

## 1. 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：株式会社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<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) | 良く<br>なっている   | -                         | -      | -   |
|                             | やや良く<br>なっている | 商店街（代表者）                  | 販売量の動き | ・11月も一般消費が微増ながら前年を上回っている様子がみられる。また、今年は早めの降雪があったことで冬物商材も順調に動いている。プレミアム付商品券も順調に使用されているが、カード決済が前年を下回っており、プレミアム付商品券の効果の反動とみられる。             |
|                             |               | スーパー（店長）                  | 来客数の動き | ・来客数が徐々に増加している。特に食品部門でそうした動きが目立っている。  |
|                             |               | スーパー（役員）                  | お客様の様子 | ・北海道新幹線の開業を控えて様々なイベントが増えており、人や物の動きが活発になってきた。  |
|                             |               | コンビニ（店長）                  | 来客数の動き | ・11月の売上は前年比104%であった。商品の単品管理をきちんと行っているような店舗が売上を伸ばしてきている。   |
|                             |               | その他専門店<br>〔医薬品〕（経営者）      | お客様の様子 | ・悪天候の日が多かった割に来客数は悪くなかった。ただ、客の購買動向はシビアである。客自身が納得できて、コストパフォーマンスが良いと感じた商材であれば購入する傾向がみられる。  |
|                             |               | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（経営者） | 販売量の動き | ・原油及び石油製品の価格下落に伴い、販売量が前年を上回っている。  |
|                             |               | 旅行代理店（従業員）                | 販売量の動き | ・第3四半期に入り、微増ではあるが、売上が前年を上回る状況が継続している。   |
|                             |               | 観光名所（従業員）                 | 販売量の動き | ・11月の利用乗降客数は運休を伴う工事や悪天候による運休があったため、単純に前年実績と比較できないが、売店とレストランの11月の売上を前年実績と比べると、25日時点で売店が前年比約120%、レストランが前年比130%と伸びており、8月以降、前年を上回る状況が続いている。 |
|                             |               | 美容室（経営者）                  | お客様の様子 | ・灯油やガソリンの価格が予想以上に安くなっているため、客がいつもよりも少しランクの高い商材を買い求める傾向がみられる。   |
|                             |               | 住宅販売会社（役員）                | 来客数の動き | ・11月に入ってから、分譲マンションのモデルルームへの来客数が増加している。2017年に予定されている消費税増税を控えて少しずつ客が動き始めたようだ。   |
|                             | 変わらない         | 商店街（代表者）                  | お客様の様子 | ・商店街に閉塞感があることで来街者が減少している。   |
|                             |               | 商店街（代表者）                  | お客様の様子 | ・客の様子は従来と変わりがないため、景気がそれほど上向いているようにみえない。   |
|                             |               | 一般小売店〔土産〕（経営者）            | 来客数の動き | ・11月も外国人観光客の来客数が前年比150%と大きく伸びており、3か月前と比べて状況は大きく変わっていない。   |
|                             |               | 一般小売店〔酒〕（経営者）             | 販売量の動き | ・当店の売上は観光関連によるものが大きな割合を占めているが、11月はこれまで売上をけん引していたホテルの売上が特に悪かった。例年、ホテル関連の厳しい時期ではあるが、今年は急にブレーキがかかったようであり、落ち込みが目立った。                        |
|                             |               | 百貨店（売場主任）                 | 来客数の動き | ・ほぼ前年並みで推移していた来客数の動きが鈍化した。また、外国人観光客による売上は前年比115%と2けたの増加を維持しているものの、減少傾向にある。また、新たに提案を始めた商材は即効性が弱く、関連部門への顧客動員も減少気味である。                     |
|                             |               | 百貨店（担当者）                  | 来客数の動き | ・客単価は変わらないものの、来客数が減少したままである。  |
|                             |               | コンビニ（エリア担当）               | 販売量の動き | ・生鮮品の売上は維持できているが、たばこやアルコールなどの免許品の売上の減少が継続している。企業の残業抑制が影響しているのか、客単価の高い遅い時間帯の来客数が減少している。  |
|                             |               | コンビニ（エリア担当）               | 来客数の動き | ・店舗の来客数が回復してこない。  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種         | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|---------------|---------|--|
|    |           | コンビニ（オーナー）    | 来客数の動き  | ・外国人観光客は安定しているが、景気自体はあまり良くない。  |
|    |           | 衣料品専門店（店長）    | 販売量の動き  | ・販売量、来客数ともに直近3か月で減少している。客1人当たりの買上点数も減少しており、特に衣料に関しては必要以上に購入していない様子がうかがえる。  |
|    |           | 衣料品専門店（店員）    | 単価の動き   | ・単価の高い商材の動きが悪い。  |
|    |           | 家電量販店（店員）     | 来客数の動き  | ・11月後半から、来客数、売上とも減少しており、12月の売出しまで買うのを待とうとしている様子がうかがえる。   |
|    |           | 乗用車販売店（従業員）   | 販売量の動き  | ・一部の車種が新型になったことで販売量が上向いているが、決して市況がそれほど良くなっているわけではない。   |
|    |           | 乗用車販売店（従業員）   | 販売量の動き  | ・個人的には景気に左右されることもなく、販売台数も伸びているが、周りを見ると、正直言って厳しい状況であり、業界を取り巻く景気としては変わらない、又は下向き気味にある。  |
|    |           | 乗用車販売店（従業員）   | 販売量の動き  | ・新型車が発表されたこともあり、新車の販売量は上向いているが、中古車の販売量が予算未達で終わっている。  |
|    |           | 乗用車販売店（役員）    | 販売量の動き  | ・新車、中古車ともに販売量が一向に上向いてこない。市況も他地区と比べて悪く、改善される様子がみられない。   |
|    |           | 自動車備品販売店（店長）  | 競争相手の様子 | ・11月末まで雪が降らなかったため、冬タイヤの販売量が前年の70%台になってしまった。また、冬物用品の販売量も落ち込んでおり、買換えを先延ばししている傾向がうかがえる。   |
|    |           | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き  | ・穏やかな天候に恵まれたこともあり、昼の売上は比較的良かったが、月後半に連休があったためか、夜の売上が悪く、全体としては前年並みであった。知り合いの店では、調理スタッフを募集しているが、高給にもかかわらず、長期間応募がなく、業務に支障が出ている。10月末のハロウィンの人出は飲食店にも恩恵があり、歓迎しているが、一方で過剰な仮装した客や酔い客が来店することで迷惑している店も増えているようだ。 |
|    |           | 観光型ホテル（スタッフ）  | 来客数の動き  | ・外国人観光客については、ASEAN諸国からの観光目的の来客が堅調であった。また、イベントやスポーツ大会関連での宿泊需要もプラスに作用した。その一方で、国内からの個人旅行者向けの商材が低調であった。  |
|    |           | タクシー運転手       | 来客数の動き  | ・10月は天候が悪かったため、タクシーの利用が多く、売上も前年を上回ったが、11月は月末に雪が降るまで、前年を大きく下回って推移した。ただ、月末の天候が悪かったこともあり、月全体ではほぼ前年並みの売上となった。  |
|    |           | タクシー運転手       | 来客数の動き  | ・売上は前年比で若干のプラスだったが、2～3か月前と比べて目立って良い状況になってきたとまでは言えない。   |
|    |           | 通信会社（社員）      | お客様の様子  | ・イベント開催時の来客数が少なく、売上や成約数も減少傾向であった。今年1年を振り返ってみても景気が上向いていると実感することが少ない状況にある。   |
|    |           | 美容室（経営者）      | 単価の動き   | ・季節的な要因で売上は減少しているが、客単価はそれほど変わっていない。  |
|    |           | 美容室（経営者）      | 来客数の動き  | ・売上が伸びた商材もあったが、下がった商材もあったため、全体で見るとあまり変化がみられない。   |
|    |           | 住宅販売会社（経営者）   | お客様の様子  | ・住宅建築は前年の消費税増税後の回復の動きがみられないまま推移しており、全体的にあまり景気の良くない状況にある。   |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）      | 単価の動き   | ・4月以降、客単価が前年よりも上がってきていたが、9月以降は前年よりも5%ほど下がっており、11月も同様の状況が続いている。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|----------------|--------|---|
|    |         | 商店街（代表者）       | 来客数の動き | ・11月中旬までは悪いながらも、来街者はほぼ例年並みで推移していたが、23～25日にかけての大雪の影響により、11月下旬の来街者が大きく減少した。また、月末に実施した当商店街と地元百貨店との共同主催によるクリスマスイベントも大雪の影響からか、例年の半分程度の参加者にとどまった。例年であれば、月末にかけて売上を伸ばす時期であるが、物販の売上は予想外に落ち込んだ。 |
|    |         | 商店街（代表者）       | 来客数の動き | ・例年、11月は来客数が少なくなるため、3か月前と比べるとやや悪くなっている。ただ、今年は予想を上回るような来客数がみられたほか、激安ツアーの利用客も少なかったため、比較的高価な商材が売れた。  |
|    |         | 一般小売店〔土産〕（経営者） | お客様の様子 | ・11月の売上は前年比で105.2%、前々年比で102.2%とまずまずの数字であったが、外国人観光客に助けられた部分が大きい。一方、納入業者の値上げ攻勢に加えて、若い女性の短期離職に伴う人件費の増大と期待にこたえられる社員の確保ができなかったことなどが経営を苦しめている。  |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）    | お客様の様子 | ・来客数の微減が続いている。また、客単価は上がっているものの、買上率の低下が続いており、売上全体が下がってきている。電気料金の値上がりに伴う冬の暖房費高騰に備えて、客の買い控えが続いている。   |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）    | 来客数の動き | ・店舗前の歩道工事の影響も少なからずあるものの、来客数が大幅に減少している。競合店出店以降、客の流れが変化しており、競合店の対面に当たる出入口からの来客数が増加している一方で、反対側にある出入口からの来客数が減少している。   |
|    |         | スーパー（店長）       | 販売量の動き | ・売上、来客数ともに前年から5%減少している。また、販売点数は前年比92%と前年を大きく下回った。   |
|    |         | スーパー（役員）       | 来客数の動き | ・当地区は人口減少に加えて、大型店出店に伴う顧客の分散もあり、特に景気が悪化している。商品単価の上昇に伴い客単価は上昇しているが、来客数は前月と比べて1.5%減少している。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）    | 来客数の動き | ・海岸沿いの地区では一部の地区を除き、魚の不漁が続いていることもあり、来客数の減少が目立っている。内陸部では競合店の出店が続く、客の分散が進んでいる。たばこ、アルコールなどの免許品の売上の減少幅も大きい。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）    | 来客数の動き | ・同業者の廃業に伴う閉店セールや例年より早い暴風雪の影響により、売出し初日の状況が非常に悪く、前年を大きく下回った。空き店舗ビルの解体工事があちこちで行われ、雪で道が悪かったこともあり、消費者や観光客がメインストリートを歩く姿も少なかった。  |
|    |         | 衣料品専門店（店長）     | お客様の様子 | ・暖冬の影響もあるが、冬物のスーツやコートなど、例年であれば稼働が最大になるはずの商材が低調に推移しており、客の買い控えが強く感じられる月であった。  |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）  | 単価の動き  | ・日中の来客は1～2名の観光客やビジネスマンのほか、年配の夫婦が目立つ。夜は客単価の上昇につながるようなコース料理の注文が少なく、売上としては厳しい状況にあった。時間帯によっては外国人が半数を占める時間もあった。全体の売上は前年並みにとどまった。   |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）  | お客様の様子 | ・企業の景気鈍化に伴い、客の購買意欲も減退している。  |
|    |         | 観光型ホテル（役員）     | 単価の動き  | ・外国人観光客、国内客ともに宿泊料金が下落している。  |
|    |         | 旅行代理店（従業員）     | 来客数の動き | ・10月の荒天に伴う農業被害及び一部地区の漁獲不振などのマイナス要素があるため、消費者のマインドが低下している。さらに、11月後半に早くも降雪の影響による欠航が発生しており、航空需要への影響が懸念される。  |
|    |         | 旅行代理店（従業員）     | お客様の様子 | ・パリでの同時多発テロを受けて、海外旅行を中止する客が出始めた。  |
|    |         | タクシー運転手        | 販売量の動き | ・やや回復傾向がみられるが、前年比での落ち込みが継続している。   |
|    |         | タクシー運転手        | 販売量の動き | ・11月に入り、観光客が減少しており、地元客の注文も減っている。3か月前と比較しても売上が約10%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  |  |
|--------|-----------|------------------------------|------------|---|--|
|        |           | タクシー運転手                      | 販売量の動き     | ・雪が遅かったため、タクシー利用者が減少し、売上が減少している。また、夜の飲食街への人出が少ないことも売上減少の一因となっている。   |  |
|        |           | タクシー運転手                      | 販売量の動き     | ・11月末の降雪の影響でやや売上が回復したものの、全体的にはやや悪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〔フェリー〕（従業員） | 来客数の動き     | ・急激に冬型の気圧配置が強まったことで欠航が相次いだ。また、工事関連の輸送が季節とともに減少している。   |  |
|        | 悪くなっている   | 百貨店（売場主任）                    | 来客数の動き     | ・11月下旬に大雪が2度あったことで来客数が減少した。商材別にみると、特にお歳暮の動きが悪いほか、婦人者が苦戦しており、婦人服のコートなどは前年比70%にとどまった。   |  |
|        |           | 通信会社（企画担当）                   | 販売量の動き     | ・売上増加を目指した付加サービスが過剰になりすぎたことで客から不評を買ひ、札幌郊外と道東を中心に販売量が大きく低下した。  |  |
| 企業動向関連 | 良くなっている   | -                            | -          | -   |  |
|        | やや良くなっている | -                            | -          | -   |  |
| (北海道)  | 変わらない     | 食料品製造業（従業員）                  | 受注量や販売量の動き | ・販売額に特に変化がみられない。  |  |
|        |           | 建設業（従業員）                     | 受注量や販売量の動き | ・受注量が確保されており、職員の稼働率も依然として高い状況にある。   |  |
|        |           | 輸送業（営業担当）                    | 取引先の様子     | ・紙及び板紙の国内出荷量が相変わらず低調であり、紙類の道外向け輸送が19か月連続で減少している。一方、農産物の道外向け輸送は好調に推移している。  |  |
|        |           | 金融業（企画担当）                    | それ以外       | ・外国人観光客は前年を大幅に上回っている。札幌市内のホテルは9割以上の稼働率で、宿泊料金も1泊1万円を超え、千歳や小樽などの近郊まで客が流れている。設備投資は多くの企業が慎重な姿勢であるが、ホテルの新設・改装、医療福祉施設の新設などが全体を押し上げている。道内経済でウエイトの大きな建設土木は公共工事の減少で低迷している。 |  |
|        |           | 司法書士                         | 取引先の様子     | ・土地取引や建物の建築において、若干の伸びがみられるが、一時的な動きとみられ、特に景気が良くなっているということではない。   |  |
|        |           | 司法書士                         | 取引先の様子     | ・土地の売買、建物の新增改築工事が例年よりも少ないままである。   |  |
|        |           | 司法書士                         | 取引先の様子     | ・一般住宅やマンションの建設に活況感がない。マンションのくい打ちに関する施工データ改ざん問題の影響が大きく、中古物件の販売にも影響が及んでいる。  |  |
|        |           | コピーサービス業（従業員）                | 取引先の様子     | ・取引先の様子をみると、来年に向けての設備投資を抑え気味である。マイナンバーへの対応が本格化してきているなかで、突発的な投資が生じることを懸念しているようである。   |  |
|        |           | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）      | 受注量や販売量の動き | ・春に発注されたゼロ国債による工事が少しだけで、その後の受注量が増加していないため、前年から1割以上減少している。   |  |
|        |           | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）       | 受注量や販売量の動き | ・各種補助金と関連しての設備投資はみられるが、そのほかの設備投資は依然として低位のまま推移している。  |  |
|        |           | やや悪くなっている                    | 家具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・首都圏及び大企業を中心とした過熱気味の需要が沈静化しつつある。   |
|        |           |                              | 建設業（従業員）   | 受注価格や販売価格の動き  | ・建設業の端境期に差しかかり、仕事量と職人の数の均衡が取れてきたこともあり、特に鉄筋、型枠、鉄骨などの工事の単価が低下傾向となってきている。                                     |
|        |           |                              | 輸送業（支店長）   | 受注量や販売量の動き  | ・例年であれば、年末商戦に向けて輸送量が増加する時期であるが、今年はそうした動きがみられない。いつもの年であれば、11月はトラックが足りなくなり、ひっ迫する傾向にあるが、今年は今のところ平穏な状況で推移している。 |
|        |           |                              | 通信業（営業担当）  | 取引先の様子  | ・ここしばらくの取引先の様子としては、景況感に関して楽観的な意見が大勢を占めていたが、直近になり、やや悪くなったとの意見を示す取引先が多数となってきている。                             |

| 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   |
|---------------|-----------|--------------------------|------------|--|
|               |           | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・売上が前年を下回る状態が続いている。  |
|               |           | その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）        | 受注量や販売量の動き | ・客先の仕事量が減少しており、一部の鉄骨加工業を除けば、消耗資材の販売額が前年から約5%減少している。  |
|               | 悪くなっている   | -                        | -          | -  |
| 雇用関連<br>(北海道) | 良くなっている   | -                        | -          | -  |
|               | やや良くなっている | 人材派遣会社（社員）               | 求人数の動き     | ・派遣のニーズは引き続き増えている。また、経理、営業などの求人も増えているが、物流量の増加に伴うドライバーの求人や、外国人観光客の増加に関連したホテルのベッドメイクの求人、外食産業でのフロアスタッフなどの求人も急増している。                                       |
|               |           | 職業安定所（職員）                | 求人数の動き     | ・月間有効求人数が69か月連続で前年を上回り、月間有効求職者数が48か月連続で前年を下回った。さらに新規高等学校卒業者の管内の求人数が前年と比べて18.8%増加した。  |
|               | 変わらない     | 求人情報誌製作会社（編集者）           | 雇用形態の様子    | ・人材不足も手伝ってか、全体の求人数に占める人材派遣の割合が前年と比べて上昇している。  |
|               |           | 求人情報誌製作会社（編集者）           | 求人数の動き     | ・求人数は増えているものの、採用につながるケースが少なく、景気が回復しているようにみえない。   |
|               |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）           | 求人数の動き     | ・求人広告売上の上位職種は不動だが、職種によって明暗を分けた。派遣、飲食、不動産が前年から3割の増加と大きく伸びた一方で、医療、小売が前年から3割の減少、環境衛生が前年から半減するなど、メリハリのある状態となっている。全体としては前年から微減となり、これまでの大幅な減少傾向からはいったん抜け出せた。 |
|               |           | 職業安定所（職員）                | 求人数の動き     | ・長期にわたる公共事業の減少により、建設業の求人に弱さがみられる。  |
|               |           | 職業安定所（職員）                | 求職者数の動き    | ・新規求職者数の3か月累計をみると、前年比で4.6%減少しており、有効求職者数も前年比で9.2%減少している。有効求人倍率は過去最高の0.98倍となったが、職種間のミスマッチが依然として解消されていない。   |
|               |           | 職業安定所（職員）                | 求人数の動き     | ・月間有効求人数は前年から3.2%増加し、3か月連続で前年を上回ったが、新規求人数は前年から0.6%の減少となり、3か月ぶりに減少に転じた。   |
|               | やや悪くなっている | 求人情報誌製作会社（編集者）           | 採用者数の動き    | ・小売業やサービス業などで大手企業による寡占化が進んでおり、全国チェーンの店舗からの求人はおう盛である。地元の求人は外国人観光客関連の業界は元気があるが、そのほかの業界は思ったような人材が採れる状況ではないため、様子見状態となっている。                                 |
| 悪くなっている       | -         | -                        | -          |  |

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人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<br>関連<br>(東北) | 良くなっている     | タクシー運転手              | 販売量の動き   | ・売上は安定している。また、早朝から業務をしているが、飲食街から乗車する客からも不景気な話は聞いていない。                    |
|                    |             | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | 販売量の動き   | ・年末を前にして、販売数、価格共に前年比120%ほどになっている。  |
|                    | やや良くなっている   | スーパー（総務担当）           | 来客数の動き   | ・来客数、買上点数共に増加している。特に惣菜部門の伸びが顕著である。                                       |
|                    |             | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き   | ・今まで我慢をしていた客が、車の購入を始めている。  |
|                    |             | 乗用車販売店（店長）           | お客様の様子   | ・新型HV車の発表を来月に控えて、客の反応も上向きになってきている。経年車からの需要はもとより、割と高年式の客からの代替需要も高まってきている。 |
|                    | 住関連専門店（経営者） | 単価の動き                | ・今月は高額な特注家具が売れたため、総売上高が増加している。ただし、継続的なものではないため、好景気といえるかは疑問である。 |  |

| 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 |         | 高級レストラン（支配人）    | 単価の動き   | ・高単価商材への反応が良く、例年に比べて客単価は好調に推移している。また、3世代家族の利用が多くみられており、少人数での家族会食が増えてきている。  |
|       |         | 都市型ホテル（経営者）     | 競争相手の様子 | ・同業者との情報交換の場においても、各ホテルでは個人客のレストラン利用が伸びており、売上も顕著であると報告されている。  |
|       |         | 通信会社（営業担当）      | お客様の様子  | ・年末キャンペーンの効果がようやく表れ始めており、放送関連の新規契約者が増加している。ただし、通信関連は横ばいのままであり、新規契約者がなかなか伸びない状況である。また、解約者は全体的にやや減少傾向にあり落ち着いている。         |
|       |         | 観光名所（職員）        | 単価の動き   | ・乗船人数、予約人数共に若干の微増となっている。また、財布のひもが緩んでいるのか、客は1～2品多く購入しており、単価も少し上がってきている。この状態は1～2か月前から続いている傾向であり、景気は良くなってきているように見受けられる。   |
|       |         | 観光名所（職員）        | 来客数の動き  | ・11月後半の三連休にスタートしたイベントにより、来客数が好調に推移している。  |
|       |         | 商店街（代表者）        | お客様の様子  | ・11月は天候に恵まれたが、消費意欲は依然として後退したままという印象を受けている。原油、ガソリン、灯油価格の下落による恩恵が一般の消費には回っていない。数字上はマイナスではないのだが、感覚的に購買意欲が低調であることが気がかりである。 |
|       |         | 商店街（代表者）        | 来客数の動き  | ・商店街や街なかを人が歩いていない状態が続いている。   |
|       |         | 商店街（代表者）        | お客様の様子  | ・降雪が例年より10日以上も遅いため、消費者の冬支度はのんびりとしている。ホームセンターの暖房器具類、インテリア関連の冬物カーテン、カーペットがやっと動き出しているが、まだまだ消費の明るさは見えていない。                 |
|       |         | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 単価の動き   | ・売上は前年比90.4%と決して良いわけではない。ただし、天気に左右されて来客数が減少したことが売上の前年割れの原因であり、単価は前年を上回っている。そのため、不景気であるとまではいえない。                        |
|       |         | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 単価の動き   | ・以前は、ひとつの薬を販売するのに相談時間をかなりかけていたが、最近では、むしろ客があまり説明をしないうちに積極的にまとめ買いをするようになってきている。  |
|       |         | 一般小売店〔カメラ〕（店長）  | 販売量の動き  | ・低価格商材の販売量に動きはあるものの、高額商材の販売が伸びていないため、全体の売上にも変化がない。   |
|       |         | 百貨店（営業担当）       | 販売量の動き  | ・食料品、身の回り品など日用品の売上は順調に推移している。また、不振が続いている婦人服に関しても、月末近くなって主力アイテムのコートが売れ始めており、やや回復の兆しがみられている。一方、歳暮商戦については出だしが遅れている。       |
|       |         | 百貨店（営業担当）       | お客様の様子  | ・個人所得の向上が見込まれないなか、特に買い回り品が伸び悩んでいる傾向にある。  |
|       |         | 百貨店（経営者）        | お客様の様子  | ・平年より気温が高いことから、コートなど高単価商材の動きが鈍い。また、プレミアム付商品券の第二弾の販売により底上げを期待したが、取扱加盟店が多岐にわたっており、地元商店街への波及効果は限定的となっている。                 |
|       |         | スーパー（経営者）       | 来客数の動き  | ・比較的天候が穏やかであり、来客数は増加している。ただし、鍋物などの季節商材が不振である。  |
|       |         | スーパー（経営者）       | 単価の動き   | ・11月は、平均単価がほぼ前年並みであり、買上点数はやや減少している。また、来客数も伸びが悪い状態であり、消費が停滞しているような印象である。  |
|       |         | スーパー（営業担当）      | 販売量の動き  | ・1品単価は前年並みであるものの、販売点数の伸び悩みが続いている。  |
|       |         | スーパー（営業担当）      | 来客数の動き  | ・既存店の売上は前年比をクリアしている。来客数がほぼ100%と厳しいなか、買上点数101%、客単価102%と微増している。ただし、いずれも販促策やポイントなどの施策によるものであり、景気の影響によるものではない。             |
|       |         | コンビニ（経営者）       | 販売量の動き  | ・前月同様に各数値は悪いままであるが、下げ幅は小さくなっている。そのなかでも小物のまとめ買いが何件もあり、買上点数はプラスに転じている。ただし、高額商材に手を出さない状況は継続している。                          |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-------------------------|--------|--|
|    |         | コンビニ（エリア担当）             | 来客数の動き | ・競争激化という環境変化もあり、3か月前と比較して来客数は横ばいの傾向である。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）             | 来客数の動き | ・来客数に変化がない。  |
|    |         | コンビニ（店長）                | 来客数の動き | ・販売データにおけるすべての部分が、前年と同じ動きを示している。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）             | 販売量の動き | ・暖冬傾向のため、例年に比べて防寒衣料の売上が前年を下回っている。特に販売量が前年の5%ほど下回っている状況であり、ここ数月は同様の傾向が続いている。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）             | お客様の様子 | ・プレミアム付商品券の使用により、贈答品の売上が多少増加している。しかし、期待以上の効果は出ていない。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）             | 販売量の動き | ・11月中旬までは比較的気候が安定していたためか、商店街も人通りがあり来客数も堅調である。  |
|    |         | 衣料品専門店（店長）              | 来客数の動き | ・天候の影響で防寒着の動きが悪く、また、全体の来客数も減少している。   |
|    |         | 衣料品専門店（総務担当）            | 販売量の動き | ・気温が下がらず、季節商材であるアウター類の売上につながっていない。   |
|    |         | 家電量販店（店長）               | 来客数の動き | ・月間を通して来客数が減少している。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）             | 販売量の動き | ・新車販売において、いまだに消費税増税の影響を実感している。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）             | 来客数の動き | ・土曜、日曜、祝日において、新規の来客数の動きに全く変化がみられていない。  |
|    |         | 住関連専門店（経営者）             | お客様の様子 | ・なかなか来客数が増加しないため、売上も横ばい状態が続いている。   |
|    |         | その他専門店【酒】（経営者）          | 来客数の動き | ・収穫時期も終わりつつあるが、平日の飲食店への来客数は相変わらず厳しい。週末に人が出てくるようになったが、全体の落ち込みを回復できるまでには至っていない。  |
|    |         | その他専門店【酒】（経営者）          | 販売量の動き | ・例年この時期は3か月前と比較して低調に推移する時期であるが、今年は販売量など顕著な落ち込み方をしていない。また、得意先の飲食店も閉店ばかりであったが、ここ最近では新規開店やリニューアルオープンをする店舗がはじめており、横ばいの状態を保つ要因となっている。 |
|    |         | その他専門店【白衣・ユニフォーム】（営業担当） | 販売量の動き | ・気温がなかなか下がらずに防寒着の売行きに影響が出ていたが、急に雪が降り始めたことにより、多少の動きがみられるようになってきている。しかし、高額商材はほとんど動かず、客は安価な商品へと流れている。                               |
|    |         | その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）  | 販売量の動き | ・11月は暖かい日が続いているため、季節商材の動きが鈍く大きな変動はみられていない。   |
|    |         | 高級レストラン（経営者）            | 来客数の動き | ・当店も同様であるが、市場に仕入に行っても高級魚が全く売れていない。これは経済が動いていないという証拠ではないか。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）            | 販売量の動き | ・株価の回復などにより、景気は若干良くなっているような雰囲気がある。ただし、当店においては売上に変化もなく、良くも悪くもない状態である。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）            | 来客数の動き | ・今年は紅葉の時期が例年より長く、それに伴い観光に訪れる人も多少は多かったようである。そのため、当店の来客数も若干の増加となっている。  |
|    |         | 観光型旅館（経営者）              | 来客数の動き | ・今月は繁忙期であり、来客数は例年並みかやや微増程度で推移している。ただし、景気が上向いている気配はなく、上向くような要因も見当たらない。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）            | 販売量の動き | ・今までは来客数が安定していたが、11月も後半になり寒さのために観光客が北に足を運ばなくなったことで、客室の稼働率が若干落ち込んでいる。ただし、宴会シーズンでもあるので、問い合わせも含めて宴会利用が増加しているため、トータルとしては変化のない状況である。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）            | 販売量の動き | ・宿泊部門、レストラン部門、宴会部門は、個人利用、団体利用共に前年同時期とほぼ同様の入込である。   |

| 分野        | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------|---------|-------------------|--------|---|
|           |         | 旅行代理店（従業員）        | 販売量の動き | ・直近の受注状況をみても前年比が伸びていない。国内需要はインバウンドの影響もあり予約が取りにくい地域があり、また、前年は好調であった沖縄方面も、ここ3か月の受注状況に陰りがみえている。                  |
|           |         | タクシー運転手           | 来客数の動き | ・客の乗り控えが非常に目立っており、景気が悪いと実感している。   |
|           |         | 通信会社（営業担当）        | 単価の動き  | ・今年は年初めから商品の値上げがあったことや、価格が据置きでもメーカーの事情で内容量が勝手に少なくなっているなど、消費者は実質の支出が増加している。景気は決して上向きではない。                      |
|           |         | 通信会社（営業担当）        | お客様の様子 | ・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。  |
|           |         | 通信会社（営業担当）        | お客様の様子 | ・高額商材が売れない。   |
|           |         | 通信会社（営業担当）        | お客様の様子 | ・機能アップによる生産性の向上と現状維持の価格を比較した場合、まだまだ価格による選択をする客が多い。  |
|           |         | 美容室（経営者）          | 単価の動き  | ・ここ数か月、単価的には前年比にそれほどの変化はみられていない。ただし、これはある程度当店の販促努力によるものであるため、景気だけをみた場合、良いとも悪いともいえない状況である。                     |
|           |         | 美容室（経営者）          | 来客数の動き | ・高額なエステの来客数は減る一方であるが、ここ最近では1,000円カットなどの客が増えている。   |
|           |         | 設計事務所（経営者）        | お客様の様子 | ・東日本大震災関連以外の物件の話が出てきているが、やはり決まるまでに時間がかかる状態が続いている。   |
|           |         | 住宅販売会社（経営者）       | 販売量の動き | ・大型住宅の受注はないものの、小型住宅の受託販売数が伸びている。  |
|           |         | その他住宅【リフォーム】（従業員） | 販売量の動き | ・11月は前月まで受注した工事が遅れなく完了しており、計画値並びに前年を上回っている。   |
| やや悪くなっている |         | 商店街（代表者）          | 販売量の動き | ・今月は気温が比較的暖かいため、身の回り品を扱う店での冬物商戦は遅い感がある。また、生鮮食料品関係では購買単価の吟味が続いている。   |
|           |         | 商店街（代表者）          | 来客数の動き | ・11月に入り、従来よりもやや暖かな気候が続いている。そのため、前半は軽衣料の動きが活発であったが、最大の単価を示す重衣料の動き、特にコート、ジャケット関連の動きが弱い状態である。                    |
|           |         | 一般小売店【書籍】（経営者）    | 販売量の動き | ・高額商材の楽器、高単価の美術書などは動いているが、一般客の販売量が引き続き低迷している。   |
|           |         | 百貨店（総務担当）         | お客様の様子 | ・前年、前月と比較しても今月は来客数が若干落ち込んでいる。また、客の二極化が進んでおり、中間層の購買力が落ちている。ただし、富裕層においてもそれほど消費に力強さはなく、全体的に売上は前年を若干下回っている。       |
|           |         | 百貨店（売場担当）         | 来客数の動き | ・来客数の落ち込みに加え、買上点数、客単価も同様に落ち込んでおり、回復の兆しすらみえてこない状況である。また、暖冬も大きく影響しており、防寒需要の伸び悩みが売上に直結している。                      |
|           |         | 百貨店（経営者）          | お客様の様子 | ・冬物衣料の動きが悪い。今までも販売量の減少を客単価の上昇でカバーしていたが、店頭での接客においても防寒品に対する反応が鈍い状態である。生活防衛意識の表れか、ファッションアイテムの消費意欲の減退を年々強く実感している。 |
|           |         | 百貨店（経営者）          | 来客数の動き | ・前年の秋冬衣料品の消費は、過去に例をみないほどの不振であった。今年の立ち上がりはさらに厳しい状況である。   |
|           |         | スーパー（経営者）         | お客様の様子 | ・競争店のオープンから2か月経過しており、また、当店のリニューアルなどもあって客の買い回りの動きは大分進んでいるが、なかなか来客数の増加にはつながらない。                                 |
|           |         | スーパー（店長）          | 来客数の動き | ・客の来店頻度が減少しており、売上の伸び率が鈍化傾向にある。また、チラシ特売時以外の来客数も減少しており、消費者は儉約傾向にある。   |
|           |         | コンビニ（経営者）         | お客様の様子 | ・客は余計なものを買わなくなっており、客単価が上昇しない。   |



