

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（ - : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	高級レストラン （経営者）	それ以外	・中央市場に仕入れに行くが、赤貝や高級なマグロといった飲食店用の食材は全く売れていない。需要が非常に少ないとみられ、年末にもかかわらず値上がりもしていない。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	単価の動き	・ボーナス景気は存在しなかったが、消費者の財布のひもはゆるんだようで、前年よりは若干良くなっている。ただし、基本的には食料品など必需品優先の消費で、ぜいたく品などには回ってきていない。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・シャッターが下りていたところが新規開店するなど、徐々にではあるが活況が感じられていたが、場所柄好影響を受けているイベントでトラブルがあり、一部物販やファーストフード店、飲食店ではかなりの影響を受け苦戦している。
		一般小売店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・たばこの値上げにより最低になった売上が少しずつ戻っているものの、値上げ前に比べると、まだかなり落ち込んでいる。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	販売量の動き	・12月という特別な季節なので、繁華街への人出も多くなっているものの、単価の動きは非常に悪くなっている。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・婦人服、ブランド宝飾品など、前年の売上を上回る部門が出てきている。一方で、歳暮については客単価及びお届け件数が下がっており、儀礼品については中元に引き続き消費者の引き締めが続いているものの、全体としては上向き傾向である。
		百貨店（売場担 当）	来客数の動き	・前年は中旬に大雪が降って客足が低迷し、売上が大きく落ち込んだが、今月は降雪により防寒アイテムの動きが好調で、2年前と比較しても売上を伸ばしている。毎年12月に開催している得意客向けの催事も、ほど良い降雪と気温の冷え込みにより、来客数、売上共に目標を大きく上回っている。
		百貨店（経営 者）	販売量の動き	・低単価志向は変わっていないものの、販売量に動きがみられ、今月の売上も前年実績を維持できそうな状況にある。歳暮ギフトも前年比プラスで推移している。個人消費が回復しているとはいえないが、冬のボーナスがプラスになっていることも影響している。
		百貨店（販促担 当）	販売量の動き	・12月は各部門ともに堅調に推移している。特にクリスマス商戦での婦人雑貨部門が大変好調であり、低迷していた高額品を扱うブティックも上向いている。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・先月の連続集中キャンペーンの余韻及び今月前半から行っているキャンペーンの効果が出ているようで、来客数、売上共に伸びている。年末ということで客単価も増加している。
		コンビニ（経営 者）	お客様の様子	・来客数は前年比98%、客単価は同100%となっている。たばこの売上高は同100%だが、傾向としては200円台のたばこを購入する人が多くなっている。また、150円台のスイーツ系のデザートが好調のほか、日配品や野菜は低単価商品が売れている。
		コンビニ（エリ ア担当）	お客様の様子	・たばこ増税前の特需の反動による客数減を予測していたが、売上は想定以上に回復しており、前年比で伸長している。
		衣料品専門店 （店長）	お客様の様子	・前年はこの時期に福袋の問い合わせなどはほとんどなかったが、今年は先行して送付した案内状への反響も大きく、前年よりも良くなっているような、景気が上向きつつあるような実感がある。
		その他飲食〔弁 当〕（スタッ フ）	来客数の動き	・新幹線の延伸開業により、前年に比べ中心街の客は増加している。
		観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・来客数、売上共に2か月連続で前年並みに近い水準で推移している。ただし、大きな団体で売上を確保しており、一般の家族旅行や夫婦旅行は減少している。日によっては極端に宿泊の少ない時もあるなど、不安定な収益構造となっている。
変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・前半は新幹線の延伸開業効果も見られ、また、冬物は天候にも左右されたが順調に動いている。年末にかけては荒天模様のため、年末年始の動きは不安である。	

商店街（代表者）	来客数の動き	・年末の動きが悪く、活気がない。
一般小売店 〔茶〕（経営者）	それ以外	・依然として消費の低迷は続いている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・景気が悪化しているのであれば、上得意客の購買動向に変化がみられるはずだが、継続して来店している客の単価は落ちていない。また、平均来客数も落ち込んでいない。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・販売量、売上共に横ばいで推移しているものの、高単価商品の動きは鈍く、消費者の低価格志向が続いている。
一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	来客数の動き	・クリスマス商戦、年末商戦共に盛り上がりには欠けている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・20日ころまでは、ハウスカードのポイントアップなどもあり、前年をクリアし順調に推移していたが、後半は大雪に見舞われ、来客がほとんどなくなっている。得意客向けにクリアランスのプレセールを実施したものの、盛り上がりには欠けている。
