

## ・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

### 1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計動向 関連	良く なっている	○	○	○	
	やや良く なっている	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・来客数、買上客数の減少に歯止めがかからないものの、客単価が上昇傾向にあり、衣料品を中心に売上が増加傾向に転じてきた。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・例年と異なり、気温が下がりきらないため、季節商材の動きが遅れているものの、購買行動に動きがみられるようになっており、全体的に売上が回復している。特に実用品において動きが顕著である。	
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・商品の供給が安定してきたことで、イベント告知ができるようになり、売上がやや良くなっている。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客の稼働が上昇している。例年10月に入ると減少傾向になるが、今年は月末まで高稼働が続いている。特に国内からの団体観光客の入込が目立っている。	
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・8月以降、管轄路線の旅客数が急激に回復している。使用機材小型化の影響もあるのかもしれないが、ビジネス客、観光客ともに活発な動きが継続している。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・タクシー1台当たりの売上を3か月前と比べると、3.4%の落ち込みとなっているが、前年は約9%の落ち込みであったため、減少幅が縮小している。また、今月の売上は前年からは2.8%の増加となっていることから、景気はやや良くなっている。	
		通信会社（社員）	お客様の様子	・以前は客の支出意欲が完全に停滞していたが、現在は年末に向かう時期にもかかわらず、必要なものならば購入しようと積極的に考えている。自粛ムードが完全に払しょくされたとみられる。	
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前の来客数は前年比83%だったが、今月はほぼ前年並みの来客数で推移している。	
		美容室（経営者）	単価の動き	・この3か月、来客数は前年とあまり変わらないが、今月は関連商品を購入するなどの動きがみられるようになり、客単価が上昇している。	
	変わらない		商店街（代表者）	お客様の様子	・秋冬のシーズンに入り、季節商材の動きが徐々に良くなってきている。東日本大震災のショックも少しずつ薄れ、客の購入意欲が上向いてきている。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・客の購買が気温の変化に左右されている。月初めの寒い日は羽織物が売れたが、その後は気温が下がらないため、アウター等の防寒物の購入にちゅうちょしている。前年に比べると、ウール等の単品物に動きがみられない状況となっている。
			一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店への客の入込が厳しい状況にある。客先の飲食店では仕入を押さえて、当座買いしており、極力在庫を持たない状況が続いている。
			百貨店（売場主任）	お客様の様子	・気温が高いため、防寒用の高額コートに動きがみられない。客の興味は今着ることのできる物にだけ向いている。
			百貨店（売場主任）	来客数の動き	・紳士服や婦人服のジャケット、コート、ニットの動きが良く、販売量は前年を10%以上伸びて推移している。特にパンツの動きが顕著であり、前年を30%上回っている。また、紳士物はジャケット、スラックスの売れ方が良く、婦人物はニットのほか、今年のトレンドであるポンチョがよく売れている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・買上客数は前年比98.9%と前年を下回っているものの、客単価の上昇により、売上が増加している傾向が続いている。	
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・過去3か月、来客数は伸び続けているものの、買上客数は横ばい状態となっており、一時期の上り調子と比べると、客の財布のひもが固くなっている印象を受ける。欧州の信用不安やタイの洪水の影響から、景気の先行き不透明感が強くなってきていることが要因とみられる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		百貨店（役員）	お客様の様子	・家電はエコポイント制度の終了による売上げの低下でかなり悪いが、ストーブが堅調である。ただし、売れ方は店舗によって格差があり、各店の企画力に左右されている。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前年のたばこ値上げの影響とエコポイント制度の終了による売上げの低下の影響から、商品の動きが前年と比べて低下している。	
		スーパー（役員）	来客数の動き	・前年10月のたばこの値上げの影響もあるため、前年との比較では一概に判断できないが、たばこを除いた数値を比べると、客単価が前年比99.4%と低下している。その要因として商品単価の低下が挙げられる。また、最近の傾向として、何か特別な販促がなければ消費者に動きがみられないなど、シビアな消費行動となっていることがうかがえる。	
		スーパー（役員）	販売量の動き	・前年のたばこの値上げの影響で、見かけ上は前年より良い売上となっているが、たばこを除いた売上は前年並みとなっている。	
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・前年のたばこ値上げの影響で全体の売上は増加している。しかし、たばこを除いた売上は前年割れとなっており、客単価が低下傾向にある。	
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・客の動向をみると、秋冬物の実需期に変わるなか、前年よりも客単価が下がっている。	
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・テレビやDVDレコーダ以外の家電商品は前年と同程度売れているが、テレビが売れていない分、売上の目標金額を下回っている。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売車種に大きな偏りもなく、全体的に若干の好調さを維持している。	
		自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・この1年、来客数、販売量とも順調に伸びていたが、今月の実績を見る限り、このまま右肩上がりの売上を保持することは厳しくなってきた。	
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・医療の分野においても、ブランド志向と安くても構わないというジェネリック志向に二極化してきている。	
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	単価の動き	・自動車用燃料の減少傾向が顕著であり、同業者による価格競争が続いている。	
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年と比較して売上が減少している。	
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今月は週末、昼夜ともに満席の状態が続いたこともあり、売上は前年を14%上回り、久しぶりに2けたの伸びとなった。特に家族連れや中年、団体の客が目立った。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・10月のタクシーの売上は、中旬までは前年より良かったが、下旬が天候に恵まれたことから、利用客が減少し、月全体では前年を下回った。9月の売上がプラスになるなど、最近の動きとしては少しずつ良くなってきている傾向にあったが、天候に大きく左右される面がある。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前と比べると、売上は変わっていないが、前年比では6%の減少となっている。	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、ほぼ前年並みの売上で推移しているため、大きな変動がないように感じられる。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客のマンションに対する購買意欲は依然として高い。購入までの判断が早いこと、値引き要請が少なくなってきたことが理由として挙げられる。一方で、経済情勢が好転していないなかで、購入に対して慎重に行動する客も増えてきている。	
		やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・年金支給時期の延長を検討するニュースが流れて以降、来客数や販売量の落ち込みがみられる。特に高額品の動きが鈍くなっている。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・景気が悪いなか、買物に対して後ろ向きの行動を取る客が多くなっている。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・天候不順の影響もあり、今月に入り来街者が減少している。また、隣接商店街のアーケード補修工事が未完成のため、中心部全体としての買物客も大きく減少している。
商店街（代表者）	お客様の様子		・年金の支給開始年齢が70歳になるといった、不安要素のあるニュースが流れているため、客の財布のひもが固くなっている。		

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〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・外国人観光客が減少しているなかで、日本人観光客の買物もシビアになっている。買うのは自分の物のみで、近所や友人などへの土産はほとんど買わないため、客単価は10%低下している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・ここしばらくは3か月前と比べて右肩下がり販売量であったが、今月は前月比102.7%と少しだけ持ち直した。しかし、前月の販売量は前年比82%と減少幅が大きく、依然として前年を大きく下回っている状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・前年にたばこ値上げ後の一時的な売上の減少がみられた反動もあり、前年比は大きく上回っている。しかし、たばこ以外の商品の売行きは鈍化しており、来客数の伸び率に対して売上の伸び率が下回っている状況にある。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・売上は前年並みであったが、来客数が減少した。値下げしたメニューへの客の反応は良いが、定額のメニューは内容が良くても売れにくい状況にある。一方、札幌での会議などに合わせて、道内各地から来店した客もみられ、少し売上に貢献してくれた。
		観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・依然として宿泊単価の回復がみられない。その一方で、旅行会社からの料金値下げ要求が強まっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊客数はほぼ前年並みとなったが、客単価が前年を17%下回っており、恒常的な低単価傾向が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・前年と比較して注文数が減少している。特に観光客からのオーダーが減少している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もなくなりつつあり、個人旅行者を含めて回復傾向にある。一方、海外客は、中国や韓国からの旅行者が大幅に減少している。
		パチンコ店（役員）	来客数の動き	・来客数の減少に加えて、客の使用金額の減少傾向がみられる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・観光期を過ぎ輸送量が減少している。今年は天候に恵まれず、欠航日数が例年より多いこともマイナス要因となっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・株価の低迷、円高の進行、タイの洪水被害等により、客の消費マインドが非常に冷え込んでいる。
		悪くなっている		家電量販店（経営者）
家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き			・前年は家電エコポイント制度の最盛期であり、テレビを中心に10年に1度の売上増加があったが、今年はその反動が8月より続いている。特に10月に入ってから、状況は更に悪化しており、過去最低の売上で推移している。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
		やや良くなっている	食料品製造業（団体役員）	それ以外
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・首都圏では、東日本大震災の影響が幾分薄らいでおり、今まで買い控えられていた高額商品が動き出している。請負物件も活発化し始めている。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売量、問い合わせ件数は横ばいだが、単価の低下幅が予想より小さく、価格交渉に持ち込まれる機会も減少していることから、景況感はい前よりも回復傾向にある。
		金融業（企画担当）	それ以外	・東日本大震災後、大きく落ち込んだ外国人観光客は徐々に戻っている。建設関連では、住宅着工が低水準ながら増加していることや一部の企業では技能工を被災地に派遣していることもあり、人手不足の感が強まっている。
	変わらない		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き
金属製品製造業（経営者）			受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復興需要に関連する仕事が出てきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・製紙、医薬品、飼料製品の動向に大きな変化はみられない。収穫期を迎えて、農産物関連のどんぶり前は前年より若干増加しており、ビート糖も前年より13～14万トン増加する見込みであるが、平年並みの水準までは見込めない状況にある。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・前月に比べて、取扱量がやや上向きとなったが、景気の回復というよりも、天候回復によるものとみられる。3か月前と比較しても大きな変化はみられない。
		司法書士	取引先の様子	・建物の建築については、一時期と比較して上向いているようにみられるが、土地の取引は停滞したままである。
		司法書士	取引先の様子	・景気回復の兆しが見えない。給与所得の目減り感があるなか、不動産取得や住宅新築などの大型消費は増える傾向になく、横ばいの状況が続いている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・基幹産業である農業、特に肉牛生産が不調であるため、厳しい状況に変わりが無い。
	やや悪くなっている	建設業（従業員）	競争相手の様子	・上半期は建築工事の見積の引き合いがみられたが、下半期に入ってからほとんどみられなくなっている。
			その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き
その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）			受注量や販売量の動き	・全体的に仕事量が少なくなっており、消耗資材の販売量も減少している。
	悪くなっている	司法書士	取引先の様子	・建物の改装工事が増加しているが、新築工事が減少している。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数が堅調に伸びてきており、当初予想を上回って推移している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・9月に引き続き、求人数が増加している。全般的にどの業種も前月と同じ傾向で伸びているが、特にコールセンターの求人ニーズが伸びている。また、道内の製造業関連の求人ニーズも目立ってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・募集広告の売上が前年比134%と大きく伸長した。農業関連事業への派遣が前年比141%となったほか、飲食が前年比133%、運輸運送が前年比123%、小売が前年比118%と前年実績を上回った。前年実績を下回ったのは、医療の前年比89%だけであった。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は13.1%増加し、20か月連続前年を上回った。月間有効求人数は15.2%増加し、20か月連続で前年を上回った。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年、求人数が春に比べて徐々に増える時期であるが、求人に占める正社員の割合は前年と比べて大きく減少している。パートやアルバイトが相対的に増えており、企業の採用意欲はまだまだ慎重さを崩していない。求人企業の求めるスキルは相変わらず高いため、なかなかマッチングができず、求人が滞留している状況にある。また、求職者も増加傾向が一服しており、職探しをあきらめた求職者が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数はやや増えているが、新規の増員ではなく、退職者の後任ポジションがほとんどであり、結果的に雇用数は変わらない状況にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・今年の7月から求人数が伸び始めていたが、ここに来てほとんどの業種で弱含みの傾向となってきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は増加傾向にあるが、求人開拓の事業所訪問の場において、景気回復の話が聞かれないため、厳しい状況に変わりはない。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・8月の求人数は前年を6.7%上回った一方で、新規求職者数は前年を4.7%下回った。月間有効求人倍率は0.57倍となり前年の0.52倍を0.05ポイント上回ったものの、新規求人数のうち、正社員求人の占める割合は45.0%となっており、求人者と求職者の間における職種労働条件のミスマッチが少なくないため、依然として厳しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	それ以外	管内の求人倍率は0.51倍と前年を0.09ポイント上回ったが、依然として高い水準にあるとはいえない。
	やや悪くなっている	○	○	○
	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	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・セールを行っているが、ここ数年見たことがないほどの売上を記録している。客の様子を見ても、値段にシビアな人も見られるが、冬物をしっかりと準備する人や、ある程度しっかりとしたものを選ぶ人も多く、景気が少しずつ上向いていて、身の回りの物にもお金が回るようになってきているように見える。あるいは、コートなどを早めに準備しようとするモチベーションが例年以上に感じられる。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・生活者の消費行動にそれほど大きな変化は見られない。しかしながら、全般的には1品単価及び客単価に上昇傾向が見られる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ここ数か月、生活用品の店でいくらか良い状態が続いているが、それに加えて、宝飾店にも徐々に動きが出始めている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・個人消費については、気温の低下や電力需要とのからみもあり、秋冬物が好調に推移している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・繁華街では、週末に限り人が繰り出す状況が震災後5か月間続いている。客単価は変わらないものの、当店の来客数も多くなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上の前年比は3か月前より良くなっている。気温も落ち着いてきており、婦人服や紳士服の秋冬物の動きが良い。ブランド品も引き続き好調である。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・冬物防寒衣料が好調である。3連休は得意客、フリー客共に、流行に敏感な客の来店も多く、特に流行のポンチョや、ドルマンスリーブタイプのニット製品など、客のたんす在庫にない物の動きが良い。コートも非ウールコート、ウールコート共に好調に推移しており、ダウンコートでは、袖がニットであったり、ダッフル型、テラー襟のものなど、襟型やデザインに変化のあるものが売れている。客が持っていない商品を提案できるメーカーが防寒衣料の売上を伸ばしている。
		百貨店（経営者）	単価の動き	・動きの鈍かった衣料品の売上が上昇している。来客数は引き続き厳しいものの、買上点数及び単価は上昇している。身の回り品の高額品は震災前にも見られなかったくらい好調である。ただし、カテゴリーごとに大きな凸凹がありデイリーな商品ほど厳しく、来客数に影響している。
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数が若干ではあるが増加している。食料品の購入客に加え、ファッション関連商品の動きも良くなってきている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は好調を維持している。買上点数が2.95と、ここ数年では最高値になっている。近隣でビルの修復作業を行っているため、その影響もあるのではないかと見ている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・売上が前年を上回っている。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・震災後の消費控えが収まり、通常の生活に戻った感がある。既存店の来客数は前年比100%となっている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・復興需要と見られるが、客単価はやや上昇し、来客数も増加している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両生産供給制約の緩和からバックオーダーの解消が進み、販売は堅調である。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・企画イベントを開催したところ、若干ではあるが、東日本大震災以降遠のいていた客足が戻っている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・販売量の動きが回復している。また、観光客の入込も回復基調であり、総じて上向きになっている。しかしながら、燃料以外の需要は芳しくなく、不急のもの消費を抑えている状況は変わらないため、本格的な回復には至っていない。また、販売量の減少から、閉店する店が増えてきている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・震災の影響も一段落し、披露宴などが復活してきており、少し良くなってきている。しかしながら、景気が良いというよりは、止まっていたものが動き出したという感じである。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・当地は震災復興の拠点であることから、人の流れが絶えず、震災前よりも活気に満ちている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全国からの復興支援を兼ねた観光客が東北地方でも特に宮城県に集中しており、来客数は前年比120%となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊、レストラン、宴会場共に前年比100%以上の入込が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・乗客が増えてきており、2万5千円程度の売上は維持できるようになっている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新発売のスマートフォンの影響で携帯電話業界はかなり活性化しており、景気そのものも上向いてきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客からは景気が良くなっているという声は依然として聞こえないが、3か月前と比較するとやや上向きである。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・中旬までは3連休も含めて好天となったため、来客数は順調に推移し、前年を若干上回っている。しかしながら、震災復興キャンペーンで入園料を半額としているため、単価は下回り、売上もわずかに及ばない見込みである。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・失業保険延長の影響や震災復興関係で他地域からの人の流入が一因となり、ここ数か月、売上及び客単価の上昇が続いている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・前半までは個人観光客の増加の効果もあり、商店街の観光地など、中心市街地への来客が増えていたものの、このところは台風及び寒さの影響でめっきり落ち込んでいる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街全体、特に個人商店は元気が無い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・ここ数か月、商店街の来客数や購買額に大きな変化はなく、消費意欲が低いレベルで安定している。生活必需品中心の買物が多くなっている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・復興需要の落ち着きや社会不安に対する消費マインド低迷の持続等により、上向きとも下向きともいえない状況である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年とほとんど変わらない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・震災以降8月まで、売上は横ばいが続いていた。前月は悪化したものの、今月は8月までの水準に戻っている。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・秋の新商品の販売が好調で、来客数も増えているが、販売量、売上共に横ばいで推移している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・全体的な動きが良いなかで、特に寝具の動きが良いのが目立っている。価格帯も幅広く、数量的にもまとまった数が動いている。冬場の省エネ対策と、震災特需による動きであると見ている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・高額商品は、一時の勢いほどではないが、引き続き好調に推移している。前年との比較でも、来客数と1レジあたりの購入金額が伸びており、売上額のプラスに反映している。
		百貨店（買付担当）	販売量の動き	・売上は前年をクリアしているが、震災特需による面が大きい。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・業績は前年比でプラスに転じているものの、3か月前との比較では、来客数、売上高、買上単価共に低下している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・近隣に新しい店舗がオープンし、その影響が懸念されたが、月の後半になるにつれて来客数も若干回復してきている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は低下傾向が続いている。

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
		スーパー（販促担当）	販売量の動き	・農水産物を中心に、旬の産地が東京電力福島第一原子力発電所事故の影響を受けた地域から別の地域に移行したことや、気温が低下したことにより、生鮮商品の動きは良くなってきているものの、加工食品等は特売等で価格を下げなければ大きな動きはない状況が続いている。消費者の低価格志向が強くなってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比112%、来客数は同108%、客単価は同106%と好調である。工事関係者の増加があり、弁当、飲料、たばこ等がよく出ている。また、20代から30代の女性客が増加しており、デザート関係も好調となっている。周辺の住民も高齢者が多いせいか、遠くのスーパーではなく身近のコンビニを利用している人が多い。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数が安定しており、ほぼ前年水準の数字である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月同様、来客数は安定しており前年をクリアしている。ただし、幹線道路沿いの店舗では、季節変動を考慮しても来客数の減少がやや大きい。週末の行楽需要も少なく、遠出の需要は減っている印象を受ける。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・被災地を中心に、前年と比較して10%以上の伸長を見せているが、傾向値は変わらない状況である。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客の購買意欲は3か月前と比べてあまり変化がない。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・朝晩は大分冷え込んできているが、防寒用のコートやジャケットなど、単価の高い商品に動きが見られない。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・価格の高騰や品薄が依然として続いており、受発注に苦慮している。業種間の格差が表面化してきている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客足が極端に少ない状態が依然として続いている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・来客数は良い日もあれば悪い日もある。売上はひどい落ち込みにはなっていない。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・セールの開催により来客数は大幅に増えているが、客単価は依然低迷している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行期限も過ぎ、家電販売の主力商品であるテレビの販売量が落ち込んでおり、来客数も前年の8割となっている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・地上デジタルテレビの単価ダウンが大きく影響し、3か月前と比べ客単価が一層低下している。冷蔵庫や洗濯機の価格は持ち直しているものの、テレビの低下分をカバーするには至っていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーの生産供給回復に伴い、積み上がった受注残の登録が進んでいる。前年のエコカー購入補助金終了後の反落市場がベースとなっていることもあり、販売見込みは前年比50～70%増である。一方で、受注面では法人を中心に復旧需要がおう盛であるものの、個人向け受注は一服感がある。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・住宅の完成時期にもあたり、客の反応も良くなったように感じられるが、売上は前年水準に届いていない。
		その他専門店 [パソコン]（経営者）	競争相手の様子	・仕事量や発注量は増えてきているものの、利益はほとんどないとの話が聞こえてくる。
		その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・得意先が減っているといったことは無いが、得意先の販売量は増加が見られず、底をはっている感がある。飲食店も週末はそこそこ動くが、平日は繁華街全体が静かで、その差が激しくなっており、どこまで我慢できるかという不安の声が方々から聞こえてくる。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客足が戻らない。軽油は多少良いものの、ガソリンについては、個人客は給油量を制限したり、1,000円分など金額を指定して入れたりしている。会社関係も経費を節減している様子が見える。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・特に変わったこともなく、良くなったとも悪くなったともいえない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ここ3か月、良い状態が続いている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・イベントを開催したため売上は増加したが、景気は依然として悪いままである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・週末は例年並みに戻りつつあるものの、平日の観光客、特に県外からの団体客がかなり減少している。また、被災地の様子を見に来る客が多く、本来の観光目的の客ではない。	
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・3か月前と同様に低調であり、大きな変化はない。復興需要とは関係の無い一般の観光客も動き始めているが、全体的な量としては少ない。	
		観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災以降、経費削減策の1つとして行っている給与カットが継続されている。販売売上については、10、11月と前年比及び計画比で約120%とクリアする見込みだが、低単価が響いて利益率が低下している。	
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・復興支援関係者の利用も含めて、大きな変化はない。ただし、例年であれば週末は宿泊部門が込み合うシーズンであるが、今年はそうではない。また、例年秋に開催される各種大会も全くない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・当県はJ Rの秋季重点販売地域となっており、首都圏からの客に期待したが、さほど訪れてはいないようである。	
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・前年比を超えてはいるものの、3か月前から同じような割合で推移している。	
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・企業の倒産が相変わらず発生しており、景気は低迷している。	
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲は必要最低限で、新規の積極的な動きは確認できない。	
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客は相変わらず新規投資に消極的である。	
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品の発表があったため、買い控えにより、販売量、来客数共に落ち込んでいる。	
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・毎年新規契約者が増加する時期であるが、増加はわずかで、解約者は予想以上に増加している。例年に比べ景気が悪くなる8月と同水準である。	
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所事故の風評被害の影響で、来客数は低迷したままである。	
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前の入込状況と変わらず、前年比3割減で推移している。景気の悪い状態が続いている。	
		美容室（経営者）	単価の動き	・客単価は3か月前とほとんど変わらない。	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、結婚式を控える客が増えると同時に招待される人も減っているため、美容室の利用客は減少している。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・例年、晩秋から年末にかけてのこの時期は冬の準備でにぎわうが、今年はさっぱりである。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・被災した住宅の建て替えの仕事はあるが、工場や商業施設といった建物に関する仕事は全くない。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・受注量が増えており、仕事量は安定して推移している。	
		やや悪くなっている	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	販売量の動き	・店頭における販売量の動きが悪い。各試合会場を訪れても、新しいシューズを履いている人の数が少ない。
			一般小売店〔寝具〕（経営者）	お客様の様子	・震災被災者は、仮設住宅入居後も希望すれば、支援物資をもらえるらしく、買い控えが続いている。
百貨店（経営者）	販売量の動き		・朝晩の気温も低くなり、季節商材の販売環境は整ってきたが、節電から派生している節約志向がより一層強くなっている様子がうかがえる。高額品を買う客も減っているため、売上総額は落ちている。		
スーパー（経営者）	来客数の動き		・既存店の来客数に減少傾向が見られる。なお、単価は弱含んでいる。		
スーパー（経営者）	お客様の様子		・1万平方メートルを超える競合店がオープンし、価格競争が激化している。		
スーパー（店長）	単価の動き		・消費者はぎりぎりの生活を送っているようで、1品単価が落ち込んでいる。同じような機能、品質であれば、安い商品を買いたい傾向が目立つ。		
スーパー（店長）	単価の動き		・商圏内の競合店とのチラシ価格競争が激化している。3か月前と比べ、来客数、売上共に伸び率が鈍化傾向にある。		