| 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  |
|----|---------|------------------------|---------|---|
|    |         | コンビニ（エリア担当）            | 来客数の動き  | ・前月までは来客数が7か月連続で前年比1～3ポイントの増加となっていたが、今月はマイナスに転じている。特に夕方～夜間の来客数の減少が顕著であり、酒類や珍味などのつまみ類の売上減少につながっている。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）            | 来客数の動き  | ・来客数が増加する兆しがない。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）            | 単価の動き   | ・来客数にそれほど変化はないが、買上点数の減少がみられている。   |
|    |         | コンビニ（店長）               | 単価の動き   | ・相変わらず節約志向が働いており、単価の吟味が厳しい状況である。特に11月は連休があっってお金を使ったのか、財布のひもが固いという印象がある。   |
|    |         | コンビニ（店長）               | 競争相手の様子 | ・例年より雪が遅く気温も高いため、人はまだ動いているはずであるが、前年に比べて売上が落ちている。また、競合店の集中出店により飽和状態であり、単価よりも来客数が落ち込んでいる。   |
|    |         | 衣料品専門店（店長）             | お客様の様子  | ・客層によっては、気温の影響に関係なく商品を購入しているものの、一般消費者の冬物防寒着の需要が伸びていない。  |
|    |         | 家電量販店（店長）              | 販売量の動き  | ・季節商材である暖房用品がまだ売れていない。また、エアコンなど白物家電は前年並みであるものの、期待をしていた4Kテレビ、パソコンなどの販売量は前年比95%となっており、全体的に少し弱含みとなっている。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）            | 販売量の動き  | ・雪の季節になることを考慮して、購入を来春に伸ばしたいという客が増えてきている。何か大きな特典が無い限り、購入を年内に前倒しさせることはかなり難しい状況である。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）            | お客様の様子  | ・軽自動車業界は販売不振であり、他の販売チャネルもばらつきが目立っている。   |
|    |         | 住関連専門店（経営者）            | 販売量の動き  | ・受注生産物件の工期の遅れで納期が11月から12月に変更になり、販売量が減少している。また、介護関係も冬期間のため利用客数が減ってきている。  |
|    |         | その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当） | 単価の動き   | ・価格競争が局地的に激化しており、全国平均価格より10円近い安値での販売が続いている。このような一部の安売り業者の影響で採算を割る販売が続いている。冬場の灯油需要により収益悪化を防いでいるが、暖冬の影響で販売量も減少しており、灯油の販売量は今月中旬までは前年比80%前後で推移している。 |
|    |         | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き  | ・余裕のない暮らしをしている人が増えているようである。これまではレジャーの帰りに食事をすることが良くあったが、今は逆に連休になると極端にディナータイムの来客数が減少するという現象がおきている。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）           | 販売量の動き  | ・今月は特に悪いとまではいかないものの、前月が良すぎたため、比べると売上が大分落ち込んでいる。   |
|    |         | 観光型ホテル（スタッフ）           | 来客数の動き  | ・観光シーズンにもかかわらず団体客が減少しており、その分売上も減少している。  |
|    |         | 観光型旅館（スタッフ）            | 来客数の動き  | ・時期的な要因もあり、来客数がだんだんと減少してきている。   |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）           | 来客数の動き  | ・2か月前から来客数が下降気味であり、フリーの来客数が落ち込んでいる。前年比も前月に引き続いてマイナスとなっており、回復傾向がみえない状況である。販売量も減少しているが、特に来客数の落ち込みが大きい。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）             | お客様の様子  | ・パリの同時多発テロを筆頭に、海外ではいろいろなテロが発生している。そのため、年末の海外旅行において、団体旅行、個人旅行共にその影響が表れ始めている。   |
|    |         | タクシー運転手                | お客様の様子  | ・ますます乗り控えが目立ってきている。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）             | 競争相手の様子 | ・通信大手キャリアのインフラ事業の縮小化と、保全単価が安価になったことにより、下請企業のリストラが始まっている。3か月前より経費削減傾向が高まってきており、楽観視できない状況である。   |
|    |         | 遊園地（経営者）               | 来客数の動き  | ・新水族館の影響が残っている。また、週末の天候が崩れがちであったことから、来客数が前年を2割ほど下回っており、単価も弱含んでいる。   |
|    | 悪くなっている | 一般小売店【医薬品】（経営者）        | 来客数の動き  | ・11月は急な寒さが続いており、来客数が前年より10%ほど減少している。ただし、寒さで風邪をひく客が非常に多く、その分の客単価が上がっているため、全体的にはほぼ前年並みとなっている。   |

| 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   |
|------------------------|-----------|-----------------|--------------|--|
|                        |           | 百貨店（売場主任）       | お客様の様子       | ・来客数、購入単価、販売額共に落ち込みが激しく、中間顧客層の来店頻度や購買動向にこれまで以上の鈍化がみられている。また、気温低下に伴う防寒用品の動きも例年以上に鈍く、ブーツやマフラー、手袋、帽子といった商品に対するシビアな購買姿勢がより色濃くなっている。さらに、10月後半～11月にかけての客の動向は、これまでのやや悪いという状況から一気に悪い状況へと変化してきており、バーゲン品の展開や割引などによるプライスメリットを付加するだけでは購入につながらない。 |
|                        |           | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き       | ・今月は以前と比べても客の動きが非常に悪い。放射能の影響は大分薄れているが、給料などが上がっていないのが実情であり、建設業関係なども動いていない。  |
|                        |           | 衣料品専門店（経営者）     | 来客数の動き       | ・来客数自体も減少しているが、来店してからもなかなか購入までに至らない。先行きに対する消費者の不安感がうかがえる。  |
|                        |           | 衣料品専門店（店長）      | 来客数の動き       | ・暖冬により、今月は例年よりも暖かすぎる日が続いている。そのため、秋冬物の乗換えに弾みがかずに来客数が伸びていない。夏の終わりが早く秋口は良かったのだが、ここにきて冬物の意識が薄れてしまい、来客数が厳しい状況が続いている。  |
|                        |           | 自動車備品販売店（経営者）   | 販売量の動き       | ・月を追うごとに販売量が減少している。また、今月は例年であれば他の月に比べて物が動く月であるのだが、それも無い状況である。  |
|                        |           | その他専門店〔靴〕（従業員）  | 販売量の動き       | ・気温が高く雪が降らないため、冬物商材が動かない。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(東北) | 良くなっている   | -               | -            | -  |
|                        | やや良くなっている | 農林水産業（従業者）      | 受注価格や販売価格の動き | ・今年の果物は天候に恵まれて品質も良く、特にももの販売単価が例年より2割程度高い状態である。   |
|                        |           | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・外部環境が緩やかに好転している。また、例年11～1月にかけては繁忙期となる。  |
|                        |           | 金融業（広報担当）       | 取引先の様子       | ・雇用環境が良くなっているように見受けられる。  |
|                        | 変わらない     | 経営コンサルタント       | 取引先の様子       | ・東北の各地域では大小さまざまな地産地消イベントが開催されており、どこにもぎわっている。   |
|                        |           | 農林水産業（従業者）      | 受注価格や販売価格の動き | ・大産地である北海道のそばが不作のため、玄そば価格が上昇しており収益増加につながっている。  |
|                        |           | 食料品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・歳暮商戦がスタートしているが、早割り特典があるところでも動きが鈍い。  |
|                        |           | 食料品製造業（営業担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・相変わらず販売量が減少しており、前年比5～10%減の状態が続いている。   |
|                        |           | 木材木製品製造業（経営者）   | 受注価格や販売価格の動き | ・住宅部材の価格の改善が進んでいない状況である。   |
|                        |           | 土石製品製造販売（従業員）   | 受注量や販売量の動き   | ・年末の工事発注が予定より少ない。また、冬季工事は毎年少なく横ばい状態である。  |
|                        |           | 一般機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・受注量の動きに変化がみられない。  |
|                        |           | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子       | ・取引先の製造業は、いずれも年末にかけての受注が入っている状況である。  |
|                        |           | 建設業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・受注量に変化はなく、資材価格も落ち着いてきている。   |
|                        |           | 建設業（従業員）        | 受注量や販売量の動き   | ・中央官庁からの公共工事発注件数、発注額共に低い水準で推移している。   |
|                        |           | 建設業（企画担当）       | 受注価格や販売価格の動き | ・工事の出件量は減少傾向にあるが、手持ちの工事の消化高は高い状態が続いている。  |
|                        |           | 輸送業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・一部荷主からの料金改定が決定している。   |
|                        |           | 通信業（営業担当）       | 取引先の様子       | ・受注状況は今のところほぼ計画どおりであり、安定して推移している。  |
|                        |           | 通信業（営業担当）       | 取引先の様子       | ・設備投資をする企業が少ない。  |
|                        |           | 金融業（営業担当）       | 取引先の様子       | ・自動車関連の受注量が上向いている。   |

| 分野        | 景気の現状判断      | 業種・職種   | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------|--------------|---|---|---|
|           |              | 広告業協会（役員）   | それ以外  | ・地下鉄の開業キャンペーンで広告業界がにぎわうのではないかと見込んでいたが、期待外れとなっている。また、開通する沿線は中心部以外全く商業施設が無く、静かな開業になる模様である。  |
|           |              | 広告代理店（経営者）  | 受注量や販売量の動き  | ・地下鉄開業に向けて印刷物などの動きは活発になったものの、カレンダーや年末のチラシなどについては、部数の減少やサイズダウンの傾向がみられている。  |
|           |              | 公認会計士   | 取引先の様子  | ・クライアントの決算状況からみると、利益はやや高止まりで推移している。建設業では売上が減少しているが利益は確保している。また、小売業も売上減少のなか建設業ほどではないものの利益を確保している。その他の業種については、売上減少、損失計上をしている企業がある。                                    |
|           |              | その他非製造業<br>[ 飲食料品卸売業 ]（経営者）   | 受注価格や販売価格の動き  | ・メーカーの値上げが非常に厳しい。通常の売価ではなかなか販売することが難しく、商品の回転が悪くなっている。逆に、賞味期限が近いものや簡便性が高い商品などを特売価格で売る場合、非常に売行きが良くなるという状況がここ数か月続いている。   |
|           |              | その他企業 [ 企画業 ]（経営者）  | 受注量や販売量の動き  | ・公益事業などの得意先における発注案件数が少ない状況である。そのため、業者間の価格競争が激化しており、低価格化が進行している。   |
|           | やや悪くなっている    | 繊維工業（経営者）   | 取引先の様子  | ・店頭売行きが悪い。  |
|           |              | 出版・印刷・同関連産業（経理担当）   | 受注量や販売量の動き  | ・1～2か月前までは売上が前年を上回っていたが、今月は前年を5%下回っている。   |
|           |              | 電気機械器具製造業（企画担当）   | 受注量や販売量の動き  | ・ここ3か月の間で、明らかに半導体製品の受注量が低下している。   |
|           |              | 広告代理店（経営者）  | 取引先の様子  | ・年末に向けての取引先の動きが鈍い。  |
|           | 雇用関連<br>(東北) | 悪くなっている   |   |   |
| 良くなっている   |              |   |   |   |
| やや良くなっている |              | 職業安定所（職員）   | それ以外  | ・有効求人倍率が平成以降では最高値となっている。  |
|           |              | 職業安定所（職員）   | 求人数の動き  | ・前年同月と比較して、新規求職者数、有効求職者数は微減し、新規求人数並びに月間有効求人数は微増している。また、有効求人倍率は5か月連続1倍台で推移しており、今月は1.2倍台となっている。雇用状況が落ち着いているという状況に大きな変化はないものの、求職者数の減少に比べて求人数の増加が目立っていることに、明るい印象を受けている。 |
| 変わらない     |              | 人材派遣会社（社員）  | 周辺企業の様子   | ・大学4年生やマスター2年生に対して2016年3月卒業採用をしている企業が、超大手も含めて、この11月の段階でも新しく説明会を開催するなど、採用活動を継続している。  |
|           |              | 人材派遣会社（社員）  | 求職者数の動き   | ・相変わらず、登録者の動きが鈍い状態が続いている。   |
|           |              | 人材派遣会社（社員）  | 求人数の動き  | ・求人数は増加しているものの、求人をしている業界に偏りがある。   |
|           |              | アウトソーシング企業（社員）  | 雇用形態の様子   | ・今月は受注量が多く、若干良い状態である。   |
|           |              | 新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）   | 周辺企業の様子   | ・沿岸の企業を中心に求人数が増えているが、求職者が少ない。また、マッチングもうまくいっていない。  |
|           |              | 職業安定所（職員）   | 求人数の動き  | ・有効求人倍率は増加している。しかし、求人数は微増に留まっており、求職者数の減少が続いている状態に変わりはない。  |
|           | 職業安定所（職員）    | 求人数の動き  | ・10月の新規求人数は、3か月前と比較してほぼ同数である。また、人手不足の状況が継続しており、求人を出しても応募が無いという話は引き続き非常に多くなっている。 |   |
|           | 職業安定所（職員）    | 求職者数の動き   | ・求人数、求職者数共に2か月連続で減少しているが、有効求人倍率は依然として高止まりで推移している。                               |   |
| 職業安定所（職員） | 求人数の動き       | ・新規求人数の前年比は引き続き減少しており、有効求人倍率も5か月連続で減少している。また、卸小売業などで事業廃止が小規模ながら続いている。 |   |   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種        | 判断の理由          | 追加説明及び具体的状況の説明   |  |
|----|-----------|--------------|----------------|--|--|
|    |           | 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ほぼ変わらない状況が続いている。また、有効求人数は高止まりの状態であり、業種を問わず人材不足が続いている。 |  |
|    |           | 職業安定所（職員）    | 求人数の動き         | ・新規求人数は前年と比較して増加、減少を繰り返している。また、有効求人数の前年比は4か月連続で減少している。             |  |
|    |           | 民間職業紹介機関（職員） | 周辺企業の様子        | ・製造業の求人は増加傾向にあるが、その他の業種では変化はみられていない。                               |  |
|    | やや悪くなっている |              | 人材派遣会社（社員）     | 採用者数の動き  | ・求人情報のWeb検索を利用する人が増えてきているが、条件別でソートできるWeb検索の特性から、条件の良い求人には応募者が集中し、比較的条件の良くない募集は全く応募がこないという二極化現象を助長している。後者には地元の中小零細企業が多く、採用難が企業活動に悪影響を与えている。 |
|    |           |              | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き   | ・相変わらずの京阪集中型の経済動向であり、京阪からの求人オファーは減る一方である。また、東日本震災後は復興の店も一段落しており、これからは地場産業がいかに活性化するかが鍵となる。  |
|    |           |              | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子  | ・小売業、サービス業において人手不足感はあるものの、積極的に採用するには至っていない。  |
|    | 悪くなっている   |              | -              | -  | -  |

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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<br>(北関東) | 良くなっている   | 商店街（代表者）          | 来客数の動き   | ・大河ドラマの話題性が、紅葉祭りの入出は大変多い。  |  |
|                 |           | 商店街（代表者）          | 来客数の動き   | ・マイナンバー写真撮影の需要が急増してきている。障害者や高齢者が多く、前年比で150%にはなるものの、他の商品の販売には結びつかない。  |  |
|                 | やや良くなっている | コンビニ（経営者）         | 販売量の動き   | ・商品のうち、特に新規商品の動きが良くなってきている。  |  |
|                 |           | コンビニ（経営者）         | 来客数の動き   | ・来客数は前年比、110%くらいで推移している。   |  |
|                 |           | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き   | ・日々の来客数が、以前より少しずつだが増加している。   |  |
|                 |           | 観光型旅館（経営者）        | 販売量の動き   | ・客の入込が良い。要因としては、ふるさと旅行券による需要の喚起があるようである。また、外国人旅行者も増えてきている。送迎バスの規制強化により、関東から近い長野県東信エリアは長距離バスの動きもやや良くなっているようである。 |  |
|                 |           | 都市型ホテル（スタッフ）      | 販売量の動き   | ・前月も話したが、同規模のホテルがリニューアルで閉鎖しており、その分こちらに流れてきている。また、北陸新幹線延伸開業により、北陸や長野をテーマにしたような会議が、市内で結構あったようである。                |  |
|                 |           | 旅行代理店（営業担当）       | 販売量の動き   | ・前月に比べて、販売量が増加している。  |  |
|                 |           | 観光名所（職員）          | 来客数の動き   | ・雪見のインバウンド客が多く、来客数は前年と比べても大幅に伸びている。それに比例し、売上高も好調に推移している。   |  |
|                 |           | ゴルフ場（総務部長）        | 来客数の動き   | ・天候によって来客数は左右されるが、前年をやや下回ったものの、まずまずである。  |  |
|                 |           | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | お客様の様子   | ・問い合わせがたくさん来ている。この商売は営業をすればするほど、人が亡くなるというわけではないが、準備のできる方たちは、問い合わせをしてきてくれる。                                     |  |
|                 |           | 変わらない             | 商店街（代表者）   | 単価の動き  | ・ランドセル販売については、高額品が路面店ではほとんど動かない。また、単価の低い商品を見て回り、結果的に大型店に行ってしまう。                    |
|                 |           |                   | 一般小売店〔精肉〕（経営者）   | お客様の様子   | ・紅葉が見ごろで、多くの人のは出かけている。地元は文化祭などで少しはにぎわったが、肝心のイベントを開催する休日が雨となり、盛り上がり欠けている。動きは緩やかである。 |
| 一般小売店〔家電〕（経営者）  | お客様の様子    |                   | ・相変わらず必要な物のみの購入が続いている。必要に迫られての購入のため、売手の施策には乗ってこない。プレミアム付商品券の動きも鈍くなり、商品の動きは静かである。 |  |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-----------------|---------|---|
|    |         | 一般小売店〔家電〕（経営者）  | 販売量の動き  | ・最近、法人等からの注文が少し出てきているものの、一般商品には、特に目立った動きはない。  |
|    |         | 一般小売店〔青果〕（店長）   | 単価の動き   | ・入荷量が多いせいもあると思うが、野菜や果物などは市場では全体的にかなり安くなっている。  |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）     | 販売量の動き  | ・アパレルの不振が目立っている。この時期の主力商材であるコートを中心とした防寒衣料全般の動きが悪い。商品単価、客単価共に下落傾向である。また、お歳暮ギフト商戦も始まっているが、法人、個人共にマイナスである。                       |
|    |         | スーパー（経営者）       | お客様の様子  | ・客の購買意欲は、良くならない。  |
|    |         | スーパー（総務担当）      | 販売量の動き  | ・売上額が前年比100%と変わらない。3か月前と同じ状況である。少し気になるのは、客単価が下がっていることである。   |
|    |         | スーパー（統括）        | 販売量の動き  | ・最高、最低気温共に、前年より高めに推移したため、鍋物などの秋冬食材の動きが鈍い反面、気温の低下とともに下がるはずの飲料などは、前年を大きく上回っており、食品全体としては既存店で103%と堅調に推移するも、衣料品は98%と低下している。        |
|    |         | スーパー（副店長）       | 来客数の動き  | ・冬のボーナス時期で、多少は良くなって欲しいが、長くは続かないとみている。   |
|    |         | コンビニ（店長）        | 販売量の動き  | ・昼の時間帯が、今月はだいぶ落ちているようである。来客数も若干落ちているようだが、特別な理由はなく、景気的には変わっていない。   |
|    |         | 衣料品専門店（販売担当）    | 来客数の動き  | ・2～3か月前から比べると、人の出が比較的多い日も増えてきている。しかし、人が出てこない日も相当多くなっている。こうした動きから結果的には2～3か月前とほとんど数字的には変わらず、景気の良し悪しを単純に判断した場合には変わっていないという状況である。 |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）     | 販売量の動き  | ・新車、中古車共に売上額、販売台数が前年を下回っている。現状、客は新規購入よりも、所有している車を修理して使用する傾向である。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）    | 販売量の動き  | ・2～3か月前と比べて、新車、中古車の販売台数は、全くの横ばい状態である。そこそこ出ているものの、これといって大量に売れるということはなく、変わらずに推移している。  |
|    |         | 乗用車販売店（管理担当）    | 販売量の動き  | ・円安の影響により、食品や冬物衣料の価格が値上がりしている。  |
|    |         | 住関連専門店（経営者）     | 販売量の動き  | ・原価の上昇により売価が上昇しているものの、売上点数は横ばいである。見かけ上の売上は、上昇しているように見えるが、内実は変化していない。  |
|    |         | 住関連専門店（仕入担当）    | 来客数の動き  | ・前年11月は冬物の動きが鈍く低調な1か月であったが、今年はそれに輪をかけて不振である。来客数は落ち込み、日用消耗品は低価格志向がより強くなり、来客数の減少を単価で補う傾向も薄れてきている。                               |
|    |         | その他専門店〔燃料〕（従業員） | 販売量の動き  | ・前月に比べて5%ほど増加しているものの、前年比では7%以上、減少している。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）    | 来客数の動き  | ・前年同期との比較や、客の動き、売上は共に多少は良いとも思われるが、極端な違いはない。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）    | 競争相手の様子 | ・レストラン業だが、同業者から「全体的に悪い、来客数が少なく客単価も上がらず良くない」という話を聞いている。昼間は変わらないものの、ディナーの来客数が少なく、単価も低いことが原因ではないか。                               |
|    |         | スナック（経営者）       | 来客数の動き  | ・今年前半は各種イベント等もあり、かなり上向いていたが、イベント終了後にはすっかり元通りになってしまっている。暖冬気味でスキー場が、まだ当分の間は営業出来ないことも不安である。                                      |
|    |         | 都市型ホテル（営業担当）    | 販売量の動き  | ・3店舗あるホテルの稼働については、県南の2店舗については良くなっている。県央の店舗については、稼働はほぼ横ばいである。しかし、県南店舗は、周辺の開発工事等の関係での稼働増と思われるため、その分を差し引くと、3か月前と変化なしという状況である。    |
|    |         | 都市型ホテル（副支配人）    | 販売量の動き  | ・単価が持ち直しつつあることが好材料となっている。ただし、販売量は前年と比べ若干落ちてきている。そのため、売上自体はほぼ前年並みとなっている。   |

| 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   |
|-------------|---------|-----------------------------|--------|--|
|             |         | 旅行代理店（従業員）                  | お客様の様子 | ・来客数が伸びていない。   |
|             |         | 旅行代理店（副支店長）                 | お客様の様子 | ・個人客の動きは活発になり受注も増加しているものの、団体や企業の動きが良くない。企業の出張や視察などの受注が減少し始めている。特に動きが鈍いのは海外旅行で、前年同時期を割っている。しかしながら国内旅行は以前と変わらず、順調に推移している。  |
|             |         | タクシー運転手                     | 販売量の動き | ・タクシー業界の場合、3か月前と比べてと言われても、比較にならないため、前年と比べるしかない。現在は、前年並みである。  |
|             |         | タクシー（経営者）                   | お客様の様子 | ・月の中ごろまでは良かったが、後半は動きが少し悪くなり、前年同月と比べて、1%の減少である。   |
|             |         | 通信会社（経営者）                   | お客様の様子 | ・加入者の中でもテレビをあまり見なくなり解約するケースと、より多くのチャンネル、番組を見たいとセットトップボックスを増設するケースとに2分化する傾向である。   |
|             |         | 通信会社（営業担当）                  | 販売量の動き | ・年末に向けて、機種変更控えもあり、例月とさほど変わらない。   |
|             |         | ゴルフ場（支配人）                   | 来客数の動き | ・天候はほぼ安定し、大きなキャンセルはない。秋のゴルフシーズン後半、大型コンペは少なかったものの、2～3組のいろいろな種類のコンペが増えてきている。   |
|             |         | 競輪場（職員）                     | お客様の様子 | ・入場者数、購買単価共に、それほど変化が見られない。   |
|             |         | その他サービス<br>[立体駐車場]<br>(従業員) | お客様の様子 | ・来客数は依然横ばいで、単価もほとんど変わらない。相対的に販売量全体も変わりがない。また、各テナントの予約状況等についても変化はなく、総じて変わらない。   |
|             |         | その他サービス<br>[イベント企画]<br>(職員) | お客様の様子 | ・依然として、イベント参加者の年齢は、ある程度余裕のある40歳台以降が多い。   |
|             |         | 設計事務所（経営者）                  | 来客数の動き | ・相変わらず仕事の依頼数は少なく、社員の仕事量が減っている。   |
|             |         | 住宅販売会社（経営者）                 | お客様の様子 | ・年末を目前に、買い控え傾向にある。賞与の支給状況により購入に踏み切るかどうか、とみている。   |
|             |         | 住宅販売会社（経営者）                 | お客様の様子 | ・安価な土地物件については、若干引き合いも出てきているものの、まだ売物件が多く、実際にはなかなか成約に結びつかない。貸店舗、貸家等についても、当地では空室が目立っており、いまだに、撤収等も行われている感じがする。   |
|             |         | やや悪くなっている                   |        | 商店街（代表者）   |
| 百貨店（副店長）    | 来客数の動き  |                             |        | ・11月に入り入店客数、売上共に前年に比べ、1割落ち込んでいる。前年以上の施策を行っているものの、客が反応しない。カード会員向けの優待会を行った週ですら、他の週と変わらない。衣料品、お歳暮も、明日からは戻せるだろう、と毎日思いながら月末を迎えてしまった。数字を見るたびに何かの間違ひではないかと思うほどである。ここまでの落ち込みは気温の影響だけとは考えにくい、他に明確な理由も見出せない。 |
| スーパー（商品部担当） | 来客数の動き  |                             |        | ・商圏内に新規出店があり、集客に変化が出ている。また、価格施策を行っても客の反応は薄い。   |
| コンビニ（経営者）   | 販売量の動き  |                             |        | ・当店の反対車線から車が入れなくなった影響で、苦戦している。   |
| コンビニ（経営者）   | 販売量の動き  |                             |        | ・今月は秋のいろいろなイベントがあり、観光客も割と多い月だったが、通常利用客の売上がやや低調で、全体的にはあまり良くない。時期的な問題だが、3か月前と比べてもあまり良くない状況である。   |
| コンビニ（経営者）   | 販売量の動き  |                             |        | ・来客数が減っているにもかかわらず、単価が上がっている。   |
| コンビニ（経営者）   | 来客数の動き  |                             |        | ・競合店の出店により、売上の減少が予想される。  |
| 家電量販店（店長）   | 販売量の動き  |                             |        | ・映像関連商材は回復基調にあり、金額比で台数では90%となっているものの、4Kテレビの伸びで単価は上がっており、売上は前年を上回っている。冷蔵庫や洗濯機などの単価も上昇しているが、数量比では前年をクリアしていない。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|----------------------|---------|--|
|    |         | 乗用車販売店（経営者）          | 販売量の動き  | ・先月ほどではないが、売行きは低位安定である。救いは車検整備など整備部門が、戻りつつあることである。   |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）        | 単価の動き   | ・当店の販売量の減少もあるが、道路を通行する車の減少や、八百屋などその他の業種もかなり落ち込んでいるという話が入ってきている。  |
|    |         | 住関連専門店（店長）           | 販売量の動き  | ・11月は前年よりも平均気温が高かったこともあり、ストーブ、こたつ、こたつ布団などの季節商材の売上はかなり鈍い。客は必要になるまで買わない傾向が顕著である。                                   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）         | 来客数の動き  | ・昼は観光や仕事などで立ち寄る食事の客はいるものの、夜のアルコールを伴う動きは非常に弱い。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）         | 販売量の動き  | ・前年同期に比べて、来客数、売上共に低下している。客単価はやや上昇したものの、この春に実施した値上げ率を考えると、やや低下していると言える。常連客の来店頻度も下がり、注文するメニューも一層安い単品料理になっている。      |
|    |         | スナック（経営者）            | お客様の様子  | ・客の様子、来客数などすべてに当てはまるような気がするが、とにかく地方は良くない。  |
|    |         | 旅行代理店（所長）            | 来客数の動き  | ・9月に当地域を襲った大雨の影響もあり、週末は平年並みに戻ってきているものの、平日の来訪者、宿泊予約はかなり厳しい。   |
|    |         | タクシー運転手              | お客様の様子  | ・街の中は、人通りがなく閑散としている。駅では電車から降りてくる人は大勢いるものの、タクシーを利用する人が全くいない。地方では流しのタクシーはなく、客からの電話により迎えに行くのだが、その電話もかなり減っている。       |
|    |         | タクシー（役員）             | お客様の様子  | ・人材不足で製造業全般に、タクシー利用が少ない。   |
|    |         | 通信会社（社員）             | それ以外    | ・県内と隣県にある、年に数回利用していた自動車、パソコン部品、道具、書店等の専門店や、飲食店が次々に閉店している。  |
|    |         | テーマパーク（職員）           | 来客数の動き  | ・前年と比べて、日並びが悪く、天候不順の影響などから、来客数は減少している。   |
|    |         | 美容室（経営者）             | 競争相手の様子 | ・ライバルの安売り店を外から見ていたら、少しずつ来客数が増加しているようである。安売り店の繁盛は、生活を節約する客が増えているためで、美容に対する財布のひもは固くなっている。                          |
|    |         | 美容室（経営者）             | 来客数の動き  | ・当地のような小さな町では、年末を迎えボーナスを出せない企業も多い。11月後半になり、急に活気がなくなっているようである。客は、日々の生活に追われており、美容に関心を持たず、今後も良くなる要素はない。             |
|    |         | その他サービス【自動車整備業】（経営者） | 単価の動き   | ・自動車の整備、車検、板金塗装は、来客数も前年割れとなっている。来店しても見積箇所から当面の間は車検に合格するものや走行支障にならなければ未整備のままでも仕方ない、という我慢する姿勢の客が現状、全体の25%ほどになっている。 |
|    |         | 設計事務所（所長）            | お客様の様子  | ・3か月前と比べて、客の様子から更に厳しい状況になっていることが分かる。相見積や競争は絶えずある。  |
|    | 悪くなっている | 一般小売店【衣料】（経営者）       | 来客数の動き  | ・今月は寒くなりつつあるが、学校関係の商品は動きが悪い。また、外国人観光客等も増えているものの、買物をしないので大変である。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）            | 販売量の動き  | ・売上、来客数共に大幅に低下している。前年に比べ最高気温の高い日が多く、防寒衣料は極端に不振である。また、お歳暮商戦のシーズンだが大きく売上を落としており、全体では3か月前と比べて、かなり悪化している。            |
|    |         | 百貨店（店長）              | 来客数の動き  | ・来店客の客足が、落ちている。  |
|    |         | スーパー（店長）             | 単価の動き   | ・客1人当たりの平均購入単価が低く、特売品はすぐに売り切れる。ただし、低単価の商品は売切れが早く、高単価商品は売残りが多くなっている。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）          | 販売量の動き  | ・今年発表の新型車に対して、新規来客が少ない。  |
|    |         | 通信会社（経営者）            | 販売量の動き  | ・師走に向けたこの時期は通常、否応なく業務が増える。しかし、前年度比70%の売上確保が大変な状況であり、良くなる兆しは一向に見えない。  |

| 分野                          | 景気の現状判断                       | 業種・職種                       | 判断の理由                    | 追加説明及び具体的状況の説明   |  |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--|--|
|                             |                               | 設計事務所（所長）                   | 来客数の動き                   | ・新しい情報がない。また、以前から計画予定であった物件はその後連絡がなく、中止せざるを得なくなったようである。  |  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) | 良く<br>なっている                   | その他製造業<br>〔環境機器〕<br>(経営者)   | 受注量や販売量<br>の動き           | ・環境省よりスプレー缶、ガス缶について地方自治体に、市民から収集する際、穴開けをさせないようとの通達が出ているようで、当社環境装置への問い合わせが増加している。新年度予算に向けて、計画が増えている。  |  |
|                             |                               | やや良く<br>なっている               | 食料品製造業<br>(営業統括)         | 競争相手の様子  | ・甲州ワインの人気に加え、今月のボジョレーヌーヴォー人気もあり、国産100%ワインの需要は、相変わらず衰えていない。 |
|                             |                               | 化学工業（経営者）                   | 受注価格や販売<br>価格の動き         | ・夏場の大きな自然災害の影響が無くなり、比較的順調に受注量が増えている。   |  |
|                             |                               | 輸送用機械器具<br>製造業（経営<br>者）     | 受注量や販売量<br>の動き           | ・輸出が増加している。  |  |
|                             |                               | 金融業（経営企<br>画担当）             | 取引先の様子                   | ・取引先の観光業では、引き続き宿泊が良好である。   |  |
|                             |                               | 広告代理店（営<br>業担当）             | 受注量や販売量<br>の動き           | ・前年11月に比べ、販促広告の出稿が10%程度増えている。  |  |
|                             |                               | 経営コンサルタ<br>ント               | 取引先の様子                   | ・企業間、地域間の格差はあるものの、建設業分野は押し並べて繁忙である。ラグビー人気やスポーツシーズンでもあり、一部のスポーツ衣料やファッション関係の繊維業界に上向きの動きがある。街なかの飲食店や個人向け業種の新規出店も相次いでいる。                                     |  |
|                             | 変わらない                         |                             | 窯業・土石製品<br>製造業（経営<br>者）  | 受注量や販売量<br>の動き   | ・取引先からの受注量が減少しており、さらにWeb販売も著しく低下している。                      |
|                             |                               |                             | 窯業・土石製品<br>製造業（総務担<br>当） | 受注量や販売量<br>の動き   | ・例年並みで売上に大きな変化はない。   |
|                             |                               |                             | 電気機械器具製<br>造業（経営者）       | 受注量や販売量<br>の動き   | ・たまに特注品が入るが大きな変化はない。低水準だが、なんとか維持している。                      |
|                             |                               |                             | 輸送用機械器具<br>製造業（経営<br>者）  | 取引先の様子   | ・この2～3か月は取引先、受注量、販売量の動きはまずまずで、あまり変わらない状況である。まだ良いほうである。     |
|                             |                               |                             | 金融業（調査担<br>当）            | 取引先の様子   | ・製造業では、中国の景気減速の影響を直接受けている企業は少ないものの、今後の方向性が見えにくい状況が続いている。   |
|                             |                               |                             | 金融業（役員）                  | 受注価格や販売<br>価格の動き   | ・過当競争で、利幅が非常に減っている。  |
|                             |                               | 不動産業（管理<br>担当）              | 受注量や販売量<br>の動き           | ・工事等の立会いの仕事は増えているものの、当社が直接受注できる仕事は、横ばいかやや減少しており、トータルでの売上高は、あまり変わらない。   |  |
|                             |                               | 新聞販売店〔広<br>告〕（総務担<br>当）     | 取引先の様子                   | ・今月のチラシ出稿量は、前年に比べ101.2%である。前年の11月が90.1%だったので、上向きとまでは言えない。量販店では、月末まで暖かい日が続き、冬物の売行きが極めて悪く、この2～3日でようやく例年の動きになったと聞いている。また、日刊紙の広告収入も今年の後半は落ち込んでおり、前年割れと聞いている。 |  |
|                             |                               | 司法書士                        | 受注量や販売量<br>の動き           | ・やや悪い状況が、ずっと続いているようである。  |  |
|                             |                               | 社会保険労務士                     | 取引先の様子                   | ・原材料価格が上昇するなか、受注価格が厳しくなっている事業所は多い。   |  |
|                             | その他サービ<br>ス業〔情報サー<br>ビス〕（経営者） | 受注量や販売量<br>の動き              | ・特段変化はみられない。             |  |  |
| やや悪く<br>なっている               |                               | 食料品製造業<br>(製造担当)            | 受注量や販売量<br>の動き           | ・前年同時期と比べて、数量は落ちている。   |  |
|                             |                               | 電気機械器具製<br>造業（経営者）          | 受注量や販売量<br>の動き           | ・船舶関係の仕事もしているが、通常当社売上の4割を占める取引先からの受注が、今月からゼロになってしまっている。売上の4割減という非常に厳しい状況にある。   |  |
|                             |                               | その他製造業<br>〔宝石・貴金<br>属〕（経営者） | 受注量や販売量<br>の動き           | ・問屋を回ると、年末にかけて少しずつ動きが出てきたと言うものの仕入意欲はない。本来であれば一番商品が動く時期であるが、売上は前年に比べてマイナスで引き続き厳しい。ユーザー展も集客が難しく、前年並みの売上確保が精一杯の状況である。                                       |  |



