

・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 | 商店街（代表者） | 競争相手の様子 | ・11月は防寒物の売れる月であるため、防寒物に関しては前年並みの販売量となっている。一方、トレンド商品を扱っている店舗では前年を上回る動きがみられる。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・降雪により、それまで遅れていた防寒衣料や靴が一気に動き出し、衣料品全体が好調である。特に実用性の強い商品は好調を維持している。食料品においても鍋物関連の動きが顕著であり、食品全体の商品単価が低下しているものの、販売量及び買上点数が増加傾向にある。お歳暮ギフトも生鮮品が2けたの増加となるなど、カタログ品が中心だった前年とは内容に変化がみられるが好調である。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | お客様の様子 | ・消費税増税のニュースなど、先行きへの不安要素があるが、気温の低下にともない、冬物衣料に対する消費者の購買意欲が一段と上昇している。ただし、消費単価は低下傾向にある。 |
| | | 自動車備品販売店（店長） | 販売量の動き | ・前月は降雪の遅れから、スタッドレスタイヤなどの冬季商材の販売が伸びなかったが、今月は前月を大幅に上回る販売量となっており、前月の遅れを取り戻している。しかし、カーナビだけは、タイの洪水の影響から新車の納期遅れなどが出ていることもあり、販売量が低迷している。 |
| | | 通信会社（社員） | お客様の様子 | ・客と話をしても、半年前のように不景気だから購入を自粛するといった話は少なくなっている。逆に良い物があれば積極的に購入したいという様子が出てきている。 |
| | | 美容室（経営者） | 単価の動き | ・年末に向けて、わずかではあるが来客数の増加がみられる。また、売れ筋商品が好調を維持しており、若干ではあるが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 | ・依然として客の慎重な買い方に変わりはないが、最近ではバーゲンのような価格訴求ではなく、何か新しい動機付けを期待するようになってきている。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客の反応は以前と変わらず、良くも悪くもない状況にある。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・降雪の遅れにより、主力アイテムであるコートへの関心が薄く、コートの動きが非常に悪かった。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・11月上旬、中旬と前年を上回る気温の高さがあり、冬物の防寒コートや手袋、マフラーの売上が前年比90%と非常に厳しい状況にあった。下旬になり、ようやく雪が降り、寒さも戻った影響で少し上向いてきている。お歳暮ギフトも前年比95%台とまだ動きが鈍い。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・10月は売上が前年を上回ったものの、買上客数が減少しており、客単価の上昇で売上を確保した状況であった。11月も買上客数が前年比96.6%、客単価が前年比100.5%となっており、売上は前年比97%前後で推移している。このため、回復の兆しは感じられない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | 販売量の動き | ・11月中旬に遅い初雪が降り、コートや手袋、帽子などの防寒衣料を買い求める客で、来客数は伸びているものの、買上率は来客数に比例した伸びとなっていない。先行きの不透明感から、まだまだ財布のひもが固い印象を受ける。 |
| | | 百貨店（役員） | お客様の様子 | ・雪が降ったことでホームセンターの売上が急伸びしたが長続きしない。一方で、今月はストーブの売上が大変良かった。ただ、前年はテレビが大変売れたため、前年実績を上回るのは難しい。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-----------|---------------------------|--------|--|
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・10月同様、気温が下がりにくい状況のなか、衣料品が苦戦していたが、中旬に降雪があり、前年並みの気温に下がったことで衣料品の動きが良くなってきた。食料品は相変わらず堅調な動きであり、家庭用品は前年のエコポイント特需の反動が出ていることがマイナス要因となっている。プラス要因とマイナス要因があるが、全体としては回復傾向に変わってきている。 |
| | | スーパー（役員） | 来客数の動き | ・既存店の客単価は前年比101%となっており、この数か月大きな変化はみられないが、来客数が前年を2.0～2.5%下回って推移している。 |
| | | スーパー（役員） | お客様の様子 | ・お歳暮ギフトやおせち料理の販売は前年の85%程度で推移している。生活必需品以外の商品の低迷が続いている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・たばこの売上は前年が値上げの影響で売上が落ち込んだこともあり、増加傾向が継続しているが、来客数が今一つ伸びてこない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・前年はたばこの販売量が減っていたため、売上は前年を上回っているが、それ以外の商品は減少傾向にある。秋以降はアルコールや飲料水の動きが低調である。 |
| | | 家電量販店（経営者） | 販売量の動き | ・テレビの販売が急激に落ち込み、売上、販売量ともに前年を大幅に下回っている。また、タイの洪水の影響で一部の商品が不足し、入荷待ちの状態が出ていることが、状況の悪さに拍車をかけている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・来客数、売上ともに前年の9割程度となっている。販売車種も小型車が主力で利益率が低く、整備費でカバーしている状態である。 |
| | | その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者） | 販売量の動き | ・自動車燃料油の販売量は、引き続き前年を大きく割り込んでいる。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・東日本大震災の影響がまだ続いている。ただ、当社が入店している複合商業施設に新しいスーパーが入店したことから、来客数は若干増えている。一方、観光客の入込はなかなか増えてこない。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・前月に引き続き、週末は観光客の入込が多い。また、地域や当店のイベントが行われた際には地元客の来店も増えている。売上は前年から13%の増加となった。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | 単価の動き | ・東日本大震災以降、近隣アジアからの観光客は約4割減少している。国内の募集ツアーでカバーしているが、低単価の価格競争に入らざるを得ない状況である。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・先行受注が前年を10%下回って推移している。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・11月上旬は暖かい日が続いたが、中旬は初雪が降ったこともあり、少し忙しくなった。ただ、下旬はまた暖かい日が多かったことから、11月全体では前年並みの売上であった。 |
| | | パチンコ店（役員） | 来客数の動き | ・年末に近いせいなのか、来客数が減少している。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・夏から秋にかけて、前年比がほぼ同じような水準で推移しており、3か月前と状況は変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・株安の影響で、住宅に対する客の消費意欲が薄れている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・マンションのモデルルームへの来訪客の様子に変わりはなく、購入に意欲的であるが、より積極的な方向へ動いているわけでもない。人気のある物件では、キャンセルがあるとすぐに他の客が契約するような状況が続いているが、通常の物件についてはマンション販売の商談期間に変化はみられない。 |
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・今月前半は商店街への来街者数が少し盛り返していたが、後半は悪天候の影響で減少した。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・今月に入り、地元客及び地方からの買物客ともに減少している。商店街の駐車場の空きが多いことに加えて、バス停における乗降客数も前月より顕著に減少している。出控えが顕在化しており、売上を伸ばしている店舗はほとんどみられない。 |

| 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〔土産〕（経営者） | 来客数の動き | ・8月以降、今月平ばまでは観光客も戻ってきており、売上も前年より15%程度増加したが、それ以降の約2週間では、前年比で15%、前々年比で18%も減少した。今年は秋がなく、夏から冬になったような気候であったため、旅行ムードが出なかったことが大きな理由かと思われる。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・例年、11月は年末に向けて出費が増えることから、出控えや買い控えのみられる月だが、今年は特に売上の良くない状況にある。最近では家飲みという風潮も出ており、そのことも影響している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・気温が下がり、コート等のアウターの動きは良いものの、来客数の減少に歯止めがかからない。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・テレビが売れていない分、全体の売上が伸びない。来客数も伸びていない。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・来客数が減少したため、状況はやや悪かった。団体予約は入ったものの、安い料金であったため、売上にはあまり貢献しなかった。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・11月に入り、来客数が減少している。例年、12月を目前にして客が消費を控える時期だが、今年は特にその傾向が強い。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・11月に入って売上が落ち込んでいる。特に夜間の落ち込みが目立つ。前年11月の売上は3か月前から約12.7%の落ち込みであったが、今年は約16.3%の落ち込みであった。また、前年実績と比較しても、売上は約3.1%の減少となっていることから、景気はやや悪くなっている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・注文数が前年を下回っている。エージェントからの観光客のオーダーも減少している。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・全国的には人気通信端末が売れているにもかかわらず、北海道のみ販売が低調である。 |
| | | 観光名所（従業員） | 来客数の動き | ・3か月前の来客数の前年比は100.2%であったが、11月の前年比は約90%となっている。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・観光シーズンも終わり、国内外の来場者が減少しており、3か月前と比べた来場者は64.4%にとどまった。ただ、香港からの海外客による利用は回復傾向にある。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員） | 来客数の動き | ・前年と比較して天候に恵まれず、フェリーの欠航回数が増加している。それにともない旅客、車両ともに輸送量が減少している。 |
| 悪くなっている | | 商店街（代表者） | 競争相手の様子 | ・周辺にある大型店が激安店に業態転換しており、売上が前年の2倍という状況にある。客の所得が減ってきているなか、将来への不安もあるため、どうしてもディスカウント店にせざるを得ない状況がうかがえる。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・今月も競合店の業態変更による新規出店があり、来客数も売上も大幅に落ちている。販売量は前年比87%となっている。 |
| | | 家電量販店（地区統括部長） | 販売量の動き | ・アナログ放送の終了以降、テレビを中心に販売量が激減している。今月が底だと思うが、前年が家電エコポイント特需で最大の需要があったため、その反動が予想以上に大きい。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・客の購買意欲が低下しており、受注量、販売量ともに下がっている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・福島第一原子力発電所の事故の影響や九州新幹線の全線開業などにより、北海道への旅行需要が低迷しており、国内客が大幅に減少している。また、過度の円高により、外国人客も大幅な減少となっており、宿泊単価の低下とともに非常に厳しい状況を迎えている。 |
| 企業動向関連 | 良くもなっている やや良くもなっている | — | — | — |
| | | 家具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・東日本大震災後の買い控えが終わり、高額品にも動きが出てきた。 |
| | | 建設業（従業員） | 競争相手の様子 | ・政治の先行きが不透明なためか、計画を前倒しして、今年度の補助金の交付を受けようとする建築工事が増えている。年度内に着工しなければならないため、そうした建築工事の見積の引き合いが増えている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|---------|-----------------------------|----------------------------|--|---|
| | 変わらない | その他非製造業 [鋼材卸売] (役員) | 受注量や販売量の動き | ・当社で扱っている消耗品の販売額は減少しているが、遅れていた案件が徐々に決まるようになっており、売上は上昇傾向にある。 |
| | | 食料品製造業 (団体役員) | それ以外 | ・原油価格は上昇しているなか、タイの洪水の影響等により水産加工原料等も高騰しており、円高の恩恵が感じられない状況となっている。東日本大震災後の代替受注の増加により、前年実績は上回っているものの、原材料の値上がりで生産コスト高となっており、利益率が大きく低下している。 |
| | | 食料品製造業 (役員) | 受注量や販売量の動き | ・受注について、特に大きく増減するような案件が見当たらない。 |
| | | 金属製品製造業 (役員) | 受注量や販売量の動き | ・前年と比較して、受注量、販売量ともさほど変わらない。 |
| | | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・製紙、医薬品、飼料製品はおおむね順調に推移している。12月からは年末の越冬用飼料製品の製造も開始することになる。また、クリスマス用ケーキなどの生産に向けて、バター、粉乳の出庫が順調であり、倉庫在庫が減少している。 |
| | | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・例年、冬季に向かい取扱量が減少する傾向にあるが、今年は夏場が盛り上がり欠けた分、減少幅が小さい。輸出入貨物も低位安定となっている。 |
| | | 金融業（企画担当） | それ以外 | ・観光客は持ち直している。しかし、建設関連は公共工事の予算縮小や住宅エコポイント制度の終了で住宅着工が減少するなど、厳しさが続いている。設備投資は病院の新築や増設がみられるが、先行き不透明感から総じて低迷している。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・不動産取引や建物の建築は、基本的に横ばいの状態で推移しているが、一時期と比較すれば上向きの状態にある。 |
| | | その他サービス業 [建設機械リース]（支店長） | 競争相手の様子 | ・競合が減少している。ただし、商材そのものが少なく、引き続き厳しい状況にある。 |
| | | やや悪くなっている | 司法書士 | 取引先の様子 |
| 悪くなっている | 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 | ・受注が確定せず、先送りになる案件や縮小される案件、中止される案件が増えてきた。 | |
| 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 | ・求人件数は前年比118%と更にもう一段増加した。景気指標の1つである飲食店の求人は順調に増加しており、来年の繁忙期に向けての不動産関連の求人も増加している。年末商戦に向けた短期間の求人もコールセンターや運輸系が目立っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数は右肩上がりの傾向が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年同月比2.5%増加し、21か月連続で前年を上回った。また、月間有効求人数も同11.7%増加し、21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） | 求職者数の動き | ・当社の求職登録者数は横ばいで推移している。パートやアルバイトの求人は横ばいで推移しているものの、正社員の求人については手控え感がみられる。現在、官庁からの受託事業で失職者に対する就職支援事業を行っており、失職者向けに参加を呼びかけているが、参加者が非常に少なく、求職活動をあきらめているようにも見える。一方、生活給付金付きの職業訓練などには応募が殺到しており、失職者の就業意欲に変化がうかがえる。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・増員の求人がなく、あくまでも退職による補充のための求人しかみられないため、雇用全体が増えていない状況にある。 | |
| | 求人情報誌製作会社（編集者） | 雇用形態の様子 | ・ここ3か月、求人件数に大きな変化はないものの、常用雇用の正社員の求人件数が総体的に2～3%の減少傾向となっていることが気がかりである。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-----------|----------------|---------|--|
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・11月の募集広告売上は、前年比98%と数か月ぶりにマイナスに転じた。業種別にみると、前年に大手宅配業者による大量出稿のあった運輸運送が前年比55%と落ち込みが大きかった。小売流通系も、前年かなりの売上を占めた特定業者が出稿を見合わせたことから前年比74%となった。このところ落ち込んでいた飲食が前年比166%と大幅増だったことが唯一の救いである。 |
| | | 職業安定所（職員） | 雇用形態の様子 | ・10月の新規求人数は前年を23.2%上回り、新規求職者数は前年を1.4%上回った。このような状況のなか、月間有効求人倍率は0.59倍となり、前年の0.5倍を0.09ポイント上回った。しかし、依然として新規求人数のうち正社員求人の占める割合が43.5%と低く、求人者と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから厳しい状況にある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・管内の求人倍率は0.51倍と前月と同数値で前年を0.05ポイント上回ったが、新規求人数が18か月ぶりに前年を下回り、依然として低い水準で推移している。 |
| | 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 | ・ビジネス客が増えている。また、平成25年春卒業予定の学生の就職活動が12月から解禁となるため、就職活動を目的とした客の来店がこのところ集中しており、好調である。 |
| | やや良くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・ファーストフード店や低価格の飲食店は売上を伸ばしているように見受けられるが、商店街全体へ波及していない。ただし、イベント等の効果もあり、来街客は増えている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | 単価の動き | ・今年は早いうちからクリスマス商材に動きが見られる。また、土日の道路の通行量も日に日に増大しているとの報告も受けており、少しずつだが客単価も上がっている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・金曜土曜に限っていえば、県外から多くのボランティアが来るため、客単価は低いものの、来客数は例年より多くなっている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・売上の伸び率が良くなっている。婦人衣料は防寒アイテムを中心に伸ばしており、呉服など今まで戻りが遅かった商品も少しずつ動いてきている。 |
| | | 百貨店（経営者） | お客様の様子 | ・生活用品は厳しいが、服飾、衣料品の売上が前年を上回っている。節電を意識しているのか冬に向けてのウォーム関連の商品の動きがいい。1品単価や客単価等も上昇傾向にある。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・3か月前に商圈内競合店がディスカウント業態に転換したことにより来客数及び売上に影響が出ていたが、それらが徐々に戻っている。販売量が伸びており、冬の節電がらみ、鍋材、暖房、小物関係の動きが良くなっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・売上、来客数、客単価、買上点数がいずれもプラスになっている。なかでも、来客数の伸びは特に大きくなっている。例年になく、集客キャンペーンを矢継ぎ早に実施していることも好結果につながっているものと見ている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数は引き続き前年を上回り好調である。客単価についても、前年のたばこの値上げを考慮しても、3か月前と比べて遜色ない水準である。幹線道路沿いの店舗等で週末の行楽客の動きが悪く、若干低迷しているところもあるが、総じて悪くなっている印象はない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・客単価が先月から引き続き前年を上回る数値で推移していることに加え、来客数も増加傾向にあり、販売量の増加につながっている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-----------------------------|--------|--|
| | | 衣料品専門店 (店長) | お客様の様子 | ・第2週までは暖かい日が続いたため、冬物の動きが鈍り苦戦したが、第3週以降は前年を上回る状態となっている。客は気に入った商品であれば、多少は予算をオーバーしても購入している。 |
| | | 家電量販店 (店長) | 販売量の動き | ・復興需要も感じられるが、寒くなり暖房機器関係を中心に販売量が増えている。今年は省エネがキーワードになっており、単価が比較的高い電化製品も出ている。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・震災の影響による新車の供給制約が解消されてきたのに伴い納車が進み、付帯サービスも含めて売上が増加している。しかしながら、タイの洪水被害の影響で再び供給不足の懸念が発生している。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | 単価の動き | ・従来は必要最低限度であった顧客の車選びが、趣味し好に寄った車を選ぶように変化しており、結果として車両単価のアップにつながっている。 |
| | | その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当) | 販売量の動き | ・風評被害の影響が薄れ、観光客が戻りつつあることから、各地のガソリンの販売数量は、3か月前と比較すると前年水準に戻ってきている。しかし、農産物の販売が風評被害により大きなダメージを受け、米の乾燥用灯油や農機の軽油といった収穫時に使用する燃料関係が前年を大きく下回っている。 |
| | | 高級レストラン (支配人) | 単価の動き | ・宿泊は落ち着いてきたが、宴会や会議、接待会食などの需要はまだ伸びており、客単価も高い。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・来客数の増加に加え、客単価も上がっている。 |
| | | 観光型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・復興支援のツアー客と忘年会を兼ねた地元客が多く、前年比20%増となっている。特に建設業関係の客が多く、館内消費も非常に高く、久しぶりに館内に明るさが戻っている。 |
| | | 観光型旅館 (経営者) | 来客数の動き | ・紅葉の時期には集客が伸びなかったものの、11月に入ってから忘年会や慰労会の予約が前年実績を上回っており、震災後に一息ついて温泉で少し羽目を外したいという雰囲気がかかっている。 |
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・震災復興のための関係者の流入に加え、地元からの来客も多く、宿泊、レストラン、宴会部門共に前年実績を上回り、来客数と売上の好調が続いている。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・業種により様々であるが、移動体通信では新型機種が好調で契約数を伸ばしている。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・年末に向けて、徐々にではあるがようやく新規加入の客が増え始めている。年末キャンペーンの効果もあるのか、ボーナス前の月としては客の動きが良い。 |
| | | テーマパーク (職員) | お客様の様子 | ・被災地への復興支援の動きは特殊要因といえるが、被災地でお金を落とすという様子が見受けられ、土産品等に動きが出てきている。 |
| | | 遊園地 (経営者) | 来客数の動き | ・週末の天候は今一つであったが、比較的気温が高かったこと、イベントが奏功したことから、入場者数、売上共に若干ながら前年を上回っている。 |
| | | 競艇場 (職員) | 販売量の動き | ・舟券発売額が増加している。 |
| | | その他サービス [自動車整備業] (経営者) | お客様の様子 | ・秋の行楽シーズンは予想より動きが活発になっており、来客数、販売量共に予想を超えている。 |
| | 変わらない | 商店街 (代表者) | お客様の様子 | ・3か月前と比べると販売量は落ち着きが見られる。しかしながら、パチンコ、カラオケ、美容院といったサービス業、あるいはデパートなどのアッパーミドルクラスの店は堅調のようである。 |
| | | 商店街 (代表者) | 来客数の動き | ・東日本大震災の影響はほとんどないように感じられるが、店によってはまだまだ成果が上がっていないところもある。 |
| | | 商店街 (代表者) | お客様の様子 | ・日用品、雑貨及び食品を中心に前年比でプラスを維持しているものの、総体的に大きな変化は無い。最近の特徴では、持ち運びが可能な石油ストーブやペレットストーブの動きが良い。 |
| | | 一般小売店 [医薬品] (経営者) | 販売量の動き | ・これまで平日の売上にはあまり変動が見られなかったのだが、このところ平日の売上を確保できないでいる。販売量、来客数、単価、いずれの動きもあまり良くない。 |

| 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〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き | ・売上は震災直後に落ち込んだまま横ばいで推移している。来客数は下降気味で、客単価は上昇の傾向が見られる。震災前から単価の高かった客層が変わらず来店する一方で、来店回数が多かった中間層の客がかなり減っている。 |
| | | 一般小売店〔寝具〕（経営者） | 販売量の動き | ・震災関連の商品の動きはないが、例年通りの冬に向けての商品の動きが見られる。 |
| | | 一般小売店〔カメラ〕（店長） | 販売量の動き | ・高額商品の販売が好調で、来客数も増加傾向にあり、販売量、売上共に上向きで推移している。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・一時期の勢いはなくなったものの、全体に好調で推移している。物産催事も好調で、集客によるシャワー効果も出ている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | 単価の動き | ・今月の売上は、全般的に好調に推移している。特に平均客単価と平均商品単価が前年比を上回っている。海外ブランド商品や時計宝飾品など高額品の動きが寄与している。 |
| | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・既存店において、売上高、来客数、買上単価が共に前年比でプラスの状況が続いている。 |
| | | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・野菜農産物の相場安があるものの、食品全体では平均単価が前年と比べ2%強上昇している。また、来客数も伸びている。しかしながら、全体的には買上点数の伸びが鈍化しており、売上全体は3か月前と同水準で推移している。震災の影響が少ない地域では、平均単価も来客数も前年割れを起こしており、二極化が始まったようにも見える。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・来客数が減少している分、1点単価や客単価で補おうとする戦略をとっている企業が増えている。そのため、商品に付加価値をうたっているものの、来客数や来店回数の増加には至っていない。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・集客のためのディスカウントチラシにより、売上、来客数共に伸びている。節約、低価格志向もあり、低単価品や特売品の売上が増加している。 |
| | | スーパー（営業担当） | 販売量の動き | ・来客数は前年同期比では変わらないが、買上点数が減り、客単価も下がっていて、売上が伸び悩む状態が続いている。 |
| | | スーパー（販促担当） | 来客数の動き | ・来客数、客単価、買上点数の前年比はほとんど変化が無いものの、野菜は地場の商品が出てきたため産直等が活況であり、一般小売は伸び悩んでいる。果物は旬のみかんやりんごの入荷が原産周辺の産地から移ったためか、売上は好調である。また、気温の低下とともに鍋商材が売れ始めているが、津波の影響を受けた牡蠣やほたてなど旬商材の価格高で鮮魚は苦戦している。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・レジ横のカウンターフーズは来客数を予想して仕込むが、ここ1、2か月、来客数が予想した数を下回り、廃棄することが多くなっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・復興需要による販売が好調で、売上が増加している。当店周辺の道路補修や家の取り壊しにより作業員の来店が増えている。そのため、特に昼の弁当やドリンク剤、たばこの動きが従来よりも良い。また、当店の客層は高齢者が比較的多く、近くの店を利用することが多いため、日用品や菓子関係も好調である。ただし、税金の納付等により個人消費に回らない分、客単価は落ちている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・たばこ増税による売上増は依然として続いているが、その他の商品については前年並み、もしくは前年を割っている。 |
| | | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・当店の客には、震災による家屋の大規模半壊等で義援金を受け、買上点数や購入単価が増えた人と、マイナスの影響を受けた人が半々ぐらいいるため、売上はそれほど伸びていない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・お歳暮商戦は、法人需要が減少傾向にあり様子見がうかがえるなかで、企業単位の発送が増加し、個人の発送は減少している。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・来客数が減少している。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | 販売量の動き | ・震災後の買い控えや、一定商品への特需も収まった状態であるが、販売量は震災前の状況に近い水準を確保できている。 |

