感じていたが、シーズンを迎えての9月からの平日予約状況は厳しい状況である。
		その他レジャー施設[アミューズメント](店長)	来客数の動き	・盆商戦が例年より2日程度遅れて始まり、更に後半戦がスライドすることなくそのまま収束してしまったため、本来取れるべき客数、売上となっていない。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・ある日突然、工場が閉鎖されているというような、非常に厳しい状況下にあることを目の当たりにしている。計画を立てても資金繰りがうまくいかない。まして円高、東日本大震災による影響等から新築物件の仕事が非常に少ない状況である。当業種も、業者が多くなるにつれて仕事が少なくなるという悪循環になっている。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約50%で、3か月前と比べてもやや悪くなっている。例年8月は販売量が落ち込むが、前年と比べても落ち込んでいる。住宅エコポイントも終了し、様子見の客が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
悪く なっている		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今夏は会社として輪番休業制度を実施したことなどから営業活動日数が少なくなったため、受注が減少している。
		一般小売店〔家電〕(経理担当)	来客数の動き	・夏場のエアコンが一番売れる時期に天候不順になり、思ったよりも売れない。また、売れ筋の液晶テレビが東日本大震災の影響で入荷が遅れたため売れる時期に売り逃がし、8月後半は良くなく、頭打ちのようである。
		一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・特に東日本大震災以降、非常に低迷している。日常に密着した製品ではないからかもしれないが、消費が動かない少し異常な状況が続いている。
		一般小売店〔家具〕(経営者)	来客数の動き	・当業界は元々景気の悪い業種だが、そこに今回の東日本大震災ということで、ますます客数も少なくなり、やっていくのが大変である。
		一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	単価の動き	・店頭小売及び外商では、客数は若干増えてはいるが、客単価がすべてにおいて下がっているため、売上は前年よりも少なくなっている。また、大口の案件がやはり少なくなっている。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・いまだに東日本大震災の影響等で来街者が減っている。猛暑で日中の来客が少ないうえに、節電ムードでかなり買物も節約ムードになっている。下旬の肌寒さで夏物最終処分が苦戦している。
		衣料品専門店 (営業担当)	競争相手の様子	・7月には前年比95%とせつかく上がってきた売上が、今月は前年比80%と、8月に入って一気に雰囲気が変わってしまった。盆の時期からぱったり止まり、その後の気温低下で夏物は飛んでしまった。いくら残暑を取り戻しても、一度寒さが3、4日続けば、もう夏物は価格を安くしてもいらない状態になってしまう。東日本大震災で春も夏も売れず、何があるか分からない状況が続いている。
		衣料品専門店 (営業担当)	お客様の様子	・異常気象のため、気温の上下がひどすぎて夏物が売れていない。また、寒くなっても秋物需要に結び付かない。
		家電量販店(経営者)	販売量の動き	・7月24日のアナログ放送の停波を境に、テレビ関連商品のみならず、全般の売行きが減退している。
		家電量販店(統括)	単価の動き	・単価下落による影響が大きい。耐久消費財において、価値を価格に求める傾向がますます強くなってきている。
		その他専門店 〔ドラッグストア〕(経営者)	来客数の動き	・客数が減り続けている。優良顧客の来店回数が減り、その分売上も平行して落ちている。東日本大震災以降、優良顧客の動向が非常に悪く、お勧め品が売れず、客足も遠のいている。
		旅行代理店(経営者)	競争相手の様子	・東北の復旧もまだのようだし、福島第一原子力発電所の事故の件で客も二の足を踏んでしまい、海水浴等の客もない。それに加えて国内では円高が続いているため、当社のような中小零細企業にとっては非常に大変な状況になっている。
		タクシー運転手	それ以外	・運転手仲間の会話は「今月は駄目だね、暇だね」という第一声から始まる、夜間の稼働時間帯がずれてきており、前月までは午前2時ごろまでは何とか客がいたが、今月は午前0時を回ると列に並んでいるとあぶれてしまう。とにかく暇である。円高で中小企業の窮地、外国人観光客の減少、被災地の復興の遅れ等が要因のようである。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の地上デジタル放送対策が終了し、問い合わせが減少している。
		ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・近隣のゴルフ練習場は前年を上回ったとも聞くが、8月の来場者数は暑さと更に放射線を意識して屋外でのプレーを控えたことによるものか、猛暑であった前年の同時期よりも少ない。特に高齢者の利用が減っている。
		住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・東日本大震災以降、被災地の復興と福島第一原子力発電所の処置に目途が立たない等の理由だと思いが、客の気持ちが回復していない。そのため売買量も極端に減り、不動産価格は最低の状態である。

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	
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）	受注量や販売量の動き	・新しい受注ももらえるようになってきているため、今の状況では良くなってきている。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社に出入りしている業者にいろいろと話を聞くと、まだ良くなっているという返事はなく、報道とは随分ギャップがある。町工場に関してはまだ一般的に生産が上がってきたという感じはしないものの、忙しい所は忙しく、少しは良くなってきたという人もいる。	
	やや良く なっている	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の流通が良くなり、顧客も一段落したと考え、設備投資の準備をしてきている。今後の予算取りも含め、案件が上がってきている。	
		金融業（支店長）	取引先の様子	・超低金利時代が続いているが、日本国債の格付低下により金利上昇が予想される。余裕資金運用もなるべく短期物に投資する傾向にある。	
		金融業（役員）	取引先の様子	・3か月前は自粛ムード真っ最中であったため、やや良くなっている。	
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・恒常的な内容の仕事ではないため来年の再受注はないが、やや大きめの受注が突如決まったため、やや良い。	
		経営コンサルタント	取引先の様子	・プレス、板金関係の会社の60%程度はまだリーマンショック前の50%前後にとどまっているものの、金属加工業では3月以前の状態に戻り、部分的にはそれ以上の受注が来ている。	
		変わらない	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ニット製品に対する購買意欲が上がらず、消費者は相変わらず安価な商品に流れている。
			出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年8月は悪いのだが、会社設立印が8件と、5月とあまり変わらないため、どちらとも言えない。
	プラスチック製品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・例年同期に比べて一部の顧客で受注量はやや増加したが、相対的に見ると大差はない。	
	電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・引き合いは常にある程度出てくるが、実際に見積を出して成約する率が10%前後という感じであり、景気が悪いことが実感される。	
	建設業（経理担当）		それ以外	・受注価格が上げられないのに、施工費はじりじりと上がっている。廃業等による職人不足と直接費、材料価格の上昇のため、経営の大問題となってきた。	
	輸送業（所長）		受注量や販売量の動き	・季節的な要素が大きい時期だが、前年の売上とほぼ変わらない。	
金融業（支店長）	取引先の様子		・取引先は円高と政治の不安でどちらかという様子を見ており、決して良いとも悪いとも言えない状況である。		
金融業（支店長）	取引先の様子		・製造業に関しては受注、売上が不安定である。受注がある月もあれば無い月もあり、まだ見通しが立っていない。また、原材料がかなり上がっているため、それが利幅を圧迫し、なかなか良い状況になっていない。建設業もまだまだ厳しい状況が続いている。		
不動産業（総務担当）	取引先の様子		・オフィス需要が回復してきた感があったが、ここに来てまたしぼんだ感がある。新規テナントが決まったかと思うとまた解約テナントが出るなど、一進一退の状況である。東日本大震災の後遺症が依然続いている。		
広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き		・東日本大震災の影響がようやく和らいできているようである。		
変わらない	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少額な宣伝予算も競合コンペとなるケースが多いので、レギュラー収入が減っている状況である。		
	経営コンサルタント	取引先の様子	・暑さや天候不順、停電回避のための休日変更などによって人出が少なくなり、影響を受けている飲食店、小売店がある。		
	社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。		
	経営コンサルタント	取引先の様子	・先般訪問した駅前商店街の会合での話では、この夏、いずれも来客の減少が原因で飲食店が3店閉鎖したとのことである。通常、店舗を借りている飲食店では家賃の10倍程度の売上が必要だが、半分を少々上回る状態で数か月経過していたようである。生活者の外食の自粛は以前ほどではなくなってきているが、ぎりぎりまでやってきていた小規模事業者には、東日本大震災の影響は大きい。		

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
		税理士	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災から5か月が過ぎ、心配していた計画停電は実行されず、営業時間短縮等の被害はないが、上向くかと思った景気は良い方向へは動いていない。 ・受注価格競争による価格低下の影響が出ている。また、原油高や金属関連の原材料値上げが響き、利益を圧迫している。 ・夏季電力のひっ迫に対応した節電への取組もあり、受注件数の拡大ができずにいる。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	
		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	
	やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・見込んでいた業務が廃止されたり、取引先の業務転換のために売上減を余儀なくされている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	それ以外	・パチンコ店へ広告規制が入り、毎週入っていたチラシが中止となる厳しい状況が発生している。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、やや悪くなっている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注件数は前年同月の目標を3か月間達成できたが、販売価格の下落で売上目標は未達成である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政治の不安定さからくるのか、全般的に動きが非常に低調になってきている。
		金属製品製造業（経営者）	競争相手の様子	・円高の問題で製造業の多くは生産量が下がる傾向にある。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円高で取引先からのコストダウン要請が始まっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・長期化する円高が問題である。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・円高により製造関係の客がかなり困っている様子である。計画も中断している。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷主に尋ねても品物の入荷もない状態で運ぶ荷物が無いとのことで、全くどうすることもできない。
		輸送業（経営者）	競争相手の様子	・同業他社から取扱量の減少による経営の悪化が顕著化してきたとの声を、以前よりも多く聞くようになっている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・生産計画が予定を下回り、それに伴って出荷も計画を大幅に下回っている。
		金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・生産は持ち直しつつあるが、雇用は厳しい状況であり、物価は緩やかに上昇している。消費は弱い動きで、住宅はやや弱含み、倒産は増加傾向である。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・新築の賃貸が厳しいようである。設備が整っている駅9分のワンルームマンションでも、4月完成でまだ未契約が2件ある。
		税理士	取引先の様子	・取引先の不動産賃貸業は今までずっと長期で安定していたが、ここにきて大きな収入が入る事業用が2軒出てしまった。また、居住用の部屋もぼつぼつ空いたことが起きており、今の社会を反映している。
		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	・問い合わせは多くあるが、決定に至らない場合が多い。
		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	・契約金額の減額の話が来ている。
悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・得意先からの発注が非常に少なく、印刷機器の稼働が平常の3割に減少している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・福島第一原子力発電所の事故以来、電気を使う商品が売れなくなっている。良い環境よりも省エネ重視で、粗雑な物しか売れないため、これでは環境を規制する法律は守れなくなるだろうし、当ビジネスはますます景気が悪くなる。	
雇用関連	良くなっている	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや良くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・引き続き自動車製造業を中心とした求人がけん引し、企業の求人数も3か月前と比較して伸びている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・外食産業での求人が増えつつある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・例年の8月に比べてわずかながら求人数が多い。それも季節限定の短期就業ではなく、通常勤務の求人が目立っている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業の休業に関する計画届の件数は、東日本大震災前の水準まで減少している。一部事業所においては現在も震災によるサプライチェーンや材料調達の混乱が続いているということだが、3か月前から比べるとやや良くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数及び有効求人倍率が前月比で共に増加となったが、注目に値するのがその伸び率である。6月と比較して7月の伸び率は大幅に上がっており、伸び率だけを見ると東日本大震災前の数値とほぼ同じである。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・電力状況などの問題等があり、十分な生産体制が取れないなど景気の回復の障害となっている要素が多いが、特に自動車関連メーカーでは国内需要も上向きだしている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・第二新卒などの若手求人もかなり増えてきており、経験者だけでなく、未経験でも素養を持った人材の採用に企業が目を向けている。
変わらない		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年2、8月は求人数に変化がない時だが、特に今年ほどの業種も良くない。
		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・企業側の採用基準が高止まりしており、求人数の割に採用数が増えない。求人もあり求職者もいるが、マッチングが進んでいない。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・求人数は前月に比べて減少している。また、節電対策で輪番休業、夏期休暇の長期化など、各企業の就業日数が減少しており、人材派遣売上の減少につながっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・現大学3年生から就職活動は12月一斉スタート（民間就職除法サイトのオープン）となっているため、例年に比べて企業及び大学の動きが鈍い。採用広報予算は前年並みと思われるが、就職支援業界にとっては明るさは見えない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ボーナスをもらって辞めた人を狙ったボーナス時期の募集は、例年20件以上あったが今年は1件しかなく、相当予定が狂っている。その分、いつもは4、5件しか取れない夏の期間限定の募集が今年は1、2日の分も含めて30件近く取れたので、おおよそプラスマイナスゼロという感じである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般、パートの新規求人数は前年比及び前月比で増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・全体が良いというよりは、業界や会社によって濃淡が出てきている。円高、株安等、最近の情勢から、なかには採用を控える企業も出始めている。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・8月は夏休み期間ということもあるが、企業からの求人は1件も届いていない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・求人獲得数において、前年同月と比較してもほぼ同程度の動きである。
やや悪くなっている		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・6～7月は減少傾向だった新規求職登録だが、8月に入って増加している。特に益明けから、初めてハローワークを利用するといった相談が多くなっている。
悪くなっている		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼数が前年割れに近い水準である。取引先からの依頼が止まっており、景気動向から、企業の採用意欲が低いことが原因のようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		求人情報誌製作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・アメリカの経済不安や円高・株安のため、製造業や海外事業を展開している企業は危機的な状況にさらされている。そういう企業は人件費や広告費を絞るので、求人広告業界は死活問題になっている。