| 分野            | 景気の現状判断        | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|---------------|----------------|----------------|---|---|
|               |                | 建設業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き  | ・災害復旧の本工場の発注準備なのか、公共はとにかく動きが悪い。現場は忙しくなっているものの、民間を含めた新規受注はない。  |
|               |                | 輸送業（営業担当）      | 取引先の様子  | ・このところの気温が高く、当初予定の冬物家電やそれに付随する暖房、その他インテリア商品等の荷動きは2割ほど落ち込み、輸送依頼も下がっている。  |
|               |                | 不動産業（経営者）      | それ以外  | ・空室、空店舗が目立つようになっている。  |
|               | 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  | ・パワーショベル向けの仕事が更に落ち込むとともに、他の産業でもロットサイズが小さくなり、売上の数字が上がらない。  |
|               |                | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・主要取引先の電話システムの販売が芳しくなく、生産数量が前月に引き続き下落している。  |
|               |                | 建設業（開発担当）      | 受注量や販売量の動き  | ・建設業を営んでいる。現政権のもと2年連続で増加していた公共工場の発注額が、今年度は前年比14%減と急速に落ち込んでいる。3年前まで建設業は、10年以上続いた不況業種であり、ここに来て好調な状況も崩れるようである。当社も厳しいなかで、経営の舵取りが難しくなってきた。 |
| 雇用関連<br>(北関東) | 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  | ・ガソリン、灯油価格が落ち着き、多少下がってきたようである。冬物衣料はかなり早い時期に売り場に出されているようで、出足が良いようである。また、農作物も豊作なのか、求人でも収穫や分別等の募集がかなりある。依然として介護職も求人が多く見られる。              |
|               |                | 人材派遣会社（管理担当）   | 求人数の動き  | ・短期の製造業派遣が増え、求人数は増加している。  |
|               |                | 人材派遣会社（支社長）    | 求人数の動き  | ・営業をしなくても、オーダーが次々に入ってきており、比較的決定しやすい長期派遣事務などの案件が目立ってきて、引き合いの強さを感じる。  |
|               |                | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・派遣会社からの求人が急増している。製造業の現場で多忙になっているようである。   |
|               |                | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・求人数の減少傾向は継続しているものの、求人数減少の幅が求職者数の減少の幅よりも小さく、わずかではあるが、求人倍率の増加が見られる。  |
|               |                | 変わらない          | 人材派遣会社（社員）  | 周辺企業の様子   |
|               | 人材派遣会社（営業担当）   |                | 周辺企業の様子   | ・賞与支給の時期であるが、支給すらできないとしている企業もある。当然ながら、従業員の消費には回らない。   |
|               | 求人情報誌制作会社（経営者） |                | 求人数の動き  | ・飲食店は特に人手不足で、パート、アルバイトを募集しても応募が極端に少ない。求人全体では募集広告を掲載する企業は少なく、引き続き厳しい状況である。   |
|               | 職業安定所（職員）      |                | 雇用形態の様子   | ・製造業、運輸業、小売業、サービス業で前年に比べ、求人が増加しており、依然として企業の手不足の傾向は続いている。ただし、派遣求人や臨時求人の占める割合が増加しており、安定した正社員での求人申込の比率は低下している。                           |
|               | 学校〔専門学校〕（副校長）  |                | 求人数の動き  | ・企業の新卒採用は、積極的であると感じる。本年度は、高校生の採用も、この時期に多くの会社で第3次採用試験が、実施されている。  |
| やや悪くなっている     | 人材派遣会社（経営者）    | 求人数の動き         | ・現状、3か月前と比べて、少し悪くなっている。世の中は多少忙しそうだが、実際には仕事はあまりない。 |   |

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

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) | 良く<br>なっている | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当）  | 来客数の動き  | ・店頭の客数が伸びていることが大きい。客単価は若干下がっているが、全般的にはプラスに転じている。また、外商の案件等のタイミングが良かったこともあり、大口の案件が重なって、良くなっている。           |
|                             |             | 旅行代理店（販売促進担当）      | 販売量の動き  | ・今月は法人の国内旅行の販売が非常に良く、一般の法人や教育旅行の販売も堅調であるため、良くなっている。   |
| 観光名所（職員）                    |             | 来客数の動き             | ・11月はトップシーズンのため、3か月前より大分良くなっている。  |   |
| 設計事務所（所長）                   |             | お客様の様子             | ・契約した物件の作業進行による中間金等があり、社内的には落ち着いている。  |   |
| 住宅販売会社（従業員）                 |             | 販売量の動き             | ・今月の販売量は目標数字の約150%となり、また、3か月前と比べても明らかに景気は良くなっている。ここ2か月連続で販売量が好調となっている。来場者数は減っているものの、紹介やOB客の建て替えなど、競合のない特定客が増えている。 |   |
| やや良<br>くなっている               |             | 商店街（代表者）           | それ以外  | ・クレジットカードの取扱高が前年同月比で約10%伸びている。銀れんカードを取扱うようになり、インバウンドの個人客が増えている。   |
|                             |             | 一般小売店〔家電〕（経理担当）    | お客様の様子  | ・来店して購入する客が少し増えたように感じる。3か月前よりは高値のものが動いている。  |
|                             |             | スーパー（経営者）          | お客様の様子  | ・割高な商品も、提案すると反応が良い。努力次第で数字が変わる。   |
|                             |             | スーパー（ネット宅配担当）      | 単価の動き   | ・品質が良く、やや高価格の商品や地方のお取り寄せ商品など、価格にあまり左右されない商品の動きが良い。  |
|                             |             | コンビニ（経営者）          | 販売量の動き  | ・単価、来客数共に上昇している。  |
|                             |             | コンビニ（経営者）          | 販売量の動き  | ・客の動きをみていると、3か月前よりずっと良くなっている。   |
|                             |             | 衣料品専門店（経営者）        | お客様の様子  | ・11月中旬までは気温が高く、冬物衣料が苦戦したが、ようやく動きが出てきた。しかし、消費者の多くは買物に慎重で、高額品の動きがあまり良くない。                                 |
|                             |             | 乗用車販売店（店長）         | 競争相手の様子   | ・市場は多少良くなっているように感じるが、かなり緩やかな上昇である。  |
|                             |             | 一般レストラン（経営者）       | 販売量の動き  | ・今月は、ケータリングや大人数のパーティーも非常に多く、販売量が普段より増えたため、少し景気が良くなったような気がする。  |
|                             |             | 都市型ホテル（支配人）        | 来客数の動き  | ・海外からの旅行者増加に伴い、客単価は変わらないものの、宿泊客が前年比50%程度多くなっている。  |
|                             |             | 都市型ホテル（総務担当）       | お客様の様子  | ・宿泊客、レストランの予約状況、売店の販売量等から、3か月前と比べると最近はやや良くなってきたように感じる。  |
|                             |             | 旅行代理店（従業員）         | お客様の様子  | ・11月上旬は問い合わせや団体旅行の見積件数は低調だったが、中旬から下旬にかけては、問い合わせの電話や見積依頼の件数も増えて、そのまま予約につながっている。                          |
|                             |             | 旅行代理店（営業担当）        | 販売量の動き  | ・正月商材の申込が例年より好調である。   |
|                             |             | 通信会社（社員）           | お客様の様子  | ・加入獲得数が順調に伸びて目標を達成しており、次月への準備も順調に進んでいる。今年度は目標どおりに推移しており、今月も同様に順調である。獲得のスピードも上がってきているので、より良くなっていると感じている。 |
|                             |             | 通信会社（営業担当）         | 単価の動き   | ・単価が高い多チャンネルサービスの契約率が若干上昇傾向にある。   |
|                             |             | その他サービス〔福祉輸送〕（経営者） | 販売量の動き  | ・当社の特殊事情もあるが、非常に人気のある販売車種がモデルチェンジして発表されたため、ずいぶん先の納期になるが、受注を多く得ることができている。                                |

| 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  |
|----|------------|------------------|---|---|
|    |            | 設計事務所（経営者）       | お客様の様子  | ・当事務所は行政の入札による仕事がメインだが、前月より民間向けの仕事をPRし、多少なりとも様々な質問が上がってきている。そして新しい仕事に結び付けることができている。今月になり3件ほどの新しい仕事が受注できている。   |
|    | 変わらない      | 商店街（代表者）         | 販売量の動き  | ・最近の傾向として、店内に入る客数が少なくなってきている。それにより販売にも影響して、思うように動いていない。   |
|    |            | 商店街（代表者）         | 来客数の動き  | ・最近の天候は週末に雨が降るため、はっきりと売上が落ちている。天候不順は我々の力ではどうすることもできないので、良い方向に進んでもらいたい。  |
|    |            | 商店街（代表者）         | 販売量の動き  | ・大型ショッピングモールや最近増加し始めた中型スーパーの台頭により、商店街への客足回帰はいまだ厳しい状況である。  |
|    |            | 一般小売店〔和菓子〕（経営者）  | 来客数の動き  | ・11月は前年に比べてイベントや大口の注文が多く入ったため、売上がやや良かったものの、降雨が多かったので来客数が減少してしまい、さほど店の売上にはつながっていない。  |
|    |            | 一般小売店〔家具〕（経営者）   | 販売量の動き  | ・来客数が依然として少なく、販売量も増えていないため、やや悪い。  |
|    |            | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | 来客数の動き  | ・近隣の駅ビルが改装工事で閉店している。  |
|    |            | 一般小売店〔印章〕（経営者）   | 来客数の動き  | ・プレミアム付商品券が総額で26億円売り出されたが、一時に若干の動きがみえた程度で、あとは本当に沈んでいる。現在の換金率が75%以上ではないか。それだけの金額でも小売業にとっては難しい。   |
|    |            | 一般小売店〔文房具〕（経営者）  | 販売量の動き  | ・来客数や客単価が横ばいである。11月は集客力のある商店街イベントが開催されなかったが、比較的気候に恵まれたこともあり、コンスタントに近隣の客が来店し、売上も落ちることなく横ばいである。   |
|    |            | 一般小売店〔茶〕（営業担当）   | 単価の動き   | ・例年行う創業祭の来客数と売上は共に伸びたが、前後の売上が悪く、今月は来客数、売上共に減っている。   |
|    |            | 百貨店（総務担当）        | 販売量の動き  | ・11月は全体的に売上が良くない。パリでのテロ事件の影響もあるのかもしれないが、様々な意味で景気があまり良くないというのが数字に表れている。  |
|    |            | 百貨店（総務担当）        | 販売量の動き  | ・暖冬が予測されるため、婦人服など重衣料が鈍化する懸念があり、前年の売上達成に苦戦しそうである。  |
|    |            | 百貨店（総務担当）        | 販売量の動き  | ・郊外店はインバウンドの恩恵も少なく、国内景気の影響を受けやすい。景気回復感が乏しい現状では、高額品の販売が伸びてこない。   |
|    |            | 百貨店（広報担当）        | お客様の様子  | ・来客数の前年割れが続いている。客単価は維持しているので、来客数の減少分だけ売上が低下している。特に、今月は気温の低下が遅く、単価の高い季節物のコート類など重衣料の販売時期を逃している。11月下旬になって気温が下がってきたものの、すでに定価品販売での最盛期は過ぎており、このロス分を取り戻すのは難しい。 |
|    |            | 百貨店（副店長）         | お客様の様子  | ・10月と比較し、11月は厳しい売上推移となっている。気温が高い日が続いたことも影響しているのか、冬物衣料の動きは鈍い。また、お歳暮やおせち等の年末需要の出足も遅く、前年を下回る状況が続いている。  |
|    |            | スーパー（販売担当）       | 単価の動き   | ・競合との価格競争もあり、重点商品の平均単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年をクリアしているが、平均単価が下がっていることで、客1人当たりのトータルでの買上額がなかなか前年を達成しない。  |
|    |            | スーパー（経営者）        | 来客数の動き  | ・今月は雨が多く、来客数は多少落ちている。また、青果物が非常に相場安となっているため、客単価が下がっているものの、他の部門が比較的相場高なので、相殺されているが、降雨の影響は大きい。   |
|    | スーパー（店長）   | 来客数の動き           | ・数か月にわたり来客数の前年割れが続いている。1週間当たりの来店頻度が減少しており、必要最低限の買物しかしない傾向にある。             |   |
|    | スーパー（営業担当） | 販売量の動き           | ・当初、暖冬ということで季節商材の伸び悩みがあったものの、それ以外のベーシックな商品の販売量が好調であるため、暖冬にもかかわらず堅調な動きである。 |   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|--------------------------|---------|---|
|    |         | スーパー（仕入担当）               | お客様の様子  | ・今月は降雨の日が多く、また、気温も下旬になるまで非常に高く、冬の商材の動向が悪い。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 単価の動き   | ・客単価は103%と前年は超えているが、スタッフからは相変わらず厳しいとの声が多い。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）              | 販売量の動き  | ・販売促進策が奏功し、高い販売量を維持している。  |
|    |         | コンビニ（商品開発担当）             | 来客数の動き  | ・来客数の減少が続いており、3か月前と比較しても減少幅が変わっていない。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）              | 競争相手の様子 | ・メーカーや同業者から、今月は前月より苦戦しているとの声が聞かれる。当店も同じように悪く、打つ手が無い状態である。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）              | 単価の動き   | ・食料品の値上がり、医療費の負担は増加し、年金収入も減少している。その上給料も上がらないなど、将来の不安が大きくなっている。消費は安い物でも、更に吟味して求めている。また、天候不順も大きな要因である。  |
|    |         | 家電量販店（統括）                | 来客数の動き  | ・来客数の減少が続いている。特に、既存店の前年割れは今後も続く。今年の冬は記録的なエルニーニョの影響で暖冬予報のため、冬物での集客は苦戦する。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）              | 販売量の動き  | ・前年比では新車の売上が減少したものの、整備部門が前年を少し上回り、とんとんである。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）             | 販売量の動き  | ・例年と変わらず低迷の時期に入っている。来店そのものが減っている。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）             | 単価の動き   | ・前月は近年では初めて普通トラックの販売台数が前年を割ったが、今月は販売台数の伸びがあるので、また前年を超えてくるのではないかと。ただし、車の動きが良いのかというとそうでもなく、新車の台替で中古車が入ってくるというわけでもない。年末にかけてこれから輸送量が少し伸びた段階ではっきりしてくるとみているが、今の現状では良いのか悪いのか判断しにくい。                |
|    |         | その他専門店<br>[ドラッグストア]（経営者） | 来客数の動き  | ・来客数が減少したように感じる。  |
|    |         | 高級レストラン（経営者）             | 来客数の動き  | ・今年は6月以降、単価が税別6,000円以上の懐石コース料金が減ったままの状態である。前年と比べて家族利用が減り、企業利用が増えている。ただし、店の周辺に企業が多いわけではなく、昔のように接待がないので、企業の需要は少ない地域である。したがって家族利用が減少した分がそのまま減収になっている。七五三、法事、祝事には高級店での外食機会は設けるが、かける費用は抑える傾向にある。 |
|    |         | 高級レストラン（副支配人）            | 来客数の動き  | ・法人、個人を問わず、宴会予約の客数から判断し、変わらない。  |
|    |         | 高級レストラン（仕入担当）            | 単価の動き   | ・一部値上げした物もあるが、全体として販売単価を値上げできるほどの勢いがまだない。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）             | 競争相手の様子 | ・インバウンド効果なのか、外国人が大変目立ってきている。同業者もなかなか対応できないようで、集客に直接つながっていない。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）             | 来客数の動き  | ・3か月前と比べて決して良くはなく、来客数は伸び悩んでいる。やはり消費がまだ芳しくない。物価が上がっているが、ベースアップが追い付いていない状態で、消費が冷え込んでいるような気がする。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）             | 来客数の動き  | ・今月は平日の夜の動きが弱く、来客数が減っている。週末はその分来客数が若干増えており、客の入る曜日と入らない曜日とで大分差が出ている。   |
|    |         | その他飲食[居酒屋]（経営者）          | 単価の動き   | ・忘年会前ということもあるかもしれないが、安い単価の注文が多い。今までよりも軽く飲むという用途の客が多く、全体の売上が伸びていない。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）             | 販売量の動き  | ・宿泊は変わらず高稼働、高単価で推移しているが、宴会、レストランについては接待利用の減少や個人利用を控えていることなどにより、厳しい状況が続いている。宿泊を除く販売量をみても3か月前に比べて横ばいで、景気は変わらない。   |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）             | 来客数の動き  | ・変わらず高需要であるが、これ以上は難しい。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）               | 販売量の動き  | ・天候不順も加わってか、客の財布のひもが固くて販売量が伸び悩んでいる。   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|-----------------|--------|--|
|    |           | タクシー運転手         | お客様の様子 | ・都心は地下鉄の出入口すべてで災害対策の改良工事を行っている。そのために道路幅3分の1はふさがれ通行に支障をきたしている、さらに夜間は空車タクシーが都心に集まってくるので渋滞に拍車がかかっている。また、繁華街の酔客が少ないため、空車タクシーの列が一般車両の通行の妨げになっているのがいつもの様相である。アベノミクスのデフレ脱却の言葉は最近聞こえてこない。タクシー景気は低迷したまま変わらない。 |
|    |           | タクシー運転手         | お客様の様子 | ・個人タクシーで都心のオフィス街の営業が多いが、客に特別に変化を感じない。  |
|    |           | 通信会社（経営者）       | 販売量の動き | ・テレビ、インターネットの契約獲得が予算を下回る状態は、前月から続いている。集合物件供給が滞っているのが原因である。今月開始の仮想移動体通信事業も、客を2度訪問するなど時間がかかり、スロースタートとなっている。  |
|    |           | 通信会社（経営者）       | 販売量の動き | ・販売量が前月に比べて落ちてきている。  |
|    |           | 通信会社（管理担当）      | 販売量の動き | ・販売量は前月と同水準である。  |
|    |           | 通信会社（営業担当）      | お客様の様子 | ・前月同様にケーブルテレビ設備を導入していない集合住宅への工事を行い、併せて加入の促進をした結果、契約数が増大している。さらに、ケーブルテレビに未加入の戸建住宅への案内を強化した結果、他社のインターネット、電話サービスから乗換える客が多く、契約者を増やすことができている。客は収入が増えているわけではないため、価格について敏感になっているようである。                      |
|    |           | 通信会社（局長）        | 来客数の動き | ・ケーブルテレビの契約数は前年比で増加傾向にあるが、あくまで他社の動きが遅いことによる契約上の選択肢の減少による増加であり、単に景気による上昇とは言えない。   |
|    |           | 通信会社（営業担当）      | お客様の様子 | ・新規加入、コース変更共に、サービス内容の充実よりも必要最小限の内容で料金重視という傾向は相変わらずである。   |
|    |           | 通信会社（総務担当）      | 単価の動き  | ・日常の商品価格をみると上昇している商品もあるが、ガソリンなど安価になっているものもあり、総じて変化はない。   |
|    |           | 通信会社（経営企画担当）    | お客様の様子 | ・商談状況に変化がみられない。  |
|    |           | ゴルフ場（支配人）       | 来客数の動き | ・現在、コースの半分を改造中のため、会員及びゲスト客数の減少が続いている。  |
|    |           | ゴルフ場（支配人）       | 単価の動き  | ・トップシーズンでもあり来客数は好調であるが、プレー料金に一層敏感な客が多く、以前の客単価に戻せない。  |
|    |           | 設計事務所（経営者）      | お客様の様子 | ・現在の仕事内容、量共に3か月前と変化はない。すでにあったプロジェクトを肅々と行っている感じである。   |
|    |           | 設計事務所（経営者）      | お客様の様子 | ・年度内の官庁発注案件は終了した感があり、住宅を含む民間の動きも低調のまま推移している。   |
|    |           | 設計事務所（職員）       | それ以外   | ・売上が伸び悩んでいるものの、市況にも変化は感じられない。  |
|    |           | 住宅販売会社（従業員）     | 販売量の動き | ・戸建住宅の受注は前年並みと伸び悩んでおり、商談に時間がかかっている。今まで好調であった賃貸住宅の受注も前年並みになり、落ち込んできている。   |
|    |           | 住宅販売会社（従業員）     | 販売量の動き | ・3か月前から景気は好調で、横ばいで推移している。特に、アパート販売が好調で、順調に販売できている。   |
|    |           | 住宅販売会社（従業員）     | それ以外   | ・建設業は景気が良いといわれている。CADオペレーターを増員したいと思っても、派遣も含め人材が集まってこないところをみると、そうなのかとも思えるが、受注量は横ばいが続き、景気が良いという実感は全くない。  |
|    | やや悪くなっている | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | 販売量の動き | ・月初は比較的売上があったが、2週目以降はがたと落ちてきている。一般の客が減っている。  |
|    |           | 一般小売店〔米穀〕（経営者）  | 単価の動き  | ・米穀業界では複雑な流通の動きが感じられ、縁故米、直売という新たなルートの拡売が影響している。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--------------------|--------|--|
|    |         | 一般小売店<br>〔茶〕(営業担当) | 単価の動き  | ・先月からの見積競争もお茶の値段が段々と下がった結果、ほとんど競争に勝てない状況が続いている。他社は利益を度外視して競争してきている。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)          | お客様の様子 | ・気温が高い状態が続いていることも影響しているが、防寒用品、特に、コートが前年比70%と大きく減少しており、婦人服を中心に苦戦している。また、化粧品も先月までの勢いはなく、90%と苦戦している。インバウンド需要がない百貨店では売上を伸ばせない。         |
|    |         | 百貨店(営業担当)          | 販売量の動き | ・11月に入り、前年とはとらえるものの、この2~3か月の売上の伸びに対して鈍化傾向がみられる。特に、アパレル関連の動きが悪く、単価の高い重衣料の動きの悪さが影響している。お歳暮ギフトの出足も悪く、若干停滞気味である。                       |
|    |         | 百貨店(営業担当)          | 来客数の動き | ・一定の購買目的の富裕層の来店は維持しているものの、中間層の来店が減少している。特に、婦人服、服飾雑貨を中心に微減している。   |
|    |         | 百貨店(販売促進担当)        | 来客数の動き | ・来客数が前年を下回り、売上も免税売上を除くと前年に届かない状況が続いている。特に、中間層マーケットが苦戦している。   |
|    |         | 百貨店(販売促進担当)        | 販売量の動き | ・来客数は前年を上回っているものの、売上は前年割れとなっている。販売量の前年比は3か月前と比較して落ち込んでおり、消費に対して慎重になっている。   |
|    |         | 百貨店(計画管理担当)        | お客様の様子 | ・来客数は減っていないにもかかわらず、婦人服の売上が引き続き不調である。例年に比べ気温が高いこともあり、重衣料の動きが鈍いことも要因の一つである。  |
|    |         | 百貨店(営業企画担当)        | 販売量の動き | ・衣料品の売上が不振であり、お歳暮商戦も遅れ気味で推移している。インバウンド売上は引き続き伸ばしているものの、免税商品の対象品目拡大が一巡して、9月までの伸び幅からは鈍化している。   |
|    |         | 百貨店(店長)            | 販売量の動き | ・気温の上昇による影響が大きい。   |
|    |         | スーパー(経営者)          | お客様の様子 | ・生鮮食料品、加工食品の買い方が以前より鈍くなっている。商品の値上げで買上点数が減っている。   |
|    |         | スーパー(店長)           | 来客数の動き | ・3か月前と比べて、地域の環境は変わってはいないが、来客数が減っているため、やや悪くなっている。   |
|    |         | スーパー(総務担当)         | 単価の動き  | ・11月は中旬以降まで衣料品の動向が良くなり、また、来客数も前年を割っている。食品については来客数は前年並みで、青果物は相場が高かったこともあり売上は良いが、加工食品や日配品等の動向はあまり良くない。                               |
|    |         | コンビニ(経営者)          | 来客数の動き | ・11月後半から来客数が若干減少してきている。  |
|    |         | コンビニ(経営者)          | お客様の様子 | ・次々と大型スーパーが開店し、売上、来客数共に大幅に減少している。プレミアム商品のみ売上増加を維持しているが、客の買い方が大きく変わり、各店舗の使い分けがはっきりしてきている。   |
|    |         | コンビニ(経営者)          | 販売量の動き | ・今月は例年どおり一定額の購入でくじが引けるセールを開催している。このセールがあると来客数が増え、客単価、販売量共に上がる傾向にあるが、今年に限ってはあまり目立たないような推移である。くじが引けるからといってお金を出して買うということを控えているのではないか。 |
|    |         | コンビニ(経営者)          | 来客数の動き | ・季節的な要因もあるが、夏場から秋口になり急に寒くなったため、暗い予想である。  |
|    |         | コンビニ(経営者)          | それ以外   | ・出店攻勢で近隣の競争が激しくなってきたため、来客数が落ち、販売額も落ちている。   |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)        | 販売量の動き | ・気温が高く、防寒物のジャケット、コートなどの単価が高く売上にも寄与する商材が前年より大幅に落ちている。   |
|    |         | 家電量販店(店員)          | お客様の様子 | ・3か月前と比較して、衝動買いや必需品などの購入が控え目になっている。  |
|    |         | 家電量販店(経営企画担当)      | 来客数の動き | ・直近のレジ通過客数が悪化している。11月に入ってインバウンド需要も落ち着いた動きになっている。   |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)        | 販売量の動き | ・自動車の整備は順調に入っているが、販売については前月が良かったため、このままいかかと思っていたが、今月は大幅悪く、前月の3割減となっている。  |
|    |         | 乗用車販売店(総務担当)       | 販売量の動き | ・新車販売及びサービス入庫が厳しい状況が続いている。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                         | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-------------------------------|---------|--|
|    |         | 住関連専門店<br>(統括)                | 販売量の動き  | ・来客数が減っており、それに伴い販売量、販売額共に伸び悩んでいる。  |
|    |         | その他専門店<br>[ドラッグストア]<br>(経営者)  | 販売量の動き  | ・物価が上がっているが、より財布のひもが固い気がする。プラス1品での販売が難しくなっている。   |
|    |         | その他小売<br>[ショッピングセンター]<br>(統括) | 販売量の動き  | ・前年並みで推移していた売上も、11月に入り下降気味である。   |
|    |         | その他小売<br>[ゲーム]<br>(開発戦略担当)    | 販売量の動き  | ・国内は11月最終週に大型タイトルの発売があったものの、前年比80%程度となる見通しである。海外は好調との話である。   |
|    |         | その他小売<br>[ショッピングセンター]<br>(統括) | 販売量の動き  | ・ここ数か月間、売上は前年を上回っていたが、今月は前年並みで勢いが少し止まってしまっている。ファッションが一般的に勢いが無い。ただし、映画、飲食、雑貨は前年の売上を超えて好調である。  |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)              | 競争相手の様子 | ・今年ほとりの市が3回あるが、2回だった前年に比べて、3回目があっても一般的に売上が悪そうである。他社に聞いてもほとんどが前年よりも悪いと話している。  |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)              | 来客数の動き  | ・予約状況を見ると、今月、来月、忘年会に向けても客数、件数共に少なくなっており、週末に集中してきている。同じ日に重なってしまう形で終わりそうな気がする。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(スタッフ)             | 来客数の動き  | ・12月が忘年会なので、11月は基本的にそれほど景気が良くないので、やや悪いような気がする。   |
|    |         | 旅行代理店(従業員)                    | 販売量の動き  | ・フランスのテロ事件以来、消費マインドが落ち込んでいる。   |
|    |         | 旅行代理店(従業員)                    | お客様の様子  | ・テロ事件による影響で国際情勢が不安定なため、海外渡航を控える客が出始めている。   |
|    |         | タクシー運転手                       | お客様の様子  | ・11月に入り一気に量が減り、客の動きが読めない。深夜は更に悪くなっており、最悪の月である。12月に期待したい。   |
|    |         | タクシー(団体役員)                    | 来客数の動き  | ・人の流れは明らかに鈍化しており、街中に活気がみられない。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)                    | 販売量の動き  | ・前年同月と比べて、契約数が大きく下回る日が続いている。   |
|    |         | ゴルフ場(従業員)                     | お客様の様子  | ・平日の利用は高齢の客が多い。年金生活に不安があるのか、ゴルフの回数が減っているように感じる。  |
|    |         | パチンコ店(経営者)                    | 競争相手の様子 | ・当店も含めてライバル店でも来客数が減っている。来客数イコールある程度の売上になるが、落ちているため、やや悪くなっている。  |
|    |         | その他サービス<br>[保険代理店]<br>(経営者)   | 来客数の動き  | ・客数が明らかに減少している。  |
|    |         | 設計事務所(所長)                     | 競争相手の様子 | ・相変わらず民間は全く動きがなく、相談すらない状況である。先行きが大変不安である。  |
|    |         | 設計事務所(所長)                     | 競争相手の様子 | ・ここ何か月、仕事量が非常に少ない。特に、新築物件等が少ない。改修にしても規模が小さく、利益率が非常に低い。   |
|    |         | 住宅販売会社<br>(経営者)               | お客様の様子  | ・当社は住宅を主に扱う不動産デベロッパー業と総合建設業だが、昨年4月の消費税増税以降、全く販売量が伸びない。客の所得が増えていないところに増税と物価上昇などで将来に不安を持っているため、住宅ローンがやがて支払えなくなるのではないかと懸念しているようである。一方、総合建設業では公共工事は沢山あるが、工事原価が上昇しているため、赤字になってしまうこともよくある。 |
|    |         | 住宅販売会社<br>(従業員)               | 販売量の動き  | ・販売量が極端に落ち込んでいる。   |
|    |         | その他住宅[住宅資材]<br>(営業)           | 販売量の動き  | ・資材受注量が前年比で悪化している。繁忙期を迎えることを加味しても、全体的な仕事量の伸びが期待できない。   |
|    | 悪くなっている | 一般小売店[家電]<br>(経理担当)           | 来客数の動き  | ・客の購買意欲がないように感じる。暖房関係の動きが悪く、エアコンなどの主力商品が売れていない。  |
|    |         | 百貨店(営業担当)                     | 単価の動き   | ・来客数が下がっていることもあるが、これだけ気温が下がっているのにコートの動きが非常に悪い。また、ブーツの売行きも鈍く、大幅に単価が下がっている。コーディガンの影響も大きい。  |