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	
		スーパー（店長）	単価の動き	・前半は猛暑の影響と台風被害などにより野菜の価格高騰が続いた。中旬以降は落ち着いてきたものの、例年より高い気温で推移しているため、鍋物といった秋冬商材の動きが悪くなっている。また、震災の影響で、宮城のかき、福島など太平洋側の鮮魚の入荷がほとんどない。加えて、事前の買いだめにより新米が売れないなど、食品スーパーは売上を作りにくい状況が続いている。	
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・買上点数が落ちてきている。	
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・寒暖の差が激しくなってきたとはいえ、総体的に気温が高いため、秋物商材から冬物商材への移行が進んでいない。	
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・製造工場の被災で納期が間に合わず、結果として売上が計上できない。	
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数は新規客、既納客とも前年比9割と低くなっている。特に車検等の整備依頼が減少傾向で、今までの上得意客が金額面で他社に流出してしまっている。顧客の節約傾向が顕著に表れている。	
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・これまでは10年ほどで買換えをしていた客が買換えのサイクルを延ばしている様子がうかがえる。	
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・販売量は非常に落ち込んでいるが、東日本大震災で壊れたものの修理依頼が結構入ってきており、それで何とかつないでいる。	
		その他専門店【靴】（経営者）	販売量の動き	・4月以降、来客数は前年比100%を超えていたが、前月から前年を下回る状態が続いている。	
		その他専門店【酒】（営業担当）	単価の動き	・生活防衛意識が一段と高まっており、単価は低く品質に問題のないものを購入する傾向が見られる。	
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・個人客の来店が著しく落ちている。特に連休後は暇な営業が続いている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ホテル宴会、レストラン、宿泊、デパート地下の総菜店など、当社の場合、いろいろな部門で営業を展開しているが、デパート地下の総菜店を除き、来客数の減少及び消費単価の低下が続いている。特に主力の宴会については、動きが大変鈍くなっている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・一般宴会を中心に予想以上の低迷が続いている。市内中心の商社やメーカー、寺院等に弁当宅配チラシを配布し、それなりの実績を上げているが、予算をカバーするまでには至っていない。	
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・7～9月とやや良い状態が続いていたが、今月に入り売上高が落ち込んでいる。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・少しでも料金の安いタクシーを探して乗る客の様子が目に付く。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・災害復旧応援のために他県から来ていた人が帰り、昼も夜も乗客は少なくなっている。	
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談からは好況感が感じられない。	
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・決算期の反動もあり、販売量は減少傾向である。	
		悪くなっている	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・放射能汚染の問題はいまだ残っており、沖縄や関西方面に避難する人がいるため、地域の人口が減少している。
			その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・放射性物質関連の風評が依然としてなくなるらない。新たに関東地区でホットスポットが見つかったため、落ち着いてきていた農畜産物に対する安心感がまたもや薄れてきたようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業動向関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当地においては、復興関係で客が増えているように見受けられ、飲食は前年比97～98%あたりで推移している。土産、物販等は前年比105%前後となっており、トータルでは100%を超える数字が期待できる。前月も105%という数字を上げており、この2か月を見る限りやや良くなっている。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・震災復旧関連の工事の受注が継続している。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・被災企業の操業が順調に復旧してきており、3か月前と比べても明るさが見えてきている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・第3世代携帯電話からスマートフォンへの買換え需要が高まっている。企業としてはコスト増だが、導入企業は大幅に拡大している。
		広告業協会（役員）	取引先の様子	・住宅展示場への入場者は衰えておらず、展示場に出店したいハウスメーカーも多い。マンションメーカーは在庫がなく、リフォーム関係もマンパワー不足で大量の受注残を抱えている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・百貨店や自治体からの印刷物等の発注が増加している。3か月前は前年比70%弱であった売上が85%程度まで持ち直してきており、確実に良くなっている。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況を見ると、3か月前と比べ、建設、小売関係の売上、利益といった業績が向上している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の被災地において、倒壊等を免れた住宅のリフォーム需要が高まっており、地場工務店が好調である。また、新築需要も出てきている。
	変わらない	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・米穀店からの米の引き合いが増えたものの、取引価格はそれほど高くない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、6店舗が閉店したため、前年比ではややマイナスだが、既存店で見ると伸びている店舗も多い。しかしながら、夏場の勢いから考えると、特需要素は多少減っているようである。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は月によりばらつきがあり、市場の状況が今一つつかめない。
		土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・震災の復旧作業は、まだがれき処理の段階でのめどが立っておらず、受注工事も滞っている状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品については下期各社の増産計画に基づき需給量を増やしているが、円高の定着により、輸出環境は更に悪化した状態となっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・復興関連で仕事が順調にきているところも見られるなど、3か月前と変わっていない。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・自治体から、災害廃棄物処理業務が継続的に発注されている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・既存顧客の契約更新を条件とする値下げ要請はおさまる心配がない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・市内中心部では住宅の新築工事が目立つようになってきている。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・全体的に持ち直しの傾向もあるが、震災復興需要による生産の引上げ、震災直後の消費減退に対する反動もあり、景気上向きの判断にまでは至らない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの種類が震災前より若干上回るようになってきている。当店を含め、低迷していた業種が震災を転機として上向きになっているが、全体の回復を引っ張るにはあまりにも全体のダメージが大きい。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東北の米は出荷停止のような事態は避けられたものの、低価格の取引を余儀なくされており、通常のような実りの秋の景気ではない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・量販店の安売り競争が激化しており、それに巻き込まれた中小のスーパーも価格で対抗しているため、納品価格に大きな影響が出ている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・地元飲食店が復興関連の来県者でにぎわっているため、業務用酒販店への出荷が依然として好調である。県外への出荷も県産地酒の需要が大きく、好調が続いている。
	やや悪くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の価格が低下し、収益的に厳しくなっている。

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
		出版・印刷・同 関連産業（経理 担当）	競争相手の様子	・競争相手の様子を見ると、受注量が前年同月比70～80%まで落ち込んでいる。
		コピーサービス 業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・震災関連での需要はあるものの、復旧需要は一段落しており、現在は復興へ向けての準備段階に入っているため、踊り場状態となっている。
	悪く なっている	農林水産業（従 業者）	それ以外	・遅出の桃の出荷が終了したが、年間の桃の売上は例年の3割程度となっている。
		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	・円高の影響が大きく、受注価格が低下している。
		その他企業〔工 場施設管理〕 （従業員）	取引先の様子	・景気は予想以上に悪く、私の勤務する地区だけでも約150名の余剰人員があり、会社側から関連会社への出向や他の工場への転勤話が出始めている。また、円高の影響で、半導体関連がとても厳しい状況になっている。
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・建設業からのCAD操作や金融関係の審査業務等に加え、放射線被害診断結果のデータ処理業務にかかる派遣依頼が民間企業からきているなど、専門職の依頼が全般的に堅調である。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・事務などの派遣オーダーが目立ち始めており、決定のスピードも速くなっている。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・住宅やリフォーム業界が引き続き堅調であることに加え、外食産業からも求人が出てきている。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数そのものは京阪地域を中心に夏場がピークであったが、その後、地元の大工等、震災対応業種の現地採用が出始めてきており、地域の景気は上向きになっている。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	採用者数の動き	・仕事の受注量が前年比90%程度まで戻ってきているため、当社においても今月に入り1名採用している。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・三陸の魚がスーパーに並ぶなど、3か月前よりも復興がより身近に感じられる。周りの企業の車両、住宅、スーパーなどの各担当者からも、業績が良いとの報告を受けている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・有効求人倍率は増加傾向で推移している。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人数は前年同期と比べわずかずつだが増加し、求職者数は減少を続けており、求人倍率も上昇しつつある。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・東日本大震災後の復興関係もあることから、やや回復傾向にあり、6月と比べると求人数が増加している。ただし、製造業でも増えているのは派遣社員の求人であるため、一時的な動きではないかとしている。
	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・復興関連及び緊急雇用対策による求人が依然として好調で、有効求人倍率も上昇してきている。	
	変わらない	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・震災特需は一部の業界に限られ、景気の戻りは限定的である。人材ビジネスでいえば、求職者の反応が相当鈍く、求人求職の需給バランスが悪化している。
		アウトソーシ ング企業（社員）	それ以外	・東日本大震災の発生当時と比べれば大分良くなっているものの、前年同期と比べれば悪い。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・有効求人数が増加したものの、有効求職者数も増加しており、有効求人倍率は前月と同率となっている。
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大幅に増加し、6か月連続での増加となっている。	
職業安定所（職 員）		求人数の動き	・新規学卒者を対象とする求人数が前年同期比で減少している。	
やや悪く なっている	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人の全数は、前月までは増加基調を維持していたが、今月は横ばいである。内容を見ると、パートタイムの求人はあるものの、フルタイムの求人が1割減少している。	

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

### 3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・10月に入ってから紳士物のウォームビス対応や品ぞろえに対する客の動きが非常にある。また、イージーオーダースーツの大型企画が大成功している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で売上が128%、来客数も115%と絶好調である。3か月前と比べても、ほぼ同じ数字が出ている。やはり昨年この値上げ後と比較しているせいもあるが、ここ数週間は一般商品の動きも活発である。
	やや良く なっている	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・イベント等で来客数が増えている。
		スーパー（経営企画担当）	来客数の動き	・今月は天候にも恵まれたのと、販売促進策が効を奏し、来客数、売上共に上昇に転じてきている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・昨年10月のたばこの値上げによる反動もあり、たばこの販売額が前年比で170%前後になっている。そのため売上も前年比で118%前後と健闘している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・リニューアルオープン後、来客数が2割近く伸び、たばこ、ファーストフーズ、米飯などが特に好調である。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・車の販売はあまり伸びていないが、車の使用量が若干上がっているようで、修理がやや多くなってきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンになり、前年よりは悪いが、客が少なかった3か月前と比べれば客は増えてきている。
		都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・ホテルは2か所にあるが、1か所は東日本大震災の復旧関係で稼働が特別に伸びたが、それが一段落しても今後は一般の客に置き換わり、それなりに稼働維持している。もう1か所については、東日本大震災後は復旧関係も需要が無く伸び悩んだが、今は一般や営業の客などで、少し稼働が向上している。
		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。今夏導入した新アトラクション効果や、前年と比較して天候が良いこともあいまって来客数が前年を上回って推移している。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・下期に入ってから徐々に来客数が増えてきている。3か月前と比べると成約率も高い。
		設計事務所（所長）	それ以外	・当社と取引のある建設会社によれば、東日本大震災復興工事が特に民間で活発となり、人手が足りない状況とのことである。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・大手小売店のランドセル販売競争激化のため、路面店の専門店や小売店は全く来客数が少なく、閑古鳥が鳴いている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・結婚式写真のプリント注文が前年の半分にも満たない状態である。結婚式の参列者も少なめである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今年は景気が悪いと言う割には、運動会のシーズンに入った時には、やはり欲しい物は買ってもらえる。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・気候も普通になってきたが、これといった目玉もなく、祭の行われている日は人出はあるが、平日は静かそのものである。
		百貨店（営業担当）	競争相手の様子	・競合店が9月にオープンして以来、来客数がやや減少している。目的買いの客が来店するためか、買上客数は向上し、売上で前年を上回っている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・今月は先月の台風や残暑といったマイナス要因からの反動もあり、堅調に推移している。ただ、大型ショッピングセンターの出店もあり、トータルでは昨年並みの売上となっている。また、来客数の要であった大型物産催事は軒並み前年割れとなっている。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・景気の先行き不透明感に加えて、気温が日ごとに上下する不安定な状況も来客数に影響している。なかなか主力商品の購買につながっていない。
スーパー（総務担当）		来客数の動き	・来客数は最も落ち込んだ状況から回復していない。微減が続いている。	
スーパー（統括）		販売量の動き	・行楽、バーベキュー商材、運動会関連の動きがようやく既存店前年同月比102%と前年並みに推移し、東日本大震災による心理的自粛ムードは多少解消されてきている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前の夏の好調さに比べ、秋口になって若干売上は落ちてはいるが、商品の動きは底堅いものがある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・景気の先行き不透明感から不必要なものには財布のひもは固いが、おいしいもの、新商品の動き等、価値を見出せる商品の動きは良い。この点から景気動向は横ばいと考えられる。昨年たばこの値上げに伴う買いだめが9月にあり、反動で10月は前月比35%と落ち込んだため、今年の10月は前年比120%となっているが、たばこを除く前年比は102%と微増である。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・東日本大震災から一段落し、特別大きな変化はなくなってきた。客も季節や気温の変化に対してある程度上下するくらいで、景気の影響にかかわる動きはなくなってきた。
		家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・単価も下がり余分な物は控えている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車購入の動きもみられるが、ハイブリット車、小型の低燃費車に偏っていて、全体的にはエンドユーザーの購買意欲はまだみだである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・自動車販売では全体的に販売台数が増加している。その中で輸入車が販売台数を伸ばしており、高級車が売れてきている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災以来、ここ何か月も販売台数が全く伸びていない。とにかく悪い状態ですと推移している。本当に必要な人だけが買い求めたり、エコカーに買い換えたりしているだけなので、販売量は伸びていない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・燃費が良く経済的な新車が発売となり、売れに売れている。そのため今月は前月に比べてもやや良い。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数が安定し、季節商材を中心に動きが出ている。特に、節電対策関連商材の動向が好調に推移している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、夜の来客数が非常に少ない状態が続いているので売上が伸びない。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・夏の観光シーズンの来客数は好調に推移したが、9月から伸び悩んでいる。良いとも悪いとも言えない。
		都市型ホテル（支配人）	お客様の様子	・当地域に来る観光客が福島第一原子力発電所事故の影響による風評被害によって激減しているが、一般のビジネス需要は徐々に回復し、3か月前の状況に戻っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・相変わらず県内の景気は良くない。これから忘新年会で、多少はお金を落とす機会もあるが、それまでしばらく動きはない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・旅行はまだ回復していない。特に海外旅行では、タイの洪水も大きなマイナス要因となっている。
		旅行代理店（所長）	販売量の動き	・年間で一番良い紅葉の観光シーズンを迎えてはいるが、例年に比較して美しい紅葉が見られるにもかかわらず、来街者は少なく、渋滞も軽度で日帰り客も多い。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・受注量は増えてきているようだが、春に東日本大震災のため中止となったものが駆け込み需要となっているため、景気が上向きとは言えない。前年比でも変わりはない。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後より販売量は伸びているが、前年比では75%程度である。後期になり行政系の事業が動き出したが、企業や商店からの業務は相変わらず非常に少ない。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・今に始まったことではないが、全般に商品が動かない。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・販売量は3か月前と比べ改善しているが、景気が上向いていると判断できるレベルにはない。客の状況は依然として節約傾向にあり、出費に対して敏感である。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・販売数、契約数の伸びが悪く、ここ数か月は停滞傾向にある。
		ゴルフ場（業務担当）	来客数の動き	・2週連続で土曜日の天候が悪かったため来客数は減少したが、全体では前年並みである。
		ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・3か月前と比べると、現在までトップシーズンになっているので入場者数も若干増えてきているが、ほぼ横ばいの状態である。

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
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・10組以上の大型コンペは少なくなったものの、2～3組のコンペが多くなってきている。個人とのつながりを大事にしていると思われる。また、寒くなったために天気予報によってキャンセルが非常に多くなってきている。
		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。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・8～9月は来客数が悪く、その反動のためか10月上旬は2割増えた。中下旬は前年並みと落ち着いたが、売上の的には変わらない。
		その他サービス [フィットネス クラブ]（マネージャー）	競争相手の様子	・入会キャンペーンを実施した時のみ入会が増えるが、キャンペーンをしない月は全く反応がない。その点は自社、競合他社共に同じである。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新たな計画の依頼はとて最少なく、厳しい状況が続いている。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・3か月前もそれ以前も、景気は悪いままで少しも良くならない。仕事の依頼が無く、売上につながらない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・積極的に別荘を購入する動きがみられず、3か月前と比べて変化がない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・相変わらず不動産の引き合いが少ない。土地についても激安の所は多少反応があるが、一般的な地価の土地は引き合いがない。貸し店舗等についてもあるのは閉鎖や撤収で、新規入居は全く望めない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・以前から比較すると来客数やインターネットの問い合わせ数は増えているが、成約に至るケースは変わらない。客は購入に慎重な姿勢になっている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・前半は商店街ぐるみの売出し効果もあって上昇の兆しもあったが、後半になると息切れでまた逆戻りと、低迷から抜け出すきっかけがつかめない。
		一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・客の購買意欲が見られず、季節商材、年末商戦を仕掛けても反応が鈍い。高額の商品は敬遠される傾向も強い。
		一般小売店 [青果]（店長）	来客数の動き	・来客数が極端に減っており、会社帰りの客の動きもなく、人通りが全くないような状態である。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・月1回のチラシの案内で、今回は前年より来客数が13%ダウンし、チラシの目玉、食品も以前よりも売行きが悪く、売上は前年比92%である。また、寝具関係の目玉商品も多く出したが、見てはいるが買ってはいないので、売上は前年比35%と非常に悪い。じゅうたんも年に1回の展示会の案内を出したが、これも客はよく見ていくが、単価が非常に安いので、売上全体では43%と非常に良くない。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・ディスカウントストアの増加により、価格競争が一段と増している。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・売上や利益など、当店の実績も下降しているが、周りの競合各社のレジ稼働台数や商品の陳列量を見る限り、決して良いとは考えられない。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・土曜、日曜日の来客数が減少している。天候のせいもあるが、企業の休日の変化にもかかわらず客数は戻らず、暖房機器の販売も石油ストーブのみに限定されていて全体の数値は伸びず、コタツ等の電気暖房はマイナスである。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（従業員）	販売量の動き	・ガソリンの販売量が前年比85%である。
		高級レストラン（店長）	販売量の動き	・ディナータイムの売上が激減している。前年比で20%以上落ち込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・月の前半は県外客の入り、単価共に思ったより順調だったが、後半は地元客の動き、予約等、全く無いといった状態である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・通りを歩く人の数が目立って減っている。街に活気がなくなり、どんなイベントをしても盛り上がりを作り出せない。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・稼働の低迷が続いており、今後回復する兆候も見受けられない。市内ホテルが供給過剰で値引き合戦になっており、すべてがマイナス傾向である。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが悪いが、特に深夜の動きが非常に悪く、前年同月と比べて10%減少である。

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（販売担当）	販売量の動き	・携帯電話業界では、10月は冬の新商品発売を控えて買い控えがある月だが、今年は特に来客数の減少が大きい。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（職員）	来客数の動き	・アミューズメント関係の仕事は完全に週末中心の流れだが、このところ週末と平日の差が非常に小さくなってきている。
		その他サービス [立体駐車場]（従業員）	販売量の動き	・来客数、単価共に3か月前と比べても同じ状況である。また、販売量は3か月前と比べると2～3%ほど落ちている。3か月前の家電量販店のオープン効果が一通り終わったとらえている。
	悪くなっている	一般小売店 [家電]（経営者）	販売量の動き	・客に主として勧める商品が無く、また、客の購買意欲も少ない。
		一般小売店 [衣料]（経営者）	販売量の動き	・当地域では紅葉のシーズンを迎えているので、結構来街者があるが、いろいろな経済的環境を潤すほどではない。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・商店街に人通りが全くない。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ジャケットやセーターなど、価格の高い物の動きがないために売上が厳しい。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・先月の末に、若干好転する兆しがあったが、淡い期待であった。今月は特に来客数が激減しており、クレジットカードの利用が本当に減っている。やはり、先行き不安というのが精神的な部分で相当にあるようで、とにかく悪い。一つ一つ積み上げて客に対応するしかないが、今のところ出口が見えない。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・デジタル放送移行後はテレビ需要が大幅に減少している。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度終了後であり、先取りした分、テレビが前年比で大幅にダウンしている。	
企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると主力取引先の自動車メーカーからの受注が30%強増えており、前月と比べても20%近く増加している。非常に好調で現在フル操業である。
	やや良くなっている	食料品製造業（営業統括）	競争相手の様子	・秋の観光シーズンに入り、来客数は前年より10%ほど増加しているが、売上高はほとんど動きがない。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量が多くなっている。全体的にそう感じる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の突然のスポット応援の話が何件もあり、対応に苦慮している。また、一部部署は土日返上でラインをフル稼働させている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連がかなり回復して、住宅関連も忙しくなっている。7～9月に比べ、10～12月は1～2割受注量が増えている。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災復興事業として、コンクリートブロックメーカーにおいて生産が拡大しつつある。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・飲食店の客入りが良くなり、求人が増えたり、運転代行の待ち時間が長くなってきている。販売促進ツールの検討も増えてきており、忙しくなっている。
	変わらない	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・ほぼ前年と同じくらいで推移している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末の季節商材受注があるが、一時的なものである。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・親会社はタイに工場があるが、この工場に關係する技術的な基幹部品は日本からの輸出が多いため、今のところ当社にはタイの洪水の影響は出ていない。
電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・安定した生産が続いている。周りの加工関係企業も安定した状況が続いている。	
輸送用機械器具製造業（経営者）		取引先の様子	・1～9月まで良い傾向が続いたが、10月はタイの洪水の影響があり、取引先も好調な所と暇な所と半々くらい出てきている。	
輸送業（営業担当）		取引先の様子	・今年は冬物商材等はネット通販、ホームセンター向けが大変良く動き、例年より大幅に物量が増えている。また寒さ対策の遮断シートなどのアイデアグッズも動いている。しかしながら家電の液晶テレビ等の落ち込みもあり、全体的には例年並みの状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・チラシ出荷量は108.2%である。数字的にはかなり良いが、昨年は9月中旬にエコカー補助金が終了したこともあり急激に落ち込んだための反動増であるので、今月は良い方向でも際立って良くなっているわけではない。
		社会保険労務士	取引先の様子	・東日本大震災後、少しずつ回復してきていたが、円高のせいか思ったより売上が伸びていない事業所が多い。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・下請製造業、食品製造、飲食業や宿泊業等の観光関連業、販売業は押しなべて低調であり、建設業はさらに厳しい業況に直面している。
		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	・引き合い件数が増加傾向にある。一時的かどうか判断できないが、客の状況に変化が出てきている。
	やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	取引先の様子	・取引先がまた1件倒産したため、あまり良くない。
		化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1年以上にわたり価格の改定をお願いしているが、まるで進展がない。価格は据置きのみで製品のグレードアップ、検査項目の増加など、コストがますます上昇していく。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・円高のせいと思われるが、取引先で注文が途絶えているところがある。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・ユーザー展で一部高額品が売れる傾向だったが、今月は低調な展示会が多く期待外れである。今月開催された卸向けの展示会に業者の秋冬市場への積極的な取り組みを期待したが、来場者、売上共に2割減である。市場には新デザインの商品への要望も多いが、回復への実感がつかめないため、当社だけでなく、どこでも思い切った商品展開ができていないことも売上減の原因である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が薄らいでいるが、期待される復興需要の恩恵は小さい。円高に加え、中国の金融引き締めの影響も出始めており、これまで堅調だった輸出にも陰りが感じられる。
	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	・東日本大震災での追加受注が一段落し、今月から受注が急減している。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。9月決算で受注額は前年比7%増であったが、東日本大震災の影響で工期延長を余儀なくさせられたため、決算に計上できない工事が生じてしまった。また、10月受注は前年比35%であり、営業受注に必死である。
		不動産業（管理担当）	取引先の様子	・取引のある建物清掃関連会社によると、受注単価が下げられるケースが多く、数をとっても利益がなかなか出ない状況が増えている。
雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・自動車関連企業の派遣が大きく伸び、クライアント1社あたりの派遣者数が増加している。
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・雇用保険を手続きする求職者が減少傾向にある。また、9月中旬から10月中旬にかけては新規求人が増加した。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・自動車関連の部品、携帯等の電機関連に若干の動きが見られる。また、求人数の増加傾向が見受けられる。
		求人情報誌制作会社（経営者）	求人数の動き	・医療、介護サービス業の求人募集広告が最近多くなっているが、一企業あたりの募集人数は少なく、全般にはまだまだ低迷している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数は比較的增加傾向にあるが、まだ東日本大震災の影響が続いていることや円高の影響も少しずつ出始めていることもあり、企業の方で先行き不透明だというような声をよく聞く。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が高止まりして減らないため変わらない。
職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・需要の減少により印刷業界全体に不況の波が広がっており、先日入手した情報では、管内大手である法令関係主体の印刷会社において、年内に大規模な希望退職者の募集を行う模様で、他の中小の事業所でも厳しいとの声が多く聞かれる。		