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	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・ここ数年間にないくらい、新しいものに対する客の渴望感が敏感で顕著となっている。その欲求が明らかに購買につながっている。ファッションにおいては伝統的で安心できる素材と新しい着こなしの組み合わせが客の購買意欲を向上させている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・自動車産業における休日変更により、東日本大震災後落ち込んでいた客の購買意欲や来客数が増加している。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・購買意欲が上昇してきている。ただ高級品の売上は相変わらず低調であり、単価の低いものの動きが多い。家計ではなるべく無駄なものは買わず、貯蓄に回す傾向が強い。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・参拝者は東日本大震災後一時的に落ち込んだものの、その後は順調に推移している。電力需給調整に伴う休日変更により、木、金曜日の参拝者は顕著に増えている。個別の商品は参拝者の増加に比例した売行きとは言えないが、全体的には増えている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・婦人服の売行きが良くなっている。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・自動車業界の休日変更により休みが分散化され、盆を過ぎてみずと忙しく、例年に比べ繁忙期が一週間程度長くなっている。
		百貨店（営業企画・販売促進）	来客数の動き	・節電による休業の影響か、木、金曜日の来客数の伸びが顕著である。土日の来客数も落ちていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・店舗でポイントカードを導入するようになり、来客数が徐々に増加している。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・レジャーや旅行で遠出する人が少ないせいか、食品を中心に内食志向になっている。買上点数が増加しており、客単価が上昇している。特に盆期間中の食品の売上は良い。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・猛暑の影響により、ドリンク、アイス類を中心に売上が好調に推移し、前年同月を上回っている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・暑さで来客数も増加しており、それに伴い飲料水の売上も増加している。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・新車販売に関しては、高級車の販売がなく 実用車や安価な車に対するニーズが高い。整備に関しては、整備の先送りや単価の安い部品、用品の選択が多い。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注先行状況の解消には至らず、展示車も確保できない状況が続いている。このため、客の購買意欲も今一つで、なかなか購入に至らない。客の財布のひもは依然として固い。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の自粛ムードの反動により販売台数が増えている。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・来客数が増えてきている。企業の需要に加えて、個人客が増えている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・円高の影響も出てきたためか、海外旅行が順調に推移している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・利用客数、売上は若干良くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・猛暑の影響で客単価は低いが利用回数が伸びている。特に病院への通院客の利用増が目立っている。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・今月から始めたキャンペーンで、自宅用化粧品の販売が多くなっている。
		変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き
商店街（代表者）	お客様の様子		・相変わらず消費量が伸び悩んでいる。盆期間中の帰省の手土産についても例年に比べ客単価が低下している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔高級精肉〕(企画担当)	販売量の動き	・牛肉の放射能汚染問題の影響を受けている。牛肉だけをみると前年の70%程度に落ち込み回復していない。その分、豚、鳥の需要が増えているが前年実績を下回っている。
		一般小売店〔生花〕(経営者)	販売量の動き	・盆の売上は前年とほぼ同じだった。最近売上は停滞気味で、店も活気がなくなっている。
		一般小売店〔酒類〕(経営者)	来客数の動き	・飲食店への来客数は増えていない。
		一般小売店〔土産〕(経営者)	来客数の動き	・平日の観光客は堅調であるが週末の減少傾向は続いている。高速道路料金の休日上限1000円や無料化社会実験の終了による影響は大きい。
		一般小売店〔時計〕(経営者)	来客数の動き	・依然として客単価が低い状態が続いている。
		一般小売店〔薬局〕(経営者)	来客数の動き	・処方せん調剤の売上は長期投与の客により例年よりも伸びている。しかし小売については暑さと雨天のため伸び悩んでいる。夏のバーゲンセールも行ったがマンネリ化しているためかあまり売れていない。
		一般小売店〔書店〕(経営者)	販売量の動き	・盆の時期が暑かったことも影響しているのか、予想よりも売上が悪かったが、それ以降は持ち直し、前月同様の売上となっている。
		一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・客の様子を見ると、業種によって伸びている企業と悪い企業が混在し、二極化が進んでいる。全体的には変わらない。
		一般小売店〔自然食品〕(経営者)	お客様の様子	・放射能汚染に対する不安を常に感じる状況が続き、客の購買意欲は低迷している。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・夏休みに入り、自動車関連企業が休みとなる木、金曜日に車で来店する家族客が増加している。全体的に来客数の落ち込みは少ない。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・今年は盆に遠出していた客が多いようで、例年に比べ忙しくなかった。土日よりも自動車関連企業が休みとなる木、金曜日の方が忙しくなり、全体的には変わらない。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・中元商戦については来客数、客単価共に減少している。月初から中旬にかけて猛暑日が続いたためミセス層の客足が鈍くなっている。ただし、ビヤガーデンは製造業を中心とした休日変更の影響により好調である。
		百貨店(販売担当)	お客様の様子	・セール商材が少なくなってくる時期で、盆時期の売上は伸び悩んでいる。しかし、盆休みが長期間に分散したことや催事メーカーによるセール、ブランドショップの最終セールなどの企画を行ったことにより中旬以降の売上につながっている。下旬になると秋物への需要が高まり、定価品の動きも良くなって、盆の売上をばん回している。
		百貨店(営業企画担当)	単価の動き	・婦人服、紳士服共に衣料品が回復傾向にあり、店全体の客単価を押し上げている。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・来客数は減っていないが、生鮮食品では特に肉類や野菜の売上が減っている。
		スーパー(経営者)	競争相手の様子	・同業者とのチラシによる価格競争が激しくなっている。過剰な競争により店同士がつぶし合いをしているかのようである。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・夏休みということもあり来客数は増加しているが、売上増にはつながっていない。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・家計収入が減少気味で、消費に回すお金が少なくなっている。食品類も単価の高い商品は敬遠されるため小分けして販売している。企業も徹底して経費を削減しており、特に中小企業では正社員に代わってパートやアルバイトが増加している。このため社員教育が行き届かず、サービスや接客の質が低下しており、売上が更に伸び悩むという悪循環に陥っている。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・八百屋を主体とした卸売関連では、低価格を意識して販売した八百屋は売上を少々伸ばしている。しかし全般的には悪い状況が続いている。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・必要なものは売れるが、それ以外については財布のひもがととても固く、売行きが悪い。一部商品の値上げをすることで採算が取れているところもあるが、まだまだ決して景気は良くなっていない。
		スーパー(店員)	単価の動き	・予算は達成したものの、前年と比べて客単価は減少している。

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
		スーパー（店員）	単価の動き	・単価の低い商品が売れている。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上はあまり変わっていない。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・天候の影響により、売上は前年を上回っている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月の前年同月比と今月の前年同月比を比較すると3.3ポイント低くなり、来客数も同様に減少傾向にある。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・当店は繁華街に立地しているが、最近夜から深夜にかけての来客数に伸びが見られない。むしろ減少しているような状況である。その要因としては、最近競合店ができたことと、深夜まで飲食店で過ごす人よりも早く帰宅する人の人が多いことが挙げられる。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・たばこの値上げによりたばこの売上は好調であるが、弁当類、その他は苦戦が続いている。天候による多少の変動はあるが、大きな傾向は変わっていない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・盆を過ぎてから秋物商品が動き出した。しかし得意客以外は、今すぐ着られる夏素材の秋物をバーゲンで買おうとする傾向が強く、8月に秋物を定価で買うという意識は希薄で、売上に結び付いていない。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・来客数の動きや販売量、単価の動きなど総合的にみて足踏み状態となっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数の動きは鈍く、客単価も低い。全体的に例年並みかむしろ悪いくらいである。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・これまでの入荷待ち分の注文が解消されてきたため、単月の売上目標は達成している。盆休み前後から来客数も増え始め、成約には至らないが東日本大震災の影響も感じられなくなってきている。ただし、依然として生産が不安定なため、注文を受けても直ちに売上に繋がらない。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・住宅やマンションは持ち直しているものの、民間設備投資のオフィスや工場は減少し、公共工事も減少している。これによる価格の乱れで販売額は厳しい状況となっている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・セールの日と通常の日との間に売行きの差がみられる。
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・相変わらず世の中の景気は低迷している。客は給料が削減され、外食を控えるなど悪循環となっている。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・来客数の動き、客の様子からはっきりと景気低迷がうかがえる。自店の売上等はあまり変化していない。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・5月には既に東日本大震災の自粛ムードは緩み、消費することで被災地を支援しようという動きがあった。それから3か月が経過し、水準としては落ちてはいないが良くはなっておらず、変化はない。前年に比べると2割くらい少ない水準で推移している。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・今年初めに閉館となった2ホテル分の特需を今も継続するなかで、夏休み中は近隣ビジネスホテルには無いツインの需要が多くなっている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・徐々に中国からの旅行者数は回復しつつあるようであるが、客単価は低いので利益は増えていない。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・節電の影響下で自動車関連企業の土日営業は定着し、客の様子も以前と変わらない。まだまだ低調ながらも販売量は維持している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・申込時期がどんどん遅くなっているなか、今月は天候不順もあり、思ったほど予約数が伸びていない。
		旅行代理店（従業員）	単価の動き	・販売量では数か月前と変わらないが、客単価では、安い商品を中心に売れている。旅館、ホテルの宿泊単価が安いところから売れている。海外旅行はアジア中心の安近短商品を中心に売れている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・月前半の利用客数は比較的多かったが、盆以降は夏季休暇を取っている人もいようであり多くない。また天候が不順で電車が止まってしまうことを心配する客が早めに帰宅するようになったことも、売上が増加しない要因の一つとなっている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約数は落ち着いてきたものの、新規契約数はキャンペーンを行っているにもかかわらず低調である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・光回線の販売は今のところ順調である。

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
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・盆期間は晴天に恵まれたにもかかわらず来客数は伸び悩んでいる。悪くもないが、良くもないといった状況が続いている。
		ゴルフ場(企画 担当)	来客数の動き	・企業の休日変更の影響によるものなのか、入場者数は前年比増で、予算も超えている。ただし、これは一時的なことなので、景気の変動はない。
		美容室(経営 者)	お客様の様子	・出掛ける客や遊びに行く客は多いものの、行き先が近場でありあまりお金をかけない人が多くなっている。
		その他サービス [介護サービ ス](職員)	販売量の動き	・暑さのせい、出荷量が伸び悩んでいる。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・特に大きな変化はない。
		その他住宅[住 宅管理](従業 員)	お客様の様子	・貸し店舗などを求める客の来店が多く、家賃の安い小さな物件の契約ばかりが多くなっている。
	やや悪く なっている	一般小売店[電 気屋](経営 者)	販売量の動き	・地上デジタル放送への切替えが終了したことに伴って、販売量が減少している。
		一般小売店[食 品](経営者)	お客様の様子	・平年に比べるとやはり暑い夏で人出はやや減少気味である。したがって売上も低迷している。また、当地域は輸出関連企業が多く、最近の円高による影響を見越した節約志向も見受けられる。
		スーパー(店 長)	お客様の様子	・牛肉は放射性物質による汚染問題で敬遠されている。また農産物・水産物等にも汚染の疑いがあり、購買行動は慎重になっている。円高に伴う輸入品類の仕入れメリットはそれほど見当たらない。
		スーパー(店 員)	お客様の様子	・盆は晴天に恵まれたが売上としては微減となっている。客がチラシを持参して買物をするなど今までにない光景もみられ、客が価格に敏感になっている。
		スーパー(営業 担当)	販売量の動き	・干物など日持ちするものをセール時にまとめ買いする傾向がみられる。野菜、牛肉などの産地を意識した慎重な購買動向がある。福島県、関東近隣の産地の商品は売れない。地産地消の直売所、店内の地産地消コーナーは良く売れている。
		スーパー(販売 促進担当)	販売量の動き	・気温が大きく変動した後の販売量が落ち込んでいる。客の財布のひもは依然として固く、旧盆セール後の売行きが良くない。
		コンビニ(店 長)	販売量の動き	・盆過ぎから雨が多く気温も低下したこと、来客数、売上共に鈍くなっている。たばこの供給が正常に戻っても、まとめ買いの客がなかなか戻ってこない。たばこに関して言えば節約ムードが続いている。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・来客数の減少と客単価の低下が目立っている。
		衣料品専門店 (販売企画担 当)	競争相手の様子	・競争相手に忙しくしているのは、原価割れしているような安価な商品を取り扱っているところばかりである。高価な商品を取り扱っているところは暇にしている。
		家電量販店(店 員)	販売量の動き	・アナログ放送終了に伴うテレビの駆け込み需要が終わって反動減が来ることは予想していたが、予想以上に落ち込んでいる。パソコンの売上は伸びているものの、その他の商品は売行きが悪い。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・これといった新型車もなく、需要低迷が続いている。
		乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・前月までに比べると、販売量や来客数、販売量の動きが少し悪くなっている。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車販売台数が前年比60%前後で推移しており、車が売れていない。エコカー補助金があった前年と比べると落ち込みが大きい。
		その他専門店 [雑貨](店 員)	お客様の様子	・客は必要最低限の機能でより安価なものを求めており、客単価はどんどん下がっている。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・来客数が減少している。放射性物質による食品汚染の風評被害もあって、特に土日の家族客が大きく落ち込んでいる。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・大手企業の輪番休業ならびに原発事故による放射性物質の風評が影響して、来客数が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
		スナック（経営者）	来客数の動き	・盆休みを取る客が多く団体客もあまりいないため、繁華街は全体的に人通りが少なく来客数が伸び悩んでいる。売上も前年に比べると一割ほど減少している。		
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・競争激化の部分も含まれてはいるが、買い控えや旅行控えにより、ますます客単価が減少している。		
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊客数はビジネス利用を中心に減少している。レジャーも今一つである。宴会の予約件数も前年比マイナスである。		
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響はまだ残っており、やや悪い状況である。		
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・3か月前に比べ光インターネットの販売数が20%ほど少なくなっている。		
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きからみると、やや悪くなっている。		
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・年々美容室が近所に増加しており、競争が激化している。		
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客や取引先から景気の良い話は聞こえてこない。		
	悪くなっている	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・店がある繁華街は、夜遅くまで出歩く人が全くいない。		
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・例年であれば盆があつて忙しい月のはずであるが、来客数は減っている。		
		美容室（経営者）	お客様の様子	・今年の夏も暑さが厳しく、客の来店回数が1回ずつ減少している印象を受ける。自動車を利用する客はコンスタントに来店してくれるが、徒歩や自転車でも来店していた客の出足が悪くなっている。		
		理容室（経営者）	お客様の様子	・客の来店頻度は減少している。また、安い店に客が流れてしまっている。		
		住宅販売会社（経営者）	それ以外	・不動産購入に際し、購入代金の一部に充てる融資がなかなか金融機関から受けられず、購入に至らないケースが非常に多くなっている。		
		企業動向関連	良く なっている やや良く なっている	○	○	○
				食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・市場価格は相変わらずデフレ傾向から脱していないが、販売量は前年を上回る数字にまで回復しつつある。
紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注量や販売量の動き		・主要取引先である自動車関連企業からの受注量は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		・東日本大震災による影響は5月が底となり、第2四半期は急速に回復している。			
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	それ以外		・完成車メーカー、その他大手部品メーカーは年末にかけて大量に期間工を採用する予定であるが、なかなか人手が集まっていない。			
輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き		・受注は急に回復しており、休日返上で生産しているラインも出てきている。			
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き		・マンション、戸建共に順調な売行きである。来客数も多くなっている。			
輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き		・製造メーカーを中心に物量が増えるとともに、平準化してきている。			
輸送業（エリア担当）	それ以外		・最近リースの更新契約を打ち切って、買い取る方法で自社の資産に繰り入れ、金利支払を抑えていくようなケースが増加している。企業の体力はだんだん回復してきている。			
輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き		・発送、到着共に増えている。自動車メーカーの増産による影響が順調に推移している。ただし、人的コストが上昇していることが気になる。			
金融業（従業員）	取引先の様子		・周囲に自動車関連の企業が多いため、現在は木金休みの体制になっているが、数か月先には仕事量が増加し、休日は週1日ほどになるとの話を聞いている。景気はやや良くなっている。			
金融業（法人営業担当）	取引先の様子		・自動車部品メーカーの生産が増加しているほか、物流が活発化していることから、プラスチック製品メーカーでは輸送用パレット、コンテナがフル生産の状態となっている。			
会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子		・雇用調整助成金を受給している顧問先は無くなっている。売上、利益率共に良くなっている。			

