

・景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良く なっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災直後の3月と比べると、約70%と相当数の客が戻ってきている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、極端に落ち込んでいた売上が今月になって前年並みの売上に回復してきた。購買意識の高まりを感じる。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・客単価は依然低いものの、東日本大震災直後から少しずつではあるが客足が戻りつつある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響による買い控えの傾向はやや落ち着きを見せ、消費も回復傾向にある。ただし、観光需要の回復にはまだ時間がかかる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災から3か月が経過して、消費マインドが落ち着いてきており、季節商材に対する動きは少しずつ上向いてきている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・バーゲンの前倒しが見られるなか、気温の上昇とともに客の購買意欲が増してきている。バーゲンを前倒ししている店では実際に売上も上がってきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、観光バスの台数が若干増えてきている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きかった3～4月の景況と比べれば、来店客の動きや購買意欲は格段に高まっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・前年と比べて気温が若干低めに推移しているため、衣料品等の動きは厳しい状況にある。その分、食料品と家庭用品が堅調に推移しており、店全体としてはほぼ前年並みという状況にある。東日本大震災の影響も3か月が経過したことで、少し落ち着いてきており、客も必要な物はしっかりと購入するようになってきている。ただし、実需品主体の動きはあまり変わらない。
		衣料品専門店（店員）	単価の動き	・3か月前は東日本大震災の影響で消費意欲が低かったが、6月は全体の景気も回復しているなか、高額商品を購入する客も多くなってきた。また、観光客も国内にとどまらず、海外からも来るようになってきている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行を直前に控えて、テレビやチューナー、アンテナ工事の受注が増加している。さらに、火災報知機の義務化により報知機の販売も大幅に増加している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中古車相場の上昇にともない、乗換えの時期と判断する客が増えてきた。ただし、需要は軽自動車と小型車がほとんどである。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・メーカーからの車の供給が回復してくるに連れて売上が回復基調になってきている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・気候がやや良くなったため、売上が増加している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・6月の取扱額は、国内旅行が前年比99.9%、海外旅行が前年比131.8%となっている。国内旅行が若干前年を下回っているものの、海外挙式プランが好調で、全体の状況はやや良くなっている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災により遠方の客とのつながりが一時的に弱まっていたが、再び交流が活発化しつつある。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前は利用客が前年比で7割減だったが、現在は3割減程度まで回復してきている。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災後、遠のいていた客がだいぶ戻ってきている。震災の影響でマンションの供給量が減ってきているため、需給関係はかなり改善されている。こうしたなかで、販売量もやや増加している。		
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子は以前と変わらず、現状のままで推移している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比較すると、修学旅行及び外国人観光客などによる航空会社を含めた交通機関等の利用者数は増加しているが、購入品目は土産品等に限定されており、一般的な買物客は減少している。特に、気温の上昇があまり進まないため、夏物衣料品を取り扱う店舗は売上が伸びていない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・前月と比べると、売上も回復基調にあり、少しは明るい兆しが見えている。1件当たりの買上点数も以前と比べてそんな色がなくなってきている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月の売上は25日現在、前年比97.7%となっており、ここ3か月のトレンドである前年比95%を上回っているものの、買上客数は前年比94%前後と回復していない。
		百貨店（役員）	来客数の動き	・東日本大震災後、消費マインドの低下が心配されたが、予想以上に消費動向は落ちていない。ただし、良いというほどではない。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・本州では景気がやや上向きのようなのだが、震災特需も終わり、これといった明るい材料がない。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による商品の欠品等もかなり回復しており、通常の消費動向に戻っている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・引き続きたばこの販売量の回復が売上をけん引しているが、それ以外の商品の回復は遅い。客単価も前年並みまで回復しない状況が続いている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・小型液晶テレビが駆け込み需要でよく売れている。エアコンの売行きも好調である。
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・7月24日のアナログ停波に向けて、テレビの駆け込み需要が多くなってきている。
		自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・積極的な販促活動でなんとか踏ん張っているが、来客数、販売量ともに苦戦している店舗も多いとみられる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・自動車用燃料の販売量の減少が継続している。
		高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・今月はやや悪いが、業界全体では自粛不況が落ち着き、低価格店の一部には客足が戻りつつある。一方で、高級店には最低限の客だけで、商売としては厳しい現実がある。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・極端に平日の来客数が減少している。週末や休日前は予約での来客があるが、平日のフリー客が特に少ない。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・海外客は幾分回復の兆しが見えるものの、依然として本州方面からの日本人客の予約が低調である。
設計事務所（所長）	お客様の様子	・仕事の話はあるものの、なかなか契約までは進まない。		
やや悪くなっている		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・催事場での物産催事を3週連続行ったが、東日本大震災の影響もあるのか、客の入込が厳しいなか、買上客も少ない状況であり、前年比90%台前半の売上となっている。衣料品については、猛暑だった前年とは違い、羽織物に動きが多少あったものの、半袖物の動きがみられない状況である。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・以前は売上総額が前年を超えるまでには至らなくても、来客数の減少が続くなかで、客単価上昇の傾向が続いていたが、今月は来客数の減少に歯止めがかからないなかで、客単価も低下に転じてしまった。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・水着、浴衣等の盛夏商材が不振である。気温が前年ほど高くないことに加えて、東日本大震災の影響による水離れ、祭などへの参加自粛により、販売量が伸びていない。また、食品も野菜の相場安から不振である。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・既存店における客単価は前年比100.8%とこの数か月大きな変化はないが、来客数が前年から2%前後減少していることで、販売量が落ち込んでいる。東日本大震災後の影響で買い控えや来店回数の減少が続いているとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、温泉地や観光地の来客数が減少しており、週末の売上減少が続いている。また、夜間のアルコールの売上も減少しており、消費マインドは低下している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・医薬品等の必需品の購入は最低限保たれると思われがちだが、実際は買い渋りが多くみられる。調剤においても間引き服用が起きている。	
		高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・観光客の入込が悪い。高速道路無料化社会実験が廃止になったことと東日本大震災の影響が原因とみられる。	
		観光型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・近隣アジアからの観光目的の宿泊客が前年比で9割減となっている。一方、国内のビジネス・観光目的の宿泊客は前年並みまで回復したが、客単価は約2割の減少となっている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・3月の東日本大震災以来、人の動きが少なくなっており、観光客も一向に回復していない。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・3か月前との比較であれば、約4%の売上増となっているが、前年には約7%の売上増があり、前年実績との比較では約10%の落ち込みとなっている。東日本大震災の影響がまだ大きく、身の回りの景気が回復しているとは思えない状況にある。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・福島原子力発電所の事故の影響で、西日本からの客と海外からの観光客が減少している。	
		観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災及び福島原子力発電所の事故問題以降、東南アジアからの来場者が激減している。ただし、5月に入り、台湾、香港の来場者が若干訪れるようになってきている。また、東北方面に出かける修学旅行が減少し、道内に来る修学旅行が増加している。	
		住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で足元の景気は非常に悪くなっている。	
		悪くなっている	スーパー（店長）	販売量の動き	・自社新店も含めこの3か月間に競合店が4店舗増えており、それにとまなう価格競争のため、客単価が下がっており、売上も利益も減少している。
			高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・今月の売上は前年比80%を下回り、東日本大震災以降で最も厳しい月となった。高速道路無料化社会実験の廃止、福島原子力発電所の放射能問題等から観光客の落ち込みはひどく、7月以降の対策に腐心している。
	通信会社（社員）		お客様の様子	・客の購買意欲が慎重になっており、この先どうなるか全く見えないから今はいらぬという言葉を毎日のように聞いている。閉店する店も出てきている。	
	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	・東日本大震災の影響から、前月に引き続き観光客が減少している。特に観光最盛期が近づいていることから、その輸送量の減少は当社を始め地域経済に深刻な影響を与えている。	
	企業動向関連	良くなっている	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	・前年比でみると売上は伸張している。
		やや良くなっている	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の混乱が少し落ち着いてきた。滞っていた請負物件が動き始めた。
建設業（従業員）			競争相手の様子	・医療施設や高齢者福祉施設の工事の見積発注が相次いでいるが、一部に東日本大震災や福島原子力発電所の事故問題の影響もあって、建設会社によっては職員配置に困難が生ずることから、受注を断念する事態も生じ始めている。	
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災直後の3か月前と比較した場合、受注量や問い合わせの件数が多少回復傾向にある。	
		金融業（企画担当）	それ以外	・東日本大震災直後からみれば、景気は低水準ながら良くなっている。自粛ムードも薄れ、観光関連もわずかに持ち直してきた。建設業などでは、復旧工事で需要増の企業もみられる。一方、原材料価格は更に上昇していることで収益確保に悩む企業が多い。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・農家が繁忙期に入り活気が出てきた。	
変わらない		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・確保している原料に限りがあるため、積極的に受注に出ることができない状況にある。	
	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・加工単価が下がっている一方で、材料代が上がっているため、なかなか景気が良くなってこない。		
	金属製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・販売量などをみてもあまり動きに変化がみられない。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・本州地区が暑くなってきたことで、飲料品は出荷が順調になりつつある。牛乳の本州への輸送も前年より早く増量輸送となっている。ただし、前年の農産物不作により在庫が少ないため、輸送量は激減している。	
		司法書士	受注価格や販売価格の動き	・住宅関連企業では例年になく受注量が低下している。そのため、土地取引関係も思うように伸びない状況にある。	
		司法書士	取引先の様子	・政治の混迷、災害復旧の遅れ、景気回復のための諸策の不足等で大型消費に期待できない状況に変化はない。消費税増税の動きもあり、消費拡大、経済向上の動きが不足している。	
	やや悪くなっている		食料品製造業（団体役員）	それ以外	・東日本大震災後にみられた生鮮食品や珍味の受注量の増加も平常に戻った感がある。一方で、福島原子力発電所の事故解決の不透明さと原料や資材の高騰の影響もあり、受注量は以前よりも減少している。また、電力需要の逼迫や高速道路無料化社会実験の廃止、観光産業の回復遅れと地域経済が落ち込んでいることもマイナス要因となっている。
			輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により、代替港として貨物の取扱量が増加傾向にあったが、時間の経過と共に落ち着きがみられるようになってきた。
			その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量が減っている会社が周りで増えてきている。
			その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で北海道全体での仕事量が一時的に減っている。
悪くなっている	司法書士	取引先の様子	・土地売買、建物の新築の件数が相変わらず少ない。		
雇用関連	良くなっている	—	—	—	
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3月に発生した東日本大震災直後は、流通業界においてキャンペーン、販売促進イベントが皆無となり、パートを含めて求人が激減したが、3か月がたって、ようやく前年の2割減まで持ち直してきている。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は前年比107%と東日本大震災前の状況に戻りつつある。激減していた観光客も少しずつ戻ってきており、これにともなって宿泊業関連の求人が増えてきている。道外の業務請負系の求人も、復興需要と思われる増加がみられる。道内の業務請負、紹介・派遣の求人も活発になってきている。	