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
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数において前年比14.1%増となっているが、離職理由について、会社都合、契約期間満了に加え自己都合退職や在職中の割合が増えているため、早期就職を希望している者が多く、滞留せずに就職につながっているため、求職者数の大きな変化はみられない。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・介護等医療系の求人が多く、その他の業種には変化がみられない。
	やや悪くなっている	○	○	○
	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	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月同様、建設業関係の人々が大勢出ている店が多く、当店にも寄ってくれている。このあたりが非常に大きく変わって、景気は上向いている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は当地域で一番大きなイベントを行う月である。来場者数は過去最高であり、沿線の駅乗降客数も前年を上回っている。イベントに来る人々にも少し元気が戻ったように感じ、客の出足やマインドは弱々しいものの、良くなっている。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災から自粛ムードが続いていたが、大分和らいでいる。地域の祭りや各種イベントなどが開催されるようになり、その注文なども入ってくるようになったため、3か月前と比べると売上は伸びている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・前年どおりの売上を上げることが大変困難な時期や時代なので、その点では前年度を上回る売上ができていないため、やや良い。それほど大きく伸びているわけではないが、前年度よりも、また前月よりも良い。
		百貨店（総務担当）	それ以外	・来客数は前年を超えており、主力の衣料品にも動きが見られ、売上も前年を超える見込みとなっている。また、前月末から若干だが、高額品にもやや動きが見られる。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・全店舗の売上状況を見ていると、予想以上に天候以外の要因で売れている印象がある。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・前月は前年を割ったが、今月は気温の冷え込んだ日が少なく消費が喚起されたようで、前年を上回っている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・一時鈍化していた新商品への注目が徐々に高まってきている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・1品単価の高い商品が動いている。同じカーディガンでも単価の良い商品が動き出しているため、やや良くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・季節の変わり目に入り、秋冬物への関心も高く、旅行や贈り物の需要が増えてきている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災や節電の影響が改善され、新車購入の客が増えてきている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・客足も受注も徐々にではあるが動きが良くなっている。部品供給も安定してきており、納車期限も早まってきた。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・前年同月比で見ると今年の1、2月は前年を超えていたが、東日本大震災後の3月以降ずっと売上、販売量は前年同月を超えなかった。9、10月は前年同月を超えたため、景気はやや良くなっている。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・前月に比べて売上が上向いている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・仕掛けをプラスして行わなければじり貧になってしまうが、会員向けに大きな販売促進策を展開した結果、下がり続けていた客数が戻ってきている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・旅行シーズンを迎え、団体旅行の問い合わせが増え、1日に手配する業務が格段に増えてきている。残業を必要とする日もある。
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・前月同様、客からの見積りの機会が非常に増えている。特に今月は忘年会、新年会を絡めた宿泊旅行が増えているのが特徴である。また、個人では秋の旅行シーズンで紅葉を見に行きたいという客が多く、問い合わせもある。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新商品の申込が増えている。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・新機種の発売で、機種変更を中心に販売量が大きく伸びている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響でやはり旅客が減っていたが、10月に入ってやや戻ってきたようである。
		ゴルフ練習場（従業員）	来客数の動き	・売上は前年同月を下回る月が続いているが、前々月から今月まで来客数は増えている。客の様子からも、やや良くなっている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災後、半年間は毎月、例年の来場数は見込めなかったが、10月に入って節電対応の営業時間を元に戻したところ、急に来場者数が例年並みとなっている。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・年末に向けての心構え、何とかしなくてはならないという意味において、仕事量がプラス指向な気がする。3月11日以来、また円高等で周りの雰囲気は確かに不景気ではあるが、実際に手元の仕事としてはやや増えている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標の約80%となり、3か月前と比べても販売量がやや増加している。9月以降暑さも落ち着き、客の動きが出てきている。また、売主業者の半期決算による物件価格の値引きなどもあり、販売量の増大につながっている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・東日本大震災以降、建材関係の注文が落ち込んでいたが、9～10月に入って受注が徐々に伸びてきている。
変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・客の動きは今のところ大きな変化がない。少し寒くなれば別だろうが、天候によって相当な影響があるため、今のところそれ以外は分からない。
		商店街（代表者）	単価の動き	・商店街全体的に、客は価格にだんだんシビアになってきている。先に値段を聞かれる状況なので商売が非常にやりにくくなっており、価格勝負ということで非常に厳しい状況が続いている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・当商店街では空き店舗にテナントが入ったので世間の出店意欲がやや持ち直したのかと思ったが、全体的な客足はさほど変わらない。大手チェーン店の安売り競争が顕著になってきており、目先の売上を確保するためのデフレ傾向が再び再燃してきているようである。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	単価の動き	・新米から15～20%値上がりしている。景気に左右されない商品のため、当たり前ではあるが、その他の客は変わらずに買ってくれている。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・自粛ムードも解消されたのか様々なイベントが開催され、祭事も恒常的にある。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・祭りのため、自治会等の酒の動きが一時的には良かった。料飲店においても販売量が増加したが、祭り後の動きは緩慢である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・市町村合併の影響で、本当に多少だが来客数が増加した程度である。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて悪い状態は変わらず、来客数が落ちている。東日本大震災などいろいろな条件があるが、前年秋に駅前大きなスーパーが閉店してしまい、中心商店街にスーパーがなくなってしまったため、来街者数が徐々に減ってきている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・気温の低下に伴ってコート、セーター、ストール等が上昇しているが、セットアップより単品買いの傾向のため、客単価は下がっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前年比95～96%くらいで推移している。売上並びに来客は基本的に同じで、比例している。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・円高に歯止めが掛からず、株価も低迷が続いている。地震や異常気象なども世界的規模で治まりを見せない。このような環境下では華美な買物は行わない傾向にある。他店などでは高額品の需要が戻ったかに言われているが、全般的にはまだ保守的な購買傾向にあり、来客数、売上共に前年割れが続いている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は依然として前年マイナスが続いている。アイテムによって良し悪しはあるものの、売上も来客数同様、一定のマイナス幅を維持するのが精一杯の状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・良くはなっていない。天候不順も大きい、客の今後の不安感が大きい。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・依然、必要な物を必要な量、数しか購入していない。
		百貨店（販売管理担当）	販売量の動き	・販売量の動きを売上高の動きとした場合、百貨店の主力売上であるブライダルや旅行需要が3か月前同様の前年並みで推移しているため、変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・高額品の動きが出てきている一面もあるが、全体を押し上げるまでには至っていない。紳士婦人等のファッション関連は大きな落ち込みはないが、売上が伸びる状態には至っていない。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・8、9月よりも10月は今のところ良いが、それでも前年より下回っており、3か月前と比べるとほとんど変わっていない。若干良いという感じはしているものの、なかなか景気が良いという実感はない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年割れしている状態がここ数か月続いている。価格も前年より下げているにもかかわらず、安いという理由だけでは客は手を出さない。単品で訴求した商品の販売量も明らかに以前と比べて落ちており、今まで以上に生活必需品に対してシビアになっているようである。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・食品は下げ止まっている。特に放射能汚染についての客の感じ方は薄れてきているようだが、衣料品、住まいの品等、購入頻度の少ない物に関してはまだまだ伸びず、買い控えがある。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・円高株安が、客に相当な影響を及ぼしている。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・平年に比べて気温が高いため、鍋物商材等の売行きが前年に比べて約2～3%落ちている。マイナス分を牛乳やヨーグルト等の乳関連商材が穴埋めしている状況である。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客は必要な物を吟味して購入し、全く衝動買いが見られなくなっている。一方で、多少高価格でも品質の良い物は販売が伸びていると同時に、単価100円のワンコイン商品も伸びており、景気の良し悪しが分かりにくくなっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・通常の売上は変わらないが、イベント等がある場合はその貢献度が大きい。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・市場が安くなってきているなかで生産者と消費者の比率が安定していない。
		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ものの、販売は7～9月までは順調に回復してきたが、今月は前月比3割減と悪い状態になっている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・9月の半期決算を終え、思ったとおり客足が鈍くなっている。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・売上台数は納期短縮車種の積極的な販売によって当店では全国の149.5%より高いマッチ率を積み上げたものの、前月末のバックオーダー不足が影響し、目標には届いていない。受注台数は中盤の16日までは勢いがあつたが、目標としていた前々年並みのペースはなかなか維持できない。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	販売量の動き	・新しい小型店がオープンしたが、売上が伸び悩んでいる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・今月は谷間にあたり、市況は比較的落ち着いた。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災による自粛傾向は一段落した感があるが、売上は前年比10%程度マイナスになっている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・以前ほどの頻度ではないものの、お酒を飲んだりする消費意欲は多少出ている。客単価が良い店なので客層が良いこともあるが、3か月前と比べて客数は増えても減ってもいない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・冬に向かって料理屋は売上が上がってくる時期であり、当店の来客数も増えてきている。単価的にも前年と比べてそれほど落ち込んでいる感じはないため、国内消費が少しずつだが巡航速度になってきている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の7月は前年比で売上96.5%、客数96.3%であった。今月は売上97.2%、客数98.9%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
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・販売量は3か月前と比較しても大きく変わらない。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で開催時期がずれた宴席等が10月に重なったことや、持ち回りの宴席が当社で重なったこと、近くのイベント会場でのイベントも震災の影響でずれて今月に開催されたことなどがあり、宿泊、宴会は共に前年を超える見込みである。レストランも昼の来客は前年を超えているが、平日夜10~20名程度の企業主催の接待利用が増えず前年を少し下回る予想で、合計では前年を若干超えている。
		都市型ホテル (統括)	競争相手の様子	・業態格差が大きい。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客は来店するものの、福島第一原子力発電所の事故や東日本大震災の件などもあって、なかなかもう一步を踏み出すことができず、困惑した状況にある。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・最近、各社では店を訪ねて営業活動をしたりと、力を入れていろいろな営業活動を行っている。そういう形で仕事を取り逃がしているということはある。
		通信会社(総務担当)	お客様の様子	・ひとところに比べて解約も少なくなっているが、反面、新規契約も伸びていない。悪い意味で平行線という感じである。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・インターネットと電話をセットにした割安な価格帯のサービスは契約数が増加しているが、デジタル多チャンネルサービスの契約数はかなり低迷している。
		通信会社(局長)	お客様の様子	・スマートフォンで盛り上がっている感はあるが、初期端末の価格下落に戸惑いを持つ人もおり、購買意欲に陰りが見られる。ケーブルテレビ契約状況も低価格化が進んでおり、加入者1人当たりの月間売上高が下がっている。企業売上を構築するうえで新たな戦略が必要となっている。
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・3か月前と比較して相変わらずやや悪いため、変わらない。販売量、単価共に下降気味である。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・規模は小さいが民間からの相談が来ている。すぐに具体的になることはないと思うが、幾らかの相談がある。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・ただ単に静かな動きのままである。不動産関係の動きはないが、小さな情報に群がり強引に計画しようとする無理な動きが大きい。
		設計事務所(職員)	それ以外	・特に主だった変化はない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約数の変化があまりない。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・売上は上期の部品不足で遅れていた分が回復しており、今までのマイナス分を取り戻しつつある。契約は前年並みで決して良い状態とは言えないが、30歳代の年齢層に動きが見られる。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災関連、特に福島第一原子力発電所の問題に収束が見えないなか、3か月前と状況はあまり変わらない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・展示場来場者の微減傾向は依然として続いているが、来場者の受注決定率はやや上昇している。真剣に購入を検討している客がメーカーをある程度絞って来場しているようである。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街の来街者数が少し減少傾向にあり、店内に入ってくれる来客数も少しずつ減少している。
		一般小売店[家具] (経営者)	販売量の動き	・相変わらず景気は良くない。客が1けた値段を間違えて見るというくらい、非常に悪い状態である。
		一般小売店[茶] (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響も大分落ち着いてきたように思えるが、売上低迷はまだまだ続いている。自動給茶機を客に使用してもらいお茶を売っているため、震災後は給茶機使用を一時期止めている会社が多く目立ち、数か月たっても使用再開する会社が少ないため、売上減少が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・買上客数は直近3か月は前年比マイナス5%で推移しており、買上単価によって全体の売上が左右されているようである。食料品の売上が全体の約半分を占める当店では、買上客数減は売上減に直結しており、今後もしばらくこの状態は続く。また今月に入り売上のシェアは低い、美術宝飾品が前年比マイナス17%と急激に悪化しており、円高、株価による影響が考えられる。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・10月の売上は予算、前年比共に下回り、低調に推移している。9月以降、台風の影響や秋らしい気候の変動が少なく、衣料品の売行き低迷にも影響している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・競合他社を見ながら値段を合わせたり、特売を打って安く売っているが、客がそれ以上に購入しない。必要な物以外は購入しない傾向がここに来て顕著に表れている。したがって店のほうは安く売ることが販売量が思ったほど届かず、販売量×単価の売上は未達という状況になっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・2、3か月前は節電意識が客のなかで高まっており、夏に向けての節電グッズがかなり好調にきていたが、現在は景気や売上を引っ張る状況があまり見受けられない。野球セール以外は、あまり良いような状況ではない。
		スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・旗艦店舗への競合店の進出から、売上、客数が落ちている。回復基調にあるものの、販売単価の下落が顕著で、厳しい状態が続いている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費意欲が停滞しており、何となく閉塞感がある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月に入ってから、売上が落ち込んできている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・昨年のたばこ増税の反動による売上減が大きい。また、比較的気温が高い日が多く、冬物商材の動きも良くない状況である。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災前の年では10月が1年の中で一番忙しく売上も良かったイメージがあるが、今年は静かな多忙月となっている。前年の84%と、相変わらず2けた落ちである。
		衣料品専門店（営業担当）	単価の動き	・今月は衣替えの季節だが、寒暖、気温の差が大きく、なかなか売上が伸びない。
		家電量販店（営業統括）	単価の動き	・テレビを中心に大幅な販売単価ダウンが全体の販売実績に大きな影響を与えている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はある程度あるが、成約に結び付くことが大分減ってきている。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・初旬は気温低下により秋物が動き出し、徐々に婦人服も動き出したが、中旬以降の気温上昇に伴って様子見の状況が続いている。映画も話題作がなく低調で、来客数は約35%落ちている。26日には東京で木枯らし1号が吹き、秋物から冬物への移行が加速する恐れが出てきており、秋物衣料の売場がなくなるのかという心配が出てきている。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・コンビニ、スーパーの乱立で、ランチの客数、売上は前年比で半減である。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・客数も減っているが、客が使う金額もかなり下がってきて、客単価は10~20%くらい下がってきている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・稼ぎ貯めはできないため、基本的にあまり良くない。盛り上がりは足りず暇な時もあり、平均でやっとの思いで稼いでいる。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・依然として厳しい状況は変わっていないが、ここ数か月と比較すると今月は無線配車件数、チケット扱い数共に前月比で13%以上減少し、特に深夜の配車件数減が大きい。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送化以降、顧客のテレビ意識が薄れたまま推移しており、テレビ加入獲得は計画割れが継続している。ネットのみ好調だが、電話も計画割れのまま厳しい状況が続いている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・完全地上デジタル放送化以前と比べ、新規加入者数はマイナス傾向にある。また、既加入者の廉価コースへの変更も目立つ。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行前と比較すると客の反響も減っており、契約数にも影響が出ている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（営業推進担当）	販売量の動き	・デジタル家電に対する買い控えの姿勢が顕著である。新技術を盛り込んだテレビや話題性のあるパソコンに関する好材料が一切ない。
		パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・7～9月までは節電のための輪番店休で月に3回休んでいた。10月からはそれがなくなったが、その期間であまりパチンコをやらない習慣ができたようである。また、イベントその他の規制が結構多くなり、以前に比べて客足が遠のいてしまっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方の来客数が大きく減っている。
		美容室（経営者）	単価の動き	・客の買物は大変安い物へ移行しているようである。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が大幅に減少している。これから投資をし、新築、設備投資をして事業を拡大するという意欲が非常に薄くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・10月に入り緩やかに景気が良くなると予想していたが、契約数が伸びず、動きが悪くなっている。
	悪くなっている	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・テレビ需要などの地上デジタル放送特需が終わってしまい、その後は本当に商品の動き等が悪くなっている。設備投資等、電気工事の話もあまり来ていない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送化、アンテナ、エアコンなど、3か月前は業界的にとても良い時期だったため、細かい動きはあるが、以前とは比べ物にならない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・売上が前年の半分で推移している。量販店の価格競争で販売価格も下落しており、メーカーとの価格交渉にも苦労している。ストーブなど暖房機も売れているが、単価が安いため、思った以上に売上が上がらない。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・店頭における客単価も若干下がっているが、通信販売の企業間電子商取引における法人の客単価が極端に下がり始めている。また外商の客も同様で、まだ客単価が下がるぐらいであればいいが、倒産や民事再生法適用になってしまうような所が出始めてきている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・お茶の全量検査が終了して結果が発表され、客に安心感を与えているようだが、販売量が戻らない。特にギフトの利用がなく、売上は前年の半分である。
		百貨店（総務担当）	単価の動き	・少子高齢化に拍車がかかってとにかく買上単価が低くなっており、買上点数も少なくなっている。また、周りに競合大手の店ができてることが主たる要因である。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・地域性も要因の一つになっていると思うが、来客数が前年より減っており、特に夕方から閉店までの売上が伸びない。それに伴って全体の売上高が前年の1割減で、大変厳しい状況にある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・複合商業施設がエキナカにできたため、1日当たり200人減と、大幅な客数減になっている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・9月に続いて平均気温が高かったこともあって来客数がなかなか上がらず、少ない。また、旅行、結婚式など目的のある客のまとめ買いは目立ったが、トータルでは前年を割り込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は天候に大きく左右され、秋冬物が全く動かない。まだ一般の消費者は夏物を着ている。来客数も少なく、商店街全体も閑散としている。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・以前は1週間の内にピークが2回はあったが、今はそれもなく、平均して悪い。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・9月後半から10月に入って、引き続き客がどんどん少なくなっている。夜は本当に、歩いている人が全くいなくなったというほどひどい状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は非常に客が減少している。また、大きな居酒屋が閉店するなど、理由は分からないが、飲食店で閉店している所が結構多くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー適正化・活性化法が施行されて台数が大分減ってきた感もあるが、売上に伸びがない。昼間の近距離客はやむを得ないが、夜間の遠距離客が皆無に等しい。世の中の景気が良くないことを物語っている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送対策が終わって一服感があり、販売量が減少している。顧客対象となる集合住宅の空室が増加している。

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
		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	・目的客以外の店内を回遊する客が非常に少なく、消費に対する鈍化の傾向が顕著となっている。また、目的客に関しても目的のみの利用にとどまり、滞在時間が短く単価が低い傾向にある。
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 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が非常に落ち着いてきている。
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・客の注文がまとまって入ってくるようになってきている。	
	出版・印刷・同 関連産業 (営業 担当)	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印の仕事をしている。古くからの得意先では東日本大震災以降、非常に注文が落ち込んでいたが、ここへきて少しずつ出るようになってきており、震災の悪い影響から少しずつ復帰してきている。また、今月は新会社の設立で8本の受注があり、例年より少し多い。	
	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・単価は非常に厳しいが、半年前の見積の物件が一部発注され、忙しくなっている。	
	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・前年に比べると20%くらい落ち込んでいるが、3～4か月前の売上急減に比べると徐々に落ち着きつつある。	
	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・売上基調は低迷したままだが、新年度の4月以降で2番目に売上が悪かった3か月前よりは良くなっている。	
	通信業 (広報担当)	受注量や販売量の動き	・今月は予想に反して堅調に推移している。	
	金融業 (役員)	取引先の様子	・自動車、造船関連の受注は好調である。不動産は、特に海岸沿いの地域で東日本大震災後の販売不振から脱却しつつある。卸売や商業は相変わらず低調のまま推移している。	
	不動産業 (従業員)	取引先の様子	・景気が悪いにもかかわらず個人需要が落ちていかないことが不思議である。	
	広告代理店 (営業担当)	取引先の様子	・新規取引先からのプレゼン参加や見積の依頼が以前より増えている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工業では自動車、建機関係が大変多忙になっている。一般の商店、飲食店関係は、東日本大震災後の自粛ムードによる顧客離れから客足が戻ってきている。	
	その他サービス業 [警備] (経営者)	それ以外	・当社の営業成果により受注量が徐々に増えてきている。	
	その他サービス業 [情報サービス] (従業員)	受注量や販売量の動き	・インターネット環境を整えるための設備投資について、ようやく少しだけ件数が上がってきており、受注件数が若干増加してきている。	
	変わらない	繊維工業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・国内の製造業は、海外製品に押されて相変わらず苦戦を強いられている。中国にメイドインジャパンの渴望もあり期待しているが、原糸の高騰もあり、ニット製品製造業は受注量、受注金額共になお厳しい局面にある。
出版・印刷・同 関連産業 (所 長)		取引先の様子	・クライアントからの受注も安定してきたと感じるが、まだまだ厳しい状況は変わらない。	
プラスチック製品製造業 (経営者)		受注量や販売量の動き	・受注量が一向に増えず、景気は悪いまま低迷している。	
一般機械器具製造業 (経営者)		受注量や販売量の動き	・それぞれの客が少しずつ増えてきているので、全体としては結構忙しくなっている。	
一般機械器具製造業 (経営者)		受注量や販売量の動き	・受注量があいつになっても増えてこない。また同業者も同じような状態なので、歩き回っても仕事量を増やすことができない。何とかならないかと頑張っている。	
電気機械器具製造業 (経営者)		受注量や販売量の動き	・慢性的な不況が続いているので、新規発注は非常に少ない。既設の納品先もメンテナンスの仕事が増え、それで経営が成り立っているのが現状である。	
輸送用機械器具製造業 (経営者)		受注量や販売量の動き	・ここ2年くらい全然活気がないと言えばそうだが、毎月のように来ている業者は、先ことが分からないからかずっと閉塞感があり、あまり面白そうな顔をしていない。本当に何か活気が出ないかと思っているし、皆もそう言っている。	