| 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  |
|-----------------------------|------------|--|--|---|
|                             |            | 百貨店（店長）  | 販売量の動き   | ・つい2～3日前まで気温が下がらなかったため、コート、カシミアといった衣料の主力アイテムが絶不調である。併せてお歳暮のスタートも経済の先行き不透明感などもあり、前年を大きく下回っている。   |
|                             |            | 衣料品専門店（営業担当）   | 販売量の動き   | ・11月に入り気温が暖かく、25日過ぎに寒くなってもコート類の販売量の動きが著しく悪く、前年比70%と、月を越せないような支払状況である。とにかくひどく、物を買わない雰囲気が漂っている。   |
|                             |            | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）  | お客様の様子   | ・例年、この時期は最も売れる時期なのに、全く動きがない。もはや日常生活において食品は最も削りやすい生活費以外の何もでもないのではないか。  |
|                             |            | 一般レストラン（経営者）   | 販売量の動き   | ・前年比でみて、3か月前の8月1～30日までの売上は108.0%、来客数102.5%であった。今月は、1～27日までの売上が93.9%、来客数93.5%という結果である。今月は天候不順の影響が大きい。  |
|                             |            | タクシー運転手  | お客様の様子   | ・深夜の客の動きがない。  |
|                             |            | 美容室（経営者）   | 来客数の動き   | ・今の不安定な天候が早く安定してもらいたい。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) | 良くなっている    | 電気機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・過去に開発した新商品が今ごろ売れ出したことや、当業界のシーズンインになってきたため、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   | ・3か月前との比較ではやや良いのは例年のことだが、前年比ではかなり悪化している。  |
|                             |            | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）  | 受注量や販売量の動き   | ・印鑑やゴム印、名刺印刷の仕事をしている。今月は会社設立は1件だけだったが、かなりの金額の注文を受けた。不動産関係の仕事の得意先で、1件は設立と同時に前の会社内容の注文があり、一つの会社だったが、10万円以上の金額の注文をもらっている。また、問屋への支払は注文後になるが、通常メインの問屋へ月15万円くらいの支払のところ、11月は21万円を少し超える金額だったので、それだけの注文があったということになる。 |
|                             |            | 金属製品製造業（経営者）   | 取引先の様子   | ・今月の仕事量は少し多めである。見積件数はあまり変わらないが、難易度の高い仕事が多くなり、仕事が決まるようになってきている。  |
|                             | 変わらない      | 税理士  | 取引先の様子   | ・冬物の衣料が寒さとともに堅調に動いている。暖房器具は今一つのことだが、衣料品については流行があるためか購買意欲を感じる。   |
|                             |            | 食料品製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・売上は前年並みで推移しているが、特注による売上が大きく、来客数が減っている。   |
|                             |            | 出版・印刷・同関連産業（所長）  | 受注量や販売量の動き   | ・年末に向けて少しずつではあるが案件が動き出している感じがする。しかしながら前年と比べても、案件数が大きく減少している状況は変わらない。  |
|                             |            | プラスチック製品製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・受注量、売上共に例月と変わらず、大きな変化はない。  |
|                             |            | プラスチック製品製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・インバウンドの影響で好調な化粧品容器以外の受注に勢いが感じられず、横ばいを維持するのに四苦八苦している。   |
|                             |            | その他製造業〔靴〕（経営者）   | 取引先の様子   | ・得意先の様子や仕入先である材料屋の情報等からも、特別良くなる、悪くなるというような話は出ていない。極めて普通のなかで動いている。   |
|                             |            | 建設業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・職人不足や物価上昇により建築コストが上がっており、予算が合わないことが多い。   |
|                             |            | 建設業（経営者）   | 競争相手の様子  | ・受注は順調に進んでいるが、同業者もほぼ同じように技術者がいないため、話が来ても断っているようである。   |
|                             |            | 建設業（営業担当）  | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は設備投資の案件数が多いこともあり、やや増えてきている。  |
|                             |            | 建設業（経理担当）  | 受注価格や販売価格の動き   | ・受注価格は相変わらず希望価格に届かず、発注者優位の状態である。受注を選別できるぐらいの工事案件がまだ出てきていない。   |
| 輸送業（経営者）                    |            | 取引先の様子   | ・取引先で、これだけ仕事があるから大丈夫だという話を聞いても、翌日になるとがくっと仕事が無くなってしまいうので、大変悩んでいる。 |   |
| 輸送業（経営者）                    | 受注量や販売量の動き | ・年末に向けても取扱量は依然として好転の兆しがみえないが、燃料価格が低下傾向にあるため、全体としては大きな変化はみられない。 |  |   |



| 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   |
|----|-----------|-------------------------|--------------|--|
|    |           | 輸送業（経営者）                | 受注量や販売量の動き   | ・企業業績は軽油価格の下落によるものが大きい、物量的には増えていない。  |
|    |           | 輸送業（総務担当）               | 受注量や販売量の動き   | ・取引先の業種により物量の変化にばらつきはあるものの、全体では大きな変化がみられない。  |
|    |           | 通信業（広報担当）               | 受注量や販売量の動き   | ・先月に比べると伸びが鈍化している。   |
|    |           | 金融業（統括）                 | 取引先の様子       | ・取引先の新たな資金ニーズが増えているとは思えないので、景気は横ばいである。   |
|    |           | 金融業（支店長）                | 取引先の様子       | ・フランスのテロ事件をはじめとする国際情勢の不安感から、国内景気の先行きも不透明である。   |
|    |           | 金融業（営業担当）               | 受注量や販売量の動き   | ・取引先の様子だが、製造業では受注状況は3か月前と変わらず、小売業はプレミアム付商品券の恩恵も減少しており、不動産業も一時より販売が停滞している。  |
|    |           | 不動産業（経営者）               | 競争相手の様子      | ・駅から徒歩4分、RC4階建て物件の36戸中、13戸が残っている。また、別の物件でも広告料が400%に変更されたものの、7か月目でまだ8戸が残っている。新築の苦戦は続行中である。  |
|    |           | 不動産業（総務担当）              | 取引先の様子       | ・当社の主力賃貸ビルではテナントの解約もなく、ほぼ満室状態で稼働しており、順調に推移している。  |
|    |           | 税理士                     | それ以外         | ・いつも夜健康のために、JRや私鉄の駅前や商店街を歩いている。歩きながら飲食店を外からのぞくが、店内はまばらで混みあうほど客が入っていない。商店街の店も自店舗のところは別だが、中小の店は大規模量販店、大型スーパーなどに客を取られていることもあって、入替えが頻繁に起きており、厳しいようである。 |
|    |           | 社会保険労務士                 | 取引先の様子       | ・社会保険料の支払いや資金繰りの厳しい会社が見受けられる。  |
|    |           | 経営コンサルタント               | 取引先の様子       | ・大きな変化は特にない。   |
|    |           | 経営コンサルタント               | 取引先の様子       | ・機械加工などの中小企業では、やや上向きの会社と下向きのまま横ばいの会社、取扱製品分野によって幸運、不運が分かれているようである。  |
|    |           | その他サービス業〔警備〕（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き | ・相変わらず受注はあるが、人材不足が問題である。募集しているが反応が悪い。警備員は4Kのイメージが強く、今後の人材確保が課題である。   |
|    |           | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・10月から最低賃金が上がっても、受注金額はほぼ現状どおりで、スポット的な仕事は多少あるが、全体的に変わりはない。  |
|    |           | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）   | 受注量や販売量の動き   | ・今月のマンション向けインターネット環境整備についての受注量は前月とほぼ変わらない状態であり、特に変化はみられない。   |
|    | やや悪くなっている | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）       | 取引先の様子       | ・印刷用紙の仕入先より毎月無料配布されていた、1か月ごとのA1判サイズのカレンダーが経費削減のため中止となった。   |
|    |           | 金属製品製造業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・各得意先からの受注量、生産見通しが極端に下がっている。中国景気が低迷していることが原因である。当社の業績が下がっているが、得意先の業績も下がっている。   |
|    |           | 一般機械器具製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・現在の売上は大分下がっている。それに加え、いつもコンスタントに出ているものが、減少傾向にある。   |
|    |           | 電気機械器具製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は非常に減ってほとんどなく、一段と景気の悪化が進んでいる。  |
|    |           | 建設業（経営者）                | 受注価格や販売価格の動き | ・商品が売れない。  |
|    |           | 輸送業（総務担当）               | 取引先の様子       | ・国内の出荷量は依然として低迷している。売上が増加するような案件は全くない。   |
|    |           | 金融業（役員）                 | 取引先の様子       | ・中国で実際に何が起きているのかがよく分からず、先行きに不安を感じている経営者が多い。  |
|    |           | その他サービス業〔映像制作〕（経営者）     | 取引先の様子       | ・販売促進費の節減が続いている。   |
|    |           | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・仕事の受注量が減ってきている。   |
|    |           | その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）    | 受注量や販売量の動き   | ・売上の予定が下降気味である。  |

| 分野                    | 景気の現状判断                      | 業種・職種                        | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------------|------------------------------|------------------------------|---|--|
|                       | 悪くなっている                      | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営<br>者）     | それ以外  | ・安値受注が多く収益性は低迷し、原材料の価格上昇などで厳しくなっている。   |
|                       |                              | 精密機械器具製<br>造業（経営者）           | 受注量や販売量<br>の動き  | ・前年比20%減、前月比5%減の受注量であり、更にコストダウン要求がある。  |
|                       |                              | 輸送業（経営<br>者）                 | 受注量や販売量<br>の動き  | ・このところ、非常に物量が減ってきており、二極化が進んだ当業界では競争が激しくなっている。良くない状況になるのではない。                         |
|                       |                              | 広告代理店（経<br>営者）               | 受注量や販売量<br>の動き  | ・前年受注していた案件の欠損が複数発生し、とにかく今年度は厳しい。  |
|                       |                              | その他サービス<br>業〔廃棄物処<br>理〕（経営者） | 受注量や販売量<br>の動き  | ・取引先の工場や製造業の景気減速が顕著となっており、売上が半減している。   |
| 雇用<br>関連<br><br>(南関東) | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | 人材派遣会社<br>(営業担当)             | 求人数の動き  | ・引き続き求人数は増加傾向にあり、採用ニーズが高い。   |
|                       |                              | 人材派遣会社<br>(支店長)              | それ以外  | ・労働者派遣法の改正、マイナンバー制度といった公的イベントの影響が、派遣依頼は堅調である。  |
|                       | 人材派遣会社<br>(営業担当)             | 採用者数の動き                      | ・地域的に一部偏りはあるが、全体的に派遣求人数は増加傾向にある。新規派遣登録の労働者数も増加しており、労働市場は動いている。また、派遣就業だけではなく、直接雇用への切替、紹介予定派遣案件の動きも増加している。  |  |
|                       | 職業安定所（職<br>員）                | 求人数の動き                       | ・10月の新規求人数が前年同月比19.5%増と今年度最大の増加率になっている。   |  |
|                       | 職業安定所（職<br>員）                | 求人数の動き                       | ・10月の月間有効求人倍率は、1.21倍で、前月から0.11ポイント上昇し、前年同月比でも0.20ポイント増加している。新規求人数は前月比50.6%の大幅な増加となり、前年同月比も26%の増加となっている。主要産業別の状況は、宿泊、飲食サービス業及び情報通信業を除く業種ですべて前年同月比プラスとなり、建設業25.7%、製造業10.8%、運輸、郵便業28.9%、卸売、小売163.4%、医療、福祉29.5%、サービス業1.4%の増加となっている。 |  |
|                       | 変わらない                        | 人材派遣会社<br>(社員)               | 求人数の動き  | ・どの業種、業態も、特に求人が増えているものはない。   |
|                       |                              | 人材派遣会社<br>(社員)               | 求人数の動き  | ・求人数が多く、マッチングに苦戦する状況が続いている。  |
|                       |                              | 人材派遣会社<br>(社員)               | 採用者数の動き   | ・採用人数は減少傾向にある。   |
|                       |                              | 人材派遣会社<br>(支店長)              | 求人数の動き  | ・派遣求人数は、前年、前月比と比較しても横ばいである。  |
|                       |                              | 人材派遣会社<br>(営業担当)             | 周辺企業の様子   | ・製造業をはじめとする周辺企業からのエンジニアの派遣引き合いは継続的に多く、好景気感が強い。                                       |
|                       |                              | 求人情報誌製作<br>会社（営業担<br>当）      | 求職者数の動き   | ・求職者の変動がない。  |
|                       |                              | 求人情報誌製作<br>会社（広報担<br>当）      | 採用者数の動き   | ・取引先や当社で中途で人を採用する予定があるという話をいくつか聞いている。  |
|                       |                              | 職業安定所（職<br>員）                | 求人数の動き  | ・新規求人数は前年同月比で増加しているが、労働者派遣業で大幅に増加したことによるもので、その他の産業では大きな動きはみられない。また、新規求職者の減少率が縮小している。 |
| 職業安定所（職<br>員）         |                              | 求人数の動き                       | ・直近3か月の新規求人数の動きを前年同月と比べると、減少から増加、また減少となっている。有効求人数でみると、増加からプラスマイナスゼロ、そして減少となっている。一方、新規求職者、有効求職者数は減少が続いている。この状況から就職は決まりやすいと思われる一方、求人の動きは一進一退のため変わらない。   |  |
| 職業安定所（職<br>員）         |                              | 求人数の動き                       | ・医療、介護などの一部の職種で人手不足感はあるが、その他は以前と変わっていない。  |  |
| 民間職業紹介機<br>関（経営者）     |                              | 採用者数の動き                      | ・2016年卒の採用を継続している企業が多く、人材確保に満足していない。一方、2017年卒の学生に向けたPR、特に、冬のインターンシップを開催する企業は前年より増加傾向にあるものの、新たに予算をかけるほどの勢いはない。   |  |

| 分野      | 景気の現状判断   | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|---------|-----------|----------------|---------|--|
|         |           | 民間職業紹介機関（経営者）  | 求人数の動き  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・景気動向がよくみえないということで、製品開発、生産効率化、営業活動等には力を入れているものの、要員を増やしても短期的に結果につながる様子は感じられないように、採用面での積極性は感じられない。</li> <li>・求人数は引き続き前年を上回っており、特に大きな変化はみられない。</li> </ul>  |
|         |           | 民間職業紹介機関（職員）   | 求人数の動き  |  |
|         | やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・今月は倒産5社、廃業1社、新規獲得27社、そのうち大口が2件あり、売上の的にはいつもの2.5倍くらいである。他社に出ていた大口の客を獲得できたことで、売上の的には盛り上がったが、既存客で中小企業ではあるが規模も大きく募集を頻繁にしているところが1社倒産した。また、倒産や廃業はしていないが、募集の予定が全くなかったというところもあり、状況的にはかなり厳しい。</li> </ul> |
| 悪くなっている | -         | -              | -       | -  |

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

（-：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<br>関連<br>(東海) | 良くなっている   | 百貨店（販売促進担当）       | 来客数の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・高額品並びに免税対象品目の拡大に伴うインバウンド消費が好調に推移している。</li> </ul>  |
|                    |           | 商店街（代表者）          | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・客のニーズに合った商品を提供すれば、販売量は増加する。</li> </ul>  |
|                    | やや良くなっている | 一般小売店〔書店〕（経営者）    | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・リサイクル関連の新事業では客が増えており、少しずつだが、景気は良くなっていると感じる。</li> </ul>  |
|                    |           | 百貨店（販売担当）         | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・化粧品、特選ブランド等の高額品は好調に推移している。婦人服等の衣料品では不振が続いているが、全体の客単価は上がっている。</li> </ul>                               |
|                    |           | スーパー（店長）          | 来客数の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数は前年同期比で3～5%ほど伸びている。月次売上高は、開店以来最高を記録している。</li> </ul>  |
|                    |           | スーパー（店員）          | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の特産である富有柿を贈答用に購入する客が多く、売上の伸びを後押ししている。一段と寒くなり、鍋用の具材、野菜や肉等も売上が顕著に増加している。</li> </ul>                   |
|                    |           | コンビニ（企画担当）        | 競争相手の様子  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・前月の同業他社の来客数が、前年同月比で良くなっている。</li> </ul>  |
|                    |           | コンビニ（エリア担当）       | それ以外   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・売上高が前年同期を上回るようになってきた。</li> </ul>  |
|                    |           | コンビニ（エリア担当）       | 単価の動き  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数は回復していないが、客単価は以前に比べて上昇傾向にあり、売上高も前年同期を上回っている。</li> </ul>  |
|                    |           | 乗用車販売店（従業員）       | お客様の様子   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・客の様子からは、国内需要は少し落ち着きを取り戻した状況である。ずっと悪かった状態から、やや回復しつつある。</li> </ul>                                      |
|                    |           | 住関連専門店（営業担当）      | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間の戸建住宅、分譲マンション物件が多くなっている。大規模改修やりフォーム工事も、年度末に向けて相談が多くなっている。官公庁工事や民間設備投資についても、引き合いが多くなっている。</li> </ul> |
|                    |           | その他専門店〔貴金属〕（営業担当） | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・年末やクリスマス等、金を使う時期になって、客の財布のひもは緩くなっていると感じる。</li> </ul>  |
|                    |           | スナック（経営者）         | 来客数の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数の動きが良い。</li> </ul>   |
|                    |           | 通信会社（企画担当）        | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規契約数は若干上向きで、解約数の増加にも歯止めがかかり、景気はやや良くなっていると感じる。</li> </ul>   |
|                    |           | 通信会社（営業担当）        | 販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・客先ではNGN（次世代ネットワーク）の速度向上に対応するため、設備増強が必要となっている。</li> </ul>  |
|                    |           | 住宅販売会社（従業員）       | 来客数の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税の話題が増え、徐々に来客数も増えてきている。</li> </ul>  |
|                    |           | 変わらない             | 商店街（代表者）   | お客様の様子  |
| 商店街（代表者）           | 単価の動き     |                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・節約志向を強く感じる。特に若い人には金銭的な余裕がない。</li> </ul>  |   |
| 商店街（代表者）           | 販売量の動き    |                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・悪い状況がずっと続いており、得意先からの注文も激減している。所得が増加する人がいるとは、とても感じられない。景気は全く回復していない。</li> </ul> |   |
| 商店街（代表者）           | 来客数の動き    |                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・客単価の低下は続いているが、来客数がやや上向きになっている。客単価が落ち着かないので、売上としては伸びていない。</li> </ul>            |   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-------------------|--------|--|
|    |         | 一般小売店〔高級精肉〕(企画担当) | 販売量の動き | ・業況は、良くも悪くも安定している。   |
|    |         | 一般小売店〔土産〕(経営者)    | 来客数の動き | ・前々年の遷宮の効果は薄れている。伊勢志摩サミットに関連した動きは出ているが、実際の景気に対する効果は、今一つ感じられない。   |
|    |         | 一般小売店〔酒類〕(経営者)    | 来客数の動き | ・飲食店の中には、日によって来客数がゼロ、あるいはほとんどゼロの店がある。  |
|    |         | 一般小売店〔生花〕(経営者)    | お客様の様子 | ・結婚式や葬儀に金をかけない風潮が強くなっている。ふだん花を飾る家庭も少なくなっている。例年あまり売れない時期ではあるが、スーパーでの売行きがかなり鈍っている。   |
|    |         | 一般小売店〔土産〕(経営者)    | お客様の様子 | ・客の様子には、あまり目立った変化がない。  |
|    |         | 一般小売店〔贈答品〕(経営者)   | お客様の様子 | ・今月からお歳暮の早期販売を開始し、一部の好況の会社や客からは大量に受注し、その分の売上は増加しているが、以前から取引のある客の出足が遅い。売上に変化はなく、調子の良い客に支えられて業況を維持している。  |
|    |         | 一般小売店〔自然食品〕(経営者)  | 販売量の動き | ・販売量は前年実績と変わらずに推移している。   |
|    |         | 一般小売店〔書店〕(営業担当)   | 販売量の動き | ・客からの受注量には、例年に比べて目立った増減はみられない。   |
|    |         | 百貨店(売場主任)         | お客様の様子 | ・インバウンドは好調であるが、厚手のコート類の動きが鈍い。寒くなりつつあるが、まだ追い風とはなっていない。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)         | お客様の様子 | ・平日でも夕方には来店がある。週末も来客数が減っているとは感じない。しかし、買物をする客は少なく、売上高は伸びていない。   |
|    |         | 百貨店(経理担当)         | お客様の様子 | ・11月初めから暖かい日が続く、冬物衣料品の動きが鈍い。お歳暮商戦の立ち上がりは、例年と変わらない。   |
|    |         | 百貨店(販売担当)         | 販売量の動き | ・お歳暮シーズンであるが、贈答先の絞り込みによる数量と単価のダウンが大きい。高齢化に伴う親族向けの贈答品の減少や、中小企業を中心に発注は必要最小限とする動きが顕著で、景気の実体としては、大変厳しい状況が続いている。                                  |
|    |         | 百貨店(販売担当)         | お客様の様子 | ・ボーナス支給後に向けた下見客が多い。購入は12月という人が目立ち、現時点の売上に目に見える変化はない。しかし、予算的にはやや高めの傾向で、高額品の売行きに期待が持てる。  |
|    |         | 百貨店(経営企画担当)       | お客様の様子 | ・特選ブランドや時計宝飾等の高額品、インバウンドは引き続き好調であるが、主力商品の衣料品は、気温が高かったこともあり、月間を通じて不調に終わっている。  |
|    |         | スーパー(経営者)         | お客様の様子 | ・11月の景気は横ばいで、小売店の競争は更に激しくなっている。気温が高く冬物商品の購入が遅れているため、小売店ではバーゲンが活発化しているが、その割に売れていない。原油価格の下落や中国経済の減速がはっきりし、先行きの景気が良くならないため、高額所得者も消費に慎重になってきている。 |
|    |         | スーパー(店長)          | 単価の動き  | ・1品単価が上昇し、客単価も上昇しているが、購入点数があまり増えておらず、来客数もそれほど伸びていない。良い状況とはいえないが、悪いというほどでもない。   |
|    |         | スーパー(販売促進担当)      | お客様の様子 | ・売上は、店舗全体で前年同月比で98%となっている。天候の影響もあるが、衣料・寝具部門が悪い。食品部門では、同じく101%となる見込みである。  |
|    |         | コンビニ(店長)          | 来客数の動き | ・11月は雨も少なく比較的暖かい日が続く、来客数は前年をやや上回っている。  |
|    |         | 衣料品専門店(販売企画担当)    | 販売量の動き | ・前月に続き良い状況にあるが、商品の入荷が間に合わず、販売量が伸びない。   |
|    |         | 家電量販店(店員)         | 販売量の動き | ・全体的に客単価は上がっているが、販売数量が低下しており、例年並みの売上である。   |

| 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   |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
|    |         | 家電量販店（店員）                | 来客数の動き | ・来客数が、9月以降は前年同月を下回っており、この状況が改善しないと良い方向にはならない。客単価は前年同月を何とか上回り売上を維持しているが、厳しい状況に変わりはない。                     |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）              | お客様の様子 | ・客には、特に変わった様子は見受けられない。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）              | お客様の様子 | ・客先の中小、零細企業は相変わらず低迷している。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）              | 販売量の動き | ・今月も商品の動きは良く、販売量は全体的に良い。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）              | 販売量の動き | ・新型車種の受注が好調な一方で、他の車種には想定値に達していないものが多い。全体としては、良くも悪くもない。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）              | 販売量の動き | ・営業スタッフと客の双方が新型車種に強い関心を持ち、受注状況にも表れている。しかし、12月以後の出荷であり、今月の販売実績は大きく伸び悩んでいる。他の車両の推奨販売が弱く、全体的に店舗内のムードが高まらない。 |
|    |         | 乗用車販売店（総務担当）             | 販売量の動き | ・新車販売の現場では、前年の消費税増税後の低迷からの回復が遅れている。  |
|    |         | その他専門店【書籍】（店員）           | 来客数の動き | ・暖かい日が多くイベントも好調であったため来客数が多く、今月も売上は前年同月を2%上回っている。クリスマス関連商品の動きも良く、プレゼント等の問い合わせも多く、売上につながっている。              |
|    |         | その他専門店【雑貨】（店員）           | お客様の様子 | ・必要な商品を慎重に比較検討する客の姿勢には変化がない。インターネットでの比較検討も増えている。   |
|    |         | その他小売【ショッピングセンター】（経理担当）  | 販売量の動き | ・売上高は前年比1.4%マイナス、来客数は前年比11.0%マイナスで、減少傾向が続いている。   |
|    |         | 高級レストラン（役員）              | 単価の動き  | ・原材料費の値上がりに伴い販売価格を改定したが、予約客の反応はシビアで、財布のひもは固い。  |
|    |         | その他飲食【仕出し】（経営者）          | 販売量の動き | ・販売量は変わらないが、夏場の不安定なムードから比べると、若干は良くなっている。   |
|    |         | 観光型ホテル（経営者）              | 来客数の動き | ・来客数は前年同期比約10%減少で、3か月前と変わらない状況が続いている。  |
|    |         | 都市型ホテル（支配人）              | 来客数の動き | ・宿泊部門の来客数は前年同月比で変わらないが、客単価の上昇は難しい。宴会部門は、厳しい状況が続いている。   |
|    |         | 旅行代理店（経営者）               | 販売量の動き | ・前年同月と比較して売上が伸びていない。   |
|    |         | 旅行代理店（経営者）               | お客様の様子 | ・年末年始の予約客には、行き先を海外から国内に変更する客が多い。春以降の予約でも、ハネムーン客には行き先を慎重に選ぶ動きがあり、海外向け商品が回復するまでには、時間がかかりそうである。             |
|    |         | タクシー運転手                  | 来客数の動き | ・繁華街の人出は少ない。週末には人出の増えることもあるが、結局週明けには元に戻ってしまう。  |
|    |         | 通信会社（サービス担当）             | お客様の様子 | ・スマートフォンの普及で光回線に切替える家庭が増え、Wi-Fiの申込が増加しているが、固定電話の解約も増えている。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）               | お客様の様子 | ・問い合わせ件数は、夏ごろから減り続けており、特に今月もその状況に変化はない。  |
|    |         | ゴルフ場（企画担当）               | 来客数の動き | ・ゴルフシーズンで暖かい日が続いたが、各ゴルフ場の入場者が予算比、前年比共に伸び悩んでいる。雨の日や雨の予報が多かった等の要因が微妙に影響しているかもしれないが、前月に良かった反動とも考えられる。       |
|    |         | その他レジャー施設【劇場】（職員）        | 販売量の動き | ・年末恒例の第九コンサート等のチケット販売は良いが、他の催事が振るわない。  |
|    |         | その他レジャー【スポーツレジャー紙】（広告担当） | 販売量の動き | ・足元の販売量は、それほど悪くはない。  |
|    |         | 美顔美容室（経営者）               | 販売量の動き | ・ホームケアキャンペーンの期間は8～12月だが、9～11月の売上は、8月と12月に比べると減少するため、11月は前月と変わらない。  |

| 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  |
|----|-----------|-----------------------------|--------|---|
|    |           | 美容室（経営者）                    | お客様の様子 | ・当地域は、全国と比べても景気が良くない状況が続いている。   |
|    |           | その他サービス<br>〔介護サービス〕（職員）     | 販売量の動き | ・月末に急に寒くなってきたが、今月の販売量には影響はない。   |
|    |           | 住宅販売会社<br>（従業員）             | お客様の様子 | ・太陽光発電への投資も、新規物件は減少し、リフォーム関連需要も一巡の感がある。   |
|    |           | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）       | お客様の様子 | ・住宅の検討に際しては、価格帯を指定して相談をする客がほとんどである。   |
|    | やや悪くなっている | 一般小売店〔薬局〕（経営者）              | 来客数の動き | ・地方の景気は下降傾向で、10～11月は日を追って悪くなっている。天候不順もあったが、客は必要な物しか買わないためか、来客数が減っている。土日、祭日は特に不調である。調剤部門は、高水準のまま横ばい状態が続き忙しい。 |
|    |           | 百貨店（経理担当）                   | お客様の様子 | ・インバウンドと富裕層を除く客層では、3か月前にはみられた購買意欲が感じられなくなっている。  |
|    |           | 百貨店（経理担当）                   | 販売量の動き | ・11月は気温が高く、衣料品の動きがやや悪い。それに連動して食料品等、全体的に不調となっている。  |
|    |           | スーパー（総務担当）                  | 販売量の動き | ・気温が高く、鍋物商材の生鮮食品や加工食品の売行きが良くない。   |
|    |           | スーパー（商品開発担当）                | 来客数の動き | ・全体での来客数は前年同月比で100%を割り続けている。11月は、悪かった10月よりも更に2%下がっている。食品は、来客数が前年同月を下回っているもののそれほど悪くはないが、衣料は厳しい状況となっている。      |
|    |           | スーパー（販売担当）                  | 販売量の動き | ・来客数が減っている。   |
|    |           | スーパー（販売担当）                  | それ以外   | ・11月末は、来客数、客単価、購入点数のいずれもが前年同期を下回っている。特に購入点数の数字が悪く、年末年始の支出増加に向けた買い控えの始まりを懸念している。                             |
|    |           | スーパー（営業企画）                  | お客様の様子 | ・これまで前年同期を上回っていた1品単価、購入点数の伸びが止まっている。好況感が消費の後押しをしていたが、実質的な可処分所得は増えていない現状を、冷静に認識する消費者が増えてきている。                |
|    |           | コンビニ（エリア担当）                 | 単価の動き  | ・来客数は比較的順調に伸びているが、購入点数がやや悪くなっており、客単価が改善しない。   |
|    |           | 衣料品専門店<br>〔紳士服洋品〕<br>（売場担当） | それ以外   | ・厚手のコート等の冬物衣料が売れる時期であるが、暖かい日が続き不調であった。気候の要因が大きい。  |
|    |           | 乗用車販売店<br>（従業員）             | 来客数の動き | ・週末であっても新車を見に来る新規客が1人もない日も多く、既存オーナー以外への販売が大変厳しい状況である。   |
|    |           | 乗用車販売店<br>（従業員）             | 販売量の動き | ・例年厳しい時期ではあるが、足元の販売台数は目標値よりも2割以上下回っており、かなり厳しい状況である。特に個人客の販売が落ち込んでいる。  |
|    |           | 一般レストラン<br>（従業員）            | お客様の様子 | ・居酒屋は、雨天や寒い日、ゴールデンタイムに大型スポーツイベントの中継がある日は、ほとんど客が来ない。   |
|    |           | 観光型ホテル<br>（販売担当）            | 来客数の動き | ・インバウンドを始め団体客が多く個人客が少ないため、団体宿泊客数の落ち込みと共に、食堂部門の売上も減少している。前月以上の落ち込みで、対策が重要課題となっている。                           |
|    |           | 都市型ホテル<br>（経営者）             | 単価の動き  | ・予約客のリードタイムが大変短くなっており、販売量の予測が難しくなっている。  |
|    |           | 旅行代理店（経営者）                  | お客様の様子 | ・年明けの旅行商品の販売が、例年を下回っている。  |
|    |           | 旅行代理店（経営者）                  | それ以外   | ・節約志向が強まっている。昼食時に行列となる弁当屋やコンビニの単価は、横ばいから徐々に低下している。コンビニでは、カップ麺の湯を提供する場所は大きいわいである。居酒屋の客単価も上がっていない。            |
|    |           | 旅行代理店（従業員）                  | お客様の様子 | ・パリのテロ事件以来、海外旅行の申込が激減している。近隣国を始め、ロシア、トルコ、アジア圏等への渡航者も激減である。国内旅行は、都市部を中心に宿泊施設は満室日が続く等、インバウンドの増加で順調に推移している。    |
|    |           | 旅行代理店（従業員）                  | 来客数の動き | ・パリのテロ事件後、欧州方面の予約客のキャンセルが相次いでいる。また、新規の予約客が入らない状況である。  |

| 分野             | 景気の現状判断   | 業種・職種   | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|-----------|---|--------------|--|
|                |           | タクシー運転手   | お客様の様子       | ・今月は下旬まで暖かい日が続き、昼間も夜も暇な日が多かった。25日過ぎから、夜の繁華街では早めの忘年会のためかグループやホテル等での集まりもみられ、客も増えて良くなりつつある。       |
|                |           | テーマパーク（職員）                                      | 来客数の動き       | ・平日の入込が減少している。消費者は必要ではない支出を控えている。  |
|                |           | パチンコ店（経営者）                                      | 販売量の動き       | ・来客数の動きがやや悪くなっている。   |
|                |           | 理美容室（経営者）                                       | 来客数の動き       | ・客が来店する間隔が長くなっている。   |
|                |           | 美容室（経営者）  | 来客数の動き       | ・前月は気候が良く客足が伸びて忙しかった。来月も忙しくなるが、その間にある今月は、客足が悪くなっている。   |
|                |           | 美容室（経営者）  | 単価の動き        | ・今月は客にはあまり行事がなかったようで、客足は悪い。必要最低限の事にしか金を使わない様子が見える。   |
|                |           | その他サービス〔介護サービス〕（職員）                             | 来客数の動き       | ・要支援者がデイサービスの対象外となったため、利用者数は減少しており、運営そのものが厳しくなっている。  |
|                |           | 住宅販売会社（経営者）                                     | 来客数の動き       | ・広告を出しても、客が集まらない状況である。   |
|                | 悪くなっている   | 商店街（代表者）  | 販売量の動き       | ・来客数が減少しているため、販売量や売上高の確保につながらない状況である。  |
|                |           | 一般小売店〔結納品〕（経営者）                                 | 販売量の動き       | ・プレミアム付商品券で一時期需要が増えた反動で、非常に悪い。   |
|                |           | 衣料品専門店（経営者）                                     | 来客数の動き       | ・気温が高過ぎて冬物を見に来る客が少ない。以前購入した洋服をまだ着ていないという客が多く、商品を勧めにくい。購入を決めている品物以外の説明には耳を貸さない客が多く、客単価が低くなっている。 |
|                |           | 乗用車販売店（経営者）                                     | 販売量の動き       | ・ここ数か月は非常に厳しい状況である。需要喚起となりそうな要因も特に見当たらない。  |
|                |           | 理容室（経営者）  | お客様の様子       | ・相変わらず、客からは景気の良い話は聞かない。余分な金は使わない。  |
|                |           | その他住宅〔住宅管理〕（経営者）                                | お客様の様子       | ・公共工事の発注量は伸びず、民間工事では、消費者の節約志向が強く影響している。建築市場の活性化には、まだ時間がかかる。                                    |
| 企業動向関連<br>(東海) | 良くなっている   | -   | -            | -  |
|                | やや良くなっている | 食料品製造業（経営企画担当）                                  | 受注量や販売量の動き   | ・受注量はそれほど伸びてはいないが、高付加価値商品の受注が売上を底上げしている。ハロウィンのイベントも年々盛り上がり、多少は売上に寄与しているようである。                  |
|                |           | 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   | ・3か月前に比べれば全般的に荷動きも活発になり、受注量、販売量共に5～8%アップしている。  |
|                |           | 窯業・土石製品製造業（社員）                                  | 受注価格や販売価格の動き | ・見積、生産共に非常に短期での要求が多くなっている。対応可能であれば、価格が多少は高くても構わない場合もあり、受注価格が上昇している。                            |
|                |           | 金属製品製造業（経営者）                                    | 受注量や販売量の動き   | ・受注量が増加している。   |
|                |           | 電気機械器具製造業（経営者）                                  | 取引先の様子       | ・取引先が年末に向けて設備投資を始めたため、売上が増加している。   |
|                |           | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）                              | 取引先の様子       | ・設備投資が増え始めている。   |
|                |           | 輸送業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・国内物流は、荷量の安定と軽油価格の安値で、利益を確保しやすくなっている。国際物流でも、中国以外の東アジアとの取引が増加しており、利益が拡大している。                    |
|                |           | 輸送業（エリア担当）                                      | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前は1日に取扱う荷物量が少なかったが、今月は、8月ごろに比べ1日当たり100トンほど荷物量が増えている。                                       |
|                |           | 金融業（従業員）  | 取引先の様子       | ・自動車産業では、特に下請や孫請け企業等の話から、生産量や先の見通しが安定しており、例年に比べると若干景気が良いとの声を聞く。                                |
| 金融業（法人営業担当）    | 取引先の様子    | ・取引先の中小製造業では、燃料価格と原材料コストの低下を主な要因として、利益が改善傾向にある。 |              |  |