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・本州方面への製造業の派遣、紹介を含む求人が若干増加傾向となってきているが、いまだ安定的ではない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・今月も募集広告の売上が前年を上回った。売上の大きい派遣業種は15%ほど数字を落としたものの、介護関連を中心とした医療、農作物運搬の運輸、運送業種が前年を大きく上回り、派遣業種の減少を補い、更に上乗せしている。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率に変化がみられない。	
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・4月の新規求人数は前年を6.9%上回った。新規求職者数は前年を1.7%下回った。月間有効求人倍率は0.48倍となり前年の0.38倍を0.10ポイント上回ったが、新規求人数のうち、正社員求人の占める割合が44.4%となっている。求人者と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから、依然として厳しい状況にある。	
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職は8.3%増加し、16か月連続で前年を上回った。また、月間有効求職者数は2.3%増加し、2か月連続で前年を上回った。	
		職業安定所（職員）	それ以外	・管内の求人倍率は0.38倍と前年を0.07ポイント上回ったが、前月を0.04ポイント下回るなど、水準の低い状況が継続している。	

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
		学校〔大学〕 (就職担当)	周辺企業の様子	・3月の東日本大震災から時間がたち、新卒採用を初めとした就職環境の回復を期待しているところではあるが、社会全体の節約、節電等の方向が維持されているなか、企業との対応においても採用等の動きが停滞している。一部の企業からは2013年卒業生の採用動向も今年度並み、もしくは減少の方向にあることを伝えられている。
	やや悪く なっている	○	○	○
	悪く なっている	—	—	—

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・人通りは明らかに増えている。飲食、物販、ファッション、食品、家庭雑貨等において、大きな消費から身の回りの着実な消費へと転換している様子が見られる。高級店よりも一般店の方がより追い風を受けている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・売上が前年比110%以上で推移している。たばこ増税によるところも大きいのが、1人当たりの買上点数もアップしている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災の発生時に比べ、店舗の品ぞろえはもちろん周辺環境も平時に戻っている。一部店舗では復興需要も見られ、全体としても良くなっている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、礼服やクールビズの需要に加え、服をしっかりとそろえようという人が多くなっており、来客数、売上共に増加が続いている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の直後に比べ、購買意欲も少しずつ戻ってきている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・単純に比較はできないが、休業状態であった3か月前と比べると良くなっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の直後と比べれば確実に良くなっているが、震災前とは雲泥の差であり、前年比でもまだ回復したとはいえない。
		美容室（経営者）	それ以外	・東日本大震災の前後で単価は3、4割下がっているが、震災直後との比較では、たいがいのことが良くなっている。
やや良く なっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・生活関連基礎資材に動きが見られ、関連する店は前年を上回っているところもある。また、飲食店でも価格帯の低い店は活況を呈している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災後、風評被害や消費者の消費意欲の減退が続いていたが、少しずつ改善し始めている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・現在、たばこの銘柄及び出荷数量が限定されているため、コンビニから客が流れてきている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・当地には震災復旧の関係で県外の人が多く集まっており、土日になると繁華街に食事に来るため、人の流れは良くなっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・インテリア関係の受注が多くなっている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災による特需が続いている。また、仕掛けに対する反応が大きく、前年比でも大きく伸ばしている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・先週から始まっている中元商戦は、直前に梅雨入りしたことから売上が心配されたが杞憂ですみそうな状況である。先月に引き続き今月は中心街の人出も多く、当店の来客数も2けたの伸びである。また、海外ブランドの高額品が堅調に推移している。したがって、今月の売上は先月に続き前年を上回っている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・震災特需が相変わらず継続している。中元ギフトセンターが開設されたが、通常用途に加え、震災のお見舞い返しも多い。売場ではリビング用品が好調である。
		百貨店（買付担当）	販売量の動き	・業界としては景気が上向きといえる状態ではないが、当社に限っていえば、東日本大震災後、売上高、来客数共に前年比2けたの伸びを示している。

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
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・東日本大震災後の3、4月は客の動きも鈍く、自粛ムードも感じられたが、5月になると今まで自粛、我慢していた状況から一転し、セールの動員を含め来客数は増加している。5、6月開催の催事はすべて前年比、予算共にクリアしている。ただし、定価商品は好調とはいえない。好調なのは客の関心が高いセールのみである。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・来客数、売上点数、販売額共に右肩上がりになっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後、競合店やショッピングセンターの復旧が遅れており、来客数及び売上が増加傾向にある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・たばこの売上増加の影響で単価は前年比111%と依然として高い水準が続いている。通常の生活に戻りつつあり、衝動買いなども増えているようで、買上点数は同106%、売上も同114%と好調である。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・弁当や総菜類の販売量が前年を上回るほどの回復を見せており、コンビニへの顧客回帰の傾向がうかがえる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年に比べサマーセールが前倒しで行われているため、来客数の増加に伴い、販売量も増加している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて良くなっていることは確かであるが、この時期にしては注文が少なすぎるため、持ちこたえるだけで精一杯である。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・低価格帯の商品が中心だが、買上点数が増えてきている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・地デジ化完全移行前の需要により、テレビコーナーへの来客が増えている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・景気がやや活発化してきており、客の買上点数も増加している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による買換え客は減少してきたが、保有車の車検や老朽化による一般の買換え客が増えてきている。自粛ムードも徐々に解消されてきたようで、総じて良い傾向である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響がなくなりつつあり、販売量が伸びてきている。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の直後に比べればやや良くなっているが、例年のような動きにはなっていない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災直後と比べると、人の流れもあり落ち着きを取り戻しつつある。飲食店街も多少にぎわいが戻りつつあり、ビアガーデン等も自粛することなく予定通りオープンしている。また、隣県と近いため特に週末は隣県から訪れる人が多くなっており、日中は家族連れも多くみられる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の発生時から回復しているが、販売量は前年を割っている。販売不振により価格競争が激化しており、十分な利益確保ができない状況が続いている。
		高級レストラン（経営者）	単価の動き	・大分上向いてはきているものの、あまり良くなかった前年にもまだまだ追いついていない状況である。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・売上も少しずつ良くなってきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客は少しずつ戻りつつあるが、日によってかなりむらがある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・復興特需があり、前年よりもやや良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の低迷が3か月ほど続いていたが、客足の良い日が出始めている。
		一般レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数は東日本大震災後から徐々に上向いているものの、前年比80%である。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前は一般客が皆無であったため、比較はできない。料金面は考えず入込数だけをみれば、一般客は前年比7割程度まで回復しつつある。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の沿岸部被災者の2次避難受け入れにより、最低限の売上は確保できている。また、一般客についても、観光というよりは心身を休めに来るという需要が予想以上に発生している。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災により激減した販売量は元に戻りつつあるが、単価が低下しており、収益の回復には至っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災の復興支援の動きが広がり、宿泊、会合とも需要が増加している。ただし、婚礼の需要は回復せず、全体としての売上は依然として厳しい状況である。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・回復基調にある。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・災害支援措置が6月末まで適用されるため、駆け込み需要で携帯電話の販売台数が大幅に増加している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で例年であれば、新規の客が最も多い4月は今回最悪の状況であったが、その後は、平年ほどではないが、新規の客も徐々に増えている。震災から時間が経ち、趣味や遊興への支出に対する抵抗感もやや薄れてきている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数において、4月は前年比2割、5月は3割、6月は4割と、若干ではあるが回復の傾向が見られる。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・被災した住宅の建て替えや増改築の仕事が入り忙しくなっている。
変わらない		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以来、来店する客の層が変わってきている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・復旧復興需要により景気はまずまずで、3か月前とそう変わらない業況となっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数にはあまり変化が見られない。客はいくら価格が安くても必要のないものは購入しない。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・東日本大震災後の生活スタイルの変化に対応した商品や暮らしに密着した商品等の打ち出しに対する反応が非常に良くなっており、売上を押し上げる状況が続いている。また、今月からスタートした中元ギフトも堅調に推移している。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・競争相手においても、チラシの目玉商品の価格を継続的に安くして販促をしており、厳しい状況がうかがえる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・自粛傾向は少しずつ落ち着いてきている。また、震災特需も終わり、完全に戻っている。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・平均単価はここ3か月ほとんど変わらない。来客数、買上点数共に前年比でみると推移に変化はなく、東日本大震災前の数値と同じような状況に戻りつつある。避難された方が多い地域の店では食品関係の客数が若干増えているが、それ以外は前年並み。節約疲れからか、やや高額で良い商品も動き出したが、全体的には横ばいが続いている。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・客が無駄な買物を一切しないため、買上点数、客単価共に前年を下回っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は増加しているが、販売量は伸び悩んでおり、厳しい状況が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・復興需要とともに、即時に飲食できるコンビニ商品のニーズが高まっている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・県内の店舗における売上は、平均で前年比約10%強の増加となっている。ただし、東日本大震災後いまだ再開できない個人商店等の店舗や地域があり、コンビニに客が集中していることに加え、復興で人が流入してきているための特需であり、景気が良くなったわけではない。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、傾向は変わっていない。東北地方は全国と比較して高い伸びを示しており、特に沿岸地区は最大で前年比2倍の伸びとなっている。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・スーパークールビズにより、スラックスとワイシャツは例年より売れているが、夏物スーツの売行きが非常に悪いため、単価は大幅に減少している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両や部品の供給が徐々に回復し、宣伝広告も再開されたが、新車受注やサービス入庫等に目立った変化はない。来客数も低水準が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・例年6、7月は車の販売や整備の需要期であるが、今年は新車の納期に時間がかかるような状況である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・需要期が過ぎた割には新規の来店客も比較的多く、受注状況はさほど落ち込んでいない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響は徐々に薄れてきており、3か月前に比べ平常に戻りつつある。しかし、売上はなかなか回復せず、低水準であった前年をまだ下回っている。