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	
		その他製造業 〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・今は良くもなく悪くもない状況が続いている。かなり日数もたってきているので、そういう状況に当社も周囲も慣れてきている。	
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物流関係では、東日本大震災並びに国際競争力の関係からメーカーの海外進出の流れが大きいため、国内物流が非常に空洞化し、売上というより相対的な物流が少ない。そこに規制緩和で業者数が多いため、競争激化でコストが売上に見合わない状況になっている。	
		輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・3か月前比では出荷量が増えてきているが、これは部品などが生産され、製品が出荷できる状態になったためである。前年同月比では90%ぐらいである。	
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・空室率の拡大には歯止めが掛かりつつあるように感じるが、完全に借手有利の賃貸条件にならざるを得ず、賃貸収入の改善にはなかなか結び付かない。テナントの引き抜きも横行しており、気が抜けない状況に置かれている。	
		広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災等の影響は収まり、景気は下げ止まった感があるが、上向きになりそうな要素はない。	
		経営コンサルタント	取引先の様子	・夏場は客数が増えたが、10月に入って天候要因ではなく落ちこんでいる店舗がある。	
		経営コンサルタント	取引先の様子	・ある食品スーパー店長の話では、節約志向がすっかり定着してしまったとのことである。客数はそれほど変わらないが、客単価が伸びない。経営上の良い材料、悪い材料が入れ替わりながらやってくる。最近の悪い材料は年金支払年齢の引上げと増税の議論である。良い材料は、一部で値の張るこだわり消費が定着してきたことである。	
		社会保険労務士 その他サービス業〔映像制作〕 （経営者）	取引先の様子 受注量や販売量の動き	・資金繰りの苦しい会社が多く見受けられる。 ・今月は新規の仕事を受注できたが、これは一時的なものである。恒常性を持って新しい仕事が次々と受注できるという状況ではない。	
		やや悪くなっている	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	取引先の様子	・当社固有の季節的要因による状況変化はあるが、一般的な状況はやや悪い感がある。新規事業が表れないのはそれを説明しているかのようなのである。
			出版・印刷・同 関連産業（経営者）	取引先の様子	・得意先からの仕事の引き合いが少なく、例年より3割減ほどである。
			出版・印刷・同 関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・ここ3か月の印刷受注の累計が前年を大幅に下回っていると、同業他社の営業が言っている。
			建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規受注が全く無く、計画も中断、中止が多い。価格もかなり下がっており、受注できる金額ではない。
			建設業（営業担当）	競争相手の様子	・投げ売りなどでじり貧になっている業界の中で顧客と値段交渉をしていると、多くの客が値段の差がなければ将来的に安心できる業者を選択したいと話している。
			建設業（経理担当）	それ以外	・当社では現在、補助金がらみの福祉施設だけの工事が多くなり、企業の設備投資や商業施設建設などはない。地域産業は冷え切っているようである。
金融業（支店長）	取引先の様子		・取引先の資金ニーズは前向きなものがほとんどなく、また運転資金等の資金も低迷している状況である。		
金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子		・円高と海外の異常気象、国内の東日本大震災関連、台風被害、欧州の信用不安、リビア関連等、先行き不透明感は依然として強く、一部業種を除き感触は軒並み悪い。		
金融業（支店長）	取引先の様子		・消費が低迷しているということで、製造業を始め売上がかなり下がっていることと、円高の対応で落ち込んだため、週休3～4日という所が結構増えてきている。中小企業金融円滑化法関係では、まだまだ元本据置きを依頼する客が多くなっており、やや下向きである。		
税理士	取引先の様子		・収まらない円高、消費税増税の議論と先行きの不安は増すばかりで消費に意欲がわかない現状は、小売店、飲食店にとって非常に困った材料となっている。		
税理士	取引先の様子	・顧問先に不動産賃貸業をやっている所がある。家賃は昔から比べると少しずつ落ちているが、貸しマンションで10何年ずっと法人が入っていた1階が、3社とも全部出てしまった。その法人自体が悪くなったから出たのだが、状況はかなりひどくなっている。			



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〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・タイの洪水の影響や円高基調が顧客へ影響しており、顧客の稼働状況に連動して受注量が落ちている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・ビルオーナーの相続時やビルの売却によるものだが、小さい物件で契約解除が見られる。
	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	・住宅関連部品に関しては東日本大震災の特需が一服したことで重なり、今月は顧客の棚卸しもあって売上は半減している。化粧品容器も円高の影響で予定していた案件が流れている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外向けの受注量が明らかに減っている。中国向けの減産が大きく、受注量が減っている。また円高の影響か、アメリカ向けの受注量も減ってきている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が売れない。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の話では全く注文が取れないということで、当社のほうに全く来ない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・国内出荷量は毎月、計画未達の状態である。輸送物件はあるとの情報だが、このところの異常な円高で遅々として進まない。輸送量は激減状態である。
金融業（支店長）	取引先の様子	・法人、個人共に欧州の信用不安、急激な円高進行もあって、資金運用に慎重になっている。		
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・東日本大震災後の自動車業界を中心とした増産体制の影響も出始めており、3か月前に比べれば求人数なども若干回復している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・中途採用に動きが出始めている。IT系、メーカーで採用が増えている。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	求人数の動き	・各企業、中途採用の動きは活発である。業種を問わず中途採用が増えてきていることから、求人における景気は本格的に動き出している感がある。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求職者数は微減であるが、自己都合離職者が減少していることや、建設業を中心に新規求人数がリーマンショック以前の水準まで回復してきたことから、やや良くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前月は前月比で減少していた新規求人が、今月は増加に転じている。大手自動車メーカーから200名を越す期間工の求人が出たことが大きな要因だが、新規求人倍率も有効求人倍率も平成23年度になって最高の数字を記録している。急激な円高に関しても、電話取材した事業所の口調からはあまり深刻な印象を受けなかった。今月に関しては、円高を始めとする外的要因があまり求人の提出には影響を与えていないようである。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・どの業種も特に求人数が増えたものはない。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・地上デジタル放送関連の大量の契約終了があった後で、前月に引き続き派遣の受注が増加傾向にある。既存の契約企業のほか、新たな企業からのニーズも増加している。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼数が前年同月より悪化している。依頼の中身も1社で複数といった大口の依頼が少なく、1社1名のリテールが大半となっている。
		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人は増えてきているが、求められる要件、能力が高く、見合う人が多くはない。結果、採用数が増えているわけではない印象であり、雇用は増えていない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求職者数の動き	・新規取引社数がここ数か月、変化していない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般、パートの求人数は前年比で増加しているが、IT関係、医療福祉等の人手不足の求人が多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・最近になって海外での様々な問題から需要や生産に対する不安が出てきており、採用の動きにも若干影響が出てきている。
民間職業紹介機関（職員）		求人数の動き	・現状では求人数は増えており、求人停止等の大きな動きは出ていない。	
民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・ここ数年の相対感でいえば求人数は決して少なくなく、3か月前と比較して変わらない。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・最近届く企業求人票はほとんどない。過去の実績先企業を訪問し、求人依頼をしている状況である。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・前年同月比での求人獲得数はほぼ横ばいであり、ここ数か月間も同様の推移となっている。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ユーザーの倒産や廃業が予想以上に出ており、結局その分を補うような形で新規の他媒体の客を獲得して何とか形は付いた。しかし、全体的には大口の客が倒産したり、出さなくなった部分があるため、少し落ち気味である。
	悪くなっている	—	—	—

## 5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・秋の行楽シーズンで、団体旅行の需要はピークを迎えている。観光バスは連日満車状態が続いており、スポーツ団体や教育旅行団体も盛んに旅行を実施している。近年にない盛況のため、客からの注文を断ることも生じている。取扱金額は減少しているが、取扱件数では例年を上回っている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・秋商品と地元プロ野球チームの優勝記念セール等が重なり、販売量は若干増加している。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	来客数の動き	・キャンペーン効果もあり、これまでは数か月間に1度来店していた客が、1か月間に1度来店するようになっている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・週末の飲食店への来客数がわずかながら増加しており、売上が増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後に旅行客数が落ち込み、やや回復傾向にあった6月には高速道路料金引下げが廃止されてまた落ち込んだ。現在はやっと落ち着き始めており、回復傾向にある。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	販売量の動き	・地元プロ野球チームの優勝セールなどに伴い、来客数は多くなっている。それ以外でも、まずまずの結果である。
		百貨店（経理担当）	来客数の動き	・物産展等の催事効果もあるが、来客数は前年同月比110%と大きく伸びている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・予想した通り、商品が動いている。気温、天候に左右されることもあるため、万全ではないものの、客の購買ニーズ、消費実態には強さが戻っている。現在の地元プロ野球チームの優勝セールでも、実際に動いているのは定価品である。欲しい物がないということではなく、客は何か物を買おうとする理由付けを探している。仕掛けをすれば今後更に伸びる可能性がある。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・常設のブランド品やカード優待の動向に大きな動きは見られないが、地元プロ野球チームの優勝セールや期間限定イベントへの反響が大きく、売場全体としては売上を大きく伸ばしている。通常行われない時期のセールや、イベントでしか取扱のない商品に対して、予想外の大きな反応があり、関心のある物に対しての購買意欲の高まりを感じた。
		百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・売上の3か月前比および前年同月比はともに改善しており、購買客単価の動きもやや良くなっている。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・以前は動きがなかった中価格帯のプラチナの動きが良くなってきている。ギフトだけでなく、自家需要も同様であり、単価は上昇している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の投入により、客の購買動機は増している。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・必要な自動車整備の提案をすると、先送りせずに受けてくれる客が増加している。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災による供給不足が解消したことにより、新車販売の伸びが顕著である。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・来客数が増加しており、衝動買いをする客も増加している。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・大きな大会等の催しが多かったため、大口受注があり、やや良くなっている。

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
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊者数はかなり回復しており、前年同月比も改善している。11月以降の予約件数も良くなっており、11月の宿泊者数は前年同月を1割程度上回り、12月の同比は既に100%である。外食数も、地元客が中心であるが、ほぼ100%と回復している。
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・9、10月と続けて宿泊予約件数は増加している。出張が多くなっている様子である。海外からのビジネス客も多い。ただし、11月は休みの関係もあり悪い。宴会予約も弱い状況である。
変わらない		商店街(代表者)	販売量の動き	・週末の駅売店での販売量が、多少良くなっている。月～木に関しては依然として良くなく、平均すると変わらないが、金曜日は間違いなく良くなっている。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・客が相変わらず必要以外の物は買わないため、販売量は増えていない。
		商店街(代表者)	競争相手の様子	・東日本大震災後の需要の落ち込みが一段落しており、秋以降の販売量は低水準ではあるものの、若干増えつつある。ただし、周辺では空き店舗が増加しており、新たな入居も見られず、人の流れは相変わらず減少している。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・季節の変わり目で商品は動いているが、来客数は前年と比べて減少している。
		一般小売店[高級精肉](企画担当)	販売量の動き	・悪いなりに安定している。
		一般小売店[贈答品](経営者)	お客様の様子	・8月以降は上向き傾向であったが、10月に入ってから落ち着いており、様子見の段階になっている。客の二極化が進んでおり、良い店と悪い店もはっきりしている。総じて動きは少なく、景気は変わっていない。
		一般小売店[薬局](経営者)	来客数の動き	・薬業界には、あまり変化は見られない。調剤部門は忙しいが、小売販売は少し減少している。
		一般小売店[書店](経営者)	販売量の動き	・前半は良かったが、後半は悪い日が続いており、はっきりしない。相変わらず、落ち着いている。
		一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・客単価が低下している。
		一般小売店[生花](経営者)	お客様の様子	・余分な物は買わない客が増加している。前年はよく売っていたハロウィン商品も、あまり動いていない。台風等の天候の影響もあって、花の価格が高騰したため、買い控える客もいる。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・物産展などの催事があると、女性客が増加して、催事場だけがにぎわっている。昼間の紳士靴フロアでは、60歳代後半から80歳代の夫婦客が、散歩する雰囲気である。夕方になるとスーツを着た客が来店するが、見ているだけで購買意欲のある客はいない。靴は履けなくなってから買うという客が多くなっている。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・北海道物産展やワゴンセールなどで来客数は増加しているが、目玉商品を購入だけで、余分な物は購入しないという姿勢は続いている。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・地元プロ野球チームの優勝セールにはそこそこの売上があったが、全体としては軟調である。
		百貨店(店長)	来客数の動き	・衣料品は気候に応じてまずまずの動きをしているが、生鮮食品の動きが鈍い。
		百貨店(営業企画・販売促進)	お客様の様子	・近隣の商業施設で、新規、改装オープンが相次いでいる。来客数は増加しているが、購買はそれほど増加していない。消費意欲が伴っていない。
		百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・来客数は減少傾向にあるものの、衣料品の販売額は増加している。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・どこよりも価格が安く、赤字覚悟の店は混んでいるが、それ以外の店では来客数はますます減少している。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・単価は安定している。しかし、販売増には至っていない。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・食品関係の動きには変化がない。衣料品は、気温が高いため秋物の動きが悪い。本来の気温になれば、もう少し変わってくる。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・売上は予算目標には届いていないが、前年同月は超える状況になっている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・客単価はさほど変わっていないが、買上点数が増加していない。牛肉の放射能汚染問題の影響はまだ続いており、低迷が続いている。	

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
		スーパー（店員）	販売量の動き	・目立った変化はない。野菜の価格も平常に戻りつつあり、鍋用の具材の販売も上昇に転じている。
		スーパー（店員）	単価の動き	・単価が高い商品は売れず、安い商品が売れる傾向が続いている。
		スーパー（店員）	単価の動き	・客単価は、前月と比べて低下している。客単価はここ数か月間、毎月少しずつ低下している。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・相変わらず単価は上昇してこない。年金支給年齢の引き上げの報道や、消費税増税の報道が、買い控えを増長している。ディスカウント店では、売上は好調のようである。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・一般大衆品に対しては低価格志向であるが、こだわり商品にはお金を使うという傾向が続いている。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・来客数は、底堅く動いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの値上げが大きく影響しており、売上は好調である。しかし、来客数は売上ほどには好調ではなく、前年同月比で微増にとどまっている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上は前年同月を下回っている。ただしこれは、前年はたばこの値上げに伴うまとめ買いがあったためである。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年同月にはたばこの値上げがあったため、前年同月比でみると来客数、売上共に増加している。ただし、一般商品の売上は、来客数の割には減少している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・金曜日を除く夜間の来客数は、横ばいまたは減少である。特に終電近くになると、店に寄らずに帰る人が多い。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・たばこの値上げから1年が経過したが、販売は好調を維持している。弁当類は厳しいものの、惣菜、おでん、中華まんなどカウンターで販売する食品が好調に売れている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・衣料メーカーによる展示会が終わっても、受注量は伸び悩んでいる。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・販売量、販売単価共に、横ばいか低迷している。東日本大震災以降、東北の仕事が回ってきて、地域全体で見ると良くなっているようであるが、消費にまでは直結していない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発売効果により、店頭への来客数は増えている。しかし、客の財布のひもは固く、商談は苦戦している。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・前月に続き来客数は増加しており、それに比例して受注量も増加してきている。コンパクトカーが中心であるため、収益的には厳しいが、エコカー減税の終了を意識する客が増加してきていることは良い材料である。
		乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・客は買換えの方向に動いてきている。しかし、客の給料面が厳しいため、良くなっていない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー減税の後押しもあり、新車の駆け込み受注は増加している。ただし、前年にエコカー補助金の終了等に伴い大幅に減少した販売台数は、2年前の水準にはまだ戻っていない。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・民間の設備投資、新築などの建築工事が減少している。ただし、持家住宅や分譲マンションは持ち直してきており、ばらつきがある。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は、食品の放射線汚染問題が起きた8、9月の落ち込みからは回復しているものの、前年春以来の横ばい圏内にとどまっており、動きは見られない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月に入り天候が穏やかで、東日本大震災の影響も落ち着いてきている。当地では工場の輪番操業が終わり、週末はいつも通りに戻ってきている。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・宿泊者数は、外国人ツアーを連続して受注できたことにより、増加している。久しぶりに、全館で前年同月値や予算目標を上回りそうである。ただし、9月の台風によるキャンセルが10月に移行したことも影響している。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・客単価はまだ回復していない。
		都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・製造業を中心に、円高の影響は解消されておらず、横ばいの状況である。法人宴会の件数は減少していないが、増加もしていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・業界では10、11月がトップシーズンであり、例年通りの受注ができています。ただし、12月以降の受注はかなり厳しい。翌年に関する問い合わせもちらほらあるが、まだ強含みではない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・繁華街でタクシー待ちをしているが、節約のためタクシーは敬遠されており、利用客数は減少している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・連休と結婚式などにより、金曜日は忙しくなっている。金曜日以外は、利用客数は引き続き減少している。後半には学会などがあり、少し動きがあったが、あまり変わらない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・平日の変化は少ないものの、土日の入り込みが低調な状態で推移している。
		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・このところ良い天候が続いており、来場者数はほぼ予算目標通りであり、前年同月を上回っている。売上は予算目標にはやや及ばないが、ほぼ前年並みである。節電による休日変更の影響で来場者数が増加した7、8月と比べて、大差はない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	お客様の様子	・客の消費意欲がなくなっている。売上の前年同月比は、8割減近くになっている。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	お客様の様子	・来客数や売上は、例年に近い状態である。しかし、定時退社の客が多かったり、他業種では低価格商品の割合が高くなっているなど、景気はやや厳しい様子である。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・野菜が高値であるため、買ってもらえない。また、商品が入らないため、非常に悪い状況にある。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・世間では不安材料が多く、客は慎重である。自動車を小型車に乗り換えて経費を安くするなどしている。食欲の秋には本来ならばスーパーの売上は増加するが、節約傾向が広がっているため、購買単価は上昇しておらず、利益も増加していない。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・月末1週間の来客数が、以前に比べて減少している。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・9月末から10月初旬に掛けて、大型の競合店が相次いで開店している。4週間ほど経ち、客は徐々に戻ってきており、売上は前年同月比マイナス10%ほどにまで回復しているが、例年の売上には戻っていない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・自動車業界が木金休みから土日休みに戻ったためか、来客数は鈍化している。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・アルコールのおつまみでも高価な商品は売れておらず、105円のお菓子や缶詰、ウインナーなどが売上の中心になっている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・前年のたばこ値上げ以降、反動で売上は減少している。ただし、天気が良いため、来客数はやや戻っており、売上に貢献している。
		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により、やや悪くなっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・テレビの販売台数が前年同月の半分以下であり、他は前年同様であるため、売上の前年同月比はそのままマイナスになっている。
		乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・車検や点検などの利益が減少している。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・東日本震災以降、客は大雨、洪水など天候に対して敏感になっており、その影響が出ている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注量が減少している。円高の影響もあり、やや悪くなっている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	単価の動き	・買上点数は前年同月並みであるが、商品単価が15～20%低下している。
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・10月の連休を境に、売上は止まっている。連休にお金を使い過ぎたり、週末の天候が悪いことなどが影響している。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・先行き不安であるためか、来客数は減少している。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・会社の報奨などで旅行券等を持参した客は来店するが、それ以外の客は減少している。海外旅行に比べて、国内旅行の伸び率が悪い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・サービス料金の低価格化を進めているが、新規契約件数の増加にはあまりつながっておらず、解約件数も高止まりしている。競争激化が進んでいる。既存利用者の低価格サービスへの移行も進みつつあり、節約志向が感じられる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量は、前年同月比で約30%減となっている。
		通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・光電話の解約件数が増えており、収支は悪化している。今後は契約の奪回に向けて、設備面の充実も検討している。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・地上放送のデジタル化への対応が落ち着き、回線変更などの需要がなくなっているため、光回線の申込件数は減少している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・例年に比べて、新規客の来店回数が減少している。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客がシャンプーやブローを自分でやるようになり、売上は減っている。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・福祉用具貸与の商品単価は、更に低下傾向にある。新型商品でも、価格を維持できない状況にある。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは、良い話は聞かれない。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	お客様の様子	・商談に入っても、客が価格交渉に出て、値引き率も厳しいため、契約には至っていない。
	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・得意客の買上単価、販売量は落ち込んではいないが、暑い日が続いたためか、来客数は減少している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年11月の電気製品の販売量は、家電エコポイント制度の終了に伴う駆け込み需要によって過去最高であり、特にテレビは11月にかけて販売のピークを迎えていた。今月の売上は、その前年同月と比べた場合はもちろんのこと、3か月前と比べても減少している。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・来客数の割に、宝飾品、高級時計などの高額商品の動きが悪く、販売量は落ち込んでいる。また、売上、単価も悪化している。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・飲食業組合の話では、組合員数が前年から半減しており、組合の運営も成り立たなくなってきており、大変悪い状況にあるとのことである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。他の飲食業でも同じ傾向である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・オープン以来26年間で、最低の売上になっている。この3か月間、節電等の影響で輪番になっていた木金休日が元に戻り、人の流れは以前にも増して減少している。円高やタイの洪水の影響もあり、繁華街の景気は急激に悪化している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・夜の繁華街の客足が減少していることに加えて、タクシーではなく代行運転を選ぶ客も増加しており、影響が出ている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・客の話によると、お金がないため来店できないとのことである。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・前月に来客数が予想以上に増加した影響か、今月の来客数は減少している。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・景気の良い話は聞かれない。来客数も減少している。
住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・競争相手も、客が来店しても契約までに至らないと話しており、難しい状況にある。		
企業動向関連	良く なっている やや良く 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	・客先からは、電話やメールでの問い合わせや発注が増加している。年末需要の件数も多くなっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・当地域は、タイル及び食器等の陶産地として全国の50%を占める。今年度に入り、変動はあるものの多少上向き傾向にあり、8月ごろからは住宅着工件数の増加傾向もあって、より上向きとなってきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・納入先業界では商品の人気が高まり、設備投資が増加している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	それ以外	・タイの洪水の影響で国内に生産支援の要請があり、景気が悪い業種からの落ち込みをカバーしている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・自動車部品や工作機械のメーカーを中心に、増産が続いている。	
		行政書士	受注量や販売量の動き	・顧問先の運送業界では、出荷量が安定している。	
		公認会計士	それ以外	・顧問先の自動車関連の中小企業では、操業度が向上している。操業度が向上している結果、収益性が改善している企業もある。収益性の改善とともに、従業員の賞与支給を再開したり増額したりする企業もある。	
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・建設、製造業者の話によると、受注量が増えているとのことである。ただし、建設業では職人が顕著に不足しており、製造でも採算に合う仕事かどうかかわからないとのことである。	
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・決算を迎える顧問先企業の中で、黒字企業が増えてきている。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・ソフトウェアメーカーの仕事を中心に、取引は活発になってきている。要員の手配が困難なほどである。	
		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	・受注量は、少しずつ増えてきている。新規の問い合わせも出てきている。	
	変わらない		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災や円高の影響はあるものの、受注量、販売量共に横ばいで変わっていない。
			金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量はやや増加しているが、販売価格は低下している。
			一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・タイの洪水により設備の特需がありそうであるが、具体的な受注にはあまり結び付いていない。
			建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅の購入意欲は高いと思われるが、決断には慎重になっている様子がうかがわれる。
			建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が低いため、設計件数が減少してきている。
			輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・軽油価格が依然として高止まりしているため、コスト増となっている。生活雑貨の流通では、低単価商品の比率が高まっているため、運賃収入も悪化している。
			輸送業（エリア担当）	それ以外	・宅配の受注量は発送到着共に伸びているが、メール便が大幅に落ち込んでいる。
輸送業（エリア担当）			受注価格や販売価格の動き	・売上は、前年の3か月前比は1.1%増であったのに対し、今年は0.1%増であり、1.0%ポイント低下している。ただし、自動車メーカー関連の仕事量も、東日本大震災前に戻ってきている。	
輸送業（エリア担当）			受注量や販売量の動き	・トラックメーカーの話では、円高の影響もあつてか、新車の受注量が減少している。タイの洪水による減産体制の影響もあるが、新車の受注量はそれ以前から減少しているとのことである。	
金融業（企画担当）			取引先の様子	・円高や欧州の信用不安の先行きが見えないなか、個人客は投資に対して非常に慎重になっている。価格が変動する金融商品への投資は、様子見という客が多い。そうしたなか、住宅投資は堅調である。	
不動産業（開発担当）			競争相手の様子	・マンションの販売状況は、特に好転も悪化もしていない。	
広告代理店（制作担当）			取引先の様子	・広告の受注件数は少しずつ増えてきているが、売上はほとんど変わっていない。	
新聞販売店〔広告〕（店主）			受注量や販売量の動き	・折込広告は、流通、サービス共に前年量を確保できている。	
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）			取引先の様子	・タイの洪水により、日本に生産の振り替えが入り、各社は忙しそうである。しかし、円高による不透明感もある。	
やや悪くなっている		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・秋冬商品の受注状況は、芳しくない。食品に対する消費マインドは、依然として低迷している。また、高温の日が続いていることも、消費にブレーキを掛けている。	
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	取引先の様子	・タイの洪水の影響で、主要顧客の一部では今後数か月間、減産する動きがある。そのため、段ボールの使用状況は悪くなっている。	
		化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・欧州の信用不安の影響や円高の継続により、全体として低迷している。	
		窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・海外にも生産拠点を持っている取引先では、生産を海外へかなりシフトしており、国内の工場設備はストップしている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		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	・円高に加えて、タイの洪水の影響も出始めている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・上半期は東日本大震災により、供給面で影響があった。このところは、米国景気の先行きも不透明感が出て、受注量が伸び悩んでいる。長引く円高により、為替予約の効果も見込めなくなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・上期はほぼ計画通りの受注ができたが、下期は見通しが立たない状況にある。取引先は、設備投資に対して慎重である。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・円高の影響が出て、発注量は減少している。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・見積件数は以前よりも増えているが、他社が受注することが非常に多くなっている。運賃に対する荷主の関心が高くなっている。
		企業広告制作業（経営者）	それ以外	・タイの洪水の影響が出始めている。
	悪くなっている	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・内需が回復していない。円高の影響や復興の遅れに加えて、タイの洪水など不安材料ばかりが多くて、設備投資等の需要が全く喚起されていない。製鉄メーカーによる値下げの影響で、販売価格も低下傾向になっている。
雇用関連	良くなっている	アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・自動車の増産体制に伴い、雇用は拡大している。また、タイの洪水により日本企業の操業が停止し、減産分を国内生産の増加でカバーしている関係でも、一時的ながら雇用は拡大している。
	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	・来期以降の開発需要が徐々に明らかになっているが、当面は需要の増加が見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人利用が増え、求人数は増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・東日本大震災後、生産は持ち直している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告量は、ほんの少しずつではあるものの、増えてきている。上向き傾向にある。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・一部の産業を除き、パート、期間工等の非正規求人が、引き続き堅調に推移している。特に自動車部品製造業では、通常の生産受注に東日本大震災からの復興に伴う増産分が加わり、求人数は大幅に増加している。タイの洪水の影響で不足している部品を製造する第3次、第4次下請事業所でも、追加受注が入り、非常に忙しくなっている。その一方で、正社員の求人は、依然として少ない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の前年同月比は、改善傾向が続いている。問い合わせも多い。ただし、職種や業種に偏りがある。派遣、請負の求人も多くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・自動車産業以外の産業でも、前年と比べて求人に対してかなり意欲的になっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月のお盆明け以降、求人数は増加している。今月は、前年同月比30%以上の増加となっている。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・ここ数か月間、求人数の前年同月比は改善しており、求職者数は減る傾向が続いている。ただし、正社員求人が増えてこないため、窓口の実感では、改善ペースは遅い。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人数の増加には、増員だけでなく、退職者の増加に伴う欠員補充も含まれている。ただし、退職者は定年退職よりも転職が多く、転職先を見付けやすい状況になっている。
	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・製造業以外の内需型サービス業でも、採用は増加してきている。	
	変わらない	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数は毎月、前年同月比で10%ほど減少している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・タイの洪水の影響で、自動車業界では電子部品の調達に困難になっている。現在、車種ごとに足りない部品の調査が行われているが、今後は車種ごとに生産計画が変更される見通しである。予定されていた生産台数の確保はできない見通しであり、自動車業界や当地域の景気はやや悪くなっている。雇用も、その影響を受けている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・3か月未満の短期案件は5割増加しているが、3か月以上の長期契約は2割減少している。求人全体の傾向としては、前年より回復しているものの、派遣期間の短期化が顕著に出ている。
	悪く なっている	—	—	—