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス業〔ソフト開発〕(社員)	取引先の様子	・全体的な売上は厳しいままであるが、特定の顧客については今までの停止案件が動き出している。
	変わらない	化学工業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の海外からの在庫引取りで売上は一時的に増加しているが、予算目標程度の水準である。
		金属製品製造業(従業員)	競争相手の様子	・少しずつ忙しいという話を聞くが、同業者の廃業によるもので、市場が回復しているわけではない。単価が厳しいので忙しくても利益につながらない。
		一般機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・中国、タイなどのアジア及び北米自動車業界からの引き合い量は変わらないが、円高のため価格競争力が失われ、受注に至らないケースが増えている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・販売量は回復傾向だが、円高の影響もあり売上としてはあまり変わらない。
		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による業績悪化は予想ほど悪くはなく、生産減による品不足を見込んだ注文が一段落しつつある。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・猛暑効果で荷動きが活発である。
		輸送業(エリア担当)	受注価格や販売価格の動き	・売上は前年同期比で9.7%のプラスとなっている。前年と比較すると確かに良くなっているものの、良くなってきたという実感は乏しい。
		輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・輸入貨物は増加しているが、輸出貨物は減少している。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・取引先との受注状況においては変化はみられない。投資対効果が明確でないものへの投資が手控えられている。
		金融業(企画担当)	取引先の様子	・足元は回復基調も見られつつあるが、円高、政治情勢など景気がよくなる要素はなく3か月前と変わらない。
		広告代理店(制作担当)	取引先の様子	・大型案件の受注はほとんどなく、現状維持といった感じが続けている。
		行政書士	受注量や販売量	・荷動きは通常と変わりがない。
		会計事務所(職員)	取引先の様子	・不動産賃貸業者や温室みかん栽培業者などの中小企業の経営状況は悪化しているところが多い。一方、自動車関連下請業者など中堅の事業者については少しずつ受注が回復している。
		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	・悪い状態がそのまま続いている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	取引先の様子	・当社も競合先もまずまず忙しい状態が続いているが、パートや従業員の勤務日数は減少傾向にあり、円高の影響が早くも始めている。
	やや悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注は良くなってきているが、節電や円高などの影響で他の落ち込みが大きく、厳しい状況となっている。
		窯業・土石製品製造業(社員)	受注量や販売量の動き	・取引先の生産量が減っており、消耗品の注文が少ない。全体的に受注量が少なくなっている。
		鉄鋼業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車業界の製造ラインは生産量を増やしているものの、生産に関連するもの以外は新規の仕事がほとんどない。
		電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・東日本大震災により取引先の業績が大幅に悪くなり、全面的な設備投資の減少によって受注が減少している。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると、毎月発生していた定例的な仕事が2か月に1回に減っているの、やや悪化している。
		不動産業(経営者)	取引先の様子	・最終的な決済が延期又は解除されるケースが生じている。
		公認会計士	それ以外	・東日本大震災の影響で消費者の消費が冷え込んだため、取引先のサービス業を中心に業績は悪化している。また、低下していた操業度が急に向上したことや土日営業の影響を受けて、残業代や人材派遣費等のコストの増加につながっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・住宅地の市況がまだ戻っていない。
	悪くなっている	金属製品製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が低下している。
		企業広告制作業(経営者)	それ以外	・所得の格差拡大は、消費に積極的な人とそうでない人に二極化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	人材派遣会社 (経営企画)	周辺企業の様子	・客の技術者需要が堅調である。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・週末を中心に求人数が増加している。平日にも法人関係の宴会が多少戻ってきている。
		人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・自動車産業を中心とした生産が東日本大震災後の影響分を取り戻している。
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	雇用形態の様子	・自動車関連の雇用に関して、自動車生産の増産に伴い雇用形態が良くなっている。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告量でみると、少しずつではあるが増加している。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・自動車関連の製造が回復してきたことも含め、新規求人数が前年同月比で増加傾向にある。また求人者からの問い合わせも増えてきている。ただし、製造業については派遣、請負、期間雇用といったものが多く、正社員求人が増加しているわけではない。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ここ数か月は新規の求人数が持ち直しており、今月の求人数はかなり多くなっている。
		職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・新規の求人数が増加している。また求職者数は引き続き減少傾向にあり、企業は募集活動を強化している。
		職業安定所 (次長)	求人数の動き	・新規求人数が16か月連続で前年比増となっており、実数でも4、5月と比べ2割以上増加している。求職者の減少も続いており、新規求人倍率も2か月連続で1倍を超えている。特に新規求人増のうち常用求人の伸びが大きい。
民間職業紹介機関 (支社長)	求人数の動き	・製造業を中心に求人は堅調である。幅広い業界から即戦力だけでなく、若手の素養を重視した求人も入り始めている。		
変わらない	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・名古屋、大阪、東京においては求人はある程度あるが、地方都市にはほとんどない状態である。当地域においては、全体の求人数の動きもそれほど良くない。	
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人数としては、前年比100%前後での推移となっており、景気動向としては変わらない状況が続いている。	
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・東日本大震災後の影響もあり、派遣求人数は前年比65%~70%で前月と変わらず推移している。	
	職業安定所 (所長)	求人数の動き	・新規求人は自動車部品、木材、プラスチック等を製造している産業では増加傾向にあるものの、求人内容を見ると、正社員求人については小規模事業所に多い。従業員数概ね20人以上の事業所や派遣会社等においてはパート、期間工等の募集が多くなっている。現在のところ円高の影響はまだ出ていない。	
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数が増加傾向にある。派遣や請負の求人や大手チェーンの販売職、人手不足感のある介護職等が目立つが、地場の中小企業の求人は少ない。全体としては大きな変化はみられない。	
	職業安定所 (職員)	それ以外	・新規求人は増加傾向が続いている。一方で事業主都合による離職者も増加している。	
	職業安定所 (職員)	それ以外	・東日本大震災や株価の下落、円高などで影響を受けている企業が多く見受けられる。	
やや悪く なっている	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・東日本大震災や株価の下落、円高などで影響を受けている企業が多く見受けられる。	
新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・県内の有効求人倍率に改善の傾向が見られない。		
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	観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・売上は前年同月比107%、宿泊人数は同118%、宿泊単価は同99%となり、宿泊関連については状況が改善している。前年はイベントを開催したが、今年度は風評被害の影響も考慮し実施を見合わせたにもかかわらず、売上は前年を上回った。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや良くなっている		一般小売店〔精肉〕(店長)	来客数の動き	・食品の放射能汚染問題も落ち着きを見せ、来客数も多くなっている。
		一般小売店〔鮮魚〕(従業員)	販売量の動き	・今期になって初めてのことであるが、販売量が前年実績を上回った。
		一般小売店〔書籍〕(従業員)	来客数の動き	・客単価は上がっておらず、売上は横ばいであるものの、来客数は増加している。
		百貨店(営業担当)	単価の動き	・安い商品、得な商品に目を向けがちだった客に変化がみられ、良い商品、今後必要な商品など価格より商品の内容に目が向いており、関心度が高まっているように思われる。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・果物、菓子などのし好品および中元の売上が前年並みに回復した。取引業者からも東日本大震災の影響はほぼなくなっていると聞いている。来年度の採用について、知るかぎり同業他社においても例年並みとのことである。
		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から低迷していた乗用車の生産体制も整い、販売台数は前年同月比6割まで回復している。
		その他専門店〔医薬品〕(営業担当)	来客数の動き	・既存店約100店舗の来客数は、3か月前と比較すれば5%程度伸びており上向き傾向にある。
		高級レストラン(スタッフ)	販売量の動き	・高速道路料金の休日上限1000円制度廃止により、週末に集中していた個人旅行客が分散したのか、盆以外も平日が順調に推移した。法人客も例年並みに推移した。6月から安定した集客があり、震災の大きな影響は完全に抜けた様子を感じる。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・夏休み期間中は、家族客を中心に例年並みの入込があった。
		都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・宿泊は5月以降好調を維持している。また、宴会、レストランは好調に推移した。
		都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・東日本大震災後の自粛ムードが残る3か月前と比べて、宿泊者数・レストランの来客数などで増加傾向が見られる。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・相変わらず国内旅行は客単価が上がっているが、円高で海外旅行が増加し、その分で販売量が確保されている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・真夏日が連続18日となりタクシー利用客があった。また、旧盆時期の帰省客や観光客は前年とほとんど変わらず、人出があったためタクシー利用も増えた。
		タクシー運転手	販売量の動き	・気候が暑かったこともあり、タクシー利用客は多かった。
		通信会社(社員)	販売量の動き	・スマートフォン需要が好調である。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・スマートフォンに興味のある消費者が非常に多く、一度見てみようという来店する客も多くなった。例年の新商品発表時以上の来店がある。
		テーマパーク(職員)	来客数の動き	・来客数は前年同月比では7%伸びている。要因は個人客の増加が大きい。ただ、団体客は前年同月比1割以上の減少、海外客は円高、福島第一原子力発電所問題の風評被害もあり、同4割程度の減少となっている。全体としては、夏休み期間ということもあり、前年以上の個人客の来客があった。
		競輪場(職員)	販売量の動き	・年に1度の地元開催記念レースがあったため、売上、来客数共に増加した。
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・フラット35Sの金利引下げの締め切りが当初12月30日までの申し込みであったが、急きよ9月30日までの申し込みに限り適用されることになったため、駆け込み受注がみられる。
		変わらない		商店街(代表者)
商店街(代表者)	競争相手の様子			・8月15日以降、閉店や退店が多い。東日本大震災以後の売上減少による採算面での赤字を理由とする先が多いと聞いている。
商店街(代表者)	来客数の動き			・盆明けから天候不順などの影響もあるだろうが、極端に人出が少ない。ゲリラ豪雨、暑さのぶり返しなど、外出を控える要素が多い。

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
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響かもしれないが、9月からコピー用紙の原価が上がるかもしれないとメーカーから打診があるなど、今後商品価格の改定、値上げがあるように思える。買い控えなどの動きもさらに考えられる。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・円高の影響が徐々に一般家庭に出始めている。高額商品も一時期の伸びは見られず、しばらく様子見の状態である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・一番の要因は天候である。盆過ぎから一時的に秋めいた気候になったこともあり、消費の喚起につながった。夏物の単価の低い商品から秋物で正札の単価の高い物に買い物が変わっている。一時的にはやや上向きになったと感じるところはあるものの、基調に大きな変化はない。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・前月と比較すると、来客数はマイナス2.1%、売上も減少、客単価もマイナス5.4%となり、全体の動きに変化はない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価はたばこ値上げの影響が続いて高止まりしているが、客数についてはこのところ微減が続いている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・県内のコンビニ業界の再編成が終了し、勢いがやや弱くなったように感じているものの、売上は前年同月比110%をここ数か月維持している。予想より健闘している。
		コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・昼食用の米飯を安価で販売するサービスを開始し、好調に推移しているものの、それ以外の商品は売上増加にはつながっていない。相変わらず財布のひもの固さを感じる。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・前年と比較し、5月の連休、8月の盆など帰省した客が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・大手ディベロッパーが実施している街の活性化やアパレルなどが実施している個店の販売促進が、中小企業の経営をますます圧迫している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・8月は毎年15日間の夏休みを取っているが、売上や来客数などは従来の傾向と変化がない。
		衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・本当に必要なものだけしか購入しない傾向に変わりはない。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・購入する車種を人気や今売れている車に決めて来店する客が多くなってきた。一方で購入条件や対応次第で簡単に他車種へ変える客もおり、こだわりの選択は薄い。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今月に入り成約までの日数が長くなり始めた。自動車購入に対して慎重な言葉を現場で多く聞くようになった。
		乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・新車の供給体制は改善しつつあるが、ハイブリッド車や小型車中心のため、高額車両がメインの当社としては厳しい状況に変わりがない。整備部門や中古車部門が堅調に推移しているので新車部門を若干カバーしている。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・来客数が若干ではあるが減少しており、なかなか増加してこないのが現状である。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・客の動きに目立った変化が感じられない。東日本大震災の影響が薄れている状態ではあるが、3か月前より劇的に需要が回復しているというほど市場は活発化していない。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・地上放送のデジタル化移行が終了し、目先の消費意欲が一段落した感があり、客全体として動きが停滞している。
		その他レジャー施設（職員）	お客様の様子	・見学者、体験入学者の数が減少し、ここからの正規入会率が低下し始めた。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少が止まらない。盆前の忙しくならないといけない時期もそれほどではなかった。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・受注単価の実績を分析したところ、なだらかな低下傾向にある。一方で東日本大震災以降完工の遅延を余儀なくされた影響もあり、今後、工期厳守には量的な挽回、集中完工をしなければならず、職人、協力業者に対する発注価格が上昇し、利益面での悪化が避けられない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・厳しい状況が続いている。同業他社との競争が多く利益率は低下している。