百貨店（企画担当）	単価の動き	・クリスマスや歳暮ギフトは前年を上回る結果となったが、全館の売上は相変わらず厳しい状況が続いている。客単価や1品単価も上向きつつあるものの、買物をする客の数が依然としてマイナスの状況で、全体の売上額が伸びていない。したがって、消費に力強さを感じられない。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・3か月前は厳しい残暑の影響で秋物商材の動きが悪く大苦戦したが、今月は大きな天候要因もなくそこそこの動きはある。ただし、客は相変わらずシビアで、買物の仕方は3か月前と変わっていない。
百貨店（経営者）	来客数の動き	・暖冬の影響もあり、冬物商材の動きが低調である。来店客からも、今季は我慢できる、雪が降ったらなど様子見の声が多く聞かれる。ソフト、ハード共に商品はクリアランスセール待ちで、特にカーペットや暖房機器、重装寝具など冬の部屋支度関連の商品は厳しい。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・来客数は降雪が少ないため若干増加で安定しているものの、野菜価格の低下により客単価は低下している。また、クリスマスケーキの販売量は前年並みだが、単価はやや低下している。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・前年との比較では、商圈内に競合店が3店舗増加し、来客数、売上共に厳しくなっている。景気回復感は見られない。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は変わらないが、客単価が若干下がる傾向にある。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数や買上点数の増加により、売上は前年比で増加している。ただし、その背景には価格訴求や販促策強化があり、既存店で前年並みの粗利益高、経常利益高を稼ぐのは非常に難しい状況である。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・平均単価はこれまで同様、前年同月比で3%強の落ち込みであるが、買上点数がその落ち込みをカバーし、さらに来客数も前年比で3%程度伸びているため、売上はやや良い傾向で推移している。ただし、高品質の商材にも若干の動きは見られたものの、薄利品や低単価品が動く傾向は依然としてかなり強く、収益としては前年同様に芳しくない。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・特売等の価格に反応する客の動きが見られるが、依然として購買傾向は変わらない。1点単価は下がっているものの、買上率が上がっているため売上を何とか確保している状況である。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・3か月前はたばこ増税前の特需もあったが、その分を除いてならして比べると変わらない。ただし、底打ち感はある。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・たばこ増税後、販売量は低下しているものの、販売高は10%以上伸びており、店全体の日販も前年を上回っている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・来客数は若干増加しているが、販売量及び1品単価が前年比5%程度落ち込んでいる。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・歳暮ギフトの個人需要は減少しているものの、法人需要は増加傾向にある。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客が1人もいない日がある。

衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・元日からセールを開始する計画を立てていたが、前倒してセールを仕掛けてくる企業が多く、客にもセール待ちの様子が見られる。
衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・12月は、販売高、販売数量が年間の15%を占める重要な月であるが、今年は厳しい状況である。ボーナス商戦、クリスマス商戦の客の動きを見ても、景気が良くなっている様子はうかがえない。
家電量販店(店長)	単価の動き	・単価が安く、品質の良い物を求める消費者心理が一層進んでおり、単価の低下に歯止めがかからない状況であるため、来客数は減っていないにもかかわらず売上金額が減少しつつある。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー購入補助金の反動減は相変わらずで、新車受注ベースは9月から一貫して落ち込んでいる。
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・月ごとに前年比での増減を繰り返しているが、法人部門が減少気味で個人が多少増加している。合計では減少しているが、粗利率の差額でカバーしている。
その他専門店 [呉服](経営者)	来客数の動き	・年末売り出しをしているものの、来客数の増加に結び付いていない。
その他専門店 [靴](経営者)	お客様の様子	・冬物の準備に対してかなり慎重で、積雪や気温等の推移をみて購入時期を遅らせたり、年末のクリアランスや初売りセール等の開催を待って購入を見合わせたりしている客が多い。