		その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で売上は減少するかと思われたが、横ばい状態が続いている。節電の影響でクールビズに対する意識が高まり、ポロシャツや半袖ワイシャツなどの売行きは好調だが、既に在庫が無い商品も結構ある。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	来客数の動き	・来客数は3か月前と同程度になってきたが、販売量は減少している。
		旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・来客数は徐々に増えているものの、販売量の増加に結び付いていない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・客数、販売量共に3か月前とほとんど変わらない。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の発生時と比べ、買い控えや節電の意識が依然として強く、3か月前と比べて状況は変わらない。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新規設備投資には依然として消極的である。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・客との商談から好感度は依然として感じられない。政局の不安定さや震災復興の停滞感により、攻めより守りの姿勢を強く感じる。
		その他サービス 〔自動車整備業〕 (経営者)	単価の動き	・仕事量、来客数、受注量など量的には回復傾向が見えてきたが、資金難や先行きの不安感による値引きの要請が強く、販売単価の低下傾向が止まらない。また、油脂類燃料を中心に仕入価格の上昇が止まらず、非常に苦しい状態は変わらない。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・建築は来年までの受注残があるものの、土木に関しては前年比50%とあまり良いとはいえない。個人客の住宅については、東日本大震災以降、持ち家か賃貸か迷っている人も多く、買い控えも含め、受注までの時間が必要となっている。
		やや悪くなっている		商店街 (代表者)
商店街 (代表者)	お客様の様子			・節電や省エネといった言葉に消費者が敏感に反応しており、被災地を思うあまり消費動向が弱い。浪費とはいわないが、普段の消費をしてほしい。
一般小売店〔カメラ〕 (店長)	来客数の動き			・来客数の減少傾向に加え、高額商品の動きも大変鈍く、売上は減少している。
百貨店 (経営者)	来客数の動き			・3月は下旬になって消費も回復傾向にあったが、今月は消費意欲が特に感じられない。年配客の来店減少と観光客の減少が顕著である。
スーパー (経営者)	来客数の動き			・既存店の来客数がじわじわと下がってきている。
スーパー (経営者)	お客様の様子			・東日本大震災以降、客の価値観も変わり、マインドは節約、節電の方向に向かっている。
スーパー (販促担当)	販売量の動き			・被害の大きかった地域の復興は進んでおらず店舗数が減少したままで、客は限られた店舗へ集中しており、好調な売上が続いている。一方、東日本大震災による特需も一段落し、被害の少ない地域では買置き消費が少なくなってきた。
衣料品専門店 (店長)	お客様の様子			・スーパークールビズの影響でジャケット、パンツ、シャツなどの動きが良くなっており、買上客数は増加傾向にあるが、ここに来て、単価の稼げるスーツの減少分をカバーしきれなくなってきた。
乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き			・メーカーの生産回復に伴い、落ち込み幅は縮小傾向にあるが、市場が回復しているとの実感はない。復旧需要も一段落したようで、新車、中古車共に受注は前年割れを起し始めている。
その他専門店 〔パソコン〕 (経営者)	来客数の動き			・見積などの相談はあるものの、購買や受注には結び付きにくくなっている。
高級レストラン (支配人)	それ以外			・休業や雇用の面で東日本大震災による影響は甚大で、収入は明らかに減っている。
観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き			・福島第一原子力発電所事故の風評被害により、依然として県外からの客が落ち込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、各種団体の総会関係が例年より1か月遅れで行われたが、総会後の懇親会に関しては、弁当だけにしたり、一切しないという状況が続いている。また、福島第一原子力発電所問題の影響により、婚礼を控えたり、秋に移行する客が出てきており、足を引っ張られている状況である。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災から3か月が経ち、3月に比べ来客数は戻っているが、宿泊客に関しては戻らなかった。一般宴会と婚礼はまずまずだが、自粛ムードが依然として続いているため苦戦している。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災以降、宴会を始め、レストラン、宿泊のキャンセル、延期が相次いだが、ここにきて少しずつだが自粛ムードから脱却しつつある。ただし、会合の規模や消費単価については大幅に落ち込んでいる。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・東日本大震災でキャンセルが相次いだ3か月前と単純には比較できないが、すべての部門で販売量は下回っており、震災の影響はいまだに続いている。官公庁は納涼会を中心に予約が入り始めている。
		タクシー運転手 タクシー運転手	お客様の様子 来客数の動き	・東日本大震災以降、乗客数が減少している。 ・夜間の乗客が少なくなっている。
		通信会社(営業 担当)	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛ムードにより、経済が動いていない。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・経費削減の意識はあるが、設備投資に関する意欲は薄い。
		競艇場(職員)	お客様の様子	・既存顧客の購買金額の減少に加え、新規顧客も増加していない。
		悪く なっている	一般小売店〔医 薬品〕(経営 者)	来客数の動き
	百貨店(経営 者)		販売量の動き	・東日本大震災の被災地の商業施設が再オープンしたことにより、そちらに客足を取られ来客数が減少している。また、福島第一原子力発電所事故の風評被害でいまだに水産品、農産品の販売量の減少が続いている。アパレルの取引先においても生産量が少なくなっており、クリアランスセールに向けて商品量を十分に確保できるか厳しい状況である。
	その他専門店 〔靴〕(経営 者)		お客様の様子	・商品自体に動きは見えるものの、東日本大震災以降、旅行を含めて東京や仙台など遠方への移動を控えている人たちが一時的に近隣で買物をしているだけである。
	その他専門店 〔酒〕(営業担 当)		来客数の動き	・知り合いの業者も含め、すべての業種で動きが非常に悪く、一般の顧客の間で消費不安が急速に広がっている。
	一般レストラン (経営者)		お客様の様子	・さくらんぼの出荷時期だが、最盛期に豪雨が集中したことにより、観光客の出足が悪い。加えて、放射性物質の拡散による風評被害もあり、観光シーズンを迎えてもばつとしない。
	企業 動向 関連	良く なっている	建設業(従業 員)	受注量や販売量 の動き
その他非製造業 〔食料品卸売 業〕(経営者)			受注量や販売量 の動き	・地元客の利用が多い郊外飲食店向けははまだ需要の回復に至っていない。一方、繁華街や駅前の飲食店は県外から来た支援業者などの利用で好調となっており、飲食店向けの業務用出荷が大きな回復を見せている。
やや良く なっている		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災のお見舞い返しや県外での東北応援フェアにより、売上は前年比プラスとなっている。
		食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・受注はやや上向きになってきているが、踊り場になっている感がある。
		出版・印刷・同 関連産業(経理 担当)	受注量や販売量 の動き	・3か月前の売上は前年同月比で50%程度であったが、今月は同100%程度となっている。
		建設業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の復旧対応で手一杯の状況が続いている。ただし、津波被害への対応は後回しになっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の被害を受けた荷主の操業再開の日程が明らかになってきている。		
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客からの発注が多くなっている。		
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・東日本大震災後の復興需要が出てきている。		
		広告業協会（役員）	それ以外	・復興関連で不動産、百貨店、ショッピングセンターなどの売上はかなり伸びているが、テレビやラジオ、新聞などの広告の出稿にはつながっていない。しかしながら、東日本大震災前の6、7割程度までには回復してきている。		
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量が増えてきており、百貨店のチラシに加え、笹かまぼこ等の土産物店からは包装紙やしおり等の印刷資材品の受注が好調である。		
		経営コンサルタント	取引先の様子	・百貨店の店頭には、中元発送の申込客が例年を上回る勢いで押しかけている。		
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災からの復旧が進んでおり、需要も少しずつ出てきている。		
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・7、8月のオーダーがここにきて急激に増え、全体の生産数が20%増となっている。先月の受注は予想をはるかに上回っており、震災前の景気に戻りつつある。		
		変わらない		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の百貨店等の売上があまり芳しくない。
				木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により、一般住宅の着工が進んでいないため、住宅部材の需給バランスも悪く、価格は低迷し、販売単価、収益共に悪化している。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き			・例年6～8月は厳しい月であるが、今年は東日本大震災の影響によるイベント等の中止もあり、大きな打撃となっている。		
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き			・公共工事の増加が引き金となり、民間工事の増加につながっている。しかしながら、資材の遅延や価格高騰が出てきている。		
通信業（営業担当）	取引先の様子			・取引先の積極的な姿勢は見えてきているが、成約に至る状況ではない。		
金融業（営業担当）	取引先の様子			・宴会の自粛ムードが続いており、レストラン業、飲食業では苦戦が続いている。		
公認会計士	取引先の様子			・クライアントの決算状況から判断すると、相変わらず厳しい会社が多い。ただし、建設業など一部では、業績に改善の兆しがみられる。		
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子			・取引先のスーパーの話を見ると、来客数が減り、買上単価は低く、買上点数も少ないなど全体的に低調とのことである。		
やや悪くなっている				農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・さくらんぼの農協出荷価格が前年を大幅に下回っている。
				新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、通常の4分の1程度まで落ち込んだ折込チラシは5、6月でいくらか持ち直し、現在は通常の3分の2弱となっている。新聞購読は家屋の流出や地域外への転居等で一時300件近く減少したものの、震災の情報を得るために、3分の2程度が戻っている。
悪くなっている		農林水産業（従業者）	それ以外	・さくらんぼ農園の話を見ると、観光客は例年の2、3割とのことである。		
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	・震災特需と思われる、土木、配送、倉庫内整理、警備業の求人が増えている。		
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・建設業、土木業、住宅、リフォーム、中古車販売、重機・建機レンタル、またその営業、販売といった業種で非常に多くの求人が出てきている。		
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数に若干の改善が見られる。ただし、恒久的なものではなく、東日本大震災に伴う一時的な需要とみられる。		
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・東日本大震災で最悪だった3月に比べれば良くなっているが、前年比でみると良くない。		
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の件数が増加し、前年の倍近くになっている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・公共設備の受注は徐々に見られつつあるものの、まだ建設、特に住宅までは回っていない。融資が増えないので消費意識も落ち込み、派遣市場も活気付かず、オーダーは少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の被災地である当地沿岸部では徐々にながれきの撤去が進んでいるが、経済活動の再開には至っていない。内陸部の生産活動は一部戻りつつあるが、沿岸部に動きがない限り、本来の姿には戻らない。
		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増加しているが、新規求職者数も増加しており、求人倍率は前月を下回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業で東日本大震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で大幅に増加し、2か月連続での増加となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は増加率が小幅のまま推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の復興関係で建設業の求人は増加しているが、ホテルやイベント関連の求人は減少している。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・学卒求人の出足が非常に悪くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の増加幅が小さくなっており、有効求人倍率が低迷している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が依然として残っており、仕事がなかなか収益に結び付かない企業が多い。さらに、業務量そのものの減少も見受けられる。
	悪くなっている	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・5～7月に実施するボランティア団体の緊急支援事業を岩手、宮城、福島の3県一括で受託している。そのため、5、6月の派遣稼働者数は若干増加に転じているが一時的な動きであり、受注基盤は脆弱である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・東日本大震災後、仕事の受注は前年比80%で推移している。取引先の営業活動は依然として低調である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災後の求人の減少幅は小さくなりつつあるが、厳しい状況に変わりはない。