| 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 |
|----|---------|------------------------|---------|--|
| | | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・地上デジタル放送への移行により、買換え需要が一段落したため、購入客数が減少している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・新車販売はタイの洪水被害の影響があったにもかかわらず、前年比約1.5倍となっている。しかし、新車及び中古車の受注、サービスの在庫量共に、復旧需要は一山越えた感がある。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・月半ばから多少動きが出てきている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・2012年春のエコカー減税終了予定を前にした駆け込み需要がなく、販売量がなかなか伸びない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・震災以降、売上が前年の水準まで達しない状態が続いている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・家具は目的買いのものなので、若干の動きは見えているもののまだまだ厳しい状況である。 |
| | | その他専門店〔呉服〕（経営者） | 単価の動き | ・客が買い求めるのは単価の安い物が中心である。 |
| | | その他専門店〔パソコン〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・人手が足りなくて仕事が受注できなくなっている。全体的には変化は無い。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | 販売量の動き | ・8月以降、非常に悪い状態が続いている。東北の畜産物への風評はまだ収まる気配がない。特に福島から規制値以上の放射性物質が検出され、検査態勢の信用度が失われたことも関係している。 |
| | | その他専門店〔靴〕（経営者） | 販売量の動き | ・震災需要は一段落したとみているが、秋冬物の販売動向は降雪量にかかわらず順調で、前年を上回っている。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | お客様の様子 | ・来客数は震災前の水準に戻っている。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・4～6月にお祝いなどを控えていた人が動き出し、忙しくなっている。同業者からも忙しいという声が聞かれる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 単価の動き | ・値下げ競争が激しくなっており、単価を安くしないとなかなか売れない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・最近の状況を見ていると、同じ時に集中していたり、すごく暇な時があったりと客の入りに非常にばらつきがある。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・下旬から忘年会等の団体客が入り始めているものの例年の動きであり、来客数に大きな変化は無い。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | それ以外 | ・復興特需は一段落している。また、デフレにより客単価は思わしくなく、予約も少ない。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | お客様の様子 | ・東京電力福島第一原子力発電所の事故以降キャンセルが続いていたスポーツ大会が、例年通り開催されるようになってきている。ただし、全体的な動きとしてはまだまだ悪い。宿泊に関しては、特需が続いている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・復興関連需要により、やや良い状態が続いている。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・客に景気を尋ねたところ、震災景気はもう終わり、今はみんな困っているという話であった。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・年金問題など、個人消費を取り巻く不安材料から、客の買い控えが増している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・ここ数か月、販売量が少ない状況は変わらないが、ボーナス商戦前ということで織り込み済みである。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・設備投資に対する前向きな姿勢が顧客からうかがえない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・新規需要が出てこない。 |
| | | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・来客数が増加しており、売上は回復基調にあるものの、客単価は前年比80%程度の水準が続いている。景気の先行き不安により、来店を控えたり、来店サイクルを伸ばして、様子見をしているように見受けられる。 |
| | | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・相変わらず住宅関連の仕事しかなく、受注件数も減っている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・RC賃貸の建築及び土地売買、新規開業の店舗建築及び土地売買等の受注予定があり、売上が安定している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|--------------|---------------|--|---------|---|
| | やや悪く なっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・復興関係の客は増加しているものの、震災復興という特殊な状況によるものである。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・来客数が極端に少なく、前年同月比30%減である。 |
| | | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・プライスラインより下の価格帯の動きになっている。 |
| | | 百貨店（経営者） | 販売量の動き | ・衣料品を始めとする冬の季節商材の動きが悪く、前年割れしている。食品も客単価、買上率共に前年に比べ低下している。 |
| | | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・来客数の低迷に加え、青果、精肉の相場が下がっており、客単価も低下している。 |
| | | スーパー（経営者） | 競争相手の様子 | ・商圏エリアに競合店が2店舗オープンし、東日本大震災以降続いていた価格より価値という概念が一変し、価格一辺倒となっている。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・客単価の減少が止まらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所事故の問題により、遠くへ避難する人が再び多くなってきている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・たばこ増税の売上効果が薄れてきたほか、買上点数でプラス1品が期待できるデザートやファーストフードなどの動きが鈍化している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・前年はたばこの駆け込み需要の反動により売上が不振であったため、前年比は良くなっているが、たばこ以外の販売減が目立っている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・気温が低下してきた現在でも、依然として単価の高いコートやジャケットの動きはなく、客からはセール待ちの声も聞かれる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・少し前に比べて客の購買意欲が薄れてきているようである。 |
| | | 家電量販店（店長） | 単価の動き | ・すべての商品にいえることだが、単価が前年や2年前と比較して、大幅に減少している。そして、その減少を数量でカバーできない状況が続いている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | それ以外 | ・津波の被害を受けた車両の交換が鈍ってきている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・震災で倒れた仏壇の修理等の依頼はかなり多いが、商品は売れず、売上にはつなげていない。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | お客様の様子 | ・例年、年末年始前のこの時期は比較的静かな時期ではあるが、今年はそれに加えて地方選挙があり例年以上に動きが少ない。 |
| | | その他専門店〔酒〕（営業担当） | 販売量の動き | ・年末に向けての動きが非常に鈍い。震災特需でにぎわっている地域がある反面、当地域は地元以外の現場の仕事でまちなかに人通りが少ない上、被災地域に関わっている部分の売上減が、ここにきて出始めている。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | 販売量の動き | ・期待していた防寒衣の動きが鈍い。メーカーの在庫はたくさんあるようなので、全国的に動きが鈍いようである。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・景気は回復しておらず、購買意欲も抑制されているようである。表面上は普通の生活に戻ったように見えるが、いまだ震災の影響は多方面にわたりいろいろな形で出ている。 |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | 来客数の動き | ・例年、雪が降る冬は閑散期で客が少なく、国内予約は思うように伸びない。加えて、この時期の主要客であるインバウンドの予約も思ったように伸びていない。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・前月までは震災復興の雰囲気が見られたことに加え、東北新幹線の延伸開業に伴い当ホテルも随分盛り返していたが、こうした上向き傾向に若干ブレーキがかかっている。 | | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・宴会、レストラン、宿泊の各部門共に、単価を下げれば来客数は増えるものの、価格に見合った商品が提供できないのが現実である。デパート地下の惣菜店は利用人員が増加しているものの、主力の一般宴会の動きは非常に鈍くなっている。忘年会の予約状況も非常に厳しく、提案型営業と訪問件数の増加、新規物件のアプローチ以外に方策がない。 | | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 | |
|----------------|----------------------|------------------|--|---|---|
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・婚礼、一般宴会、レストラン及び宿泊のすべての部門で予算、前年実績に届いていない。特に宿泊部門は月初めから好調に推移していたものの、後半は個人の予約が伸び悩み、失速している。 | |
| | | タクシー運転手 | 単価の動き | ・客には料金の安いタクシーを選んで乗車する傾向がうかがえる。 | |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・客が少なく、夜12時を過ぎると全くいない状態が続いている。 | |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・新商品が販売されたが、販売台数に大きな変化は見られない。 | |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・新商品が徐々に発売されており、すべての新商品が出そろったのを待っている状態である。 | |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・来客数は、7、8月の夏場は前年比マイナス10%強にとどまっていたが、10、11月と寒くなるにつれ、同マイナス30%強と膨れており、3か月前に比べてやや悪くなっている。 | |
| 悪くなっている | | 一般小売店〔雑貨〕（経営者） | 単価の動き | ・将来の所得減が危惧されるなか、個人消費は再び縮小しているように見受けられる。 | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・オーダー、修理共に客が本当に少ない。 | |
| 企業動向関連 | 良くなっている やや良くなっている | — | — | — | |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・県議会議員選挙や市議会議員選挙、あるいは震災に関連した特需的な発注があり、売上が伸びている。 | |
| | 建設業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・震災関連工事の受注が継続している。 | | |
| | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先の操業設備は全面的に回復している。当社の設備についてもほぼ回復した状態となっている。 | | |
| | 通信業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・取引台数のロット数が多く出るようになってきている。 | | |
| | 広告業協会（役員） | それ以外 | ・震災復旧、復興に向けての住宅市場は好調が続いていることもあり、住宅関連の広告出稿が増加してきている。なお、流通大型店関係も依然として好調が続いているものの、こちらは広告出稿には結び付いていない。 | | |
| | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・クライアントの決算状況及び月次状況から判断すると、サービス業、情報関係にあまり変化は見られないが、小売業や建設業関係の業績は改善している。 | | |
| | コピーサービス業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・売上は伸びていないものの、受注件数は増えており、景気は確実に上向いている。 | | |
| | その他企業〔企画業〕（経営者） | 取引先の様子 | ・住宅建築は東日本大震災以降停滞していたが、夏場までの復旧リフォームから新築需要へと徐々に移行しはじめている。被災地に限らず、県内各地の地元住宅メーカーの新築受注残が前年度に比べて1～2割ほど多い。小規模業者は大工の確保に苦慮する事態が発生しているほどである。 | | |
| | 変わらない | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・レストラン関係は良くないものの土産が売れており、前年並みの推移となっている。 |
| | | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・お歳暮商戦がスタートしたが、中元のときのような特需的な動きはまだ見られない。前年をやや下回った感じの動きとなっている。 |
| | | | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・お歳暮のギフト需要が盛り上がっていない。 |
| | | | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・年末に近づいて受注量は増加しているものの、景気が低迷しており、受注環境の改善は期待できず、前年実績をクリアするのが精一杯である。 |
| 木材木製品製造業（経営者） | | | 受注価格や販売価格の動き | ・住宅部材の供給過剰の状態が変わらず、単価の引き下げにより収益性が悪くなっている。 | |
| 一般機械器具製造業（経営者） | | | 受注量や販売量の動き | ・自動車部品については、国内で受注量がやや増加しているものの、円高の定着により、輸出環境は極めて厳しい状況にある。 | |
| 建設業（経営者） | | | 受注量や販売量の動き | ・大口工事は少ないが、耐震補強工事とそれに伴うリフォーム工事が多くなっている。 | |
| 建設業（従業員） | | | 受注量や販売量の動き | ・震災復旧及び復興関連工事の受注がコンスタントに推移している。 | |
| 通信業（営業担当） | | | 取引先の様子 | ・依然として顧客からの値下げ要請は続いている。 | |
| 金融業（営業担当） | | | 取引先の様子 | ・取引先企業の売上は横ばいか減少傾向にあり、景気が良くなっているという様子は見受けられない。 | |

| 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 | |
|--------------------|-----------|-----------------------|-----------------------|---|--|
| | | 金融業（広報担当） | 取引先の様子 | ・全体的に持ち直しの動きは見られつつあるが、それが企業業績に明確に反映されるには至っていない。 | |
| | | 広告代理店（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・復興に関連する特需も秋以降は落ち着きつつある。夏前に比べれば断然良いが、3か月前と比べると状況は変わらない。 | |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・震災後のひどい落ち込みからは回復し、新聞購読、チラシ折込共に以前よりも少し多いくらいの状態が続いている。 | |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・建設業やホテルなど一部の業種は好調が続いている反面、大きく落ち込んだまま浮上できずにいる業界もあるなど、景気はまだら模様である。 | |
| | | 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 | ・繁華街や駅前などでの復興事業関係者による外食需要は依然として好調であり、清酒を始め酒類全般の動きは良い。 | |
| | やや悪くなっている | | 農林水産業（従業者） | 受注価格や販売価格の動き | ・戸別所得補償制度の畑作物への適用拡大に伴い、転作作物のそばの作付けが全国的に増加したため、価格が低下している。 |
| | | | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | それ以外 | ・3か月前と同様に、前年同月比の売上は80%台で推移している。需要がなかなか戻ってこない。 |
| | | | 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、株安の状況が続き、企業の業績が悪くなっている。 |
| | 悪くなっている | | 農林水産業（従業者） | 受注量や販売量の動き | ・風評被害により、年末の贈答品の注文が例年の2割程度にとどまっている。 |
| | | | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・9月以降、月を追うごとに売上が非常に悪くなっている。やっていることは以前と変わらないにもかかわらず景気が悪い。 |
| その他企業〔工場施設管理〕（従業員） | | | 取引先の様子 | ・半導体関連は大変厳しさが増している。既に生産の落ち込みにより他工場や関連会社への配置転換が開始され、数十名の従業員が異動しているとみられる。第2、第3の動きも予定されているようである。また、私自身、勤務している取引先の事業所が閉鎖されることになり、会社側としては雇用の確保はするが、ワークシェアリングや配置転換で対応するとのことである。 | |
| 雇用関連 | 良くなっている | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・長期の事務派遣オーダーが復活してきている。震災対応の需要は依然あるものの落ち着き、安定的に働ける良質なオーダーが入り始めている。オーダーのストックも出てきており、例年の繁忙期のような動きがうかがえる。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・復興需要による派遣や請負の引き合いは底堅い。しかしながら、登録者が前年を下回っている。特に被災県は低迷しており、決定率も低いため、景気は弱含みである。 | |
| | やや良くなっている | アウトソーシング企業（社員） | それ以外 | ・復興関連の仕事が増えている。ただし、納期がかなりきつい仕事が多いので大きな利益は出ていない。 | |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・国の雇用政策が徐々にではあるが浸透しつつあり、求人数が増加している。ただし、失業手当も出ているので、即雇用に結び付いていないのが現状である。 | |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・業種によって程度の差はあるものの、全般的に求人に動きが出てきている。 | |
| | | 職業安定所（職員） | それ以外 | ・有効求人倍率は前月比、前年同月比共に5か月連続で上回っている。 | |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・前年比で新規求人が大幅に増えているが、誘致企業による大量募集や派遣求人の増加によるもので、景気の回復によるものではない。 | |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・復興関連の求人や緊急雇用対策の求人など求人数は大幅に伸びており、求職者は減少していることから、有効求人倍率も上昇している。全体的に求人活動は活発である。 | |
| | 変わらない | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・特にコールセンターのニーズと建築関係の職人の募集が増えてきている。 |
| | | | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・求人数に対し求職者の動きが鈍い。ミスマッチが継続している。 |
| 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、7か月連続での増加となっている。 | |

| 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 |
|----|-----------|----------------|---------|--|
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・前月、前年同月比101.7%であった新規求人数が増加基調となっており、同107.8%となっている。内容を見ると業種ごとにばらつきもある。一方で、新卒者の求人は、依然として前年と同水準で推移しており、厳しい状態が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・状況が良くなっているとはいえないが、求人数は確実に増加している。タイの洪水被害の影響で一時的に日本での生産に切替えるといった動きもあり、派遣の製造求人が増加している。 |
| | やや悪くなっている | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人が前年比で減少に転じ、有効求人、有効求職共に前年比で減少していることにより、有効求人倍率も下降している。 |
| | 悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・前年実績の大口広告の出稿が無くなるなど悪い話ばかりで、良い話は無い。 |

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------|----------------|--------------|---|---|
| 家計動向 関連 | 良くなっている | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・売上が前年比で113%と好調である。 |
| | やや良くなっている | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・買上客数は前年並みに戻りつつあるが、単価が低く推移しているために景気は上向きとは言いがたい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・マイナーチェンジをした車種の販売が良好で、新型車の事前予約があったため、やや良くなっている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・年末に向けて各種会合が多くなり始めている。家族での食事回数も増えてきている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・10月からの外装工事が11月まで延びたため前年比では多少売上減ではあるが、10月ほどの影響は受けていない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・3か月前はまだ東日本大震災の影響で非常に人の動きが悪かったが、11月に入り人の動きが出てきている。決して景気が良いというわけではないが、震災の影響が多少客の頭から少し離れ、動いている。 |
| | | 旅行代理店（所長） | お客様の様子 | ・紅葉のシーズンとなり、テレビ等メディアでの紹介も重なったことから、前年比で良いとは言いがたいものの、今年の状況下では持ち直してきた感がある。 |
| | | 通信会社（販売担当） | 販売量の動き | ・前年比は85%で、ボーナスが出て、どうなるかは分からないが、ボーナス商戦向けに冬春モデルを発売するため、3か月前と比べて販売数が若干ではあるが伸びてきている。 |
| | | 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園内イベントが好評のため、来客数は前年を上回って推移している。 |
| | | 設計事務所（所長） | それ以外 | ・地元の建設業界は東日本大震災復興工事で空前の賑わいをみせており、下請業者が全く足りない。 |
| 変わらない | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・年末に向けての贈答需要が盛り上がらない。 | |
| | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・客の動きも悪いが、単価の良い物があり出ず、安い物が動くため、あまり良いとは言えない。 | |
| | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | お客様の様子 | ・今月は行楽シーズンで皆出かけている。観光地には多少なりとも金が落ちるが、地元ではとても静かに過ごしており、安値低調である。 | |
| | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・気温変化が大きく、冬物の購買が盛り上がらない。 | |
| | 百貨店（販売促進担当） | 販売量の動き | ・気温も低下し、冬物衣料の需要期に入っているが、依然動きは鈍いままである。お歳暮ギフト商戦が始まったが、特に個人の受注が厳しい状況である。 | |
| | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・気温が下がりきっていないため、本来売れる商品の動きが悪い。客数は前年以上にあるが、年末年始といった物入りの時期を前に買い控えがあるような気がするほど、点数が上がっていない。 | |
| | スーパー（総務担当） | 来客数の動き | ・11月は来客数、客単価共に前年並みの推移である。 | |
| | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・当店は特に何があるというわけではないが、今のところ前年に比べても、まずまずの成績を残している。 | |
| | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・確かに無駄な物は購入しない傾向にあり、高価な弁当が売れるわけではないが、買上単価、買物行動を見ると、横ばい傾向である。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|---------------------|--------|---|
| | | コンビニ(店長) | お客様の様子 | ・3か月前より東日本大震災の影響が和らいできている。震災の話は出るものの、影響はなくなってきているため、それによる特別大きな変化もなく、売上には変化がない。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 来客数の動き | ・来客数は多くもなければ少なくもなく、全く変わらない。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 来客数の動き | ・気温が高かったため、コート類の販売数量減で平均単価が落ちている。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | お客様の様子 | ・車検及び整備等の入庫は順調だが、年式の古い車に乗っている客に乗換えを勧めても、そこまでの余裕がないということで販売にこぎ付けない。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | 販売量の動き | ・販売量は上がってきているが、供給される部品に遅延が発生しているため、車両の配車が一部遅れている。 |
| | | 乗用車販売店(販売担当) | 販売量の動き | ・ここ2、3か月は全く同じような景気状況で、販売台数が伸びていない。必要最小限の、必要に迫られての買換えはあるが、輸入車の新車の販売が全く伸びていない。 |
| | | 住関連専門店(統括) | 来客数の動き | ・来客数の減少傾向が見られる。販売も買上品目数が減少している。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・飲食関係は、夜の宴会等が減っている。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | お客様の様子 | ・来客数はこの数か月、それほど減りもしないし増えもしない。客単価もほぼ横ばい状態で、あまり変化がない。 |
| | | 観光型ホテル(営業担当) | 単価の動き | ・宴会部門は忘年会のシーズンを迎え、予約状況はほぼ順調に推移しているが、客単価は下がっている。観光はオフシーズンを迎え宿泊は伸びてこないが、予約の間際化が著しく、先がなかなか読めない状況である。 |
| | | 都市型ホテル(経営者) | 来客数の動き | ・周囲の自動車関係は良くなっているものの、客単価は下がり、他店との価格競争により収益は減少し続けている。 |
| | | 都市型ホテル(営業担当) | 来客数の動き | ・来客数は忘年会シーズンに近づいたこともあり、徐々に増えつつあるが、それは季節による増加で、固定のビジネス客は、ほぼ変わらない状況が続いている。 |
| | | 旅行代理店(経営者) | 来客数の動き | ・高齢者はかなり元気が出ているが、若年層の動きがかなり鈍っている。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | お客様の様子 | ・引き続きの円高影響と株安により、客の動きが出てこない。 |
| | | 旅行代理店(副支店長) | お客様の様子 | ・東日本大震災のため、中止や延期になった団体やグループの再申込が増えていることは確かだが、新規や申込数は前年とあまり変わらない。動きは出てきているようだが景気が上向いているとまでは言えない。 |
| | | 通信会社(経営者) | 販売量の動き | ・少しずつではあるが景気回復の兆しがあるものの、原材料、紙の高騰で原価が10~15%増など、不安要素も否めない。 |
| | | 通信会社(局長) | お客様の様子 | ・3か月前より販売数は上昇しているが、客の様子を見ると消費抑制傾向は依然継続しており、これは新規の顧客単価がやや減少傾向として表れている。 |
| | | ゴルフ場(副支配人) | 来客数の動き | ・毎月イベントを行っているが、来場数はほぼ前年と変わらない。 |
| | | ゴルフ場(支配人) | 来客数の動き | ・週末の天気が悪かったとはいえ、天候が安定していたため、来場者数は引き続き伸びている。また、秋の行楽ゴルフシーズンであったため、客数は増えている。 |
| | | 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。 |
| | | その他サービス[清掃](所長) | それ以外 | ・量販店では売上を確保するためか、日替わりで特売品等に関する折込広告等を出しているが、客も特売品等を中心に買物をしている状況に大きな変化は見られない。 |
| | | その他サービス[立体駐車場](従業員) | 販売量の動き | ・猛暑の8月と比べても、来客数及び単価は依然横ばいである。各テナントへのサービス券の発注関係が若干上向ってきているが、利用枚数に大きな変化は見られない。 |