## 6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	観光型旅館（ス タッフ）	来客数の動き	・前年同月比で売上は105%、宿泊人数は同109%、宿泊単価は同100%と宿泊人数が増加したことで前年を上回ることができた。宿泊人数の増加は募集団体客の増加が大きな要因である。
		一般小売店〔精 肉〕（店長）	来客数の動き	・当店が入居するビルの各テナントの改装も終了し、来客数が増えている。
	やや良く なっている	百貨店（売場主 任）	販売量の動き	・先行きに不安感はあるものの、顧客の買回りにより、順調に秋物、冬物商品が売れている。
		百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・客が購買意欲を抑えている印象はなく、数か月前と比較すると買物をしようとする意欲は高まっている。
		コンビニ（経営 者）	単価の動き	・来客数の微減が続いているものの、客単価はたばこの値上げもあって前年を維持している。
		乗用車販売店 （経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の車両生産は正常化したため、販売台数は前年同月比7割増加している。
		その他専門店 〔医薬品〕（営 業担当）	お客様の様子	・災害グッズ系の商品の動きは落ち着き、普段の生活に必要なもの、季節用品が売れ始めている。
		高級レストラン （スタッフ）	販売量の動き	・観光シーズンの集客は、昼の団体旅行客が例年より多く単価も良い。特に関東方面からの来店が多い。夜は法人利用の単価が例年より1割ほど良く好調である。
		一般レストラン （店長）	来客数の動き	・客単価がやや上昇しているのに加え、来客数の増加がみられる。
		都市型ホテル （スタッフ）	単価の動き	・企業利用では単価を低く抑える傾向が続いている。個人利用では低価格商品への希求はあるものの、以前より高単価商品を選ぶ客は増えている。
		旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・秋の旅行シーズンでもあり、団体旅行の件数、売上ともに前年を上回っているが、4～6月の穴埋めまではできていない。
		通信会社（社 員）	販売量の動き	・スマートフォンなど携帯電話の新機種が発売により、消費者の購買意欲が増している。
	変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・前月に引き続き新規出店が続いている。10月はイベントもたくさんあり、かなりの広域集客ができてい
商店街（代表 者）		お客様の様子	・本来ならそろそろ単価の高いジャケットやカーディガンなどアウターが売れ始める時期であるが、暑い日が多く興味を示さない。	
商店街（代表 者）		来客数の動き	・前年まではイベントなどである程度の集客が見込めたが、この秋はイベントがあっても人出が少ない。休日でも「いったい客はどこに行ったのだろうか？」といった雰囲気である。	
一般小売店〔鮮 魚〕（従業員）		販売量の動き	・販売量はほぼ前年並みに戻ってきたが、デフレ傾向のなかで販売単価を上げることができない。東北地方の海産物の流入が減少しており、数種類の商品で流通不足による値上がり傾向が見られる。値上げすればよいだけの話だが、今の状況では厳しい。	
一般小売店〔書 籍〕（従業員）		販売量の動き	・当店の購買の中心層である学生に買い控えが目立つ。	
百貨店（営業担 当）		お客様の様子	・冬の暮らしの準備のための購買状況がみられる。節電、節約、エコをキーワードにウォームビズ、ウォームライフに対する商品の動きがよい。石油ストーブは前年の販売台数を既に上回った。一方、ブーツやコートなどにはそこまでの勢いはない。おしゃれを楽しむよりは、いかに節約して冬を過ごすかに重点が置かれている。	
百貨店（営業担 当）		来客数の動き	・当店では、10月中旬から後半にかけて自社カード保有者向けに特典を付したため、来客数が増加し売上が上がった。しかし、イベントなどの実施によるものに起因しているもので、基調に変化はない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場担当）	単価の動き	・客単価は、ミセスゾーンの防寒衣料を中心に前年同月比108%と大きく伸び、好調である。暖かいファー、小物などもよく動いている。一方、食品は野菜の高騰もあり、客単価は前年同月比92.5%と格差が広がっている。全体では、大きな変化は見られない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品については婦人服が前年同月比104%と大きく伸長した。逆に食料品では、精肉が同89%で肉離れの傾向が続いている一方、鮮魚が同100%、加工品が同103%と客は敏感に反応している。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・商品の買上率、来客数は前年並みで推移している。野菜は一時期の高騰の影響もあるがバラ売りが好調、精肉では鶏肉がここ3か月前年を大きく超えるなど、一点単価が前年同月を上回る10月であった。し好品、不要な品を買わない状況が3か月前よりは改善しているものの、前年実績までには到達していない。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・ホームセンター部門では暖房用品の動きが良い。しかし景気に影響されているものではなく、東日本大震災の影響で早めに購入しているようである。食品の売上、来客数はほぼ前年並みである。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・地域間の競争激化により、来客数は伸び悩んでいるが、その分客単価は若干伸びている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・シーズンインにもかかわらず、来客数が極端に落ちている。店舗運営の仕方が悪いのか、郊外店に人が流れているのか、買い控えの影響なのかはわからない。
		衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・節約に疲れた感も見えるが、反動での消費は一時的なものと思われる。安い商品ばかりを求めていた時期は終わったようであるが、基本はぜいたくな消費はしないように見える。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行後、テレビなどの販売量に変動が見られない。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・需要期ととらえて宣伝量も多くしたが、来客数は全く増加しない。毎年実施しているイベントでも、来客数は2割減の状況である。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・高額車両の供給ベースが改善され、登録、売上に結びついているため営業状態は良くなりつつあるが、受注ベースでは購買意欲が薄れつつあるように感じられる。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前月に比べれば、来客数は戻っているようだが、給料日前の週末は落ち込む傾向にある。また、今年は寒暖の差が急に訪れ、秋物は欲しくないという人も多い。消費も今一つ伸び悩んでいるように感じる。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月に入りグループ客や団体客は例年並みに動いているが、個人客の予約が少ない。実績としては例年並みとなっている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・法人のコンペションをはじめ展示会や会議・研修・セミナー開催などのMICE需要、及び一般レジャー需要の案件が増えてこない。不安定な気候や政情により動きが止まってしまっているようである。東日本大震災の影響はほぼ解消したが、いまだに回復基調に力強さが感じられない。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・新規契約は頭打ちとなっているが、解約も今のところ落ち着きを見せていることから、結果的に様子見傾向が強いと感じる。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数などから見て、大きな変化は感じられない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・冬商戦に向けて携帯電話の新機種に対する買い控えもあり、販売量が減少傾向にある。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・年金支給直後のレース開催は比較的好調だったものの、月平均で比較すると前月と変わらない。
		その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・秋の健康増進イベント月間を開催中で、例年同様順調に新規会員数を獲得できている。
		美容室（経営者）	それ以外	・前年同月より売上は3%程度伸びているが、この伸びが安定した売上である確信が持てない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントなどの来場者は、地域別にはばらつきがあるものの予定数は達成できた。契約については、同業他社との競争が激しく、また、契約締結までの時間もかかるようになっている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・前年同期と比べても展示会での客足が鈍い。土地購入なども買い控えしているようである。
やや悪くなっている		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数、客単価ともに前年を下回っている状態が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客一人の購買量が減少している。以前ならば飲料が6本入った箱売り、30本入った箱売りは価格を多少安くすれば売れたものが、現在は必要数だけしか買っていかない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・気温の上下が激しく、季節商品の売行きが予測しにくい。そのため廃棄が多くなり利幅が薄くなっている。なかなかコントロールしにくいというのが実情である。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上を前年同月比でみると5%前後減少となり芳しくない。8月の前年比マイナス幅と比較すると大きくなっている。前々年や東日本大震災前と比較しても売上は減少している。常連客の1日当たりの来店回数が減少している。
		コンビニ（店舗管理）	お客様の様子	・ブルーカラー層の来店が減少しているように感じる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・10月に入っても気温が比較的暖かかったため、コート、ブルゾンなど単価の高い商品の動きが鈍い。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴いテレビの販売数量が激減した。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・一部で話題の新車や限定車に引き合いがあるが、販売が確定する確率もそれほど高くない。先行きへの不安からか購入への慎重さを感じる。顧客の動きは極めて弱い。
		自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・残暑の影響から冬用タイヤの動きが鈍く低迷状態が続いている。また、買上点数自体は下がっていないが、来客数が減少している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が少なくなっており、仕入れも控えているが、それでもロスが出る状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・全部門において、前年同月比、前月比ともに減少し苦戦を強いられている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜間に繁華街へは足を向けない傾向が続いている。駅から観光地まで100円均一バスが循環しており、大多数の観光客はそのバスを利用するためタクシー利用が少ない。節約傾向のためタクシー利用は依然として厳しい状況である。
		タクシー運転手	販売量の動き	・夜の繁華街を遅くまで飲み歩く人が減少していることもあって、景気が悪かった前年度と同レベルまで売上が低下している。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・地上デジタル放送への対応が一巡して、テレビに対する関心が低下傾向となっており、ケーブルテレビ契約の獲得も前年比大幅に落ち込んでいる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品発表を控え買い控えが発生しているが、同時に旧商品の値下げが始まり、販売のバランスが取れている。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・工事施工において一部業種に職人不足が目立ち進ちょく状況が遅れている。また、資材不足も目立ち価格上昇がみられる。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・例年10月は秋の商戦で多くの住宅メーカーがイベントを開催し集客している。今年も例年と同様にイベントが多かったが、どの住宅メーカーも集客が良いとはいえない状況であった。当社も有効なイベントにはならなかった。		
悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	販売量の動き	・全社的な販売量は3か月前と比較すると、非常に減少しており問題となっている。個人向けのみならず法人向け事務用品市場も冷え切っている。	
	スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数では、好調だった7月、最悪の8月、若干改善を見せた9月であったが、今月は再び客足が遠のいており、絶えず危機感と背中合わせの月となった。ただ、当店の客層と異なる若者層は当店とはやや離れた地域の駅前周辺でにぎわっていると聞いている。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・これまで好調であった個人客の動向は、前年同月実績を超えているものの増加幅がやや鈍化傾向にある。また、団体部門の集客は非常に苦戦し、前年同月比1割以上の減少となった。内訳をみると一般団体では同1割の減少、海外からの客は円高や風評被害などもあり、同4割の減少となった。全体としては依然として厳しい状況にある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
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	・廉価品はもちろんのこと、高付加価値商品も含め全体的に販売量が増えている。
		精密機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・特に国内高付加価値商品の販売量については、震災の影響や低価格ショップの続伸など、不安材料もいくつか懸念されたが、今のところ堅調に伸びている。
		新聞販売店〔広 告〕(従業員)	受注量や販売量 の動き	・大型ショッピングセンターの改装によるリニューアルオープンの特ラシサイズがアップしている。また、そこに新規入店したテナントの単独オープンチラシの新規出稿で特需売上があった。
		司法書士	取引先の様子	・事業用資金の担保権設定案件が増加している。
	変わらない	繊維工業(経営 者)	取引先の様子	・非衣料関係では、受注状況は安定している。
		化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・受注量は横ばいで推移している。
		プラスチック製 品製造業(企画 担当)	受注量や販売量 の動き	・住宅市場向けの商品は少し動きが出てきたが、以前のレベルと比べるとほど遠い。全体で見るとやや悪いという状況から抜け切れていない。
		一般機械器具製 造業(総務担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・円高傾向が継続しており、国内の設備投資が延期傾向にある。また海外の取引先も資金調達に難しく、設備投資が動かない。
		電気機械器具製 造業(経理担 当)	競争相手の様子	・電子部品関連の業界では、忙しい会社と仕事が少ない会社とに2極分化している。業界全体では横ばいだが、企業格差はさらに進んでいる。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・当社の官庁元請工事の受注はやや回復し、民間下請工事も手持ちが多くなってきた。しかし、価格が厳しく忙しいばかりで利益にはつながらない。
		輸送業(配車担 当)	取引先の様子	・ここ1～2か月の円高により物の流れが変わり、燃料費が低下すると予想していたが、想定していたほど燃料費が低下せず、むしろ、物流に伴うコストの方がまだ負担となっている。
		金融業(融資担 当)	取引先の様子	・取引先の受注量や販売量については、東日本大震災以降やや戻りがみられたが、それ以降については引き続き横ばいが続いている。
		不動産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・同業者に話を聞いても、取引が動いていると動いていないが半々となっている。
	やや悪く なっている	繊維工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・受注面で厳しさが続いている。さらに多品種小ロット生産の影響、材料である原糸の一部が供給面でタイトになっている影響などで、生産ロスにつながっている。
税理士(所長)		受注量や販売量 の動き	・工作機械メーカーのなかで好調な取引先があるものの、最終組立てラインが海外に移転している影響もあり、一部に限られる。工作機械は国内で製造している場合が多く需要があると思われるが、最終的に生産ラインとして国内で作る部分については弱含みになっている。建設業関連については、公共事業を中心としての受注単価が非常に低下している。	
悪く なっている	建設業(総務担 当)	それ以外	・工事発注量の減少で、依然としてし烈な受注価格競争が続いており、受注、採算とも厳しい状況で推移している。	
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・求人情報誌1回当たりの求人企業数が、50件程度増えている。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・新規求職者数は4か月連続で減少し、有効求職者数も減少傾向となっている。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・最近数か月は同じような求人数で推移しており、交代要員やピーク時の対応での派遣がほとんどである。
		新聞社〔求人広 告〕(担当者)	求人数の動き	・10月の求人広告は、前年同月比2割増加している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比増加傾向が続いているが、うち臨時パート求人の増加が目立っている。
		民間職業紹介機 関(経営者)	周辺企業の様子	・介護施設関係で人手は欲しいが、コストが限界にきており要員数は現状維持のまま、求人は控えざるを得ない状況だと聞いた。
		学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・現状での就職内定状況は前年度より若干良いが、引き続き厳しい状況が見受けられる。なお、企業の採用活動も前年度以上に長期化している。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・新規の人材需要案件がかなり少なくなった。早期の景気回復を望みたい。