| 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  |
|----|-----------------|---------------------|--------------|---|
|    |                 | 企業広告制作業（経営者）        | それ以外         | ・パリでテロ事件が起きたが、日本の国民は、テロはメディアの中の現象で、あたかも別世界にいるような気になっている。したがって景気に大きな影響を及ぼす社会的不安は存在しない。隣国との関係も、修復の兆しが見えている。 |
|    |                 | 行政書士                | 受注量や販売量の動き   | ・貨物の荷動きが増えている。  |
|    |                 | 経営コンサルタント           | 取引先の様子       | ・富裕層向け物件の売行きがとても良い。市街地中心部での住宅地の取引は、若干高い水準となっている。  |
|    | 変わらない           | 化学工業（人事担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・自宅近くのショッピングモールでは、来客数が増えているようには感じられない。消費者の多くはセール品等を目当てにしており、財布のひもは緩んでいない。                                 |
|    |                 | 化学工業（総務秘書）          | それ以外         | ・我が国の景気にすぐに影響するとは思えないが、パリでテロ事件であった。テロが多発すると景気にどう影響するのかわかり、まだ見通しが立たない。                                     |
|    |                 | 金属製品製造業（従業員）        | 取引先の様子       | ・大型プロジェクトは一段落しつつあるが、しばらくは忙しい状況である。  |
|    |                 | 一般機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・例年、10月～1月はスマートフォン向け設備投資が低調となるが、今年は予想ほどは低くない水準を維持している。  |
|    |                 | 電気機械器具製造業（企画担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・商材や地域によって、好不調があり、全体としては横ばいといった感じである。政府の経済対策のスピードは十分ではないが、規制緩和等で期待が持てそうな分野も出てきている。                        |
|    |                 | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 受注価格や販売価格の動き | ・販売価格の動きには、良くも悪くもあまり変化がない。  |
|    |                 | 建設業（営業担当）           | 受注量や販売量の動き   | ・今月は特に受注の動きに変化はない。  |
|    |                 | 輸送業（従業員）            | 受注量や販売量の動き   | ・荷動きは依然として低調で前年同月実績を下回っており、景気の回復はみられない。物流業界は、収入が伸びない中でも軽油価格の下落で、何とか利益を確保している状態である。                        |
|    |                 | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・発着荷物量は、前年同期比では伸び続けているが、伸び率は下がってきている。   |
|    |                 | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・輸出、輸入貨物共に大きな変化はない。   |
|    |                 | 通信会社（法人営業担当）        | それ以外         | ・設備投資が減り続けている。中国経済の減速や個人消費が伸び悩んでいる。   |
|    |                 | 金融業（企画担当）           | 取引先の様子       | ・車の購入に預金を下ろす個人客がやや多い。資産を持つ個人客は、引き続き株高等による資産効果で、相応に余裕があると感じられる。  |
|    |                 | 不動産業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・問い合わせ件数等の変化がほとんどない。  |
|    |                 | 広告代理店（制作担当）         | 取引先の様子       | ・同業他社との競争が増える一方で客の広告予算は年々厳しくなっており、簡単には受注できない。   |
|    |                 | 公認会計士               | それ以外         | ・中小企業の業績は厳しく、状況は改善する方向にはない。   |
|    |                 | 会計事務所（職員）           | 取引先の様子       | ・観光客が少ないため、地元ではインバウンドによる爆買い等の恩恵はない。製造業が多い当地域では、事業所の売上、利益共に大きな変化はない。                                       |
|    |                 | 会計事務所（社会保険労務士）      | 取引先の様子       | ・多くの客では引き続き、売上、利益共に好転している。この傾向はしばらく続いており、変化がない。   |
|    |                 | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | 取引先の様子       | ・公共事業案件に参入する企業が若干増えている。一般企業からの需要が少ない場合に参入が増えるのが通例であるが、一般企業の投資が減ったという情報は少ない。                               |
|    |                 | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | 取引先の様子       | ・業界全体では停滞しているが、自社業況はまずまずの状態が続いている。特許を取得でき、来期への弾みとなる。  |
|    |                 | やや悪くなっている           | 食料品製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き  |
|    | 出版・印刷・同関連産業（代表） |                     | 受注量や販売量の動き   | ・取引先のほとんどが一般消費者を対象とする事業者のため、先行きの不安で消費者の買い控え傾向が強まると、出荷量も減少する。  |
|    | 鉄鋼業（経営者）        |                     | 受注量や販売量の動き   | ・例年は最も売上が増加する時期にもかかわらず、受注量・販売量共に、前年同期に比べて5%ほど減少している。  |



| 分野                   | 景気の現状判断   | 業種・職種  | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------------|-----------|--|--|---|
|                      |           | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当）                                     | それ以外   | ・10月終わりごろからスクラップの値段が急降下し、前年の最高値から比半分にまで落ちている。   |
|                      |           | 輸送業（エリア担当）   | 受注量や販売量の動き   | ・貨物の荷動きが前年同月比2.4%のマイナスと、悪くなっている。  |
|                      | 悪くなっている   | 建設業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・くい工事問題の影響で、モデルルームへの来場者が激減している。販売量も激減しており、業界全体が落ち込んでいる。   |
| 雇用<br>関連<br><br>(東海) | 良くなっている   | -  | -  | -   |
|                      | やや良くなっている | 人材派遣会社（社員）   | 求人数の動き   | ・ターミナル駅周辺では新ビルの開業ラッシュとなっている。  |
|                      |           | 人材派遣会社（社員）   | 求職者数の動き  | ・求職者数が減少している。   |
|                      |           | 人材派遣会社（社員）   | 求人数の動き   | ・イベント開催があり好調であった。今後半からは早くも忘年会でのスタッフ利用もあり、更に良くなっている。   |
|                      |           | アウトソーシング企業（エリア担当）                                      | 採用者数の動き  | ・大手自動車メーカーの新型車種販売と今後年度末に向けての対応により、採用者数が増加している。  |
|                      |           | 職業安定所（職員）  | 求人数の動き   | ・パートを含む新規求人数は、3か月前より減少しているものの、有効求人数は増加している。有効求人倍率も改善しており、景気は弱いながらも回復傾向である。                      |
|                      |           | 職業安定所（職員）  | 求人数の動き   | ・新規求人数並びに正社員求人数が増加している。   |
|                      |           | 民間職業紹介機関（営業担当）   | 採用者数の動き  | ・採用方針が決まらずにストップしている案件も多いが、中小企業での決定が目立つようになっている。人材市場に合わせて採用方針を柔軟に変える企業は、採用決定につながっている。            |
|                      | 変わらない     | 人材派遣会社（営業担当）   | 求人数の動き   | ・年末年始に向けて、派遣スタッフの求人は減少が続いている。   |
|                      |           | 人材派遣会社（営業担当）   | 求人数の動き   | ・大手自動車関連企業からの求人が、引き続き活況である。   |
|                      |           | 人材派遣会社（営業担当）   | 周辺企業の様子  | ・技術者派遣スタッフの稼働率は、2か月前に比べて若干低下しているが、企業からの引き合い件数は堅調である。稼働率低下の幅も小さく誤差の可能性もあるため、景気による影響は、ほぼないものとする。  |
|                      |           | 人材派遣会社（支店長）  | 求人数の動き   | ・求人数を年間の動きでみると、8月をピークに9～10月は下落傾向が出ていたが、11月は下げ止まりとなっている。   |
|                      |           | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）  | 周辺企業の様子  | ・業況が悪い状態で動きが落ち着いている。そこから良くなる要素がない。  |
|                      |           | 職業安定所（所長）  | 求職者数の動き  | ・新規求職者数は、前年同月比で4.4%の増加、新規求人数も4.9%の微増で、景気の動向は安定している。   |
|                      |           | 職業安定所（職員）  | 雇用形態の様子  | ・全国的に正社員の割合が高まっているとの報道があるが、雇用形態は産業によって異なる。また、短期的な変動を続けているため、特定の産業で正社員の割合が高くなっていると、一概にはいえないと感じる。 |
|                      |           | 職業安定所（職員）  | 求人数の動き   | ・新規求人数は前年比で横ばいが続き、新規求職者は減少を続けているため、有効求人倍率は上昇している。   |
| 職業安定所（職員）            |           | 求人数の動き   | ・医療・介護分野の人手不足は慢性化している。小売業界では、スーパーのパートを中心に求人が増加している。引き続き全産業で、求人募集時の採用意欲はみられるが、正社員の求人数の伸びは鈍く、前年同月と変わらない。今月は、特に臨時募集の求人が増加している。基幹産業である自動車製造業での募集の動きは引き続き鈍く、再来年度からの消費税増税の影響も楽観視できない状況である。 |   |
| 民間職業紹介機関（支社長）        |           | 求人数の動き   | ・新規の求人数は変わらない。   |   |
| 民間職業紹介機関（営業担当）       | 周辺企業の様子   | ・前月に引き続き、県内中小企業の求人動向には停滞感がある。今後の景気動向を様子見しているように見受けられる。 |  |   |
| その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当） | 周辺企業の様子   | ・ここ半年は周囲の状況にもあまり変化はなく、景気が悪くなるような要因もない。                 |  |   |

| 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 | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 求人数の動き | ・求人数は減少傾向にある。  |
|    | 悪くなっている   | -               | -      | -              |

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：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<br>(北陸) | 良くなっている   | 通信会社（役員）   | 販売量の動き  | ・通信サービスの申込数が今年度最高の数字を記録し、好調を維持している。放送サービスについても好調に推移している。   |
|                | やや良くなっている | 商店街（代表者）   | 販売量の動き  | ・7～8月にアウトレットモール、大型ショッピングセンター、会員制大型量販店がオープンした影響などがあり、当商店街は少し来場者が減少していたが、10月以降ぐらゐから徐々に来場者数が例年並みに戻ってきた。他に観光客も増加しているようである。 |
|                |           | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員）   | 販売量の動き  | ・依然として好調を維持している。売上は前年比120%となっている。  |
|                |           | コンビニ（経営者）  | 来客数の動き  | ・客単価は微減だが、来客数については客単価の下落を補うような伸びで、トータルの前年同月比は若干プラスに推移している。   |
|                |           | 乗用車販売店（役員）   | 販売量の動き  | ・新規取扱車やマイナーチェンジ車など、商品力が強化されたので販売、整備ともに計画通りに推移している。   |
|                |           | 住関連専門店（店員）   | 販売量の動き  | ・年末需要もあり、数か月前から比較すると販売量、単価共に昨年を上回っている。   |
|                |           | 高級レストラン（スタッフ）  | 販売量の動き  | ・3月の北陸新幹線開業後の業績は昼営業も夜営業も好調だが、この秋の観光シーズンは最も業績を伸ばした。昼、夜共に前年比130%を超える集客である。   |
|                |           | 一般レストラン（店長）  | お客様の様子  | ・11月は旅館の入込数がかかなり増えたので、散策の観光客が増えた。増加率の割に売上はそれほどでもない。  |
|                |           | 都市型ホテル（役員）   | 販売量の動き  | ・宿泊部門は北陸新幹線開業以降、ビジネス客や観光客の増加及びインバウンド客の増加により堅調に推移している。レストラン部門の個人、法人利用に関しては、まだ足踏み状態にある。宴会部門も同様の傾向にある。                    |
|                |           | 旅行代理店（従業員）   | お客様の様子  | ・販売量、取扱量が前年比でやや良くなっている。  |
|                |           | 通信会社（役員）   | 販売量の動き  | ・新たに光通信サービスを提供している地域では、前年に比べ新規申込が大幅に増加している。同時に解約が減少する効果もあり、全体では純増件数の増加につながっている。  |
|                | 変わらない     | 一般小売店〔事務用品〕（店員）  | 販売量の動き  | ・マイナンバー関連商品の売上を見込んでいたが、あまり伸びていない。  |
|                |           | 一般小売店〔書籍〕（従業員）   | 来客数の動き  | ・年末商材が出そろい、売り場は商品であふれているが、なかなか来客数が増えない。  |
|                |           | スーパー（店長）   | 単価の動き   | ・現状、客単価には落ち込みはないが、買上点数の伸張が良くない。原因は、天候不順による生鮮食品の相場高の影響と考えられる。   |
|                |           | スーパー（総務担当）   | 来客数の動き  | ・来客数が前年を下回る状態が続いている。しかし客単価が伸びているため、売上高は前年並みで推移している。客単価の伸びは、1品当たりの平均単価が前年を上回っているためである。                                  |
|                |           | スーパー（総務担当）   | 販売量の動き  | ・食品の値上げが継続してあったものの、競争激化により一部商品は逆に値下げが起きている。この状況下で1品単価、販売量及び1人当たり買上点数は、横ばい状況が続いている。                                     |
| コンビニ（経営者）      |           | 販売量の動き   | ・売上の前年同月比は、100%に届きそうで届かない、もどかしい状況が続いている。低いレベルでの安定状態であると思っている。 |  |
| コンビニ（店長）       | 販売量の動き    | ・前年比でほぼ100%と、前年と同様の売上だった。原価率の改善で、売上総利益は前年より多少上がった結果となったが、景気が良いかという、どちらともいえないと感じる売上だった。ただ、現在懸念しているのが人手不足による時給の高騰と求人費の増加である。 |   |  |

| 分野          | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-------------|---------|--------------------------|--------|---|
|             |         | 衣料品専門店（経営者）              | 販売量の動き | ・11月に入り、コートが順調に動いてきたことから、なんとか前年並みを確保できた。  |
|             |         | 家電量販店（店長）                | 販売量の動き | ・販売数量が落ちているが、商品単価は上がっているのでも売上は横ばいである。身の回りの景気が良いと思われる人が高付加価値商品を買っている。  |
|             |         | 乗用車販売店（経営者）              | 販売量の動き | ・新車の販売量が前年比85%と依然低調である。メーカーから割り当ての台数を下げてきたが、県内ではそれにも届かない状況が続いている。   |
|             |         | 自動車備品販売店（従業員）            | お客様の様子 | ・例年と比べて冬季用品、冬タイヤ交換の動きが遅い。使用期間が過ぎていたが交換をちゅうちょしている客や、できるだけ安価で済ませたいとの声が多い。                                       |
|             |         | その他専門店〔酒〕（経営者）           | 販売量の動き | ・前月も同様だが、11月も少しさみしい月である。月後半、この1週間くらいから、お歳暮時期が近づくとつれ、高額の酒が売れたりしているが、前半の悪かった数字を補うほどではない。                        |
|             |         | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）    | 販売量の動き | ・飲食、食品関連の動向は例年と変わらない一方で、衣料品の販売が苦戦している。  |
|             |         | 一般レストラン（統括）              | 来客数の動き | ・原料価格、人件費は下がる要因が見当たらない状況である。光熱費、特にガスは下がっており、このコストダウンで少し利益が改善している。来客数の動向に大きな動きは感じられない。                         |
|             |         | 観光型旅館（経営者）               | 来客数の動き | ・北陸デスティネーションキャンペーンやふるさと旅行券など、外部要因によって来客数が増加した。  |
|             |         | 観光型旅館（スタッフ）              | 来客数の動き | ・前年比総売上122%、宿泊人数115%、宿泊単価107%、14名以下の個人と15名以上の団体の前年比は個人が117%、団体が112%と個人客の増加が目立つ。団体予約早期受注もあり、客室在庫不足を予約調整で乗り切った。 |
|             |         | 都市型ホテル（スタッフ）             | 販売量の動き | ・北陸新幹線開業以来、開業前と比べて引き続き宿泊が順調であり、大型の大会が行われたため宴会も順調に推移している。宿泊客増加で和食レストランは順調だが、地元客が中心のフレンチや中華レストランは前年並みで推移している。   |
|             |         | 旅行代理店（所長）                | 販売量の動き | ・受注状況が前年と変わっていない。   |
|             |         | タクシー運転手                  | 来客数の動き | ・休日が多く、紅葉を楽しむ観光客が多くなっている。夜の飲食街も人出が多く、タクシー利用が多くなっている。  |
|             |         | タクシー運転手                  | 販売量の動き | ・まだ県外からの観光客に来てもらっている。前半に大きな行事が一つあったことから、売上はまあまあであった。  |
|             |         | 通信会社（営業担当）               | 来客数の動き | ・新商品が出そろってきたが、直接の販売にはなかなかつながらず来客数だけ多くなっているため、ボーナス商戦に向けた買い控えと思われる。   |
|             |         | 通信会社（店舗統括）               | 来客数の動き | ・客の能動的な、この商品が欲しい、というような来店は減少している気がするが、価格が安いとなるとそこそこの来店につながっている。   |
|             |         | 競輪場（職員）                  | 来客数の動き | ・イベント効果により突発的に来客数が増加した日もあったが、月あたりの平均来場者数はほぼ同じである。   |
|             |         | その他レジャー施設（職員）            | 来客数の動き | ・暖かい天候にも助けられ、会員数を減らさずに済んだ1か月だった。ガソリン代などの燃料費が上がってこないのが本当に助かっている。   |
|             |         | 美容室（経営者）                 | 来客数の動き | ・ここ2～3か月、来客数の前年割れが続いている。  |
| 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子  | ・住宅展示会の来場者数にあまり変化が見られない。 |        |   |
| やや悪くなっている   |         | 商店街（代表者）                 | 販売量の動き | ・例年に比べ、防寒衣料の出足が悪い。デザイン的に、新鮮味が少ないのかもしれない。  |
|             |         | 商店街（代表者）                 | 来客数の動き | ・10月末までのプレミアム付商品券の影響が、11月に入ってから売上が減っている。街中の人出も減っている。景気刺激策のほすが、平均するとやはり消費は上がらないようだ。                            |
|             |         | 一般小売店〔精肉〕（店長）            | 単価の動き  | ・客単価が下がっているように思われる。常連客が値段の高いものを購入せず、安いもの一つ購入するようになってきている。   |

| 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   |
|----|----------------------------|-------------------------------|--|--|
|    |                            | 百貨店（売場主任）                     | お客様の様子                                   | ・例年11月はコートが売上高をけん引するアイテムであるが、本年は月全体を通して気温が高めに推移しており、コートが全く売れない状況で日々推移している。また、今月は当地でマラソンが開催となり、当日は長時間にわたって市内中心部から郊外にかけて車両通行止めなどの交通規制が敷かれたため、集客に影響して来客数が大幅減となった。売上高も平日並み以下となり大きく低迷した。この2つの要因により、11月は前年割れで推移している。 |
|    |                            | 百貨店（営業担当）                     | 単価の動き                                    | ・お歳暮時期だが、単価が例年と比べて下がっており、件数も下がっている。これまでの年では、単価が下がっていても件数は変わらないとか、その逆はあったが、両方悪い年はあまりなかった。そういったことで悪くなっていると判断した。  |
|    |                            | 百貨店（営業担当）                     | お客様の様子                                   | ・プレミアム付商品券の使用が10月末までで、発売してから9～10月は予算をクリアし好調だったが、その反動で11月は大きく落ち込んでいる。観光客は増加し、行楽シーズンということもあり人は多いが、ファッション商材の動きは悪い。  |
|    |                            | コンビニ（店舗管理）                    | 来客数の動き                                   | ・来客数を前年並みで維持してきた店舗で、前年割れが発生しだした。さらには客単価も悪化している。これはプレミアム付商品券効果がなくなったことによるものであると思う。  |
|    |                            | 衣料品専門店（経営者）                   | お客様の様子                                   | ・当地では大型ショッピングセンターの開業が、ポディーブローのように効いてきている。売上の落ち込みは深刻である。  |
|    |                            | 衣料品専門店（経営者）                   | 販売量の動き                                   | ・当店の売上は、昨年より少し悪い程度である。しかし12月は良くなるだろうとか、1月は良くなるだろうと期待できる材料は、今のところ全くない。地道に毎日努力するほかに手が無い。商店街の人たちも、いろいろ考えて新しい試みをやって、それでトントンを維持しているのが精いっぱいである。  |
|    |                            | 乗用車販売店（従業員）                   | 販売量の動き                                   | ・人手不足も続いており、顧客の購買意欲も感じられない。  |
|    |                            | 乗用車販売店（経理担当）                  | 販売量の動き                                   | ・11月の販売量は前年同月比84%である。8月の販売量は前年同月比124%だったので、3か月前と比較して下向きである。  |
|    |                            | その他小売<br>[ショッピングセンター]         | 販売量の動き                                   | ・大型アウトレットモール進出以降、アウター衣料や子供衣料が悪いままである。住まいの品は消耗品や化粧品を中心に売上を保っている。食品総合では前年を少し下回るが、精肉、青果は相場高の影響で前年を上回っている。   |
|    |                            | テーマパーク（職員）                    | 来客数の動き                                   | ・北陸新幹線開業効果や、金沢を中心に当地全体が話題となったことで、国内旅行の集客も増加した。しかしここに来て団体、個人共やや落ち着きをみせるとともに、海外からの客も3か月前と比べると、前年同期比でやや数字が落ちてきている。全体としてやや悪い方向に向かっていると感じる。   |
|    |                            | 住宅販売会社（従業員）                   | お客様の様子                                   | ・先月の常設来場者数は前月比46%増、トータルでも39%増と高水準にあり、情報もそれなりに確保している。しかし、商談件数に結びつかず契約に跳ね返ってこない。   |
|    |                            | 住宅販売会社（従業員）                   | お客様の様子                                   | ・イベント来場者が少なくなっており、問い合わせの件数も増えていない。例年、11月初旬のイベントは人が動くが今年は少なかった。   |
|    |                            | 住宅販売会社（従業員）                   | 販売量の動き                                   | ・住宅を求める客は、以前に比べ低い価格帯の商品を選ぶことが多くなり、予算もだんだん厳しい条件となってきている。  |
|    | 悪くなっている                    | スナック（経営者）                     | 来客数の動き                                   | ・変わらず低空飛行といった具合で、前年同月と変わらない。最悪だった先月よりは2割戻ってきた感じだが、限界では限られた店だけが忙しいと聞く。やはり格差社会なのだろうか。  |
|    | 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北陸) | 良くなっている<br>やや良くなっている<br>変わらない | -<br>建設業（総務担当）<br>繊維工業（経営者）<br>繊維工業（経営者） | -<br>受注価格や販売価格の動き<br>受注量や販売量の動き<br>取引先の様子  |

| 分野           | 景気の現状判断   | 業種・職種           | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------------|-----------|-----------------|------------|---|
|              |           | 化学工業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き | ・受注状況は、横ばいで推移している。  |
|              |           | 一般機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・北米、欧州、国内市場とも微増している。  |
|              |           | 輸送業（配車担当）       | 取引先の様子     | ・サービス業は北陸新幹線効果が引き続き継続しているが、中国経済の影響で輸出の繊維機械や建設機械などの荷動きが上向いていない。  |
|              |           | 金融業（融資担当）       | 取引先の様子     | ・一時は設備投資需要に基づく融資案件に恵まれていたが、最近では案件が減少している。   |
|              |           | 不動産業（経営者）       | 受注量や販売量の動き | ・同業者に問い合わせたところでは、まあまあであるという人と、今はさっぱりであると答える人が、半々の状態であった。  |
|              |           | 司法書士            | 取引先の様子     | ・従業員または同業他社への事業承継がうまくいった案件が多かった。とはいえ事業承継は、旧経営者にとっては廃業である。   |
|              | やや悪くなっている | 食料品製造業（役員）      | 受注量や販売量の動き | ・為替の問題から輸入原材料の高騰が続き、その分を製品に転嫁する直接値上げによって製品価格が上昇し、販売量が減少しているといった現実がある。同業者は一律に規格変更走り、十分に原材料の高騰分を賄いきれず、収益力の低下が続く厳しい環境になっている。                   |
|              |           | 精密機械器具製造業（経営者）  | 取引先の様子     | ・いくつもの国内大手小売店の仕入担当からは、2～3か月前から仕入を抑えるよう指示が出ているとの話を聞く。  |
|              |           | 建設業（経営者）        | 競争相手の様子    | ・公共工事の発注量が昨年より大幅に減っており、4月以降の今年度発注公共工事の受注がゼロの業者もいて、県や市の建設業協会の存続を危惧する声が上がりに始めている。   |
|              |           | 金融業（融資担当）       | 受注量や販売量の動き | ・担当している企業では、一部の業種を除き売上鈍化の報告が多くなっている。  |
|              |           | 税理士（所長）         | 取引先の様子     | ・先の見通しが細くなっていると考えている経営者が多くなってきている。業種によって偏りがあるが、当地では医薬品関係以外の業種の設備投資の勢いは弱いという傾向が出ている。また、輸出関連の工作機械関係も全体のパイが縮小している感じがある。先行きが心配である。              |
|              |           | 悪くなっている         | -          | -   |
| 雇用関連<br>(北陸) | 良くなっている   | -               | -          | -   |
|              | やや良くなっている | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き     | ・求人数が、前年同月比16.9%増という状況である。特に製造業、運輸、卸売、小売、医療、福祉などで大きく伸びている。  |
|              | 変わらない     | 人材派遣会社（役員）      | 求職者数の動き    | ・依然として派遣登録者数が少なく、人材の確保やマッチングに苦労している。せつかくの需要を見逃している。まだまだこの状況が続くそうである。  |
|              |           | 人材派遣会社（社員）      | 周辺企業の様子    | ・人手不足にもかかわらず派遣先の時給単価が横ばいなので、マッチングが厳しい状況が続いている。  |
|              |           | 求人情報誌製作会社（編集者）  | 求人数の動き     | ・発行1回あたりの求人の数がほとんど変わっていない。  |
|              |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 雇用形態の様子    | ・今月の求人数は前年比で約7割と落ちてきているが、正社員とパート、アルバイトの構成比はあまり変わらず、過去2年が数字的に非常に高かったことから、アベノミクスと北陸新幹線開業に対する期待感による求人意欲が一通り落ち着きつつあると考える。急激に景気が変わった材料はないようにみえる。 |
|              |           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き     | ・新規求人数は依然として高い水準にある。  |
|              |           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き     | ・前年同月と比較すると求人数は増加しているが、3か月前と比較すると求人数の変動があまりない状況である。   |
|              |           | 民間職業紹介機関（経営者）   | 求人数の動き     | ・人材紹介登録や派遣登録の希望者が少ないので、受注に対応できない状態が続いている。県内の有効求人倍率が高いのは業種と地域的理由で、全体として仕事の数が増加しているとは感じられない。  |
|              |           | 学校〔大学〕（就職担当）    | 求人数の動き     | ・次年度に向けての合同企業説明会の問い合わせ件数が昨年度と比べて増加している。また、次年度の求人依頼にあわせて訪問して来る企業数も増えている。   |

| 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           |
|----|-----------|---------------|--------|--------------------------|
|    | やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（役員） | 求人数の動き | ・11月の求人広告売上は、前年同月比8割である。 |
|    | 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式会社）

（-：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<br>(近畿)  | 良くなっている   | 観光型旅館（経営者）             | 来客数の動き  | ・11月から方三のシーズンに入ったが、客の動きは良い。単価を上げたものの、特に悪い影響はない。  |
|                 | やや良くなっている | コンビニ（経営者）              | 販売量の動き  | ・新メニューが追加されたファストフードやコーヒー類の売上が好調で、それに連動してデザート類の売上も増加している。   |
|                 |           | コンビニ（店長）               | 来客数の動き  | ・道路の向かい側に弁当屋が開店したため、競合商品の販売は若干落ちたが、来客数の増加によって売上ダウンには至っていない。たばこの販売が伸びていることもプラス要因になっている。   |
|                 | 変わらない     | コンビニ（広告担当）             | お客様の様子  | ・多少は良くなってきていると感じられるが、3か月前が良くなかったため、まだ慎重にみていく必要がある。   |
|                 |           | 高級レストラン（企画）            | 来客数の動き  | ・インバウンド需要で宿泊客数が増えているほか、料飲、婚礼客数も増加傾向にある。  |
|                 |           | 都市型ホテル（スタッフ）           | 来客数の動き  | ・今月は年間でも高稼働の時期となるため、販売室数が増える余地は少ない。中国、韓国などからの訪日客の増加で、販売室数は前年比で105%となったのに対し、客室収入は126%と異常な数字が出ている。さらに、朝食の利用も大幅にアップしている。ただし、朝食以外はマイナスが続いており、宴会も前年比で微増にとどまっている。結局は円安で訪日客が増えているだけであり、国内景気が良いとはいえない。                           |
|                 |           | タクシー運転手                | お客様の様子  | ・京都市内は、観光客や修学旅行の関係で、少し上向き傾向となっている。   |
|                 |           | その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員） | 来客数の動き  | ・今月は十数年ぶりに外国の人気歌手によるコンサートがあり、チケット料金は1万8千円と高額であるにもかかわらず、8千人の観客が入った。終演後も余韻を楽しむためか、近くのホテルが人であふれたと聞いている。高齢層向けのコンサートは、当ホールでは定例として年2回開催しているが、いずれもチケットは即完売である。大阪の有力なイベントに回数を増やしてはどうかと話をもちかけたことがあるが、出演者の組み合わせが非常に難しく、なかなか実現できない。 |
|                 |           | 住宅販売会社（経営者）            | 販売量の動き  | ・当社は量販店ではないため、統計的なことは分からないが、上向いていると感じている。同業他社も、買取り業者を中心に販売量は増えているようである。  |
|                 |           | 住宅販売会社（総務担当）           | 販売量の動き  | ・不動産の販売が好調で、確実に動きが増えている。   |
|                 |           | その他住宅〔展示場〕（従業員）        | お客様の様子  | ・住宅展示場の来場者数は、1年以内の建築計画者が増加傾向にある。   |
|                 | 変わらない     | 商店街（代表者）               | 単価の動き   | ・客が購入に慎重となっており、単価が上がらない。   |
|                 |           | 商店街（代表者）               | お客様の様子  | ・節約ムードが強く、購買意欲が低下している。   |
|                 |           | 一般小売店〔事務用品〕（経営者）       | 販売量の動き  | ・年末が近づいているにもかかわらず、盛り上がりには欠ける。商店街にも活気がない。   |
|                 |           | 一般小売店〔衣服〕（経営者）         | 競争相手の様子   | ・商店街やショッピングモールなどの実績をみても分かるように、売上は前年比で3～5%ダウンの状態が続いている。暖冬予想もあり冬物衣料の12月商戦は苦戦しそうである。  |
| 一般小売店〔珈琲〕（経営者）  |           | それ以外                   | ・飲食店のパートやアルバイトを募集したいが、時給の高騰が顕著であり、求人に困っている。             |  |
| 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） |           | それ以外                   | ・ここ数か月の売上はほぼ横ばいである。                                     |  |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者）  |           | 販売量の動き                 | ・冬場に入ったこの時期は、夏に比べて販売量が増えている。ただし、例年に比べると、伸びているとは決していえない。 |  |