| 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 | |
|-------------------------|---------|--|----------------------|---|---|
| やや悪く なっている | | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・11月末ということもあって、仕事量はあるが、ほとんどが今までの仕事の処理であり、新しい計画で忙しい訳ではない。 | |
| | | 設計事務所（所長） | お客様の様子 | ・年度末に向けて客の動きが多少良くなっているが、3か月前と比べてあまり変化はない。 | |
| | | 設計事務所（所長） | 来客数の動き | ・相変わらず客からの相談や依頼が少なく、仕事にも結び付かない。 | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・物件に対する引き合いが若干出てきたが、なかなか成約には至らない。客も慎重で、様々な所の物件を見て回ってから結論を出すようで、かなり時間がかかる。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・数字的には余裕がなく、予断を許さない状況である。 | |
| | | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・11月に入り売上が悪く、広告を出しても反応がない。相変わらず安価なものには手を出す、少々値の張る物には動かない。 |
| | | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・年配客の来店回数が前年同月比83%と落ち込んでいる。 |
| | | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子 | ・商品の動きが鈍く、天候に左右される季節商材が思いのほか動かない。買換えはあっても新たな購入がなく、依然厳しい状況である。 |
| | | | 一般小売店〔青果〕（店長） | 来客数の動き | ・東日本大震災後、日に日に入出が悪くなっている。また、来客があっても本当に必要な物か、よほど安い物しか買わない状況が続いている。 |
| | | | 百貨店（総務担当） | 来客数の動き | ・お歳暮の来客数は前年比78%、売上額が74%と、前年に比べ毎日が暇で、1人当たりの売上が減少している。現在、早期割引をしているが、どれだけ前年度分を確保できるか心配である。とにかく毎日来客数が減少しているため、頭が痛い。 |
| | | | スーパー（経営者） | 競争相手の様子 | ・ディスカウントへの業態転換の店舗が増え、価格競争が激化している。 |
| | | | スーパー（経営企画担当） | 来客数の動き | ・来客数の落ち込みがなかなか解消できない。近隣の同業店も似たような状況にある。 |
| | | | スーパー（統括） | 販売量の動き | ・平年を2度以上も上回る気温が続き、シーズンの主力である鍋物等のあったかメニューやコート、ジャケット等の防寒商材の動きが落ちている。 |
| | | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・今月は2～3か月前と比べると売上が落ちている。特に日配品、ポケット菓子、雑誌などの落ち込みがひどい。 |
| | | | 住関連専門店（仕入担当） | 来客数の動き | ・日用消耗品の動きが鈍くなってきており、販売促進策の効果も3か月前に比べると薄らいている。20度を越える日が依然としてあるなど、季節商材の動きも鈍いままである。 |
| | | | 高級レストラン（店長） | 販売量の動き | ・忘年会などの予約を見ても最悪の状態で、前年比で半分以下の受注しかない。 |
| | | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・時期的に忘年会、新年会の予約が入るころだが、企業単位、又は部署単位での予約は皆無に近い。地元の組織や付き合いの範囲での予約にとどまっており、飲酒ではなく食事が主の昼の会が目立ってきている。 |
| | | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・先月末ぐらいから、また一段と落ち込んでいる。ランチタイムのサラリーマンまで外食を控えている様子で、手の打ちようがない。 |
| | | | 都市型ホテル（支配人） | お客様の様子 | ・先の予約状況では、特に忘年会等の予約が前年に比べて約20%減っている。 |
| | | | タクシー運転手 タクシー（経営者） | お客様の様子 お客様の様子 | ・飲食関係の客の減少が著しい。 ・不景気が定着した状況であり、昼も夜も動きが悪く、前年同月比11%の減少である。 |
| | | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・主要地場産業のりんごや柿が、春先の天気や秋の天候の暖かさにより、色、形、蜜の入り具合等が例年より悪く、商品としての価値が大幅に落ち、出荷量の減少ともなっている。それが引き金となり、消費を控える傾向が見られる。 |
| テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・3か月前の夏休み時期よりも来客数が少ない傾向にある。 | | | |
| その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員） | お客様の様子 | ・当店では両替機を6台使っているが、客の両替金額が少なくなっており、特に高額紙幣の両替が減っている。客はある程度楽しむ金額を決めて、その中で楽しんでいる状況が見られる。 | | | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------|-----------|--|---|--|
| | | 美容室（経営者） | それ以外 | ・美容学校の来年入学の推薦者は、例年に比べ数字的には変わらないが、入学金の納付状況は非常に悪く、納められずに取り消される生徒が出てきているため、景気が悪く感じられる。また、11月は婚礼のシーズンだが、前年と比べて3割くらい婚礼の数が減っている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・問い合わせは多いものの、成約には至っていないものが多く、販売量は減少している。全体的に案件不足で仕入が無い状態である。売買件数も全体的に減少傾向にある。 |
| | 悪くなっている | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・東日本大震災のあった時を想起させるような売上である。本来なら少しは訪れる買換え客も少なく、閑散としている。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子 | ・客の購買意欲が非常に悪い。 |
| | | 一般小売店〔衣料〕（経営者） | 来客数の動き | ・経済状況は全く良くなっていない。当地域への観光客もかなり少なくなっており、全体的にお金が動かず、悪くなっている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・客に全く購買意欲が見られない。 |
| | | 衣料品専門店（販売担当） | 来客数の動き | ・当店は街の中心部の路面店だが、11月は12月のセール待ちという雰囲気も分かるが、とにかく客が出てこない。店に来た客も、買物をしたい部分を相当に我慢している様子で、そんな中、自分に言い聞かせるように一番安い物をやっとなら買って行く状況が多く見られる。また、今月もクレジットの利用者が本当に少ない。 |
| 家電量販店（経営者） | 単価の動き | ・アナログ放送停波後はテレビ等の需要が大幅に減少している。 | | |
| 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数は前年比で6割の推移となっている。前年はエコポイント制度見直しに伴う駆け込み需要があったため、前年比では厳しい実績となっている。 | | |
| 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 | ・コスト関係で、価格の減額要請を受けていた分がこれから収益に加えられることが気掛かりだが、受注が前年比で130%、3か月前と比べても150%ほど増えている。量的には非常に好調に推移しており、収益も出始めている。 |
| | やや良くなっている | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・復興事業を見越しての買換えが始まり、ミキサー車や建機類の増産、受注が来ている。 |
| | | 金融業（役員） | 取引先の様子 | ・取引先の業種間で好不調の格差が拡大している。具体的には東日本大震災後の落ち込みから回復をみていた自動車関連の製造業において、タイの洪水の影響から再度50%程度の減産になり、苦しい状況が続いている。一方、外食レストランを中心に、サービス業では着実な回復が継続している。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 取引先の様子 | ・飲食店の忘年会予約件数が前年同時期よりも増加傾向にある。販売促進のための広告出稿も増加したり、アルバイト求人も増えている。 |
| | 司法書士 | 受注量や販売量の動き | ・景気そのものが良くなったわけではないが、今月は臨時的な仕事が入った関係でやや良い。 | |
| | 変わらない | 食料品製造業（営業統括） | 受注量や販売量の動き | ・ユーロ安の影響もあり、ポジョレーヌウォーに押され、国産品は大変苦戦を強いられている。 |
| | | 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・少しずつではあるが注文が入ってきている。冷え込んだ市場に購買意欲が芽吹いてきたのかと期待している。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・年末商材の受注対応で一時的に忙しくなったものの、店頭一般商材の受注は相変わらず低迷している。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・売上は多少増加しているが、厳しい状態が続いている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が思ったように増えていない。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | | 受注量や販売量の動き | ・当社の車種にはタイの洪水の影響はなかったため、前年と同じか、それより少し良いくらいではある。全般的に9～11月と同じようなペースで、変わらない。 | |
| 輸送用機械器具製造業（経営者） | | 取引先の様子 | ・取引先関係では、仕事が多くある会社もあれば、少なくなっている会社もあり、どちらも言えない。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 | |
|----------------|---------------------|-----------------------|---|--|--|
| | | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・現在は特にネットショップやホームセンター向けの冬物対策商材、防寒商材等、特に石油ストーブ、湯たんぽ、室内インテリア商材等の動きが例年よりは多く、物量も確保している。しかし、昨年はエコポイント効果があったこともあり、今年は白物家電の動きが落ち込んでいるため、全体的には例年並みである。 | |
| | | 金融業（経営企画担当） | 取引先の様子 | ・観光業についてはシーズンオフに入る。製造業は円高の影響で受注に懸念を感じている。 | |
| | | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | それ以外 | ・日刊紙の広告は県内出稿が回復してきているようである。しかし、約3万部発行のミニコミ紙では、レギュラーで出稿していた広告主の停止が目立ち、変わる広告主もままならない状況だと聞いている。当社のチラシ出稿量は105.1%で、2か月連続で前年を越えている。 | |
| | | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・多くの所は売上が増えても減ってもおらず、忙しい事業所でも採算は大して良くはない。 | |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・引き合い、受注量共に特段の変化は見られない。競争の激化や価格の低下は否めないが、量的な変化はない。当面収益は厳しい状態が続く。 | |
| | | やや悪くなっている | 食料品製造業（製造担当） | 受注量や販売量の動き | ・数パーセントではあるが、前年比では落ちてきており、やはり買い控えの傾向にある。 |
| | | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注件数が前年より10%くらい落ちている。特に年賀状の落ち込みがひどい。 |
| 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | | ・油圧建設機械分野の仕事で仕事量が落ちていると共に、タイの洪水の影響により、関連自動車部品の出荷ペースに調整が入っている。 | | |
| 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | | ・タイの洪水の影響が出てきて部品が取り合いになり、調達できないなどで、生産が計画どおりに進まず、休業状態となっている。 | | |
| 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | | ・生産関連指標の伸びが鈍化しており、東日本大震災後、持ち直しの動きが緩やかになっている。内需も力強さに欠けている。 | | |
| 経営コンサルタント | 取引先の様子 | | ・東日本大震災後の戻りが一服し、下請製造業、小売業、飲食業、観光関連業種など、幅広い業種で業績が下降気味である。資金繰りも厳しくなっている所が増えている。 | | |
| 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 | ・東日本大震災でのボタン電話システムの増産、特需が先月で終了し、受注が激減している。 | |
| | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・11月は消費者を対象とした展示会を2回行ったが、残念ながら10月の卸対象の展示会と同様、来客数、売上共に前年比2割減である。 | | |
| | 建設業（総務担当） | それ以外 | ・公共工事主体で土木、舗装工事を行っているが、9月決算で売上高が24%減っている。受注高は前年比7%増であったが、東日本大震災の影響で工期延長を強いられたため、決算も3期ぶりに赤字になっている。 | | |
| | 通信業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・現在の得意先の中でも新規発注が無い。 | | |
| | 不動産業（管理担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・建物の大規模改修をしなくてはならないが、オーナー側はできる限りかかる費用を削減して欲しいとのことである。工期の短縮により人件費などを減らさなければならぬので、受注業者と金額面で折り合いを付けることに苦労している。 | | |
| | 雇用関連 | 良く なっている | 人材派遣会社（管理担当） | 求人数の動き | ・タイの洪水の影響で生産拠点を一時的に日本に移し、派遣中心で生産を実施している企業の求人が増加したため、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 | ・月の前半は、電子、自動車関連の備品製造等が目立ち、中間から後半にかけては、どちらかと言うと製造業よりも衣料品関係の小売、家電、エコ商品の販売がかなり動きを見せている。求人数については若干増えているようである。 | |
| | | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・今月あたりから以前と比べて仕事の量が増えている。製造業関係はタイの洪水により現地で仕事ができないので、忙しくなっているようである。 | |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・10月以降の求人数が増えており、11月の新規求職者の減少が見られるため、求人倍率等が現在は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 |
|---------|-----------|----------------|---------|---|
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（経営者） | 周辺企業の様子 | ・求人募集企業は今年の前半に比べると9月くらいから増加傾向にあるが、介護、サービス業などで、全体の募集人数は少ない。中堅、大手企業の社員募集はほとんどない。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・印刷関連企業での人員整理に伴う求職申込が目立つ。離職後の窓口相談では、経験した仕事が特定の部類に偏っていることなどから、再就職がなかなか難しい状況にある。また、タイの洪水の被害の影響が一部の製造下請企業に出てきているとの情報もある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年比35%増となっているが、緊急雇用創出事業や期間雇用等の有期雇用求人割合が多くなっており、正社員を希望する求職者とミスマッチがある。 |
| | | 学校〔専門学校〕（副校長） | 求人数の動き | ・求人数を含め、この時期になっても一向に良くなる兆しが見えない。求人数に関しては例年より悪くなっているようである。 |
| | やや悪くなっている | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・県内から撤退する企業が増えているため、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 | その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当） | 販売量の動き | ・毎年のことだが、この時期には売上が上向く。特に今年は大型タイトルの発売が相次ぎ、前年比で110%程度に伸びている。 |
| | | 商店街（代表者） | それ以外 | ・前年同月比では必ずしも良いとは言いきれず、現状維持といったところだが、3か月前はまだ東日本大震災の影響が若干あってひどい状況だったことを考えると、良くなっている。 |
| | やや良くなっている | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・雨が少なく暖かい日が続いており、人の出足が良い。秋の祭りなどの人出も良かったため、売上に繋がっている。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | それ以外 | ・3か月前よりは物が動いており、工事などの依頼が増えている。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 販売量の動き | ・今月は引越しなど家電製品を一式そろえる客がいた他、エアコン、LED照明など省エネ商品に買換える客が多い。 |
| | | 一般小売店〔米穀〕（経営者） | それ以外 | ・放射性物質の関係で九州産のお米をそろえているという理由もあるが、プレミアム付き商品券によって新しい客が少し増えている。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | 販売量の動き | ・紳士部門は継続して苦戦している状況だが、前月までと比較すると婦人服、婦人雑貨等が好調で、全体としても前年比プラスで推移している。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | 販売量の動き | ・お歳暮の催事会期縮小の影響も受けず、前年比4.5%増と売上が好調な動きを見せている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・前月と比較して、若干なりとも客数が多くなっている。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | お客様の様子 | ・立て続けにキャンペーンを行ったところ、予想以上の反応があったため、やや良くなっている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・気温の低下と共に秋冬物目的の来客が多くなっている。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | 販売量の動き | ・今月は販売促進策を講じたため、今までよりも5%売上が伸びている。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕（従業員） | 単価の動き | ・前月に比べて売上の客単価がやや上がっている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・暮れが近付いているためか、3か月前に比べると客数は少しずつ増えており、景気はやや良くなっている。 |
| 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・販売量に関しては、11月は行楽シーズンで紅葉狩り等の回数が増えてきている。客もそれぞれ、何となく外に出てみようかという気分になっているようである。 | | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-------------|-------------------|--|--|
| | | 旅行代理店（支店長） | お客様の様子 | ・秋の繁忙期ということもあり、例年どおり客が動いている。さらに今年前半に中止又は延期になった客が秋へ移動し、今月は一番動いている。来年5月に開業するスカイツリーの団体予約が11月22日から始まったことを受けて、来年の団体の問い合わせ、注文等が入ってきており、良い流れになってきている。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・秋の企画商品の申込が伸びている。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・11月に入ってやや良くなっている。会社からのオーダーが以前より多く感じられるのは、この時期による接待又は早めの忘年会などによる影響だと思う。深夜の長距離客も少し増えているようである。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今月は心配したほど悪くはない。都心の店のネオンも以前の輝きを見せ、週末などは人の動きに活気があるように見える。タクシーの需要も中距離客が増えたようで、最近はカードで支払う客がほとんどであり、良い傾向である。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・前年実績と比べるとかなり落ちているが、3か月前に比べると今はトップシーズンなのでやや良くなっている。 |
| | | ゴルフ練習場（従業員） | 来客数の動き | ・利用金額は控えめで売上的には前年並みだが、来客数が前月、前々月より伸びているため、やや良くなっている。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | 来客数の動き | ・10月に引き続き客入りが順調で、前年同月並みに戻りつつある。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔印章〕（経営者） | 来客数の動き | ・今、年賀状の印刷等を受け付けているが、非常に悪い。どういう経済情勢になってしまったのか分からないが、厳しい状況である。 |
| | | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | 販売量の動き | ・案件数はそれほど多くも少なくもなく、本当に変化がない。季節商材はやっと売れ始めたが、例年に比べて特段売れているということでもないため、変わらない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・お歳暮ギフトの客数は前年並みだが依頼件数が減少しているため、前年比4%減である。また、防寒衣料のコートの動きが鈍く、特に紳士物は前年比20%減の傾向である。 |
| | | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・来客数は前年を超えており、秋冬物の衣料品に動きは見られるものの、本格的な寒さを感じないせいか、冬物のコートが若干弱くなっている。 |
| | | 百貨店（総務担当） | 単価の動き | ・単価、件数、客の動きを含めて、全体として前年を少し割る95%くらいの動きである。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・お歳暮商戦はギフトセンターが順調に推移している反面、法人需要の減少傾向は強まっている。 |
| | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・気温の低下によって、多少婦人服で防寒の動きが出てきてようやくといった感があるが、まだ大きな動きにはなっておらず、客数も伸びていない。 | |
| | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・季節商材の購買目的客が少ない。 | |
| | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・前月は若干持ち直したものの、今月に入って婦人ファッション、食料品が共に伸び悩み、3か月前の水準に戻ってしまっている。11月はお歳暮の早期受注でもあり、出足は厳しいと予想はしていたが、的中したようである。従来は客数微減、買上単価増により前年維持という構図だったが、今回は買上単価減少の傾向が見られる。婦人服についても防寒関連の動きが鈍く、食料品同様、単価上昇が望めない構造が見られる。 | |
| | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・来客数自体は前年並みだが買上率が低下しており、自分用の衣料品領域にその傾向が顕著である。暖かい気候も相まってコートのような高単価アイテムの動向が鈍く、全体の収益が伸び悩む要因となっている。他方、新入学、ランドセル、七五三など子供のための支出は動向が早く、やや伸長しているため、潜在的な購買意欲はあるととらえている。 | |
| | 百貨店（販売管理担当） | 単価の動き | ・営業時間を短縮したことによって来客数は減少しているが、今まで前年割れしていた平均単価と客単価が前年を超えている。一般顧客において一部高額品に動きが出てきたことから、イレギュラー要素を除いた売上高は前年と同水準を維持している。 | |

| 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 | ・客数の前年割れが続いている。低価格戦略による集客をしてはいるが、想像以上に客単価の上昇が見られず、平均単価も前年を下回っている。売上も通常の日より特売初日が突出している状況を見ると、日々の目玉商品を買回るバーゲンハンターの客が以前よりも増えてきている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・今月は週末の売れる曜日に雨が降ったりするなど天候不順が続いたため、客数が思うように増えず、その分売上が伸び悩んでいる。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・気温が下がってきて冬物の動向が活発になるかと予想していたが、今一つ動きが良くない。お歳暮商戦に入っても客の買い方がまだまだ昨年に追いついていない。ランドセル等の入園入学の前準備の動きも、今一つ良くない状況である。 |
| | | スーパー（営業担当） | 単価の動き | ・客数の推移としては変わらないが、買上単価が落ちている分、厳しい状況が続いている。 |
| | | スーパー（仕入担当） | お客様の様子 | ・今月は気温が非常に高く冬向けの商品動向は悪いが、買物に出かけるという行動を起こすことにはプラスに働き、前年同月を超えている。 |
| | | スーパー（仕入担当） | 販売量の動き | ・日中の気温が比較的高めに推移しているため、豆腐、麺類、コンニャク、練物等の鍋物関連商材の動きが前年に比べて落ちている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・例年だと7月に客数が最大となってピークを迎え、8月のお盆休み、9～11月とだんだん寒くなっていく過程で客数が少しずつ落ちていくのだが、このところの客数は7月の一番暑くて一番忙しい時に匹敵する感じである。しかし、客単価があまり良くない。たばこの値上がりによって、たばこだけの客が多い気がしており、たばこの売上が客数も押し上げている状況である。 |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・デザート類や高品質な商品の売上が伸びているが、同時に低価格な飲料や菓子類の伸びも大きい。客の使い分けが顕著になり、景気の良し悪しが判断しにくくなっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・このところ客数は可もなく不可もなく横ばいで、変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・プレミアム付き地域券等が復活して活気が戻りつつあるが、来客数から店の価値をはかると、まだ努力、工夫の余地がある。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・11月は気温が例年より高く客数は減っているが、積極的に重点部門商品を作って販売したため、売上は増えている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・例年に比べ気温が高かったため、冬物商材の中で特にブルゾン、ジャケット等の売行きが悪い。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・3か月前の8月とは夏物バーゲンと冬物立ち上げの違いで比較にはならないが、温暖化の影響で中旬までは暖かく、ようやく寒くなってきたものの、冬物コート類もバーゲン待ちで、安くならなければ買わない様子である。売上も前年超えは難しく、景気はなかなか上向かない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・省電力を意識して機能性のあるインナーや防寒衣料を中心に要望が多いが、節約のなかにもおしゃれを求める動きが出ている。 |
| | | 衣料品専門店（営業担当） | 販売量の動き | ・今月の売上は前年比85%と、東日本大震災後は常に前年比80%台となっている。また、今年は暖冬のためニット類、コートの需要が全くない。当業界は相当難しい時代に入っている。 |
| | | 家電量販店（統括） | 単価の動き | ・需要拡大の刺激策が見当たらない。既存店の客数はほぼ前年超えで安定してきたが、客単価の落ち込みをカバーしきれない。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・来客にはそれなりのにぎわいがあるが、受注には至らない。まだ新車の購買意欲が表れてきておらず、周りの景気に影響されている感がある。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 単価の動き | ・軽自動車やスモールカーが中心の販売となっているため、変わらない。 |
| | | 住関連専門店（店長） | 来客数の動き | ・客数の伸びが変わってないため、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 |
|----|---------|----------------------------|---------|---|
| | | その他小売 [ショッピングセンター] (統括) | 来客数の動き | ・気温の低下により冬物が動き出し、紳士、ファミリー衣料は順調に客数を伸ばしている。クリスマスまでアウターを中心に売上を伸ばすと予想できる。映画は話題作がなく低調で来客数を落としているため、飲食が伸び悩んでいる状況である。 |
| | | 高級レストラン (店長) | 来客数の動き | ・来客数、売上共に前年と同程度である。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・3か月前の8月の前年比は売上92.1%、客数92.8%であり、今月は売上96.4%、客数98.3%である。ただし、金額としては8月のほうが上である。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・1件あたりの人数は倍増しているが、宴会数は横ばいである。 |
| | | 一般レストラン (店長) | 来客数の動き | ・とにかく人が来ない。店も維持できない状況になってきつつあり、賃料と経費の削減をぎりぎりのところまでやっている状態である。 |
| | | 都市型ホテル (支配人) | 販売量の動き | ・3か月前と販売量の動きは変わらない。 |
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・宿泊関係は、周辺のイベント会場で催物や学会等があったにもかかわらず来客数は前年を下回り、客室の広さやベッドのクオリティよりも料金優先で周辺の競合施設へ流れている。電車で30～40分圏内の競合他施設も集客に苦戦していることから、今月はビジネス、観光客共に当社を含む周辺地域の客の動きが鈍かったようである。レストランは、七五三の利用を中心に同窓会等小グループの利用を含め、集客はほぼ前年並みである。宴会は春から延期になった地区大会や学会等が入って集客は前年より多くあったが、単価の下落で売上は前年マイナスである。3部門で見ると、集客は前年を超え、売上は微増である。 |
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・婚礼見込みの来客は前年並みに戻ったが、成約しても招待客数が減少しているため、売上が伸びない。 |
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・以前に比べれば販売量は徐々に増えているが、前年には届かない。可もなく不可もないというような状況が続いている。 |
| | | 都市型ホテル (統括) | 競争相手の様子 | ・ホテル、飲食関係が特に厳しい状況である。 |
| | | 旅行代理店 (従業員) | お客様の様子 | ・3週目あたりから問い合わせの電話やファックスの数が減ってきている。国内の団体旅行受注件数が、全国から1日当たりたった15件前後しか入ってこない。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今月の客の様子は、非常に良い時と悪い時が極端にあり、全体的に見ると変わらない。 |
| | | タクシー (団体役員) | お客様の様子 | ・要因は分からないが、今月はここ数か月減少傾向であったチケット取扱数、換金額が共に前年同月比でプラスになっている。しかし、繁華街の人出は相変わらず悪い。 |
| | | 通信会社 (経営者) | 販売量の動き | ・テレビは9月以降継続して計画未達だが、ネットが好調である。ネットを切り口としたテレビ、電話販売と、テレビの集合住宅一括契約の廉価版投入でてこ入れを図っており、若干兆しが見えてきたところである。 |
| | | 通信会社 (総務担当) | お客様の様子 | ・新規加入と解約がほぼ同数で推移しており、平行線が続いている。地上デジタル放送化が一段落し、テレビ受信方法のすみ分けができたためなのか、不景気が影響しているのかはつかめていない。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | 販売量の動き | ・デジタル多チャンネルサービスの解約は以前に比べ減少しているが、新規契約数も伸びがない。 |
| | | 通信会社 (局長) | 販売量の動き | ・いつものボーナス商戦のような雰囲気はなく、販売量もやや下がり気味である。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | 販売量の動き | ・解約件数は落ち着いてきたが、新規加入も減少傾向にある。上位コース利用者の解約に比べ、新規加入は廉価コースに偏っている。 |
| | | 通信会社 (企画担当) | 販売量の動き | ・地上デジタル放送移行後の安定状態をなかなか脱出できない。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | 販売量の動き | ・3か月前から多チャンネルサービスの契約数は低調な状況が続いている。 |
| | | その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長) | 単価の動き | ・客単価が低い状況が常態化しており、客数の回復に対して売上が伸びてこない。特に目的性の低い商材に売上が入らない。 |

| 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 |
|----|-----------|-----------------------------|---------|---|
| | | その他サービス [保険代理店] (経営者) | 販売量の動き | ・景気が悪いなかでも一定の顧客層では販売量が増加し、また逆に、通信販売等の廉価なものに流される傾向が見られる。よって当店の売上は悪いという点で3か月前とあまり変わらない。 |
| | | 設計事務所(所長) | 競争相手の様子 | ・計画した民間の物件はなかなか具体化していかないが、耐震関係で役所の業務を行っているため、何とか乗り切ることができそうである。 |
| | | 設計事務所(所長) | お客様の様子 | ・コンサルタント業務以外は、悪いまま平行線で何の変化もない。 |
| | | 設計事務所(職員) | それ以外 | ・会社の設計受注自体は横ばい状態である。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・上半期決算の反動があって契約、売上共に低めの月だが、状況は前年並みであり、決して景気が良くはない。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・欧州の信用不安の影響で先行きが不透明ななか、住宅購入に慎重になっている。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・展示場や現場見学会の来場者数や商談の進み具合について、変化は見られない。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 単価の動き | ・契約数を見るとそれほど変化はないが、販売価格が適正価格でないと客の動きが鈍く、価格の見直しを行って現状維持の状態である。 |
| | やや悪くなっている | 商店街(代表者) | 販売量の動き | ・景気の減速はし好品からと思っていたが、現状を見る限り、すべての業種に広まっているようである。株価等による資産価値の減少や低所得者の増加などで世帯の可処分所得が減り、全体の景気を抑えている。 |
| | | 商店街(代表者) | 単価の動き | ・定年を迎えた客たちは、大事な物を買う場合にはやはり納得のいく物を買いたいという傾向が若干見られる。また、ニューファミリー層は買い控えており、よく検討した結果、我慢できる物は我慢してしまうという方向に動いているようである。そのため、売上は非常に厳しい。 |
| | | 一般小売店[文房具] (経営者) | 販売量の動き | ・事務用品店では年間を通して年賀状の売上が非常に重要な位置を占めているが、やはりパソコン等の関係で注文が減っていることがかなり響いている。 |
| | | 一般小売店[祭用品] (経営者) | 販売量の動き | ・夏の終わりごろにはまだ消費や受注があったが、11月は年末に向けて消費も今一つである。 |
| | | 一般小売店[酒類] (経営者) | 販売量の動き | ・暑さから寒さに向かい、前年同月比12%減である。 |
| | | 一般小売店[茶] (営業担当) | 販売量の動き | ・毎月の月間売上高が連続して下降すると数か月後には前年同月を上回る月が何回かあるのが今までのパターンだったが、ずっと下降が続き、歯止めがかからない。お茶に対する放射性物質の風評被害については、まだまだ消費者の間で懸念が消えない。 |
| | | 一般小売店[茶] (営業担当) | それ以外 | ・お茶の放射性物質の全量検査の結果が発表され、良くなる期待を持っているが、客に安心感はいかがなもの、売上の改善にはほど遠い。 |
| | | 百貨店(広報担当) | それ以外 | ・消費の二極化が進みつつある。高額品が売れ始め富裕層の購入意欲は戻りつつあるが、中間層の客の下振れ傾向からか、全体的に売上が回復してこない。客単価は上がっているが、来客数はやや減少し、買上率も下がっている。主要顧客である中間層の減少は消費の体力を確実に奪っていく傾向にある。 |
| | | 百貨店(店長) | お客様の様子 | ・東日本大震災に対しては精神的な部分で回復してきているが、欧州の信用不安や世界的な不況への不安感からか、買い控えが見られる。 |
| | | スーパー(経営者) | 来客数の動き | ・今月に入ってから急に売上が悪くなっている。客数、客単価共に下がっており、客の消費意欲が減退している。余計な物を買わないという意識が非常に強い。 |
| | | スーパー(店長) | お客様の様子 | ・当日の広告品、目玉品の買い回りが多く見られる。ワンストップショッピングではなく、価格の安い所、近隣店舗の買い回りが多く見られる。 |
| | | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・3か月前は夏のクールビズがあり、東日本大震災後の特需関連商材の動きがあったが、現在は冬に入ったにもかかわらず暖かい日が続いていた関係もあって冬物あるいは節電商材の動きが悪く、おでん関係を含めた食品の売上も悪い。さらに前年の家電エコポイントの反動で、住関連品が非常に厳しい。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-----------------|---------|--|
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・11月に入って来客数がかなり減っている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・景気の不透明感が強まり、客数が若干落ちてきている。 |
| | | 家電量販店（店員） | 単価の動き | ・昨年又は3か月前と比べ、パソコン分野が低価格帯になり、全体的に市場の活性化に結び付きにくくなってきている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・整備は順調に入っているが、販売は前月からあまり芳しくなく、3割減となっている。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 単価の動き | ・東日本大震災後、受注しても製造ができなかったトラック関係が遅れて納車になったため、ここ数か月間は販売量が増えていたが、今月になってある程度受注も販売も落ち着いてきたため、全体的な売行きが落ちてきている。また、売上は多少上がっているが収益は逆に落ち、増収減益となっている。増収の理由はあくまでも震災後のオーダーに対して作れなかった車が、たまたま10、11月に登録をしているということである。利益は大きく下がってきており、単価の動きからもやや悪くなっている。 |
| | | 住関連専門店（統括） | 販売量の動き | ・土日の来客数はある程度見込め、よく入っているが成約に結び付かず、比例しない。こここのところ見て帰ってしまう客が特に目立ち、売上もその分伸び悩んでいる。 |
| | | 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や復興ムードも一段落し、個人の利用は変わりなく推移しているが、企業の利用状況は減少傾向にあり、利用者によってかなり差がある。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今月はあまり良くない。12月の忘年会シーズンを迎えて客は少し控えているようで、それだけ客に余裕がない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・夏休みごろはまだ東日本大震災の復興ということで客に消費意欲があったが、本来なら上がってくる年末なのに、例年に比べてだんだん弱くなっており、むしろ厳しい。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・当店は繁盛店のため平均すると前年と変わらないが、周囲を見ると、普通はもっとある盛り上がりがない。 |
| | | 通信会社（局長） | 販売量の動き | ・消費意欲の低迷が極めて顕著である。12月のボーナス商戦への買い控えかは判断が付かないが、低価格商材への要望が強く、生活の豊かさにお金を使う機運が全く感じられない。 |
| | | 通信会社（管理担当） | 販売量の動き | ・7月のアナログ放送終了以降、販売量は減少している。11月は例年、年末商戦に向けて増加傾向に転じるが、今年はいまだにその傾向が表れていない。 |
| | | パチンコ店（経営者） | 競争相手の様子 | ・競合店も減っているが、当店の夕方から入ってくる客数がやはりピークの時間帯に比べて10～20人ほど減少しているようで、夜が少し弱い。サラリーマンの客が前に比べて来ていない実感である。 |
| | | 設計事務所（所長） | 競争相手の様子 | ・当社のような設計業務は、新築物件が非常に少ないなかで毎年のように業者が増えており、非常に低価格の競争になっている。このままいくと共倒れの現象が非常に大きくなり、なお景気はマイナス方向になる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き | ・毎年だが、展示場への来場数が減ってきている。 |
| | | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | お客様の様子 | ・例年であれば建材関係の受注が増えてくるが、今年はまだ受注が伸びないという話を聞いている。特に東日本大震災の復興需要を期待していたような会社もあるが、まだそういう動きが見られないということである。 |
| | 悪くなっている | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き | ・本当なら年末に向けてボーナス商戦等で品物が動かなくてはいけないのだが、何よりテレビ、電化製品の単価が本当に下がってしまい、台数を売っても前年と同じような売上は上がってこない。前年はエコポイントの駆け込み需要などもあってその流れで11、12月は結構忙しかったが、今年はそれもないため、全体的な売上は下がっている。 |
| | | 一般小売店〔家具〕（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が少ない。前月もそうだが、特に11月に入ってから、ほとんど毎日客数が激減してる。 |

| 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〔食料雑貨〕（経営者） | 来客数の動き | ・隣駅に巨大なショッピングモールが開店し、客数が激減している。駅ビルの増床計画もあり、商業施設が無計画にあり過ぎ、本当に街のために良いのか疑問を感じる。 |
| | | 一般小売店〔靴・履物〕（店長） | 来客数の動き | ・来客数というより街の中の通行量が非常に減っている。前年から大きなスーパーが2軒閉店となり、街のほうへ来る客が非常に少ないことに加えて、単価が非常に低い。千円の靴とも言えないような靴を皆一番良かったと言いつつ、もう生産されていないのだが、あれがないか、あれが履きやすかったなどと言って方々の店を探し回っているような状況である。 |
| | | 百貨店（総務担当） | 来客数の動き | ・来客数が前年比10%ほど落ちている。広告を減らしていることもあるが非常に厳しい状態で、特に夕方からの来客の減少が顕著である。買い回りを促す施策を講じているが、なかなか結果に結び付かない。 |
| | | スーパー（ネット宅配担当） | 単価の動き | ・メーカーからの条件が異常なほど出ており、販売単価が下落している。生鮮では野菜が相場安で下がっており、売上が減少傾向にある。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | 販売量の動き | ・気温が高い日が続く、冬物商材の動きがここ数年見たことがないほど鈍い。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・東日本大震災以降、売上は相変わらず低迷している。今月も天気が大きく左右されて売上は苦戦し、特に客単価が前年より3割強低下している。重衣料の動きが悪く、1点単価も落ちている。 |
| | | 家電量販店（営業統括） | 単価の動き | ・エコポイント制度終了、地上デジタル放送開始、東日本大震災復興など一連の消費拡大的なイベント消費が終えんを迎え、暖冬と円高が追い打ちをかけて消費者の購買意欲は盛り上がりがない。唯一、時計、一眼デジタルカメラが売上が伸びているが、タイの洪水で一眼デジタルカメラの供給が大きく下落する状況になり、浮上していく糸口も見えない。 |
| | | 家電量販店（副店長） | 販売量の動き | ・前年のエコポイント対象商材、特にテレビの動きが悪い。特に今月は、昨年の駆け込み特需の影響が大きい。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | 販売量の動き | ・売上台数は納期の改善と登録可能車の販売によってマッチ率が大きく改善したが、受注の急激な失速が影響して目標に届いていない。受注台数は前年、前年比共に実績を大きく下回っている。月末のバックオーダーの大幅不足が懸念されている。 |
| | | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | お客様の様子 | ・年末に向かう一番良い時期なのに注文が少ない。 |
| | | 通信会社（管理担当） | お客様の様子 | ・7月24日の地上デジタル放送移行後、客のテレビ購入意識の低下により、家電量販店を含むケーブルテレビ業界の加入数の鈍化が顕著に見える。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・顧客が収入の減少により消費を控えており、他社を含め低価格が人気で、売上が伸びない状況である。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・新しい客も若い利用者も増えているが、結果は非常に落ち込んだ前年とほぼ横並びである。常連である高齢者の利用回数が減っており、さらに元気がないようである。 |
| 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・今月の販売量は目標数字の約50%となり、景気は3か月前に比べて悪くなっている。東日本大震災後、様子を見ていた客が動き出して住宅、不動産の購入が一時期は進んだが、需要は底が浅く、ここ2か月は低迷となっている。 | | |
| 企業動向関連 | 良く なっている やや良く なっている | — | — | — |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・お歳暮用の需要が例年より良いようである。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・当社特有の季節要因によるものであるが、やや良くなっている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・印鑑や印刷の仕事をしているが、今月は会社設立に関する印鑑の注文が7本出ており、例年よりも多い。個人需要のほうでも、通常は象牙の実印や銀行印は月1本出るか出ないのだが、象牙物の受注が3本ある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・今まで流れていた物が少しずつ数が増えてきたので、会社全体としてはかなり多くなっている。 |