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	百貨店（営業担当）	単価の動き	・晩夏物や初秋物がそろっている売場より、猛暑に対応でき、8月中にすぐ着用できるクリアランスプライスのTシャツや短めのパンツなどを多めに持っている売場が売上を伸ばしている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の動きは、前半は前年並みを維持していたが、盆以降気候の変化とともに減少し、前年比の伸びが縮小している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・食品の放射能汚染問題でハム、ソーセージなどの惣菜や加工食品の需要、薄型テレビなど地上デジタル放送移行による駆け込み需要で前年同月比150%となるなど、要因が明白なものの動向は良い。しかし、盆以降の豪雨、急激な気温の低下などで衣料品は例年の92～93%と厳しい。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・以前に比べると、来客数が減少している。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・客数は変わらないが客単価が低下している。8月後半より不安定な天候が続き売上が前年を下回り始めた。商品では7月に続き牛肉の売上が3割減となっている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・テレビ特需の反動が大きい。テレビへの支出がかさみその他の家電商品の買換えが先延ばしになっている。
		自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・7月後半より集客が大きく減少しており、今月は前年からも来店数が下回っている状況である。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・盆期間だけは好調に推移したが、7月の連休以降低迷している。食品の放射能汚染問題などで小さな子どもがいる家族は外食を控えている。製造業など大手の長期夏休みの影響もあり、家族旅行などにまとめて使うが、他の日は節約していたと聞いている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・地上アナログ放送が終了したことを受け、デジタル放送対応を目的としたケーブルテレビ契約の獲得は従来に比べ少なくなっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年8月は盆もあり、販売量は落ちるが、今年是一段と減少している。また、リフォームが増えていることで1件あたりの金額は徐々に低下している。
	悪くなっている	コンビニ（店長）	来客数の動き	・県内コンビニの再編成が終わり、今月、改装後の開店が相次いだため、来客数が減少している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・アナログ放送終了とともに、テレビの販売数量が激減した。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・必要でないものは買わない、必要なものを最小限で買っていく客ばかりである。売上がどんどん落ちている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・開店以来の最悪月で、売上がない日も多くあった。年配の客が主流なため、天候不順や世間の空気感とか、外出しない様子が見られる。また、二次会には行かないということも耳にする。ここ数か月と比較すると売上は6割程度であり赤字である。
企業動向関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—
		食料品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・低価格商材だけでなく、既存の高付加価値商材の動きも良くなっている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・円高基調で経営的には厳しいが、北米、欧州、国内からの受注が増えている
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災による落ち込みからの回復で予断は許さないものの、取引先の売上高、利益の状況にやや好転がみられる。
	司法書士	取引先の様子	・新規開業は少ないものの、子どもに代表取締役を変更する形での事業承継が順調に行われる案件が多かった。	
	変わらない	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月までは全体的に安定している。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅市場はまだ回復に向かっておらず、低迷が続いている状況に変化はない。
電気機械器具製造業（経理担当）		受注量や販売量の動き	・前月に引き続き、スマートフォン関連の電子部品が好調に推移している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	やや悪くなっている	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ2、3か月の受注量は、総量的にはほぼ同レベルで推移しているが、特定のいくつかの工程では、その生産能力を大きく上回る受注量となっている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・輸出関連では円高の関係もあって、商談が決まりにくい状況が続いている。
		輸送業（配車担当）	それ以外	・物流業界は、燃料などの価格高騰によるコスト増に伴い利益が上げにくい現状になっている。また、円高により輸出関係、特に繊維関係の物量が極端に落ち込んでいる。
	悪くなっている	税理士（所長）	取引先の様子	・円高の影響により、大手では計画の変更、一時中断、キャンセルなどが発生している。そのため、下請けの中小企業では、生産調整や受注していた機械の納品延期といった影響がみられる。為替が不安定なため、海外投資を控えているようである。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年なら景気が悪いといっても仕事が出るこの時期であるが、国にも地方自治体にも金が無いらしく、公共工事の発注がほとんど無い。
			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（役員）	求人数の動き	・生産増加による需要に回復感はないが、欠員、産休・育休による派遣利用件数がわずかではあるが増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・設備投資や情報化投資が徐々に回復している影響で、技術者の求人数が増えている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と比較すると、求人情報誌1回の発行につき50件から100件ほど掲載件数が伸びた。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・8月の求人広告の売上は、前年同月比15%増となった。
	変わらない	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・従業員20人が離職する企業倒産があったものの、新規求職者数は前月比で同水準になると思われる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体的な新規求人数は増加しているが、製造業からの求人が頭打ちとなっている。また、緊急雇用求人の増加が目立っている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人材紹介、派遣とも専門技術職を除いては受注数が依然として増加せず、低迷状態であり上昇機運がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は前年同月比で若干減少している状況である。
	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（総務担当）	来客数の動き	・客室稼働率は95%以上を維持しているほか、宿泊単価も上向き傾向となっている。また、レストランの来客数も前年を上回るなど、好調な動きとなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・前年よりも売上が伸びている。夏休みということもあって家族での旅行が目立ち、稼働率や室料単価が前年を上回っている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・グレードの高い競走が開催されたことが要因であり、一時的な上昇にとどまるが、今月の客単価は12,419円と、3か月前の10,752円よりも上がっている。
やや良くなっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・景気は徐々に回復が進んでおり、販売量も伸びてきている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・盆の前ごろから、売上が良くなっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、4～6月は買い控えがみられるなど消費が消極的になっていたが、前月以降は好転してきている。

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		
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月の前半は腕時計の動きが良かったため、売上は若干安定しているが、故障を理由に購入する客が多く、まだまだ余裕は感じられない。ただし、商品が動いて在庫が減ったため、店としては良い感触を持っている。		
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・来客数が少し増えており、夏物商材のバーゲンも順調な売上となっている。		
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・クリアランスセールの特価品を中心に、衣料雑貨では受注が比較的増えている。		
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの品切れ状況がようやく落ち着き、たばこの購入客が東日本大震災前の水準に戻りつつある。ただし、たばこ以外の商品について買いする動きはほとんどなく、客単価の上昇にはつながっていない。		
		コンビニ（広告担当）	単価の動き	・関西は景気全体が良くないため、他地域よりも低い伸びにとどまっているが、猛暑などの天候要因により、コンビニ全体が好調となっている。		
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・最近では、輸入車の購入を検討する客が増加しつつある。株価の大幅な下落が報じられているが、客との会話でも、あまり影響があるとは感じられない。		
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今年後半に発売される新型車への事前予約が好調となっている。		
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・8月は例年、受注の落ち込む月であるが、東日本大震災後の生産の回復によって忙しくなっている。今月に納車できる車が増え、盆休みまでの駆け込み受注に対応できたため、販売台数が伸びている。		
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年は休業している盆期間に営業したところ、予想以上の来客がみられた。その後はやや落ち着いたが、売上は前月よりも確実に伸びている。		
		スナック（経営者）	来客数の動き	・前月に続き、今月も大きな期待はしていなかったが、売上が伸びている。		
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊単価は若干下がっているが、高速道路料金の引下げ終了が当地区にはプラスとなり、入込客数は増えてきている。		
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今夏は天候が良かったため、客の動きが良いほか、東日本大震災の影響もようやく落ち着き始めている。		
		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の動きが活発で、東日本大震災前よりもかなり増えている。特に、関東方面からシフトしてきている影響が大きい。宴会でも、震災で中止していた春先の会合を、この時期に改めて開催する動きが目立っている。バイキングなどのイベントの集客も大幅に伸びており、消費の動きも活発化している感がある。		
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・各通信会社からの新機種も出そろったため、スマートフォンの販売が好調となっている。		
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・盆までの天候が良かったほか、節電志向などで山のレジャーを楽しむ傾向が強まっており、月後半は天気が良くなかったにもかかわらず、全体としては好調に推移している。		
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・最近では新規の商談が増えている。		
		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）	販売量の動き	・景気全体は横ばいであるが、不動産の取引件数は少し増加している。		
		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組数は、前年比で2割増となっている。		
		変わらない		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・依然として客単価の低下が続いている。特に、秋物商材の売り方が難しく、方向性が定まらない。
				一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・売上は前年比で約5%減少しているが、販売量は3か月とほぼ同じである。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子			・夏物衣料の動きが悪い。今年は、節電の影響で涼感衣料の動きが活発との報道もあるが、当店の小さな店では、そのような動きはみられない。衣料品を購入する場所が、大型店に集中する傾向が更に強まっている感がある。		

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
		一般小売店〔野菜〕(店長)	販売量の動き	・いまだに売上の回復がみられない。
		一般小売店〔雑貨〕(店長)	販売量の動き	・ここ数か月の売上は横ばいで変わらないが、以前の水準には遠く及ばない。
		一般小売店〔花〕(店長)	販売量の動き	・客が買い控えの動きを強めているほか、買物しなくなっている感もある。
		一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・販売量はそれほど悪くないが、低額品ばかりが売れており、高額品の販売量が伸び悩む状況が続いている。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・高級品や身の回り品、衣料、食料品といった百貨店のあらゆる分野で低迷している。特に、円高や株安のニュースで消費者の財布のひもが固くなっている。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・来客数はまずまずであるが、販売量の増加につながらないのが現状である。
		百貨店(企画担当)	来客数の動き	・来客数が前年比で5%以上のマイナスとなっている。例年は来客数が増える盆も、曜日巡りの影響もあり、来客数、売上共に大幅なマイナスとなっている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・店頭での買上点数が少ない。特に、秋冬物の新着高級婦人服の売行きが例年よりも悪いほか、客からの電話も少ない。
		百貨店(婦人服)	販売量の動き	・前月後半に上向いていた売上が、今月の前半は悪化している。衣料品は夏物の最終値下げにより、一部で活況となっているが、秋物の動きが鈍いなど、全体的には厳しい状況である。食品についても、東日本産の牛肉や野菜の動きが鈍くなっている。
		百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・ゲリラ豪雨が降るなど気候が不安定であったほか、節電対策で店頭照明の消灯や店内空調の調整を行ったため、来客数に影響が出ている。ただし、中元ギフトの解体セールや、物産展などの催事は好調であり、今月もほぼ前年の売上が確保できている。
		百貨店(販促担当)	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いており、盆になっても回復の兆しがみられない。秋物商材の動きは前年並みであるが、前年との気温差から夏物最終セールの売行きが鈍いほか、食品の放射能汚染問題による影響で、生鮮品の売上が低迷している。
		スーパー(経営者)	販売量の動き	・今まで特売品や買得品を大量にそろえて販売してきたが、今月は予想の半分程度しか売れないなど、厳しい状況が続いている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・客単価はわずかに上がっているが、買物回数の減少で来客数が伸びていないため、売上全体に変化はない。
		スーパー(企画担当)	販売量の動き	・来客数、売上共に、前年比で96%程度の推移が続いている。
		スーパー(広報担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行やエコポイント制度の終了で、大型家電の販売が落ち込んでいるほか、前年よりも気温が低いため、夏物商材の売行きが全体的に悪い。
		スーパー(管理担当)	販売量の動き	・これまでと同様に、購買点数がほぼ横ばいで推移している。
		スーパー(販売担当)	単価の動き	・競合店との価格競争により、買上点数は前年比が100%に達しているが、単価の低下によって売上は100%に届かない状況が続いている。
		スーパー(企画)	お客様の様子	・景気回復は依然として進んでおらず、良くない状態で停滞している。
		スーパー(社員)	販売量の動き	・前月後半から今月前半は気温が高かったため、住関連の行楽用品や化粧品のほか、食品ではビールやアイスクリームが好調となっている。ただし、月後半は天候が少し悪かった日も多く、販売量全体の増加にはつながっていない。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・あまり間隔を空けずに様々なキャンペーンを行っているため、ここ数か月は来客数が維持できている。
		コンビニ(店員)	販売量の動き	・厳しい暑さが続き、廃棄となる商品が目立つ日もあるが、手作り弁当やサンドウィッチはよく売れている。
		衣料品専門店(販売担当)	お客様の様子	・給料が上がらないほか、増税の懸念もあるため、客の間で生活防衛の意識が強まっている。
		家電量販店(店員)	来客数の動き	・地上デジタル放送への移行終了でテレビの売行きが悪化しているほか、夏休みの影響もあり、来客数が極端に減少している。

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
		乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・東日本大震災の影響が、依然として売上などに大きく出ている。
		乗用車販売店 (営業企画)	お客様の様子	・例年のような9、10月に向けた盛り上がりが見られない。
		住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・来客数は依然として回復が見られない。苦しい状況である上に、客が無理なサービスや値引きを要求してくるため、利益も出にくくなっている。消費者、店側共に、余裕がない状況が続いている。
		その他専門店 [医薬品] (経営者)	それ以外	・猛暑であったにもかかわらず、殺虫剤や日焼け止めクリーム、制汗剤などの動きが鈍く、売上が前月よりも減少している。
		その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・販売量の前年比に変化はない。
		その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・景気の停滞感が根強く、客の購買意欲が低下している。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・近隣地域で大型商業施設が開業した影響で、今年の盆は来客数が開店以来の水準に落ち込んでいる。近隣の商店街や大型ショッピングセンターも、人通りが一段と減っている。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・6月にテレビ番組で紹介されたほか、猛暑の影響もあり、この数か月は来客数が前年を上回っている。ただし、テレビで紹介された影響も落ち着きつつあるなど、景気が良くなっている実感は全くない。
		一般レストラン (店員)	来客数の動き	・夏休み中はオープン時間を早めたが、全体的な動きに変化は見られない。
		その他飲食 [コーヒーショップ] (店長)	来客数の動き	・ここ数か月は、来客数に大きな変化はない。客単価は少し伸びているが、消費全体が拡大している感はない。今夏は気温も比較的安定しており、喫茶業界の売上に大きな影響を及ぼす要素は見られない。
		観光型旅館 (経営者)	単価の動き	・夏休みの宿泊では間際予約の傾向が顕著となっている。価格が安くなければ動かないため、単価の低下も進んでいる。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・宿泊客は前年比で約20%増えているが、温浴施設の利用者数は前年並みとなっている。
		都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・食品の放射能汚染問題のほか、円高の進行も気がかりである。海外旅行や輸入品の販売は良くなっているが、国内景気が回復している感はない。
		都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・9月以降の予約状況は悪いが、宿泊・宴会部門共に、やや回復の気配が見られる。特に、宿泊部門は夏休みのレジャー需要が西日本へ流れてきた感が強く、好調となっている。
		旅行代理店 (広報担当)	お客様の様子	・円高で海外旅行での買物や食事の割安感が高まっており、ロコミ情報の広がりでも間際予約も増えている。ただし、円高が進み過ぎると仕事面に支障が出てくるため、旅行自体をやめる動きもみられる。
		タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・猛暑でタクシーの利用が増える時期であるが、節電に伴って客の節約ムードが高まっているため、状況は悪いままとなっている。
		通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・アミューズメント施設向けのゲーム機器の販売状況が良くない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・施設の第1期リニューアルを間近に控えて、告知も順調に進んでおり、客の反応も悪くない。徐々に、完成後に行ってみようという反応に変わってきた感がある。
		競艇場 (職員)	単価の動き	・客1人当たりの購入額が2万円と、3か月前と変わらない。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・子ども向けのイベントでは、入場者数がやや減少気味であり、グッズの販売にも影響が出ている。ただし、軽食などの売上については、落ち込みが少ない。
		美容室 (店長)	販売量の動き	・セット販売を行っている化粧品の売行きは、ほぼ例年どおりとなっている。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	販売量の動き	・キャンペーンで来客数は増えているが、競合店の値下げによる影響もあり、売上は前年をなんとか上回っている程度である。

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
やや悪くなっている		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・市場が活発化してきた感はない。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響が依然として続いている。特に、盆明け以降は販売量の減少が目立っているほか、ビジネス街では営業日数の減少による影響も出ている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・前月に続き、東日本大震災の影響で原材料の在庫が減少するなど、悪い状況となっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・客の動きが鈍く、販売が全く伸びない。
		一般小売店〔自転車〕（店長）	販売量の動き	・給料日を過ぎても商品の動きが悪い。仕入価格も上昇しており、少し値上げせざる得ないなど、厳しい状況となっている。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	単価の動き	・取扱商品の価格見直しを行い、8月上旬から上げたため、状況は悪くなっている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は気温が不安定であり、重衣料やカジュアル衣料といったファッション関連の動きが悪い一方、気温に左右されにくい雑貨の売行きは堅調である。一部の最先端のファッション商材は動いているが、実需が中心の商品は動きが鈍いなど、客の多くは不要不急の消費に慎重となっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・例年は秋物商材が盆以降に動き始めるが、今年は動きが非常に鈍い。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・販売量は少し上向きつつあったが、円高や株安などによって動きが止まっている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・回復基調にあった宝飾品や高級時計、絵画といった高額商品の動きが明らかに悪くなっている。また、これまで順調であった盛夏商材も例年並みの動きとなっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月は売上が前年比で2.2%減と、3か月前の5.2%減よりも良くなっている。ただし、3か月前は近隣地区で商業施設が開業した影響で、売上が落ち込んだため、実質的にはやや悪化している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・節電や食品の放射能汚染問題の影響で、素材を中心に生鮮食品の動きが鈍い。特に、牛肉の落ち込みが激しく、ほかの商品ではカバーしきれていない。盆関連やギフト関連でも節約志向がみられ、高額品の動きが鈍くなっている。
		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伴う特需や、前年のエコポイント制度といったプラス材料がないほか、円高や東日本大震災の復興の遅れ、食品の放射能汚染問題など、課題が山積している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食品の放射能汚染問題の影響で、牛肉の売上が依然として低迷しており、前年比で40%減、販売点数も25%減となっている。その反動で鶏肉や豚肉が売れているが、牛肉の落ち込みを補えるほどではない。家電では、地上デジタル放送関連のほか、エアコンなどの夏物家電が前年比で50%減と大きく落ち込んでいる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・天候不順が最大の原因であるが、周辺の競合店を含め、来客数が盆の前後から減少傾向となっている。前年によく売れたアウトドア関連の動きが特に悪く、住関連、衣料品も盛夏関連の売行きが悪い。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・梅雨明け直後は気温の上昇と好天で売上も良かったが、8月以降は天候不順となったほか、前年が猛暑で売上が伸びた反動もあり、やや苦戦している。節電で企業の夏休みのパターンが変わったことも、売上に多少影響している。
		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でテレビの需要が減少しており、売上全体を押し下げている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月ほど前には景気回復感も少し感じられたが、円高の進行や株価の低迷などで、状況は悪化している。
		住関連専門店（店員）	来客数の動き	・来客数が前年を上回ることはなく、前年比8～9割で推移している。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業への人の出入りが徐々に減っている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・盆前までは客も少しはみられたが、盆過ぎからは大きく落ち込んでいる。乗客数や乗車距離を含めて、かなりの落ち込みが続いている。	