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

## 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	コンビニ（経営者）	単価の動き	・たばこの販売免許を取得した効果が出ており、客単価が5%ほど上がっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・天気の良い日が多かった影響もあり、京都では観光客が増加している。東日本大震災の影響についても、複雑な心境ではあるが、京都にはプラスとなっている。
	やや良く なっている	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・修理やバンド交換が中心であり、少し物足りない感はあるが、特に来客数が少ない日もなく、安定した動きとなっている。天気の良い日が続いたほか、客にも少し活気が戻ってきている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・一過性の動きに終わる可能性は高いが、新商品の売上が伸びている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は全体的に気温が高かったこともあり、冬物衣料の動きは鈍かったが、来客数、売上共に前年を上回っている。特に、婦人衣料や高額品の好調が続くなど、底堅い動きがみられる。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・富裕層の得意客限定で大規模な催事をホテルで行ったが、1千万円を超えるブランドの宝飾品や高級絵画の販売が何点も決まるなど、過去最高の売上となっている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・低迷していた来客数が今月に入って上向きに転じているほか、定価品も堅調な動きとなっている。その一方、気候が売上に与える影響は大きく、購入のタイミングを一度逃すと取り戻せないなど、客の購買意欲が高まっているとまでは言い切れない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前に比べると国産たばこの供給が安定しているため、たばこの購入層による来店が増え、全体的な来客数の増加につながっている。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・関西は他地区ほど良くなかったが、生鮮品やデザートなどの戦略商品がよく売れて、売上の増加につながっている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・前月は台風の影響で売上が予想を下回ったため、買上金額の多い客に販売促進のダイレクトメールを出した結果、健康や美容関連の売上が通常月を大きく上回っている。また、最近の寒暖の差で風邪気味の客が増え、風邪薬の動きも増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・材料費の値上げや、日によって寒暖の差が大きいことによる悪影響はあるが、スタッフが入れ替わり、年末年始に向けて士気が高まっている。さらに、新規客の増加や、近隣で行われた歓送迎会の二次会需要などで、売上が持ち直している。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・この秋は、大規模な法要関連の団体客が増えており、例年よりも来客数が増加している。東日本大震災で延期されていた旅行がこの時期に回った部分もあり、予想以上の動きとなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に前年を上回る見込みである。夏以降は間際予約が更に増えており、月末には結果として前年を上回る状況が続いている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,591円と、3か月前の10,481円に比べるとやや良くなっている。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	来客数の動き	・3店舗目が開店してから2年目を迎え、地域での知名度も高まっている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・客からの相談も含めて、案件が増加傾向となっている。
変わらない	商店街（代表者）	競争相手の様子	・スーパーの乱立で価格競争が激しくなり、売出しの有無で客の動きが変わる状態である。	
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・来客数にもほとんど変化がみられない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔雑貨〕(店長)	販売量の動き	・売上が激減した状態から半分ほど持ち直したが、タスポの導入やたばこ増税以前の売上に戻ることはなく、一定の水準を維持している。
		一般小売店〔花〕(店長)	販売量の動き	・客が余分な買物を控える動きが続いている。
		一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・前月に続いて販売量が少ないほか、動いているのは低額品ばかりで、高額商品の伸び悩み状態が続いている。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・客は必要以上に物を買わず、マイルージやポイント制に興味を持つ傾向がみられる。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は売上目標を達成できそうだが、優待販売の好調や、台風などで落ち込んだ前月の反動増が主な要因であり、状況は決して良くない。客は価格にもシビアであり、不要な商品は購入しないという傾向はむしろ強まっている。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・気温の低下に伴ってファッション関連商材が動いているほか、物産展の食料品なども順調であるが、全体的な動きは相変わらず低調である。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・販売量の不振が目立っているが、来客数も厳しい状況である。店舗のリニューアルによって来客数は前年よりも3~5%増えているが、10%増という目標には達していない。
		百貨店(企画担当)	お客様の様子	・円高や景気の先行き不透明感といった不安材料は多いが、外商客向けの催事では絵画やジュエリーの動きが好調となっている。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・早期受注を目指し、今月中旬からお歳暮商戦を開始したが、客の動きは控えめである。
		百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・気候要因もあり、ウォームビズなどの秋冬商材の動きは、例年に比べると芳しくない。ただし、消費を抑える傾向に歯止めがかかってきたのか、宝飾品や時計のほか、比較的買い得感のある美術品などに動きがみられる。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・近隣に競合店が多いため、客は毎朝のチラシをみて、買う商品によって店を使い分けている。
		スーパー(経営者)	競争相手の様子	・売上増が見込めないため、競合相手は売上獲得よりも経費削減に力を入れている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・必要となしに必要なものしか買わない傾向が更に強まっている。前年よりも気温が高いため、食品は売れても、衣料品や寝具の動きが悪く、来客数も少ない。また、前年は良かった地上デジタル放送関連の動きが非常に悪い。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・前月に続いて来客数が若干減少している一方、客1人当たりの買上単価は伸びている。競合店のオープンや改装で客が分散しており、来客数に占める固定客の割合が高まっている。
		スーパー(企画担当)	販売量の動き	・売上は前年比97%で推移しており、この傾向に大きな変化はない。
		スーパー(経理担当)	販売量の動き	・野菜の相場や衣料品の売上は気温の変動に左右されるが、今年は変化が激しいため、良くも悪くも売上に影響が出ている。
		スーパー(広報担当)	販売量の動き	・テレビやエアコンといった大型家電の落ち込みが大きいほか、気温が高めで推移しているため、秋冬物の衣料や寝具といった季節商材の動きが鈍い。
		スーパー(販売担当)	単価の動き	・競合相手との価格競争もあり、単価が下がる傾向にあるほか、単身世帯の増加で少量パックの品ぞろえを増やした結果、全体の1品単価が下がっている。
		スーパー(社員)	販売量の動き	・前月の中旬以降は朝晩の冷え込みが例年よりも早く、衣料品全般や和菓子、寝具、果物といった秋物商材の動きが好調である。ただし、野菜の価格が上がり、客が購入量を抑えているため、販売量は落ち込んでいる。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・同業他社やスーパーの出店が増えているが、少し離れたエリアで出店しても来客数に影響が出るなど、当店の商圏が徐々に狭まってきている。
		衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・今月に入って安い物しか売れなくなっており、販売力が問われている。
		乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・自動車税等のエコカー減税の適用は来年3月までとなっているが、販売量に大きな動きはない。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・今月は新車の販売量が目標の90%にとどまり、サービスの受注目標も達成できていない。

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
		住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・相変わらず売上は低迷し、上向き兆しが無い。
		その他専門店 〔宝石〕(経営者)	お客様の様子	・この3か月で金相場が上昇するなど、宝飾品を取り巻く環境は良くなっているが、金製品の価格がかなり上がった分、購入にはつながりにくくなっている。株安や円高の進行も消費マインドに悪影響を与えているため、良いとも悪いともいえない状況が続いている。
		その他専門店 〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・販売量は前年と同じような水準で推移している。
		その他専門店 〔宝飾品〕(販売担当)	お客様の様子	・前月に続き、下取り依頼は増えているが、購入客は少ない。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・来客数が前年を大きく割り込んでいるが、前年にテレビ番組で紹介されて大きく伸びた反動であり、大きな問題はない。
		その他飲食 〔コーヒーショップ〕(店長)	来客数の動き	・気温もほぼ昨年並みであり、台風の影響を除けば、ここ数か月は来客数に大きな変化はみられない。一方、今月は客単価の引上げをねらって高額商品を投入したが、客の反応は今一つとなっている。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・例年は今月から観光シーズンとなり、活況を呈するが、今年は全く盛り上がりがみられない。
		観光型旅館(経営者)	単価の動き	・客は価格に対して非常に敏感であり、高額なプランは売れにくい。
		観光型旅館(経営者)	お客様の様子	・前月の台風による風評被害もあり、今月前半は利用者数が伸びなかったが、連休以降は天候にも恵まれて前年並みとなっている。一方、日帰りの入浴客が予想したほど伸びていない。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・人が動いている実感はあるが、力強さはない。ここ数か月は、食堂の来客数や会議、宴会の予約が前年を上回っているが、宿泊は安定感がない。特に、首都圏からの観光客の動きが弱く、料金を下げて集客を行っている状況である。
		都市型ホテル (総務担当)	販売量の動き	・客室稼働率に変動はなく、レストランの来客数にも大きな動きはない。ただし、依然として販売単価は低迷している。
		都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・宿泊、宴会部門は低調であるが、レストランはやや持ち直した感がある。法人需要の低迷は続いているが、個人の需要は法人ほど落ち込みが大きい。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・国内旅行は前年割れが続いているが、円高効果で海外旅行の受付は前年比で120%を超えており、全体ではほぼ前年並みの水準となっている。
		パチンコ店(店員)	来客数の動き	・来客数は安定しているが、増加はみられない。
		競艇場(職員)	来客数の動き	・来客数の動きに変化はみられない。
		その他サービス 〔ビデオ・CDレンタル〕(エリア担当)	販売量の動き	・本やDVDの販売、レンタルのすべてで前年割れとなっており、特に関西は全国平均よりも少し悪い状況である。
		住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・住宅ローンの審査が更に厳しくなっているという話もあり、新築戸建の売れ残りが目立っている。客の購入意欲は衰えていないが、購入できる環境になっていない。
		住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・住宅エコポイントや、フラット35Sの金利引下げ幅拡大期間の一部延長などもあるが、購入客の動きは遅く、決定までに時間が掛かっている。
		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場者数は前年比で約1割減少したが、天候要因もあり、景気の影響とは言い切れない。また、来場者アンケートの内容に大きな変化はない。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・今春の百貨店による増床ラッシュの影響が始まっており、売上が前年を超える店がほとんどない。
		一般小売店〔事務用品〕 (経営者)	販売量の動き	・年末年始のギフト関係の商談が今一つ盛り上がっていない。企業の予算も縮小気味で、省エネ関連の動きも夏ほどではない。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	来客数の動き	・商店街全体の売上も微減の動きが続いている。市や商工会議所による大きな企画があれば、客の動きも確実に増えるが、効果が持続しない。
		一般小売店〔珈琲〕 (経営者)	それ以外	・原料の海外相場が高止まりしており、値上げで対応できるレベルを超えているため、利益が出なくなっている。

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〔精肉〕（管理担当）	単価の動き	・ここ数年は来客数の減少ばかりが気になっているが、この数か月は客単価の下落が顕著となっている。価格訴求型の販売が主流になっているが、肉の専門店として約60年間営業しており、今さらこの時流にも乗るわけにもいかず、試行錯誤している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数が前年を下回るなど、厳しい状況となっている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・節電関連の売上増をねらった冬物商戦の動きが悪い。気候の影響もあるが、客が衣料品を購入する場所が小型店から大型店に変わってきた感がある。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・今月に入っても好転する兆しがない。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・気温が高めで推移しており、秋物商材の動きが悪いほか、今まで好調であった物産展の売上も大きく落ちている。
		百貨店（婦人服）	来客数の動き	・円高、株安の影響が徐々に始まっており、特選品や宝飾品といった高額品の売行きが鈍っている。また、天候の影響でファッション商材の動きも軟調となるなど、売上全体が苦戦している。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・お歳暮の早期受注や、和・洋菓子、紳士服、紳士洋品の動きは好調であるが、店全体では好不調の偏りが目立つ。来客数も減少しており、売上の前年実績の確保は難しい状況である。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・前月の売上が2度の台風で悪化した分、今月は伸びることが予想されたが、9～10月の累計では前年を約4%割り込んでいる。3か月前の7月は0.7%減であったことを考えると、若干悪化している。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・資源価格の上昇によるコスト増に対応し、食料品や紙製品などのメーカーは値上げを実施したが、消費者に受け入れられていない。スーパー各社はこれまでの価格か、更に安い価格で販売し、消費の喚起をねらっているが、販売点数が伸びていない。8、9月は天候要因による悪化であったが、今月は先行き不透明感が消費を鈍らせている。
		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よるテレビの落ち込みは予想以上に大きいなど、明るい材料が見当たらない。さらに、復興増税といった消費マインドを悪化させる話題が多くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・気温が下がらず、衣料品や住居関連、寝具・寝装品の季節商材を中心に、販売点数が伸び悩んでいる。特に、衣料品、住居関連が前年比87%と低迷しているほか、エコポイント制度の終了でテレビの売上も前年比25%と、不調に追い打ちをかけている。
		スーパー（管理担当）	来客数の動き	・ここ数週間は週末の天気が崩れることが多く、それに伴い来客数も前年に比べて減っている。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・消費者の節約意識は更に強まっており、不要な物は安くても買わない傾向は一段と激しくなっている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月は弁当やパンの売行きに波があり、売上がやや減少している。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客の買い控えが進んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・年末が近づいてきたが、客が冬のボーナスに期待しておらず、購入の計画もないなど、夏よりも体感景気は悪くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、台風による被害やタイの洪水、天候不順など、悪いことづくめとなっている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数は今までの積み残しもあり、一定量は確保できているが、新規受注が伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・サプライチェーンの復旧に伴う受注の集中が落ち着き、今月の受注は前年比で78%となっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ディナー客の減少が激しいほか、天候不順の影響もあり、夜に出歩いている人も少ない。
		一般レストラン（店員）	お客様の様子	・ランチタイムのサラリーマンによる来客が少ない。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・前月に大型の台風が近畿を直撃したことで、秋の行楽シーズンを楽しむ状況ではなくなっている。買い控えの雰囲気広がるなど、財布のひもも固い。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・円高による海外旅行の増加がみられず、安近短の傾向が強まっている。



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	
		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・円高で海外旅行の需要が伸びるはずが、トルコの地震やタイの洪水などで客が不安を感じ、せっかくの申込もキャンセルになっている。	
		タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業では人の動きが閑散としており、特に大手家電メーカーでは顕著となっている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響が落ち着いてきた一方、タイの洪水による影響が居酒屋の仕入れなどにも出ている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・駅やホテル周辺での待ち時間が、以前と比べてかなり長くなっている。特に、昼間の時間帯は動きがかなり悪くなっている。	
		タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・街のにぎわいが非常に少なく、タクシーに乗る客も少ない。繁華街ではスーツ姿のビジネスマンが減少し、若者が目立つなど、企業、個人共に節約ムードが強まっている。	
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ゲームセンターの売上が落ちている。	
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・客には買い控えの動きなどがみられる。	
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・天候要因もあるが、円高によって海外からの団体客の回復が遅れ始めている。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・モデルルームへの集客増をねらって広告量を増やしても、反響がなくなってきている。	
		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	・全体的に取引件数は減少傾向にある。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・欧州の信用不安を発端とした円高が続く、企業業績の下振れリスクが徐々に高まっているほか、タイの洪水やトルコ地震による、客の動きへの悪影響も出始めている。	
		悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・はっきりとした季節感がないため、秋物商戦が盛り上がりせず、商店街の人通りも少ない。
			家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行後、テレビの販売量が減少しているほか、白物家電の販売量も悪化するなど、家電全体への出費が抑えられている。
			家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・節電意識の高まりで、社会全体に消費を抑制する動きが感じられる。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き		・台風の影響で、宿泊客数、売上共に前年比で30%減となっている。当地に大きな被害はなかったが、周辺に被害があったことで、風評被害につながっている。		
通信会社（社員）	販売量の動き		・地上デジタル放送への移行完了後、8、9月と時間が経過するたびに、ケーブルテレビサービスへの申込数が悪化している。		
美容室（店長）	販売量の動き		・来客数はまずまずであったが、販売量が非常に少なく、売上は17年間で最悪となっている。		
企業動向関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—	
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車用部品の受注が好調であるほか、原子力発電所のストレステストに対応した製品が特需的に売れている。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・電気料金の値上げに備えて、消費者の節電意識は依然として強く、節電機能を搭載した家電や、石油ストーブ、LEDの住宅用シーリングライトなどの販売に勢いを感じる。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が少し増えている。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	取引先の様子	・一部の小売店では国産品の取扱が増えており、メーカーの生産量の増加につながっている。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京方面からの受注が堅調であるほか、問い合わせが増えている。	
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビコマーシャルやインターネット広告を中心に、需要の回復が進みつつある。	
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・年賀状の印刷注文の状況は上々であるほか、来客数も増加傾向にある。必然的に売上も伸びているなど、今月は良い流れが維持できている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・雑貨や衣料品関連の店舗は、相変わらず売上の低迷が続いているが、今夏の節電要請が終了し、秋らしい気候になったこともあり、スイーツ関連の店舗を中心に売上が伸びている。
	変わらない	食料品製造業(経理担当)	受注価格や販売価格の動き	・輸出関係の取引先から、円高に伴う価格の見直しを厳しく求められている。
		食料品製造業(営業担当)	取引先の様子	・今月の中旬ごろから、気温の低下に伴って飲料水の受注が減っているほか、取引先の業態による受注量の好不調の差が激しい。
		繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・タオルの産地として最需要期を迎えているが、原材料の綿糸価格が下降気味であるため、流通各社からの注文は控え気味であるほか、値下げ要請もみられる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると、受注量や販売量の動きに変化はない。
		化学工業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・価格が高止まりしている原材料がある一方、急落している物もあり、収支が判断しにくい。末端の市場価格もなかなか上がらない状況が続いている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・相見積りや再見積りの依頼が増えているだけで、受注量には変化がみられない。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連を中心に、荷動きは活発である。
		金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・8、9月に増えた車両関係の出荷が、平常に戻りつつある。
		金属製品製造業(管理担当)	それ以外	・中間決算では、棚卸資産が予想以上に少なかったが、ほかの事業部が好調であったため、全体では黒字になっている。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社は原子力発電関連の製品が多く、最近ではそれらの技術を石油関連に活用する動きが活発化している。ただし、実際の受注に至るまでには時間が掛かるため、業況はここ数か月と大きく変わらない。
		一般機械器具製造業(設計担当)	取引先の様子	・取引先の受注量は、年末に向けて不透明な部分はあるが、ここ数か月は安定している。
		電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・最近の円高で製造業に大きな影響が出ているほか、自動車関連ではタイヤの洪水による影響も大きい。一方、家電関連では生産の減少を計画している企業もみられる。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・市場は金融情勢の変化による影響を受けているが、受注量や販売量に変化はない。
		建設業(経営者)	競争相手の様子	・民間関係の工事では相変わらず価格競争が厳しいほか、公共工事の全体的な発注量も減少している。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・新築、リフォーム共に、1件当たりの受注単価は下がり続けている。
		輸送業(営業所長)	取引先の様子	・通関関係の取引先の話では、円高であるが輸入貨物の取扱は増えていない。
		金融業(営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災以降、取引先の業況は回復しておらず、業績の悪化も目立つ。特に、中小企業でその傾向が顕著となっている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上は前年を上回っているが、週によってかなり波があるなど、回復している感はない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・円高の進行やT P P参加への議論、東日本大震災の復興など、先行きは依然として不透明であるが、徐々に落ち着きも出てきている。取引先の中小企業は、設備投資の必要に迫られて、製品開発用の設備投資や新店舗の開設などに踏み切り始めている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・関西地区の顧客企業の業況が悪化するなど、厳しい状況が続いている。
	その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	競争相手の様子	・前向きな受注が全くみられず、見積り依頼などもない。	
	やや悪くなっている	繊維工業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・製造と販売のバランスが合わず、在庫が増えている。売り急げば価格競争につながって利益が落ち込むほか、加工コストの上昇もうまく吸収できていない。生産調整にも限度があり、職人の高齢化で廃業につながりかねない状況である。販売単価の値下げが最も困難で、既に10%ダウンしている。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・買い控えている客が多いのか、前年よりも配達件数、売上共に10%ほど落ち込んでいる。

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
		新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・経済的な理由から購読数が減少している。他紙に変更するのではなく、新聞を読まなくなる傾向が強まっている。
		広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・秋物商材が本格的に立ち上がったが、気温があまり下がっていないため、動きは芳しくない。また、大阪の中心部は新たにオープンした施設の一人勝ちであり、ほかのショッピングセンターは動きが低調である。
	悪くなっている	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・急激に売上が悪化しているが、価格を下げることは考えていない。通常の売り方では物が売れず、業界全体が不調だと聞いている。東日本大震災の後、西日本は比較的良かったが、物の動きが悪化している。
		不動産業(営業担当)	取引先の様子	・円高の影響で、貸事務所のテナントが当地域から撤退している。
		その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	それ以外	・円高の影響で輸出関連の動きが悪い。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌製作会社(企画担当)	求人数の動き	・求人数が前年比で30%以上伸びている。
	やや良くなっている	人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	・函面を扱うような職種の派遣需要が多いほか、IT関係の需要も増えている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数が増えており、特に製造業の増加が目立っている。
		民間職業紹介機関(支社長)	求人数の動き	・東日本大震災以降は求人数の増加が続いており、売上も前年比で15%増えている。
		学校〔大学〕(就職担当)	求人数の動き	・今月に入っても追加求人を行う企業がみられるほか、東日本大震災の影響で採用活動を止めていた企業が、秋から開始している。
	変わらない	人材派遣会社(支店長)	採用者数の動き	・派遣依頼は増えてきているが、競合相手も多く、決定するまでには至らない。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	それ以外	・まだまだ回復している手ごたえがない。飲食街や新幹線などの混雑ぶりをみると、好景気の雰囲気をもっと広がってもおかしくないが、実際の売上にはつながっていない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数はすべての主要産業で前年を上回っているほか、新規求人倍率は1.11倍と前月を0.07ポイント上回っている。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・円高による収益への影響について、現時点で雇用情勢に大きな影響はみられない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は若干増加しているが、増員のための求人はほとんどなく、補充を目的とした動きが大半である。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・公共工事のほか、建設資材も東北にシフトしている影響で、建設業を中心とした近畿圏の日雇求人数は前年比で1~2割減が続いている。ただし、日雇労働者数そのものが減っているため、求人倍率はむしろ高まっている。
		学校〔大学〕(就職担当)	採用者数の動き	・留学生の採用が増加するなど、企業の海外進出が増えている影響がみられる。
	やや悪くなっている	人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・求人数全体は頭打ち状態で推移してきたが、ここへきて微減となっている。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求人数は横ばいであるが、宿泊や建設、サービス業では大幅な増加となっている。その一方、管内の企業をみると、親会社の破たんによる駅前商業ビルの売却や、電機メーカーの子会社による工場の廃止、ゴルフ場の民事再生、精密機械メーカーの下請契約の打ち切りといった動きがみられる。
	悪くなっている	—	—	—

## 8. 中国(地域別調査機関:(社)中国地方総合研究センター)

(-: 回答が存在しない、○: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	観光型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・トップシーズンの流れもあるが、ここ数年のなかで予約数が多くなっている。
	やや良くなっている	商店街(代表者)	単価の動き	・東日本大震災以降の客の購買意欲が好転している。
		一般小売店〔紙類〕(経営者)	来客数の動き	・今月は地元客の生活関連の買物が活発で、景気がやや良くなっている。

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
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・昨年10月に実施した集客催事を本年は行わなかったが、前年実績をクリアしている。秋物商品の動きも上向いており、来客数、販売点数とも前年をクリアしている。
		コンビニ（地域ブロック長）	販売量の動き	・自動車関連工場近隣店舗では内食系商品の販売が好調で、復興需要が続けば期待が持てる。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・昨年10月はエコカー補助金終了の反動で大変苦戦したが、今年の販売量は前年比130%と好調に推移している。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来店客に中古車市場から新車市場への動きが現れている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・冬タイヤ関連商品の需要が高まり、夏場の閑散期に比べ売上、粗利とも好調に推移している。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比90%程度だが、購買単価が上昇してきている。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	来客数の動き	・3か月前に比べ週末の来客数が若干増加しているが、平日は昨年とあまり変わらない状況となっている。8～9月の3連休は隣県で国体もあり来客数は昨年を上回っている。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宴会部門は引き続き低調であるが、宿泊・料飲部門の復調が感じられる。特に夏以降は、外国人も含め宿泊客数が回復基調にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・長期連泊とビジネスマンの出張のための宿泊客が増加している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・国内観光客が西日本にシフトしている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街を通行する人の数に変化がない。
		商店街（理事）	来客数の動き	・生活不安や政治不信などの悪い要素が多く、心理的な影響により客の行動は抑え気味となっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・イベントには多くの人出があるが、店の中には全く入らず、安価な物しか眼中にないような買物行動がみられる。また、例年よりこの傾向が顕著である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・まとめ買いをする客が減少しており、必要なものを必要なだけしか買わないので、客単価が伸び悩んでいる。
		商店街（代表者）	それ以外	・土日を中心に商店街への来街者は増加しており、ここ4か月は前年度に比べ売上額が好調な月が続く状況に変化がない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・イベントでは人出が増加するが、依然として財布のひもは固く必要な物しか買わない状態が続いている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・底打ち感はあるものの、依然として東日本大震災前の状況に戻っていない。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・前半はまずまずの売上で推移したが、中旬から衣料品を中心にやや低迷している。後半は前年ほど気温が下がらず、ロングブーツなどの季節商材の動きが今一歩である。また、低価格志向は落ち着いた感があるものの、売上は一進一退の状況が続いている。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・今月前半は厳しい状況だったが、後半に北海道物産展、ギフトの早期受注、おせちなどの食に関する催しで多数の集客があり、売上は前年予算ベースで推移している。また、衣料品は中旬から寒くなったためコートに動きが出てきており、紳士服・婦人服ともに順調に推移している。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月は固定客対象売場のみならず、流動客対象売場の売上も順調であり販売量が微増しているが、全体の状況は大きく変わっていない。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・大型の美術品は売れているが、コンスタントに販売することは難しい状況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べ客単価は変わっていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比96%、販売点数も96%と3か月前とほぼ同水準で推移している。ただし、客単価は102%と3か月前と比べ若干上向いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・通常の買物動向が非常に鈍くなっている。特に給料日前と年金支給日前にはかなりの買い控えがあり、前年売上を大幅に下回っているが、給料日明けと年金支給後には買上点数に若干の伸びがあり、一般食品値上げの影響もあって、若干持ち直している。