| 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 |
|----|---------|-------------------|--------------|---|
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年の80%程度の売上で推移しており、20%分の手手が余っているため輪番で休業してもらっている状況だが、3月11日以来、少しずつ売上は増えてきている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・引き合いが比較的多く入ってきて、仕事が少し増えてきている。年末、期末の追い込みの仕事とも考えられるが、比較的地方からの引き合いが多くなってきているため、多少は良くなっている。 |
| | | 通信業（広報担当） | 受注量や販売量の動き | ・前月に引き続き、前年同月比で2けたの伸びが続いている。 |
| | | その他サービス業〔警備〕（経営者） | 取引先の様子 | ・公共事業の仕事が例年同様に増えつつある。 |
| | 変わらない | 繊維工業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・安価なものには注文が入っているが、ある程度金額が張る物はサンプルの注文はあってもなかなか商品として多量の注文が入らない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（所長） | 受注量や販売量の動き | ・年末の繁忙時期に入り、ようやく安定的な数字獲得ができるようになってきている。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・東日本大震災の復興が始まり景気が少し上向くかと思っていたが、タイの洪水や欧州の信用不安、円高等でやはり景気は良くなっていない。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ここ数か月、受注量は相対的に減少気味だったが、一部の顧客でタイの洪水の影響による代替生産が決まり、大きな赤字は出さずに済んでいる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・身の回りの景気はここ2、3か月全く変わらず、停滞したままである。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・円高の長期化により、海外生産、現地調達が始まっている。 |
| | | その他製造業〔靴〕（経営者） | 取引先の様子 | ・デパート関係の小売の得意先はかなり絞っているという話を聞いており、特注等の物にもかなり力を入れてるようである。また、もう一つの得意先ではあつらえの品物等は特徴を生かしてやっているため、仕事量は減っていない。特徴のある物が動いている。 |
| | | 輸送業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・久しぶりに新規の業務依頼が来ているが、料金が大変に低く、その交渉に手間取っている。なかなか妥結には至らず、荷主側の経営環境の厳しさを感じる。 |
| | | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・当社は自動車関係の仕事をしており、東日本大震災並びにタイの洪水の関係で非常に生産が落ちているという話なので、その影響で物量が減っている。大変苦しい景気に直面している。 |
| | | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先が当社以外とも取引しているというのであれば違うことになるが、当社の独占であっても、動きが出たかと思うと急に止まってしまう。従来のように安定した品物の動きがない。 |
| | | 金融業（支店長） | 取引先の様子 | ・客の取引の受注状況を考えて、特段良い材料もなく、悪いというほどの材料もないため、変わらない。 |
| | | 金融業（役員） | 取引先の様子 | ・資金需要は相変わらず低調である。最近立て続けに建設業の倒産、廃業があった。商店街も元気がなく、廃業後、賃貸募集をしても新規開業希望者がいない状態である。製造業の一部は持ち直しつつあるが、全体的には受注は戻っていない。 |
| | | 金融業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・取引先の客の様子は、まだ売上が若干、減少が止まらない。売上が下がっていても利幅がまだ戻ってきてないため、財務内容はかなり苦しい。これらを総合すると若干落ちている又は落ち気味である。 |
| | | 不動産業（総務担当） | 取引先の様子 | ・拡大した空室率の改善は徐々に見られるが、賃料相場が依然低迷しているため、フリーレント期間を長く設定せざるを得ず、景気が良くなっているとは到底思えない。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・景気に左右されていないケースと大きく影響されているケースが両極になりつつあり、低調なまま推移している。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・良いとは言えないものの、小売、飲食などで客数が伸びているところがある。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-----------|---------------------------|--------------|--|
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・このところ中小企業の緊急融資の返済について相談が増えている。据置期間中に業績が回復するかどうか不安になってきているようであり、現実には多くの企業では低迷したままで、回復の兆しさえつかめていない。 |
| | | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。 |
| | | その他サービス業 [映像制作] (経営者) | 取引先の様子 | ・取引先も支店の統合など事業縮小等が行われている。また、不景気の話ばかりが聞こえる。 |
| | | その他サービス業 [廃棄物処理] (経営者) | 受注価格や販売価格の動き | ・取引先工場などの顧客の稼働率の低下で市場が小さくなっており、同業他社との価格競争が激化している。 |
| | | 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 | ・見積りは多少増えてきているが、相見積り競争であるため、契約に結び付くほどではない。 |
| | やや悪くなっている | 出版・印刷・関連産業 (経営者) | 取引先の様子 | ・例年は年末の売り出し等の仕事があるが、今年是不況のこともあって近年にない異常を感じている。 |
| | | 出版・印刷・関連産業 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・会員数の減少が理由と聞いているが、定期刊行物の印刷部数が更に少なくなっている。 |
| | | 金属製品製造業 (経営者) | 取引先の様子 | ・目先の仕事で年末にかけては忙しい状況が続いているが、客先の発注が短納期になってきている。 |
| | | 一般機械器具製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・資金の借入があったためなんとか持ちこたえているが、本当にもう景気の回復を祈るだけである。 |
| | | 精密機械器具製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・前年同月と比べて10%くらいの受注減となっている。 |
| | | 建設業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・地元の商工会議所のアンケート調査では、建築関係についてが一番見通しが悪く、業績も一番悪くなっている。 |
| | | 建設業 (営業担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・T P P交渉参加への協議の問題で世の中の動きが少しずつ変化をしており、貿易関連や車販売を始め輸出を行っている顧客の設備投資が控えられてきている。 |
| | | 建設業 (経理担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・受注単価が下がる一方で、採算を取るのとはとても大変になってきている。下請のなかで、今年中や今年度一杯で廃業するという知らせが、ここにきて数社届いている。採算を割ってまでの受注に、いよいよどこも皆行き詰まってきているようである。 |
| | | 輸送業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・タイの洪水の影響により、荷量が減少している。 |
| | | 輸送業 (総務担当) | 取引先の様子 | ・荷主から出荷計画に沿って準備をするよう指示があったが、一向に出荷量が増えてこない。半月遅れで生産を開始するとの情報があるが、定かではない。 |
| | | 金融業 (支店長) | 取引先の様子 | ・日本国内の株式相場低迷、超低金利、円高の状況が続いている。資金運用のタイミングとしては悪くないはずだが、法人個人共にかかなり慎重になっており、リスクを取らない。公共債人気が高まっている。 |
| | | 不動産業 (経営者) | 競争相手の様子 | ・新築物件は、建築完成から3～6か月かけてようやく決まったようである。これまでにはなかった現象で、借り手市場の世界になっている。売買物件も9月ごろから厳しさを増している。 |
| | | 広告代理店 (経営者) | 取引先の様子 | ・昨年まで当社随意であった仕事で、今年はやり方を変えたいからと他社扱いになっている。その仕事は客先に一定の成果をもたらしていたが、客先も相当苦戦しており、一定の成果では足りなくなったようである。 |
| | | 税理士 | 取引先の様子 | ・取引先の安定していた不動産賃貸業で事業者に貸していた所などでも、10数年入っていた所が全部出てしまった。 |
| | | 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 | ・マンションへのインターネット環境整備にかかる設備投資について、前月比で受注件数が若干減少してきている。 |
| | 悪くなっている | 金属製品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・確実に国内製造が減り、海外生産へ移管が進んでいる。大手は円高や海外需要を取り込みシェアを上げるために、安く作って他社より安く売るため、生産の現地化を本格的に実施しており、国内での受注量は減る一方である。 |

| 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 |
|------|-----------|----------------------|--------------|---|
| | | 建設業（経営者） | それ以外 | ・円高に加えて自然災害のため、悪くなっている。 |
| | | 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。 |
| | | 金融業（渉外・預金担当） | 取引先の様子 | ・各種製造業先では、全般に渡って受注量は回復していない。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | それ以外 | ・株価の下落や円高が足を引っ張っている。 |
| 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 | ・引き続き景気は良いとは言いきれない状況は続いているが、数か月前に比べ求人数は増加している。年末に向けての一時的な人材需要ということではなく、全体的な求人件数の増加と判断している。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 採用者数の動き | ・新卒採用に意欲を示す企業が少し増加している。控えてきた昨年までの反動もあり、理工系学生や留学経験者の採用枠を広げる企業がある。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求人数の動き | ・前年同月ほどではないが、3か月前と比較すると求人数が増えている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・求職者が11月に入って急に減少している。季節的な落ち込みはあるものの、前年同月比で14%減少している。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・自動車業界のメーカーのクライアントが多く、東日本大震災、タイの洪水等で大きな被害を受けたが、需要がかなり見込めているようで、業況がかなり回復してきている。特に海外でも使えるような要員を求めている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・どの業種も特に求人数の増えている所はない。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | 求職者数の動き | ・シニア層の求職者がやや多いが、若年者から30代の求職者は仕事を選ぶ傾向にあることもあるため、登録者数は多くない。そのためマッチングが難しい。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求人数の動き | ・求人数は一向に増える気配がないが、このところパート、アルバイトの割合が増えている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・タイにある大手自動車メーカーの部品工場が浸水し、部品調達が困難になったことから、11月上旬より一部車種の減産を開始した。自動車部品の工場が広がる管内においては減産が長期化すれば、雇用への影響が心配されるところである。しかし12月上旬より通常の稼働生産になるということで、サプライチェーンは回復するようである。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・新規求人は衰えることなく順調に入ってきている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・求人自体は依然活発な状態にある。 |
| | | 学校〔短期大学〕（就職担当） | 雇用形態の様子 | ・企業求人が短大に届かない状況なので、新聞に入ってくる近郊の企業求人、日曜版の求人、アルバイト、契約などの開拓を行っている。 |
| | | 学校〔専修学校〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人獲得数は前年同月比でほぼ横ばいであり、大きな伸びは見られない。 |
| | やや悪くなっている | 人材派遣会社（支店長） | それ以外 | ・通常なら繁忙ニーズが多く出てくる時期だが、社内でやり繰りするとの理由で依頼が入ってこない。派遣受注数が前月をピークに下がり気味である。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 雇用形態の様子 | ・今年度中に採用予定の無期雇用の件数が減少している様子である。今期は採用を見送り、来期採用に計画変更しているのかもしれない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・求人募集の件数は他媒体の顧客等により増えてはいるが、今回も4件ほど、募集後に増産予定が中止になった等で必要なくなり断ったというケースがある。企業側としても相当苦しい状況にある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・前年比で常用、パート共に新規求人数は増加しているが、人手不足のIT、介護関係の求人が多い。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-------------|-------------------------|--------|---|
| | 悪く なっている | 求人情報誌製作 会社（広報担 当） | 求人数の動き | ・東日本大震災、円高、タイの洪水と、悪条件が連発しているため、一時の求人広告復活の勢いが止められてしまった感じである。 |

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 | |
|----------------|---------------|-------------------------|--------------------------|---|---|
| 家計 動向 関連 | 良く なっている | ○ | ○ | ○ | |
| | やや良く なっている | 一般小売店〔酒 類〕（経営者） | 販売量の動き | ・わずかではあるが飲食店でのアルコール類の販売量が増加している。 | |
| | | スーパー（店 員） | お客様の様子 | ・最近では年末年始等の予約で高価な物を買う客が増加しており、客単価が上昇している。 | |
| | | スーパー（営業 企画） | 単価の動き | ・単価の高い商品の動きが良くなっている。 | |
| | | コンビニ（エリ ア担当） | 来客数の動き | ・来客数がやや持ち直してきており、たばこ以外の商品も前年同月を上回るようになってきている。 | |
| | | コンビニ（商品 開発担当） | 販売量の動き | ・プロ野球関係のチケット販売が好調である。前年のたばこ値上げ時の反動でたばこが好調のため、全体的に売上が伸びている。ただし米飯商品は厳しく、惣菜など日持ちする商品が好調となっている。 | |
| | | 乗用車販売店 （経営者） | 販売量の動き | ・新型車の投入効果がまだ続いている。また、エコブームにより低燃費の車に人気がある。 | |
| | | 乗用車販売店 （従業員） | お客様の様子 | ・全体的に客は値段に厳しいが、今月の販売台数は良く、景気は良くなっている。 | |
| | | 乗用車販売店 （総務担当） | 販売量の動き | ・新車販売で受注量が伸びている。 | |
| | | その他飲食〔仕 出し〕（経営 者） | 販売量の動き | ・東日本大震災の影響などの要因は少しずつ薄れつつあり、購買意欲が高まりつつある。 | |
| | | 観光型ホテル （経営者） | 来客数の動き | ・3か月前に比べて前年との売上の減少幅が減ってきており、11月、12月は前年と同じ予約数を得ている。来客数の動きからやや良くなっている。 | |
| | | 都市型ホテル （支配人） | 来客数の動き | ・宿泊は稼働が回復傾向にあり良くなっている。ただし価格は上げづらく、宴会は依然として低迷している。忘年会も会費5000円を切る低価格志向となっている。 | |
| | | 旅行代理店（従 業員） | お客様の様子 | ・客からの旅行申込や出張の切符手配は増えている。社員旅行も実施する企業が多くなっている。底は脱し、回復途上にあることが感じられる。 | |
| | | タクシー運転手 | 単価の動き | ・今月半ば過ぎから、飲んで帰る客が中距離、長距離共に増加している。 | |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・今月になって、販売量が前年に比べて増加している。 | |
| | | 変わらない | 商店街（代表 者） | 来客数の動き | ・来客数に比例して売上が5%減少している。 |
| | | | 商店街（代表 者） | お客様の様子 | ・消費マインドが少し改善してきている。 |
| | | | 商店街（代表 者） | 販売量の動き | ・拠点駅周辺の売店は前年同月比を上回っているが、郊外店は伸び悩み、全体的には変わらない。このような状態がここ2～3か月変わらず続いている。 |
| | | | 一般小売店〔生 花〕（経営者） | お客様の様子 | ・必要なものは買うが、余分なものに対しては財布のひもが固い。企業からの注文が特に少なく、会議や来客を迎えるための花は節約することが多くなっている。 |
| | | | 一般小売店〔自 然食品〕（経営 者） | お客様の様子 | ・今月は来客数が少ない日が多く、購買意欲に慎重さが目立つ。基本的に高額商品は控える傾向にある。 |
| | | 一般小売店〔時 計〕（経営者） | 来客数の動き | ・客単価が低い状態が続いている。 | |
| | | 一般小売店〔薬 局〕（経営者） | 来客数の動き | ・来客数の増加、客単価の上昇は見られず横ばいとなっている。他業種の経営者の話を聞いても悪い状態である。過疎化により、経済は伸びるどころか低下の一途をたどっている。 | |
| | | 一般小売店〔食 品〕（経営者） | 来客数の動き | ・11月は寒暖の差が激しく、来客数も日によって変動したため品ぞろえに苦労した。前年比でみると108%の売上となっているが、3か月前と比べると変わらない。 | |

| 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 |
|----|---------|----------------|--------|--|
| | | 一般小売店〔惣菜〕(店長) | 販売量の動き | ・今月はプロ野球関連のセールなどがあり一時的に集客があったが、通して見れば前後の買い控えムードを含めそれほど伸びていない。ただし、前年と比べて極端に悪いということではない。 |
| | | 百貨店(売場主任) | お客様の様子 | ・平日の客は見ているだけだが、土日は家族で来店して購買意欲も高くなっている。売上が予算を超えており、結果はプラスマイナスゼロとなっている。 |
| | | 百貨店(売場主任) | お客様の様子 | ・気温が高いこともあり、防寒類やコート類の動きが悪い。来店しても購入には至らない。 |
| | | 百貨店(企画担当) | 販売量の動き | ・今月は気温が高い日が続く、例年であれば防寒アイテムが売れる時期になっても動きが鈍く、売上は伸びていない。 |
| | | 百貨店(経理担当) | 単価の動き | ・気温の低下に伴い、冬物衣料がようやく動き出した。お歳暮商戦については客単価が下がっており、盛り上がりには欠けるスタートとなっている。 |
| | | 百貨店(販売担当) | お客様の様子 | ・プロ野球の優勝セールやカード顧客の優待イベント等で月初は好調な動き出しであったが、途中、日本シリーズ後のセールに対する期待による買い控えが生じた。日本シリーズ後はセール、通常販売共に動きが回復し、ショップブランドのイベント等もあって対予算・対前年共に何とか達成の見込みであるが、季節商材の動きが良くなる時期に買い控えが重なってしまい、非常に厳しい状況である。 |
| | | スーパー(経営者) | 単価の動き | ・日用品の販売において、大型店や中小店で価格破壊が起きており、消費者が振り回されている。 |
| | | スーパー(経営者) | お客様の様子 | ・悪い状況が続いているが、季節商材の動きは若干良い。 |
| | | スーパー(経営者) | お客様の様子 | ・来客数は増加しているが、売上増には至らず、3か月前と比べて変わらない。 |
| | | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・依然として野菜の価格が不安定ななかで、あえて低価格を訴求して集客を図っている。安くても必要ない物は買わない傾向がみられる。 |
| | | スーパー(店長) | 単価の動き | ・買上単価が低下しており、回復傾向にない。ギフト等の単価は特に低下傾向となっている。 |
| | | スーパー(店長) | 単価の動き | ・来客数は若干増加しているが、客単価が低下している。 |
| | | スーパー(店員) | お客様の様子 | ・大型店が改装オープンしたが、思ったほど客の流れは変わっていない。客がチラシの格安商品のみを手にする状況は相変わらずであり、買い控えはまだ続いている。どんなに安くても必要な分だけを買う様子が見受けられる。 |
| | | スーパー(総務担当) | 来客数の動き | ・特売チラシを入れた日は来客数が増加するが、入れない日は増加しない。 |
| | | スーパー(販売担当) | 来客数の動き | ・来客数が減少している。 |
| | | コンビニ(企画担当) | 来客数の動き | ・来客数の動きは、前年並みで推移しており、3か月前と比べても変わらない。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | それ以外 | ・売上は前年の水準をクリアしているが、大幅な改善はみられない。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | 来客数の動き | ・来客数が4%程度減ったが単価の下げ幅は少なく、何となく現状を維持している。 |
| | | コンビニ(店長) | 販売量の動き | ・ここ2、3か月の消費マインドは変わっていない。無駄な物は買わない、夜遅くまで飲食しない様子がかえらる。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 来客数の動き | ・客単価は戻りつつあるが、来客数の減少がそのまま売上減少につながっている。 |
| | | 衣料品専門店(販売企画担当) | お客様の様子 | ・安くて定番のものが売れている状況。少し高めのものを求める客も増え始めているがまだ低調である。 |
| | | 衣料品専門店(経理担当) | 販売量の動き | ・10月の売上高は前年比6.2%増で、特殊要因を除くと1.5%増となっている。同様に来店客数は2.0%増で例月に比べやや良い。ただし今月の数値は前年比マイナスで推移しており、一進一退となっている。 |
| | | 家電量販店(店員) | 販売量の動き | ・前年はエコポイントの駆け込み需要で良かったが、今年は売行きは平年並みで変わらない。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | 単価の動き | ・依然として価格を抑えたものを希望する客が多く見受けられる。 |

| 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 |
|----|-----------|-------------------|---------|---|
| | | 乗用車販売店 (従業員) | 販売量の動き | ・新車の受注はハイブリッド車を中心に動いている。客はエコカー減税の対象に間に合うかどうか納期に大きな関心を寄せている。車種によってはタイの洪水の影響により納期の遅れも発生しており、例年のような年末にかけての活気が感じられない。 |
| | | 乗用車販売店 (従業員) | 来客数の動き | ・先月に引き続き、来客数が増えている。メーカーの宣伝増大の影響もあるが、実際に注文の数も増えてきている。エコカー減税終了の話題も出てきているので、エコカー補助金終了の際に駆け込み需要があったように、減税終了に合わせて動いている客が多いようだ。ただ、工場への入庫数は減っており、収益的には厳しい状況は変わらない。 |
| | | 乗用車販売店 (従業員) | 販売量の動き | ・受注量を見る限り、良くも悪くもなく変わらない。 |
| | | 住関連専門店 (営業担当) | 販売量の動き | ・住宅エコポイント終了により持家住宅の動きが一段落していたり、会社関係の設備投資が厳しくなっている。リフォーム関係のみが好調である。 |
| | | 高級レストラン (スタッフ) | 来客数の動き | ・東日本大震災後の落ち込みから復旧したものの、来客数は減少が続き、客単価上昇によって辛うじて前年並みの売上を維持している。 |
| | | 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。寒さもあり、客足が鈍っている。 |
| | | 一般レストラン (従業員) | お客様の様子 | ・景気は相変わらず低いレベルで安定している。今月は特に寒暖の差が激しく、また週末の天候も悪く、客は外食をしようという気にならない様子である。 |
| | | スナック (経営者) | 来客数の動き | ・来客数の動きに変化がない。 |
| | | 観光型ホテル (販売担当) | 来客数の動き | ・宿泊数については相変わらず好調を維持しているが、一般宴会においてはタイの洪水の影響も出始めており、この先も不透明である。忘年会の受注状況も芳しくない。 |
| | | 都市型ホテル (営業担当) | 販売量の動き | ・客の需要が増えている様子はなく変わらない。予約状況は3か月先もほぼ横ばいな状態となっている。 |
| | | 旅行代理店 (経営者) | 販売量の動き | ・前年同月比を5%ほど割ったので、3か月前と比べて変わらない。 |
| | | 旅行代理店 (経営者) | お客様の様子 | ・東日本大震災の影響による旅行離れは収束している。個人旅行の需要は復活しつつあるが、急激な円高の影響で、企業顧客が景気動向を注視するあまり、旅行を手控えている状況にある。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今月は日本シリーズがあったので、当地域で試合がある日は比較的利用が好調であったが、暖かい日が続いたため、全体での利用は減少している。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・通勤時のタクシー利用が減少している。デパートのセール時の利用も前年に比べて減少している。 |
| | | 通信会社 (企画担当) | 販売量の動き | ・解約数は落ち着きつつあるものの、低価格メニューを開始したにもかかわらず、新規契約は伸びていない。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | 販売量の動き | ・光回線の普及に向けて、基本料金を買得にしたサービス開始に向けた準備を進めている。今後の期待があるが、年明け以降のサービス開始まで現状維持が続けている。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・扱う商品に対する問い合わせ、注文等の照会等、ほとんど変化がない。 |
| | | テーマパーク (職員) | 来客数の動き | ・平日に入込客数がやや上向きな曜日があるものの、土、日曜日の力強さに欠ける状況は変わらない。 |
| | | 美容室 (経営者) | 来客数の動き | ・8、9、10月は客足が悪かったのが今月に期待していたが、寒くなってきたためか月の後半は前半よりも悪くなっている。 |
| | | 美容室 (経営者) | 来客数の動き | ・毎年11月は売上が増加しない時期であるが、今年も同様に売上は変わらない。 |
| | | 設計事務所 (職員) | それ以外 | ・国内や世界の景気に影響されて、客が金を使わなくなっている。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・復興支援・住宅エコポイントの対象期間となったが、受注量に大きな変化は見られない。 |
| | やや悪くなっている | 商店街 (代表者) | 競争相手の様子 | ・相変わらず販売量が伸び悩んでいる。特に単価の高いものは全く売れなくなっている。同業他社が何件か廃業するとの話も聞き、景気が悪くなっている。 |
| | | 商店街 (代表者) | お客様の様子 | ・特価時の来客数から判断すると、やや悪くなっている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-----------------|--------|--|
| | | 一般小売店〔書店〕(経営者) | 来客数の動き | ・寒暖の差もあり、夜の来客数が減少している。 |
| | | 一般小売店〔贈答品〕(経営者) | お客様の様子 | ・冬の到来が遅く来客数が減少している。お歳暮の早期販売をやっても盛り上がりがない。 |
| | | 百貨店(販売担当) | 販売量の動き | ・景気の変動や心理的なものというより、不安定で異常な気象、気温によって客の購買意欲が低下している。本来動くべきものは動いているが、売上点数が増加していない。ただ、自然条件による顧客心理への影響は年々大きくなっており、気温の低下で動き出す可能性がある。 |
| | | 百貨店(販売担当) | お客様の様子 | ・通常であればボーナス需要が出てくる頃であるが、今年は非常に少ない。ボーナス自体出ない、もしくは減額という客が目立っている。クリスマスプレゼントの下見も少なく、かつ単価が低くなっている。製造業中心の土地であるため、円高やタイの洪水の影響も感じられる。 |
| | | 百貨店(営業企画担当) | 販売量の動き | ・月前半は高気温により冬物重衣料が不調であった。後半の気温低下により回復を見せるものの、前半のマイナスを補てんできていない。クリスマス商戦の前哨戦は低調な出だしとなっている。高額品の動きも鈍くなっている。 |
| | | 百貨店(営業企画・販売促進) | 販売量の動き | ・なかなか気温が下がらないため重衣料の売上が大幅に減少している。 |
| | | 百貨店(店長) | 来客数の動き | ・天候の冷え込みで衣料品は後半やや回復しているが、全般的に来客数が減っているため、生鮮食品を中心にやや悪くなっている。 |
| | | スーパー(店員) | 来客数の動き | ・今月は更に来客数が減少しており、売上も減少している。 |
| | | スーパー(営業担当) | 単価の動き | ・買上単価、客単価が上がっていない。買い控えは続いている。 |
| | | スーパー(販売促進担当) | 販売量の動き | ・近隣の競合店の影響もあるが、来客数、売上共に伸びていない。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | 販売量の動き | ・前年のたばこ増税の影響が今月もあって全体の売上は増加したが、弁当やドリンク等の主力商品の売上は前年より減少している。 |
| | | コンビニ(店長) | 販売量の動き | ・プロ野球に関連したセールなどイベントはあったが客足に動きはなかった。今月は販売量並びに来客数が減少している。 |
| | | コンビニ(店長) | 販売量の動き | ・菓子やパン類、アルコール飲料等の価格面でスーパーと競合しやすい部門は売上が減少し、やや悪くなっている。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 単価の動き | ・客単価と来客数の減少から、高価な商品が売れなくなっている。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | お客様の様子 | ・円高の影響が大きく、客の購買意欲はやや悪くなっている。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | 販売量の動き | ・今月に関しては大幅に販売台数が減少しており、下方修正した目標でさえ達成率75%前後で推移している。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕(店員) | 単価の動き | ・対前年で来客数はほぼ横ばいであるのに対し、客単価が20%ほど低下している。 |
| | | スナック(経営者) | 来客数の動き | ・繁華街は全体的に人が少なく金曜日に集中している。景気に不安があるなか、客の財布のひもは固い。1人で来店する客が多く、飲食店は複数の客を確保するのが難しくなっている。 |
| | | 都市型ホテル(経営者) | 来客数の動き | ・客の動きが不安定であり、予約数も伸びていない。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | 来客数の動き | ・年末年始の来客数増加を予想していたが、思ったより増加しておらず、低迷している。 |
| | | ゴルフ場(企画担当) | 来客数の動き | ・今月は比較的天候にも恵まれ暖かい日が多いが、入場者数は思ったほど伸びず、前年並みの入場者数にとどまっている。各ゴルフ場は少しずつ予算減といったところである。3か月前は暑い夏場であったが節電対策で大手企業が平日休業を行ったこともあり、入場者は多くあった。今月はゴルフシーズンのなかで最も入場者の多い月の割には来客数はやや悪くなっている。 |
| | | 美顔美容室(経営者) | 販売量の動き | ・3か月前から始まったホームケアキャンペーンで買った客が、まだ次の購入に至っていない。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 | |
|--------|-----------|---------------------|---------------------|---|--|
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・消費税の増税論議によって客がお金を使わなくなっており、やや悪くなっている。 | |
| | | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | 販売量の動き | ・サービス競争が厳しく、オーダー獲得に苦勞している。 | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | それ以外 | ・所得が減少して銀行の融資が受けられないため契約に至らない。先行き不安があり、やや悪くなっている。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き | ・例年通り、年末にかけて来客数が減少している。タイの洪水の影響もあるのか、製造業の多い愛知県にいると財布のひもが固くなったと感じられ、やや悪くなっている。 | |
| | | その他住宅〔住宅管理〕（従業員） | お客様の様子 | ・今月初めに不動産フェアを行ったが客の反応が全くない。今月は非常に悪くなっている。 | |
| | 悪くなっている | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・来客数が減少し、これに比例して注文数も減少している。 |
| | | | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・客が高齢化してきており、買い控えが顕著になり、売行きが悪くなっている。 |
| | | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・前年はエコポイント効果が非常に販売量に寄与したが、今年はその反動が販売実績に大きく響いている。テレビ、冷蔵庫、エアコンの販売量そのものが前年に比べ異常に低く、売上そのものに影響を与えている。 |
| | | | その他専門店〔貴金属〕（店長） | お客様の様子 | ・ブライダル事業である婚約指輪等の予算が減少しており、節約ムードが伝わってくる。若い客が以前に比べて金を使わなくなっている。 |
| | | | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・財布のひもが固く、更に厳しい状態になっている。 |
| | | | 通信会社（サービス担当） | 販売量の動き | ・光回線の受注率が大きく下回っている。 |
| | | | パチンコ店（経営者） | 販売量の動き | ・来客数の動きをみると、悪くなっている。 |
| | | | 理美容室（経営者） | 来客数の動き | ・11月はもともと閑散期であるが、前年に比べて来客数が減っている。 |
| | | | 理容室（経営者） | お客様の様子 | ・景気の良い話がなく、悪くなっている。客の回転が悪く安価な店に流れている。 |
| | | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・入札を希望する客が増え、価格競争が増し採算が悪くなっている。今までそれほど他社との差がなかったが、2割も安く作る会社が現れ、赤字になるだろうという金額で商売をしている。 |
| 企業動向関連 | 良くなっている | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前年同月と比較して売上は7.6%増加しており、増収増益となっている。 | |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | 取引先の様子 | ・派遣、要員を調達しても空要員がない状況で、求人が増えている。 | |
| | やや良くなっている | | パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・全体的に仕事量が増加しており、受注量や販売量共に3か月前と比較して4、5%増加している。 |
| | | | 出版・印刷・関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・年末年始の広告出稿需要が増加している。ブライダル誌の出稿も増加している。 |
| | | | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | 取引先の様子 | ・客先の製造量が増加しており、良くなっている。 |
| | | | 金融業（法人営業担当） | 取引先の様子 | ・衣料品小売では、省エネ志向もあり、防寒用の衣料が好調となっているほか、貴金属、アクセサリなどの小物類の売行きも堅調であり、良くなっている。 |
| | | | その他サービス業〔広告印刷〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・ほんの少しずつではあるが、受注量や問い合わせの電話の件数が増えてきている。 |
| | 変わらない | | 化学工業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・東日本大震災後、海外からの在庫受注要請が一段落し、先月は平準化した。予算も一部下振れしたが、平均するとほぼ予算どおりの動きとなっている。米国での需要は回復している。 |
| | | | 鉄鋼業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は本年度のなかでは高いが、前年と比べると15%ほど減少している。復興の遅れや急激な円高による自動車業界への打撃によって、東海地区全体に悪い雰囲気を生んでいる。 |