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	
		タクシー運転手	競争相手の様子	・空車の状態が長くなっており、他社のタクシーも必死に客を探している。	
		通信会社（社員）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行後は、ケーブルテレビサービスの申込が激減している。	
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・円高や節電の影響で、客の動きが悪くなっている。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・景気後退や先行き不透明感などで、不動産の売却意欲が低下し、当地域に限れば販売物件が慢性的に不足している。	
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・住宅版エコポイントが終了するほか、9月にはフラット35Sの金利引下げ幅拡大の適用期間が終了するなど、購入意欲の低下につながりやすくなっている。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	それ以外	・節電で商業施設といった公共の場でも自粛ムードが広がっており、消費意欲の低下につながっている。	
	悪くなっている	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	競争相手の様子	・前月に食品の放射能汚染問題が発生し、業界では全頭検査などの動きが広がっているが、放射能に対する恐れが影響して消費が鈍くなっている。牛肉が危険であるという認識が広がったことで、豚肉や鶏肉のほか、輸入牛肉などの低価格品へと需要がシフトしている。
					・夏休みであるにもかかわらず、レジャー関連の現像需要がみられないなど、状況は非常に悪い。東日本大震災に伴う自粛という範囲を超えた感があり、子ども手当の見直しなどで消費者の不安が更に高まっている。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	販売量の動き	・夏休み以降は客の買上点数が減少し、単品買いが増えている。	
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・金価格の上昇でコストが上がっており、割安感のある価格で販売できなくなっている。	
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	単価の動き	・金価格の上昇でコストが上がっており、割安感のある価格で販売できなくなっている。	
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・繁華街では夏休みで観光客が増える時期となるが、力不足で閉店する飲食店が増える一方、空き店舗をねらって出店する動きも目立っている。全体としては、円高や社会不安の高まりによって、サラリーマン層の来店が減少している。	
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・福島第一原子力発電所問題や内政不安、米国の景気低迷、欧州の債務問題など、国内外共に不確定要素が多く、先行きへの不安感が高まっているため、客の動きの悪化につながっている。	
	企業動向関連	良くなっている	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の出荷が、東日本大震災前の水準まで回復しつつある。
やや良くなっている		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前は東日本大震災に伴う仮受注も落ち着き、売上の減少がみられたが、今月は正常な状態に戻りつつある。	
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災でダメージを受けた自動車部品メーカーの復旧で、自動車産業に活気が出てきている。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の増加が続いているほか、先の注文も継続的に入っている。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えている。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が少し増えてきたほか、同業他社からも忙しいという声が出始めている。	
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の復興が進みつつあり、中小企業も受注が徐々に回復している。	
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここ最近では、新たな広告の出稿が増えている。	
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小小売業の顧客は、売上が前年を上回るようになってきている。中小製造業の顧客も、国内事業が中心の企業からの受注が多いため、円高の大きな影響も出ていない。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・節電対策で企業の夏休みが長期化しており、駅構内の店舗は例年になりにぎわいとなっている。その効果で土産物を中心に売上が伸びているほか、猛暑効果もあってソフトドリンクが売上がけん引している。	
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・テレビスポットコマーシャルの出稿に、回復の手ごたえが感じられる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・円高の影響で、輸出品に対する価格引下げ要求が強まっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メーカーは円高などで利益なき繁忙に陥っており、忙しい割に状況は良くない。また、仕事が減っている企業もあるなど、企業間の格差も大きくなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少しずつではあるが、仕事が入ってきている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・消費者の購買意欲が上がらないため、受注が増えない。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で設備投資の動きに勢いが無い。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客が低予算層と余裕のある層に完全に分かれており、全体的には新築住宅の受注単価が下がっている。
		輸送業（営業所長）	取引先の様子	・通関代理店によると、空港での取扱量が5月ごろから前年を下回っている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・売上は例年どおり悪いが、今年は盆を過ぎたころから折込件数が増えており、悪化が進んでいる感はない。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先のショッピングセンターでは6月下旬からセールが始まっているが、6月が悪かった分を前月に取り戻した後、今月は再び悪くなるなど、一進一退の動きが続いている。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・来客数は若干回復しつつあるが、価格に対するシビアな反応もみられるなど、依然として厳しい状況である。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・実用衣料の小売では、猛暑や節電による涼感商品の売行き好調で、6月以降は販売が好調に推移している。法人向けの特注品や名入れ商品などは、原料価格の上昇によるタオル製品の値上がりなどで落ち込んでいるが、全体としてはやや好調な推移となっている。
			やや悪くなっている	繊維工業（団体職員）
繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き			・夏季休暇の延長などの影響で、催事では客が集まりにくくなっており、注文に結びつかない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・今月中旬以降は急激に受注量が減少しており、同業他社も同じような状態となっている。
化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の復興関連の問い合わせなどで、雰囲気は明るくなっているが、まだ本格的な動きはみられない。その一方、円高の影響で物流全体の動きが悪化しており、売上は低調となっている。
化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の復興に伴うインフラ関連の受注が遅れているほか、円高による打撃を受けている。
化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災関係の特需が落ち着いた後は、販売量が全く伸びない状態となっている。
一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・当社は原子力発電関連の顧客が多く、新規投資に関する引き合いが低調である。
電気機械器具製造業（経営者）	それ以外			・これまで海外取引は大きな変化もなく、恵まれた環境にあったが、急激な円高の進行が大きな負担になっている。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き			・前月の地上デジタル放送への完全移行後は、テレビの荷動きが大きく鈍化し、販売全体も前年を下回る状況となっている。
電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外			・円高の影響で業況がやや悪くなっている。
経営コンサルタント	取引先の様子			・節電対策などで、企業の間では経費削減の動きが強まっている。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子			・海外と取引している取引先が多いため、円高の影響で受注量が減っている。
	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	・買手優位の傾向に拍車が掛かっており、受注状況が厳しくなっている。

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
		不動産業（営業担当）	それ以外	・当地域では、賃貸マンションや貸店舗、貸事務所の入居率が悪化している。貸主は以前の賃料で募集を行っており、なかなか借主の希望する金額までは下らない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	それ以外	・円高の影響で、全体的な状況が悪くなっている。
		その他非製造業〔電気業〕（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抜けきれておらず、電力事情も非常に悪い。
雇用関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・製造業派遣が好調で、自動車関連を中心に幅広い業種で需要が高まっており、人材の供給に苦勞し始めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が増加傾向にある。今後は円高の悪影響が出てくる懸念もあるが、現状はすべての主要産業で前年を上回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の前年比は、6月から3か月連続で増加している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が減少してきている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者のうち一般求職者では、離職者の占める割合が過去5年間で最小となった一方、パート求職者では無業者の占める割合が最大となっている。景気回復の遅れから、離職の動きが少なくなる一方、新たに職業訓練を受講する無業者の増加が顕著にみられる。全体としては、新規求職者数が8か月連続で前年を下回るなど、雇用の回復傾向が続いている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・前年や3か月前と比較して、求人依頼数が増えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・1社当たりの採用予定人数は少ないが、求人企業数が少し増えつつある。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・前年よりも休みのかなり長い会社が多く、下半期の案件が出てくる時期が遅れている。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・ここ数か月は、派遣依頼件数の前年比が130%で推移している。ただし、企業が派遣社員の直接雇用化を進めているため、成約数はそこまで伸びていない。
		人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・求人はみられるが、なかなか採用までには至らない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・求人広告の出稿状況は、関西の地元企業からの出稿が前年比で100%と、3か月前とほぼ変わっていない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・新卒などの若手社員の確保に向けた動きが少しずつ出てきている。人件費を削ることで収支のバランスを取ってきた状況には、歯止めが掛かりつつある。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人倍率は当地域では横ばいであるが、県全体ではやや低下している。円高や景気の先行き不安が懸念材料となり、求人意欲にも陰りが出始めている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東北地方の建設工事が優先され、関西での工事が減少しているため、日雇求人も減ったままとなっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・大企業は求人活動をほぼ終えている一方、中小企業は継続中であるなど、規模や業界、職種などで二極化が進んでいる。東日本大震災の復興に伴う現場要員の不足を嘆く企業もみられたが、採用を増やす企業は例年よりも少ない感がある。
	やや悪くなっている	民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・来年3月卒業生の就職状況は芳しくなく、まだ多くの学生が活動を続けている。徐々に内々定は出始めているが、景気の良い話は聞こえてこない。
	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	良くなっている	コンビニ（エリア担当）	乗客数の動き	・6月末に競合店の閉店があったため、乗客数が前年に比べて10～12%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	
関連		テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・今期の来園者数はコンサートなどの持込行事の来客数が減少したことで、前年比では減少となった。しかし月間を通して開催した自然をテーマとする主催行事では、親子連れのみならず、誘客効果により、来園者数が前年比で1割以上増加となっている。	
		やや良くなっている	商店街(代表者)	それ以外	・夏休みで商店街の通行量が多く、先月、今月と売上が前年並みもしくは上回った商店が何店舗かある。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・全体的には、7、8月とも前年同月比で100%を超えており、少しずつ上向いてきている。ただ前年実績を上回っているテナントと下回っているテナントが半々であり、同じテナントが長期にわたり良いわけでもなく、安定的に良くなっているとは言えない。	
		百貨店(購買担当)	お客様の様子	・ギフト解体セールが行われており、例年以上の集客で客単価もかなり高くなっている。手持ちよりも配送を利用しており、少しでも良いものを多く安く買いたいという傾向が食料関係も含め、十分にうかがえる。また衣料品についても、日々の気温は高いが秋物が順調に動き始めているため、景気が上向きになっている。	
		百貨店(販売担当)	来客数の動き	・夏休みの動員催事の集客が22日間で約6万人と入場者数が前年を大きく上回っている。期間中の売上は子ども服売場を始め前年実績を大きく上回っており、特に夏物最終セールが好調に推移している。	
		コンビニ(地域ブロック長)	販売量の動き	・昨年の猛暑の裏年で飲料関係の動きは鈍化しているが、一方でファーストフードの販売量は増加しており、全体として上向いている。	
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・販売の見通しが立つようになり、客の動きも良くなりつつある。	
		乗用車販売店(店長)	単価の動き	・新車の売上単価は上昇しており、サービス売上も前年比102%で推移している。	
		乗用車販売店(副店長)	来客数の動き	・新規来客数は少ないが、自店舗の客をターゲットとして営業活動を展開した結果、前年並みの集客と店舗採算が確保できている。	
		その他専門店[和菓子](経営者)	来客数の動き	・店舗に近い水族館のリニューアル効果が大きく、商品の売行きが良い。	
		観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・この夏の来客数の動きは過去3年のなかで最高水準となっている。	
		観光型ホテル(支配人)	来客数の動き	・低調だった宿泊予約も当月に入ってから順調に伸びており、料飲部門の売上も前年を上回っている。	
		都市型ホテル(総支配人)	来客数の動き	・東日本大震災から5か月が経過し、個人旅行、団体旅行も前年並みに回復してきている。	
		都市型ホテル(企画担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響による減収が収束してきている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響で夜間外出する客や観光客が減少していたが、7月後半からかなり回復してきている。	
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・光回線サービスの継続利用の打診が増えている。また新規契約の依頼も以前に比べて増加している。	
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・スマートフォン需要に合わせて夏モデルの商品ラインナップも充実し、販売が好調に伸び前年同月実績を大きく上回っている。	
		設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・3月以降の資材不足から着工が遅れていた仕事が現在集中しており、忙しい状況である。	
		変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・来客数が減少し、購買金額も低下している。
			商店街(代表者)	来客数の動き	・暑さで客が外出を控えている。
			商店街(代表者)	来客数の動き	・猛暑のため日中に客が出てこない。大型店の入込客はあっても涼みに来ているだけで、売上がなかなか伸びない。
			一般小売店[茶](経営者)	販売量の動き	・8月は順調だったが、7月の落ち込みがひどかったため、平均してみると前年と同じかややマイナスの状態である。
			一般小売店[印章](経営者)	来客数の動き	・月の後半からは短時間に集中する雨が多く、その日は来客数が少なくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・中元や盆行事などでの販売高や人の動きは例年同様で、悪い印象はなかったが、それ以降は良くない状況である。取引先の飲食店も例年並みの様子で、盆は帰省客と一緒に家族連れで食事をする客もあり、普段よりはにぎわっている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・例年に比べ飲料品の売上が減少している。中元商戦もかなり売上が減少しており、相変わらず客の財布のひもが固い。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ギフト解体セールは前年比30%増で推移している。洗剤や油など長期保存の可能な商品のまとめ買いが目立っており、消費者の価格に対する厳しさを堅実な消費スタイルがみて取れる。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・8月は前年より気温が低く、夏物衣料や雑貨が伸び悩んでいる。盆には高速道路料金の休日上限1,000円制度がなくなり来客数の減少が懸念されたが、後ろにずれる形で分散し、売上が増加している。盆明けから婦人服の販売が好調になり、晩夏物の新商品とともに売上が月末にかけて回復しており、全体としては前年実績を上回る見込みである。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・酷暑であった昨年よりは気温の状況が良好であり、来客数は順調に伸びている。食料品は好調だが、先月好調のUV関連商品はかなり苦戦しており、客の多くは選択しながら購入し、安くて必要ないものは買わない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・販売量が全く増加せず、1人当たりの単価にも変化はない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上は前年に比べて上向いているものの、景気が良くなっているとは言えない。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・半年前から来客数が10%減少している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・売上に貢献していたテレビの動きが止まり、代替りの商品も良くない状況である。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・バーゲンが始まり一時上向きになったが、盆の来客数はあまり伸びず、依然として低迷傾向にある。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・ビヤガーデンはまずまずの来客数だが、レストランは前年並みかそれを下回っている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の問題も変化はなく、客もその問題が片付くまでは旅行には目が向かない。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・スマートフォンが追い風となり、販売量は前月までとほぼ同水準で動いている。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・ある程度の来館者数は保ってはいるものの不安定である。
		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上限1,000円制度終了が、盆期間など観光客の増える時期に影響を及ぼしており、地域全体で観光客が少なくなっている。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・入場者数と販売金額は横ばいの状況である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客は東日本大震災以降落ち着きを取り戻し、仕事の様子は安定しているが、特別忙しくなるような話はない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災から半年近く経ち、それなりに落ち着きはみせているが、電力不足・円高・政情不安定などの状況が続くなか、客は自宅の新築を考えるような長期にわたる判断を先送りしている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・来客数は多少減少しているが、客は良い物を安く購入したいという気持ちを前面に出して来場している。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節的な要因はあるにしても来客数はもう少し増えて良いはずだがほとんど変わらず、客は店に入っても購買意欲はあまりなく、複数の注文が減少している。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・2週間連続して猛暑日が続いたため、高齢者や子どもは外出を控えている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・盆が過ぎても来客数は好調だが、購入単価が低下しており、全体的に景気が悪くなっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・台風や盆時期の気温低下、月末の暑さのぶり返しで来客数が伸び悩んでいるが、キャリアやミセスゾーンの売上は好調である。高額ゾーンは不振だが、全般的に衣類の動きは良い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・7月までは売上が良かったが、8月はセールも奮わず残暑も厳しく秋物が売れない状況となっている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・8月初めまでは計画通りであったが、中旬以降売上、販売量とも前年を下回っている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災以降売上が少しずつ回復し、7月で前年実績をクリアできるようになったが、8月になり販売点数・売上・来客数の全てが3%程度前年度を下回っている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・盆期間中来客数が大幅に減少し、その後も売上は伸びていない。この3か月は来客数の伸びもなく、買上点数も低下している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・盆商戦での刺身・焼肉・オードブルなどのもてなしメニューでの高単価商品は動きが鈍い。また中元や手土産などの進物の販売数も昨年より減少している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・盆など催事の消費が伸び悩んでいる。
		スーパー（業務開発担当）	単価の動き	・盆期間は持ち直したものの、それ以後は客単価が昨年比で3%も下落しており、客は必要な物でも我慢したり、できるだけ安価な物にする等、節約志向が続いている。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・盆以降に売上が低下するのは毎年のことであるが、今年は例年より更に落ち込んでいる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・地元の大手自動車メーカー関連の休日変更の影響で、おにぎりなどの主食商品の販売が苦戦している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・仕入先の京都の染め屋や織り屋でも、極上品か安いプリント品といった両極端の品ぞろえで、中間の良い物が少ないうえに、絹も値上がりして大変である。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・値段の高い物も売れるが、低価格商品が圧倒的に売れており、引き続き経済的上昇には厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べて来客数に変化はあまりないものの、購入する客が少なくなっている。そうした状況で特に高単価商品が売れることもなく、やや悪くなっている。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・地上デジタル放送対応テレビの駆け込み需要がある。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・昨年はエコカー購入補助金効果で売上が大幅に伸びたが、今年はその反動で販売量は前年比60%と大変厳しい状況である。
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・昨年と比べて来客数が25%程度減少している。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・盆や夏のイベントなどいろいろ行われたが、客の出入りも今一つで、財布のひもも固くなっている。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金の休日上限1,000円制度が終了した影響で、夏休みの来客数が減少しており、厳しい状況となっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・個室の団体利用が少なく、平日の来客数も減少している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・この夏の猛暑は始まりが早く、本来の夏商戦までに客の消費意欲減退がみられるとともに、盆商戦でも帰省客が少なく盛り上がり欠ける状況である。民間賞与減少も大きな要因だが、外食利用頻度の低下が顕著である。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・多くの家族連れでにぎわうはずの夏休みであるが、節電の影響で大手企業の休みが変更となり、土日の来客数が激減するとともに、その他の曜日でも低調である。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	お客様の様子	・飲食については軽食や麺類が主流で、盆を除いてはレストランの利用が減っている。土産品は数量が減少し、単価も低下する傾向が続いており、特に週末は前年比で2割近く低下しているが、平日は前年並みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・高速道路料金の休日上限1,000円制度終了の影響で、今年の夏休みは例年に比べて車を利用した家族旅行客が減少している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・昨年と比べて夜の利用客が減少している。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・営業についての話は聞いてもらえるが、結論を先延ばしという対応が大変多い。