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良く なっている	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・近隣地区の百貨店廃業により、非常に市場が広がっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上が前年比115%、3か月前と比べても107%と好調である。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・テレビ需要に加え、節電、省エネのための季節商材等の動きが活発である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送対応へ向けて、テレビやレコーダーの買換えや買増しの駆け込みが出ており、同様にアンテナ工事も増えている。東日本大震災の影響から節約、節電、エコへの関心が強まっており、夏の節電に扇風機の高額品が特に売れている。また、今年の猛暑で品切れしたエアコンの売行きも良い。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・小中学生の遠足が始まったが、昨年より来客が多く写真のプリント数も増えている。また、保険請求の写真も目立って増加している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災から3か月たち、観光客が戻り始めている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送対応テレビが最後の追い込み販売で増えている。エアコン等の夏物商材も良く売れている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は一時的にあったものの、最近の動向として商圏内で差別化した商品の訴求や催事展開に今まで以上の反応があることから、必要な物に対する消費意欲は強いと感じている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・落ち込んでいた来客数が回復してきている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で商品が途絶えがちだったが、大分復活してきており、それに伴って来客数が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・橋や道路の修復も終わり、交通量が増えている。来客数も増え、今のところ売上は好調である。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後の買い控え等のイメージが払しょくされてきて客の動きが活発になり、買上状況が変わってきている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・相変わらず客数は少なく、前年比20%減で推移しているものの、東日本大震災直後よりは売上が大分戻ってきている。
		住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・住関連の夏物、特に節電を意識した扇風機、すだれ等の商材を中心に販売数が伸びており、これらの売行きは前年の3倍を超えている。住関連補修品の動きも依然堅調である。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・消耗品及び夏物商材で販売点数が増加している。また、節電関連の商品動向が顕著となっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	販売量の動き	・極端な自粛ムードは無くなりつつある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏の行事、イベントを控え、自粛ムードは多少なりとも緩和されている。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災後の旅行や催事への自粛ムードをほとんど感じなくなってきた。夏のトップシーズンに向けて予約も戻りつつある。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の復興景気なのか瓦工事の職人達の宿泊が目立ち、半年近くの宿泊が入っている。また、スポーツ団体の予約も戻ってきており、客単価は低いお客数は上向きになっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災以来、ずっと風評被害があったが、6月後半に入ってようやく皆財布のひもが緩んできたのか、いろいろと動きが出てきている。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災から比べれば、問い合わせ件数が増えている。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・一般の仕事はいまだに少ないが、行政や外郭団体関係の仕事が徐々に動き出している。
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の後で販売数、来客数共に低迷していたが、6月下旬に発売開始となった携帯電話各社の夏の新商品販売が好調に伸びてきているため、現在は良くなっている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・ボーナス効果はあまり感じられず、節電や節約志向が強いせいか、客も消費に消極的なようである。ただし、アナログ放送終了等による駆け込み需要はある。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・入園者数は、依然として前年を大きく下回っているものの、東日本大震災直後に比べると良くなりつつある。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・レジャーへの出控え傾向は継続しており、前年比では低調に推移しているものの、東日本大震災の発生した3か月前と比較すると、来客数の動きは徐々に回復傾向にある。
		ゴルフ練習場（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、消費は冷え込むと思っていたが、予想以上の復興景気により、客の動きが活発で商品の動きが良くなっている。
		ゴルフ場（業務担当）	単価の動き	・前年比ではまだ85%くらいの段階だが、徐々に単価が回復しつつある。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	お客様の様子	・土日の子連れでの来店が特に多くなっている。東日本大震災での休業以前より多い割合なので、近場で低単価な場所で子どもを遊ばせる客が増えているようである。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	来客数の動き	・平日も週末も客は夜間が多いが、その集中度合いが少し広範囲に広がっている。合計客数が若干増えており、売上もそれなりに付いてきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・少しずつ来客数が増えてきているが、高単価のパーマ等は客が敬遠している状況である。また、経営している美容学校では、蛍光灯等をLEDにとりあえず20本替えたり、なるべくエアコンを入れないようにするなど、節電の目標を掲げて対応している。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	お客様の様子	・通常の生活環境に戻り、春先の消費抑制から解放されて、消費は伸びている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・条件の良い住宅分譲物件であれば客は来るし、東日本大震災が一段落したおかげで少しずつ改装、改築、増築等の動きが出ており、企業等の動きもある。また、エコに対する意識も高く、省エネ関連の商品も動きつつある。
	変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・景気が悪いと言うのかどうか、買わない、店に入らないという傾向がよく見られる。
		一般小売店〔精肉〕(経営者)	お客様の様子	・節電で町が暗く感じられる。それでもこの状況に慣れてきたのか少しずつ動きが出てきている。しかし、前半は梅雨の影響で出足が今一步、後半は急激な暑さのため低調な動きとなっている。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・中元関連の単価が下がっている。
		百貨店(販売促進担当)	販売量の動き	・アパレル関連が厳しい状況である。近隣のショッピングセンターや専門店等で早期にクリアランスセール告知を行っていることもあり、クリアランス待ちの心理が働いていると思われる。また、中元商戦が始まったが、開始1週間で見ると法人需要の伸びが悪く、ギフトはもらってから送るという声が多い。
		スーパー(総務担当)	販売量の動き	・衣料品についてはさほど変わりはないが、特に住関連の商品でクール対策、エコあるいは節電の商品については前年の200~300%とかなり良い動きになっている。クールの敷きマットやタオルなどは異常値を出しているような状況で、そういう部分だけが良く、他はさほど良くないという状況が続いている。
		スーパー(統括)	販売量の動き	・野菜の安値が続いていることも影響して1点単価は低下しているものの、買上点数は多く、客単価も上昇している。客の来店頻度は若干落ちていることから、なるべく家から近い1つの店、1回の買物で、必要な物をそろえようとする傾向が強い。
		コンビニ(店長)	お客様の様子	・東日本大震災の後は震災特需みたいなものが若干あったが、ようやく品物も出そろってきて普通の状態に戻ってきた。震災前と比べてほぼ変わらないような状況になってきている。
		乗用車販売店(経営者)	単価の動き	・中古車相場の上昇により仕入にかなりの影響が出てきている。そのため仕入に慎重になりすぎて商品不足になり、思うように販売活動ができていない。
		乗用車販売店(販売担当)	来客数の動き	・車の販売のほか、修理や車検、板金その他いろいろやっているが、今月に入り、販売だけでなく車検や修理等も入らなくなっている。通常、6月は良い月なので、こんなことは初めてである。客も全然来なくなっている。
		自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災のマイナスとプラスになった分で差し引き販売量は同じ、ほぼ例年並みに回復しつつある。
		一般レストラン(経営者)	それ以外	・今月の売上も前年並みであるが、食材仕入れ、特にうなぎ等、活魚の値上がりによる利益への影響は大きい。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数はほとんど変わらないか少なくなっている。客単価も以前よりは落ちている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響は少なくなったと感じているが、福島第一原子力発電所の影響は相変わらず続いている。特に、節電については心理的な形で客の動きに影響を及ぼしている。空調の温度設定や照明の削減等で、楽しい会話もできなくなっている。
		旅行代理店(所長)	お客様の様子	・夏休みをひと月後に控えて、予約が本格化するこの時期に入っても、先行予約の動きが見えない。実際、夏のピーク時の予約も前年に比較してかなり弱い。また、北関東のため、今もなお福島第一原子力発電所に関する不安感からか、他の地区に対して敬遠されている。
	旅行代理店(副支店長)	単価の動き	・東日本大震災による自粛が続くなか、数少ない仕事を多くの企業で競争して廉売し始めているため、単価が非常に落ち込んでいる。	
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、当地域でもわずかではあるが仕事が入りだした感がある。ただ、震災の後始末の進み具合は遅く、さらに東海沖、南海地震等が心配を拡大しており、一部の商品を除いては手を出さない人が多い。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（局長）	お客様の様子	・節電意識の高揚などにより節電対策商品の購入には積極的であるが、その反面、質素な生活や節約志向も高まりつつある。
		ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・前年同月比でほぼ横ばいである。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・入場者数、購買単価共にさほど変化が見られない。
		その他サービス [立体駐車場] (従業員)	お客様の様子	・前月オープンした駅ビルの商業施設、家電量販店の関係で来客数が非常に伸びており、3か月前と比べても約8～10%近く上向きに転じているが、単価は依然横ばいであり、総体的には若干の上向きか横ばいである。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災によるいろいろな問題が解決されず、先行きの不安を抱え、設備投資は様子見という客が多い。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・3か月前よりもっと前から悪くなったままで変わらない。仕事の依頼や相談も少なく、結果的に売上が少ない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・相変わらずデフレが進んでいる。土地、貸店舗、アパート、マンション等、まだ家賃が下がり続けている。家賃を下げれば何とか入居者が確保できるという状況なので、前月よりは若干問い合わせが出てきている。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災、電力不足、節約モードと気持ちが落ち込んでいる上に、地元固有の悪条件が重なって客足を遠のさせる要因になっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災直後の特需の売上と比較すると、通常に戻った現在のほうが業績的には下向きである。
		スーパー（経営企画担当）	販売量の動き	・月を追うごとに来客数、販売量共に低下傾向を示している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・節電などの生活に密着した不安がきちんと解決できるまで、他の所に消費意欲は沸かない。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災からの復旧が進んでいるが、依然として福島第一原子力発電所の収束が不透明なことから多方面に影響が出てきている。建設関係等の特需などの話題が出るが、深刻な経済状況であることには変わりがない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・毎月徐々に販売台数が落ち込んでいる。福島第一原子力発電所の問題も理由としてあるだろうが、世間一般がエコカーを求めており、当店で扱っている中古の輸入車にはエコカーが全くないということも原因かもしれない。とにかく新車、中古車合わせて輸入車は毎月のように落ち込んでいる。
		高級レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、4月は自粛モード、5月は観光客の激減、6月は暴力団の抗争により来客数が激減している。
		都市型ホテル（支配人）	お客様の様子	・外国人客が大幅に減少し、通常のビジネスマンも減少している。福島第一原子力発電所の問題が収束しない限りは客足が戻ってこない可能性が高い。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・個人旅行は我慢できない状況になってきているが、法人はまだまだ自粛モードである。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・依然として自粛モードがあり、前年同月比で8%の減少である。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・東日本大震災から3か月が経過したが、一向に再生への見通しが見えないこともあって、顧客から計画の中止を言い渡されるケースが出ている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・来月からの観光シーズンを前にして、盛り上がり欠ける状況である。
		悪くなっている		商店街（代表者）
一般小売店〔衣料〕（経営者）	販売量の動き			・東日本大震災以降、観光業の当地区は動きが停滞している。ゴールデンウィークは少し良くなったようなことを聞いたが、大分良くなっている感じではない。
一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子			・やはり東日本大震災で修繕などの経費が掛かっているので無駄遣いをしないような傾向が見られ、必要な物以外は本当に買わない。
スーパー（経営者）	それ以外			・東日本大震災以降の不透明感により、買物の傾向が変化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・取扱化粧品メーカーを1社減らしたことが大きな要因と考えられるが、それ以上に来店率、来客数の減少に悩んでいる。当地も東日本大震災の被災地であり、住民の消費に対する冷めた反応が気になるところである。	
		衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・梅雨入りが早かったことも影響しているのかもしれないが、6月に入ってから極端に客足が遠のいている。セール待ちという雰囲気客もいるが、全体的に客が出てきていない。街の中心部なのに1日の人通りが本当に数えられるくらいしかないような状況なので悪い。	