| 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 |
|----|-----------|--------------------|--------------|---|
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・タイの洪水で特需はあったが、他の地域の落ち込みをカバーするには至っていない。高価格品は売れず、利幅の少ない安い設備だけが売れている。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・タイの洪水については当初の予想より影響が少なかった。円が高止まりとなっている事の方が影響が大きい。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・サプライチェーンへの影響は東日本大震災によるものは収束しており、タイの洪水による影響は微小である。海外、国内の需要動向は改善がなく、全体として変化がない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・円高による景気に影響され、全般的には既存受注は落ち込みがあるが、タイの洪水に伴う需要でそれを埋めている状態である。3か月前と変わらない。 |
| | | 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 | ・円高で発注量が減少しているが、タイの洪水で代替品の発注が増加している。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新規物件の売行きもまざまざである。世間一般で言われるほど、景気が落ち込んでいる様子はない。 |
| | | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・軽油価格の高止まりで運輸事業の採算は引き続き厳しいが、消費財の物量は伸びている。単価は安いものの倉庫事業は安定している。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・発送、到着共に増加しているが3か月前と比べて変わらない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・アジア圏の貨物の移動は堅調となっているが、欧米が減少しており、全体として変わらない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | それ以外 | ・タイの洪水被害を受けて、輸入される製品や部品の動きが滞っている。この傾向が顕著になってきており、国内物流を停滞させている。取引先の話でも、部品供給が滞っており流通も低迷しているとのことである。 |
| | | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・従来は問題にならなかった投資までチェックが入るようになり、取引先的意思決定に時間がかかるのが顕著になってきている。相変わらず景気は厳しい。 |
| | | 通信会社（法人営業担当） | 取引先の様子 | ・景気が良くなる要因が見当たらない。現状維持に精一杯の感がある。 |
| | | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・タイの洪水や東日本大震災などの影響で自動車関連が改善していない。 |
| | | 金融業（企画担当） | 取引先の様子 | ・円高の影響、欧州の信用不安により個人の投資家は損益が出ており、現金化して様子見している状態である。この3か月は動いていない。 |
| | | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・価格の下落があるものの成約には至っておらず、3か月前と比べても変わらない。 |
| | | 不動産業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・事務所の新規需要が低下している。下降含みで判断すると、3か月前と変わらない。 |
| | | 企業広告制作業（経営者） | それ以外 | ・景気は横ばいである。しかし明るい兆しも見え始めている。新規需要を掘り起こすのではなく、細かく多様化した消費者の好みに適応できる製品やサービスを提供することが景気をけん引する。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・不動産関係の受注が少しずつ増えてきてはいるが、売上自体はそれほど変わっていない。 |
| | | 公認会計士 | それ以外 | ・先月よりも今月の方が会計事務所の取引先の月次業績が良好となっている。しかし、欧州の信用不安、円高、国内産業の空洞化等の不安要素が中小企業に与える影響は、何ら解決していない。 |
| | | 会計事務所（社会保険労務士） | 取引先の様子 | ・決算に当たっては、黒字になるところが増えてきているが、経費の節減に努めた結果といえる。受注量は増えてきているが、まだまだ危機感は強く、景気が上向いていない。 |
| | 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 | ・例年に比べて気温も高い日が多く、食品製造業としては受注状況が芳しくない。更にデフレ傾向は依然として続いており、既存販売先での販売状況はやや悪化している。 |
| | | 紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・タイの洪水の影響で、タイ向け梱包資材の受注量が減少している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・全般的に顧客の国内生産状況が低調で、需要が弱くなっている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | 取引先の様子 | ・製品加工を依頼している取引先はどれも仕事量が半減し、交替で従業員が休んでいるところも出てきた。特に自動車関連の受注量が減っている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 | |
|----------|-------------|------------------|----------------|---|--|
| | | 金属製品製造業（従業員） | 取引先の様子 | ・業界内のどの企業も忙しく納期調整にとても苦労している。プロジェクト完成が重なる来春まで忙しい。廃業が多く供給先が減っていることが背景にあるのだろうか。忙しくても利益にならず、やや悪くなっている。 | |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | それ以外 | ・低価格の製品に関しては大きな売上減はないが、高価格の製品に関しては動きが悪くなってきている。円高の影響が出てきて、徐々に採算が悪化してきている。 | |
| | | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | 受注量や販売量の動き | ・毎年恒例の新入社員の生産実習を一時的に休止するほど、タイの洪水の影響により生産量が落ち込んでいる。 | |
| | | 建設業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・公共団体から発注される業務委託、並びに工事委託の数が前年に比べて減少している。 | |
| | | 輸送業（エリア担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・売上金額で3か月前より9.8%の減少、対前年比で29.1%の減少ととても大きく落ち込んでいる。前年10月頃は景気が持ち直しの状況であったが、今年は全く良くない。タイの洪水の影響と円高等で仕事が減ってきている。 | |
| | | 不動産業（開発担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・マンションの販売価格を当初の予定より下げざるを得ない物件も出てきている。 | |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・地価の動向として、住宅地を中心に下落している。雇用水準が回復しておらず、消費者の購買意欲が弱く景気の先行きが不透明である。 | |
| | | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・中小事業者には時代に乗れない業種と乗れない業種があるため、乗れない業種は特に悪くなっている。例えば、自動車のハイテク化が進み、町の修理工場では修理できない状況になっている。 | |
| | | 悪くなっている | 金属製品製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・相変わらず販売価格が低下している。 |
| 雇用 関連 | 良く なっている | — | — | — | |
| | | やや良く なっている | 人材派遣会社（経営企画） | 周辺企業の様子 | ・顧客の研究開発需要は引き続きおう盛である。 |
| | | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・有料職業紹介での正社員採用の件数が増えてきている。 |
| | | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・忘年会の需要が出てきて例年以上の求人依頼があり、良くなっている。 |
| | | | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・東日本大震災やタイの洪水の影響も今のところは軽微な状況であり、派遣社員の需要が回復している。 |
| | | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・タイの洪水による増産や自動車産業の回復による求人が増加している。 |
| | | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・非正規については製造業を中心とする求人が増加している。派遣についても製造業における生産の取り戻しのために求人数が増加している。 |
| | | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数の増加傾向が続いており、良くなっている。 |
| | | | 職業安定所（次長） | 採用者数の動き | ・ここ数か月、採用者数が増加している。新規求職者数は減少傾向が続いているが、その結果、就職率が上昇している。 |
| | 変わらない | | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き | ・前年同月や4～9月の上期に比べて求人数の増加が顕著となっている。 |
| | | | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・求人の動きが全くない。この状態がしばらく続いている。 |
| | | | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・10月末より派遣求人数が前年の120%以上に回復している。東日本大震災後や派遣社員の活用方針変更により採用抑制していた企業において、人手が足りない状態となり、求人の揺り戻しが起こっている。 |
| | | | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・求人数は前年の102%、3か月前の109%、前月の90%となっている。自動車メーカーなどで一部回復の兆しはあるものの、中小企業を中心として事務職の採用は抑えられている。営業や販売職など職種によっては、求人数が増加傾向になってきている。 |

| 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 |
|----|-----------|-----------------|---------|---|
| | | 職業安定所（所長） | 求職者数の動き | ・新規求職者は、前月比、前年同月比とも減少傾向となっているが、家事従事者、フリーター化した若年者、既卒の未就職者等の無業者は増加している。新規求人数は増加しているが、正社員の新規求人数は全体的に少ないため応募者が集中し、必然的に採用へのハードルが高くなっている。一方、派遣や期間工等の非正規求人は、従来6か月程度の契約更新となっていたが、3か月程度の短い契約更新が多くなっており、正社員を望む求職者の安定志向とはミスマッチが発生している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は増加しているが、派遣やパート等の非正規の比率が増加しており、正社員求人は伸び悩んでいる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・前年同月比で見た場合の求人数の増加傾向及び求職者の減少傾向は続いている。ただし、タイの洪水により、一部の企業では部品の納入がストップした等の影響が出ており、単純に上向きとはいきれない。 |
| | | 民間職業紹介機関（支社長） | 採用者数の動き | ・夏場に受けた求人依頼に対して順調に採用実績が出始めているものの、新規求人については慎重な姿勢も見受けられる。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 求職者数の動き | ・前年まで増加していた理系学生のエントリーが減少してきている。これは本来の必然的な傾向であり、ここ数年が特異な状況だったといえる。ようやく理系学生本来の就職先となる製造業等において雇用回復が感じられる。 |
| | やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 求人数の動き | ・新聞の求人広告量から見ると、この地区では少しずつ上向きだった景気が、タイの洪水以来、再び停滞している。 |
| | 悪くなっている | — | — | — |

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|--------|-----------|----------------|--------|--|
| 家計動向関連 | 良くなっている | 観光型旅館（スタッフ） | 来客数の動き | ・総売上は前年同月比108.7%、宿泊人員は同113.1%、宿泊単価は団体客の割合が上昇したこともあって同97.1%と今月も募集団体が好調に推移した。 |
| | やや良くなっている | 一般小売店〔精肉〕（店長） | 来客数の動き | ・テナントビル全体の改装とともに、そのビルに入居する自店舗の改装も実施した結果、来客数が増加している。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員） | 販売量の動き | ・売上が前年同月比でかなり戻ってきた。前年を超えた日もある。東北方面の旅行が敬遠されているためか、当地への観光客が前年より目立っている。 |
| | | 乗用車販売店（経理担当） | 販売量の動き | ・タイの洪水の影響も収まりつつあり、乗用車販売台数は前年同月比5割増加している。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・昼、夜ともに個人、団体観光の集客が例年を大幅に上回った。特に関東や中京方面からが多く、東日本大震災の影響による旅先の選択に変化があったと思われる。 |
| | | 一般レストラン（店長） | 単価の動き | ・客単価の上昇がみられる。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・商店主からは異業種も含め廃業の話聞く機会が多くなった。また、塾経営者からは、兄弟で通っている場合、下の子どもをやめさせる家庭が多くなってきたとの話も聞いている。ただ、明るい未来を感じさせない話題が多い中、当店では低空飛行ながらわずかではあるが、来客数、売上は伸びている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・東日本大震災以降、キャンセルしたり自粛していた団体客が秋のシーズンに動き出し、前年同月より人数は増加した。 |
| | | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・スマートフォン効果がでている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・携帯電話など旧商品の値下げにより若干ではあるが販売数が伸びている。スマートフォンに興味を持った客も増えており、ふらっと立ち寄った客が購買する傾向が見受けられる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・自分の欲しい商品であれば購入したいという傾向が以前より顕著になってきた。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------------|-------------------|---|--|
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・前月に発売された頭皮ケアの商品の売行きが好調である。消費者は良い商品であれば、多少価格が高くとも購入する。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・気温の高い日が続く冬物のインナーは動くが、主要品のアウターが動かない。そのため買上単価が低い。 |
| | | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・来客数も減少しているが、客単価の低下も最近目立っている。客の価格に対する意識が厳しくなっている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・気温の低下にともない防寒衣料に動きがみられるが、コーディネート商品の動きが不調である。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・ポジョレーヌーヴォーの予約が前年同月比110%だったほか、肉より魚を買い求める傾向が強くみられる。必要なもの、家族と過ごすための食材が購買につながっている。しかし、その他の商品については厳しい。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数、買上点数に変化が見られない。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・前半の売上高は前年同期を下回っていたが、後半は気温が低下したため、暖房用品、防寒衣料品など季節商材を買い求める客が増加し、月間では前年並みの売上になっている。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・9月以降、売上が以前より回復基調になってきたが、価格志向と不要な品は買わない状況が続いている。ただし、新商品やし好品の買上率が上がっているのは、やや良い傾向である。 |
| | | コンビニ（店舗管理） | お客様の様子 | ・季節商材や新商品への反応が鈍く、一方、特売品や見切り品の反応が良い。依然として節約志向が強いと感じる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・冷え込みとともに、防寒衣料が動き始めている。 |
| | | 衣料品専門店（総括） | お客様の様子 | ・気温が高かったこともあって、防寒衣料を購入しようとする気配が感じられない。 |
| | | 家電量販店（経営者） | 販売量の動き | ・地上デジタル放送への移行終了後のAV関連商品の動きが低迷したままである。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・販売量としては依然変化はない。年末に向けての販売量がどうなるのかが予想できない状況である。 |
| | | 乗用車販売店（経理担当） | 販売量の動き | ・前年同月はエコカー補助金の終了に伴い販売面では後退傾向にあった。しかし、今月は震災の影響も解消されつつあり、受注残をこなすことにより前年同月を上回る傾向にある。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | お客様の様子 | ・新車の動きは、天候に左右される業種のため、一概に市況の影響と判断できないが、買い控えが多く必要な時に必要な物だけを購入する傾向が強い。また、単価自体も低下している。 |
| | | その他専門店【医薬品】（営業担当） | 単価の動き | ・来客数は変わらず、買上点数は増加しているが、競争激化により1品単価が低下しており、全体的な売上に変化がない。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・台湾や韓国など海外の観光客、国内の修学旅行生が増えているように感じる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | お客様の様子 | ・来客数は、前年同月より伸びているものの消費単価が上がらない。お得感のあるプランなどを選ぶようになっているが、追加注文や高額商品の希求はまだ先と考える。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・企業や法人の案件問い合わせがなかなか増加してこない。壊滅的であった今年5～7月に比べるとまだ回復感はあるが、9月頃の勢いは無くなってしまった。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・夜の歓楽街はまだ活気がない。ボーナスを前にしてあまり期待できない雰囲気があるのか、買物や外出を控えているように思われる。 |
| | | 通信会社（職員） | お客様の様子 | ・客の特別な反応もなく、全体的に停滞している。 |
| | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・スマートフォンの売行きが相変わらず好調ではあるが、伸び悩んでいる新機種もあるようである。 | |
| | その他レジャー施設（職員） | 来客数の動き | ・1日の利用者数は安定して推移している。 | |
| | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・商談時の競合と価格競争が激しくなっている。また契約までの商談時間が長くなっており、成約までのプロセスにも手数がかかっている。 | |

| 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 |
|----|-----------------|---------------------------|---|---|
| | | 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・土地の購入や住宅の建築を考えた際に、将来に対する不安な部分が多いのか、客の動きには変化は見られない。 |
| | やや悪く なっている | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・イベントも出店攻勢も一段落して、盛り上がりには欠けた月となった。土曜日、日曜日の天候も悪く、いまひとつの人出であった。気温も高く、季節商材の購買意欲がなかった。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕 (従業員) | 販売量の動き | ・年末に向け来客数は増えているが、販売数、売上は前年を大幅に下回っている。 |
| | | 百貨店(営業担 当) | お客様の様子 | ・気温が高いため、マフラーやコートなど冬物の動きが鈍い。クリスマスや年末年始に向けて部屋の飾りつけ用品などの下見はあるが、実売につながらず、客の慎重な購買行動が見受けられる。 |
| | | 百貨店(売場担 当) | 来客数の動き | ・来客数は前年同月比98%、客単価は前月比96%とともに低下している。特に単価の高い商品は大幅に落ち込んでいる。 |
| | | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・前年同月比では、魚、肉、野菜といった生鮮ものの販売量が5~10%落ちている。 |
| | | スーパー(店 長) | お客様の様子 | ・客の買物動向は、安い商品を買っている傾向がみられる。 |
| | | コンビニ(経営 者) | 来客数の動き | ・客単価の動きは前年同月実績をかるうじて上回っているものの、堅調であった来客数がここへきて前年同月を下回ってきた。 |
| | | コンビニ(経営 者) | 販売量の動き | ・たばこの売上が前年比110%前後で推移しているものの、2~3か月前と比較すると、飲料の落ち込みが激しい。また、気温の影響もあり、レジ横で販売しているおでんやフライドフーズなどで廃棄が多く発生しており、粗利が大きく落ちている。 |
| | | コンビニ(店 長) | それ以外 | ・好調なたばこの売上がある分全体の売上がよく見えるが、中身をみると弁当などの利益の稼げる商品の売上が良くない。利益でみると非常に苦戦をしている。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | 来客数の動き | ・前月に引き続き季節感に乏しく、冬物衣料の動きが思わしくない。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | 来客数の動き | ・客足が止まっている。タクシーに乗っても、東日本大震災以降は客の利用が一段と悪くなっており、以前の悪さが懐かしくなるほど現在はさらに悪いと話している。 |
| | | 家電量販店(店 長) | 販売量の動き | ・地上デジタル放送への移行終了の影響、家電エコポイントの反動が続き、売上が落ちている。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | お客様の様子 | ・中旬までは引き合いも客足も前年をやや上回ると期待したが、後半急降下した。客は、施策や限定価格などで購入意欲をかき立てる仕掛けを打たないと食いついてくれない。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | それ以外 | ・タイの洪水の影響で売上予定車の入荷が遅れ、売上が大幅に下がっている。今月と来月はこの状態が続き、売上は苦しくなる。 |
| | | 住関連専門店 (店長) | 販売量の動き | ・来客数が微減し、数量の伸びも見られない。新築などでも、必要最小限のものしか購入しなくなっている。 |
| | | その他専門店 〔酒〕(経営 者) | 来客数の動き | ・消費者は財布のひもが固く、無駄な金は使わず、必要なものも吟味して購入しているようである。 |
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・9月まで好調だった宿泊、レストランが低調に推移し、全体として売上は減少傾向にある。 |
| | 旅行代理店(従 業員) | 来客数の動き | ・販売量は確保されているが、来客数が伸びず上積みまで来ていない。 | |
| | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・需要が落ち込んでいる。病院通いにタクシーを利用していた人でも、タクシー利用回数を減少させている。 | |
| | 競輪場(職員) | 販売量の動き | ・2~3か月前と比較し、売上が7%程度落ちている。 | |
| | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・住宅建設受注額は前月比で減少し続け、情報量も同じ傾向にある。商談件数も減少してきた。 | |
| | 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 | ・半期決算を迎え振り返ると、1か月の売上高が非常に悪く、前年同月比を下回る月が多くあった。半年を通して売上は非常に悪かった。 |
| | | 百貨店(営業担 当) | 販売量の動き | ・必要なものも最小限の点数に絞って買物をする傾向がみられる。例年では、ジャケットやコートなどこの時期に売れるべき商品の売上が落ちている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|--------|-----------|-------------------|--------------|---|
| | | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・地上デジタル放送移行後はケーブルテレビ、インターネットなどの新規契約獲得件数は明らかに低下している。利用者のケーブルテレビに対する関心の低下は顕著である。 |
| | | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・企業団体や一般団体の来客数は前年同月比で1割近い減少となっている。また、海外からの観光客も風評被害や円高の影響で前年同月比2割以上の減少となった。さらに、前月まで好調であった個人客も前年を下回った。どの顧客層でも前年割れとなり、悪い状況に向かっている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き | ・例年、客の動きが鈍くなる時期だが、来客数が減少すると同時に契約までの時間が非常に長くなってきた。また、他社の動きも同様に鈍く、例年に比べても動きがかなり悪い。 |
| 企業動向関連 | 良くなっている | — | — | — |
| | やや良くなっている | 電気機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・先止まり感が見え始め在庫調整があるように感じているものの、引き続きスマートフォン関連の部品が好調である。 |
| | | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先の状況を見ると、中小企業では仕事自体を確保するために苦勞をしていたが、現在は機械部品を製造している会社などでは、繁忙さが目立っている感じがする。 |
| | | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・同業者の話を経合すると、良くないとする意見があるものの、忙しくなってきたが半数を占めている。 |
| | | 税理士（所長） | 受注量や販売量の動き | ・円の水準も高止まっているが落ち着いて推移しており、見合わせていた生産関連が再開している。年末需要の相乗効果もあり、量的な面では受注が増加している。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（企画担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・流通業界ではプライベートブランド化が進み、低価格帯で推移している。 |
| | | 繊維工業（経営者） | 取引先の様子 | ・非衣料関係は安定した受注があるが、衣料関連では国内需要が2極化している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・社内会議では、受注状況は横ばいと報告を受けている。 |
| | | 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 | ・住宅資材に若干の増加感はあるが、まだ伸びているとまではいえない。 |
| | | 精密機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量そのものは増えているが、これは国内の年末商戦や年明けの海外向け商品の季節的増加の範囲内と捉えている。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年のことであるが、年末に向かい12月工期の下請仕事が増えている。しかし、採算性は悪く、今期の累積赤字が増加している。 |
| | | 輸送業（配車担当） | 取引先の様子 | ・軽油価格が高止まりし、下がる気配がない。燃料費が増え、収益を圧迫している。 |
| | | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・東日本大震災からの揺り戻しは以前にはみられたものの、現状ではさらなる上乗せはなく、維持している状況である。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・今月の売上は前年同月比で若干ではあるが上回った。 |
| | | 司法書士 | 競争相手の様子 | ・司法書士同士の話では、不動産取引、担保権設定、会社設立などの仕事がほとんどないと聞く。 |
| | 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 | ・スポーツ関係の欧州向けの受注が苦戦しており、受注減が現実化している。 |
| | | 一般機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・円高の影響により欧州、米国の受注が落ち込んでいる。 |
| | | 輸送業（配車担当） | 取引先の様子 | ・円高が今後継続する状況のなかで、繊維関係、輸出関係の製品の荷動きが良くない。 |
| | 悪くなっている | 建設業（総務担当） | それ以外 | ・東日本大震災の復旧、復興工事の影響で関東方面の職方が不足し、外注価格が上昇している。工事採算の悪化が起きている。 |
| 雇用関連 | 良くなっている | — | — | — |
| | やや良くなっている | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・新規求職者数が5か月連続で減少している。特に事業主都合、自己都合離職者の減少が大きくなっている。 |

| 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 |
|----|---------------|--------------------|---------|---|
| | 変わらない | 人材派遣会社 (役員) | 求人数の動き | ・例年、12月の一時的業務での人材需要も見られたが、社員対応で切り抜ける企業も多くなり、派遣需要が乏しい。 |
| | | 人材派遣会社 (社員) | 採用者数の動き | ・一般派遣とともに、紹介予定派遣の増加傾向がみられるが、能力など、求められるハードルも高く採用に至っていないケースも多い。全体として採用数は横ばいである。 |
| | | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 求人数の動き | ・求人広告掲載件数に大きな違いはない。 |
| | | 新聞社[求人 広告](担当者) | 求人数の動き | ・11月の求人広告は前年同月比で3割増加している。 |
| | | 職業安定所(職 員) | 求人数の動き | ・当所管内の新規求人数は、前年同月比で6か月ぶりに1けた台の増加率となる見込みである。 |
| | | 民間職業紹介機 関(経営者) | 求人数の動き | ・人材紹介、人材派遣ともに、求人数が増えておらず沈滞している。企業は人員増に慎重であり、一時的な要員や交代要員、パート要員を求める案件が多い。 |
| | | 学校[大学] (就職担当) | 求人数の動き | ・福祉や介護などの施設の求人数が増加している一方、その他の業種についてはほぼ横ばいの状況である。 |
| | やや悪く なっている | ○ | ○ | ○ |
| | 悪く なっている | — | — | — |