その他専門店 [酒](営業担当)	来客数の動き	・現状はやや下降気味で、経営努力で一進一退を繰り返しており、大きなマイナス要素があるとばん回するのは非常に困難である。贈答関連は固定された数字しか出ない。飲食店は出足が悪いものの、やや減にとどまっている。店頭販売は、低価格商品しか大きな動きはみられず、年末年始向けに少し高い酒が多少動いているだけである。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・飲食店などでは、年末年始に新しい白衣を着てという慣習が崩壊している。以前は季節ごとに買換えしていたが、最近はほとんどなくなっている。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・原油価格の上昇とともに、ガソリン、灯油等の石油製品の価格が上昇し、その影響で販売量が伸び悩んでいる。結果として、販売減が販売単価の低下につながっており、数量減と粗利益減のダブルパンチで経営の悪化を招いている。そのため、立地条件の悪いガソリンスタンドの閉鎖が進み、生活インフラにも影響を及ぼしつつある。また、年末は寒波の影響により交通状況が悪化し、需要が落ち込んでいる。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・千円分とか、10リットル、20リットルといった給油の仕方が多くなっている。
高級レストラン (支配人)	単価の動き	・来客数に大きな変動は見られない。単価は前年よりも厳しく、客の年齢層によって単価が落ちており、特に若年層が顕著である。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・週末の予約も3が日に集中しており、金曜日も満室は1日のみとなっている。忘年会も一般企業はわずかで、公務員や医療関係がメインである。また、長年の得意客も減りつつある。
観光型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・景気の良い業種は見当たらず、客の財布のひもも依然として固くなっている。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・忘年会の入込は当初は非常に芳しくなく、売上減を想定していたが、一般宴会については終盤の押し上げがあり、何とかという状況である。新幹線の延伸開業による反動で秋田新幹線の乗車率が下がっており、宿泊関係が思ったよりも伸びていない。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・繁忙期であるため、売上自体は他の月と比較はできないが、高単価商品であるおせちの販売量が前年を下回っている。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・企業、団体等の利用状況も前年並みだが、個人利用は前年をやや下回っている。

旅行代理店（店長）	販売量の動き	・旅行全体での取扱額が前年比131%と伸びている。団体旅行で高校修学旅行の件数が増加し、個人旅行も海外旅行の販売が前年比132%だったことが主な要因である。反面、個人の国内旅行は宿泊券の販売が振るわず、前年比7.4%減と不振となっている。	
タクシー運転手	販売量の動き	・年末なので人出が多く、いつもの月よりは忙しいものの、前年比では少なくなっている。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・給料も下がる傾向にあり、消費マインドは低下している。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・一部の小売店やホテル業では、新幹線の延伸開業の効果が出ているが、その他の業種は恩恵を受けていない。また、開業の盛り上がりも続いていない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談からは、好況感や設備投資への意欲は相変わらずつかえない。例年、来年への期待感が強まる年の瀬だが、円高や株安の一連の報道から閉塞感が依然としてみられる。来年7月の地上デジタル放送への完全移行を前に家電業界も一服感があり、景気回復をけん引する業界が出てこない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・12月は新商品の投入で、個人を中心に引き合いが活発になるが、その効果も前月とあまり変わらず出足が鈍くなっている。	
テーマパーク（職員）	販売量の動き	・今年は新型インフルエンザがまだ流行しておらず、入込客数は維持できているが、販売量は変わらない。また、団体客も財布のひもが固く、お金をなかなか落としてくれない。	
遊園地（経営者）	来客数の動き	・週末7日だけの営業であり限定的な判断だが、平年よりも大分暖かくなったため、来客数は増加している。ただし、単価は弱含んでいる。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・前年比の来客数の減少幅は縮まってきている。落ち込みが和らいできているという意味であり、良いといえる状況になったわけではないが、底をついたイメージはある。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・クリスマスシーズンや正月を迎える時期にもかかわらず、美容室に向いておしゃれをする余裕が消費者にはみられない。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・予算が厳しいため、予定していた仕事が施工まで至らず、キャンセルになったりしている。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・各店の前年比売上高は、これまではプラスマイナスあるなか、平均するとややマイナスであったが、最近はやや軒並み全店マイナスの傾向にあり、消費は盛り上がりがない。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	お客様の様子	・地方経済の低迷や行政の停滞、ボーナスの支給状況から、消費マインドは低迷したままである。