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	・1日平均の来客数は横ばい状態である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・依然として横ばい傾向が続いており、変化はみられない。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・近隣店舗では来客数が少なく厳しい状況である。特に家電店舗や家電商品を取り扱っている総合スーパーでは家電エコポイント制度終了特需の反動が大きくなっている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客は欲しい物によって店選びをし、競合店との価格差に敏感になっている。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・野菜の価格高騰もあり一時的に売上が回復したものの、販売数量が3～5%減少している。
		スーパー（管理担当）	来客数の動き	・前月まで前年を下回っていた来客数が、現在100%まで回復してきているが、店舗によってばらつきがあり判断が難しい。
		コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・前年に比べ来客数は横ばい状態である。
		衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・小売店が店を閉めるという情報が京都の間屋から複数あった。経営が悪くなる前に閉店するところもあり、この先に希望を持たないところもある。その一方で良い品物を探している客の来店もある。
		乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・客のニーズは変わっておらず、人気車種のハイブリッド、ミニバンは好調だが、全体的には変わらない。
		乗用車販売店（副店長）	お客様の様子	・古い年式の車を持つ客に買換えを提案しても、従来なら買替えてくれていたが、車検を受け乗り続けるケースが増えており、新車の売上が伸び悩んでいる。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・依然として消費動向は厳しい状況である。イベントを行うと盛況だが、購入となると急に厳しくなる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・前年同期と比較すると引き続き販売量が増加している。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	販売量の動き	・来客数、販売量ともに横ばい傾向であり、客単価も以前と変わらず推移している。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・当月は観光客の動きも良く、大会に伴う宿泊も増加している。婚礼や宴会への来客数も例年と変わらない状況で、東日本大震災の影響は全くなくなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・この3か月は繁華街での夜の乗車率が落ち込んでいる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は国体が行われ県外の客は増加したが、既存の客は変わりがない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・販売量、来客数とも大きな変化はなく、明るい上向きの要素もない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・2～3か月前と同様に販売量が計画通りに推移していない。
		通信会社（広報担当）	お客様の様子	・他社が、話題性のあるスマートフォンの発売で攻勢をかけてきているため、販売に若干の影響が出ている。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・個人、団体の客の推移に変化がみられない。
		テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・団体の観光客は若干増加してきているが、個人客の伸びが悪く全体的には頭打ちの感がある。
		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・事前予約より直前予約の方が多く、予定が立てにくくなっているが、結果的にはあまり変わらない。また単価の低下傾向がみられる。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・入場者数が横ばいである。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・来客数、単価ともに減少している。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	お客様の様子	・当施設利用者の生活の様子からは、ここ最近変化がみられない。また、経済的に生活状況が変わりそうな利用者も見当たらない。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災後停滞していた仕事で、同業他社で動き始めており忙しいようだが、年末から年明けには受注が減少する見込みである。また、忙しい業者もあれば逆に倒産する業者も出ており全体的には低調となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・最近、建築では建材の品切れ状況もなくなってきて、東北以外の一般地域への受注も持ち直すと期待していたが、以前と比べてあまり変化がみられない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来客数はあまり落ち込みもなく通常のとおりである。
		住宅販売会社（販売担当）	販売量の動き	・先月と今月では、受注量はほぼ横ばいとなっている。住宅購入見込み客の中には、資金計画の不安を理由に、購入検討を断念するケースもあり、投資に積極的という状況は感じられない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・秋祭りの酒関係の動きは順調だったが、毎週近隣各地区で秋の収穫祭などのイベントが開かれ、野菜果物やB級グルメ等の販売が行われるとともに、集客力のある各生産者直売所の影響で、全般を通しては来店客数及び飲食店の売上が減少し、実績が伸び悩んでいる。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・イベント、催しを開催している日と平日との来客数の格差が大きくなっている。食料品の催しを行っても以前のように上層階から下層階に客がスムーズに足を運ぶシャワー効果はなく、目的買いのみで他の売場に立ち寄る人は少なくなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・先月の売上は前年同月とほぼ同水準だったが、中旬ごろから来客数が大幅に減少し90%程度となっている。これは近隣の大手スーパーの増床リニューアルの影響で、客が流出したためであり、少なくとも今後2～3か月はこの状態が続く。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・例年より高い気温の推移がファッション品の販売にはマイナス要因となっている。紳士服はウオームビズが追い風となり、ベスト、カーディガン等の羽織物が好調に推移し前年実績を上回ってきているが、主力の婦人服は年代層の高いゾーンでの節約志向の高まりも加わり低迷が継続している。
		スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・競合店が吸収合併され、通常の価格を更に下げるなどの対応がされている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災復興需要が一段落し落ち着いてきている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・商品の質は向上しているにもかかわらず販売数が伸び悩んでいる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・客は必要な物しか買いに来ず、目玉商品は売れるがそれ以外の商品の売行きは厳しい。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・買い回り客が減少し、必要に迫られた客のみ来店しており、来客数が減少している。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・宝飾品が売れなくなっている。消費者の嗜好が変わったのか、景気の影響かは判断が難しい。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	来客数の動き	・秋本番となり多くの観光地でイベントが始まっているが、来客数が少なくにぎわいも不十分で、非常に厳しい状態となっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・予約以外の客と週末の家族連れ客が大幅に減少している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・最近の傾向としてセールス等の効果が上がらなくなっている。客の外食意欲は大いにあるものの、抑制意識が強く、特に10%程度の割引セールスでは効果が薄れている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・4～6月は東日本大震災の影響が大きく、その後は回復傾向にあったが、夏過ぎから販売に陰りが見受けられ旅行シーズンにもかかわらず販売が減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜のタクシー利用が非常に少なくなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・客の利用が減少している。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・今月の来客数は前年を上回ったものの、動員を期待した上旬の来客数が伸びなかった。天候の影響以外では行楽への支出を節約する傾向がみられる。また、依然として売店、レストランの客単価も低下している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数、来店頻度ともに減少している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客が財布のひもを固く締めており、金が回らない状況であるため、ますます閉塞感が増大してきている。
		住宅販売会社（経理担当）	お客様の様子	・景気の冷え込みから客のコスト意識が一段と厳しくなっており、販売イベントでの客の反応も悪く、来場者数も例年より少なくなっている。

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
	悪く なっている	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・8月中旬から販売量、客単価とも前年を下回り、悪化傾向にある。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・当店が入居する商業施設の閉鎖が決定しており、現在客は閉館セール待ちの状況で購買意欲が感じられない。
		スーパー（財務担当）	競争相手の様子	・東日本大震災後、特売の減少により1点単価が上昇していたが、震災の影響がほとんどなくなり商品供給が安定してきたため、他社との価格競争が起こり1点単価が下落してきている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・3か月前に比べ来客数も減少しているが、客単価が12～13円程度低下している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり販売量が減少している。さらに、洋菓子など好品の単価の低下も著しい。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・これまでカラーテレビが当店の販売構成比率で大きく貢献していたが、全く動きがなくなっている。それに替わる商品として太陽光に力を入れているが、即応できず苦戦している状況である。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・2～3か月前の夏商戦で季節商材が動いたときより来客数が減少し、それに伴って売上額も減少しており、状況は悪化傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客単価が以前より低下している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・10月は夏商戦と冬商戦の端境期であることに加え、冬モデル新商品の発売を控え客が買い控え状況にある。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・住宅エコポイント制度が7月に終了し、金利が1%引き下げとなるフラット35Sの申込が9月末で終了したため、これに合わせて引き合いが減少している。
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—
		農林水産業（従業者）	それ以外	・3か月前と比較すると、水揚げ数量は1,000トンの増加、水揚げ金額は3億7,200万円の増加である。前年比は水揚げ数量で362トンの減少となる85.9%、水揚げ金額は1億3,900万円の減少となる82.1%である。
		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	・鉄鋼向け補修工事の大口案件があり、生産量が増加している。各地の焼却炉向けも、小口ではあるが多数の案件の注文があり、生産水準が向上している。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・客の平均単価が上向いている。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・小売関連は相変わらず低迷状態が続いているが、製造業や建設業では少しずつ動きがみられる。また、建設業ではマンション建設の受注が徐々に出てきている。
変わらない		繊維工業（統括担当）	取引先の様子	・景気の変化はみられない。
		化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・輸出品の上期利益が円高の影響で前年同期と比べて減少している。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量ともに特段の変化はみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は多くフル操業で対応している。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・売上は、国内向けでは市場の冷え込みが続き厳しい状況であり、海外向けは順調に注文が入るが、円高の影響で採算が取れない状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・異常な円高が続く先行きが不透明である。設備投資もちゅうちょすることが多く、リーマンショック時と同じ轍は踏まないようにしようと一層慎重になっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品関係では生産台数、受注量とも前々月と同じ水準で推移している。
		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	・受注量もある程度落ち着いており、景況感に変わりはないが、円高による悪影響をグループ企業全体が被っており、収益面では非常に厳しくなっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設関連、不動産ともに悪いまま推移しており、改善の兆しが全くみえない。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き小口工事の受注が多く、技術職の稼働は目一杯の状態が続いているが、完成工事高が伴わない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・年末商戦を見据えた営業活動を行っても見込み客が伸び悩んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・新興国を中心にした好調な販売で生産水準は回復しているが、円高による輸出採算の悪化からコストダウンの要請が一段と厳しくなっている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・当地では国体開催もあり、10月初旬は人の流れが活発となり、サービス業関連で売上が伸びていたが、国体閉幕後は元に戻っている。また、サービス業以外の業種は、相変わらず売上の低迷が続き、費用削減のなか厳しい会社経営を行っている。全体的には3か月前と同水準の景気状況となっている。
	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	・包材関係の遅れで欠品状態が続いており、売上に悪影響を与えている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の変化が見受けられない。通常秋冬商材の受注量が伸びていく時期だが今年は伸び悩んでいる。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・デフレーションが継続している。
		鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・弊社の販売価格が低下しており、値下げしないと販売数量が集まりにくい状況となっている。受注量も減少傾向である。また、海外向けは円高の影響を受けるとともに、国内向けは各ユーザーの活動水準、販売状況低迷の影響を受けている。
		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	・商品が多品種小ロットの傾向が更に強まってきたため、材料や部品の調達に思うに任せない状況となっており、値上げの問題や加工先選定が非常に難しい状況となっている。
		輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・利益を出していたところが、円高の影響により利益が出なくなっている。
		通信業（営業企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・一般的に短期間での商談が増えつつあり、いずれも現状のランニングコストより安くなるコスト重視の商談となっている。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数はともに落ち込んでいる。
悪くなっている	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量がここへきて減少してきている。	
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・中堅企業や中小企業を中心に、増員や欠員補充に伴う採用広告の要望が高まっている。取り分け建築・住宅関連が東北・関東での復興需要の影響で目立っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・当地域には車輛メーカーの基幹工場があり、自動車関連の新規求人が前年9月に比べ27.6%増と3か月連続でプラスになっている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・9月の新規求人数は、前年同月比4.4%減少し、前月比7.4%減少している。一方、新規求職者数は前年同月比11.9%減少し、前月比3.1%減少している。新規求職者数は前年同月比で10%前後の減少を続けており、この傾向は今後も変わらない。相談窓口でも前年同期に比較して、明らかに来所者が少なくなっている。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・正社員求人数と人材派遣求人数の変動があまりなく、一定数の求人が常時入っている。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	周辺企業の様子	・2013年卒の新卒採用について、各社採用継続意向の回答が早く積極的である。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・中途、新卒ともに求人が増えてきている状況にはない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・新規事業のための人材採用が増加傾向にあるものの、依然情勢は厳しい。活路を見出すために投資をして、余力のあるうちに何とか次なる事業の柱を育てたい思いが強く、業容拡大のための増員とは明らかに趣を異にしている。
		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	・建設業では台風被害による道路等の修復に伴う作業員の求人や、製造業では好調な国内向け携帯電話関係の求人の増加が目立った一方、運輸業ではタクシー運転手の求人を中心に大幅に減少しており、トータルでは前年比でわずかながら増加している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・自動車関連を中心に、製造業での作業派遣の依頼数が停滞している。タイの洪水の影響で、求人が取消しとなった企業も見受けられる。



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
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・10月に国体が開かれたこともあって、国体需要に伴う部門でややにぎわいだ側面もあったが、北九州と下関を結ぶフェリーが11月末で運行停止するなど、依然厳しい状況があるため雇用状況に変わりはない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・小売業は販売員の求人意欲が高く、医療業では看護師不足による求人意欲が高くなっており、両者とも慢性的な人手不足から、継続的に求人意欲が高まっている。その一方で、円高傾向が続き一般機械製造業や電気機械製造業では求人意欲が低下している。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・求人数が減少している。
	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 やや良く なっている	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発売効果はかなりある。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・記念行事セールを実施したこともあり、10月は販売量が増えた。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・前年同月に比べ、来客数及び売上高共に上回った。紳士、婦人共に秋物ファッション商品、また宝飾や美術品等も好調であった。食品についても催事が好評で売上を伸ばした。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・10月は寒暖の差があり、寒い日には高額な冬物系の商品がよく売れたため、販売単価が上昇した。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・10月は例年に比べて気温が低かったため、秋物商品の需要が高まり、来客数増加に繋がった。買上客数は前年比5%以上増加し、売上も好調に推移している。また、東日本大震災以降低迷していた旅行用の服の購入も増えており、購買意欲に変化がみられる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量は良いとまでは言えないものの、自動車生産はほぼ回復しており、10月の納車は順調であった。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型エコカーの発売もあり、販売台数は増加している。エコカー購入補助金終了の影響があった前年を大きく上回っている。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災による旅行需要の落ち込みが回復してきており、販売高は前年水準に戻ってきた。また、円高の影響から、海外旅行需要も前年を上回っている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・気温の低下に伴い、秋物商品や冬物の先取り等、正規の季節商材がまずまず売れている。また、週末にはファミリー層の来街客も増加しており、底打ち感がある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・全般的に停滞気味である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・来街客数が、平日、週末共に伸び悩んでいる。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・店頭売りが少ない。また、取引先の飲食店の来客数が減少しているため、納品も少ない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・高騰していた野菜価格が安定してきたため、販売量は増加したが、単価は下落し、売上増加には繋がっていない。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・地場で当社最大の競合先が国内最大手企業に経営統合された。直後の混乱下で、当社は若干の好影響を受けているが、長続きはしないだろう。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・10月は地方祭などの催事があり、天気も良かったことから客数は確保できた。東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害による商品への敬遠は少なからずあり、品ぞろえに神経を使っている。
		スーパー（人）	販売量の動き	・今のところは、ほぼ前年並みで推移しているが、気温の冷え込みが弱く、商品の動きは弱い。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・売上の大きな変動はみられない。
スーパー（企画・営業担当）	販売量の動き	・いずれの商材もほぼ見込み通りではあるが、セールや販売促進等への反応がより強まる傾向があり、通常時との差が大きくなってきている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・デザートなど高単価商品の売上が順調である。女性の来店が増加している。遠くまで買物に行けない年配客が、重いもの、大きくてかさばる商品を購入するケースが目立つ。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・3か月前と同様、来店客数は前年割れている。
		乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・エコカー購入補助金制度終了の影響で受注が激減した前年と比較すると良い。それを除外すると、未だ東日本大震災や台風災害などの影響が続いている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊客数は、ここ3か月続けて前年比で増加しているが、消費は控え目であり、客単価は上昇していない。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・販売単価の下落基調は変わらない。しかし、来客数は若干ながら増加してきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・売上、客単価共に減少しており、3か月前と比べて変化はない。全国大会が地元で開催され、多くの人が訪れてもホテルに帰るのみで、人の動きが悪い。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額な商品の引き合い件数について、これまでは堅調であったが、ここにきて徐々に減少してきている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフシーズン到来で期待したが、来場者数は前年より減少した。客単価も下落しつつあり、景気の悪さが影響している。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客単価は前年をわずかに下回ったものの、来客数が増加したことから、かろうじて売上は増加した。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・内需は、高齢化による市場の縮小や、エコポイントなど景気刺激策の終了で拡大が望めない。生産拠点の海外移転による雇用の影響も心配である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・飲食街などの開店が少なかった一方で、閉店する店舗がみられるなど、前向きな商品の動きが少なかった。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	お客様の様子	・12月の繁忙期前の消費控えがみられる。また、消費志向の多様化も影響している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客の反応が極端に悪く、新しい展開をしないと売上に大きく影響する状況である。また、食品の放射能汚染問題は終息しかけていないはずであるが、依然として精肉関係が低迷しており、不安を感じる。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比で2割低下した。地上デジタル放送移行によるテレビ需要で活況だった3か月前に比べ、全般的に低くなっている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・販売数の減少以上に、単価の下落が目立ってきている。従来はミドルクラス商品を購入する客層が、最低クラスの商品を選択している。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・10月では、テレビは買換えが済んでいなかった小型商品に限定され、9月以上に落ち込んだ。冷蔵庫は急激に落ち込んでいる。洗濯機は多少買換え需要があるものの、前年並みまでとはいかない。
		その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	来客数の動き	・全般に売上が低下している。特に焼肉業態は前年比80%となった。この状態が続くと閉店止む無しの店舗もある。不景気、食中毒、食品の放射能汚染問題の三重苦で回復の見込みがない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・10月は、端末の新型モデルが発表された直後であることから、買い控えが生じている。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・10月の売上は、前月比で微減、3か月前比で4%増加した。前年比では287%増加したが、これは前年が施設改善工事で9日間の営業日数しかなかったことによる。1日当たりの売上では、前月比で4%減少、3か月前比で3%減少、前年比で24%増加し、全体的にはやや落ち込んでいる。
悪くなっている	設計事務所（職員）	販売量の動き	・公共事業量が年々減少しており、業界全体で受注量、販売量共に減少している。地方の土木設計業は極めて厳しい状態に置かれており、補正予算も期待できず経費節減に努めている。	
	一般小売店〔乾物〕（店員）	販売量の動き	・特に食料品など、東日本大震災による復興需要が落ち着いてきており、売上は非常に落ち込んでいる。	
悪くなっている	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭、外商売上共に、前年を大きく割り込んでいる。	
	企業動向	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
関連	やや良くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・秋の需要に向け、少し引き合いが増加してきている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響による部品調達難から生産、販売が遅れていたが、7月以降の増産により取り戻しつつある。
	変わらない	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・発注は順調に推移しており、特に不況感はない。商況が悪化している小売店もあるが、全体的には悪くない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が全然伸びない。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・老人ホームや保育園など福祉関連の工事の成約が相次ぎ、手持ち工事は確保できているものの、安値受注であり、収益面では相変わらず厳しい。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕事の受注量としては例年並みであるが、売上額はこれに伴っていない。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・大手家具販売店の新規オープン等があり、10月は比較的受注が多かった。しかし、地元の既存取引先は依然として販売促進費を削減し続けている。
		公認会計士	取引先の様子	・10月の取引先の決算内容や試算表によると、業績が前年並み水準となる企業が増加傾向にあり、全体の70%を占めている。
	やや悪くなっている	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注先が円高の影響を受け、当社への受注量は減少傾向にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー特別措置法案が可決されたものの、来年7月の施行に向けての具体的な方向性が明確になっていないことにより、産業用太陽光発電関連の受注が止まっている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・世界経済の減速、特に欧州市場での販売の落ち込みの影響を受け、輸出関係の受注数量が減少している。
		輸送業（営業）	取引先の様子	・業種を問わず、生き残りをかけ、物流や調達面の効率化を前提としたM&Aを図る取引先が複数ある。こうした企業再編により、既存顧客からの受注済みの契約を失注する事態も起きている。景気低迷に加え、東日本大震災による流通網の混乱が、業界再編に拍車をかけている。
	悪くなっている	輸送業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・荷主からは、コストダウン要請や他業者への取引移行打診を頻繁に受けている。
	雇用関連	良くなっている	—	—
やや良くなっている		—	—	—
変わらない		人材派遣会社（営業）	雇用形態の様子	・年度下期に入り雇用機会が高まっているのか、派遣社員の引き合いが増加している。ただし、2～3か月の短期雇用が目立つ。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人数の増加はみられるが、求職者とのミスマッチも多く、全体的には変化がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・カーディーラーの広告出稿は通常に戻ってきているものの、金融やサービス関連業などは上向きの気配がない。全体的には低調に推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・医療・福祉やサービス業においては新規求人数が増加している一方、これまで求人数が多かった製造、小売業において新規求人減少しており、全体数では変化がない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・最近の大型店舗の進出による雇用特需はあるものの、長引く円高の影響が少しずつ出てきている。
やや悪くなっている		求人情報誌（営業）	求人数の動き	・ハローワーク求人一覧への掲載数が、ここ数年にないほど少ない。
		民間職業紹介機関（所長）	雇用形態の様子	・中途採用や派遣採用が減少しており、業界を取り巻く環境自体が厳しくなっている。
悪くなっている	—	—	—	