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
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客は値段を見てより安い店に行く傾向にある。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客は代金支払いに対して厳しい対応が増加しており、資金繰りも厳しくなっている。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・リフォームについての相談件数は少しあるが、新築に関するものは少なく、先行き不透明である。
		住宅販売会社（経理担当）	お客様の様子	・フラット35Sの優遇金利の受付期間の短縮により多少の駆け込み需要が期待できるが、実際には契約締結後の融資申込受付となるため諦めムードの客が多い。
		住宅販売会社（販売担当）	競争相手の様子	・同一エリア内で分譲物件を販売している競合他社の売行きも鈍く、比較的短期間での販売価格の値下げやキャンペーンの展開など、販売促進策の軌道修正を必要としている状況が見受けられる。
	悪く なっている	商店街（理事）	来客数の動き	・暑さのせいで客は外出を控え、買物もする気がない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・昨年8月後半は猛暑の影響でアイスクリームやペットボトル飲料が盆期間やその後も良く売れていたが、今年は朝晩が涼しいため前年の50%の売上になるとともに、円高の影響で消費が鈍い状況が続いている。
		スーパー（販売担当）	それ以外	・当店が入居する商業施設の閉館が決まり、地域全体が沈滞ムードに包まれており、客の購買意欲にも影を落としている。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・放射能汚染の影響による牛肉の不振や節約による買い控えにより、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	・7月第2週目以降来客数が極端に減り、8月もボーナス需要を全く感じることなく盛り上がりず推移している。
住関連専門店（経営者）		お客様の様子	・いかに金を使わずに時間を過ごすかということを考えている客が多い。	
一般レストラン（経営者）		それ以外	・放射能問題が原因で、一般市民が牛肉離れを起こしており、飲食店での肉の売上が異常に減少している。	
タクシー運転手		来客数の動き	・運行回数が減少するとともに売上金額がかなり低下している。	
ゴルフ場（営業担当）		来客数の動き	・暑さや雨などの天候に左右され集客が落ち込んでいる。	
企業 動向 関連	良く なっている	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・国内生産量は東日本大震災の影響からほぼ復旧し、全体的に順調である。ただし、取引割合は小さいが中国向け内示が減少し、在庫調整の長期化の懸念がある。
	やや良く なっている	鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・自動車業界等の回復に伴い、全体的な操業は回復している。ただし、鉄鉱石や石炭の価格が高騰しており、その分を販売価格に十分に転嫁できず収益を圧迫しているほか、輸出向け販売も円高の影響で更に採算が悪化している。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・液晶パネル関連材料の需要が調整気味一方で、エコカー向け材料は需要が伸びてきている。またほかにも輸出が好調な素材があり、国内他社にも好影響が出ている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車産業が上向いているため、受注量も増加している。
		輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の荷動きが始まったことや5月以降の燃料価格の値下げで利益面は順調である。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・セキュリティやデータのバックアップなどの情報関連設備投資に関する検討や導入に至る客が増えつつある。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・商品の供給が追い付いておらず、秋には新商品が出るが需要と供給の見込みが難しい。
		繊維工業（統括担当）	それ以外	・特に変化している状況はないため、変わらない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・景気回復側面もある一方で、急激な円高等で後退側面もある。
		化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原油等の燃料価格高騰や円高が業績に大きく影響している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・7月の受注量は直近3か月の平均に比べると25%増加しており、景気は良くなっている。
		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	・北米を中心とした海外向けの自社製品の注文が入り、売上は回復傾向にあるものの、円高の影響で損益は非常に厳しい状況となっている。

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		
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・円高に対する政府の関与がアナウンスされたが、まだまだ市場では反応が鈍い。当社では輸出に直接関わっていないものの、親会社を通して今後も状況を注視していく方針で、受注量の不安定さは否めない。		
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は悪いまま推移しており、建設関係では廃業するところもあるなど、非常に厳しい状況である。		
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として小口物件を数多く拾う状況が続き、安定した受注が期待できない状況である。		
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円高の影響はあまりないが、販売量に変化がないことから景況感は変わらない。		
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車部品の生産は計画を上回る水準に回復しているが、大幅な円高が長期化しているため、完成車メーカーからの単価引下げ要請で利益は大幅に圧迫されている。		
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先である中小企業の業況は総じて厳しく、事業運転資金の借入れ依頼が多く発生している。ただ多くは過去から業況が右肩下がり状況が続いており、費用削減等の努力をして何とか事業継続を行っている。経営者との話でも景気の良くない状況がずらずと続いているとの認識が多く、回復の見通しが立たないとの発言をよく聞く。		
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数は横ばいの状況である。		
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・販売、サービス業は例年並みの水準に戻りつつあるが、公共事業関係の事業者の業績が想像以上に悪くなっている。以前より業績不振ながら何とか持ち応えていたが、そろそろ限界という声も聞かれる。		
		やや悪くなっている		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・グループ内企業に対する震災応援が一段落し、生産量もやや減少している。
				鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の伸びが想定を下回ることが多くなっている。
農林水産業（従業者）	それ以外			・7月と4月を比較すると、水揚げ数量で2,074トンの減少、水揚げ金額は4億5,990万円の低下である。7月の対前年比は77.6%で、水揚げ数量が836トンの減少、水揚げ金額は8,030万円の低下である。		
悪くなっている		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ資材購入量が全体に減少しており、売上が低迷している。		
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・親会社の海外販売は好調に推移しているが、国内販売は低調で在庫が急増している。それに伴って発注量が減少し、今年下半期の生産が非常に厳しい現状となっている。		
		雇用関連	良く なっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般機械製造業では円高の影響で輸出売上が減少しており、人員整理がみられるなど雇用意欲が低い。その一方で飲食店では猛暑で売上が伸びていることにより、また医療関係では看護師不足により雇用意欲が高まっている。
やや良くなっている		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・製造部門からの依頼が確実に増えており、地元大手の自動車関連企業からの依頼が活発である。有料職業紹介の依頼は、製造業や医療福祉分野からの件数が堅調に推移している。		
		求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・求人数自体は減っている印象はなく、良い人材がいれば積極的に採用したいという意欲を感じる。		
		求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・中途・新卒ともに東日本大震災以降の不透明感から立ち直り、5月以降堅調に推移している。中途求人は前年比約2割増しであり、新卒についてもほとんどの会社が当初の予定数を採用する方針で、とりわけ大手の回復基調が強くなっている。		
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の復興特需で総合住宅機器メーカーの仕事量が急激に増えている。		
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・しばらく中止されていた季節労働の採用があり、ものづくりを中心に回復している。		
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・戸建住宅メーカーに勢いがあり、大手支店、地場メーカーを問わず、営業を強化し拡大を図ろうと舵を切り始めている。大手メーカーは従来の代理店販売方法から直販に切り替えるなどの動きもあり、各社とも口をそろえて市場性があると強調している。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	人材派遣会社 (支社長)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災後の復興需要や節電需要で求人数は増えているが、極端な円高傾向により今後の採用を慎重に考えている企業が増えている。 ・新しい企業の動きも表面化していないため、市場の景気にはおおむね変化がない。
		民間職業紹介機関 (人材紹介担当)	周辺企業の様子	
	やや悪くなっている	職業安定所(職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・7月の新規求人数は前年同月比で13%減少し、前月比で4.6%増加している。一方新規求職者数は前年同月比で2.9%、前月比で15.4%減少している。6月より求人申込票の様式が変更になり、無効求人の更新に時間がかかるため、前月に引き続き新規求人数が大幅に減少するとともに、これを機会に求人を取り下げるケースもあり、求人数の減少が続いている。
		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	<ul style="list-style-type: none"> ・求人はほぼ全ての業種で前年比マイナスとなっている。東日本大震災の影響はほとんどみられないものの、大口の求人がなかったため、全体でも12か月ぶりにマイナスに転じている。
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	一般小売店〔書籍〕 (営業担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・全店的に前年比プラスとなっている。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・7、8月は来客数が非常に増えた。夏休みというだけでなく、東日本大震災の影響による会社の休業など、休暇を取る傾向が増えているのではないだろうか。また、高速道路料金無料化や上限千円制度が終了したものの、車旅行を普及させる一定の効果があったと思われ、引き続き車による旅行者が多くみられる。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・例年は、盆を過ぎると来客数が減少するが、今年はその傾向がみられない。2~3か月前と比べても1~2割程度増えている。
	やや良くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・よさこい祭りの効果もあり、観光客を中心にかなりの人出があった。夏物のバーゲンとも重なり、販売量は増加した。盆の時期も同様で、飲食を中心に良い傾向で推移している。
		コンビニ(店長)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・各時間帯で客数が増加している。また、ほぼ全てのカテゴリーの売上が前年比、前月比ともに増加している。プラス1品のファストフードやデザートが購入されている。
		衣料品専門店(経営者)	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・同業者によっては、売上を伸ばしているところがある。
		その他飲食〔ファストフード〕 (経営者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ファストフード店では来客数が戻っており、売上は前年を上回った。しかし、焼肉業界は相変わらず前年比80%程度で推移している。全体的には回復しつつあると実感している。
		観光名所(職員)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・高速道路上限千円制度が終了し、来客数の減少が懸念されたが、前年と比べて増加している。
		競艇場(職員)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・8月の売上は、前月比2%増であった。しかしながら、この時期の稼ぎ頭となる盆のレースが振るわず、前年比では14%減少しており、景気が上向いているとは言い切れない。
	変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・人出が少し増えているが、買物につながっていない。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・盆までは祭りやイベントで人の動きもあり、飲食街も混雑していたが、盆に入った途端、人が急に減った。帰省客が少ないと感じる。盆の期間に休業する店も多かった。
		一般小売店〔酒〕 (販売担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・地方の経済は冷え込んでいる。価格を比較する消費者の目が厳しい。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・販売量はやや減ってきている。