| 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   |
|----|---------|------------------|---------|--|
|    |         | 一般小売店<br>〔酒〕(社員) | 単価の動き   | ・売上や来客数は前年比で横ばいかやや減少している。消費者の購買意欲はあまり感じられない。   |
|    |         | 百貨店(売場主任)        | 販売量の動き  | ・気温が下がらず、冬物衣料が苦戦しているほか、外国人旅行者の購買も免税対象商品の拡大から1年が経過し、伸び悩んでいる。前年に比べると売上はマイナス3%となっている。   |
|    |         | 百貨店(売場主任)        | 販売量の動き  | ・気温の低下の遅れによる影響が大きく、インバウンドなどの増加でも吸収できていない。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)        | 販売量の動き  | ・昨年は近隣に大型商業施設ができた影響で悪かったため、今年は期待していたが、気温が高めとなり、ファッションを中心に厳しかった。売上は前年比でマイナス2%となっており、なかなか前年を上回ることができない。食料品についても同じレベルであり、ギフトもマイナス5%とかなり厳しい。                                   |
|    |         | 百貨店(売場主任)        | お客様の様子  | ・今月は売上目標を下回りそうである。天候、気温要因の影響もあり、コートやニットなどの防寒アイテムが苦戦している。季節商品に代表されるように、実需商品への支出は以前ほど多くない。その反面、趣味やし好に関する商品や、こだわりのある商品に対しては、価格が少々高くとも購入する傾向が強くなってきている。                        |
|    |         | 百貨店(企画担当)        | 単価の動き   | ・今年の冬は例年に比べて気温が高いため、重衣料の動きが非常に鈍く、特にコートの売上が厳しい。逆に、低単価のセーター関係は好調である。   |
|    |         | 百貨店(営業担当)        | お客様の様子  | ・海外の高級ブランド品にも売上の優劣が出てきている。また、マイナンバー制度を意識して、今のうちに高額品を買おうとする顧客が出てきている。   |
|    |         | 百貨店(外商担当)        | 販売量の動き  | ・百貨店の主要顧客層による、婦人服や雑貨などの売上は低調である。これまで売上をけん引してきたインバウンドの消費については、前年比での伸び率は鈍化しつつあるものの、依然として前年を上回っている。   |
|    |         | 百貨店(マネージャー)      | お客様の様子  | ・自社を取り巻く11月の状況は 気温も高いためか冬物商材が苦戦している。特に、ボリューム層が中心の雑貨、衣料品が苦戦し、現金売上は前年比で約5.0%減となっている。一方、富裕層中心の外商売上は2けた増であるほか、インバウンドも一時的勢いはないものの、堅調に推移している。全体的には販売単価が上昇し、販売点数が減少するという構図に変化はない。 |
|    |         | 百貨店(商品担当)        | 販売量の動き  | ・外商顧客を対象とした高額品の売上や催事の売上は堅調であるが、今月は気温が高かったほか、週末の天候が安定しなかったため、入店客数は伸び悩んだ。季節商品も振るわなかったため、店頭売上は苦戦している。   |
|    |         | スーパー(経営者)        | 単価の動き   | ・11月は祝日や3連休があった影響で、客単価がかなり低い。  |
|    |         | スーパー(店長)         | お客様の様子  | ・好調であった10月から一転し、11月は気温が高く、冬の到来が2週間ほど遅れている。防寒衣料や寝具関連の落ち込みが顕著であるほか、農産物の単価下落により、食品の売上も苦戦している。ボーナス増の期待も低いほか、特に購入するべき人気商品も見当たらないため、寒波でも来ない限り、12月も厳しい推移が予想される。                   |
|    |         | スーパー(広報担当)       | お客様の様子  | ・先月までは堅調に推移していたが、今月の異常な暖かさで季節商材の動きが極端に鈍くなり、全分野で苦戦が続いている。   |
|    |         | スーパー(管理担当)       | 販売量の動き  | ・生活用品は、ある程度堅調に推移しているが、相変わらず好品の動きが低調である。  |
|    |         | スーパー(社員)         | 競争相手の様子 | ・昨年度の後半から、商品の値上がりによる客単価の上昇もあり、堅調な売上を確保してきたが、今秋に商圏内で競合店が相次いで出店し、その影響を受けている店舗が少なくない。   |
|    |         | コンビニ(店員)         | 販売量の動き  | ・たばこの売上が前年比で5%ほど落ちているが、弁当の売行きが好調であったため、全体的に大きな変化はない。   |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)      | お客様の様子  | ・物の動きは少し良いように感じるが、一過性の動きとも見受けられる。  |
|    |         | 衣料品専門店(販売担当)     | お客様の様子  | ・買い控えのせい、客の来店頻度が減少している。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                     | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|---------------------------|--------|--|
|    |         | 家電量販店（経営者）                | お客様の様子 | ・客の財布のひもが固く、家電の買換えサイクルが延びる傾向にある。また、暖冬の影響を受け、冬物家電への関心も薄い。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）               | お客様の様子 | ・例年11～12月は来客数が増えるが、今年は客の動きが悪い。   |
|    |         | 住関連専門店（店長）                | お客様の様子 | ・今買わなければ損というような、駆け込み需要やプーム的な売れ方はなく、比較的安定した動きがみられる。   |
|    |         | その他専門店 [宝石]（経営者）          | お客様の様子 | ・株価が上がったり下がったりしているが、今のところ客の消費動向に変化はない。ただし、今後は年末年始にかけての株価の動向に注意が必要である。  |
|    |         | その他専門店 [食品]（経営者）          | 販売量の動き | ・新規取引によって売上は増えているが、既存店の売上はどちらかといえば下降気味で、景気の回復は感じられない。  |
|    |         | その他専門店 [医薬品]（経営者）         | 来客数の動き | ・販促活動の強化や、季節の変わり目で少し寒い日もあったため、体調不良や衣替えで来客数が増え、売上の増加につながっている。   |
|    |         | その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）     | 販売量の動き | ・景気が上向いているとは感じられない。暖冬傾向で秋冬商材の動きが悪く、同業他社では早期に値下げを始める傾向がある。  |
|    |         | その他専門店 [宝飾品]（販売担当）        | お客様の様子 | ・家電や生活雑貨、食料品と違って、プレミアム付商品券の利用はみられない。   |
|    |         | その他小売 [インターネット通販]（オペレーター） | 販売量の動き | ・新カタログへの反応も落ち着き、受電数には変化がない。  |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）             | 来客数の動き | ・今月の動きよりも、12月の予約や問い合わせが多い印象である。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）              | 来客数の動き | ・近隣のスーパーが閉店し、商店街の人通りも少なくなったが、最近になって飲食店が2店舗オープンしたため、若干戻ったように感じる。低価格の商品を売り出すと人気が集まるなど、やはり消費者の財布のひもは固い。                     |
|    |         | 一般レストラン（経理担当）             | 来客数の動き | ・法人関係の宴席の状況を見ると、大きな変化はない。ただし、インバウンドによる利用は堅調である。  |
|    |         | 一般レストラン（企画）               | 来客数の動き | ・来客数の前年比がなかなか向上かず、一進一退の状況である。関東に比べると、来客数の優位性が少し低下してきている。一方、グループ会社のホテル事業は、関東、関西共にインバウンドの利用増で客室稼働率が大きく上昇するなど、かなり好調に推移している。 |
|    |         | その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）      | 来客数の動き | ・11月上旬からの天候不順で、月間を通じて前年を下回る推移となった。原材料の高騰による販売価格の上昇で単価は維持できたものの、来客数は前年を下回り、結果的に売上は前年割れとなった。消費者の購買意欲は高まっていないと感じる。          |
|    |         | その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）   | お客様の様子 | ・顧客の入れ替わりもあり、全体が増えているとは感じない。   |
|    |         | 観光型ホテル（経営者）               | 来客数の動き | ・引き続き好調となっている。11月は年間で最も忙しい月であるが、今年はサービス要員の人手不足もあり、かなり予約を制限する必要がある。   |
|    |         | 観光型旅館（経営者）                | 来客数の動き | ・様々なイベントが終了し、予約の入込は減速すると予想していたが、さほど変化はなく好調である。   |
|    |         | 観光型旅館（経営者）                | 単価の動き  | ・夏場の来客数は、合宿やアウトドア関連の利用客が大半を占めるため、入込状況の比較は難しいが、客単価にはほとんど変化がない。  |
|    |         | 観光型旅館（団体役員）               | 来客数の動き | ・この数か月は来客数が前年を上回っている。特に、直近は140%前後の集客があった。  |
|    |         | 都市型ホテル（支配人）               | 販売量の動き | ・インバウンドによる売上で好調が続き、数か月は大きな変化がないものの、宴会予約は昨年並みであるため、景気が上向きになっていないといえない。  |
|    |         | 都市型ホテル（管理担当）              | 来客数の動き | ・海外からの宿泊客は好調であるが、ここへきて団体客のキャンセルが目立ち始めている。レストランも一時期の勢いはなくなり、やや低調に推移している。  |



| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                        | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|-----------|------------------------------|---------|---|
|    |           | 都市型ホテル<br>(総務担当)             | 単価の動き   | ・インバウンドが引き続き高水準を保っている結果、国内の宿泊客も客室単価が高水準となっている。稼働率は上限にきており、これ以上の販売室数の増加は望めない。  |
|    |           | 都市型ホテル<br>(客室担当)             | 来客数の動き  | ・客室単価はやや上昇しているが、稼働率が頭打ち状態である。客の購買意欲も若干鈍くなっているようで、インターネットに部屋を出しても売れるまでに時間がかかるようになっている。   |
|    |           | タクシー運転手                      | 来客数の動き  | ・駅やホテルなどでの客待ちの状況を見ても、乗客数に大きな変化はない。  |
|    |           | タクシー運転手                      | 競争相手の様子 | ・大阪は企業が動いていないと感じる。動いているのは中国などの旅行関係だけである。  |
|    |           | タクシー運転手                      | お客様の様子  | ・流し営業での売上は、比較的順調に推移している。  |
|    |           | 通信会社(経営者)                    | お客様の様子  | ・客の購入状況などに大きな変化はない。   |
|    |           | テーマパーク<br>(職員)               | 販売量の動き  | ・来場者数は前年に届いていないが、販売量は前年並みで推移している。   |
|    |           | ゴルフ場(支配人)                    | 競争相手の様子 | ・来場者数が伸び悩み、単価も下落している。   |
|    |           | その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当) | 来客数の動き  | ・相変わらずインバウンドは好調であるが、その割には全体の伸びが鈍い。  |
|    |           | 美容室(店員)                      | 販売量の動き  | ・カットのオーダーが増えてきており、客単価が若干落ちている。  |
|    |           | その他サービス[学習塾](スタッフ)           | 来客数の動き  | ・先月までは新規の入会がみられなかった。  |
|    |           | 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  | ・ゲーム売上はタイトルに恵まれたこともあり、前年比、前月比共に大きく伸びている。12月に向けて、全アイテムの売上が前年を上回るように、販売促進中である。  |
|    |           | 住宅販売会社(経営者)                  | 販売量の動き  | ・予想以上に販売量の増加が感じられない。  |
|    |           | 住宅販売会社(経営者)                  | お客様の様子  | ・顧客数が減っている。   |
|    |           | その他住宅[情報誌](編集者)              | お客様の様子  | ・分譲マンションでは、くい工事のデータ偽装問題による不安感も多少は影響し、顧客のマインドが少し弱含んでいる。ただし、価格の上昇傾向は継続している。   |
|    | やや悪くなっている | 一般小売店[時計](経営者)               | お客様の様子  | ・11月に入って急に寒さを感じるようになり、客足もほとんど伸びていない。客の様子から今月感じたことは、年配客の大きな格差についてである。持参される腕時計や掛け時計は、何十年も使っていることが分かる物ばかりで、非常に切なくなった。また、今月はカレンダーを配っているが、買物をせずにカレンダーだけをもらいに来店する客も目立つなど、景気の悪さを感じている。   |
|    |           | 一般小売店[菓子](経営企画担当)            | 販売量の動き  | ・今年11月現在と今年8月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は11月が71.0%で、8月が85.8%、関東は11月が96.5%で、8月が100.2%、中部は11月が93.2%で、8月が99.7%、中国は11月が106.5%で、8月が88.8%となり、各地区合計の平均は11月が83.7%、8月が90.6%と非常に悪い。ハロウィーン商戦が終わり、クリスマス、ギフト商戦が始まったが、ハロウィーン商戦の反動が全国的に不調である。 |
|    |           | 一般小売店[精肉](管理担当)              | 販売量の動き  | ・日常の買物の量が減っている。大幅な減少ではないが、昨年と比較して少しずつ減っており、特に高額商品の減少が目立つ。   |
|    |           | 一般小売店[衣服](経営者)               | 来客数の動き  | ・来客数が減少し、売上は前年よりもやや悪い。客の購買意欲が低下してきている。  |
|    |           | 一般小売店[花](店長)                 | 販売量の動き  | ・商品が売れず、花の相場も安くなっている。   |
|    |           | 百貨店(営業担当)                    | 販売量の動き  | ・気温の関係で、防寒用品や冬によく売れる食料品の動きが悪い。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種         | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|---------------|--------|--|
|    |         | 百貨店（販促担当）     | 来客数の動き | ・今月は気温が非常に高く、衣料品はもちろん、雑貨関連も苦戦している。高額品には堅調な動きもあるが、来客数に影響が出ているため、食品の動きも苦戦する結果となっている。   |
|    |         | 百貨店（サービス担当）   | お客様の様子 | ・今月は、暖冬の影響で冬物衣料を中心に不振となり、先月までと違って目標達成が難しい状況である。ただし、特選洋品や宝飾品、時計などの高額商品については、依然として好調に推移しており、入店客数やレジ客数、売上などは、ほぼ前年の実績を確保できそうである。   |
|    |         | 百貨店（売場マネージャー） | 来客数の動き | ・雨が前年よりも多かったほか、気温が思ったほど低下しなかったため、ファッション関連の消費が不振を極めている。また、インバウンドについても、10月の国慶節以降は昨年までの勢いが低下している。大型商業施設の開業といった外部環境の変化も、神戸地区にとってはマイナスの部分がある。   |
|    |         | 百貨店（売場マネージャー） | 販売量の動き | ・1961年の統計開始以来、11月中旬としては2番目に気温が高かったため、コートなどの冬物衣料が全く動かず、婦人服全体で前年比9%の売上減となっている。全館売上でも7%減少している。  |
|    |         | 百貨店（マネージャー）   | 販売量の動き | ・11月は下旬まで気温が高かったため、冬物コートやブルゾンなどの重衣料の動きが悪く、全体の足を引っ張った。これまでけん引してきたインバウンド消費についても、時計などの高額品の増加率が大幅にダウンしており、中国経済の冷え込みによる悪影響が出始めると推測される。  |
|    |         | 百貨店（マネージャー）   | 販売量の動き | ・気温の高止まりもあり、コートなどの防寒衣料が不振であるほか、婦人服、紳士服の中間層向けの消費が大きく苦戦している。一方、相変わらずインバウンド消費は盛況で、化粧品や特選衣料品は前年比で2けた増を続けており、百貨店の売上がインバウンド消費に支えられている傾向がより一層強まっている。当店で食料品フロアの大型改装を実施し、入店客が前年比で3～4%ほど伸びているため、このフロアは前年売上を上回っているが、店全体の売上を押し上げるまでには至っていない。消費者の節約志向、商品選別の動きがより強まり、ついで買いや先買いといった購買行動があまりみられない。 |
|    |         | スーパー（経営者）     | 来客数の動き | ・11月は降雨日数が昨年に比べて格段に多く、気温も高かった。結果として来客数は減少し、本来はこの時期に売れる、鍋物商材の主役の魚や肉といった高額商材が伸び悩んでいる。また、9月以降の好天による野菜の相場低下も重なり、単価のダウンも起きている。これらのダブルパンチで、9～10月に比べて厳しい月となっている。  |
|    |         | スーパー（店長）      | それ以外   | ・来客数の減少は、直近に競合店のオープンや改装が重なったため仕方がないが、1人当たりの買上点数も落ち込んでいる。特に、好調であった食品の買上点数の減少が大きい。高額品の買い控えが顕著であり、単価が上がっている牛肉の購入が激減する一方、需要が代替されるはずの鶏や豚へのシフトはみられない。  |
|    |         | スーパー（店長）      | 販売量の動き | ・今月は、暖冬で衣料品や家電、インテリアの暖房関連が不振である。さらに、原材料の高騰による食料品の値上げに消費者がシビアに反応し、来客数や販売点数の減少につながっている。  |
|    |         | スーパー（店長）      | 販売量の動き | ・食品を中心とした生活必需品は何とか前年水準を維持しているが、衣料品や住居関連は季節品を中心に全くの不振であり、むしろ悪化している。   |
|    |         | スーパー（店長）      | 単価の動き  | ・客単価が下がってきており、これまでと逆の傾向になっている。ポジョレーヌーヴォーの販売も昨年を下回ったほか、年賀状の印刷も苦戦している。   |
|    |         | スーパー（企画担当）    | 来客数の動き | ・来客数が前年比で98%台に落ち込んできている。特に、日曜日は5%減となっている。  |
|    |         | スーパー（経理担当）    | 販売量の動き | ・売上の推移が、今までに比べて少し下向きとなっているが、天候、気温が主な要因と考えられる。さらに、所得環境があまり好転しておらず、節約意識が高まっていることも多少は影響している。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）   | 来客数の動き | ・来客数は確実に減っている。周辺の病院などには定期的に訪れているものの、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  |
|----------------|------------------------------|-----------------------------|------------|---|
|                |                              | 家電量販店（企画担当）                 | 来客数の動き     | ・現政権による景気対策には、長期的に効果が出ているものが見当たらない。現段階では気温も高めであるため、年末商戦にも期待が持てない。   |
|                |                              | 乗用車販売店（経営者）                 | 販売量の動き     | ・自動車販売は、4月に軽自動車税が増税となつてから、特に売行きが鈍化している。   |
|                |                              | 乗用車販売店（営業企画）                | 来客数の動き     | ・来客数の確保が年々難しくなっている。   |
|                |                              | 自動車備品販売店（営業担当）              | お客様の様子     | ・新商品の登場などで売上に変化はないが、このような要因を除けば、売上は3か月前や前年に比べて減ってきている。  |
|                |                              | 一般レストラン（経営者）                | 来客数の動き     | ・土日はそれほどでもないが、平日の来客数が大幅に減少している。   |
|                |                              | 一般レストラン（経営者）                | 来客数の動き     | ・2～3か月前に比べ、大口の宴会やパーティーの需要はあるものの、個人利用者や少人数での宴会がかなり減少している。送別会や懇親会といった集まるきっかけが少なかったほか、季節の変わり目で体調不良となる人が多く、外食の需要が減ったと考えられる。また、例年にないほど秋のウェディング需要が大きく減少した部分もある。 |
|                |                              | 旅行代理店（経営者）                  | 販売量の動き     | ・国内旅行は昨年をやや上回ったが、海外旅行は価格の高い欧州方面がテロや難民問題などの影響で、前年比80%程度となった。全体的にはやや苦戦の流れであったが、11月13日のパリのテロ事件で、更に海外商品の動きが止まっている。  |
|                |                              | 旅行代理店（広報担当）                 | お客様の様子     | ・パリでのテロを受け、欧州全体及び米国方面への旅行に対する拒否反応が感じられる。今は行かずに、時期を変えるか、方面を変えるという動きがみられる。  |
|                |                              | 通信会社（社員）                    | 単価の動き      | ・来客数、販売量共に、前年と大きく差があるわけではないが、通信会社の施策に左右される部分が多い。代理店の持ち出しで値引きをしなければ、なかなか販売数が増えない。  |
|                |                              | 美容室（店長）                     | 販売量の動き     | ・客の動きが予想以上に悪く、売上がかなり落ちている。  |
|                |                              | 美容室（店員）                     | 来客数の動き     | ・気温が高いせいか、客の来店時期がずれ込んで、遅くなっているような気がする。  |
|                |                              | その他サービス<br>[保険代理店]<br>（経営者） | お客様の様子     | ・大企業は利益が出ているが、中小企業は昨年ほどではなく、不安が感じられる。何とか黒字ではあるが、来年はどうなるか分からず、先行き不透明感が強まっている。  |
|                |                              | 住宅販売会社<br>（従業員）             | お客様の様子     | ・近畿圏の新築マンション市況は、大阪市や京都市、神戸市中心部のタワーマンションを中心に好調であるが、中心部以外は集客数が落ち込んでいる。  |
|                |                              | 悪くなっている                     |            | 百貨店（企画担当）   |
| 百貨店（営業企画）      | 販売量の動き                       |                             |            | ・衣料品や雑貨全般が不調である。昨年に比べて、11月中旬以降も気温の高い日が続き、防寒衣料品や身の回り品が特に苦戦している。今不要な物は買わないといった、顧客の姿勢も見受けられる。  |
| コンビニ（経営者）      | 競争相手の様子                      |                             |            | ・会社が少なくなり、事務所がマンションに建て替えられたため、昼間人口が減少している。さらに、近隣に競合店ができたことで、売上の減少につながっている。  |
| 衣料品専門店（経営者）    | 単価の動き                        |                             |            | ・現在仕入れている洋服は中国製や韓国製が大半であり、為替の影響で昨年よりも価格が3～5割上がっている。大手メーカーが値下げを行うバーゲン時期になると、更に商品が高く感じられ、売れない状況に拍車がかかる。   |
| 競輪場（職員）        | 単価の動き                        |                             |            | ・3か月前の客単価は10,030円で、今月は9,336円と低下している。  |
| 企業動向関連<br>(近畿) | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | 食料品製造業<br>（従業員）             | 受注量や販売量の動き | ・家庭用商品はプライベートブランドを含む低価格品を中心に動いているほか、業務用の製品が伸びている。働きに出る主婦が増えて、家庭での調理が少なくなり、出来合いの総菜が動いているためと思われる。   |
|                |                              | 繊維工業（団体職員）                  | 受注量や販売量の動き | ・上半期は前年比がマイナス傾向であったが、下半期は微増であるもののプラスとなっている。年末需要も、主力である定番品に動きがみられる。  |

| 分野    | 景気の現状判断     | 業種・職種              | 判断の理由                      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-------|-------------|--------------------|----------------------------|---|
| 変わらない |             | 化学工業（管理担当）         | 受注量や販売量の動き                 | ・販売数量が、前年比で約35%増加している。  |
|       |             | 電気機械器具製造業（経営者）     | 取引先の様子                     | ・3か月前に比べると少し業績は良くなっているが、最近では踊り場に入ったように変化がない。ただし、商談は増えており、内容も良くなっている。電機製品の大手メーカーは必死に新製品を投入し、劣勢をばん回しようとしている。来年度のスマートフォンの新製品をはじめ、自動車のエンジンコントロール、LEDヘッドライトの接続器の製造工程などに、当社の技術が採用されそうである。 |
|       |             | 建設業（経営者）           | 受注量や販売量の動き                 | ・11月に入って少し受注が増えるなど、やや上向いてきている。  |
|       |             | 広告代理店（営業担当）        | 受注量や販売量の動き                 | ・年末年始に向けて、広告の受注は増加してきている。   |
|       |             | 広告代理店（営業担当）        | 受注量や販売量の動き                 | ・テレビスポットCMの動きが活発になるなど、広告業界は上向いてきている。  |
|       |             | 食料品製造業（経理担当）       | 受注量や販売量の動き                 | ・輸出関連の注文が増えている一方、国内の受注は良くないが、輸出関連の増加により前期比で8.6%の売上増となった。  |
|       |             | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き                 | ・わずかながら改善しているように感じるが、特に良いわけではない。  |
|       |             | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）  | 受注量や販売量の動き                 | ・今年の年末需要は予想を下回りそうである。案件ごとの受注額も、昨年よりも少し下がってきている。   |
|       |             | 化学工業（経営者）          | 受注量や販売量の動き                 | ・施設の安全工事といった公共工事の予算執行には、今年の水害などで遅れや縮小の動きが出ており、売上の足を引っ張っている。   |
|       |             | プラスチック製品製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き                 | ・一時の景気の勢いが減速傾向にある。見た目の数量は変わらないが、保守に関する商品の動きが目立つ。必要な物には支払うが、いつでもよい物に対しては、先送り傾向が顕著に出てきている。  |
|       |             | 金属製品製造業（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き               | ・中国経済の減速で、中国から破格の輸入品が入ってきており、市場価格が下がるなど混乱している。ただし、日本にしか作れない海外向けの商品については、やや活発な動きがある。   |
|       |             | 金属製品製造業（管理担当）      | 受注量や販売量の動き                 | ・目立った物件情報がなく、活気がない。くい打ちの偽装問題で、マンション建設に影響が出ていると感じる。  |
|       |             | 一般機械器具製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き                 | ・数か月前から大型受注が続いており、景況感が良くなっている。  |
|       |             | 一般機械器具製造業（設計担当）    | 取引先の様子                     | ・受注量は増えそうであるが、受注額が抑えられる傾向がある。   |
|       |             | 電気機械器具製造業（経営者）     | 取引先の様子                     | ・新技術の研究開発が増えており、景気への影響についても非常に良い方向にある。新エネルギーに関する設備投資も前向きである。  |
|       |             | 電気機械器具製造業（宣伝担当）    | 受注量や販売量の動き                 | ・年末商戦の時期に入り、ある程度の荷動きはあるが、一時的な好調であるため、景気が上向いているとは言い難い。   |
|       |             | 輸送用機械器具製造業（経理担当）   | 受注量や販売量の動き                 | ・円安の影響で生産の国内回帰が予想されるが、まだ具体的な動きはない。  |
|       |             | 建設業（経営者）           | 受注価格や販売価格の動き               | ・景気の良い企業からは、今期中に処理するために3月末完了工事の発注が多い。現場監理技術員や技能労務者不足のなかで、厳しい価格競争が増えてきている。   |
|       |             | 建設業（経営者）           | 受注価格や販売価格の動き               | ・住宅や店舗の建築関係のイベントを開催したが、来場者は少ない。   |
|       |             | 輸送業（営業所長）          | 受注価格や販売価格の動き               | ・少しずつであるが、広めの事務所に移転する案件が増えている。  |
|       |             | 金融業（営業担当）          | 受注量や販売量の動き                 | ・受注はあるが、以前のような長期の案件は少なく、受注単価もなかなか厳しい。   |
|       |             | 金融業〔投資運用業〕（代表）     | それ以外                       | ・株価は予想どおり、年末に向けて2万円台を回復するほか、中国の株安も一服している。ただし、中東の地政学的リスクが気になる。   |
|       |             | 新聞販売店〔広告〕（店主）      | 受注量や販売量の動き                 | ・購読数は減少しているが、折込収入がやや上向いている。   |
|       | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き         | ・売上をみると、前年を何とか上回っている程度である。 |   |

| 分野              | 景気の現状判断            | 業種・職種                  | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------------|--------------------|------------------------|--|---|
|                 |                    | 経営コンサルタント              | それ以外   | ・主に大阪市内の商店街や飲食店をみていると、良くなったのはごく一部であり、それ以外は悪い。   |
|                 |                    | コピーサービス業（店長）           | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は若干の増加傾向であるが、良くなったと実感するほどではない。  |
|                 |                    | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）    | 受注量や販売量の動き   | ・天候に比較的恵まれたこともあり、週末は家族連れなどでターミナル駅を中心ににぎわった。地方からの客が多かったせいか、土産物店が盛況であった。一方、暖冬の影響もあり、衣料品店は苦戦を強いられた様子である。   |
|                 |                    | その他非製造業〔商社〕（営業担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・従来であれば、イルミネーションが増える時期で忙しくなるはずが、今年はあまり動きがない。  |
|                 | やや悪くなっている          | 食料品製造業（営業担当）           | 取引先の様子   | ・得意先の飲料水の販売額が減っているなど、年末年始までは売上が伸びない。  |
|                 |                    | 繊維工業（総務担当）             | 取引先の様子   | ・得意先の受注が伸びず、在庫が減っていないように感じる。その結果、当社への注文も減少している。   |
|                 |                    | 輸送業（営業担当）              | 取引先の様子   | ・近隣に競合店ができたため、配達件数が減っている。   |
|                 |                    | 不動産業（営業担当）             | 取引先の様子   | ・神戸から企業の撤退が続いている。それにより、事務所の賃料低下や空室率の上昇につながっている。住宅の空室率も上がるなど、不動産に関する景気は悪い。   |
|                 |                    | その他サービス〔自動車修理〕（経営者）    | 取引先の様子   | ・在庫台数が極端に減っている。   |
|                 |                    | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）    | 取引先の様子   | ・販売店の顧客には零細企業が多く、インターネットで安く買うため、販売店の価格もそれに合わせている。利益が出ず、厳しい状態である。  |
| 悪くなっている         | 金属製品製造業（営業担当）      | 受注価格や販売価格の動き           | ・原材料の鋼材価格が下がらないなか、取引先からは値下げ要求がきており、採算が悪化している。鋼材メーカーは、大手ユーザーに対してだけ価格を下げている。 |   |
|                 | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き             | ・景気の回復が実感できない。   |   |
| 雇用関連<br>(近畿)    | 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）           | それ以外   | ・中国経済の低迷により、世界的な株価の下落が続いていたが、ここへきて市場の落ち着きがみられる。   |
|                 |                    | 学校〔大学〕（就職担当）           | 求人数の動き   | ・求人が出ている企業のなかに、今年度中に採用したいという企業が増えてきている。また、9月以降の追加募集に対しても、内定辞退が出ている。   |
|                 |                    | 学校〔大学〕（就職担当）           | 求人数の動き   | ・例年11月は、次年度の求人では来校する企業が増えるが、今年は来春の卒業予定者への求人が多く、求人企業数も現時点で過去最高を更新している。   |
|                 | 変わらない              | 人材派遣会社（経営者）            | 雇用形態の様子  | ・派遣は3か月や6か月の契約が多いが、労働者派遣法の改正により、12月や来年3月に終了する契約に対し、良い人材を直接雇用しに切り替える動きが始まっている。数人を直接雇用するケースも増えており、派遣会社にとって大きな脅威になりつつある。   |
|                 |                    | 人材派遣会社（支店長）            | 求人数の動き   | ・関西の派遣市場の状況はあまり芳しくない。   |
|                 |                    | 人材派遣会社（役員）             | 求職者数の動き  | ・人手不足や労働者派遣法の改正による影響と思われるが、若年層による派遣求人への応募が極端に少なくなった。正社員志向が強まったと推測される。一方、40～50歳の層が今後の働き方を考えて流動化してきている。景気に与える影響は読めないが、正社員と派遣社員がニーズによって選択できる環境になりつつある。従来のような派遣しか選べない時代に比べると、企業の雇用環境は改善されている。 |
|                 |                    | アウトソーシング企業（社員）         | 雇用形態の様子  | ・最低賃金は改正になって上がっているのに、給料は上がらない。  |
| 新聞社〔求人広告〕（管理担当） |                    | 求人数の動き                 | ・新聞求人の動きは今月も安定している。この先は、年末に向けて需要が高まるという季節的な要因もあり、引き続き安定的に推移する。             |   |
| 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | それ以外               | ・新聞広告の推移をみても、あまり変わらない。 |  |   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種            | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|------------------|--------|--|
|    |           | 職業安定所（職員）        | 求人数の動き | ・介護事業のほか、飲食や小売のチェーン店を中心に、新規求人数は前年比で17%増加し、有効求人倍率も上昇した。内訳は、パートタイム求人が前年比で75%増加した一方、フルタイム求人は22%減少した。新規求人に占める正社員求人の割合は45%と、依然としてパートタイム求人の割合が多い状況である。 |
|    |           | 職業安定所（職員）        | 求人数の動き | ・新規求人数は前年比で0.7%増加した。チェーン展開している飲食店や、旅客運送業からの求人が増加している一方、小売や衣料品販売、製造業などでは減少している。   |
|    |           | 職業安定所（職員）        | 求人数の動き | ・小売業などでは、年末商戦に関する新規求人数が増えている。  |
|    |           | 民間職業紹介機関（営業担当）   | 求人数の動き | ・新卒に関しては、中小企業を中心に採用がうまくいっていない。   |
|    |           | 学校〔大学〕（就職担当）     | それ以外   | ・繁華街や観光地ではすごい人混みであるが、外国人の観光客の元気さに比べて、国内客の元気のなさが気になる。あまり知られていない穴場でも、インパウンドの個人客がみられるので驚かされる。   |
|    | やや悪くなっている | アウトソーシング企業（管理担当） | それ以外   | ・例年はこの時期に増える仕事が入ってこないなど、非常に厳しい状況である。   |
|    |           | 民間職業紹介機関（職員）     | 求人数の動き | ・日雇い労働者を雇用している事業所に対し、大規模な聞き取り調査を行ったが、この時期には例年になく仕事量が少ないという声が多い。  |
|    | 悪くなっている   | -                | -      | -  |