7. 近畿(地域別調査機関:りそな総合研究所(株))

(—:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------|----------------------------------|---|--------|---|
| 家計 動向 関連 | 良く なっている やや良く なっている | ○ | ○ | ○ |
| | | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・気温が高めに推移した影響で、衣料品や肌着全般の売上は前年比で88%、冬物の服飾品が80%と苦戦したが、ランドセルが前年の2倍、婦人ブーツも1.3倍と動きが良かったため、衣類関連の来客数も前年比で102.3%と増加している。食品は野菜の相場安で単価が前年比で91%と低下したが、食品全体の来客数が101%と集客増につながっている。 |
| | | スーパー(社 員) | お客様の様子 | ・秋以降、チラシやイベントなどに対する客の反応が良くなっている。天候が良い日も多いため、気温の低下と共に衣料品売場への来客数が増えている。 |
| | | 家電量販店(経 営者) | お客様の様子 | ・消費者の節電や創電への意識が高まり、身の回りの客にも広がっているため、景況感は少し良くなっている。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | お客様の様子 | ・新車の供給が安定してきたため、購入を検討する客が増えている。 |
| | | 一般レストラン (経理担当) | お客様の様子 | ・気温や天候に左右される部分もあるが、消費の動きには力強さが戻っている。 |
| | | スナック(経営 者) | 来客数の動き | ・今月中旬に同窓会の団体客による利用があり、11月にしては今までにない売上となっている。 |
| | | 観光型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・今月は秋の行楽シーズンでもあり、団体客、個人客共にある程度の動きがみられる。全体的には客単価が若干下がったものの、来客数は前年を上回っている。 |
| | | 観光型旅館(経 営者) | 来客数の動き | ・若干ではあるが、団体客を中心に増加傾向となっている。 |
| | | テーマパーク (職員) | お客様の様子 | ・施設のリニューアル効果により、来客数が増加傾向となっている。 |
| 住宅販売会社 (経営者) | お客様の様子 | ・建て替えや住み替えの相談が中心であり、新たに購入する話は少ないが、相談案件は増えている。 | | |
| 変わらない | | 商店街(代表 者) | お客様の様子 | ・平日の出入が悪いほか、週末も客足の引きが早いいため、売上の伸びない状況が続いている。 |
| | | 商店街(代表 者) | お客様の様子 | ・気候の激しい変化で仕入リスクが高まり、早期販売をねらった値下げが増えているほか、売上の確保を目的とした安売りが激しくなり、客が困惑している感もある。 |
| | | 一般小売店[衣 服](経営者) | お客様の様子 | ・商店街の店舗やショッピングセンターでは客単価の低下が続いているが、来客数は横ばいか、若干増えつつある。行楽のピークを迎えた商店街では、前年に続く市長のPR効果もあり、紅葉だけではなく商店街にも客が訪れるなど活気づいている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|------------------|--------|---|
| | | 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | 来客数の動き | ・夏に食品の放射能汚染問題が発生してから、客の国産牛肉に対する不安が解消されておらず、輸入牛肉や豚肉にシフトした需要が戻っていない。折からの低価格志向で、輸入牛肉の割安感が消費者に受けている部分もある。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | それ以外 | ・毎月の売上は、ほぼ同じ水準で推移している。 |
| | | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | 販売量の動き | ・今月に入って秋冬物が順調に動いているが、全体として大きな変化はない。 |
| | | 一般小売店〔雑貨〕（店長） | 販売量の動き | ・3か月前と売上に変化はない。 |
| | | 一般小売店〔野菜〕（店長） | 販売量の動き | ・12月が近づいても、飲食関係には盛り上がりが見られない。 |
| | | 一般小売店〔花〕（店長） | 販売量の動き | ・客による買い控えが多く、必要な物以外は何も売れない。 |
| | | 一般小売店〔花〕（店員） | 単価の動き | ・商品単価を下げないと売れなくなっており、特に単価の高い商品は売れにくい。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | 販売量の動き | ・今月は行事も少なく、販売量が伸び悩んでいたが、年末が近づいてようやく少し動き出している。 |
| | | 一般小売店〔カメラ〕（販売担当） | お客様の様子 | ・暖かい日が続いたにもかかわらず、客との会話ではレジャーの話があまり聞かれない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・今月は昨年よりも気温が高かったため、コートなどの冬物衣料の動きが鈍く、客単価は低下している。その結果、売上は前年を下回ったが、来客数と販売点数は前年の水準を維持できている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・客の購買頻度や1品単価が悪化し始めており、買物の傾向をみても、事前に買う物を決めてから来店する動きが強まっている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・暖かかった気温の影響で冬物衣料の売上が厳しく、売上目標や前年の水準に届いていない。来客数、客単価も前年を下回るなど、ファッション商材に対する購買意欲は低く、慎重な動きがみられる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・気候の影響もあるが、冬物衣料や防寒商材の動きが鈍い。また、輸入特選ブランドの雑貨や時計の売上は好調である一方、量販品については客の財布のひもが固い。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・リニューアルの効果で入店客数は前年を上回っているが、なかなか客単価が上がらない。客の間で節約志向が続いており、食料品でも高い物は動かない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・お歳暮商戦の前半は低調であったが、月末近くになると前年並みにまで受注量が増えている。 |
| | | 百貨店（外商担当） | 単価の動き | ・美術品や宝飾品といった高額商品の売行き好調が報じられているが、地方の百貨店では厳しい状況である。 |
| | | 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・今月は暖かい日が続いたことで、秋冬衣料の売行きが鈍化しているほか、来客数も前年比で約10%減少している。ただし、お歳暮ギフトやおせち料理の予約は、好調に推移している。 |
| | | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・客の買物が低価格品に集中し始めている感がある。例えば、今まで国産の牛肉を買っていた客が、豚肉や鶏肉のほか、特売の魚などを買っている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・気温の高い日が続いたほか、特に欲しい物もないため、客の買物は食料品が中心で、後は消耗品を買う程度という傾向が強まっている。地域間競争も激しく、客の動きがチラシに左右されているほか、来客数の減少も続いている。また、前年にエコポイント制度の影響で販売が伸びた反動もあり、今月はテレビを中心としたAV機器の売上が極端に落ち込んでいる。 |
| | | スーパー（店長） | それ以外 | ・クリスマスケーキやおせち料理の予約は出足が好調である。 |
| | | スーパー（販売担当） | お客様の様子 | ・客の様子をみると、低価格を強調した商品は朝から並んででも買い回るが、高付加価値商品は買ってもらえない状況が続いている。 |
| | | スーパー（管理担当） | 販売量の動き | ・購買点数が伸びない。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|------------------------|--------|--|
| | | コンビニ(店長) | 来客数の動き | ・大型スーパーがオープンし、人の流れが少し変化している。距離的には影響がないと予想していたが、客足に変化がみられる。 |
| | | コンビニ(店員) | 販売量の動き | ・来客数、販売量共に良くも悪くもなく、横ばい状態が続いている。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 単価の動き | ・今月に入っても暖かい日が続いていたため、冬物商材の動きが悪い。既に客は冬物衣類のセールを待っている感があり、特価品しか売れなくなっている。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 単価の動き | ・来客数は何とか維持できているが、客単価の下落が問題となっている。 |
| | | 乗用車販売店(営業企画) | 単価の動き | ・需要の低下などで、1台当たりの利益が前年よりも大幅に減少している。 |
| | | 住関連専門店(店長) | 販売量の動き | ・早々とセールを開始するなど、目先の売上を確保することで精一杯となっている。年始まではセールが続くが、全体的な売上増につながっている感はない。 |
| | | その他専門店[医薬品](経営者) | 単価の動き | ・今年は暖かい日が多いため、カイロなどの季節商材の動きが悪いほか、購入があった場合も低価格品が中心となっている。 |
| | | その他専門店[宝石](経営者) | お客様の様子 | ・円高の進行に加えて株安も続いている。欧州の信用不安による世界的な株安傾向にも歯止めが掛からないため、客の消費意欲が高まらない。 |
| | | その他専門店[食品](経営者) | 販売量の動き | ・今月になって販売量の動きが不安定となっている。 |
| | | その他専門店[宝飾品](販売担当) | お客様の様子 | ・催事の集客状況が芳しくなく、売上も伸びていない。 |
| | | 高級レストラン(スタッフ) | 来客数の動き | ・今月は、昼間の来客数が多い日は夜間が少なく、昼間が少ない日は夜間が忙しいという状況が続いている。 |
| | | 一般レストラン(スタッフ) | 来客数の動き | ・前年はテレビで紹介された影響で来客数が伸びたため、今年はその反動で悪化しているが、それ以外での変化はない。 |
| | | 一般レストラン(店員) | 来客数の動き | ・客の動きは前月とほぼ変わらず、増えている感はない。 |
| | | 観光型旅館(団体役員) | 来客数の動き | ・宿泊客数は前年比で79.7%、宿泊単価が90%と低迷している。 |
| | | 都市型ホテル(マネージャー) | 来客数の動き | ・客室部門は外国人観光客の回復が予想より早いほか、東日本大震災による修学旅行の振替などで上向いている。また、宴会やレストランの状況もやや良くなっているが、短期的な動きに終わる感がある。 |
| | | 都市型ホテル(客室担当) | 来客数の動き | ・宿泊客の多くは間際予約であるが、夏以降は東日本大震災の前と比べても活気があり、売上も前年と変わらない水準を維持できている。 |
| | | 旅行代理店(経営者) | 販売量の動き | ・海外旅行は半数以上が韓国向けであり、客単価は下がっているが、円高の追い風で販売量は前年を10%以上も上回っている。その一方、国内旅行は低調であるため、全体では前年並みとなっている。 |
| | | 旅行代理店(店長) | 販売量の動き | ・今の時期はシーズンオフで大きな変化はないが、売れるのは価格の安い商品が中心であり、販売額が増える気配はない。ただし、一部では来春の申込が増え始めており、特に東日本大震災で行けなかった方面への申込が早まっている。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・3か月前に比べて、特に乗客数は増えておらず、営業収入にも大きな変化はない。 |
| | | タクシー会社(経営者) | お客様の様子 | ・タクシーチケットの売上をみても分かるように、個人客、法人客共にかなりの節約ムードが続いている。 |
| | | 通信会社(経営者) | お客様の様子 | ・取引のある物販やインターネット通販関係の売上状況には、特に変化がない。 |
| | | 通信会社(店長) | お客様の様子 | ・目的を持って来店してくる客は横ばいか、少し増えているが、通りすがりの客は購入に結びつかない傾向が強まっているため、全体的には変わらない。 |
| | | その他レジャー施設[イベントホール](職員) | お客様の様子 | ・歌手グループの人気などで差はあるが、チケットの販売状況やイベント関連のグッズ販売、売店での飲食などに目立った変化はなく、横ばいで推移している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-----------|-------------------------------|---------|--|
| | | 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 | ・天候要因による影響が大きく、3か月前との比較は難しいが、行楽自体が増えている実感はない。 |
| | | 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 | ・関西の動きは全国平均よりも多少は良いが、CDやDVDの販売に加えて、レンタルも前年割れが続いている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | それ以外 | ・国内外に景気の足かせとなる問題が多い一方、良い材料は非常に少ないため、景気の低迷が続いている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 競争相手の様子 | ・分譲マンションのモデルルームへの来場者数が低迷しているほか、デベロッパー各社は新規プロジェクト用地の仕入れができていないため、良い土地には購入希望が集中し、高値で落札されている。 |
| | | その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者） | お客様の様子 | ・消費者による不動産の購入意欲には、変化があまりみられない。 |
| | | 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組数は、ほぼ前年並みとなっている。 |
| | やや悪くなっている | 一般小売店〔時計〕（経営者） | 販売量の動き | ・腕時計、目覚まし時計共に動きが悪く、特に腕時計に関しては非常に悪い。かつては1人で数本持つ人もいたが、今は1本あれば十分という時代になりつつある。客には余裕のない雰囲気が感じられ、財布のひもも緩められない感がある。 |
| | | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | 単価の動き | ・原材料価格の高騰が続いているが、販売価格に転嫁できていない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | 単価の動き | ・来客数の減少がみられるほか、気温が下がらず、コートなどの防寒商品が全く動いていないため、客単価が低下している。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・お歳暮などに特定の商品を贈るのではなく、百貨店の商品券を選ぶケースが例年以上に増えている。 |
| | | 百貨店（販促担当） | 来客数の動き | ・来客数、客単価共に大幅な前年割れとなっている。気温が高い影響で重衣料の動きが鈍く、客単価の低下につながっている。月後半には気温が少し下がったが、客の動きに大きな変化はない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・3か月前の売上は前年比で1.9%減であったが、今月は2.3%減と更に悪化している。量販品の動きは少し回復しているが、高級ブランドなどの高額品は、円高で海外へ出掛けた際に買う人が増えた影響で、3か月前の4.4%増から1.1%減へと悪化している。最近では、店頭で商品ナンバーのメモを取って帰る客や、海外で買うための下調べを公言する客が増えている。 |
| | | 百貨店（婦人服） | 販売量の動き | ・防寒商品に勢いが無いほか、ファッション部門全体にも元気がない。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | 販売量の動き | ・気温が高めとなった影響で秋冬商材の動きが悪いほか、欧州の信用不安や円高、株安、今後の増税問題などで不透明感も高まっている。また、一時は動きの良かった高額品にも陰りが出始めている。 |
| | | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・前年に比べて野菜の価格が暴落している。世界的な穀物価格の上昇で値上がりしていた商品も、店頭価格は数か月前から確実に下がっている。ポイントカードなどによる各社の販売促進の乱発も、一品単価の低下につながっており、特売に客が流れる結果、既存店の来客数が落ち込むという悪循環に陥っている。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・前年の売上がエコポイント制度終了の駆け込み需要で大きく伸びたため、今月はその反動で予想以上に落ち込み、家電を中心に厳しい売上となっている。消費者心理も、原子力発電所の問題や急激な円高、欧州の信用不安、タイの洪水、消費税率の引上げに向けた動きなどで悪化している。 |
| | | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・来客数の下げ止まり感がなく、前年比で96%と悪化が進んでいる。 |
| | | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・野菜の相場安の影響もあるが、全体的には売行き不振となっている。気温の高い日も多く、季節商材の売行きにはばらつきが大きい。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------|---------|--------------|--------|--|
| | | スーパー（広報担当） | 販売量の動き | ・今月中旬までは気温が高めであったため、衣食住全般に季節商材の動きが鈍い。さらに、テレビやエアコンなどの大型家電は、前年のエコポイント制度による盛り上がりからの反動で、今年は大幅減となっている。 |
| | | スーパー（企画） | お客様の様子 | ・前年はエコポイント制度で大型家電の需要が伸びたが、今年は地上デジタル放送への移行も完了し、大型商品を購入する動きは少ない。一部では石油ストーブなどの節電商品の販売が伸びているが、全体を押し上げるまでには至らない。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・今月中旬に、近隣へコンビニとミニスーパーが進出してきたため、来客数が前年比で7%減となっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・近隣の競合店に対抗するため、仕方なく値引きセールを行っているが、販売量が多少増えるだけで、客単価は逆に低下している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・タイの洪水で新車の納車が大幅に遅れている。納車しなければ売上の目途が立たないため、非常に困っている。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・エコカー減税の終了に向けた駆け込み需要の動きを期待していたが、新規受注が伸び悩んでいる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・3か月前に比べると団体客の利用が減った一方、個人客が増えたことで、客単価が低下している。全体としては常連客が中心の小規模店舗は堅調であるが、繁華街の大型店舗は不調であるなど、全体的な景気はやや悪くなっている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・台風で崩れた国道169号線の一部では、う回通行が続いているほか、今年は気候要因で紅葉が遅れているため、行楽客が増えない。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・円高、株安の動きが止まらないなか、来客数の減少傾向も続いている。宿泊客数には大きな変化はないが、宴会やレストランでは大きな減少がみられる。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | 単価の動き | ・宿泊客数やレストランの来客数に変化はないが、販売単価を下げなければ来客数を維持できなくなっている。 |
| | | 旅行代理店（広報担当） | お客様の様子 | ・中東情勢の混乱や欧州の信用不安に客が敏感な反応を示しており、申込の延期や中止といった動きがみられる。 |
| | | 競艇場（職員） | 単価の動き | ・大口客が減少し、客単価も低下してきている。 |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | 販売量の動き | ・欧州の信用不安やタイの洪水によるサプライチェーン崩壊など、経済環境の悪化が進んでいる。住宅エコポイント制度の復活や、省エネ住宅を対象としたフラット35Sエコといった優遇策が追い風になっておらず、購入マインドの冷え込みや様子見の動きがみられる。 |
| | | 悪くなっている | | 商店街（代表者） |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者） | それ以外 | | | ・先行き不安から消費者の購買意欲が非常に低く、冬物衣料の販売が始まったにもかかわらず、動きが非常に悪い。 |
| 衣料品専門店（販売担当） | お客様の様子 | | | ・関西ではボーナスが出ない会社も多く、景気の悪化につながっている。 |
| 家電量販店（店長） | 単価の動き | | | ・客単価が前年比で48.3%、レジ客数が77.7%となるなど、前年がエコポイント制度の特需で大きく伸びた反動がいまだに続いている。さらに、タイの洪水でハードディスクが供給不足となり、一部の商品が値上がりするなど、販売機会の損失にもつながっている。 |
| 家電量販店（企画担当） | 来客数の動き | | | ・来客数が激減し、客単価の下落も顕著であるなど、前年比の数字に今月の悪さが表れている。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | | | ・やや持ち直していた宿泊も、ビジネス客を中心に苦戦している。観光も今月は繁忙期に当たるが、エリア全体で冷え込んでおり、単価の低下で売上が減少している。新規受注が増え始めていた宴会も、円高や株価の下落で企業業績に陰りが出ているため、宴会を中止する動きも広がり始めている。 |
| 通信会社（社員） | 販売量の動き | | | ・年末までの予約を含めた売上をみると、前年に比べて約30%の減少と大幅に悪化している。 |
| 競輪場（職員） | 単価の動き | | | ・今月の客単価は9,573円と、3か月前の12,398円よりも低下している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 | |
|-----------------|---------------|---|--|--|---|
| 企業動向関連 | 良く なっている | 電気機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・季節要因もあり、すべてが需要拡大によるものではないが、東日本大震災以降は全く動かなかった受注が急速に伸びている。 | |
| | | 出版・印刷・同関連産業（情報企画担当） | 取引先の様子 | ・企業の間では、営業部門に情報を集約する動きが進んでいるほか、プレゼンテーションの方法が変わりつつある。特に、医療業界では新たにスマートフォンやタブレット端末に情報を集約する動きが進んでいる。カタログやパンフレット、電子書籍といったデジタル化の動きと従来型の印刷物の共存により、市場が活性化している。 | |
| | やや良く なっている | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・東日本大震災による落ち込みからも回復し、自動車関連の生産が増えている。 | |
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前までは受注が全くなかった取引先から、受注が次々と入り始めたため、仕事を断っている状況である。 | |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先からの引き合いが増えている。 | |
| | | その他製造業「履物」（団体職員） | 受注量や販売量の動き | ・前月の展示会への来場者数は前年比で約10%減少したが、その後の受注量はやや増加しているほか、サンプル依頼も増えている。 | |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・1日当たりのホームページへのアクセス数が前月よりも5～22%増えており、それに伴って問い合わせも増えるなど、土地にも動きが出始めている。 | |
| | | 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・見通しが大きく改善したわけではないが、顧客企業の業界がやや明るさを取り戻している。 | |
| | | 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 | ・駅構内の店舗の売上をみると、物販関連は概ね順調に推移しているが、サービス関連は依然として売上目標には程遠い。得意客には安定的な利用がみられるが、それ以外の客や新規客の利用が落ち込んでいる。 | |
| | | 変わらない | 食料品製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・年末年始用の商材への引き合いが例年よりも早まっているが、動きが前倒しとなっているだけで、全体量が増えているわけではない。 |
| | | | 繊維工業（団体職員） | 受注量や販売量の動き | ・タオル産地では最需要期となっているが、月前半は例年よりも受注量が少なかったものの、後半になって動きが出始めている。 |
| | | | 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・特別な要因は見当たらないが、売上が低迷したまま回復がみられない。 |
| | | | 化学工業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・自動車部品関連の受注量には変化がない。 |
| | | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ここ3か月の受注と販売量は、前年に比べてほぼ横ばいの状況である。 |
| | | | 金属製品製造業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・建築、土木関連は低迷しているが、ソーラーパネルやLED照明関連が好調のため、会社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取引先が多いが、東日本大震災以降は原子力発電関連の投資が減る一方、新分野への投資が増えている。それに伴い、受注の内容は変化しているが、業況はここ数か月と同様の水準となっている。 | | |
| 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | | ・円高で輸出関連のメーカーは厳しい局面に立たされている。また、タイの洪水で被害を受けた会社は振替生産などで非常に忙しい一方、部品が入らないために暇になった会社もあるなど、影響にはばらつきがみられる。 | | |
| 電気機械器具製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | | ・4月以降、売上が前年比で約10%伸びる傾向が続いている。 | | |
| 電気機械器具製造業（宣伝担当） | 受注量や販売量の動き | | ・音響、映像機器の急激な落ち込みで、量販店への客足も悪化しており、全体的な荷動きの鈍化につながっている。 | | |
| 建設業（経営者） | 取引先の様子 | ・東日本大震災の復興の遅れで需要の増加がみられないほか、長引く円高で取引先の設備投資の動きにも活気がない。 | | | |
| 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、工事の単価は低調となっている。 | | | |
| 輸送業（営業所長） | 受注量や販売量の動き | ・イベント関係のレンタル商品の出荷業務は10～11月が繁忙期となるが、今年は例年よりも出荷が少ない。 | | | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|---------------------|---------------------|--------------------|--|---|
| | | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・景気の動きは横ばいであり、各社は企業努力で売上の維持に努めている。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・購読数、折込件数共にあまり変化がなく、悪いままで上向き気配もみられない。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・このところは広告の出稿状況に大きな動きはみられない。 |
| | | コピーサービス業（店長） | 受注量や販売量の動き | ・減少傾向にあった来客数も、数か月前に比べて若干回復しているが、好調という雰囲気ではない。 |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・欧州の信用不安やタイの洪水、食品の放射能汚染問題など、良くない話ばかりが先行し、国内向けが中心のメーカーも海外へ進出すべきといった声が聞かれる。産業の空洞化が徐々に進み、消費者も将来不安でお金を貯蓄に回しているため、売上は徐々に悪くなっている。 |
| | | | | ・今月の中旬ごろまでは気温が平年より高かったが、それ以降の気温の低下で飲料水の売行きが前年を下回っている。この時期に売れるはずの商品が今年は売れていない。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・得意先の催事売上は前年比で20%以上減少している。地方での催事は経費が更にかかるため、薄利となっており、外注加工先への発注も減りつつある。 |
| | | | | ・円高やタイの洪水による悪影響を受けている。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・鋼材価格の値上げによるコスト増加分を、販売価格に転嫁できない。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・広告の受注件数は若干増えているが、単価が安いいため売上はそれほど伸びていない。 |
| 広告代理店（営業担当） | | 受注量や販売量の動き | ・受注のほか、見積依頼の予定も少ない。 | |
| その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | | 取引先の様子 | | |
| 悪くなっている | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・当地域から事業所が撤退するなど貸事務所の需要が減り、それに伴う従業員の転居で住宅の賃料も下がるなど、景気が悪くなっている。 | |
| | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・かつてないほど新車が売れておらず、中古車の動きも鈍い。 | |
| | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・円高で輸出が不振となっており、非常に業況は良くない。 | |
| 雇用関連 | 良くなっている | — | — | — |
| | やや良くなっている | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・インフラ関係の図面作成やIT関係の派遣依頼があるほか、大きな動きになるかどうかは不透明であるが、大阪府下の市町村から年度末に向けた医療や介護関係の求人も出てきている。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・年末または年度末に向けた受注件数が、今年はかなり増えている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・パート求人の減少を一般求人の増加が大きく上回り、求人数は前年比で10%増となっている。産業別には、東日本大震災以降の物流の回復や年末繁忙期の対応で、運輸、郵便業が110%の大幅増となっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・伸び率は徐々に鈍化しているが、新規求人数が20か月連続で前年を上回っている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（役員） | 求人数の動き | ・派遣求人数は前月、前々月に続いて少し減少気味ではあるが、ほぼ変わらずに推移している。ただし、企業が直接雇用の動きを進めているため、求職者は減少気味である。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 求人数の動き | ・パート、アルバイト系の求人広告は少し回復しつつある。新卒求人も活発になりつつあるが、募集人員の数や条件面でミスマッチが起こっているなど、市場の構造が大きく変化している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・東日本大震災による落ち込みが止まってきた感はあるが、欧州の信用不安や株安などで、企業が広告の出稿を抑える動きもみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数の動きは業種別にみるとばらつきもあるが、全体としては堅調に推移している。 |
| | | 民間職業紹介機関（大学担当） | 採用者数の動き | ・来年3月の卒業予定者の採用活動は淡々と進んでいる。 |

| 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 |
|----|---------------|------------------|---------|---|
| | | 学校〔大学〕 (就職担当) | 求人数の動き | ・新卒求人が少なくなる時期であるが、今年は中小企業を中心に求人の動きが続いている。ただし、学生の動きが鈍いため内定にはつながっておらず、求人が例年よりも増えている割に大きな変化はみられない。 |
| | | 学校〔大学〕 (就職担当) | 求人数の動き | ・求人数の伸びが少し鈍化している。 |
| | やや悪く なっている | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・円高や欧州の信用不安、タイの洪水による影響もあり、新規求人数は減少している。特に、製造業の減少が目立っている。 |
| | | 民間職業紹介機関(支社長) | 周辺企業の様子 | ・消費者向けサービスの企業は採用意欲が比較的高い一方、メーカーの採用意欲は減退している。新規求人票の動きは比較的堅調であるが、不気味さがぬぐえない。 |
| | 悪く なっている | — | — | — |