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
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・高速道路上限千円制度が終了し、今年の盆は県外流出が少なく近場で過ごす傾向がみられた。来店客は、県外客が減少したものの、県内客を中心に前年より増加した。また、物産催事も人気スイーツ特集が好調に動いたが、相変わらず高単価商品は鈍い。売上高は、全体的には前年並みで推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・放射能汚染問題による牛肉販売量の下落と、盆商戦における高額商品の買い控えがあった。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・客単価は増加しているが、来客数は減少し、売上高は前年比で若干減となった。また、高速道路料金上限千円の終了により、公共交通機関を利用する帰省客が増え、手荷物となる贈答土産を減少させている。
		スーパー（統括担当）	単価の動き	・来客数は変化していないが、客単価が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・盆までは良かったものの、盆明け以降は前年に比べて厳しい。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・自動車生産はほぼ東日本大震災以前の水準にあるが、現在登録・納車している商品は4～6月受注分であり、今の販売状況を表してはいない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了に伴う駆け込み需要があった前年同月と一概に比較はできないが、販売量は前年比80%程度にとどまっている。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・販売単価は下げ止まりしている。宿泊数については落ち込みが少なかった。団体客は少ない一方で、個人客は伸びてきている。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内個人旅行の販売高は、前年比90%と低調であるが、海外個人旅行の販売高は、円高の恩恵により前年比110%強と好調である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・8月は盆やよさこい祭りなど、人の動く時期であったが、タクシー利用は少なかった。駅やよさこい祭り会場は、車や人が多いだけである。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額な商品への問い合わせは傾向として続いているものの、増加基調は止まっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・来客数及び客単価の低迷が続いている。
		設計事務所（職員）	販売量の動き	・公共事業の縮減により受注額が減少している。過年度業務も完了し、今年度の受注額が現在の売上額に直結している。特に地方自治体の公共事業の減少量が大きく、下半期以降も、厳しい状況は変わらない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・地理的には東日本大震災の直接的影響を受けていないが、地域経済を覆う閉塞感は徐々に強まっている。日本の内需産業を盛り上げる要素が見当たらない。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	来客数の動き	・高速道路上限千円制度終了の影響からか、土日の来客数が減少している。
		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。リビング、紳士衣料、ファッションパーツ等が苦戦した。中元については、前年実績並みを確保した。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故から波及した食品の放射能汚染問題により、精肉部門、特に牛肉の売上に大きな影響が出ている。
		スーパー（企画・営業担当）	販売量の動き	・全国的な節電モードから、来客数、滞在時間が増えているものの、消費には結び付いていない。盆の時期も盛り上がり欠けた。家庭での調理手間が省けるお惣菜関連のみ、比較的好調である。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は、前年比で1割程度減少している。客に案内をかけてもなかなか来客に繋がらず、購買意欲の低下が感じられる。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・地上デジタル放送化直前の駆け込み需要の反動は、テレビに限らず他の家電商品にも影響があり、来客数、販売量が減少している。
		家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・買換えはどの商品も少し単価を抑えた小型が中心であり、テレビについても32型など小型が多い。全体的に販売数は減少している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・6月から自動車生産が持ち直し、売上も増えつつあったが、8月になって注文が減少しつつある。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・中元時期が終わり、売上は下落している。

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	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客の周期が延びている。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数は5月から前年比プラスで推移していたが、8月に入り前年割れとなっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・3か月前のレジ回転数は、前年比108%であったが、8月は90%まで落ち込んでいる。8月のテレビの販売台数は700台と、3か月前の1,000台から300台減っている。地上デジタル放送移行時の駆け込み需要の反動が大きい。
		タクシー運転手	来客数の動き	・客待ちで1時間半や2時間待機することが多く、しかも、やっと乗車しても千円以内の近距離が多い。夜の街の人手も、相変わらず少ない。
	悪くなっている	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・今月の来場者数は、前年に比べて非常に落ち込んでいる。客単価も下落しており、ここ2～3年で最も悪い。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に伴う部品調達難からの供給不足はほぼ解消されている。生産は順調であり、受注・販売共に増加傾向にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・太陽光発電など、省エネルギー・新エネルギーの仕事が非常に増加しており、生産対応のための徹夜も多い。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の表情や受け止め方が、少しずつ前向きになっている。
企業動向関連	変わらない	農林水産業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・需要が活発でない。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量・販売量ともに高水準を維持しているが、原材料仕入れ価格の高止まりや、販売価格の競争激化などから景気上向きとは言えない。
	変わらない	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・公共工事、民間工事それぞれ1～2件の仕事が取れたものの、価格面は非常に厳しい。
		通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・前年比で若干の落ち込みはあるものの、例年8月のトレンドや過去3か月の実績と比較しても大きな変化はない。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産業務の中で、居住用物件については、販売・仲介とも非常に低迷している。しかし、法人からの事業用物件については、問い合わせやオファーが増加している。
		公認会計士	取引先の様子	・8月の取引先の試算表や決算書をみると、いまだ前年比でマイナスではあるものの、下げ幅は縮小している。
	やや悪くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に停滞気味である。日本国内のムードが第一要因である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・盆まではまずまずのペースであったが、盆明けから、急激に悪くなってきた。
		電気機械器具製造業（経理担当）	それ以外	・一層の円高基調が今後の懸念材料としてあるものの、受注状況については現在のところ変化はない。
		建設業（総務担当）	競争相手の様子	・一時途絶えていたマンションの建設・販売が再開されたが、売行きは芳しくない。数か月前と同じ折込広告がたびたび見受けられるなど、進展がみられない。
広告代理店（経営者）		それ以外	・受注は確保できているものの、インキを中心とした石油関連資材の価格上昇を売価に反映することができない。	
悪くなっている		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・ライフラインとされる衣食住の物流に関する受注が、著しく低下している。業績は、リーマンショック以降で最悪とされた前年をも下回っている。東日本大震災によるサプライチェーンの再編や、自粛ムード・節電志向による消費低迷、円高が大きく影響していると推察される。
	輸送業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・同業他社が、物品移動や保管業務案件について法外な金額を提示して落札する事態が多発している。荷主のコストダウン要請に拍車がかかり、採算割れの受注価格でしか取引できない状況が3か月程度続いている。	
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・業種にもよるが、管理システムの変更による大幅な採用人員の増加や、下期に向けた戦力増強のための求人などを聞くようになった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、自動車販売業など一部の業種については厳しさが増しているが、他の業種は堅調に伸びてきている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・円高などの影響は懸念されるものの、今のところ全般的に変動がない。
		求人情報誌制作会社（編集者）	周辺企業の様子	・訪問先である企業の求人傾向や、販売促進活動などから、企業ごとに多少の違いはあるものの、全体的に横ばいで推移している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・販売促進活動に積極的な企業が見当たらない。カーディーラーや百貨店、スーパーなどの小売店も低調である。ただし、病院と葬儀社は相変わらず堅調な様子である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向にあったが、ここに来て増加率が減少してきている。
	やや悪くなっている	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・求人数は、前年比で2割減少している。企業には人が余っている感があり、中途採用する意欲がない。一方で、医療、福祉関係については相変わらず人手不足が続いている。
	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	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・夏休みということもあり、子ども連れの客が多い。旅館は盆ぐらいから満室が続いているところも多い。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・耐震診断と耐震補強設計案件が良く出ており、当地の同業者は多くの仕事を抱えている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の自粛ムードも一段落して、平常に戻りつつある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントが開催され、中心街の来街者が増加した。バーゲンの開催とも重なり、やや良くなっている。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・3か月前の売上高は、東日本大震災の影響で前年を5%以上下回っていたが、今月はほぼ前年並みで推移している。この時期の売上を大きく左右する中元も前年をクリアした。また、夏物クリアランスセールも好調に推移している。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月の売上は量販店が前年比104.6%、コンビニエンスストアが同105.4%、ローカルスーパーが同100.4%と比較的に良かった。九州新幹線全線開業効果もあり、人の動きが良く、売上が若干伸びている。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・当地の特殊要因であるが、競合店が2店舗閉店したため客が当店に流れており、来客数がやや増えている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・3か月前と比べるとメーカーからの新車供給量が増え、ほぼ震災前のレベルに戻った。収益も今月は黒字が確保できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	単価の動き	・空港の搭乗客数は前年と比較してほとんど変わらないが、2、3か月前よりは改善している。ただ、客の購入単価は前年比10%程度低下している。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・九州新幹線全線開業の影響から、客は少し増えている。しかし、それも観光関連ビジネスだけで、幅広く増えているわけではない。
		観光ホテル（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響を受けていた宿泊状況は、回復している。九州新幹線全線開業の効果もあり、特に関西以西からの客が増えている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊、レストラン共に順調に客足が伸びている。ピヤホールは梅雨が早く明けたせいも、過去最高の売上になっている。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・九州新幹線全線開業や新駅ビルの相乗効果、東日本大震災の影響による旅行の振り替え需要により、7月の後半から8月にかけて家族連れが非常に多くなっている。また、インバウンドの回復もみられる。
		旅行代理店（企画）	販売量の動き	・東日本大震災の影響は薄れ、8月に旅行を控えていた客が9月以降、動き始めている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・盆時期であり、2、3か月前よりは良かった。しかし、依然として東日本大震災の影響がいくらか残っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・6月の新商品発売後、スマートフォンの人気が高まり、全体の売上のほぼ半分を占めている。今月も先月からの好調を維持し、前年を上回った販売数が続いている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・7月、8月の宿泊状況は、口蹄疫の影響を受けた前年に比べるとプラスで推移している。夏休みであり、ファミリー客でにぎわいをみせている。
		音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・夏休みということもあり、教室の見学者が増えている。
		住宅販売会社（代表）	お客様の様子	・客の受注や売上の話を聞くと、景気はやや良くなっている。
	変わらない	一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・7月からの中元商戦及び盆の供え物、持ち帰りの果物等の売上が非常に悪く、客は購買をかなり辛抱している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・中元時期に入り、例年程ではないが注文が入っている。初盆の返礼も好調で、下降気味だった売上に少し貢献している。しかし、猛暑にはかなわず売上はマイナスである。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中元ギフト、クリアランス、夏休み時期ということで、来店、購買の動機がそろい、中元ギフトの売上は前年を確保した。ただ客単価、1品単価、1人当たりの買上点数はいずれも前年を下回り、売上が減少している。一方、衣料品は紳士、婦人共に好調で、クリアランス時期のバーゲン品と正価販売品共に好調である。また、クレジット比率が高まっているが、依然慎重な買物姿勢は続いている。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・競合店が閉店し、前年比100%となった。近隣の2つの商業施設をみると、同101~102%、同105%で推移している。大型店は3か月前とほぼ変わらない。当店は3か月前から3%は上がっているが、競合店の閉店を勘案すると、もっと上向いてもいいところである。同商圏の他店が前年とほぼ同水準であるため、総じて変わらないと判断した。当店は衣料品の紳士服、婦人服、リビング関連商品が、競合店の閉店により今後上向きになる。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・夏物のクリアランスは先月から好調に推移していた。しかし、盆以降日差しのない天候が続き、外出を控える客が増え、夏物購買の勢いは鈍化している。これから秋物商戦に移っていくが、秋の立ち上がりとしては動きが弱い状況である。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・売上が前年比5%程度のマイナスが続いている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・来客数は変わらないが、客の買い控え傾向がみられ、販売点数が少ない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災直後の特需的な売上があり、今月はその反動で、加工食品を中心とした部門で売上が落ちている。また、水産品の売行きが悪いことに加えて、牛肉の売上が大きく前年割れとなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・今夏は猛暑だったが、前年に比べると比較的過ごしやすいため、猛暑関連商品の動きは非常に鈍かった。今年の省エネあるいはクールビズ関連商品も8月になり一気にブレーキがかかり、以前ほど売上に貢献することがなくなった。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・先月は暑さ対策商品や省エネ関連商品等の動きが好調だったが、今月に入り衣料品を中心に動きが鈍くなっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年に比べて8月後半から暑さが和らぎ、夏物商材、衣料品等の落ち込みがあった。また、毎日のように降る午後の一時的な大雨の影響で売上は減少傾向にある。
		スーパー（業務担当）	販売量の動き	・例年、夏休み期間中は帰省需要等もあり、食料品は生鮮食品を中心に大きな売上の増加となっている。ただ、今年は野菜や果物の生育不良や食品の放射能汚染問題の影響により、食料品の売上点数が伸び悩んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・天候不順が続く夏物商品の売上に鈍化傾向がみられ、前年割れが続いている。たばこの売上が全体の売上を押し上げている状況で、やはり厳しい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・たばこの入荷が回復し売上につながっているが、依然としてプラス1品の買い控えが続いている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量の動きに注目すると、前年度はエコカー購入補助金制度があり、かなり販売が進んだ。その頃とほぼ同じ位の受注、販売をしている。
		乗用車販売店（代表）	それ以外	・周りの状況をみても、3か月前と比べて全く変わらない。知り合いの経営者と話しても、景気のいい話は出てこない。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・売上は横ばいだが、高額商品の割合が高くなっている。相変わらず節約の意識は高いが、消費者は金がないわけではない様子である。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・例年同様、中元シーズンを過ぎてコーヒーの需要は一段落している。当地は7月が盆時期であり、その時にギフトと家庭用のコーヒー豆は購入しているので、今月のコーヒーの売上は下がる。また、客の様子をみても、購入割合は前年に比べて若干減っている。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・急激に進んだ円高、株安が経済に少なからず悪影響を及ぼしている。景気回復の遅れが消費マインドの低下に結びついており、苦戦を強いられている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	・燃料油の販売量は、概して前年並みである。高速道路料金引下げの施策が終了しているが、当地を訪問する観光客等は前年並みである。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	来客数の動き	・3か月前と比較して、来客数に大きな変化はなく、売上の前年比も同様に推移している。
		高級レストラン（従業員）	来客数の動き	・女性客が減っている。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・懐具合を気にしながら飲んでいる客が多い。また、常連客の来店頻度が落ちている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・円高効果もあり、海外旅行は韓国を中心に前年を大きく上回っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・価格が少し下がっているせいか、電化製品等を購入している乗客がいる。ただ、食料品は若干値上げ気味であり、消費動向は相対的には変わらない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きにムラがあり、タクシー利用が全然増えない。例年に比べて、レンタカーの利用が多い。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・相変わらず資金繰りの状況が悪い。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響がまだ残っており、立ち直っていない。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は顕著に伸び、来月も2か月先の予約数も前年より多く、景気が回復しているのを実感できる。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・前年同様に猛暑が続いており、アウトドアスポーツにはマイナス要因となっている。8月の客入り状況はもともと良くないが、近年は更に落ちる傾向にある。
		美容室（店長）	来客数の動き	・会社関係の転勤時期にあたり、来客が少なくなっている。
		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	・8月の残暑や節電によるエアコン等の利用控えにより、体調を崩す利用者が増加し、来客数の増加幅が横ばいとなっている。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・客からの問い合わせ件数が3か月前と変わらない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の来街者の3割は年配層であり、冷房設備がないため商店街は暑く、買物に来る客が少ない。また、最近、近くの駐車場が閉鎖になり、来客数が減少している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・とにかく必要な物以外は買わないという消費者の購買行動がはっきりと表れている。どんなに安くても、気に入った物であっても、自分が今必要としないのであれば購入しない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の来街者数が減ると同時に、客の財布のひもが非常に固い。単価も下がっており、大変厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・飲食店への卸は堅調だが、店頭での小売販売量が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・盆までは売上も順調であったが、20日以降、急激に売上が悪くなった。気温が再度上昇し、客の秋物に対する興味が急激に薄れている。客は安くなっても夏物にも反応せず、売場としても手詰まりな状態である。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・石油、食品等の価格が高騰傾向にあり、客の生活防衛意識が高まり、消費意欲は低迷している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・在庫はたくさんあり、前年と同じセール、催事を行っているが、客の購買意欲は非常に低い。この傾向は先月より更に強くなっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・8月は例年、消費の端境期になるので、今年もやはり動きは悪い。来客数の動きが前年比で大きくマイナスとなっている。競合他社の状況もあるが、8月に入ってから非常に厳しい状況が続いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・生鮮の青果や精肉、鮮魚の売上が悪くなり、前年より食品の放射能汚染問題の影響で食品の買い控えの傾向が強い。売上は前年比100.2～100.3%で推移しており、6月、7月に比べるとやや下向きな傾向である。客はますます買い控えの傾向を強めており、特に生鮮食料品が苦戦している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年比100%に近いが、盆関連商品の動きが悪く、買上量がかなり少なくなっている。盆、中元期の売上は落ち込んでいる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・盆期間、車での帰省客は前年より大幅に減少した。また、食品の放射能汚染問題の影響で牛肉の産地表示を強化したものの、売上は前年比15%減少している。豚、鶏肉、その他でカバーするもなかなか売上は上がらない。米は古米より九州産の新米5キログラムが前年より非常に活発に動いている。しかし食品全体の底上げにはならず、3か月前と比べて6%の減少である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・盆前の10日間は非常に厳しかった。食品に関しては食品の放射能汚染問題の影響で牛肉の売上が前年比80%、衣料品においても天候不順により、売上が伸び悩んでいる。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・急激な円高、国内景気の先行き不安等から、消費動向は厳しい。加えて、競合他社間の競争激化により、販売単価の下落に歯止めがかからない。また、来客数も増えず、売上高の減少という負のスパイラルから抜け出せない構図となっている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・相変わらず来客数が少ない。地域振興券も限定的には使われたが継続使用につながらず、店の売上につながらっていない。客の購買意欲も萎縮しているようで、景気は再び沈み始めている。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・夏物の最終セールは前年並みの売上だったが、初秋物の正価販売品の立ち上がりが良くない。豪雨や猛暑等天候の影響もあるが、来客数が落ち込み、フロア全体に活気がなかった。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行に伴う特需の反動と天候不順による季節商材の動きの鈍さにより、売上は落ち込んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度等景気対策がなくなり、客の購入意欲が低く、受注が伸びない。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・例年8月は盆時期から来客数が増えるが、今年はその動きがみられない。来客数、売上共に前年を下回っている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年8月は企業の夏休みがあり、盆前後10日間位はかなり客が少なく、大変な月となる。今年は本社のある関東で計画停電があり、例年以上に盆前後の問い合わせがほとんどなく、動きが鈍かった。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数が少し減っている。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	お客様の様子	・盆までは何とか景気は良かったが、盆を過ぎたらめっきり来客数が少なくなり、商店街の人通りも少なくなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・8月は各種夏のイベントが開催され、イベントのある時間帯はよく動いている。全体をみたら売上、稼働率が非常に落ち込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		通信会社（総務局）	お客様の様子	・アナログ放送の終了後は円高や株安、政局不安、食品の放射能汚染問題等消費を鈍らせる要因が多い。7月までのキャンペーンの反動減もあり、やや悪くなっている。	
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・ブロードバンドエリア拡大による販売量の増加が一段落し、販売量が停滞する。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・良くなっている部分もみえるが、全体的にみて若干悪い。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・電力需要の問題や円高等で輸出産業は非常に苦勞していると聞く。輸入関連の雑貨店等は円高の差益で非常に状況は良いが、景気を左右するところまでいかない。円高による輸出産業の低迷が非常に心配される。	
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費の低迷が続き、猛暑や雷雨等天候要因も重なり、商店街への来客数が減少している。	
		商店街（代表者）	販売量の動き	・8月は半分以上が雨の日となり、まるで梅雨のような天候不順が続いたので、客足が伸び悩んだ。	
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・蒸し暑い日が続き、全く客が来店しない。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・当店はギフト、贈答メインの生花店であり、暑さが続くと生花は販売量も売上も少なくなり、今年も厳しい状況である。	
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・小物は売れているが、大物の販売量が非常に減っている。	
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・この夏は天候不順で客の動きは今一つである。客の年齢層が上がっているせいもあり、購買動向は盛り上がらない。	
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電販売はアナログ放送の停波により、7月24日以降テレビの販売量が減っている。8月の初旬辺りまでは少し動きがあったが、それ以降大きく減少しており、11月まではこの状況が続く。	
		自動車備品販売店（従業員）	それ以外	・アナログ放送の終了により、地上デジタル放送対応チューナーの動きが止まっている。高速道路料金引下げも終了し、玄海原子力発電所の問題等消費環境が悪化している。	
	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）	受注量や販売量の動き	・新規設備の受注が活発である。
			金融業（調査担当）	取引先の様子	・自動車メーカーのサプライチェーンが回復する等、九州の製造業にとってはプラスの作用が働いている。
経営コンサルタント（代表取締役）			取引先の様子	・東日本大震災の影響もあり、3か月前はゴールデンウィークであってもパツとしない状況であったが、8月は状況的には大変良く、客も多い。7月は天候不順だった関係もあり、出遅れた分、8月は取り戻しているところが多い。	
やや良くなっている		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月は盆需要で、不調であった本店の注文量が多かった。冷凍食品向けは相変わらず引き合いが強く、注文に対応できない状況である。居酒屋向けは、少しは戻っているが、盆過ぎから厳しい状況にある。	
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・不安材料はあるもののマンション建設や商業施設建設等が増えており、家具の見積依頼が増えている。ただし高額商品の動きは鈍いままで、安価な商品を単品で購入する人が多くなっている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月になり、9～10月の仕事量をなんとか確保できた。	
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が増え、経常利益が上がっている。	
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・入札が1週間に4～5件発注されており、3か月前に比べれば比較にならない程良くなっている。ただ受注する業者が偏っているのは否定できない。しかし今期は繰越工事が少なかった分、食欲に受注していきたい。	
		金融業（得意先担当）	取引先の様子	・3か月前の東日本大震災直後に比べるとかなり回復している。足元の状況は非常に厳しくなっているが、取引先の代表者、経理担当者とは話をするなかでは、良くなってきた。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・この1か月、問い合わせや注文が増加しており、客の投資意欲が上向いている。	