### 8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人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<br>関連<br><br>(中国) | 良くなっている   | 住関連専門店（営業担当） | 来客数の動き | ・土曜日の来客数が平日と変わらず低迷しているが、日曜日はますますである。  |
|                        |           | ゴルフ場（営業担当）   | 単価の動き  | ・最近になく来場者数が増加し単価も上昇している。周辺の施設でも来場者数が増えている模様である。   |
|                        |           | 競艇場（職員）      | 販売量の動き | ・11月初旬にG1競争を開催し、売上が十分に確保できている。  |
|                        | やや良くなっている | スーパー（販売担当）   | 販売量の動き | ・気温の低下に伴い、衣料品や季節商材といった部門の売上が順調に推移しており、トータルコーディネートでそろえる客が多い傾向にある。また微増ながらも来客数も増えており、販売点数の増加に結び付いている。  |
|                        |           | スーパー（販売担当）   | 販売量の動き | ・ここ2～3か月は来客数と売上が前年を上回っている。  |
|                        |           | コンビニ（エリア担当）  | 販売量の動き | ・来客数の動きに変動はあまりないが、買上点数がやや増加し、客単価も上向いている。  |
|                        |           | コンビニ（支店長）    | 来客数の動き | ・来客数が増加している。  |
|                        |           | 家電量販店（販売担当）  | 単価の動き  | ・高単価商品の動きが出てきている。   |
|                        |           | 乗用車販売店（店長）   | 来客数の動き | ・サービス利用客が前年並みに回復し、特に土日の利用客が増加している。話題性のある新型車が発表予定で、客の動きが良くなっている。   |
|                        |           | 乗用車販売店（総務担当） | 来客数の動き | ・メディアへの広告宣伝を増やした効果が出ている。  |
|                        |           | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・プレミアム付商品券の使用期間となったことで人の動きが出ており、客にゆとりが出てきている。   |
|                        |           | 観光型ホテル（営業担当） | 来客数の動き | ・観光客が増加し、売上也好調である。  |
|                        |           | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・利用客数は先月並みで、単価もほとんど変わらない。   |
|                        |           | 都市型ホテル（企画担当） | 来客数の動き | ・昨年の大型ショッピングモール開店による特需の反動を懸念していたが、ホテル全体の利用客数の落ち込みはなく、影響が出ると思われたレストラン利用客などは逆に増加傾向にある。インパウンド客も含め、行楽客の需要も好調である。ガソリン価格が下落しており、車で訪れる客が増えている様子が見える。 |

| 分野             | 景気の現状判断 | 業種・職種   | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------|---|---------|--|
| 変わらない          |         | 都市型ホテル（総支配人）  | 単価の動き   | ・当地域は例年11月が「神在月」で出雲大社絡みの観光客と各種の大会や学会が集中する月ではあるが、今年は先行予約の増加もあり、実際に例年より高単価で販売できている。  |
|                |         | タクシー運転手   | 販売量の動き  | ・売上が会社の目標値の92.9%と良くないが、前年度と比べれば102.4%となっている。   |
|                |         | 通信会社（工事担当）  | お客様の様子  | ・客の様子が良くなってきている。   |
|                |         | 設計事務所（経営者）  | 競争相手の様子 | ・年末から年明けにかけて一部の業者で受注が伸びている。それらは完工数の多い業者なので、全体的には受注増となっている。   |
|                |         | 住宅販売会社（従業員）   | 販売量の動き  | ・年末に向けて土地販売と注文住宅の契約受注が好調である。   |
|                |         | 住宅販売会社（営業担当）  | お客様の様子  | ・20代後半から30代中盤の比較的若い層の客からの問い合わせが増えており、住宅購入意欲がやや向上している。  |
|                |         | 住宅販売会社（営業担当）  | 来客数の動き  | ・物件に関する問い合わせや来場が多くなり、その中でも購入意欲を持った客が増えてきている。   |
|                |         | 商店街（代表者）  | 来客数の動き  | ・相変わらず財布のひもが固く、必要以上の購入がない。余分を買い求めることがなくなっている。  |
|                |         | 商店街（代表者）  | 来客数の動き  | ・以前と比べて変化がない。  |
|                |         | 商店街（代表者）  | 来客数の動き  | ・11月は学校行事が毎週のようにあったことと、天候不順が客足を遠ざけている。   |
|                |         | 百貨店（経理担当）   | 販売量の動き  | ・レストランは好調で、歳暮はほぼ前年並みであるが、月の前半は気温が高く冬物衣料の売上が今ひとつであったことから、11月の売上は前年をやや下回っている。  |
|                |         | 百貨店（営業担当）   | 販売量の動き  | ・前年同月比で売上げが63%、来客数が71%と過去最悪を記録している。8月に退去した2店舗の影響が大きい。既存店舗の中では、前年同月を上回っている店舗の比率が前月の15%から25%となり、やや改善の兆しが見える。しかし低迷している店舗の方が圧倒的に多く、飲食も勢いがなくなりつつある。 |
|                |         | 百貨店（営業担当）   | 販売量の動き  | ・婦人服はインバウンド客の購入がなく、安ければ売れるものでもなく、必要なものしか動かず相変わらず厳しい。施策を講じても前年並みの売上高を達成することが厳しい状況である。一方、特選衣料は高額品が動き前年を越え、化粧品もインバウンド客の影響で客単価が大きく前年を越えている。        |
|                |         | 百貨店（営業担当）   | お客様の様子  | ・11月後半までは昨年と比べて気温が下がらず、コート、ブーツ、防寒アイテムといった冬物商品の売上が低迷し、前年の売上記録を大きく押し下げている。   |
|                |         | 百貨店（購買担当）   | お客様の様子  | ・客が必要なもの以外を購入しない傾向が強くなっている。宝石は購入するが、冬物衣料を買い込むことはしない。食料品に関しては、物産展は好調だが、それ以外では客の財布のひもが固い。  |
|                |         | 百貨店（売場担当）   | お客様の様子  | ・同一商圏内のショッピングモールが11月中旬に増床オープンしたため、週末を中心に集客面で影響が出ている。   |
|                |         | スーパー（店長）  | 来客数の動き  | ・客単価に変化がない。  |
|                |         | スーパー（店長）  | 来客数の動き  | ・来客数は前年比で100～101%、客単価は104%で推移している。   |
|                |         | スーパー（店長）  | 単価の動き   | ・1品単価が継続的に変化しない。   |
|                |         | スーパー（総務担当）  | 単価の動き   | ・客単価の伸びが見られるが、月により細かな変動があるので不安定な状態である。   |
| スーパー（管理担当）     | 来客数の動き  | ・来客数に大きな変化はなく横ばい状態が続いている。客単価は前年を維持しているが、値上がりの影響を考慮すると決して良いとは言えない。 |         |  |
| コンビニ（エリア担当）    | 販売量の動き  | ・売上、来客数ともに伸びており、前年度の103～104%で推移している。工事客が多いことと、天気の回復も影響して好調である。    |         |  |
| コンビニ（副地域ブロック長） | お客様の様子  | ・客の消費動向は変わらないが、メディア露出による影響もあるので、この状況が継続する見込みである。                  |         |  |
| 衣料品専門店（経営者）    | お客様の様子  | ・客から景気が良いという話を聞かない。   |         |  |

| 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  |
|----|---------|------------------------------|--------|---|
|    |         | 家電量販店（店長）                    | 単価の動き  | ・客は必要ないものは買わないし、買うとしても高付加価値商品というよりも、必要最低限の機能の商品に限られる。ジェネリック家電の台頭も要因のひとつであるが、海外メーカーは敬遠されがちである。   |
|    |         | 乗用車販売店（統括）                   | 販売量の動き | ・11月の販売台数は前年比90%と依然厳しい状況である。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）                 | お客様の様子 | ・来場者数も変わりなく販売数も変わらない。   |
|    |         | その他専門店<br>〔和菓子〕（経営者）         | 販売量の動き | ・大きな変化はない。  |
|    |         | その他専門店<br>〔時計〕（経営者）          | 来客数の動き | ・客は必要な物以外はなかなか買わない。高所得客も消費税が負担になるとしており、厳しい商況である。  |
|    |         | その他専門店<br>〔ファッション雑貨〕（従業員）    | お客様の様子 | ・土日の集客と売上は前年並みであるが、平日の落ち込みが激しい。食料品の集客はそれなりであるが、衣料に関しては服飾品で平日の客がかなり少ない。  |
|    |         | その他小売<br>〔ショッピングセンター〕（所長）    | 来客数の動き | ・ショッピングセンター全体の来客数が継続的に5%落ち込んでいる。  |
|    |         | その他小売<br>〔ショッピングセンター〕（運営担当）  | お客様の様子 | ・来客数や売上に大きく変わった様子は見られない。近隣に大型商業施設ができたため、来客数の動きに少し変化が出てきてはいるものの、客の買い方に大きな変化はなく、景気変動の感触はない。ただし気候の影響で冬物の動きが例年より更に遅くなっており、季節商品を扱うテナントは苦戦している。 |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）                | 来客数の動き | ・予約状況は前年より好調で、年内はますますの来客数になっている。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）                 | お客様の様子 | ・最近の客は少しずつ節約志向の傾向にある。外食回数や単価を見ても緩やかに減少傾向にあり、低単価商品の需要が再び高まりつつある。   |
|    |         | 一般レストラン（店長）                  | 単価の動き  | ・客単価自体は上昇しており売上も確保できているが、来客数が減少傾向にあるため楽観視できない。  |
|    |         | 一般レストラン（外食事業担当）              | 来客数の動き | ・前年比での売上は9月101.2%、10月103.5%、11月100.7%、来客数は9月97.8%、10月98.1%、11月93%である。客単価は値上げを踏まえて9～11月は104%である。平日は家族連れと若者の客が増えている。                        |
|    |         | スナック（経営者）                    | 来客数の動き | ・県内の中小企業経営者に景気について聞いても、良いと答える人は少ない。店の来客数も少ないため、景気はいまだに上向いていない。  |
|    |         | その他飲食<br>〔サービスエリア内レストラン〕（店長） | 来客数の動き | ・冬に入り利用客が減少している。  |
|    |         | 観光型ホテル（宿泊担当）                 | 単価の動き  | ・宿泊単価は昨年より若干低下している。   |
|    |         | 都市型ホテル（企画担当）                 | 来客数の動き | ・宿泊は相変わらずインバウンド客が好調に推移しており、宿泊単価も上昇している。レストランは来客数が減少しており、特に高単価店舗での減少が激しい。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）                   | お客様の様子 | ・景気が良くなっている様子はうかがえないが、客は景気が良くなることを信じている様子であり、中途半端な状況にある。  |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）                  | 販売量の動き | ・海外情勢が不安定であるが国内需要は堅調であり、インバウンド客の需要も上昇傾向である。   |
|    |         | 通信会社（企画担当）                   | お客様の様子 | ・携帯SIMの新商材販売に対しては、スタート時まあまあの反応であったが、3か月ほど経ると右肩上がりではなく、逆に落ち着いた反応になってきている。スマホやタブレットが普及し、その市場が次の段階に移行していくのかと思われたが、全体的によりスローな展開になる見通しである。     |
|    |         | 通信会社（総務担当）                   | 販売量の動き | ・客からの問い合わせ等の状況から変化を感じられない。  |
|    |         | 通信会社（総務担当）                   | 販売量の動き | ・契約件数は引き続き好調を維持している。  |
|    |         | テーマパーク（管理担当）                 | 来客数の動き | ・来場者数、商品販売高などは前年同月比で変動がない。  |



| 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  |
|----|-----------|------------------|---------|---|
|    |           | テーマパーク（業務担当）     | 来客数の動き  | ・冬のイベントも始まり、少しずつ来客数も伸びてきているが、販売等で景気の回復を感じることは少ない。   |
|    |           | テーマパーク（営業担当）     | 来客数の動き  | ・下旬から急に寒くなったせいか、個人客が伸び悩んでいる。団体についてはバス料金値上げ以降ずっと低調である。   |
|    |           | 美容室（経営者）         | 来客数の動き  | ・来客数が減少している。  |
|    |           | 設計事務所（経営者）       | お客様の様子  | ・客は税の高負担感により購買意欲が乏しく、日常の消費財にのみ関心が向く。  |
|    |           | 設計事務所（経営者）       | 競争相手の様子 | ・同業者からの情報でも新築物件が例年に比べて少なくなっている。また国土交通省が補助する地域型住宅グリーン化事業も、当社グループの交付金枠が余って消化できていない。   |
|    |           | 設計事務所（経営者）       | お客様の様子  | ・消費税率再引上げが議論されているがまだ不確定で、景気の先行きが読めないなか、客は建築のような大きな購買は控えている。   |
|    | やや悪くなっている | 商店街（理事）          | お客様の様子  | ・客の買い控え傾向が続いている。  |
|    |           | 商店街（代表者）         | 来客数の動き  | ・月当初から来客数が少なく、商店街に立地する大型店も含めて売上確保が厳しい模様である。   |
|    |           | 一般小売店〔靴〕（経営者）    | 販売量の動き  | ・シーズン物が売れておらず、8月下旬から秋物を求める客の後に続く客が減少している。   |
|    |           | 一般小売店〔茶〕（経営者）    | お客様の様子  | ・大都市地域に行くといんバウンド客による好調な購入状況を至るところで見るが、地元にはほとんどその効果が表われておらず、消費がどんどん先細りしている感がある。そうしたことから当社は最近海外へ販路を広げるように努力している。  |
|    |           | 一般小売店〔印章〕（経営者）   | 来客数の動き  | ・毎年同じ時期に新聞折込チラシを出しているが、今年も客の反応が鈍く、売上も悪い。  |
|    |           | 一般小売店〔紙類〕（経営者）   | お客様の様子  | ・来客数が減少している。  |
|    |           | 百貨店（販売促進担当）      | お客様の様子  | ・前年と打って変わり、まれに見る暖冬で推移している。気温差も一因となり、紳士婦人ともにコートの動きは極めて悪い。ニット等の軽衣料に購買が集中し、買上単価も低下している。また割引価格となる歳暮早割も前年を下回って推移している。その反面で特選ブランドを中心に高級品の動きは堅調であり、富裕層の購買は好調さを取り戻してきている。 |
|    |           | 百貨店（売場担当）        | 販売量の動き  | ・パカラ展で高額品は売れているが、他の美術品や貴金属の動きは鈍く厳しい状況である。   |
|    |           | 百貨店（営業推進担当）      | 販売量の動き  | ・気候が穏やかだったこともあるが、衣料品の動きが悪く、店全体の売上も低迷している。また価格訴求の商品でも、客は指向に合わなければ買わず、消費に慎重になっている。  |
|    |           | スーパー（店長）         | お客様の様子  | ・食品の動きに変化はないが、暖冬の影響で冬物商品の動きが悪い。   |
|    |           | スーパー（店長）         | 来客数の動き  | ・来客数の伸びが鈍化しており、買物回数が減ってきている。  |
|    |           | スーパー（業務開発担当）     | 販売量の動き  | ・加工食品などが値上がりしたため、販売点数が減少して前年実績に届いていない。また野菜の販売点数は前年並みでも、価格が下落しているため売上の確保が厳しい。  |
|    |           | スーパー（財務担当）       | 単価の動き   | ・価格の上昇による節約のために、客が買いまわりをするようになっており、客単価が低下している。  |
|    |           | 衣料品専門店（経営者）      | お客様の様子  | ・客単価が低下している。  |
|    |           | 乗用車販売店（営業担当）     | 来客数の動き  | ・前年と比べて来客数が減ってきている。   |
|    |           | 自動車備品販売店（経営者）    | 単価の動き   | ・価格競争がますます激化し、粗利率や粗利額の低下がひどくなっている。業界はいまだにデフレスパイラル真ただ中である。   |
|    |           | その他専門店〔布地〕（経営者）  | お客様の様子  | ・冬支度の時期になっているが、暖冬のためか来客数が少ない。   |
|    |           | その他専門店〔海産物〕（経営者） | 単価の動き   | ・松葉ガニのシーズンになり売上は伸びてきているが、来客数が例年のようには増加せず、購買単価も低下している。   |

| 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  |
|----------------------------|---------------|--|--|---|
|                            | 悪くなっている       | 通信会社（広報担当）   | 販売量の動き                                 | ・商戦期前のせいか、販売数に全く動きがない。  |
|                            |               | 美容室（経営者）   | 競争相手の様子                                | ・新規客の来店や単価上昇につながるサービスの注文がなく、現状維持がやっとである。  |
|                            |               | 商店街（代表者）   | 来客数の動き                                 | ・暖冬の影響で売上が伸びていない。安くて良い物を必要なときに購入する客の様子が顕著である。   |
|                            |               | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）   | 単価の動き                                  | ・高額商品の動きが悪くなっている。   |
|                            |               | 百貨店（売場担当）  | お客様の様子                                 | ・暖冬傾向で月初めからコートの動きが鈍く、セーターなどの衣料品が低迷している。月末にかけて雑貨の動きも鈍り、食品以外のアイテムは全般に動きが悪い。   |
|                            |               | スーパー（店長）   | 競争相手の様子                                | ・生鮮、肉、魚など食料品の購入単価や購入点数がともに低水準で推移している。逆に日持ちする米、酒、コーヒー、嗜好品などの一般食品は価格訴求によって販売が伸びている。   |
|                            |               | 家電量販店（店長）  | 販売量の動き                                 | ・冬支度をする客の様子はなく、販売量が苦しい状況である。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(中国) | 良く<br>なっている   | 農林水産業（従業者）   | それ以外                                   | ・10月と7月を比較すると、水揚げ数量は103tの増加、水揚げ金額は4億1,400万円の増加である。増加理由は沖合底引き網漁、イカ釣り漁、定置網漁の増加である。10月単月の前年比は、水揚げ数量は204tの増加で前年の121%、水揚げ金額は8,250万円の増加で前年の116%である。増加理由は沖合底引き網漁、大中型巻き網漁、イカ釣り漁、定置網漁が増加したためである。 |
|                            |               | 輸送用機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き                             | ・生産が追い付かない状態で忙しい。   |
|                            | やや良く<br>なっている | 通信業（営業担当）  | 受注量や販売量の動き                             | ・原油安の影響からか運輸、運送関連からは好調に販売が推移している。   |
|                            |               | 広告代理店（営業担当）  | 受注量や販売量の動き                             | ・客からの受注量が増加している。年末年始商戦での販売促進に絡む内容で、他業種からの受注がきている。   |
|                            | 変わらない         | 食料品製造業（総務担当）   | 受注量や販売量の動き                             | ・今年は当初からOEMなどの企業向け販売の売上の伸びが良くない。得意先の事故による販売自粛のダメージが大きく、一般消費者向け販売への移行が難しくなっていることが数字にも表われている。   |
|                            |               |  | 受注量や販売量の動き                             | ・原材料は高止まりだが、販売数量の変化は見られない。  |
|                            |               | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当）   | 受注量や販売量の動き                             | ・大口案件の着手が遅れ生産が本格化していないため、生産水準が計画に届いていない。鉄鋼向け製品の回復を期待していたが、徐々に回復する程度で本格的回復に至っていない。   |
|                            |               | 鉄鋼業（総務担当）  | 取引先の様子                                 | ・仕事量が少なく在庫も多い状況が継続しており、なかなか好転しない。鋼材市況も下げ止まらず、各社とも採算確保に苦戦している。   |
|                            |               | 輸送用機械器具製造業（経営企画担当）   | 受注量や販売量の動き                             | ・国内需要が伸び悩むなか、安定した受注量となっている。市場全体の分母が伸び悩むなかでの安定的な受注量によりシェアが増加している。  |
|                            |               | 輸送用機械器具製造業（財務担当）   | 取引先の様子                                 | ・景況を改善させるほどの好材料は出ていない。  |
|                            |               | 建設業（総務担当）  | 受注量や販売量の動き                             | ・受注予想を含め、技術者の稼働がこの先1年は目一杯の状態が続いている。   |
|                            |               | 建設業（総務担当）  | 取引先の様子                                 | ・大手建設会社による施工不正の問題で、先行きが読めなくなってきた。   |
| 輸送業（支店長）                   |               | 受注量や販売量の動き   | ・電子商取引市場が伸びているが、小口や会社からの荷物は利用客が減少している。 |   |
| 輸送業（総務担当）                  | 取引先の様子        | ・受注する輸送量には変化はない。人手不足感は相変わらず大きく、この点では好況感がある。しかし運賃が上昇する傾向は見受けられず、結果的には変化なしの状況が続いている。 |  |   |
| 通信業（営業企画担当）                | 取引先の様子        | ・取引先の通信サービスの検討についてはコスト削減がメインとなっている。情報系投資については機器の更新はあるものの、大きな設備更改案件が発生していない。        |  |   |

| 分野           | 景気の現状判断       | 業種・職種                | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------------|---------------|----------------------|--|---|
|              |               | 金融業（自動車担当）           | 取引先の様子   | ・地元自動車メーカーの世界的な販売好調を背景に、系列の自動車部品メーカーの受注は高水準を継続している。製造ラインのコスト削減効果もあり、過去最高の利益を出すところも多数ある。   |
|              |               | 金融業（貸付担当）            | 取引先の様子   | ・11月の取引先の様子から、身のまわりの景気は3か月前と変わらない。取引先の小売業では年末年始の売上増加を期待しているが、現状では前年と比べても横ばいもしくはやや減少との回答が多く、3か月前の販売量と比べても良くなっていないと声を聞いている。一部企業においては、原料高を価格に転嫁できず、業績は前年割れしていることも、景気が変わらないと判断する材料になっている。 |
|              |               | 会計事務所（職員）            | 取引先の様子   | ・得意先の何社かの毎月の月次決算書を見ても、売上、利益ともに前年とあまり変わりなく、借入金の大きな変化も見られない。可もなく不可もなくで推移している。   |
|              | やや悪くなっている     | 化学工業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・特に中国の景気低迷の影響により主要取引先の輸出が減少し、生産計画の下方修正の影響で受注量が減少基調にある。  |
|              |               | 化学工業（総務担当）           | 受注量や販売量の動き   | ・これから先の出荷見通しが厳しくなっており、先行きに不安がある。  |
|              |               | 鉄鋼業（総務担当）            | 受注量や販売量の動き   | ・受注金額が自動車関連を中心に予算より10数%下回ってきており、1月から3月は稼働に穴が開く可能性も出てきている。   |
|              |               | 非鉄金属製造業（業務担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・ここに来て中国経済減速の影響が鮮明になってきており、中国における国慶節での客の主要製品の売上が、予想を大きく下回っている。  |
|              |               | 金属製品製造業（総務担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・工作機械業界からの受注が3か月前に比べると半減している。中国での案件が受注に至っていないことに加え、国内では補助金に関連する案件がほぼ終了となったため、一段落していることによる。  |
|              |               | 電気機械器具製造業（総務担当）      | 受注価格や販売価格の動き   | ・受注量は前年並みであるが、適正利益での受注単価の上昇が課題である。それとともに今後受注量の確保ができるかが心配であり、設備投資にちゅうちょしている。   |
|              |               | その他製造業【スポーツ用品】（総務担当） | 受注量や販売量の動き   | ・翌年1月からの予算組みをしているが、当面生産量や受注量は引き続き低下する見込みである。  |
| 輸送業（経理担当）    |               | 受注量や販売量の動き           | ・国内貨物の荷動きにそれほど変化はないが、輸出貨物が低調であり、全体として悪くなっている。        |   |
| 不動産業（総務担当）   |               | それ以外                 | ・来客数や成約件数が減少している。要因として他業者によるポータルサイトの膨大な量の広告掲載の影響がある。 |   |
|              | 悪くなっている       | -                    | -  | -   |
| 雇用関連<br>(中国) | 良く<br>なっている   |                      |  |   |
|              | やや良く<br>なっている | 新聞社【求人広告】（担当者）       | 周辺企業の様子  | ・地場中堅の土木会社で、来春採用の高校新卒内定者の半数が内定を辞退するという事態があり、待遇など条件の良い大手に移ったものと見られている。大都市部の好況で今後も類似のケースが出るのではと関係者は不安がっている。   |
|              |               | 新聞社【求人広告】（担当者）       | 雇用形態の様子  | ・来春卒業予定の県内高校生の就職内定率が3年連続で上昇している。米国の大手金融機関の破たん直前のレベルまで回復し、過去20年で3番目の高さとなっている。企業の採用意欲も高く、製造業を筆頭に建設業、小売業など多くの業種で求人数が増え、前年同期比で8.3%と高い伸びを見せている。  |
|              |               | 職業安定所（産業雇用情報担当）      | 求人数の動き   | ・新規求人数が主要各業種で大幅に増加し、月間有効求人倍率が1.55倍となり県内トップとなっている。1.5倍を超えたのは平成26年2月の1.51倍以来の水準である。特に医療福祉関連専門職、ビルメンテナンス、警備業などのサービス業で人手不足感が強く、求人を出しても応募がなく、労働者派遣業に依頼している求人者も見られる。                        |
|              |               | 民間職業紹介機関（職員）         | 雇用形態の様子  | ・特定の資格保有者を限定したものはあるが、当初設けていた年齢制限を撤廃している。また別の企業では30代半ばであっても未経験者を可とする案件も出てきており、相変わらずの人手不足感が否めない。  |

| 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  |
|----|-----------|------------------|---------|---|
|    | 変わらない     | 人材派遣会社（支社長）      | 求人数の動き  | ・高い有効求人倍率が続いているなかで、今までは苦労しながらでも何とか採用してきた介護施設からの引き合いが多くなっている。ただし求職者の中で介護福祉を希望する者は多くなく、マッチングは進んでいない。                            |
|    |           | 人材派遣会社（支店長）      | 求人数の動き  | ・企業からの求人依頼が落ち着いてきている。人員増の傾向は様子見の状況であり、周囲で景気が良くなっている実感はない。   |
|    |           | 求人情報誌製作会社（広告担当）  | 求人数の動き  | ・2016年春入社予定の新卒採用について、解禁日が昨年より変更になったため内定辞退が続出し、採用予定人数を確保できず現在も採用活動を継続中の企業がある。採用予定人数が未確定のため、現段階では2017年春の採用については、昨年通りとしている企業が多い。 |
|    |           | 職業安定所（所長）        | 求人数の動き  | ・新規求人は誘致企業の医療機器メーカーや菓子製造業から大量求人がある。製造業が前年同月比で9割増となったほか、医療福祉関係からも大幅な増員求人があったため、求人全体でも2割強の増加となっている。                             |
|    |           | 職業安定所（産業雇用情報担当）  | 求人数の動き  | ・有効求人倍率は1.2～1.3倍で推移しており、大きな変化はない。   |
|    |           | 職業安定所（雇用開発担当）    | 求人数の動き  | ・新規求人は前年同月比で減少が目立ってきているが、高い水準を維持している。求職者数が減少していることから、求人倍率は引き続き高い水準にある。  |
|    |           | 学校〔短期大学〕（学生支援担当） | 求人数の動き  | ・悪い状況から少しは回復してきた感がある。   |
|    | やや悪くなっている | 人材派遣会社（経営企画担当）   | 求職者数の動き | ・求職者確保には依然として苦戦している。なかでも医療販売系は厳しく、相談会や各種ミニイベントなどで仕事の相談をしやすい関係づくりに注力している。年末年始からの受注も増えてきており、求職者との接点を一層増やし、登録者への迅速な求人紹介がポイントとなる。 |
|    | 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<br>(四国) | 良くなっている<br>やや良くなっている | -               | -                            | -   |
|                |                      | 商店街（事務局長）       | 来客数の動き                       | ・8月から始まったプレミアム付商品券のうち商店街のみで使える商品券の効果が長く続いており、ブランドバッグ、貴金属、化粧品等の売上が好調である。8月末に起きた中国発の金融不安が長期化しなかったことで、消費マインドは安定している。 |
|                |                      | 乗用車販売店（役員）      | 販売量の動き                       | ・11月に入って、新車受注が伸び、登録も前年を上回っており、景気は良くなっている。四国の販売店の数字も伸びてきており、今後の展開に期待している。  |
|                |                      | ゴルフ場（従業員）       | 来客数の動き                       | ・来場者数は、2～3か月前と比べると順調に伸びている。予約数は前年並みとなっている。  |
|                |                      | 設計事務所（所長）       | 販売量の動き                       | ・来年度の見通しがおおむね立ち、取り切れない仕事もあった。   |
|                | 変わらない                | 商店街（代表者）        | 来客数の動き                       | ・11月は龍馬の生誕祭と全国龍馬サミット等があった、かなり観光客が入ってきている。また、三連休には、中心部の公園で、大きな「食」のイベントがあったり、入場者数、売上ともに上々のようだった。その波及効果が商店街に来ている。    |
|                |                      | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | お客様の様子                       | ・客の価格訴求が強いように思われる。  |
| 一般小売店〔酒〕（販売担当） |                      | お客様の様子          | ・少しでも安い価格を消費者は求めるので、小売店は厳しい。 |   |

| 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  |
|----|-----------|-------------------------|--------|---|
|    |           | 百貨店（販売促進担当）             | 販売量の動き | ・10～11月前半までは、売上、動員数とも計画を上回り好調に推移した。8月から前年を上回るトレンドが継続しており消費回復かと思われたが、一転11月中盤からは暖冬の影響で売上低調となった。11月末は冷え込んで衣料品を中心に回復傾向となっている。 |
|    |           | コンビニ（総務）                | 来客数の動き | ・天候や気温に大きく左右されるが、来客数は前年と比べて変化はない。   |
|    |           | 衣料品専門店（経営者）             | 来客数の動き | ・10月はおおむね良かったが、11月に入ると雨の日が多く気温が高めだったことから、前月より大分落ちた感じがする。  |
|    |           | 乗用車販売店（従業員）             | 販売量の動き | ・新車販売台数は変わらない。秋の商戦も例年ほど伸びず、昨年からの不振が続いている。   |
|    |           | 乗用車販売店（営業担当）            | 販売量の動き | ・来店客数は激減し、営業活動でのお買い得提案にも反応無く、個人客の購買意欲は冷えきっている。一方、法人では11～12月の短期リース等で前年より大きく伸ばしている。   |
|    |           | 観光型旅館（経営者）              | 販売量の動き | ・販売量があまり伸びない。それなりに客は入っているが、高いものは売れにくいのが現状だ。   |
|    |           | 都市型ホテル（経営者）             | 単価の動き  | ・来客数は若干増えてきているものの、客単価が依然低下傾向にあるため、全体では変わらない。  |
|    |           | タクシー運転手                 | 来客数の動き | ・お遍路さんが中心の仕事で、売上に大きな変化はない。ただ街全体は活気がなく、これから忘年会が始まるが、今のところ夜の動きも悪い。  |
|    |           | タクシー運転手                 | お客様の様子 | ・3か月前の8月と比べると売上高はあまり変わっていない。11月後半から忘年会等のシーズンになるが、今のところ動きはない。  |
|    |           | 通信会社（企画）                | お客様の様子 | ・ほぼ現状維持の状態にあるが、客からの引き合いが前月より若干悪くなっている。  |
|    |           | 通信会社（支店長）               | 販売量の動き | ・11月はボーナス商戦前で来客数、販売量とも低調な傾向にある。   |
|    |           | 競艇場（職員）                 | 販売量の動き | ・11月の売上は、前月比15%減、3か月前比5%増、前年比16%増となった。本場での一日平均売上では、前月比11%減、3か月前比9%減、前年比24%増で、いかに場外発売を含めた一日平均の売上を高めるかが問われている。              |
|    |           | 美容室（経営者）                | お客様の様子 | ・特に変化を感じない。   |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）                | それ以外   | ・経済の先行きが上向く材料が見当たらない。消費税率10%への引き上げが想定外の悪材料となるのではないか。  |
|    |           | 一般小売店〔生花〕（経営者）          | それ以外   | ・繁華街の人出や来客数は少なかった。中心街に大型のコンビニが近距離で何店舗も出店して、同業他社の閉店が相次いだ。  |
|    |           | 百貨店（営業担当）               | お客様の様子 | ・天候の条件もあるが、紳士服・婦人服の冬物の状況が大変厳しくなっている。  |
|    |           | スーパー（店長）                | 販売量の動き | ・気温が高く、冬物が低迷している。一方、ディスカウント店の出店が相次ぎ、客を取り合う形になっており、全体として景気は良くない。   |
|    |           | スーパー（企画担当）              | 来客数の動き | ・競合店の出店に関係なく来店客数が伸びない。単価のより安い商品を求めて買い回っている様子が見られる。  |
|    |           | スーパー（財務担当）              | 来客数の動き | ・今月は平年よりも暖かい日が続き、雨の日も多かったことから来客数、販売量共に不調である。  |
|    |           | コンビニ（店長）                | 来客数の動き | ・客数の減少が始まっている。競合店の出店が主因と考えるが、客の節約志向を強く感じる。  |
|    |           | コンビニ（商品担当）              | 来客数の動き | ・大型商品が次々に発売されたが、来客数が思ったほど伸びない。  |
|    |           | 家電量販店（店員）               | 単価の動き  | ・商品の販売数量は増えているが、低価格帯商品ばかり選ばれ、高価格帯商品も大幅に値引かないと売れない。  |
|    |           | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | 来客数の動き | ・気温の低下とともに重衣料がようやく動き出したが、11月を通してみれば、客数減少の影響が大きく出た。  |
|    |           | その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）  | 販売量の動き | ・気温が高く、特に衣料品関係の動きが全く不振で、売上が非常に落ち込んでいる。  |

| 分野             | 景気の現状判断       | 業種・職種              | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|---------------|--------------------|---|---|
|                |               | 旅行代理店（支店長）         | お客様の様子  | ・パリでのテロ事件の影響でヨーロッパのみならずアメリカ方面への旅行のキャンセルや旅行を控えるお客様が増加している。   |
|                |               | 通信会社（営業担当）         | 販売量の動き  | ・年末商戦前の季節変動と、他事業者の攻勢で販売量が低下している。  |
|                |               | 住宅販売会社（従業員）        | 来客数の動き  | ・来客数も問い合わせ数も少なくなった。   |
|                | 悪くなっている       | 一般小売店〔書籍〕（営業担当）    | 販売量の動き  | ・店頭売上の落ち込みを外商売上がカバーしているが、店頭の落ち込みが大きいので、カバーしきれていない。  |
|                |               | コンビニ（店長）           | 販売量の動き  | ・イベントの少ない11月ではあるが、ここ何年間では最低である。回復どころか、消費税増税後は悪化の一途をたどっている。  |
|                |               | 衣料品専門店（総務担当）       | 販売量の動き  | ・第1週までは対前年比プラスで推移していたが、2週目以降は気温の上昇により来客数・客単価ともに大幅に下落した。ジャケット・コートの動きが悪く、最終的には前年より10%以上のマイナスになっている。       |
| 企業動向関連<br>(四国) | 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  | ・新商品のピロータイプのウェットティッシュは横ばいだが、化粧品のフェイスマスクは供給が追いつかない状況で、売上、景気とも良くなっている。                                    |
|                |               | 鉄鋼業（総務部長）          | それ以外  | ・生産・販売量は良いが、受注量は減少傾向。   |
|                | 変わらない         | 繊維工業（経営者）          | 受注量や販売量の動き  | ・小売店での売上が全国的に良くない。これまでと同じで、観光客の多い都市部、観光地では良好であるが、地方の経済状況が良くないため、全体的には昨年並みの状況が続いている。                     |
|                |               | 木材木製品製造業           | 受注量や販売量の動き  | ・これまで受注金額が停滞していたステーキホルダーに動きが出てきており、12月から納材が増え始め2月ごろにピークを迎える見込み。これまで好調を維持してきた取引先からの受注量も来年2月ごろまでは横ばいの見込み。 |
|                |               | 一般機械器具製造業（経理担当）    | 受注量や販売量の動き  | ・国内は引き続き堅調。海外は依然として地域間のバラつきがある。   |
|                |               | 電気機械器具製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き  | ・再生エネルギーの立案・計画・施工をしているが、最近では受注が下降気味だ。   |
|                |               | 建設会社（経理担当）         | 受注量や販売量の動き  | ・受注量、販売量ともに横ばいで景気は変わらない。  |
|                |               | 建設業（経営者）           | 受注量や販売量の動き  | ・ようやく1件の公共工事を受注できたが、まだまだ昨年と比べて少な過ぎる。  |
|                |               | 建設業（経営者）           | 受注量や販売量の動き  | ・公共事業量、民間事業ともに前年より少ないが、ここ数か月間で、大きな変化はない。会社によって受注量に差が生じているものの、年度末にかけて売上を上げていく時期でもあり、全体的な景況感是不変。          |
|                |               | 輸送業（経営者）           | 取引先の様子  | ・テロなどで雰囲気は悪く、最低賃金や労働人口の話などを聞くと長期的解決になっていないように思われる。  |
|                |               | 輸送業（支店長）           | 取引先の様子  | ・販売数量は例年どおりで、多くもなく少なくもない。年末から年始にかけても恐らくこの状況が続くだろう。  |
|                |               | 通信業（部長）            | 受注量や販売量の動き  | ・大きな変化はない。  |
|                |               | 金融業（副支店長）          | 取引先の様子  | ・取引先の財務資料から判断して業況にさほど変化が感じられない。   |
|                |               | 公認会計士              | 取引先の様子  | ・今月のクライアントの決算、試算表等を分析したところ、前年とほとんど変わらない。景気に変動はない。   |
| やや悪くなっている      | 電気機械器具製造業（経理） | 受注量や販売量の動き         | ・販売量は数パーセント程度の微減となっている。なお、要因となる特段のトピックは無く、商品構成等の通常の範囲内の変動と判断している。 |   |

| 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   |
|----------------------|-----------|----------------|---------|--|
|                      |           | 輸送業（営業）        | 取引先の様子  | ・既存の輸送委託先が運転手や車両の不足、運賃値上げ要請を断った事を理由に輸送契約を解除された荷主からの引き合いが一段と増えている。既存の保有車両に余裕は無く、また大型車両の新規調達には1年前後の期間を要する状況から受託は極めて難しい。燃料油価格の変動は前年同時期に比べ安値で推移しているものの、採算性を好転させる域には達しておらず、物量に目立った増加も見られない事から、依然として景気の低迷を強く感じる。 |
|                      | 悪くなっている   | -              | -       | -  |
| 雇用<br>関連<br><br>(四国) | 良くなっている   | -              | -       | -  |
|                      | やや良くなっている | 職業安定所          | それ以外    | ・10月の月間有効求人倍率は1.24倍で、3か月前より0.09ポイント改善している。   |
|                      |           | 民間職業紹介機関（所長）   | 周辺企業の様子 | ・主に製造業において、今年度の採用予定数が充足出来ていない企業が多く見受けられる。その理由は、工業系の高校が減少してきたため、製造職の人員が確保出来ないことである。設備拡大も、人員が確保出来ないため予定通り進んでいない。   |
|                      |           | 学校〔大学〕（就職担当）   | 求人数の動き  | ・求人数が堅調である。また、直接の問い合わせもみられる。   |
|                      | 変わらない     | 人材派遣会社（営業担当）   | 雇用形態の様子 | ・以前は、正社員の人でも転職を機に派遣社員として働くケースもあったが、そういう人が減っている。正社員に支給される賞与等に期待できるためかもしれない。   |
|                      |           | 求人情報誌（営業）      | 求人数の動き  | ・周辺企業では、業績が横ばいもしくはやや上向きのところはほとんどだが、長期にわたり求人難が続いており、景気が良くなっているとは考えられない。   |
|                      |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・相変わらず求人広告は好調で人員募集の需要は多いのだが、それが販売に向けての販促費投下につながっていない。カーディーラーもメーカーからの販促費補助が減少したりで細って来ており、全体的に元気な業種がない。  |
|                      |           | 職業安定所（職員）      | 雇用形態の様子 | ・有効求人倍率は過去にない高ポイントが続いているが、募集条件での好転がみられない。  |
|                      | やや悪くなっている | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・先月に引き続いて、中国経済の景気後退に伴って、管内事業所から雇用調整助成金の計画届の提出があった。   |
|                      |           | 人材派遣会社（営業担当）   | 求職者数の動き | ・労働者派遣法施行などで採用担当者が雇用を控えている感がある。求職者数が減っており、派遣会社の登録が減少している。  |
|                      | 悪くなっている   | -              | -       | -  |