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・来客数、販売量共に減少している。客は必要なものしか購入しない傾向が続いている。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・前半は、客がクリスマス、年末に向けて節約する様子が見られ、重点商品の動きが鈍くなっている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの値上げによる影響で、来客数が減少している。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・仕事がないという話をよく耳にするが、現場に出ている人の来店数と単価が下がっている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの販売量の減少の影響もあり、来客数が減少している。値上げ前の9月との比較での来客数減はやむを得ないが、来客数が回復しないことには売上の回復につながらない。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・セールが始まったがいつもより盛り上がりには欠ける。消費者は値段や割引率では動かない。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・スーツの購入を目的とした30～40代のビジネスマンの来店が大幅に減少している。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金が終了し、一段落している。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金終了後の反動に加え、農漁業の不作、不漁も影響してか、客の購入時期は年明け以降にずれ込むため、厳しい状況である。
	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・エコカー補助金終了後の反動が年末にかけてピークを迎えており、来客数は依然として前年比70%と減少傾向で、新車、整備部門共に収益性を欠いている。

	その他専門店 〔パソコン〕 (経営者)	販売量の動き	・忙しくなるはずの時期にもかかわらず、工事受注がなく、販売量も良くない。	
	その他専門店 〔食品〕(経営者)	単価の動き	・歳暮ギフトの単価がここ数年見られなかったほど低下傾向にある。	
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・昼夜通して来客数がゼロという日もあり、開業15年で最も厳しい12月と言わざるを得ない。	
	一般レストラン (経営者)	それ以外	・客の様子、来客数、販売量、単価のすべてにおいて悪くなっている。例年は12月も第2週以降は良くなってくるのだが、今年は第3週以降にずれ込んでおり、盛り上がりも例年ほどではない。	
	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・私の店舗はリピーターでもっているが、大手チェーン店ですら週末しか忙しくないようである。	
	一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・安売り等の販促を行うと客は増えるが、やめると客足も止まる。客は金をなるべく使わないという気持ちになっている。	
	一般レストラン (支配人)	単価の動き	・来客数は前年並みに回復しているが、夜の単価は依然として前年割れしている。	
	観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・地域に景気回復感がなく、法人を中心とした忘年会の申込が落ち込んでいる。一方、個人に関しては商品企画、ネット戦略が功を奏し、当初計画通りで推移している。	
	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・比較的暖冬ということもあり、忘年会あるいはランチタイムの客の入りなどはほぼ前年並みで推移している。ただし、2次会は催さない人が多くなっており、その分売上が減っている。	
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・忘年会やクリスマス商戦においても、プランによっては前年を下回る厳しい状況となっている。客も二極化しているため、ターゲットを絞るのが難しく、間口を広げなければならない状況である。依然として消費者の財布のひもは固く、来店頻度と消費単価も減少している。	
	タクシー運転手	単価の動き	・より安い車を選んで乗車する客の様子が見受けられる。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・依然として夜間の乗客は非常に少なく、年末の忘年会等の需要も期待したものの、客は2次会、3次会が行わず、全く期待はずれの状態である。	
	観光名所(職員)	単価の動き	・来客数は前年同期と比べて10数%のマイナスとなっている。加えて、客の買い控えも見られ、客単価が若干落ちてきている。	
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・エコポイントによる受注の伸びがほとんどない。また、断熱材不足による工期延長で、現場全体の作業効率が非常に落ちている。	
悪くなっている	一般小売店〔スポーツ用品〕 (経営者)	来客数の動き	・来客数、売上共に減っており、企業努力だけではどうにもならない。	
	スーパー(経営者)	販売量の動き	・来客数の減少と単価の低下が顕著になっている。	
	家電量販店(店長)	販売量の動き	・エコポイント半減前の特需の反動により落ち込んでいる。	