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
	変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品在庫が少なく、販売量を伸ばせなかった。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量等はあまり変動がない。
		その他製造業（産業廃棄物処理業）	受注量や販売量の動き	・産業廃棄物の混練バランスが悪く、処理量が計画より減産になっている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・アパレルや食品、日用雑貨等預かっている品物の荷動きが悪くなっている。特に盆過ぎの出荷の落ち込みがひどい。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・民主党の代表選挙や東日本大震災、燃料価格の高騰、円高問題など経済活動面でのマイナス要因が多過ぎる。
		金融業（営業）	取引先の様子	・製造業は当面、大手メーカーからの受注が好調である。東日本大震災以降の供給体制が整っていなかった頃と比べ、高いレベルで稼働している。ただし、今後大手メーカーは海外生産へ移行していく可能性が高く、従業員の増加等にはちゅうちょしている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先である中小企業は、秋口に向けて受注を確保し始めている。ただしこれは、東日本大震災以後止まっていた仕事が動き出したものであり、本格的な景気の回復ではない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・現在もそれほど変化はなく、以前の悪い状況がずっと継続している。
	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・酒類メーカーは取引先の拡大をできず、既存店舗の売上が減少し、経営難となっている。他業種に売却される懸念もある。	
	やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・たくさんの工場が縮小や閉鎖に追い込まれている等良い状況が全く見当たらない。円高の影響から海外への生産移管が進み、仕事の受注が少ない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は、前年と比べて2割の減少となった。荷動きが悪く、特に8月はギフト関連の動きも全然ない。今のところ9月の受注もまだ入ってない状態であり、先々一段と厳しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・景気そのものは不透明な状態で先行きの見通しがなかなか立ちにくい状況が続いている。これから先、状況の変化があると思われるが、不透明な状況から脱皮する可能性は少ない。
		金融業（営業職 渉外係）	取引先の様子	・円高の影響により、輸出産業を中心に業績が急激に悪化している。円高のため在庫を輸出できず、在庫が増加傾向にあり、資金繰りに困窮している。
		新聞社（広告担当）	受注価格や販売価格の動き	・通信販売や旅行等の広告量が大きく前年割れとなっている。他の業種ではカバーできず、総じて前年比90%を切る状況である。
その他サービス業〔物品リース〕（役員）		受注量や販売量の動き	・取引先の盆休み等を考慮しても、引き合い案件は前年以上を確保している。ただ、ここにきて取引先は先行き不安から設備投資へ慎重になっており、受注高が3か月前に比べて24%程度落ち込んだ。	
悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先から、納期の日延べの相談が届いている。しかも、日延べ日時は未確定であるという。今月の中旬から急激に悪い方向に変化している。	
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社、近隣の他の倉庫も含めて、在庫がいっぱいの状況である。メーカーが大量に物を購入しているものの、なかなかそれが出庫していかず、倉庫内に在庫が滞留している状況になっている。あらゆる業種で物が売れていない状況が続いている。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村が建設コンサルタントに発注する調査や計画等の委託業務は、入札時に予定価格の半分以上で落札される場合が多くみられる。市町村の予算はほとんど利益が出ないような低価格の場合でも、その7割前後で入札される場合もあり、請け負った業者は赤字覚悟となっている。	
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・採用やあっせんの求人依頼数が比較的好調である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・職種によって差はあるが、短期、長期共に以前より求人数が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・携帯電話業界のスマートフォン関連の人材派遣依頼が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・事務系長期の派遣求人が、若干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	・半導体、自動車関連等で生産能力の拡大や開発機能の強化に伴い人員を増強する動きが目立っており、新聞広告を通じての求人も好調に推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3,731人と前年比9.1%の増加となり、企業の採用意欲が高い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は大幅に増加し、全体的に景気の回復傾向がみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比22.5%増となっており、企業間で業況に差があるものの改善がみられる。産業別でみると、卸売業、小売業、製造業等の求人が増加傾向である。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・求人数が前年を10%程度上回っており、前年求人を探した企業からの求人情報の提供がある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・例年8月は求人の取扱件数が減少傾向であるが、今年は減少の幅が少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・この数か月、東日本大震災の間接的影響もあり、取材先の企業の求人状況は良くない意見が多い。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求職者数は前年及び前月を上回る見込みである。新規求人数も前年同月を大幅に上回り、前月とは1件程度の微増となっている。引き続き、医療福祉、卸売小売業を中心に増加傾向にある。依然として、雇用情勢は厳しさが続くが、緩やかな景気の回復基調がうかがえる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の提出状況は前年比でみると増加傾向が続いているが、好景気であった平成18、19年度と比較するとまだ求人が多いとは言えない。有効求人倍率も微増したものの、いまだ0.6倍前後で推移している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用は欠員求人を中心に前年より多少多い状況で推移している。ただし、あくまでもここ数年の欠員補充の中止が限界にきて採用に踏み込んでいるという状況である。景気上昇に伴う追加求人ではない。
	やや悪くなっている	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・派遣需要は短期間、単発案件が少ない状況である。長期案件も企業状況が改善して繁忙になっているというのではなく、休みの代理、代行案件が多い。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・各県被災者支援に緊急雇用の予算を組むも、九州での希望者は少なく、無理やり集めている状況である。雇用状況の先行きは不透明である。	
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数は徐々に増加しつつあるが、そのペースが遅い。	

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	観光型ホテル（総支配人）	乗客数の動き	・宿泊客数は3か月前比198.3%で、前年比では104.3%である。東日本大震災からの急激な回復で来客数は増加している。ただし、宿泊単価が低く売上は低迷している。
	やや良くなっている	百貨店（営業企画）	販売量の動き	・前年比では98%と前年を割ってしまったが、台風9号の影響で、3日間商況に影響があった与件を除けば、貢献できたといえる。食品部門は旧盆の時期のズレによって売上が7月への前倒しとなり前年比73%であるが、前年比109%の衣料品を中心に、非食品部門で伸びている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・1週目は台風の影響により売上の前年比が10%減であったが、中旬から下旬にかけて客単価が上がり、前年の売上はクリアできている。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	乗客数の動き	・大通りのイベントも台風に影響されずに無事に終了した。旧盆の頃から月末までは晴天に恵まれ多くの観光客がおり、久しぶりに通りにぎわいがある。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・今月は台風の影響があり、宿泊のキャンセルなどが発生したが、その後の予約受注の伸びもあり、稼働率において前年同月の実績を上回る見込みである。3か月前までは前年実績を下回っていたが、今月は前年並みか、前年を若干上回る見込みである。

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（店長）	販売量の動き	・若干ではあるが、機種変更が多くなってきている。
		ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・3か月前に比べて客層自体も上がってきており、来客数も少し上向いてきた感がある。
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	販売量の動き	・販売数量が前年比96%と厳しい状況である。中元ギフトは93%と更に悪い。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今月上旬は台風の影響で、飲料やアイスの販売構成率が例年より低かった。代わりにラーメンや菓子等食品が前年を上回ったが、全体をカバーするには至らない。天候が順調なら飲料等の売上は前年並みに確保できた状況である。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・夏休みに入り来客数、売上、共に3か月前より上昇しているが、前年比とほぼ変わらず、景気が良くなったとはいえない。
		通信会社（店長）	来客数の動き	・例年は新商品の販売が短期間で終わるが、今年は各メーカーが間を空けて発売しており、来客数の落ち込みが無く好調が続いている。メディアでもスマートフォンを扱うことが多く、来客数増の要因となっている。
		その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災後から、観光客の落ち込みは多少回復をしているものの、まだまだ伸び悩みが続いており前年に比べて利用客が減少している。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	来客数の動き	・前月と比べ来客数が減っているが、前年同月比では変化は無い。夏休み期間中で多くの住宅業者がイベントを実施しており、また、台風による来客数減もあるため、当社への来場は前月より減少したものと推測している。ホームページ等での問い合わせもあり、傾向として景気の動向は変わらないと判断する。
	やや悪くなっている	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年と比べて1割弱減っている。
	悪くなっている	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・家電エコポイント制度と地上デジタル放送への移行が終了し、テレビの売上が半分に低下している。
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・8月は例年売上の上がる月である。20日以降は例年並みであるものの、20日までに大型台風の影響で2日、旧盆で1日店を閉めたため例年の80%しか来客数が取れず、売上は非常に落ち込んでいる。地元の葉物野菜の値上がりで、原価も上昇している。	
企業動向関連	良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅の新築及びリフォームの申込件数が増加している。
	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	・本土系販売店の進出が数件続いており、取扱物量、売上は増えている。既存取引先においても建築関連、家電関連、食材雑貨関連すべて前年を上回る物量となっている。
	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	・公共工事は前年より減少している。民間工事は賃貸住宅では前年比増であるが、大型建設が無く、全体で前年より減少している。
		輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・久米島は低調、八重山も通常レベルだが、宮古が依然好調である。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注案件は増えてきたが、契約金がまだ安価であり、景気が上向きとはいえない。
	やや悪くなっている	○	○	○
	悪くなっている	—	—	—
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新規依頼や既存ユーザーからの追加依頼が続いている。それも、一事業所で複数人の派遣を依頼してくるケースが最近多くなっている。
		人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・前月は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たが、今月も同様に受注案件は好調である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増えている。新規求人だけみても増えている。
	変わらない	○	○	○
やや悪くなっている	—	—	—	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪く なっている	—	—	—