		スナック (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災だけの影響ではないと思うが、どうしようもなく景気が悪く、回復の兆しも無い。	
		スナック (経営者)	お客様の様子	・1か月が本当に早い。ともかく良くなる要素が見付からない。	
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 (営業統括)	競争相手の様子	・一時の消費者の買い控えも緩和してきており、各メーカーとも荷動きが改善しつつある。	
		金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・ここへきてようやく親会社の生産も順調になり、当社の受注も例年並みに増えてきている。ただし、7月からの電力の15%カットが大変である。	
		一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の計画に対するマイナス分を取り戻そうという動きが本格化しつつある。	
		一般機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・当社では電動工具の部品を作っているため、東日本大震災による需要から2割ほど仕事が増えている。	
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、受注は前年比半分程度となったが、現況からはそれが回復基調に入る。前年比で約90%まで戻ってきているので、そういう意味では良くなりつつある。ただし、15%節電で果たして今後乗り切れるかということは心配である。	
		金融業 (経営企画担当)	取引先の様子	・製造業については受注が戻りつつある。また、飲食業、ホテル、旅館等のサービス業についても予約が入りつつあると聞いている。	
		金融業 (調査担当)	取引先の様子	・製造業ではサプライチェーンの問題が改善しており、取引も戻り始めている。一方、非製造業は回復が遅れており、東日本大震災前の状況に戻るには時間を要すると見られる。	
		金融業 (役員)	取引先の様子	・製造業を中心とした取引先は依然として厳しい状況にあるものの、受注はスピード感のある回復を見せている。	
		広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・宣伝広告はまだ若干抑え気味であるが、3月よりはましだという程度である。	
		新聞販売店 [広告] (総務担当)	それ以外	・3か月前と比べると明らかに良くなっている。新聞広告も前年並みに戻っており、今月のチラシ出稿量も100.2%で48か月ぶりに前年を上回っている。	
		社会保険労務士	取引先の様子	・東日本大震災直後は仕事がないので従業員を自宅待機させている事業所が多かったが、それが通常の状態に戻りつつある。	
		変わらない	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災前に戻りつつある。
			窯業・土石製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・依然として動向は変わらないものの、リゾートホテルでの体験工房などは徐々に客入りも増加傾向にあり、若干ではあるが売上増の唯一の材料となっている。
窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き		・東日本大震災の関連業種で大変忙しいというところもあるが、当分厳しい状況は続きそうである。		
電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き		・思ったより安定した生産が続いているが、試作品と単発品が多い。ただし、部品加工関係は多忙の所が多い。		
電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き		・東日本大震災後の震災特需が一巡して平常の受注になっており、他部署は相変わらず増えもせず減りもせずというところである。復興需要の話もちらほら来ているので、決まれば増えるだろうが、そうでなければ通常よりやや落ち込む。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で各種部品の入荷が遅延し、一部生産に支障をきたしていた。7～9月に東北地方への供給のため、一部製品の増産を受けたが、これは一時的なものであり、全般的な景気浮揚にはならない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取引先が10社ほどあり、良い会社と悪い会社といろいろである。今のところはまずまずの売上高を確保している。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客のプラントは3～4年周期で波があり、今はその波に乗っていることもあるが、1年後はまた違う波となる。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家電関係の荷主においては、アナログテレビ終了ということで駆け込み需要による液晶テレビ、レコーダーなどの物量、出荷が目立っている。また、夏物の節約家電として扇風機の動きも大変良くなっている。しかしながら運賃コストが下げられている面もあり、物量的には5割増しになっている割に、なかなか厳しい部分がある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災直後よりは商取引関係が通常に戻りつつあるが、元々の経営が厳しい状況は変わっていない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、現状回復に注力し、投資を手控えていたが、最近少しずつではあるものの、情報化投資に対する引き合いが出てきている。しかし、予断を許さない状況には変わらない。
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	・相変わらずメイン商品が15～30%ほど落ち込んだままである。そのため、いろいろな仕事をして人を遊ばせてはいないが、売上、利益の確保にはほとんど貢献していない。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・経営が危ないとの噂が広がるぐらい、芳しくない情報が多い。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・空室率改善のために、ビルのオーナーの関連部門や関連企業が入る話はあるが、それ以外の入居希望の話はほとんどない。関連の場合は賃料を安くせざるを得ないので、空室率は改善しても収益的にはほとんどプラスにならない。また、節電対応で設備の入換えなども発生しているため、その分がややマイナスになっている。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・当地域は下請、孫請企業が多いが、やはり東日本大震災の影響がじわじわボディブローのように効いているようで、上積み分がなく、低値安定といったところのようである。
悪くなっている		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は大きな卸の展示会が行われたが、来場者、売上共に前年比15%減、売上商品の単価も下落している。高い物が売れないため、売上が伸びない。
		建設業（総務担当）	それ以外	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。6月末時点での受注額は前年比17%増である。ただし、入札状況が最低価格での数社によるくじ引きであり、神頼みの状況は変わらない。また、東日本大震災の影響で受注工事の工期延長があり、仕掛かり物件となって売上計上ができないため、今後心配である。
雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・施設管理、施設の清掃管理等を請け負っているが、観光、リゾート関係の施設については前年比ではまだ若干落ちているものの、3か月前と比べ徐々に稼動が戻ってきている。その他のスポット業務についてはあまり受注が伸びているということはないが、同様に前年比で見ると数字は落ちたままであるものの、回復してきている。
		やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き
	変わらない	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整助成金等の相談件数が減っている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・忙しい所もあると思うが、当社の得意先はどこもあまり忙しくない。売上も東日本大震災以降ずっと横ばいで、それ以前と比較すると25%くらい減少している。
		求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・夏になり、小売、飲食業などのパート、アルバイト求人が多くなってきているものの、正社員の募集は少ない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・5月のパート常用での新規求職者は前年同月比で20.1%と大幅に増加し、例年4～5月に掛け一定数減少し、落ち着きを見せる求職者の動きに変化が表れている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は増加しているが、被災者に限定されたものが多く、紹介に至らず、就職につながらないケースがある。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・被災地からの工場移転による新規求人が若干あるものの、全体として明るい材料が見当たらない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	求職者数の動き	・求人企業、求人者数共に非常に少ない。企業訪問をすると若干出てくる程度である。1つの求人にも多数の応募者が集まり、就職難はますますひどい状況にある。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・クライアントが契約社員を増員しており、派遣社員の募集を控えている。
	悪くなっている	○	○	○

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良くなっている	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・今月は来客数、販売量、売上が前年を上回っている。食料品、リビングを中心に大変好調である。
		百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・3か月前は東日本大震災直後だったこともあり、消費マインドの低迷が顕著であった。現在は売上も前年を上回り回復傾向にあるため、良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・徐々に震災モードから復興モードへの兆しが見られるため、良くなっている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・7月のアナログ停波を前にテレビが非常に好調である。また、東日本大震災の福島第一原子力発電所の事故による停電懸念から、白物家電、LED照明といった省エネ対策家電が好調に売れている。
		家電量販店（営業統括）	来客数の動き	・商品単価は下落の一途をたどっているが、節電需要として扇風機、エアコン、冷蔵庫の買換えが日増しに販売点数を増加させ、デジタルテレビの駆け込み購入も5月から6月上旬にかけて販売点数、販売額が増加している。
		家電量販店（統括）	来客数の動き	・地上デジタル放送移行前による2、3台目と節電関連商品が需要を作っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災から予想以上に回復している。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・自粛ムードが解け、団体法人関係では見積依頼が増えており、例年に比べても8割くらいまで戻ってきている実感がある。特に春先に予定していた客が秋へ移行して旅行を実施しようという動きが見られる。また、個人の客も夏休みを中心とした出足が早く感じられ、国内ではやはり涼しい山を中心に販売できている。
		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85%と、景気はやや良い。東日本大震災後2か月間は来場者数、販売量共に激減となったが、日常生活も落ち着き、様子を見ていた客も一気に動いている。住宅版エコポイント制度の枠が終了してしまうというニュースも、検討や決断の前倒しにつながっている。
		やや良くなっている		商店街（代表者）
一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き			・6月前半は売上も良くなかったが、20日以降、ボーナスが支給されたせいか、徐々に良くなっている。
一般小売店〔靴・履物〕（店長）	来客数の動き			・東日本大震災と計画停電の影響が非常にひどかったため、それに比べて、良くなってきたというより戻ってきている。
百貨店（総務担当）	来客数の動き			・東日本大震災の時と比べると間違いなく良くなっている。来客数、1人当たりの買上額、全体の売上高についても良くなってきている。
百貨店（総務担当）	販売量の動き			・店舗によって差はあるが、衣料品、飲食、喫茶が前年に比べて良くなってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売管理担当）	販売量の動き	・スーパークールビズの影響でスーツは苦戦しているものの、一方で半袖ワイシャツや扇子などが好調に推移している。その他、夏の暑さをキーワードにした快適アイテムが新しい需要の創造につながっているため、やや良くなっている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・前年を上回る売上を上げることができるようになっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災が起こった時の混乱から比べれば、現在は落ち着きを取り戻している。衣料品、住居関連、食品ともに好調に推移してきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、遅れていた納品も正常化し、客の買上点数も増加、売上也順調に回復してきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年同月比約110%で推移している。客単価もあまり下がっておらず、その分店の売上は大分上がっている。客数が増えた分だけ、純増している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の後には非常に景気が良くなかったが、ここ最近になって工事関係の客の動きが活発化してきているため、若干良くなっている。
		コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・様々な施策に対する客の反応が良くなっている。
		コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・来客数は近年マイナスが続いていたが6月についてはプラスと、ここにきて下げ止まり感が出てきている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・半径5キロ圏内で婦人服専門店が3店閉店したこともあり、当店への来客数が増えている。商品的には羽織物よりもカットソーの売上点数が増えたため、売上也も徐々に前年を超えている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月はイベントで15,000円前後の商品の予約が100件近くあり、おしゃれ商品の販売も非常に好調である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数はほぼ同じだが、ついでに2～3点とまとめて買っていく客が多く、売上が増えてきている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・クールビズ用品を買い求める客が非常に増えている傾向がある。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新車の生産が進み、テレビCMが復活した効果が出てきている。新規の来客が徐々に増え始めて、成約台数も増加している。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・受注、登録とも前年比80%台であるが、前年はエコカー購入補助金制度の再延長による駆け込み受注が多かったため、一昨年と比較すると同レベルで、3月の東日本大震災時から比べるとかなり上がっている。顧客もそろそろ平常時に戻そうという感がある。
		その他専門店【雑貨】（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災後の買い控えが少し落ち着き、街に人が戻ってきている。