8. 中国(地域別調査機関：(社)中国地方総合研究センター)

(—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------------|------------------------------|-----------------------------------|---|---|
| 家計 動向 関連 | 良く なっている やや良く なっている | — | — | — |
| | | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・3か月前に前年比96.5%だった累計販売点数は98.7%、96.5%だった累計客数は98.5%となり若干良くなっている。 |
| | | 乗用車販売店 (副店長) | 販売量の動き | ・過去3年の店舗の新車販売実績を比較すると、最も実績が良くなっている。 |
| | | 自動車備品販売 店(経営者) | 販売量の動き | ・最需要期を迎えたため売上は伸びているが、前年同月比では本年度は悪い。 |
| | | その他専門店 〔和菓子〕(経 営者) | 来客数の動き | ・平日の動きが良くなってきている。 |
| | | その他専門店 〔ファッション 雑貨〕(従業 員) | 販売量の動き | ・バーゲンが始まり販売量が増加しているため、単価は低いものの売上は伸びている。 |
| | | 観光型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・トップシーズンに入っており、昨年に比べて来客数・販売量ともに多くなっている。 |
| | | 観光型ホテル (支配人) | 販売量の動き | ・11月は婚礼部門で件数・売上とも前年の倍以上で推移しており、全館の売上を引っ張っている。宿泊、飲料部門でも順調に推移しており、特に飲料部門では外来客の利用が増えている。 |
| | | 都市型ホテル (総支配人) | 来客数の動き | ・宿泊客数は3か月前とほぼ同数だが、宴会等の利用客数は大幅に上回っている。 |
| | | テーマパーク (業務担当) | 来客数の動き | ・来園者数が期間を通して前年を上回る日数が多くなっている。一方、売店、レストランの客単価が前年比で落ち込んでおり、行楽にかかる費用を抑える節約型の利用が定着していることがうかがえる。 |
| | | テーマパーク (広報担当) | 来客数の動き | ・週末ごとに崩れる天候の影響で来客数は伸び悩んでいるが、団体客、外国人観光客は徐々に戻ってきており、底を脱した感がある。 |
| | | ゴルフ場(営業 担当) | 来客数の動き | ・ゴルフシーズンでもありこの時期だけは来客数が多くなっているものの、例年と比べると下降傾向にある。 |
| | | 変わらない | 商店街(理事) | お客様の様子 |
| | 商店街(代表 者) | | 販売量の動き | ・例年行っている商店街の抽選券の付いた売出しの状況が昨年と同じであった。 |
| 商店街(代表 者) | 販売量の動き | | ・来客数は増加しているが、客単価は依然として変わらない。 | |
| 一般小売店 〔茶〕(経営 者) | 販売量の動き | | ・今月は成績が良くなかった前年と同水準で推移しており、決算が赤字になることを懸念している。 | |
| 一般小売店〔印 章〕(経営者) | お客様の様子 | | ・駅の再開発のため周辺では7割が閉店し、来客数も少ない。当社駅支店では閉店セールを行っているが、売上は昨年より少し増加しただけである。 | |

| 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 | ・気温が下がらないので防寒衣料が天不振である。インナーのニットや流行物は動くものの、コート類は動かず客単価が低くなっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・美術品や高級食器が売れているが、他のものは売れていない。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・客単価に大きな変動はなく、3か月前とほぼ変わらない状況である。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・1日当たりの来客数に伸びがなく売上も低迷している。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・今月は気温低下が一時的にあったが、冬物の動きは良くなく来客数も増えていない。 |
| | | スーパー（総務担当） | 来客数の動き | ・決め買いの客が多く、衝動買いが少ない。 |
| | | スーパー（業務開発担当） | 販売量の動き | ・販売数量は前年比0.2%程度上がったたり下がったりで、ほとんど変化はない。また気温が高めのため、鍋材料が例年ほど動かない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数の動きはほとんど変わらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・悪くはなっていないが、良くなっているとも言いがたい。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・11月の販売量は前年比135%となっているが、前年は補助金打ち切りの影響が大きく、前々年比では90%といまだ厳しい状況である。 |
| | | その他専門店〔時計〕（経営者） | 販売量の動き | ・宝飾品が売れなくなっており、高額品を買う客が減少している。 |
| | | その他専門店〔布地〕（経営者） | 来客数の動き | ・前半は客足が多少増加したが、後半は減少している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 単価の動き | ・景気の悪い状況が続いているため、客単価が低い。 |
| | | 一般レストラン（外食事業担当） | 来客数の動き | ・ファミリー客が減少している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・忘年会シーズンに入っているが、前年と比較して予約が減少しており、景気が悪いことを理由としたキャンセルもある。しかし、宿泊利用は前年と比べて2割程度増加している。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・売上はほぼ横ばいで、乗客数に伸びはない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・タクシーを利用する客の顔ぶれがあまり変わらない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・来月は年末商戦の時期にもなるが、関連の動きは全くないものの、客が消費にブレーキをかけている印象もない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・2、3か月前と比較して契約が増えている様子はみえない。 |
| | | 通信会社（広報担当） | 販売量の動き | ・他社の新製品発売により影響が少なからずある。 |
| | | テーマパーク（管理担当） | 来客数の動き | ・来館者数、館内販売金額に変化がない。 |
| | | 競艇場（職員） | 販売量の動き | ・来場者数、売上額ともに横ばいである。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・毎年秋から冬に向けては来客数が少なくなり、それほど忙しくないうえに、今年では来客数をもっと落ち込むことを心配していたが、昨年と同じくらいである。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・客の来店周期が伸び、商品購入意識が低下している。 |
| | | 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 | ・サービス利用者の日常生活の様子について話を聞いたり自宅を訪問しているなかでは、ここ最近経済状況が特別変わった様子は見受けられない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 競争相手の様子 | ・受注の偏りが激しく、全体としての動きが計りにくくなっている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・一向に単価上昇に向かわず、客は安い商品ばかりに向かっており、安ければ良いとの声ばかり聞こえてくる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・客が購入に対してより慎重になっている。 |
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・アーケード撤去の工事中でもあり、通行量が激減している。 |

| 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 |
|----|---------|-----------------|---------|--|
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客からは景気の悪い話ばかりで、以前と比べても良い話は伝わってこない。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・10月までの動きに比べ今月は来客数も売上も厳しい。中心部にあるデパートの来年3月の退店に伴う閉店セールの影響で、中年層対象の婦人服店等に多大な影響がある。 |
| | | 一般小売店〔酒店〕（経営者） | お客様の様子 | ・大型店やディスカウント店の出店、地域イベントの開催、日照時間の減少などの影響で来客数が少ない。また収入の減少や年金減額問題も影響して節約志向になっており、同業者間でも販売の低迷状態は共通している。 |
| | | 一般小売店〔酒店〕（経営者） | 販売量の動き | ・相変わらず飲料店の売上が減少している。繁華街に出ても歩いている人はまばらで、一部の店以外は閑古鳥が鳴いている。 |
| | | 一般小売店〔紙類〕（経営者） | 来客数の動き | ・例年と比べて観光客が少なく売上も悪い。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・景気悪化と大型店の増床の影響で売上の減少に歯止めがかからない。館内全体では前年同月比で約85%程度まで落ち込み、個々の店舗は約70%が昨年を大きく下回っている。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・気温が高めに推移しているため、紳士・婦人服ともにコート、ジャケット、ブーツ等の冬アイテムの動きは厳しくなっている。また、お歳暮についても件数の絞込み、単価の低迷などがある。更におせちの受注も高額品の動きが低迷するなど、客の節約指向は強まっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・婦人雑貨と子供服が比較的健闘しているものの、プレタゾーンなど高額ミセス衣料を中心にミセス衣料が苦戦するとともに、後半の冷え込みもあり売上が伸びず、店全体で前年比97%程度の見込みである。 |
| | | 百貨店（購買担当） | お客様の様子 | ・衣料品部門は気温に左右されるが、今月は前年同月より5度も高く冬物衣料の動きが弱くなっている。お歳暮関係でも客単価が下がり件数も減っている。その一方で、おせちなどの楽で便利な商品の売上は前年を上回っている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・商品群によって好不調が顕著に現れている。好調は食料品や化粧品、アクセサリなどで、不調はアパレル全般、身のまわり品、家庭用品などであり、総じてやや下降傾向にある。 |
| | | 百貨店（販売担当） | 販売量の動き | ・今月は月初から例年より高気温が続き、冬物・防寒衣料の動きが鈍く、販売点数と売上高がともに前年を大きく下回っている。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | 来客数の動き | ・直近6か月の来客数は前年比増加で推移していたが、ここに来て減少傾向がみられるようになってきている。 |
| | | スーパー（店長） | 競争相手の様子 | ・競合店の出店、ドラッグストアの食料品販売の拡張、ディスカウント店の勢いが増している。客の低価格志向、節約意識がますます顕著に現れている。 |
| | | スーパー（財務担当） | 単価の動き | ・競合店との価格競争により、1点単価と客単価が下落し、既存店売上の前年割れが続いている。 |
| | | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・客単価、来客数とも減少している。 |
| | | コンビニ（副地域ブロック長） | 来客数の動き | ・来客数の前年比割れが始まっている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・客は先行きの不安から貯蓄しておく傾向にある一方で、今後なかなか良い商品がなくなると予想し、あえて購入するケースも増えてきている。呉服は日常品ではないので景気が悪くなると販売が難しいが、宮参り、七五三、結婚式等の行事を重視して着物を購入する客が増えてきている。 |
| | | 衣料品専門店（地域ブロック長） | 単価の動き | ・単価の安い商品の動きは良いが、それ以外は厳しい状況である。 |
| | | 衣料品専門店（販売担当） | 来客数の動き | ・来客数が減少している。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 来客数の動き | ・客の動きが先月までより鈍い。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | お客様の様子 | ・東日本大震災の影響が改善されたが、今度はタイの洪水で生産に影響が出ているため、客の購買意欲が低下している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|---------|-------------------|---------------------------|------------|--|
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数や問い合わせ電話が減少しており、一般の客の動きが鈍くなっている。 |
| | | その他専門店〔海産物〕（経営者） | 販売量の動き | ・先月は購買単価が上昇していたが、今月は単価も例年のように上昇してこず、来客数も例年より少なくなっている。 |
| | | その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当） | 販売量の動き | ・10月中旬から11月中旬にかけて気温が下がらず、重衣料の動きが非常に鈍くなっている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 単価の動き | ・最近の傾向として、客単価と組単価の減少が顕著になってきている。特にファミリー層にその傾向があり、来客数等はセールスで確保しても、売上増加につながっていない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | 来客数の動き | ・夜の集客が大幅に減少している。足早に帰宅する客も多く、宴会の1組当たりの人数も少なくなってきた。 |
| | | 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 | ・行楽シーズンであるにもかかわらず客の動きは鈍く、立ち寄って買う客はあっても買上点数は減少し、客単価も低下している。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・客も景気の悪いのが普通となり、当県では新型航空機の就航など良い話はあるものの、基本的な景気の悪さは変化がない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・週末の売上が減少している。 |
| | | 美容室（経営者） | 競争相手の様子 | ・単価を下げてても効果がない。 |
| | | 住宅販売会社（経理担当） | お客様の様子 | ・客のコスト意識は依然強いものがあり、特に株価が低迷し景気後退の兆しがあるなか、なるべく予算を抑えて住宅を購入したいという意向が強くなっている。 |
| 悪くなっている | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・来客数は前年並みで推移しているが、野菜、果実を中心に1人当たりの買上点数が減少している。特にみかんは収穫量の多い表年豊作となっているが、暖冬の影響で味も悪く販売不振が続いている。食品全体では暖冬の影響で冬物商材の動きが悪く、売上点数の減少や客単価の低下傾向が現れている。 |
| | | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・当店は年内での閉鎖を決めており、それに向けてすでに仕入れも止めて売り減らしに入っている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・域内でディスカウント業界が伸びてきており、地元スーパーやコンビニは苦戦状態である。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・テレビの販売量が減少し、非常に厳しい状況である。 |
| | | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・本格的な冬になり、季節商材は動いてはいるものの、来客数は少なく、売上も改善していない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・住宅支援機構の長期固定金利の優遇制度が縮小したことや景気の先行き不安から、戸建て住宅の引き合いが少なくなっている。 |
| 企業動向関連 | 良くなっている | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・鉄鋼業向け工事案件と各地の焼却炉工事の受注が重なり、生産量は大幅な増産となっている。 |
| | | 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1,970トン、水揚げ金額は5億3,600万円の増加である。単月の前年比では、水揚げ数量89トン増加の102.9%、水揚げ金額は1億3,900万円増加の121%となっている。 |
| | やや良くなっている | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・取引先との新たな取引が増え、また新規取引先も増えている。 |
| | | 変わらない | 化学工業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き |
| | 金属製品製造業（総務担当） | | 受注量や販売量の動き | ・受注量は過去3か月同様に高水準で推移しており、フル生産で対応している。 |
| | 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 | ・北米を中心とした海外向けの注文が順調に入っているが、円高による為替の影響で採算が取れず、一部の注文を断らざるを得ない状況となっている。 |
| | 電気機械器具製造業（総務担当） | | 受注量や販売量の動き | ・円高の影響とタイの洪水による部品の供給不足が続く見通し材料はない。今後海外での部品供給量を注視する必要がある。 |
| | 輸送用機械器具製造業（経営者） | | 受注量や販売量の動き | ・受注量に変化はないが高水準で推移している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|---------|----------------------|--------------------|---|--|
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・本来なら公共土木・建設関係は最盛期であるが、他地区から同業者が入ってきて競争が厳しいため地元での受注が難しく、非常に厳しい状況になっている。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注が鈍り、受注できても依然として小口工事が多くなっている。 |
| | | 通信業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・東日本大震災の影響が尾を引き、客からの注文が前年同期に比べて伸び悩んでいる。 |
| | | 金融業（自動車担当） | 取引先の様子 | ・新興国向けの需要増加などから何とか採算は確保しているが、円高の定着により欧米向け輸出は低迷している。また中国景気の減速から、現地生産も前年比でマイナスとなっている。 |
| | | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・10月は当地で国体が開催されたことから、小売・サービス業を中心としてスポット的な売上伸長がみられたものの、国体閉幕後は従来通りの業況となっている。一部では売上の下げ止まりの兆候が出てきているが、反転するまでには至っておらず、3か月前とおおむね同程度の状況である。 |
| | | 不動産業（総務担当） | それ以外 | ・来客数、成約件数とも横ばいとなっている。 |
| | | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・法人決算の内容をみても業績が不安定なところが多くなっている。売上高は増加しているものの、利益率が低下しており、期待通りの数値を計上している会社は少ない。 |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（総務担当） | 取引先の様子 | ・1回の特売の受注数量が減少していることから、全体的な販売数量も減少している。 |
| | | 繊維工業（統括担当） | それ以外 | ・円高や欧州での信用不安の問題もあり厳しい状況にある。 |
| | | 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 | ・主要客からの内示が出るたびに受注数量が減少するとともに、中国向けの部品が激減している。逆にタイへの生産援助部品の納品があり、昼夜休日出勤の職場がごく一部ある。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注先も投資にちゅうちょする場面が増えている。 |
| | | 輸送業（業務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・円高による業績悪化が続くなか、10月ごろから再度各企業からの値引き要請がきたり、当地からの撤退が決まった客も出てきている。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・市内大手製造メーカーで組織の大幅な縮小が予定されており、受注量の減少が懸念される。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | 取引先の様子 | ・既存取引先で通信コストの削減や拠点の統廃合が増加しているため、客単価も低下している。 |
| 悪くなっている | 鉄鋼業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・当社の販売価格に対して客から値下げ要請がきており、一部値下げ対応をしている。また、今後も更なる値下げ対応が避けられない見込みである。 | |
| | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・円高など製品価格の調整で非常に厳しい状況となっている。国内生産での価格と海外生産での価格ではかなりの開きがあり、国内生産は非常に苦しい立場に立たされている。 | |
| 雇用関連 | 良くなっている | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・飲食店のホール係、調理員は慢性的な人手不足から求人意欲が高い。製造業では世界的な金融不安や長期化する円高により、輸出関係の生産量が減少して求人意欲が低い。またその影響を受け、製造業から派遣会社に対するの求人意欲が低くなっている。 |
| | | 求人情報誌制作会社（支社長） | 求人数の動き | ・中途採用の広告出稿額が前年比で20～30%程度増えている。東日本大震災復興需要の影響もあり、建築資材関係でその動きは顕著になっている。 |
| | やや良くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 採用者数の動き | ・県内高校生の就職内定状況は、前年増の70%と3年ぶりに7割を回復している。県内の製造業、販売業、サービス業での求人が増加していることが要因となっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・新規求人数は前年同月比で10.2%減少、前月比で1.4%減少となっている。一方、新規求職者数は前年同月比で19.2%減少、前月比で16.9%減少となっている。新規求職者数は今年度に入り前年同月比10%前後の減少を続けていたが、10月は大幅に減少している。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・年末や年度末に向けた繁忙対応要員としての派遣依頼数は増えてきているが、その一方で業務量減少に伴う早めの派遣終了等もあり、全般的な景気はあまり変化がない。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|---------|-----------|---------------------------|---------|---|
| | | 求人情報誌製作会社（サイト運営担当） | 周辺企業の様子 | ・中国5県各社とも2013年の大卒新卒採用意欲は昨年と比較すると高い傾向にあるが、現在の景気の状況が上向きとはいえない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広告担当） | 周辺企業の様子 | ・欧州の信用不安が半導体の企業を中心に影響を及ぼしており、先行きが不透明な点もあるため、採用活動に踏み切れない企業もある。 |
| | | 民間職業紹介機関（人材紹介担当） | 求人数の動き | ・業種別での求人数が大きく変動していない。 |
| | やや悪くなっている | 人材派遣会社（支社長） | 求職者数の動き | ・正社員の転職希望者数が減少してきている。現在の景気動向を踏まえ、今は転職する時期ではないと求職者が感じている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・求職登録者数が横ばいなのに対し、求人登録数は減少している。 |
| | | 学校〔短期大学〕（学生支援担当） | 求人数の動き | ・求人数が伸びず待機の学生が多くなっている。 |
| | | 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 | ・例年であれば製造業でクリスマス商戦の関連求人やカニなどの水産加工求人が多いはずだが、今年はほとんどないなど、大口求人が少なく、すべての主要産業で前年比減少となっている。 |
| 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 | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・宝飾品などの高額商品が増えてきている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | それ以外 | ・11月は、来客数及び売上高共に前年を上回った。雑貨類などのファッション関連商品、高感度ファッションの婦人紳士衣料品、ラグジュアリー商品群、リビング用品及び呉服、美術、宝飾品等が好調に推移した。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・前年の値上げにより、販売量が大きく減少したタバコの売上が順調に回復している。また、気温の急激な低下により、冬物商材の動きが好調である。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・宴会等はさほど増加していない。宿泊客は、販売戦略の効果により前年比10%近く増加しており、旅行そのものが冷え込んでいるわけではないと感じる。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・数字上では前年比でやや良くなっているものの、実際には客から、収入面で余裕が無く、飲食の頻度が少ないなどの声を聞く。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・11月は寒い日が続いたこともあり、平日の通行量が少なかった。しかし、土日は観光客を含めて来街客が多く、秋物、冬物の出足もまずまずであり、商店街は全体的に賑わっている。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・消費者に活気が感じられない。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（営業担当） | 販売量の動き | ・店頭売上の落ち込み分を外商売上でカバーしたことで、前年水準まで戻した。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・販売量の減少に加えて、一時高騰していた野菜などの単価が大きく下落してきており、客単価も低下している。 |
| | | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・競合店の影響により来店客数が減少している。特に、ナショナルブランドの加工食品の売上が減少している。 |
| | | スーパー（財務担当） | 来客数の動き | ・競合出店等による影響で来店客数、売上は若干下回るものの、ほぼ前年並みであり大きな変化はない。 |
| | | スーパー（企画・営業担当） | 来客数の動き | ・11月前半は暖かかったため、衣料品の動きが非常に悪かった。後半の冷え込みで持ち直したものの、取り戻すまでには至らなかった。食料品はまずまずであった。 |
| | | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・客数に目立った変化はないが、客単価、売上共に増加しており、客の購買意欲は低くない。タバコの値上げ分を買い控える傾向も脱している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------|---------|-----------------|---------|--|
| | | コンビニ（総務） | 来客数の動き | ・天候や気温に左右されながらも、総じて来店客数に変化はない。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | 販売量の動き | ・11月は週末の天候が悪くて温暖であったため、コートやジャケット等の高単価商品の動きが悪く、売上を押し下げた。月後半には気温の低下に伴い、売上が回復してきたが、全体としては低調である。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・11月の販売実績は、前月の受注残により前年比162.8%であった。一方、受注量は、エコカー購入補助金制度終了で大幅に落ち込んだ前年と比べても109%と振るわなかった。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | 販売量の動き | ・国内旅行は、前月より増加していない。また、海外旅行についても、円高の効果が薄れたせいか11月に入ってから頭打ちの状況である。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・11月も引き続き、昼夜問わず暇である。また、お遍路客数も、この2、3か月に変化が無い。 |
| | | 設計事務所（職員） | 販売量の動き | ・国、県、市町村のいずれも公共事業が減少している。特に、地元企業の主たる発注先である県、市町村の減少が大きく、発注量、受注量ともに前年より2割以上減少している。2次補正予算も期待外れであった。 |
| やや悪くなっている | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 来客数の動き | ・病院開院によるお祝商品の注文が多かった。一方で、普段使いの商品の出が悪い。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕（総務担当） | 来客数の動き | ・近県に大型商業施設が開業したため、商圏が変化した。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・安売りにも客が反応しない。最近では更に、ディスカウント店とスーパーで客が分離されつつある。 |
| | | スーパー（人事） | 販売量の動き | ・暖かい気候がマイナス要因となっている。また、年末年始を控えて、やや消費を抑制しているように感じられる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・例年、11月はアウターがよく売れるが、今年は暖冬で出足が厳しい。インナーその他の軽衣料は順調ながら、重衣料が足を引っ張っているため、販売量は減少している。 |
| | | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数は3か月前と比べて15%低下、客単価も20%減少している。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・明るい兆しが全くない。来客数も購入単価も減少傾向にあり、特に販売量の減少が際立っている。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | 販売量の動き | ・来客数が非常に減少している。地上デジタル放送移行時のテレビ特需時期の反動で、買い控えが顕著である。冷蔵庫、洗濯機など大型商品も、10月より販売数量を落としている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・例年、この時期から年末にかけて販売量が落ちる。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | 販売量の動き | ・エコカー購入補助金制度が終了して受注が激減した前年と比較すると一見良いが、足元の景気後退により販売量は落ちてきている。タイの洪水被害や円高が非常に影響している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・郊外に新しい複合商業施設が開業し、バイトの求人が全てそちらに取られてしまっている。今後は客もとられてしまうと心配している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・販売実績が10、11月の2か月連続で、計画の8割程度と低迷している。特に11月は来店客数も伸びず、月末近くになっても変化がみられない。 |
| | | 通信会社（企画） | お客様の様子 | ・これまで比較的堅調であった高額商品への引き合いが、明らかに減少している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 競争相手の様子 | ・冬商戦期を向かえて、販売回復の兆しは徐々にみえるものの、他社の動向を考慮すると例年以上に競争が厳しい。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・前年と比較して非常に悪い。平日、週末共に来場者が伸びない。 |
| | | 競艇場（職員） | 販売量の動き | ・11月の売上は、前月比で14%減少、3か月前比で14%減少、前年比で17%減少と、いずれも落ち込んだ。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・客の来店周期が延びている。 |
| | | 悪くなっている | | 商店街（代表者） |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------|------------------|----------------------------|---|---|
| | | 一般小売店 〔酒〕（販売担当） | 販売量の動き | ・客単価の低い飲食店への販売は安定しているが、高級店では減少している。店売りは皆無に等しい。 |
| | | 乗用車販売店 （従業員） | 販売量の動き | ・欧州の信用不安による景気後退を懸念し、今すぐ必要ではない高額商品の購入は控えている傾向にある。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・12月に向けて来店を控える傾向が強くなり、来客数、客単価、売上すべて減少している。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなっている | — | — | — |
| | やや良くなっている | パルプ・紙・紙 加工品製造業 （経営者） | 受注量や販売量の動き | ・最も受注が増加する時期であり、受注量は堅調である。 |
| | | 一般機械器具製造業 （経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・タイでの洪水の影響は、十分対応可能な範囲であり現時点では軽微である。 |
| | 変わらない | 木材木製品製造業 （経営者） | 競争相手の様子 | ・東日本大震災後の復興期待感が若干薄れているようである。また、9月の台風被害や、欧州の信用不安、タイの洪水被害など、悪い要素が重なっている。 |
| | | 電気機械器具製造業 （経営者） | 受注量や販売量の動き | ・現在は、製薬会社や電池メーカーなどからのロットの大きい受注残があるものの、今後の受注は見込めていない。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・このところ、まともな工事が受注できていない。 |
| | | 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施設の受注により、工事量は順調に確保できているが、収益面では依然厳しい。 |
| | | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先に少し活気が感じられるようになったが、前年と比べて大きな変化は無い。 |
| | | 通信業（部長） | 取引先の様子 | ・取引先の動向から、変化は無い。 |
| | | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・東日本大震災の心理的な影響もほぼ解消し、商品購買意欲は改善傾向にある。ただ、急激な円高に対する警戒感もあり、設備投資には慎重な姿勢がみられる。 |
| | 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 | ・円高の影響により受注量が減少している。 |
| | | 輸送業（営業） | 競争相手の様子 | ・輸配送を終えた後の空車回送便を利用して、帰路途中の物流案件を採算度外視の安価な運賃で取り込む県外業者が多くなっている。また、年末に向けて燃料コストが上昇する中、荷主から適正には程遠い安価運賃を要請され、経営は厳しい。 |
| | | 広告代理店（経営者） | それ以外 | ・インキ、紙などの資材関係の値上げ要請が来ているが、販売価格には転嫁しにくい状況である。 |
| | | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・決算内容や試算表から、前年比で売上が減少している取引先が前月よりも増えてきている。 |
| 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 | ・荷主からのコストダウン要請が活発化していることに加えて、同業他社の攻勢も激化している。 | |
| 雇用 関連 | 良くなっている | — | — | — |
| | やや良くなっている | 人材派遣会社 （営業） | 雇用形態の様子 | ・正規雇用ではないものの、年末年始の繁忙期を見据えた短期雇用など、人材の需要が増加している。労働人口の増加による景気回復が見込まれる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕 （担当者） | 周辺企業の様子 | ・広告出稿は、東日本大震災の影響から抜け出し、従来水準に戻っている。住宅着工戸数は増加しているものの、住宅関連の動きはまだ弱い。自動車関連は、新型車の投入もあり11月から増加してきている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・ここ3か月は、新規求人数が増加傾向にある。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社 （営業担当） | 求人数の動き | ・大型店舗の出店により求人数は増加しているが、求職者とのミスマッチが多い。 |
| | やや悪くなっている | 求人情報誌（営業） | 求職者数の動き | ・求職者数、求人数共に大きく減少している現状では、景気が悪化しているといわざるを得ない。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・これまで増加傾向にあった新規求人数が減少に転じている。就職数でも、前年比15%減少となった。 |
| | 民間職業紹介機関 （所長） | 採用者数の動き | ・新卒、中途採用を含め、前年比で採用人数が減ってきている。要因としては、先行きの不透明感、消費者の買い控え傾向が考えられる。一方、この機会に採用を増やそうとする一部製造業もある。 | |

| 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 |
|----|-------------|-------|-------|----------------|
| | 悪く なっている | — | — | — |