#### 10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：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<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | 良くなっている   | 都市型ホテル（副支配人）   | 単価の動き  | ・相変わらず毎月、コンサートや学会、MICE関係、インパウンドなどで、地域全体に客が多く、宿泊単価が非常に上がっている。   |
|                            | やや良くなっている | 商店街（代表者）       | 単価の動き  | ・企業のキャンペーン関係の販促物や、喪中年賀状の印刷などの需要で売上はあがっている。しかし来客数は減少している。   |
|                            |           | 商店街（代表者）       | お客様の様子 | ・来店数も確かに増えている。来店して見るだけでなく、実際に購買まで至る客が増えてきている。  |
|                            |           | 一般小売店〔鮮魚〕（店員）  | お客様の様子 | ・そろそろ忘年会の時期に入ってきたので、フグが少し動き出した。まだ本格的に回復したとは言えないが、やや良くなっている感触がある。   |
|                            |           | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・開店祝いや催し物での花の需要があった。気候も良くなったので花も売れるようになった。その一方で、長く続いている店が閉店するなど、全体的にはそこまで景気は良くなっていない。  |
|                            |           | 百貨店（営業担当）      | お客様の様子 | ・自社クレジットカードの新規会員が増加している。毎年恒例の北海道物産と観光展は連日盛況で、物産展の過去の売上を更新した。また、県産品の購入が対象のプレミアム付商品券を使って、普段手の届かない美術工芸の薩摩切子、薩摩ボタンを自分用に買う客が目立った。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                      | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|----------------------------|--------|---|
|    |         | 百貨店（店舗事業計画部）               | お客様の様子 | ・寒暖がはっきりしてから売上が動き出す傾向が顕著なため、また歳時期にからめて買物に出る傾向が強いため、11月は給料日以降になってようやく冷え込んできたこともあり買物目的の来店が増えている。  |
|    |         | その他専門店<br>【コーヒー豆】<br>（経営者） | 来客数の動き | ・前年と比べて来店客数の増加がみられる。年末にかけての需要と気候的にも寒くなってきたので、今後、コーヒーの消費が増えると見込んでいる。   |
|    |         | ドラッグストア<br>（部長）            | 販売量の動き | ・大規模なセールの上売りが好調に推移した。インパウンド客の買上も順調に伸びている。月間トータルでも計画値を上回るペースで進捗しており、引き続き堅調な状況にある。  |
|    |         | その他専門店<br>【ガソリンスタンド】（統括）   | お客様の様子 | ・燃料油の小売価格は11月に入って下がり、近年では最低価格のレベルまで下がっている。単価が下がっているため、満タン給油の顧客が増加している。顧客に、12月の賞与支給について聞くと、「例年並み」という答えが多かった。                             |
|    |         | 観光型ホテル<br>（スタッフ）           | 販売量の動き | ・宿泊・レストラン・一般宴会等は順調に推移しているが、披露宴の予約・問い合わせが前年に比べ減少しており、また披露宴自体の人数も小規模化している。披露宴の売上構成が大きいので、披露宴減少を他部門でカバーする構成になっており、全体売上計画は前年比・予算とも厳しい状態である。 |
|    |         | タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・月の前半はかなり悪かったが、後半に雨が降って気温が急に下がったので客が一気に増えた。全体的にはプラスマイナスゼロの状態である。  |
|    |         | タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・11月にしては暖かくて雨が多く、各種イベントや規模の大きな学会、コンサートも多くタクシー利用が増えた。  |
|    | 変わらない   | 商店街（代表者）                   | お客様の様子 | ・11月前半は暖かい日が続いたが、後半は気温が急に下がったので、主婦たちはその日のおかずを何にするのか、なかなか大変だったようだ。我々も品ぞろえに大変苦労した。  |
|    |         | 商店街（代表者）                   | お客様の様子 | ・暖冬による冬物商品の不振が大きく影響している。原因は天候ばかりではなく、社会的な先行き不安が消費行動に大きく影を落としている。  |
|    |         | 商店街（代表者）                   | 来客数の動き | ・商店街の中で、10月いっぱい閉店や退店する店が3～4軒あり、厳しい状況である。  |
|    |         | 商店街（代表者）                   | 来客数の動き | ・中心市街地への来街者数はそう変わっていないが、若干買物する状況が少なくなっている。しばらくこの状況が続く。  |
|    |         | 商店街（代表者）                   | 来客数の動き | ・悪くってはいいないが、来客数が伸び悩んでいる。  |
|    |         | 一般小売店【青果】（店長）              | 単価の動き  | ・夏の猛暑のため青果物の相場が高騰して、ただでさえ売れない時期に販売量が落ち、売上額が上がらなかった。最近、涼しくなって、消費量も増えた。しかし、全国的に野菜の生産量が多いために全体的に単価が下がり、トータルの売上額が伸びていない。                    |
|    |         | 一般小売店【精肉】（店員）              | 販売量の動き | ・暖冬の影響が、鍋物需要がそれほど伸びていない。  |
|    |         | 一般小売店【茶】（販売・事務）            | 販売量の動き | ・先月までと変わらない販売方法だが、今月に入り来店する客は増えている。急な気温の低下が原因だ。土産用は少し高めを購入するが、自宅用は相変わらず低価格である。  |
|    |         | 百貨店（企画）                    | 販売量の動き | ・ポイントアップキャンペーンなど、顧客メリットが大きいイベントのときに来店や購買が集中するが、普段の消費は抑制気味だ。   |
|    |         | スーパー（経営者）                  | 単価の動き  | ・ボーナスの時期になってきたが、全体的に単価が上がらない。   |
|    |         | スーパー（店長）                   | 来客数の動き | ・客の動向は微増で、野菜相場などの落ち着きもあり、天候も例年通りに戻ってきた。   |
|    |         | スーパー（店長）                   | 販売量の動き | ・食料品の売上は前年比の103%で推移しているが、一番悪い衣料品は暖冬のせい、前年比70%で推移している。寒波がくれば衣料品の場合は売れてくる。  |
|    |         | スーパー（店長）                   | 販売量の動き | ・食品は客数、売上点数とも好調に推移しているが、暖冬の影響もあり、衣料品が軒並み厳しい状況である。   |
|    |         | スーパー（統括者）                  | 販売量の動き | ・販売量が引き続き良好に推移している。   |



| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                            | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|----------------------------------|--------|--|
|    |           | コンビニ（経営者）                        | 販売量の動き | ・前年より上回っている店舗と下回っている店舗の両方がある。ただ合計すると前年を下回っているため、そういう意味では状況は悪い。   |
|    |           | コンビニ（エリア担当）                      | 単価の動き  | ・客数、客単価共に下回っている。客の財布のひもは固く必要なもの以外の商品は購入しない。  |
|    |           | コンビニ（エリア担当・店長）                   | 単価の動き  | ・前年と同時期に麺類、フライヤー、おにぎり等のセールを行っているが、商品自体の動きは前年と変わらず、客も「プラス1品」を買おうという購買意欲があまりみられない。季節商材を値下げ処分して販売しているが、それに注目する客も少なく、客単価の向上にはつながっていない。 |
|    |           | 衣料品専門店（店員）                       | 販売量の動き | ・気温が高すぎてコートやニットなどの冬物が動かなかった。前年割れの売上だった。  |
|    |           | 衣料品専門店（総務担当）                     | お客様の様子 | ・今月は暖冬の影響もあり、客の購買態度が非常に慎重で、なかなか購買にまで至らない状況である。   |
|    |           | 乗用車販売店（総務担当）                     | 販売量の動き | ・新車販売が低調である。中古車とサービスの売上はほぼ計画通りに推移しているが、肝心の新車に勢いが無い。新型車投入が待ち遠しい。  |
|    |           | 住関連専門店（経営者）                      | 来客数の動き | ・今月は大きなイベント等もなく、売上、来客数とも低調である。また当地域の海苔の生産が良くなく、先の見通しも厳しい。  |
|    |           | その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）       | 来客数の動き | ・当地では、第30回国民文化祭が10月31日～11月15日まで開催されていた。各会場は参加者観覧車でにぎわっていたが、県下全域で開催されたため人が分散されたので、売上は増えなかった。  |
|    |           | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者） | 販売量の動き | ・インバウンドに支えられ売上確保している状況に大きな変化はない。   |
|    |           | その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）          | 販売量の動き | ・暖冬で冬物衣料が不振である。また暖房器具についても同様である。気温低下を期待する。   |
|    |           | 高級レストラン（支配人）                     | 来客数の動き | ・ディナータイムの来客数が減っている。予約数も減っている。  |
|    |           | 一般レストラン（経営者）                     | 来客数の動き | ・前年比でも来客数が変わっておらず、若干ではあるが客単価が下がっている。   |
|    |           | 居酒屋（経営者）                         | 来客数の動き | ・飲食店に限るのかもしれないが、飲みに出るという習慣がなくなってきているようだ。   |
|    |           | 都市型ホテル（スタッフ）                     | 販売量の動き | ・外国人観光客に支えられて、福岡市内の宿泊施設の稼働率は相変わらず好調であり、ここ2～3年はホテルの新規開業が相次ぐ予定である。ただし、外国人観光客頼みだということから考えると、国内の消費需要が物足りない。                            |
|    |           | 旅行代理店（従業員）                       | 販売量の動き | ・法人需要は堅調であるが、パリ同時多発テロ以降、直近での海外予約が少なくなっている。   |
|    |           | タクシー運転手                          | お客様の様子 | ・今月はゴルフの客が良く、ホテルも団体、個人と少しずつ増えており、タクシー利用もまあまあだった。   |
|    |           | 通信会社（営業担当）                       | お客様の様子 | ・中国との貿易がメインの企業は、中国の景気が良くないのでそのあおりで厳しい状況が続いている。飲食チェーンを展開している企業は、仕入れ値が上がっているが売値は変えられず厳しい状況である。                                       |
|    |           | ゴルフ場（従業員）                        | 単価の動き  | ・入場者数は前年並みでここ2～3か月は少しずつ上向いていたが、地元のプレーヤーは料金の安いところへ流れている。そのなかでも地域で潤っているような病院関係、団体職員等はそのままだプレーに来ている。賃金格差が少しずつ響いているようだ。                |
|    |           | 美容室（経営者）                         | 来客数の動き | ・世の中全体が購買力より、不安のほうが先立っている。   |
|    |           | 設計事務所（所長）                        | 販売量の動き | ・仕事の物件数が少ない。そういうことで、良くもなく悪くもない。  |
|    |           | 住宅販売会社（従業員）                      | お客様の様子 | ・不動産売買については順調に対応できているが、宅地分譲、マンション分譲のほうは客の様子見が多くてなかなか成約に至らない状況が続いている。消費税増税が引き金になっていない状況である。   |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）                         | 販売量の動き | ・小売業は、販売価格の低下と客の購買力の低さから、全体をみても厳しい状況である。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-----------------|---------|--|
|    |         | 百貨店（総務担当）       | 販売量の動き  | ・入店客数は前年を超過しているものの、10月後半から11月にかけて気温が高い状況が続き、アパレルの冬物重衣料の動きが全くない。スノーボードや冬山用品等季節商材の動きもなく、全体的に売上が伸びていない。                           |
|    |         | 百貨店（営業担当）       | お客様の様子  | ・暖冬の影響で衣料品を中心に全く売れていない状況である。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）       | それ以外    | ・少し風向きが変わってきた。株価は何とか維持しているが、今まで好調であったインバウンド等も少し陰りが見え始めてきた。また、今月は気候の関係もあって重衣料が悪く、それに加えてお歳暮が非常に苦戦している。件数は減っていないが、単価ダウンが大きく響いている。 |
|    |         | 百貨店（営業統括）       | お客様の様子  | ・11月の前半は暖冬で、防寒商品の動きが非常に厳しい。それに伴い客の来店も鈍く、お歳暮ギフト早期承りも連動して低迷している。   |
|    |         | 百貨店（業務担当）       | お客様の様子  | ・今の時期は、防寒商品が売上の中心になるが、気温のせいもあり今年は全く反応がない。  |
|    |         | 百貨店（売場担当）       | 競争相手の様子 | ・当店は今月の見通しが、対前年比95.1%、3か月前と比べると100.2%である。衣料品は紳士服が82%、婦人が86%。身の回り品が89%、食品は103.5%である。競合店は3店共に悪くなっている。今月は気温が例年より高かったことが原因の一つだ。    |
|    |         | スーパー（店長）        | 来客数の動き  | ・11月は気温の高い日が続く、衣料、日用品の売上が大きく後退している。また食品も鍋物等の単価アップができなかったことで、停滞している。  |
|    |         | スーパー（経理担当）      | 販売量の動き  | ・販売額が久しぶりに前年を下回っている。前年の景気の反動以外に暖冬の影響が大きく、鍋商材や冬物衣料などの動きが悪い。   |
|    |         | コンビニ（店長）        | お客様の様子  | ・客単価、客数ともに減少傾向である。   |
|    |         | 衣料品専門店（店長）      | 来客数の動き  | ・気候のせいもあるが、衣料品、特に婦人服の動きが鈍い。天候に売上の良し悪しが左右されるので、冬らしい天気が早く来てほしい。そうでないと、厚手の服は一気にバーゲン用の商品になってしまうだろう。                                |
|    |         | 家電量販店（店員）       | 販売量の動き  | ・今月は天候要因が非常に大きい。気温が下がらないために季節商材が動かず、例年に比べてかなり数字が悪くなっている。   |
|    |         | 家電量販店（総務担当）     | 販売量の動き  | ・暖冬により冬物がさっぱり動かず、他の商品にも悪影響が出ている。   |
|    |         | 家電量販店（広報・IR担当）  | 販売量の動き  | ・現時点で暖冬ということで、エアコンを含む暖房器具の動きが良くない。   |
|    |         | 高級レストラン（専務）     | 来客数の動き  | ・市内の人の利用は少なくなったが、火山噴火が沈静化したことと、アジアからの旅行者がかなりあったおかげで良くはないが何とかやっていける状態である。   |
|    |         | スナック（経営者）       | 来客数の動き  | ・毎年11月は夏場の120%前後の伸びがあるが、今年の11月は夏場とほぼ同じ売上しか見込めそうにない。  |
|    |         | 都市型ホテル（販売担当）    | 単価の動き   | ・11月は宴会売上がマイナスになりそうだ。婚礼もマイナスになりそうだ。宿泊は相変わらず好調を維持しており、東京、大阪方面からの客が多い。   |
|    |         | 通信会社（営業）        | 販売量の動き  | ・販売数や広告のレスポンスが鈍い。  |
|    |         | 競輪場（職員）         | 販売量の動き  | ・前年度比売上が若干マイナスで推移している。   |
|    |         | 音楽教室（管理担当）      | 来客数の動き  | ・受験期に向かうので、お稽古事は減っていく。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）     | 販売量の動き  | ・戸建住宅で1割程度落ち込んでいる。ただし賃貸住宅については一定割合を維持している。   |
|    | 悪くなっている | 百貨店（営業担当）       | 販売量の動き  | ・気温が高いという天候要因があまりに大きい。10月の好調から一転して非常に厳しい11月となった。   |
|    |         | スーパー（店長）        | 販売量の動き  | ・気温が高い状況もあるが、やはり衣料品、住関連部門の売行きが非常に悪い。   |
|    |         | 衣料品専門店（店長）      | 来客数の動き  | ・ほとんど来客なく商店街は閑散としている。  |
|    |         | その他専門店【書籍】（副店長） | 販売量の動き  | ・天候が悪かったことが主な要因である。  |

| 分野                         | 景気の現状判断   | 業種・職種            | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------------------|-----------|------------------|--------------|---|
|                            |           | 高級レストラン（経営者）     | 来客数の動き       | ・今月は例年になく暖かく、鍋を食べたいという気が起こるような気温にはならなかったため、鍋の分が少なかった。やはり、季節通り寒くならないと客も飲食に対する意欲がわかないようで、11月は良くなかったが、10月よりは気持ち程度良かった。 |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | 良くなっている   | 電気機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・受注量が既存も増えているが、新規の注文や相談がきており大変多忙となっている。人手も今集めているところである。   |
|                            | やや良くなっている | 家具製造業（従業員）       | 受注量や販売量の動き   | ・外車のショールームの改装及び新規出店が多くなっている。高級車の売行が全般的に良いため必然的に家具も単価の高いものが売れている。また、ホテルの出店が全国的に増えており、見積提出は前年同月比で30%程度伸びている。          |
|                            |           | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・機械部品加工の受注が以前に比べ受注量が増えている。  |
|                            |           | 電気機械器具製造業（取締役）   | 受注量や販売量の動き   | ・車載関連、特殊半導体などは引き続き引き合いが多い。  |
|                            |           | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き   | ・新車両投入による初期需要で生産台数が増加している。  |
|                            | 変わらない     | 農林水産業（経営者）       | 受注量や販売量の動き   | ・11月は一時的な原料不足があり、売上は若干下回るかもしれない。ただ注文量は円安による輸入減や国内生産の安定感もあり、従来と変わらず引き合いは強い。特に冷食メーカーは年末特需の生産期でもあり、発注量が多く対応できていない。     |
|                            |           | 農林水産業（営業）        | 取引先の様子       | ・市況に伸びがない。  |
|                            |           | 食料品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・商品の需要、生産ともにピークの時期なので、比較的順調に推移している。   |
|                            |           | 繊維工業（営業担当）       | 取引先の様子       | ・注文は多くなっている。工賃も検討してくれるようだ。しかし、最低賃金の上昇には、追いつかない。大企業は、今まで以上の検査や、工場管理を要求してくる。  |
|                            |           | 金属製品製造業（事業統括）    | 取引先の様子       | ・地域によって異なる。好調な地域である中部地区と不調な地域である九州地区が入り混じり、全体的にはあまり変わらない。   |
|                            |           | 建設業（経営者）         | 競争相手の様子      | ・客の様子は今までと変わらない。  |
|                            |           | 輸送業（総務担当）        | 取引先の様子       | ・どの業種の方と話しても、景気が上向いているという実感がないという会話に終始する。   |
|                            |           | 輸送業（総務）          | 受注量や販売量の動き   | ・荷物の動きに変化が少ない。12月の繁忙期も年々少なくなっている。   |
|                            |           | 通信業（経理担当）        | 受注価格や販売価格の動き | ・ソフトウェア関連取引の水準は一定のレベルを保っているが受注価格及び受注量に変動はない。  |
|                            |           | 金融業（従業員）         | 取引先の様子       | ・企業及び個人について今後期待感はあるものの、今現在は3か月前に比べて大きな変化はない。  |
|                            |           | 金融業（従業員）         | 取引先の様子       | ・新興国経済の減速などから海外向けの生産がやや弱含んでいる。また、公共投資も減少してきている。一方、雇用者所得は改善してきており、百貨店・スーパーなどの売上は増加傾向にある。                             |
|                            |           | 金融業（営業担当）        | 取引先の様子       | ・建設・不動産など一部の業種は引き続き順調であるが、一般消費の伸びが鈍く飲食店等中心に売上高の低迷が続いている。  |
|                            |           | 金融業（営業）          | 取引先の様子       | ・製造業は、一定の受注は確保しているものの、中国経済の減速以降は、停滞感がある。  |
|                            |           | 金融業（得意先担当）       | 取引先の様子       | ・当地域の観光業、小売店舗の代表の話によると、景況感はかなり改善しているとの声も聞くが、地域のイベントや当県で行われたキャンペーン等特殊要因によるところが大きい。建設業関連は依然受注量が厳しく、総じて変わらないと判断する。     |
|                            |           | 金融業（調査担当）        | 取引先の様子       | ・融資状況に変化がない。  |
|                            |           | 新聞社〔広告〕（担当者）     | 受注量や販売量の動き   | ・売上の中核である「通信販売」「旅行」の広告は前年並みだったが、前年度好調だった太陽光発電関連の広告出稿がなく、マイナス分をカバーできずに全体では90%前半にとどまる見込みである。                          |
|                            |           | 経営コンサルタント        | 受注量や販売量の動き   | ・営業活動に励んでいるが、なかなか見込みがない。  |
|                            |           | 経営コンサルタント（社員）    | 受注価格や販売価格の動き | ・原料米の価格が上がり始めた。   |

| 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   |
|----------------|-----------|---|---------------------------------------|--|
|                |           | 経営コンサルタント（代表取締役）                        | 受注量や販売量の動き                            | ・受注件数・金額、問い合わせ件数に変化がない。  |
|                |           | 経営コンサルタント（代表取締役）                        | 取引先の様子                                | ・11月の業況は業種によってまちまちだ。火山の噴火等の影響でホテル関係は若干落ちている。暖かかったので衣料関係も少し悪かったようだ。ただ、11月はイベントが好調で人出が多かったため、飲食関係が例年に比べて良かった。              |
|                |           | その他サービス業〔物品リース〕（支社長）                    | 取引先の様子                                | ・受注成果が好調な取引先が多い。業種で濃淡あるが、建設業関連は好調である。自動車の新車販売は苦戦している。新車登録の40%が軽自動車だそうで、普通車の売行きは厳しい様子である。設備の更新、増設、都市再開発のファイナンスなど資金ニーズは高い。 |
|                |           | やや悪くなっている                               | 建設業（社員）                               | 競争相手の様子  |
|                |           | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）                  | 競争相手の様子                               | ・市町村発注の調査や計画、設計等の業務は、指名競争入札時に予定価格よりかなり安く受注するケースがみられる。アンケート調査等では、予定価格をかなり下回る価格で落札されるケースがみられることから、景気は悪くなっている。              |
|                |           | 悪くなっている                                 | その他製造業（産業廃物処理業）                       | それ以外   |
| 雇用関連<br>(九州)   | 良くなっている   | 職業安定所（職員）                               | 求人数の動き                                | ・約2割が4か月未満の臨時求人であるものの、新規求人数はパートを含む全数で前年同月比13.2%の増加、前年同月比で2か月ぶりに増加となった。フルタイム求人は13.0%の増加、パート求人が13.4%の増加となっている。             |
|                | やや良くなっている | 人材派遣会社（社員）                              | 求人数の動き                                | ・派遣社員の求人数が増加している。  |
|                |           | 人材派遣会社（社員）                              | それ以外                                  | ・司会者派遣を行っているが、全国対象の販売店表彰イベントを当地で行う件数が増えた。規模もドーム使用という大規模なものも多く活性化につながっている。  |
|                |           | 人材派遣会社（社員）                              | 求人数の動き                                | ・ここにきて、新規注文が増えてきた。年末の期間限定の仕事でなく、6か月～1年以上の注文が多い。  |
|                |           | 職業安定所（職員）                               | 求人数の動き                                | ・新規求人数は前年7～9月の3か月の総数でみると約1万件に対し、今年7～9月は約1万1200件となっており、求人数は1200件ほどの増である。一方は新規求職者は前年比で約600件の減である。                          |
|                | 変わらない     | 人材派遣会社（営業）                              | 採用者数の動き                               | ・景況感上昇の機運はないが、すべての分野において人材確保が課題である。  |
|                |           | 求人情報誌製作会社（編集者）                          | 求人数の動き                                | ・求人件数などに特に大きな変化はみられない。   |
|                |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）                          | それ以外                                  | ・博多港へ寄港する中国などからの客船がやや減ってきたが、鉄道、バスなどの事業は好調が続いている。中国の経済状況が心配される報道があるが、当面はアジアからの観光客が急に激減するとは考えにくく、好調のまま変わらない。               |
|                |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）                          | 求人数の動き                                | ・正社員雇用が増加していない。  |
|                |           | 職業安定所（職員）                               | 採用者数の動き                               | ・新規求人数は増加傾向で推移しており、就職件数も前月比で増加傾向にある。しかし、求職者の希望が多い正社員の就職件数は前月比で増減を繰り返していることから、全体の状況としては変わらないと判断している。                      |
| 職業安定所（職業紹介）    |           | 求人数の動き                                  | ・新規求人の前年比での増加傾向は続いているものの、小幅な増加となっている。 |  |
| 民間職業紹介機関（社員）   |           | 求人数の動き                                  | ・求人の数は落ち着いている。                        |  |
| 民間職業紹介機関（支店長）  | 求人数の動き    | ・年末繁忙期の人材需要が前年同期とほぼ変わらない。               |                                       |  |
| 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き    | ・採用予定数に達していない中小企業が多く、引き続き求人の申込が寄せられている。 |                                       |  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|----------------|--------|--|
|    |           | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人の動きは、引き続き順調に推移している。                                 |
|    | やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き | ・求人数が今期初めて前年同月を割っている。上半期に増加した企業のオフィスワーク系の求人が一段落した感がある。 |
|    | 悪くなっている   | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き | ・生命保険会社コールセンター等の求人も落ち着き、求人数は減ってきている。                   |

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人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<br>関連<br>(沖縄) | 良くなっている   | ゴルフ場（経営者）             | 来客数の動き  | ・来客数だけではなく、客単価自体もかなり上がってきている。  |
|                    |           | コンビニ（経営者）             | 販売量の動き  | ・総菜商品が小分けされ、また種類が増え、世代に関係なく売れている。  |
|                    |           | 旅行代理店（マネージャー）         | 単価の動き   | ・年末年始向けの商品は通常よりも高額ではあるが、旅行者の希望に沿った内容であれば予約購入されている。   |
|                    | 変わらない     | 通信会社（店長）              | 来客数の動き  | ・新商品が発売されていることもあるが客足が順調である。しかし価格にはシビアで、割引や特典を競合と比較し購入を決めることが多い。  |
|                    |           | 一般小売店〔菓子〕             | 販売量の動き  | ・特にこれといった材料がない。  |
|                    |           | スーパー（販売企画担当）          | 単価の動き   | ・買上点数は若干減少したが、1品単価は伸びたことから、売上が増加となった。  |
|                    |           | コンビニ（エリア担当）           | お客様の様子  | ・競合他社のファストフード等のお買得セールがあると、客を取られその部門に影響するが、一過性にすぎない。お買得感を求める傾向はあるが、単価は変わらず購買意欲は安定している。  |
|                    |           | 観光型ホテル（マーケティング担当）     | 販売量の動き  | ・稼働率において、ほぼ前年同月実績と同等である。3か月前とほぼ同じ状況である。  |
|                    |           | 通信会社（サービス担当）          | 単価の動き   | ・あまり変化はみられない。  |
|                    |           | 住宅販売会社（代表取締役）         | 販売量の動き  | ・大型の民間賃貸マンションや、商業施設などの現場を抱えている。  |
|                    | やや悪くなっている | 住宅販売会社（営業担当）          | 来客数の動き  | ・展示場への来場客数が前月比で5%減、前年同月比では20%減となっている。  |
|                    |           | 一般小売店〔鞆・袋物〕（経営者）      | 来客数の動き  | ・香港、台湾からの観光客が減っている気がする。  |
|                    |           | 百貨店（営業部）              | 販売量の動き  | ・11月に入り平均気温が前年より2度ほど高く、衣料品の動きが前年割れの推移となる。辛うじて店舗合計は前年をクリアできているが、化粧品等のインバウンド実績を除くと、実勢では前年割れの厳しい月である。   |
|                    |           | 衣料品専門店（経営者）           | お客様の様子  | ・今はまだクリスマスに向けたお金の使い方などを計画中とみている。   |
|                    |           | その他専門店〔楽器〕（経営者）       | 販売量の動き  | ・目抜き通りの商店街は外国人観光客でにぎわっている。夏休みから10月の那覇大綱挽き首里城祭り等ににぎわっているが、売上は減少している。国内観光客も多くがリピーターであり、外国人観光客の沖縄の特産品やお土産の売上はまいちで厳しい。当店も三線などの売上は前年より、悪くなっている。 |
|                    |           | その他飲食〔居酒屋〕（経営者）       | お客様の様子  | ・例年10～11月は落ち込む時期ではある。今年は、平日の入客は月前半は例年並みだが、月後半は落ち込んでいる。小規模だが特徴のある飲食店が増え、客の選択肢が多くなり、中規模以上の居酒屋は団体利用目的が多いため、どうしても平日の少人数客への対応ができていない。           |
|                    | 悪くなっている   | その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当） | 来客数の動き  | ・沖縄県の入域観光客数は、外国人観光客の増加で前年を上回っているものと予想されるが、レンタカーを利用するであろう国内客は、それほど増えてはならず前年を下回る結果となった。  |
|                    |           | 商店街（代表者）              | 競争相手の様子 | ・プレミアム付商品券が大型店に流れている様子がある。手続きの煩わしさもあってか、小売零細企業の売上増にはなっていないようだ。   |

| 分野                     | 景気の現状判断   | 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<br>動向<br>関連<br>(沖縄) | 良くなっている   | -               | -            | -   |
|                        | やや良くなっている | 窯業・土石製品製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き   | ・公共工事は、3か月前に比較するとやや増で、民間工事は横ばいである。  |
|                        |           | 輸送業(営業)         | それ以外         | ・各業態の物量が安定していることと、業界を超えた人員不足による人件費高騰の問題は続いているものの、トラック輸送に必要不可欠な燃料費が下がっていることで、収益が良くなっている。 |
|                        | 変わらない     | 食料品製造業(総務)      | 受注量や販売量の動き   | ・実際の当社生産高や販売高の推移からみて判断している。増加しておらず微減で推移している。  |
|                        |           | 建設業(経営者)        | 受注価格や販売価格の動き | ・受注価格が低い。   |
|                        | やや悪くなっている | -               | -            | -   |
| 悪くなっている                | -         | -               | -            |   |
| 雇用<br>関連<br>(沖縄)       | 良くなっている   | -               | -            | -   |
|                        | やや良くなっている | -               | -            | -   |
|                        | 変わらない     | 人材派遣会社(総務担当)    | 求職者数の動き      | ・求人誌へ募集を出しても応募が少なく、登録者、すなわち求職者の減少傾向が続いている。  |
|                        |           | 求人情報誌製作会社(編集室)  | 求人数の動き       | ・11月度の週平均件数は908件で、3か月前と比較するとプラス14件と微増である。   |
|                        | やや悪くなっている | 学校[専門学校](就職担当)  | 周辺企業の様子      | ・地方の中小企業からの求人に対して反応がない。特にサービス業への応募者が減っている。  |
| 悪くなっている                | -         | -               | -            |   |