		その他小売【ショッピングセンター】（統括）	来客数の動き	・東日本大震災から3か月が経過し、自粛ムードから反転し、購買意欲は上がっている。バーゲンセールによって来客は増加しており、衣料品は全般的に紳士服、婦人服、ファミリー衣料、子ども服とも大幅な売上増につながっている。飲食も映画のヒット作に恵まれ改善し、客も増えている。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・しばらく続いた自粛傾向はかなり緩和されてきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後は非常に売上が落ちたが、その後、随分上り調子になってきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災時の売上は史上最低だったので、そこから比べれば今は徐々に戻っており、良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・サマータイム導入企業も多く、早くに客足は引けるが、来客数は徐々に戻っている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・実際、東日本大震災は特別な震災だったため、その影響から徐々に回復しつつはあるが、まだ以前の景気には戻っていない。しかし、大震災の月に比べると、今は少しは良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・前月の5月24日までの結果は前年比で客数は94%、売上は92.5%である。今月は6月24日までで客数は97.7%、売上は100.8%となっている。3か月前は東日本大震災だったため、それに比べれば少し良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災後、販売量は非常に落ち込んだが、4月から緩やかに戻りつつある。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストランは来客数が前年の95%まで、宿泊客は90%弱まで回復したが、宴会だけは70%程度でとどまっている。客数がかなり回復したレストラン、宿泊は単価の低い商品が多く売れており、単価を落とさない様々な工夫をしている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・観光目的の客は少ないものの、ビジネス需要は回復傾向にある。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・今一つ単価が低いように感じられるが、東日本大震災から大分時間がたち、やや落ち着いてきた様子で、来客数も大分増えてきている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災直後に比べ、国内団体旅行の問い合わせが増え、自粛雰囲気が払しょくされたように感じる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は3か月前に比べてかなり回復してきている。東日本大震災前のような客の動きにはまだなっていないが、かなり上昇している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前年の売上に対して、マイナス幅が少なくなっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行を控え、戸建は対策済みの人が多く契約数不調であるが、集合住宅は駆け込み需要があり、契約総数では増加している。
		通信会社（営業推進担当）	販売量の動き	・アナログ放送終了に向けた駆け込み需要の動きが加速し始めている。
		ゴルフ練習場（従業員）	来客数の動き	・前月、前々月、そして東日本大震災後よりも確実に来客数、売上等良くなってきている。前年比も20%減ほどだったものが下げ率を下げている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災後100日を経過し、土日の営業に関しては通常期に戻りつつあるが、平日の来場数がいまだ60～70%である。また、夏に向かって大口電力契約で15%削減のため、エアコン等節電が必要となり、来場した客にサービス面での低下の危惧がある。
		その他レジャー施設〔スポーツ施設〕（支配人）	来客数の動き	・宴会の件数、人数が増加してきている。またレストランやイベント参加者も前年並みに回復している。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	来客数の動き	・宿泊施設については明らかな回復には至っておらず、苦戦が続いているが、施設利用者数が前年同月並みに回復してきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・急に暑さが増してきて、商店街の動きが大変良くなっている。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災で当社の観光バスの予約キャンセルが連続し、ほとんど売上が上がらなかった時に比べれば、震災前までとは言えないが大分改善されてきている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、客の様子が少し変化し、消費動向、傾向が活発になったように感じる。特に購入単価の上昇が見られる。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	販売量の動き	・東日本大震災からの自粛傾向が薄れてきている。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・当事務所は行政の仕事が8割であり、5～6月に掛けて指名回数が非常に多くなってきている。それに伴って民間の動きも多少、何とかしなければいけないという形で動いてきているようである。指名は多くてもなかなか仕事にぶつかることは少ないが、少し嬉しいことである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響もあって契約数が激減し、4、5月も契約数が伸びず、6月に入ってようやく契約数も増え、順調に推移している。
		変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き
商店街（代表者）	販売量の動き		・何の商売でもそうだが、非常に目的買いであり、必需品以外は買わないようにしている状況が各店で見られる。	
一般小売店〔和菓子〕（経営者）	お客様の様子		・東日本大震災後、ギフト需要が落ち込んだままであり、現状もあまり良くない。客単価が下がってしまい、売上につながっていない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・アナログ停波がまもなくということもあり、最後の駆け込み需要やアンテナ取付、暑さのためエアコンの注文も来ている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・来店するのは決まった客のみである。東日本大震災で欠品が続いた物もあり、そのために来店しなくなった客もいる。暑くなっても料飲店での販売は低調である。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の事故の前に収穫した物なのに、もう福島のお米を買わない人もいる。さくらんぼを山形の生産者から仕入れて販売しているが、今年は客の食い付きが悪い。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当店は目的買いであり、衝動買いができるような商材ではない。その目的買いの商材ですら、非常に寂しい話だが、今の世情でなのか購買意欲が低下している。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・前年に比べてかなり控えている様子が感じられる。予算も削減されているようである。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で東北地方への中元ギフト依頼が大きく減少すると想定し下方修正したが、逆に東北産の食品需要が上昇し、結果的に前年と同推移の動きである。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・来客数は前年比99.4%とほぼ前年並みに推移しているが、衣料品の動きがやや悪いなか、節電アイテムあるいはクールビズ関連の雑貨アイテムに動きが見られる。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・今月だけを踏まえると売上高は前年に近い数字で推移しており、東日本大震災以降、少し持ち直している印象がある。ただし、今夏の電気制限や当社の生命線であるギフトの落ち込みが顕著であり、先行き不透明でこの状況が継続するとは言い難い。注視していく必要がある。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・前月よりも販売量の動きが活発化している。暑さ対策商材の売行きが好調である。父の日商戦も活発で、家族のきずなを再確認する傾向が高まっている。ただし、生活のなかで必要な商材は動くが、高額品など不要不急の商品の動きが緩やかであり、東日本大震災前の水準から回復したとは言い難い。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前から比べると当然上がってはいるものの、東日本大震災の特需が大きく、今後が不安である。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降、館全体では復調傾向にあるものの、売上高、来客数の多くを占める18時以降が依然として厳しい状況にあり、前年をとらえるまでには至らない。郊外店と比較しても回復は遅れている様子である。食料品については各店内テナントにおいて廃棄ロスを防ぐ意向もみられ、閉店1時間前ぐらいからケースに商品がない所もあり、機会ロスも発生している様子である。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降、相変わらず来客数は前年割れが続いている。仕事が終わってすぐに帰宅する人が顕著に増えてきており、特に夕方以降の数が減少している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・中元商戦は好調に推移しているにもかかわらず、来客数の改善があまり見られない。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・中元などのギフトは比較的堅調に推移しているものの、婦人、紳士などのファッション関連商品は大きな落ち込みではないが微減の状況が継続している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・全般的に消費は持ち直してきているものの、単価の減少がかなり見られる。客数は前年を維持できているが、単価が上昇してこないため、売上の厳しいものがある。必要最低限の買物又はチラシ商品の買い回りが大きい。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災時は身の回り品等を買いたい客が多かったが、今は夏に向けて節電、節約で扇風機やジェルマット等、クーラーを使わないでもいいような物が売れている。しかし、ちょっとしたごちそうや健康的なファッション等の商品の動きが今一つ良くない。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・客数減はまだ変わっておらず、単価の下落が見られる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・東日本大震災による一時的な販売の伸びは収まったが、節電意識が高くなっているため必要な量だけしか購入していないため、販売数量の伸びが徐々に鈍化している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価が落ちている。ファーストフードなどにお金を使わなくなってきた。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・やや落ち着いてはきているが、何となく先行き不安という感覚が客にもまだ十分に残っているようである。東日本大震災の後始末など、まだ決着がつかないことが多いため、皆その点を気にしている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売量と客数が戻ってきたようである。ただし、その内容は入荷がほぼ平常に戻ってきたたばこのため、それが売上の大きな位置を占めている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。前月は3割減だったが、今月は5割減となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により自粛ムードのまま、店がリニューアルした。いくつかリニューアルオープンを経験しているが、集客が少ない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型の展示会などを行い、大々的に客を呼んで販売しているが、なかなか購買意欲がわからない。また、旧型車と比べて値段を上げずに交渉しても、受注に至らず、東日本大震災やガソリンがまだ高くなっていくことの影響などで、購買意欲はまだまだ良くない。数が月前と受注量、売上はあまり変わっていない。
		高級レストラン（店長）	来客数の動き	・レストランでの個人消費に停滞感を感じる。反面、宴会場での宴会利用に関しては、ほぼ例年同様に戻りつつある。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後ずっと、随分悪くなっていたのだが、5月の終わりから6月に入ったあたりから少し持ち直している。震災後は良くなかった来客数も、震災前の水準に戻りつつあるが、まだ良いと言える数字ではない。
		一般レストラン（スタッフ）	単価の動き	・昔は暇な時は暇で爆発する時は爆発していたが、今は他を見ても爆発がないことを不安に思うものの、そう変わってはいない。ただし、必要経費は増えているので、利益はそれほど出ていない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・暑さの関係で少し客が遠のいている。これから7、8月にかけてもう少しひどくなる。
		都市型ホテル（統括）	来客数の動き	・ビジネスマンの消費動向が相変わらず控え気味である。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・テレビ、ネットの獲得数は回復したが、電話の獲得が計画に対し未達の状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・完全地上デジタル放送化を控え、加入者数は前年よりも増加する傾向にある。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・学生の学割需要も一旦落ち着きを見せている。新商品の発売待ちの買い控えが若干見られ、市場としては少し落ち着いている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行を控えた駆け込み需要により加入数は微増傾向にあるが、解約数も同様であり、純増数では横ばいである。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客である集合住宅のオーナーから、家賃収入が減少したことによる低価格のサービスプランへの変更及び解約件数が増加している。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・地上デジタル放送化を直前に、これまで加入していた客が景気悪化を理由にアンテナ受信に切替えを行い、解約するケースが目立って多くなっている。
		パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・当店、ライバル店も含めて、やや悪い状態から変わらない。昼は常連客がいるが、夕方来るサラリーマンの数が以前に比べると減っている。
		競馬場（職員）	お客様の様子	・来場者数が減少したままで、増える様子がない。重賞レースでも来場者数が前年を下回っている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画があるようでない。ただ単に話のみで前に進む気配がなく、また、震災時の不安があるのか、建物のコンサルタントのみが多少あるだけで、実話はない。
		設計事務所（職員）	それ以外	・東日本大震災から3か月が経過したが、大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・住宅の契約状況は、相変わらずユーザーの慎重度は変わらないが、業績としては前年並みである。住宅地の土地流通はここ3か月くらいは良くなっており、前年を若干上回ってきている。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約者数に大きな変更がない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今のところ販売量に顕著な傾向は出ていないが、放射線（ホットスポット）の報道により、特に分譲物件についての問い合わせが減少してきている。