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-------------------------|---------------|--|--------|---|
| 家計 動向 関連 | 良く なっている | 高級レストラン (専務) | 来客数の動き | ・九州新幹線全線開業や東日本大震災の影響で九州に観光客が増えている。地元の人の動きは悪いが、観光客が訪れる店やホテル等の観光地の動きが良い。 ・周りの職人や大工の仕事がかなり忙しくなっている。 |
| | | 住宅販売会社 (代表) | お客様の様子 | |
| | やや良く なっている | 商店街（代表 者） | 来客数の動き | ・年末商戦が始まっており、購買数が増加している。 |
| | | 商店街（代表 者） | 販売量の動き | ・寒くなってきて衣料品の動きが少し出てきた。商店街も全体的に客の来街者数が増加している。 |
| | | 一般小売店〔鮮 魚〕（店員） | 来客数の動き | ・客の購買動向をみていると、少し良くなってきている。来客数が良くなり、売上も良くなった。 |
| | | 一般小売店〔生 花〕（経営者） | お客様の様子 | ・涼しくなり、ギフトとして花を選ぶ客は増えてきた。また、客の様子をみると、東日本大震災から何とか立ち直ろうとする雰囲気がある。新たな店をオープンする等の動きも出ている。 |
| | | スーパー（店 長） | 販売量の動き | ・前半は暖かくて冬物商材が売れていなかったが、中旬になって急に冷え込み、鍋物材料やおでん材料等の動きが良い。 |
| | | 乗用車販売店 (販売担当) | 販売量の動き | ・当社が発売した低燃費の車が非常に好評で、前年と比較してもかなり良い売行きである。 |
| | | その他専門店 〔コーヒー豆〕 (経営者) | 販売量の動き | ・前年度の販売実績と比べると売上は同水準である。ただ年末にかけてコーヒー等温かい飲物を好む客が増える。 |
| | | 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 | ・先月に続き、今月も前年の売上実績を上回った。少しずつであるが、景気の回復を感じ取れる。ただし、2年前と比較するとあまり良くない。 |
| | | スナック（経営 者） | 来客数の動き | ・来客数が若干戻りつつある。しかし客単価が低く、来客数も日によってバラつきが大きい。 |
| | | 観光ホテル（総 務担当） | 来客数の動き | ・宿泊部門は、過去最高の客室稼働率を記録している。 |
| | | 旅行代理店（従 業員） | 来客数の動き | ・11月に入ってから予約が鈍化している。航空券、バック商品共に、とにかく安い商品を探す傾向にある。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・気候の変わり目で、買物やその他諸々に出かける際にタクシーを利用する。また北九州市で会議等イベントがあり、地方から来る客がたくさんタクシーを利用するため、3か月前からすると大分良い。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・今月は客の動きが大変良く、売上は前年比1～2割増である。また夜の客の動きも若干良くなった。さらに、遠距離の客が増え、今月の売上は良くなった。 |
| | | 通信会社（業務 担当） | 来客数の動き | ・スマートフォンの新機種への予約待ちの客が多く、発売後の来店状況が良い。 |
| | | ゴルフ場（支配 人） | 来客数の動き | ・例年よりも雨の多い11月となり、来場客の変動が大きい。気温が平年より高く、客入りは良いが、雨の日はプレーキがかかる。 |
| | | 美容室（店長） | 来客数の動き | ・忘年会があるからと早めに来店する客が多くなった。 |
| | | 変わらない | | 商店街（代表 者） |
| 商店街（代表 者） | お客様の様子 | | | ・寒くなったので衣料品の販売量は多少増えるが、客単価は下がっており、客が購入に至るまでの時間も長い。本当に厳しい状況である。客は安くてもなかなか購入しない。 |
| 商店街（代表 者） | 来客数の動き | | | ・今年は早めに歳末商戦に入ったが、客はなかなか買物に出てこない状況が続いている。 |
| 一般小売店 〔茶〕（販売・ 事務） | 販売量の動き | | | ・単価は低いが来客数が徐々に戻っている。ただ、例年11月末からお歳暮の注文が入るが、今年は予約件数がかなり少なく、売上は減少傾向にある。 |

| 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 |
|----|---------|----------------|---------|---|
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・11月は気温が高く推移したこともあり、防寒衣料の動きが良くなかった。客の購買意欲が上がるようなこともなく、景気が高揚する気配がない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・取引種別をみると、現金比率が低下し、クレジット扱いが増加した。友の会満会金券の使用やクレジット催事が好調である。1年間積立の目的買い、高額衣料雑貨の分割払い購入など、手元に現金を残す傾向が強まっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 競争相手の様子 | ・当店の売上は前年比102%であるが、競合店が7月に閉店した影響が出ると思われた8月と変わらない。ただし他店では前年比102%、同96.1%になり、前月に比べると他店の伸び率も鈍化している。 |
| | | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・冬物商戦が本格化し、寒さ対策の防寒関係に動きがみられるものの、ファッション関連の商品の動きが弱い。客の買物に対する慎重さは前年より強い。 |
| | | 百貨店（企画） | 販売量の動き | ・今月中旬過ぎからの冷え込みで、今まで動きの鈍かった防寒物がやっと動き出した。ここ数か月の全体的な売上は、商品により差はあるものの、ほぼ前年並みで推移している。 |
| | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・円高還元等の安売合戦により、客は価格に敏感になっており、単価が下がっている。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・11月前半は非常に厳しい売上状況となった。後半になり、気温の低下とともに、衣料品がやや持ち直したものの、全体的に衣料品は厳しい状況が続いている。旅行関係は好調に推移している。 |
| | | スーパー（店長） | 競争相手の様子 | ・競合店が経営危機で店休日が1日増え、その分当店の売上が上がっている。また、競合店の1店が年内で閉店するため、その分が売上の増加となる。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・今月は気温が前年よりも大変高く、秋冬衣料や鍋物材料の動きがあまり良くない。ただし、20日以降少し冷え込み、冬物商材等の動きが出てきてはいる。全体的には停滞しており、節電が期待される暖房商品についても、思ったような売行きではない。さらに先行き不透明感から消費を控える傾向もあり、特に高額品の販売に苦戦している。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・生活の必需品である食品や日用雑貨等ののらし掲載回数を前年より増やし、その効果が出ている。店全体の来客数は3か月前と比較して約2%アップしているが、衣料品関係の販売にはあまり結びつかず、売出し以外の平日の来客数は前年比90%となっている。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・月の後半は気温の低下で冬物衣料、暖房用品の動きが若干出始めた。しかし前半は気温が高く、冬物の動きが鈍かった。その様子から本日に必要になるまで買い控える傾向がみられる。 |
| | | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・東日本大震災以降、消費回復がみられない。また、11月下旬までは暖かい日が多く、衣料品を始め冬物商品の売行きが悪い。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・たばこの値上げにより、客単価は上がっているが、依然として来客数は大幅な前年割れが続いている。 |
| | | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・毎月行うセールであるが、100円割引券をチラシに添付して配布している。その100円割引券を使用して、200円位の買物を何度もしていく客が多い。 |
| | | コンビニ（販売促進担当） | 販売量の動き | ・売上を維持するなかで、量販店の価格競争がヒートアップしている。ただし、コンビニエンスストアや系列店の量販店、ローカルスーパーを含め、全体で売上は前年比4%の増加とほぼ横ばいとなり、かろうじて前年を上回っている。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | 単価の動き | ・コンビニエンスストア本部のイベントによって、来客数自体は少し伸びているが、客単価はあまり変わっていない。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | 来客数の動き | ・月の前半は、気温が高く、コート等の重衣料が売れず苦戦した。地元球団の優勝記念セールの頃に気温が下がり、ようやくコートやニットが動き、売上は前年並みに追い付いた。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・エコカー購入補助金が終わり、減税効果は客にあまり浸透しておらず、受注台数が伸びない。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・新車受注台数が3か月前と同じレベルである。今年度で終了するエコカー減税の駆け込み需要を期待するがまだその様子はみられない。 |

| 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 |
|----|-----------|-----------------------------------|--------|--|
| | | その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括） | 販売量の動き | ・前年と比較すると、燃料油の販売状況はそれほど変わらないが、灯油の販売は例年に比べ暖かいため減少している。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人） | 来客数の動き | ・来客数、駐車台数共に前月に比較して伸びていない。本来この時期は衣料品の動きが良くなり、来客数が伸びる時期であるが、まだ、客足は伸びない。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | 来客数の動き | ・ランチ時は例年通りの来客数であるが、ディナーの来客数が芳しくない。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・予約や一般利用者、日曜日の利用者いずれもほとんど変わらない。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（店長） | お客様の様子 | ・暗い話が多く、来客数が本当に少ない。客は財布のひもが固く、単価がとても低い。今年もあと1か月になったが、忘年会の予約も少ない。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・売上がほぼ前年並みである。 |
| | | 旅行代理店（企画） | 販売量の動き | ・行楽シーズンが一段落したこともあり、状況は変わらない |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・ゴルフの大きい大会があったが、いま一つ盛り上がり欠け、昼のタクシー利用は少なかった。夜も思ったより街へ出る客は少なかった。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・特殊要因を除いた場合、販売量に大きな変化がみられない。 |
| | | 通信会社（総務局） | 販売量の動き | ・円高や株安、個人消費の低迷が続いており、客は消極的で安価プランの契約が多い。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・地域的に県外客が前年を上回るペースで動いており、好調である。加えて修学旅行客や学生が多くなっている。歴史等の部分で南九州は再度盛り上がり、ゴルフ場としても非常に良い傾向である。 |
| | | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・化粧品業界は年末に向かってだんだん忙しくなる時期であるが、景気回復どころか現状維持か下降気味になってきている。消費税の増税等の話も出ており、客の財布のひもがどんどん締まる傾向が続いている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・客との対応のなかで、より安く土地を求める客とより高く売りたい客が極端になっており、土地の動きが非常に悪くなっている。土地の需要が止まり、土地の価格低迷に影響している。 |
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・タイの洪水や欧州の信用不安など、不安要因になる報道が多く、個人消費に盛り上がる気配がみられない。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・来客数は落ち込んでいないが、客の購買意欲がみられない。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | 販売量の動き | ・11月は週末の天候不順や、気温がやや高く推移したこと等で来客数は減少している。景気の停滞感から購買単価が低下傾向で、売上は予算から大きくかい離して推移している。一方、食品の物産催事は前年実績を確保している。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・デフレ進行が止まらず、価格訴求による集客合戦で、企業体力の差が出ている。他方、消費者は年金や増税懸念等の先行き不安のなか、生活必需品の必要な分だけ購入する傾向が強まっている。また、セール等販売促進の多寡で集客に明暗が出ており、広告費などのコストと売上確保のバランスが崩れている。 |
| | | スーパー（売場担当） | 販売量の動き | ・気温が高い日が多く、冬物の販売動向が良くない。 |
| | | スーパー（業務担当） | お客様の様子 | ・例年なら今頃の時期から販売がピークを迎える防寒衣料や鍋食材等の販売動向が11月中旬以降まで極端に悪かった。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・客は必要な物だけを購入するような状況で、キャンペーン等を実施しているが、多くは望めない状況である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・客の来店はあるが、買物をする数が少ない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・冷え込んできたと思ったら、暖かい日が続く、冬物が売れない日が続いている。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | お客様の様子 | ・当地の特殊状況であるが、競合店の閉店に伴う当店への来客数の増加が一段落し、やや減少傾向に向かっている。また非常に気候が不順であるため、店頭での客の動きが少しおかしい。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------|-----------|----------------------------------|--------------|--|
| | | 衣料品専門店 (取締役) | お客様の様子 | ・11月は冬物商戦であるが、月初は重衣料に動きがあったものの、気候が暖かくなったこともあり、衣料品の動きが悪かった。例年動いているはずのコート の動きが止まっている。また世の中が節電、エコモード なので買い控えやある物で済ませようとするような 考え方が定着している。客は非常に吟味し、セール待 ちのような状況で、物の動きが止まっている。 |
| | | 家電量販店(総務担当) | 販売量の動き | ・来客数は変わらないが、購買に結びつかない。 |
| | | 自動車備品販売店(従業員) | それ以外 | ・東日本大震災による影響が薄れてきた矢先に、ナビメーカーやHDD部品関連、自動車メーカーがタイの洪水の影響で供給不能や供給が縮小し、仕入が不足している。 |
| | | 住関連専門店(経営者) | 来客数の動き | ・順調だった毎月のキャンペーンが今月は良くない。店舗での販売は厳しいが、大口の注文があり、売上の的には変わらない。 |
| | | その他専門店[書籍](店長) | 販売量の動き | ・依然として景気は低迷したまま、浮上の気配はみられない。世界的な不況も追い打ちをかけている。客の様子をみると、家計から支出に回す余裕がなくなっている。 |
| | | 高級レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・11月は七五三があるので、土日の昼の客は少しずつ増えている。ただし、平日の夜の客に関しては先月、先々月に比べるとやはり少し少なめになっており、非常に厳しい状況であった。今後12月に向けての販売促進の営業をしているが、厳しくなりそうである。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | 単価の動き | ・レストラン部門の一部で前年単価をクリアしている店舗はあるものの、宴会、婚礼、宿泊の主要部門は依然として単価が下落し、平均集客数も減少している。 |
| | | 都市型ホテル(副支配人) | 販売量の動き | ・前年同月より売上は良いが、9、10月ほどの勢いがなく、インバウンドが非常に減っている。 |
| | | 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 | ・恒例の秋季スポーツキャンプやゴルフトーナメントを実施したものの、一般、団体共に予約の伸びが鈍い状況が続いている。 |
| | | 音楽教室(管理担当) | 来客数の動き | ・ピアノをやめる人が増えている。また、近隣の飲食店も芳しくない状況となっている。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者[フィットネスクラブ](営業) | 来客数の動き | ・9月下旬以降、来客数や契約数が減少している。 |
| | | 悪くなっている | | 百貨店(営業担当) |
| 衣料品専門店(店長) | お客様の様子 | | | ・年金生活になる客が多くなり、買物が少なくなっている。パートやアルバイトで自分の小遣いを稼いで自分の洋服を購入している様子であるが、それにも限度があるようだ。自由になるお金が少なくなっている。 |
| 家電量販店(店員) | 販売量の動き | | | ・アナログ放送の停波以来、テレビの売上が非常に低迷している。特に前年の10~12月とエコポイント制度の見直しによる駆け込み需要の山が非常に高く、これが大きく足を引っ張っている。 |
| 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 | ・タイの洪水復興需要で近隣の取引先からの受注が相次ぎ、パンク状態である。 |
| | | 経営コンサルタント(代表取締役) | 受注量や販売量の動き | ・特定の業種に限った話ではないが、今月は東日本大震災後、時間の経過とともに観光客がかなり増えている。イベントが開催され、特に旅館、交通関係が非常に良い数字となっている。具体的な業種は分からないが、少なくともサービス業関係を中心に11月はかなり良い月となった。 |
| | やや良くなっている | 農林水産業(従業員) | 受注価格や販売価格の動き | ・牛肉の枝肉販売は厳しい状況であり、全体的な売上は前年比8割にとどまっている。ただ、3か月前と比べると牛肉の消費が少しは良くなっている、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 | ・工場の製造能力より、受注量が多いような状態である。 |

| 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 | |
|---------------------|------------|------------------|---|--|---|
| 変わらない | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・最近、引き合いや見積の話が多くあり、年内はもちろん、受注量がかかなりある。消化するのが困難な状況であり、仕事量が増え、問題となっているほどである。 | |
| | | 経営コンサルタント（社員） | 取引先の様子 | ・地元球団の優勝記念セールにより、販売が増加している。 | |
| | | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年通り、年末年始用のハムや冷凍食品メーカーの原料肉の引き合いが強い。反面、量販店や居酒屋等は牛肉の食中毒問題の影響が残り、依然厳しい状態にある。 | |
| | | 繊維工業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・同業者が工場を閉鎖したという話が聞かれる。受注量が増えているが、閉鎖した同業者の仕事が回ってきているだけで、景気が良くなって増えているわけではない。 | |
| | | 家具製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・円高が続くなか、国内の空洞化が確実に実感できるようになってきた。特にコンビニエンスストアや飲食チェーン等は中国を始めとしたアジアへの出店を加速しており、国内への投資、出店が減速気味である。家具においても価格面では中国製の安い物には対抗できず、品質や短い納期、小ロットでの対応でしか生き残れない。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・景気そのものは不透明な状態が続いており、客についてもなかなか明るい話がない。相変わらず不透明な状況で推移している。 | |
| | | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・日用品については受注量が前年比1～2割減少している。今月も包材関係やロール紙等の製紙業の販売が大幅に悪くなっている。 | |
| | | 通信業（経理担当） | それ以外 | ・依然として株価が回復せず、諸外国の景気に左右され、下向きの様子である。 | |
| | | 金融業（従業員） | それ以外 | ・物販店の閉店もさることながら、飲食店の閉店も目立っている。 | |
| | | 金融業（営業職 渉外係） | 取引先の様子 | ・欧州の信用不安の問題もあるうえに、政府の施策にスピード感がなく、東日本大震災の復興や景気回復策なども進んでおらず、停滞ムードが続いている。 | |
| | | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・製造業、小売業共に大きな変化はない。資金面でも落ち着いている。 | |
| | | 金融業（得意先担当） | 取引先の様子 | ・当地は観光に依存した企業が多く、東日本大震災以降、厳しい状況下であり、各企業の業績が悪化している。資金繰りの安定を図るべく、依然として条件変更の申し出が多く、3か月前の状況と大きな変化はない。 | |
| | | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・年商1億円前後の建設や設備工事業の受注が増えている。ただし、震災復興による人手不足と受注単価の低下状態は続いており、まだ景気の回復とは言えない状況が続いている。 | |
| | | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・東日本大震災の影響も徐々に取り除かれ、国内景気に大きな変動はない。また、タイの洪水の影響も聞こえてきているが、一部の影響にとどまっている。 | |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・受注が件数、金額共に上向いており、企業の投資意欲は少しずつ上向いている。 | |
| | | やや悪くなっている | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・11月になり、自動車関連の仕事の雲行きが怪しくなっている。タイの洪水の影響と円高、欧州の信用不安により、生産の下方修正がかかなり出ている。今後、注視する必要がある。 |
| | | | 精密機械器具製造業（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・円高の影響で受注量が悪化している。今後も価格変動が考えられ、受注が不透明である。 |
| | | | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・タイの洪水の影響により、景気はやや悪くなっている。 |
| | | | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・官公庁の目標である上半期70%の発注がクリアしたようで、最近になって、発注が激減している。 |
| 輸送業（総務） | 受注量や販売量の動き | | ・円高や株価の状況の悪化が影響しており、荷動きは良くない。 | | |
| 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | | ・天候の関係もあるが、食品や衣料品の荷動きが特に悪い。全体的に商品の荷動きがあまり良くない。 | | |
| その他サービス業〔物品リース〕（役員） | 受注量や販売量の動き | | ・設備投資等の引き合い案件もここ2～3か月減少しており、契約額についても目標を大きく下回り、前年比10%弱の減少と厳しい状況になっている。 | | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------|----------------------|------------------------|---|---|
| | 悪くなっている | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役） | 取引先の様子 | ・建設関係の公共事業は予算額が切り詰められ、委託業者から見積をとることなく、過去の最低の実績で予算化している。このため、入札を辞退する業者が多くなっており、結果的に予定価格より高い金額で見積を出した業者に値引きを求めて契約を要請するケースがみられる。仮に落札しても、経費分も出ないような案件もある。 |
| 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 | ・タイの洪水の影響による国内生産の増強が、求人数の増加につながっている。新聞求人広告は前年比150%と好調で、人材派遣の求人も目立っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年同月比28.6%増となっており、15か月連続で増加となっている。産業別でみると、卸売業、製造業等が増加傾向で推移している。 |
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 求人数の動き | ・欠員求人以外に航空系企業等、新規業務受託による追加採用が出ている。本校は、新卒就職をメインとしているが、新卒者への採用チャンスはここ数年と比べると増加傾向にある。団塊世代のリタイヤが背景にあるのか、九州に雇用がシフトしつつあるのか分析が必要である。 | |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・求人数は伸びているが、採用難に陥っている。特に労働集約型で時給単価が低いところの採用が困難になっている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・九州北部の自動車メーカーの生産回復とともに、求人が増えている。国内向けが中心で、円高の影響もあり海外向けが伸びるかどうかわからない。 |
| | | 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、求人の状況をみると、本年11月の求職者数は先月に引き続き前月を15%程下回る見込みである。しかし、年間を通じ11、12月は最も求職者が減少する月であり、前年度と同程度の減少幅となっている。 |
| | | 民間職業紹介機関（社員） | 求人数の動き | ・派遣需要は都市部が前年並みで推移しているが、地方では前年並みかそれ以下となっている。契約の終了はないが、追加、新規の人材需要までは回復していない。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 採用者数の動き | ・選考活動の結果、採用数が採用予定数に満たないまま選考活動を終了している企業が見受けられる。ただし、求人票の受理件数はわずかながら前年より増加している。 |
| | やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・上半期と比較して、求人数が下降傾向にある。 |
| 職業安定所（職員） | | 求人数の動き | ・新規求人数は前年同月比で18か月連続で増加してきたが、19か月ぶりに新規求人数が減少に転じている。 | |
| 学校〔専門学校〕（就職担当） | | 雇用形態の様子 | ・フリーター等の若年者向け雇用の施策が、新卒採用に影響している。 | |
| 悪くなっている | 民間職業紹介機関（支店長） | 求人数の動き | ・営業や販売促進職の人材需要は、年末年始の繁忙期にもかかわらず前年以下である。 | |

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------|-----------|-----------------------|--------|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなっている | ゴルフ場（経営者） | 単価の動き | ・単価の引上げを図った結果、入場者数は減っているが、売上はそれほど落ちていない。 |
| | やや良くなっている | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・今年はポジョレーヌーヴォーが人気で大量の予約があり、販売量が増加している。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・来客数前年比が3か月前より10%ポイント増加している。 |
| | | その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当） | 来客数の動き | ・貸出実績が前年比104%と、観光客の利用が若干伸びてきている。 |
| | | 住宅販売会社（総務・企画分野） | 来客数の動き | ・住宅見学会などへの来客数が増えている。また、商談の内容も具体的な質問などがあり、商談進捗に期待ができる見込み客が増えている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------|-----------|-------------------|------------|--|
| | 変わらない | スーパー（販売企画担当） | 販売量の動き | ・雨の日が多く、気温が高いなど天候不順の影響もあったと考えられるが、生鮮食料品、特に青果、鮮魚を中心に販売量が前年比で減少している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・今月は雨も多く例年より気温も高かったため、特に米飯類やパンの売上に悪影響が出ている。逆にアイスや傘の回転が良く、下げた部門をカバーしているケースもみられる。たばこの値上げ後の効果もまだあって全体の底上げをしておき、たばこ以外の商品も前年とほぼ同様である。 |
| | | その他専門店〔楽器〕（経営者） | 販売量の動き | ・景気の底に近付いているのか、来客数はこれ以上は増えも減りもしていない。客も安価な商品や特価商品に対して反応はあるが、売上額は大変厳しい。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | 地元客は平日は相変わらず外食をしないが、週末は比較的よく来るので、客席を増やして週末の売上を確保し、平日の落ち込みをカバーしている状態である。 |
| | | 観光型ホテル（マーケティング担当） | 販売量の動き | ・稼働率の前年比が3か月前と同様の状況が続いている。 |
| やや悪くなっている | | 百貨店（営業企画） | 販売量の動き | ・今年は衣料品の改装効果で前年売上実績をクリアし続けてきたが、気温上昇や天候悪化が続き、秋冬物衣料の動きが苦戦している。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（店長） | 販売量の動き | ・3か月前と比べ来客数、販売量共に減少している。今年初めて前年比を下回っている。以上のことを踏まえると、景気はやや悪くなっているようにみられる。 |
| | | 通信会社（店長） | 販売量の動き | ・年末商戦に合わせて新商品が発売されるので、それを待つ買い控えの時期になっていることに加え、他社から話題性のある商品が発売されたため販売が流れ、厳しい状況になっている。 |
| 悪くなっている | | 家電量販店（総務担当） | 販売量の動き | ・地上デジタル放送への移行と、家電エコポイント制度終了の反動が予想以上に大きい。 |
| 企業動向関連 | 良くなっている | ○ | ○ | ○ |
| | やや良くなっている | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・県外の外食産業や、アパレル関連の県内出店、店舗増などがあり、取扱物量が増えている。 |
| | 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、民間工事の受注は共に前年より減少し、個人住宅は前年より増加している。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・注文住宅の契約棟数は、3か月前と比べてほぼ変わらない。 |
| | | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引等の話は増えているようだが、まだ契約に至っていない。 |
| | やや悪くなっている | コピーサービス業（営業担当） | 取引先の様子 | ・資材の仕入れ先が価格値上げ等を行っている。 |
| | 悪くなっている | — | — | — |
| 雇用関連 | 良くなっている | — | — | — |
| | やや良くなっている | — | — | — |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（総務担当） | 求人数の動き | ・ここ数か月の求人件数が、前年比20%前後の増加で推移している。 |
| | やや悪くなっている | ○ | ○ | ○ |
| | 悪くなっている | — | — | — |