	家電量販店(店長)	来客数の動き	・今月からエコポイント半減し、景気が悪くなっている。	
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・点検、整備、修理の件数は例年並みであったものの、新車、中古車の購入見込客の来店は激減している。新車はハイブリッド車を始め、環境対応車はほぼ見込み通りの受注販売を確保するものの、全体ではエコカー購入補助金終了の影響並びにボーナスの減額等で20%前後減少する見込みである。	
	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・エコカー購入補助金終了後は、目立った受注の回復が見られない。	
	住関連専門店 (経営者)	お客様の様子	・耐久消費財を購入する機運ではないのか、もしくは、初売りに向けての買い控えなのか、年末に入り来客数も減少してきている。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	食料品製造業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・年末の荷動きは例年通りであるが、低価格志向は例年よりも強まっている。先月まで売っていた低価格商品が、他社の類似商品の発売とともに売れなくなるという状況が続いている。
		輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・全般的に物量は増加傾向にある。

	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・来年度予算額の規模が大きくなっている。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・12月4日の新幹線延伸開業に伴い、地域差はあるものの旅館やホテルなどの稼働率が上昇している。
	広告業協会（役員）	それ以外	・小売店関連のテレビのスポット広告が、前年比で少しだが増えてきている。また、住宅設備関連では、エコポイントが継続中のため、テレビ出稿が続いている。求人も多少上向いてきている。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・新幹線の延伸開業に伴う関連広告の受注が続き、やや好調で推移している。年末商戦の関連でも前年度と比較すると受注量が増えている。
変わらない	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・ふじりんごの年末贈答品の注文数は前年同様だが、10キロ箱から5キロ箱へと安い商品へ変更する客の割合が7～8%増加している。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の様子を見ても、全体的にはあまり良くない。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・歳暮商戦は予想通りで苦戦している。客単価の落ち込みを客数でカバーしたいところだが、なかなか難しい。
	繊維工業（経営者）	それ以外	・エコカー購入補助金は終了、エコポイントも半減し、店頭でも活気が見られず、雇用情勢も悪くなっている。
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の価格に下げ止まり感が出てきている。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・忙しさは例年通りだが、売上がそれに追いついていない状態が続いている。
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・東北の冬は積雪のため、発注工事が極端に少なくなり、3月までは予算内での下水道工事や雪による道路補修工事などが中心となるため、この時期の新規発注はほとんどない。
	建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・工事の件数減少に伴うコスト競争から、厳しい状況が続いている。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新規契約のみならず、契約更新時に厳しい条件が提示される傾向は変わらない。製造業の取引先の対応が特に厳しい。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・建設業や電子部品製造業は、依然として売上の低迷が続いている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・元日のチラシは前年同期を2割程度上回っているが、歳末のチラシが2～3日分の合計で2割程度下回っている。チラシの傾向としては、中央から入るものやパチンコ等の特定業種のを除き、地元は相変わらず不活発で上向きといえる状況にはない。
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの決算や月次状況をみると、赤字、赤字の企業の割合が前月と同様に半々程度であり、景気は好転していない。
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の状態があまり良くならないまま翌年に突入するものと思われたが、成果としては例年と同じくらいの受注量となっている。
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・競争もあると思うが、受注価格に加えて、販売価格もチラシ特売などで日に日に安くなっている。
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・酒類の出荷状況は依然として好転していない。特に需要期となる日本酒の出荷に回復がみられず、商売の継続に不安を抱く小規模酒販店が続出している。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・住宅会社は、受注が横ばいのままのところもあれば、落ち込んでいるところも、前年比で若干伸びているところもあるという状況となっている。