	やや悪く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・1か月に1回、いろいろと客に案内をして販売会をやっている。来場はしてくれるものの、なかなか買上に結び付かないため、販売数、販売量が若干減っている。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	販売量の動き	・大口のコピー機等、工事物、家具のような物件に関しては通常どおりであるが、消耗品が少しずつ鈍ってきており、販売量が少なくなっている。来客数、買上客数、通信販売等の客数は変わらず、むしろ増えているが、財布のひもが少し固くなってきているようである。
		一般小売店〔茶〕 (営業担当)	販売量の動き	・今月もお茶における放射性物質の数値の高さが報道されてから、売上が減少している。
		一般小売店〔茶〕 (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災後3か月がたち、当業界にも逆風が次々に押し寄せてきている。新茶の時期が過ぎ、後から風評被害や関東近辺のセシウム被害と、どこの地方のお茶が安全なのか、お茶屋独自の検査をしない限り、客の不安は取り除けない。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・売上は前年比100%をなかなか達成できない。ただし例えば、東北物産展で被災地の産業を支援したり、催事売上の一部を寄付するなど、買物をするのが社会貢献につながるというエシカルコンシューマーという言葉があるように、きちんとした背景がある消費は活性化している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・客単価の低迷に加えて関連販売状況も低下し、極力、必需品の購買傾向にシフトしている。また、父の日ギフトも単価が更に低下し、暑さ対策のクール機能商材が売れ筋を代表するような実用的なギフト傾向である。中元ギフトはほぼ前年並みの出だしたが、件数が減少している。後半はセール待ちの買い控えが目立っている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・客数が少し減っていることが売上に影響している。また、東日本大震災後は特需で少し良かったので、その月に比べると今日は良くない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災当時は買いだめに走った分、それが徐々に落ち着き、通常の買物の姿に変わっており、3か月前に比べるとやや悪い方向に向かっている。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・東日本大震災後、節電、節約ムードになっている。スーパーマーケットでは必要な商品の購入に絞っており、客数が減っているため、前年を下回っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前は東日本大震災の需要があり異常な売行きだったため、やや悪くなっている。
		家電量販店（店員）	それ以外	・年々の傾向を見てみると、販売店のなかでは力のある信頼を得た小売店が成長をしているが、物販における単価の値崩れにより市場は低迷し続けている。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・工場の生産は回復してきたが納期改善にはまだ時間がかかっており、当月マッチ率は厳しい状況のまま、売上台数は大幅な目標未達、前年割れとなっている。また、純受注台数は月初5日までのスタートと20日以降の終盤で大きく前年割れとなり、前年比80%と伸び悩んでいる。全国及び県内の比較でも若干の遅れを取っている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数も減っているが、成約件数、販売数が相当減っている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕 (経営者)	販売量の動き	・6月に入り季節品は売れ出したが、高額品の売行きが芳しくなく、客単価がかなり下がっている。節電が行き過ぎて暗い陰気な店になってしまった感があるので、今全体の電気使用量を見直している。
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	販売量の動き	・一部ハードに値下げの効果が出ているが、有力タイトルの発売がなかったことから、日米欧で前年比8～9割となっている。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・婚礼見込みの乗客が前年比で75%まで落ち込んでいる。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・東日本大震災後3か月が経過したが、震災当初に見られた自粛ムードは徐々に和らいでいるものの、タクシー需要に関しては利用客の減少は解消していない。特に無線オーダーは20%以上減少し、今月も解消していない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・6月は梅雨の時期でもあり、また、東日本大震災の影響で客がかなり減っている。
		その他レジャー施設【アミューズメント】（店長）	来客数の動き	・母体館内全体の客数が減少しており、これに伴う形で当店の来客数も減少している。減少が顕著なのは立ち寄り客で、目的客以外の客に立ち寄ってもらえない状況となっている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・融資が付かない所は注文が激減し、計画が進まないのが実状である。
	悪く なっている	その他住宅【住宅資材】（営業）	販売量の動き	・東日本大震災の直後は資材の供給が困難になると思われたことから注文が増えたが、その後、実際の需要が伸びないために客の在庫が増え、今は注文がほとんどない状況になっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災による節電や例年以上の猛暑などで、買い控えが消費者に浸透してしまっている。
		一般小売店【家具】（経営者）	来客数の動き	・非常に景気が悪くなっており、特に最近外国人がいなくなっている。今までは意外と外国人客が商品を買ってくれていた部分があるが、福島第一原子力発電所の事故後、非常に少なくなっており、店も非常に暇になっている。
		一般小売店【食料雑貨】（経営者）	来客数の動き	・消費者の所得が上がらないため上向きにならない。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・とにかく客の財布のひもが固い。売上は上がらず、下がる一方である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、客の様子が元に戻らない。買物はよりシビアになり、価格に慎重である。早めに夏物セールに入ったが、顧客の動きも悪く、前年に比べて盛り上がり欠けている。
		衣料品専門店（営業担当）	来客数の動き	・今月は梅雨入りをしてから入人も少なく、売上もあまり伸びず、前年比84%と厳しい状態である。しかし衣料品業界の中では、当店はまだ頑張っているほうである。鮮度ある売れ筋の商品を用意して値引き等でセールをし、今の売上となっている。
		その他小売【生鮮魚介卸売】（営業）	販売量の動き	・来客数も売上も落ちているのに加えて、商品の仕入単価が値上げ続きで参っている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数がかなり大幅に減っている。来てもやはりあまり使わず、減少につながっている。客が来ないために競合店でどんどん値引き競争をし、更に収益が悪化している。
		タクシー運転手	それ以外	・東日本大震災が頭から離れることのない毎日で、特に福島第一原子力発電所の事故、復興復旧に向けてそれなりに進展進行していることは報道で知るが、阪神淡路大震災の時のような明るい見通しがまだない。夜は街中薄暗く、酔客も少なく、活気が足りない。当業界も暗い日々が続いている。とにかく事故の収束が待たれる。
		遊園地（職員）	お客様の様子	・東日本大震災から約3か月が経過したが、まだまだ震災前の状況には戻っていない。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・前年は来客数が前々年よりも減少したが、それよりも今年は減少している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方の客数が伸びなくなっている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・東日本大震災以降、被災地の復興と福島第一原子力発電所の処置にめどが立っていないことなどの理由で、客の気持ちも回復していない。そのため売買量も減り、不動産価格は最低の状態のままである。
		企業 動向 関連	良く なっている	食料品製造業（経営者）
やや良く なっている	出版・印刷・同 関連産業（所 長）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、ようやく通常の状況に戻ったように感じる。また、住宅版エコポイント制度関連や、地上デジタル放送化の影響もあって駆け込み広告案件が若干発生しており、上向き傾向となっている。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・いくらか良くなっているのは東日本大震災の影響であり、部品が出ている。発電機関係も少し増産になっている。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月度は業界ではばらばらだが復興需要があり、自動車などの落ち込みをカバーしている。また、月末ごろより自動車、半導体の持ち直し感がある。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響も少なくなり、資材などもスムーズに入荷し始めている。また、自粛していた催し物も徐々に開催し始めている。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・受注も仕入れに関しても安定的に推移してきている。
		金融業（支店長）	それ以外	・東日本大震災の影響で資金運用を手控えていた個人が、ここにきて長期的なもので運用する動きが出てきている。
		金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・取引先の中で動きの出た業種がある。停滞していたものが流れ、自粛ムードもなくなってきた。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・客数が戻ってきている取引先が多い。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・機械加工の下請製造業に、大手からの発注が来ている。まだ一部の製造業ではあるが、東日本大震災で停滞した大手の生産が復帰しつつある。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規発注や保留にされていたものがようやく動き出した様子がある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	それ以外	・繁華街に人が出始めている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の特需のため、需要とスピードが増している印象を受ける。
	変わらない	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費者の求めているものは、ファッションではなく衣料である。低所得者層が増えている現在、安価な物を買って求める動きが定着した感がある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑や印刷の仕事では主にゴム印等を法人関係に納めていることが多く、店では個人の実印、銀行印等を受けている。個人の需要は少し上がっているかほとんど横ばいであるが、会社の法人関係、特に電力関係の企業が3月11日の東日本大震災以降、非常に下がっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に関係するような製品は動き出しているが、それに全く関係のないような製品は逆に動きが悪くなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療容器、弱電部品は横ばいだったが、東日本大震災の影響で仮設住宅に使用する網戸部品の増産が決まり、前年同時期よりも受注量は増加傾向にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事の内容はほとんど変わらないが、資金不足ということで、研究資金の借入で何とか頑張っている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今まで不景気もあるが、東日本大震災によって部品が間に合わないために停滞していた。今月あたりから少しそれを埋め合わせている。
		建設業（経理担当）	それ以外	・戸建住宅以外の案件が一時全く無くなってしまったが、ここにきて価格は厳しいものの、見積案件がやっと動き始めている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、自動車の部品メーカーは工場等、壊滅状態となった。少しずつではあるが、いよいよ復興の兆しが見えてきたので、前よりは悪くはないが、変わらない状況にある。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の客は東北の工場がすべて崩壊してしまいこれからどうするか分からない。そのため、今、荷主のほうも悩んでいるという話だけであり、具体的にいつからどうということはない。他で製造しているほうに多少なりともマニュアルが回るということで、そちらに運ばせてもらっている状態である。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・一進一退の動きである。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・節電のため所有ビルの共用スペースのみならず、専用スペースについてもテナントに協力をお願いしているが、商業テナントからは、東日本大震災以降、相変わらず客の入りが悪く売上が伸びないので賃料を値下げして欲しいと逆にお願いされる事態になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		社会保険労務士 経営コンサルタント	取引先の様子 取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。 ・街のにぎわいを左右する中小飲食業の現況では、東日本大震災後の人出の減少に加え、例年より早い梅雨入り、頻発する食中毒事件などにより、客数が減少している。しかも夏の賞与にもあまり期待できない。大手飲食チェーンでは値下げにより懸命に対応しているが、中小ではこれが難しい。非常に厳しい状況が続いている。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・公共事業がまだ動いていないので、売上が低迷している。
	やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商店や会社関連の仕事の動きが少なく、明るさが見えない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注にばらつきがあり、安定的な受注がない。時期的にも定期受注品が少なく、苦戦中である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社の営業が、印刷の受注量が更に減って印刷機の稼働率が例年に比べ極端に悪いと言っている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・当社の得意先は、京都の呉服関係とデパート関係の2件ある。デパート関係は大変状況が悪いということ、苦戦しているようである。また京都のほうでも仕事量が減って、やはり苦戦はしているようである。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築案件での顧客が減っている。耐震工事は例年どおりである。官庁関係は小物が多く、大型案件は減っている。なお、環境に配慮した商品の問い合わせが多くなっている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量の減少傾向が続いているおり、荷主側が配送コースの見直し削減を実施したため、当社の担当業務が減少している。
		輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・依然として東日本大震災後の影響で一部部品がないため製造できず、注文はあるが出荷品がないためにキャンセルといったことが続いている。見通しとしては7月下旬か8月上旬ぐらいと聞いているが、実際のところまだ分からない。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による輸送の特需が3月には発生していたが、今はそれがないのでその分落ち込んでいる。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の中小企業の様子は、東日本大震災の影響により、材料や部品の不足がかなりある。製造業を中心に建設業、自動車関連等の客にもかなり影響が出て、売上が低迷している企業が多くなっているため、景気は若干悪くなっている。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で依然として厳しい状況にはあるが、受注や生産活動等は若干持ち直してきているようである。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、取引先の商品が販売できない。