## 10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向	良くなっている	高級レストラン（社長）	来客数の動き	・当地ではイベントが開催されたため、観光客が多かった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連		旅行代理店（企画）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による旅行控えの状況から、ようやく回復してきた。円高の影響もあり、海外旅行については回復基調にある。伸びている訳ではないが、ようやく前年実績に届いた状況である。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・年末に近づくにつれてキャンペーンやセール等があり、消費意欲は向上する。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が微増しており、まとめ買いの客も目立つようになっている。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・当地には複数の大型商業施設が開業しており、集客が見込める。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・3か月前に比べるとやや良くなっている。地元球団の優勝セール等もあったため、その分が売上を押し上げた。前年には届かなかったものの、極めて前年に近い数字となった。高額時計や数物等の一部高額品が持ち直しており、消費の二極化が鮮明となっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3か月前の売上は前年比98.2%、現状は前年比108%で推移している。ただ来客数が前年並みで、懸念材料となっている。紳士服で前年比102%、婦人服が前年比107%、食品は前年比105%、家庭用品が前年比100%と伸びており、客単価も若干上がっている。1品単価は前年並みで、購買率も上がっている。全般的に悪い部門が見受けられない。近隣の同業他社をみると、前年に大きく伸びた施設でも予算通りに推移しており、また他の店舗も好調である。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災から半年が過ぎ、食品の放射能汚染問題の影響や過剰な消費抑制が少し薄まり、消費が回復傾向にある。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの車両生産が正常に戻り、一部の車種を除いて通常の在庫車数となった。新車受注も新型車、マイナーチェンジ車等で堅調に推移し、計画通りの実績となっている。中古車販売、サービス関連の売上も前年を上回っている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・今回エコ商品を販売したが、それが好評となっている。販売量は2、3か月前と比べるとかなり伸長し、前年と比べても100%以上の伸長となっている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・気候的にも寒くなり、客の自宅でのコーヒー消費量が増えている。売上がここ数週間で、徐々に上がっている。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	販売量の動き	・7、8月の売上はほぼ前年並みで推移してきたが、9月の売上は前年を下回っていた。そのため、10月の売上が心配であったが、わずかであるが前年を上回った。景気はやや良くなっている。
		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で多くの県外客が当地に足を向けている。ホテルや飲食店も客が増えている。しかし市内の買物客が減っており、県外からの旅行者が金を落としている状況である。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・周りの様子をみると、飲食店は客が増え、安定した売上を確保している。来客数も以前より増えている。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・当地は東日本から客が流れてきている。また九州新幹線全線開通で県外の客が著しく増えている。店の来客数も増えている。
		観光ホテル（総務担当）	来客数の動き	・10月は当地で大きなイベントが行われ、宿泊では客室の稼働率が90.2%と前年を2.4ポイントも上回る高稼働となった。客室単価も前年同月を1,255円上回った。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人のレジャー需要は、国内から近場の海外へシフトしている。ただし、タイへの旅行は洪水被害により、予約のキャンセルが日増しに増えている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災後の電力供給不足等もあり、多方面で緊縮を強いられていたが、その我慢も限界にきている様子で、消費者は少しずつ金を使い始めている。人の動きは少し良くなった。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来客数は前年比140%と大きく伸びている。ゴルフシーズンの到来もあり、特に県外客が増えている。九州新幹線の全線開通の効果が大きく、すごく良い状況となっている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・秋の天候となり客足は通常に戻っている。しかし、10月は地域の運動会等の行事が多いため、特に土曜日の客入りが良くない。価格競争も相変わらず厳しく、一度下がった料金は元に戻らない。

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
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・来場、資料請求が一時的に増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の収束の道筋がいまだみえず、放射能汚染問題の話題は尽きない。増税やタイの洪水被害の影響等、不安要因が多く、個人消費が盛り上がる気配がない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・9月の雨の影響で野菜等の単価が暴騰し、入荷も少なくなっている。客の様子をみても、かなり厳しい状況となっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・客の様子から9～10月にかけて大きな景気の動きは感じられない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・週末の度に雨が降り、そのうえ中心市街地の空き店舗がなかなか埋まらない状況が続いている。来街者数がかかり減っており、悪い状況がずっと続いている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・今まで気温が高温であったため、北海道、信州の野菜が中心であったが、このところ涼しくなり、九州及び県産の商品が出回るようになった。野菜の単価が下がっているが、その分、商品全体の売上が上がっていない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・通常、販売量が増えていく時期であるが、今月の販売量は大幅に減少しており、在庫品の動きが鈍い。特に、価格の高い茶が売れていないため、景気は悪いまま推移している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数は土日祝日を中心に前年実績を確保したが、レジ客数は前年比で減少、買上単価は前年並みとなった。全店クレジットポイント催事と全店粗品付きダイレクトメール催事を同時開催し、来店を促進した。店頭催事場も好調で、現金での買上が減少し、クレジットの利用や友の会満会金券の利用が多く、現金温存の傾向が続いている。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・前月は残暑により衣料品を中心に秋物の動きが鈍かったが、今日は冷え込みとともに秋物が動き出している。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・秋の訪れとともに、秋冬物の動きが出ている。節電意識の高まりもあり、防寒用品の動きが出ている。衣料品の動きも前年より良い傾向にある。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・先月と比較すると、秋冬物の商品が好調に推移するが、全体を押し上げる状態には至っていない。イベントの実施等、客の消費意欲を向上する施策が奏功している。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・客の買物控えが顕著となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・週末、祭り日等の催事イベントは、以前から売上が回復基調にある。ただ依然として客の節約、儉約マインドが高く、平日の売上は上がらない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・売上は前年比102%位で推移している。米等の単価が前年より上がっている分、売上が良いようだ。魚や肉は苦戦している。景気の流れは変わっていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の増減は3か月前と比較して変化がない。食品はテレビで話題となった菓子や乳製品等の新製品は非常に活発に動き、販売点数がアップするが、通常の商品は販売点数が減少し、全体では来客数、販売点数共にあまり変化はない。
		スーパー（業務担当）	販売量の動き	・生鮮食料品の価格高騰により販売点数が伸び悩んでいる。家庭用品も日用品、消耗品は必要最低限の購入で済ませ、安くてもまとめ買いをしなくなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売、売上自体は前年を上回る店が出てきたが、売上の中身をみると、タバコの増税が大きく影響している。タバコを除く他の商品群については以前として前年を下回っている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・今月の来客数は夏場と比べると減少しているが、前年と比べるとあまり変わらない。客単価もタバコの増税分を考えれば、下がったようにも思えるが、前年とあまり変わらない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・商店街として色々イベントを行っているが、来客数は増えず、売上も前月と変わらない。
		衣料品専門店（総務担当）	それ以外	・当地は商店街において競合店が2店閉鎖するという特殊な状況下にある。当社の売上はその影響を受けて上昇している。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・エコカー減税終了前の駆け込み需要で来場者は多くなると期待したが、あまり増えていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		住関連専門店 (経営者)	競争相手の様子	・毎月行っているキャンペーンはそれなりの成果があるが、店舗での販売は相変わらず厳しい。地域産業祭りではメイン会場の来場者はここ数年増えているが、各々の店舗への来場者は変わらず、厳しい状況となっている。	
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	お客様の様子	・地域最大の地方祭りが催され、前年以上の人出となりにぎわっていた。当地を訪問する県外客も多く、期間中は3連休と重なり、燃料油の販売は前年をやや上回った。客の様子をみても、節約志向の様子は少なく、家族で地方祭りを楽しみ、露店の商品も例年並みの販売となった。	
		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	・物販スペースの来客数は、ほぼ横ばいで推移しているが、シネマ等の娯楽関連及び飲食レストラン街の状況が悪い。	
		高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数、特にディナーの客が減少している。	
		高級レストラン (従業員)	来客数の動き	・婦人客が少し多くなっている。	
		一般レストラン (スタッフ)	単価の動き	・昼夜、食事の時間帯だけに客が集中する。	
		スナック (経営者)	来客数の動き	・相変わらず低いレベルで来客数が推移しており、特に週末営業が落ち込んでいる。	
		都市型ホテル (副支配人)	お客様の様子	・10月は当地区で学会等のコンベンションがあり、その関係で宿泊客が増えている。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・県外客が少しずつ増えているが、月初、月末はタクシーの動きは悪い。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は予約状況が大変良かった。また、昼間は観光の客や遠方からの客やゴルフ場関係の客が多く、稼働率が大変よかった。売上も増加した。ただ夜の客が少ないのは相変わらずである。	
		通信会社 (総務局)	販売量の動き	・販売量は前年実績を上回って推移しているが、景気が上向いているとはいえない。	
		通信会社 (業務担当)	競争相手の様子	・他社のスマートフォンが人気で予約待ちの客も多いと聞いているが、当社も好調を維持しており、前年を上回った販売が続いている。	
		通信会社 (営業担当)	それ以外	・東日本大震災の復興策等が順調に進んでいないこともあり、景気はなかなか良くならない。またスマートフォンについては、個人客の購入はやや増えているが、法人客においてその活用法がまだ明確でないこともあり、全然購入は増えていない状況である。	
		通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・季節要因や特殊要因を除き、販売量に大きな変動がみられない。	
		美容室 (経営者)	販売量の動き	・化粧品業界関係は3か月前と比べて、景気の向上は少しもみられない。東日本大震災の影響に加え、放射能汚染問題等もあり、不安要素が多く、消費者は金を使わなくなっている。景気対策も進んでいない。	
		美容室 (店長)	来客数の動き	・10月末頃から、少しは来客数は増えると思っていたが、予想に反して横ばいとなっている。	
		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	・利用客が横ばいで推移しており、落ち着いている。	
		住宅販売会社 (代表)	お客様の様子	・客の見積金額に対する反応や単価等が少し鈍っている。	
		やや悪くなっている	商店街 (代表者)	販売量の動き	・今の季節は旅行や行事が多くなり、洋服を着る機会、また出かける機会が多くなるため、衣料品が動く時期である。しかし、今年はそのような動きがなく、年金が入った時に少し動きがある程度で、客は節約している。
			商店街 (代表者)	お客様の様子	・増税や年金問題、消費を取り巻く環境が厳しい。秋の訪れが遅く、気温も高めで季節商品の動きが鈍い。
一般小売店 [生花] (経営者)	お客様の様子		・定期的に納品している飲食店の売上、来客数が減少している様子が、納品業者の私でも分かるように顕著となっている。		
百貨店 (売場主任)	お客様の様子		・10月に入り、気温が低かったり、高かったりと安定せず、秋冬物の動きが良くない。全館レベルの販売促進策にも客の反応は今一つで、売上は伸び悩んでいる。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・増税や年金支給年齢変更の報道等で消費者の財布のひもは確実に固くなっており、不要不急の物の購入には大変慎重になっている。特に、飲食や紳士者の衣料品は厳しい傾向が強い。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者の節約志向は相変わらず強いままでなかなか改善しない。現状の円高や将来の先行き不安、年金問題等で先行きに明るい見通しが立たない限り、この傾向は続く。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価は少しは伸びているが、来客数の減少で売り上げは前年比98%となっている。競合店の出店もあり、競争が激化している。
		スーパー（総務担当）	競争相手の様子	・東日本大震災からの復興の兆しが徐々に見え、経済全体は緩やかに回復進展しているが、消費は依然として弱含みで推移している。また、デフレ進行とともに購買点数も増加していないため、売上の確保が困難な状況である。
		スーパー（売場担当）	販売量の動き	・毎月、販売量が減少している。買上点数が悪いため、売上も悪い。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競合店の出店が相次ぎ、狭い商圈で競争が激化し、厳しい状況が続いている。客は安い物にしか興味を示さず、価値のある商品という理由だけでは購入に至らない。客単価も下がっている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーをトータルで見ると、前年比6.4%の増加となっている。予算に対しては3.6%減である。そのなかで量販店では販売促進の戦略を立て、食パンや菓子パン等の特売をし、なんとかこの数字を保持している。特売がなければ、前年割れの状況となっていた。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・前年に比べて来客数がかなり減っている。特に買い回り客が前年より2割ほど減っている。目に見えて来客数が減り、売上も落ちている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・10月は思った以上に来客数が伸びなかった。気候は涼しくなってきたが、接待等が減っており、来客数も売上也計画通り伸びず、大変苦勞している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜の歓楽街の動きが非常に悪い。金曜日や土曜日はいくらか良いが、とにかく平日は人がいない。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りが厳しい状態が続いている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・団体客、個人客共に予約は伸びず、厳しい状況が続いている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・当店は営業して長いですが、客は安いところへ流れていく傾向があり、当店でも単価を引き下げざるを得なくなっている。サービスもだんだん過剰になっている。就職難の時代に美容師になる人も多く、近隣に美容室が6軒できている。競争が激化し、厳しい状況である。
		音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・体験レッスンを受ける人が少ない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・資金があまり動いておらず仲介の成約も少なくなっている。今は土地を買うどころではなく、将来に対する不安、投資を控えたいという状況がみえ隠れている。
悪く なっている		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	競争相手の様子	・仲間内では、今年の魚の動きは悪く、今月は特にひどいという話ばかりである。安くしても魚が売れず、厳しい状況である。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・来客数、売上数量、買上単価はいずれも前年に比べて大幅に減少している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・景気の良し悪しの判断がとて難しい。売上は悪いなりにあまり変化のない状況が続いている。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・テレビ及びその関連商品の売上の落ち込みが予想以上に大きく、売上全体に悪影響を与えている。
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	・電力エネルギー蓄電用バッテリーの生産設備需要が依然としてある。
	やや良く なっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的にも繁忙期であるが、例年に比べ受注量が増加している。
	変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・冷凍食品の原料肉の引き合いが相変わらず強い。加えて、10、11月は原料の鶏肉も少なく、取引先に迷惑をかけている状況である。居酒屋、量販店の受注は少しずつ戻っているが、牛肉の食中毒問題からは完全には立ち直っていない。

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
		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・牛の枝肉の販売はまだまだ厳しく、なかなか従来のような販売に戻らない。餌の価格も高止まりしており、非常に厳しい状況である。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量は微減傾向であるが、景気は変わらない。
		繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・毎年あった受注がなくなり、販売量も減り、かなり厳しい状況である。同業者が閉鎖したことで、受注ができていない面もあるが、もともと厳しい状況なので、良い状況とはいえない。工賃は安いままである。それに加えて最低賃金は上がっており、経営者としては、苦しくなる一方だ。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月の受注状況は前年と比較して10%減少している。商業施設のなかでも、飲食店舗の出店が年末に向けて加速するが、あまり動きがない。飲食業界の出店が多くなれば、それに伴って家具も売れるが、マーケットが縮小している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月は焼物業界では一番忙しく、活気のある月であるが、例年と比べると受注、価格共に落ち込んでおり、夏場とほとんど変わらないような状況である。特に量産化された産地であるので、そういう面でも量から質というものが問われている。また、少子高齢化で景気も悪いのでギフト、景品類でも大きく落ち込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・景気の不透明さが顕著となっており、良いとか悪いとかの状況ではなく、どちらともいえない。
		建設業（社員）	競争相手の様子	・当社は例年通りであるが、同地区の同業者には、受注できていない業者もいる。10月で上半期が終わり、今後の発注は期待ができない。下請の見積提出でも競争相手が7社も8社もいる。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・食料品や雑貨等の日用品の受注はある程度あったが、新聞紙や段ボールの原紙となる巻き取り紙、包材関係の受注もかなり少なく、製紙業界の景気は良くない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・アパレルや食品、日用雑貨、化学工業品等全般的に荷動きが悪くなっている。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・荷物の動きが良くない。東日本大震災や円高の影響があるのか、今一步の状況である。
		金融業（従業員）	それ以外	・商店街でのクレジットカードの利用が減少している。消費に対して慎重さがうかがえる。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先である建設業などの中小企業は、3か月前と比べ受注数は増えてきているものの、受注単価の低位が続き、収益は改善していない。したがって景気自体は変わっていない。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業の生産水準等、多くの分野で2月の水準を越えている企業が多い。一方で、円高の影響が消費マインドに対してマイナスに作用しているため、プラス要因とマイナス要因が同程度と思慮している。
		新聞社（広告担当者）	受注価格や販売価格の動き	・東京、大阪地区を中心に前年を超える広告出稿があるが、福岡ではまだ回復していない。食品、化粧品の通販などは好調であるが、全体では前年比90%にとどまっている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・受注量が全然増えていない。これは前年からほとんど変わっていない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量や引き合い件数に大きな変化がない。
	やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・世界的な不況と東日本大震災により、受注の決定時期が延びつつある。今後も急激に変わるようなことはない。10月の半ばを過ぎた頃から少し良くなる気配はあるが、決定的な受注に結び付かない。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・上期の生産計画では、下期前半まで生産増で推移する計画であったが、取引先からの受注量が減ってきている。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	取引先の様子	・取引先の主力である中小企業の延滞件数、金額が増え、条件変更等が増加傾向にあり、再条件緩和要請等も出てきており、厳しさを増している。
	悪くなっている	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・売れるように価格を下げているが、消費者は見向きもしない。必要な物以外は買っていない。



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
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村がコンサルタントに発注する委託業務は、市町村の予算削減により、委託金額が極端に少なくなっている。入札予定価格が通常価格の半分以下になっている場合もある。このため、入札時に辞退する会社が増えてきている。受注しても赤字となる場合があり、厳しい状況となっている。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・製造業の求人が好調であるのに加え、派遣の動きも活発になっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比8.7%の増加となっている。また、新規求人倍率は1.11倍と本年4月以降最も高い数値を示している。事業における採用意欲は高い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・卸売業、小売業、製造業、医療、福祉等の新規求人数が増加傾向にあり、改善傾向で推移している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・前年と比較して求人票の受理件数が増加し、また求人者を再開した企業が見受けられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・日本全体の景気は、厳しい見方が多いが、本校の求人状況だけをみると、継続して採用のニーズがある。また、業務拡大に伴う採用も出てきており、前向きな話が従来より増えている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人依頼に関して、特に変化がみられない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・携帯業界からの派遣依頼は、スマートフォンの展開に伴い増えている。また紹介予定派遣の依頼も増えているが、派遣期間よりも正社員になった時点での給与が低い場合が多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・マーケットは買手市場となり、採用が難しくなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・大手の自動車工場を抱える北部九州では自動車製造の求人募集が増えている。部品調達が可能になり、量産体制に入っていると推測される。一方、円高で中国や韓国にシフトする傾向にあり、その他の製造業や中小企業は求人状況が良くない。
職業安定所（所長）		求人数の動き	・ハローワークの新規求職者、求人数の状況を見ると、本年10月の求職者数は先月に引き続き、前月を7%程度下回る。要因の一つとして、平成23年10月から施行された求職者新訓練の事業者申込件数が少なく、9月が基金訓練の期限切れによる駆け込み需要の影響とみられる。求人数は前年と比較すると、依然として増加傾向であるが、前年に比べると7%下回る見込みである。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人を新聞や求人誌へ出すと、応募者の反応がかなり多くなっている。特に、50代以上の男性からの応募が多い。	
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・定年延長、年金の支給年齢の引上げにて企業側の雇用状況が変わるなか、限られた人件費で会社運営をすると新卒等の雇用を控えざるを得ない。若い世代の雇用がないと今後の会社の成長もなく、成長がないと会社はまた雇用できなくなる。国に金がないことで国民が負担することは当然だと考えるが、成長のビジョンなき政策は企業をつぶしていく。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前月比微増で推移しているが、3か月前の大幅増と比べたらその伸びに鈍化傾向がみられる。	
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・派遣契約が9月で終了した件数は前年比で10%程度増加した。特に地方で、派遣契約の終了が増加している。	
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・年末年始の人材需要が前年の半分程度にとどまっている。	
	悪くなっている	—	—	—

## 11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向	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
関連	やや良くなっている	百貨店（営業企画）	販売量の動き	・今月は店舗全体で前年比114%である。前年に無かった企画を差し引いても110%である。部門別では衣料品が前年比110%、食品が前年比130%である。衣料品では改装効果による継続的な伸長、食品は催事といったプラス与件もあり大きく伸長しているが、それを除いても前年はクリアできている。衣料品は季節物というよりオールシーズン的な薄手の商材の動きが好調である。
		スーパー（販売企画担当）	単価の動き	・客単価が少し上がっている。米、小麦粉、油、コーヒー、魚缶詰などの値上がりの影響だと推測される。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年比が、3か月前と比べて10%ポイント弱上昇している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数以外に、客単価も上昇している。
		ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・県内各ゴルフ場とも、利用人数が減少しているのので、当クラブとしては単価アップを図っている。その結果、来客数は減少しているが、売上は上がってきている。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	来客数の動き	・住宅完成見学会への来場者数が順調に推移している。商談内容については、客は慎重ではあるものの、購入について真剣に検討していると感じる。
	変わらない	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・単品購入の客が多く、客単価が低い状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年はたばこ値上げ後の反動で2週間前後は来客数が急降下したが、1年経過して、売上はたばこを中心に前年を大きく上回っている。たばこ以外の商品もほぼ前年並みで推移しているため、最終的な収益面は前年を下回ることはないが、一時的なものである。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・販売量は減少しているものの、単価は上がっている。
		その他専門店「楽器」（経営者）	販売量の動き	・今月の祭り、イベント等では売上の増加を期待したが、前年並みの売上にはなっていない。外国人客も多いが、円高の影響か、購入金額や購入者数は低い水準である。
		その他専門店「書籍」（店長）	販売量の動き	・ここ3か月の販売量、来客数ともに若干の変化はあるもののほぼ横ばいの推移できている。前年と比べてもほぼ同額である。
		その他飲食「居酒屋」（経営者）	来客数の動き	・例年並みの来客数であるが、平日は地元客が減って、観光客が少し増えている。低価格志向がずっと続いている。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・夏場のピークシーズンを過ぎた時期に入っているが、前年同月実績より稼働率が高くなっている状況が続いている。
やや悪くなっている	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・7月の来客数前年比と比べ、今月の来客数前年比は6%ポイント悪化し、苦戦を強いられている。	
	通信会社（店長）	販売量の動き	・競合他社の料金プランの値下げや、話題性のある新商品の発売により、来客数、販売数とも下がり苦戦している。特に販売数は冬の新商品待ちの買い控え時期とも重なり、今年になって初めて前年割れとなっている。	
	その他のサービス「レンタカー」（営業担当）	来客数の動き	・観光客のレンタカー利用が前年に比べて10%程減少している。円高の影響により、旅行代理店が海外旅行への販売強化を行っているという話もあり、観光客数が減少しているのではないかと懸念している。	
悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・観光客は少しは増加しているようだが、消費単価が伸び悩んでいる。地元客は大型店等に取られている。	
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	通信業（営業担当）	取引先の様子	・受注案件は安定して出てきている。
	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	・建設関連では、公共工事の請負額は前年比で増加し、新設住宅着工数は前年比でやや減少しており、全体の受注額は前年比で減少している。その影響から当社の出荷高も前年比で減少している。
		輸送業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・本土系外食店舗の新規参入や既存店舗増、新規顧客の獲得などの明るい材料がある。しかし、受注金額はいずれも安価で、他業務とのマルチジョブ的な運用、かつ高効率な運営ができないと収支も非常に厳しくなる。
		会計事務所（所長）	受注量や販売量の動き	・国内観光も少しずつ回復しているが、客単価は伸びていない。

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
	やや悪くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注件数が減少している。
	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、既存ユーザー双方から求人依頼が増えている。新規は学校関係、医療、コールセンター等多岐にわたり、長期の依頼が増えている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・沖縄県内の求人数は、前年と比べて上昇傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・この時期になると年末に向けて新規案件が増えるはずだが、今年は動きが鈍い。
	やや悪くなっている	—	—	—
	悪くなっている	—	—	—