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、年末年始の連休は29～3日までと短く、景気もまずまずの感じはするものの、工事業者やベンダーなどの出入りは減少傾向にあり、これまでの上昇傾向に一服感が感じられる。	
やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・歳暮ギフトの売上がどの販売チャンネルでも前年比5～10%減少している。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上高は前年比で約3%割れの状態が3か月続いている。
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車部品においては、エコカー購入補助金の終了により国内の自動車販売が減少し、影響を受けている。加えて、現状の為替水準では輸出の採算が非常に厳しい状況となっている。

	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・受注量の減っている企業が増えている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・円高により会社の業績が落ち込んでいる。また、各種補助金の終了により個人消費が低迷している。	
	悪くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・来客数や問い合わせの数も少ない。また、冬季に入り、開店休業状態となっている。
雇用 関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・営業職の正社員募集をする企業が増えてきている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新しい企業から派遣依頼が入ってきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・卸小売業や医療福祉関係の新規求人数が増加している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・年末に差し掛かっても求人数や職種にまだ変化がない。慢性的に人材不足感のある営業職も求人は増えず、企業全体が守りから攻めに転じている様子がうかがえない。
		求人情報誌制作会社（編集者）	雇用形態の様子	・派遣から直接雇用に切替える企業が増えているものの、多くはパートや契約社員への切替えであり、契約期間や給与など労働者の待遇や条件は派遣と変わっていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ここ数か月の求人数の動きをみると、一時の急激な落ち込みからは脱しつつある。ただし、エコポイント等による消費喚起の効果は雇用には結び付いていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・12月になり県内の2つのゴルフ場が民事再生法の適用を申請している。負債額は両社で87億円と今年最大規模となっている。景気後退によるゴルフ人口の減少及び近隣ゴルフ場との競合による売上減少などが要因と思われる。事業は継続するということが、雇用環境に大きな影を落としている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人数は前年同月比で引き続き増加しているものの、大型の事業所閉鎖もあり、景気が回復している状況ではない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比でかなり減少し、4か月ぶりに減少に転じている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・休業などの雇用調整を実施する企業数は減少していない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は引き続き増加基調であるが、ほとんどが欠員補充の小口求人であり、増員のための求人はあまりみられない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・石油、ガス、卸小売業は、エコカーの普及によるガソリン燃費の向上のため販売量が減少している。また、不景気により温泉街の従業員数が減少している。ミシン販売業は、客の購買層が60歳以上の高齢者であり、50歳以下にはあまり関心を持たれておらず、売上高が減少している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年に比べ増加傾向にあるが、有効求人倍率は依然低迷を続けている。	
職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4か月連続で前年を上回っているが小幅で、短期間のスポット的な求人が目立っている。		
やや悪くなっている	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・競争で、収支に見合わない価格になっている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・取引先の乗用車販売店では、エコカー購入補助金終了で極度の売上不振に陥っており、営業マンの過剰感が現実味を帯びてきている。	
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・単月決算が3か月連続で欠損しており、新規契約の低迷に加え、既存の契約も満了後の更新ができない状況が続いている。	