		税理士	取引先の様子	・顧問先で貸室、貸マンションを40数室持っている所があるが、この1年、特に今年に入って出ていく人が多い。1階の倉庫業者や事業家が事務所や事業所として使っていた広い所は2軒とも3月に出ており、他の部屋も出て行っている。普通に人気のある所だが、安い所に行くとか事業を縮小して出て行く等、今までずっと安定していた不動産業界でもこういう形になっている。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・まだ回復軌道に乗り切れていない感じである。復興への意気込みも息切れが見られ、依頼件数も受注量も低下傾向である。
		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	・契約金額の減額要請が来ている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・そろそろ関東圏における東日本大震災の影響はなくなっていると思うが、受注件数の減少傾向は回復の兆しがない。地震発生前と比較すると受注量が元に戻らないため、まだまだ回復したと言える状況ではない。

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	
	悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・東日本大震災後、客先の様子がすっかり変わり、看板、不要不急のステッカー、小物、ノベルティなどが全く無くなってしまっている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電気を消費しない空調機器はないため、電気の心配がいつも付きまとう。	
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、出荷量の激減が続き、増加の見込みが見えない。	
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・求人広告の依頼が全く無くなっている。これまでも既にかなり目減りしていたが、ここに来てゼロとなっている。目減りしていても、多少は有ると全く無いとは違う。仕方ないとはいえ、厳しい。	
雇用関連	良くなっている	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数が増えてきている。東日本大震災、景況感等の心理的改善が強まってきて、企業側の採用意欲が高まってきている。	
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・東日本大震災の対応業務が落ち着きつつあるものの、地上デジタル放送関連の業務が大きく求人を増やし、全体として新たな契約開始は終了を上回っている。	
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・新規取引社数が若干増えている。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・若干ではあるが、求人数及び職種が増えている。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般、パートともに求人数が増加している。IT、医療、福祉職の求人が、特に増加している。	
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・サプライチェーンの回復は想像以上に進んでいる。ようやく7月に大手自動車工場がフル稼働生産になるため、期間従業員の大量募集の情報もあることから、自動車関連の中小企業に対しても受注が徐々に増えていくと考えられ、休業も減少する。夏場の電力不足の心配もあるが、景気はゆっくり回復していく。	
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・当社のクライアントの多くは製造メーカー、特に自動車関係が多いのだが、その中では一時停滞していた生産ラインの復調が順調に進んで落ち着き、80～100%に近い所も出てきている。そうした中からもう少し中長期的な見方をする所も出てきており、生産ラインというより研究技術開発要員、あるいは中途が多いが海外で人事、経理、営業のできる経験者等の要求が特に出てきている。	
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数が増加傾向にある。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・各業種とも、求人の多い所や増えている所はない。
			人材派遣会社（支店長）	それ以外	・仕事の雇用選択肢が増えてきたせいか、派遣就業者の本人都合による契約終了割合が増加傾向にある。一方、派遣依頼数は微減状況であり良くない。
人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き		・派遣需要は依然少なく、求人数は少ない状況である。東日本大震災の影響は落ち着いているが、派遣需要は依然回復していない。		
人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子		・雇用拡大の様子は見られない。今まで欠員補充を我慢していた企業の雇用数はやや回復しているが、余剰感があつた企業の欠員補充は我慢が続いている様子である。また、雇用形態も有期職がひところよりも増えており、無期職に上がれる基準が高い傾向が見られる。		
求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き		・6月に入り大手企業の内定が出始めたが、先行していた中堅企業の内定に満足して学生の活動量が鈍っているようで、歩留まりが思わしくないという人事担当者の声がある。長期化の可能性大で、業界としてはチャンスかもしれない。		
職業安定所（所長）	求職者数の動き		・前年同期と比べ、求職者があまり減っていない。特に新たに失業給付手続きをする人はほとんど同数で高い水準を維持していることから、景気には変化が見られない。		
学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き		・東日本大震災の影響を含め、停滞気味の求人獲得数に大きな上昇は見られず、前年と比較してもマイナス傾向が継続している。		

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
		学校〔短期大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・不景気が続き、求人数が非常に少ない。あっても四大生のみだったり採用人数も非常に少なく、短大生の就職活動意欲が薄れてきている。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の減少幅が大きくなっているものの、このあたりが底だと考える。事業所側も、採用を控えるのはそれほど長期に渡るとは思えない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・6月後半から求職者数が減少傾向で、新しい求人が少ない。また、内容もあまり変わらないため、求職者は求人検索をするだけで紹介を受けようとする人が減っている。ハローワークの中での活性化が見られず、就職数も伸びていないようである。
	悪くなっている	求人情報誌制作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・新卒採用をする企業が相対的に元気がない状況は続いているが、採用を再開してもかなり予算を絞っているため、告知媒体にお金を掛けなくなっている。我々のような業界は先細るばかりである。

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コンビニエンスストアでは、東日本大震災以降もたばこの在庫が比較的あるため、たばこを求めて来店する客が増加し、来客数は増加傾向にある。たばこの売上が伸びて、全体の売上も伸びている。ただし、それ以外の商品は、強い動きにはなっていない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・例年ならばそれほど売れる月ではないが、今月は中古車がよく売れている。問い合わせ件数も多く、仕入れが難しいほどである。単価も高く推移している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	販売量の動き	・省エネ商品、暑さ対策商品、防災用品の品切れが続出している。
やや良くなっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・多少ではあるものの、商店街への週末の来客数が増えてきている。ただし、客単価は依然として低迷しており、売上も前年同月と比べて減少している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後は地元の観光地でも静かな日が続いたが、春休み以降は完全に回復している。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、4月は贈答品の売上がかなり落ち込んだ。今月も売上水準は全体的にまだ厳しいものの、4月と比較すると少し持ち直してきている。うちの仕事もしているが、震災の影響とエコ意識の高まりにより、うちの需要は非常に伸びている。扇風機も売れていると聞くが、消費者は扇風機とうちわで夏の暑さを乗り切ろうとしている。うちわ業界にとっては追い風である。ただし、在庫が不足しつつある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・土日祝日は家族連れの来客数が多く、売上も前月比で増えている。特に平日は、午前は閑散としているものの、午後は仕事帰りに立ち寄る男性客が増加しており、夕方の売上も伸びている。靴のプレゼントはサイズの問題もありあまりないが、今年は暑いので、父の日にサンダルがプレゼントがよく売れている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・来店客の購買意欲は高く、久しぶりにボーナス需要を感じている。良い商品なら予算をオーバーしても購入するという客が増えている。これは、しばらく見られなかったことである。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・物流の改善により、食品の売上が回復している。それに加えて、催事場ではベッドやじゅうたんが売れ始めており、眼鏡の売上も回復している。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・販売促進策で実施した先行セールへの反応は良くないが、本格セールの直前期にもかかわらず、定価品は好調に動いている。秋色の夏素材商材の売行きが、ここ数年なかったほど伸びている。客の目は、価格から、より良い商品や価値が高い商品へと向かい始めている。今後は、商品単価が上昇する可能性も高い。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後と比較すると、来客数は回復傾向にある。客単価も震災前の水準に戻りつつある。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・梅雨の期間が例年よりも短く、雨による客足への影響はあまりない。梅干しが店頭と並ぶ時期であるが、例年並みの販売量である。

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（店員）	単価の動き	・少しずつではあるものの、乗客数は増加している。単価も少し上向きになっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が増えてきて、前年並みになっている。たばこ特需により、客単価も前年同月上回っている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・客単価、来客数、売上の前年同月比は、前月と比べて2～4%改善している。全社と比較すると、客単価は全国並みであるが、売上と来客数は上回っている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・他業態と比べてたばこの入荷が多かったこともあり、たばこ目当ての来客数が増えている。タスポ効果の時のように、おにぎりやパン等のついで買いがあり、売上はやや改善している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・猛暑により、エアコンの売上が大幅に伸びている。地上デジタル放送への完全移行で、テレビの売行きも良い。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・高価格商品は売れていないが、値下がりした商品や安い商品に対する客の反応は良く、来客数も増えている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車の点検等は、これまでは先送りされてきたが、少し増えてきている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災時の買い控えは、かなり改善されてきている。また、主力車種に関しては生産も戻りつつある。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の配車台数が制約されているため、販売実績は前年同月比50%割れであるが、受注量は前年同月比75%前後で推移している。来客数も、例年の夏のボーナス期ほどではないものの、確実に増加している。消費は、少しずつではあるが回復してきている。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客との会話のなかで、利益はあまり増えていないが、仕事は忙しくなってきたという話がよく聞かれる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年並みとまではいかないが、販売台数は大幅に回復している。当店、会社共に、目標に近い販売台数で推移している。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・メーカーからの供給量が回復しつつある。乗用車の仕入金額は、東日本大震災直後と比べると20倍ほどになってきている。登録可能な車両の増加に伴い、売上も4、5月と比べると増加している。
		乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響による自粛ムードは、変化しつつある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月と比べると、出控えていた客が少し戻ってきている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛ムードが弱まり、前年同月の売上並みに回復している。ボーナスが出た企業もあるため、週末の人通りも増えており、来客数の増加につながっている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災直後はキャンセルが相次ぎ、休業同然であったため、その時と比較すればやや良くなっている。最悪期と比べると、落ち着きを取り戻して、仕事が入ってきている。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・団体客のキャンセルによって空いた穴を、完全とまではいかないものの、個人客で相当カバーできている。宴会の売上は減ったままであるが、レストランの売上は増えている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・ビジネス目的の宿泊客が戻ってきた。海外からのビジネス客も、かなり戻ってきている。ただし、観光客はまだ回復しておらず、宴会も自粛が続いている。レストラン部門は、比較的良い。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・経済的余裕がある客層は、消費を増やしている。ただし、普段から消費を抑えている客層は、更に節約している。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後は旅行は罪悪のように受け取られていたが、そうした雰囲気は徐々に弱まり、今は旅行も復興につながると理解されてきている。売上も、夏の個人旅行を中心に、徐々に回復しつつある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故に伴う自粛ムードは一段落しており、夏の旅行計画や、スポーツ関連のイベントでのバスや弁当の注文が増えている。少しずつ余暇を楽しむ余裕が出てきた感がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
変わらない		タクシー運転手	乗客数の動き	・通勤時間帯や昼間のタクシー利用客数は変わっていないが、深夜の利用客数は増加している。株主総会の終了後に繁華街に出掛ける人が多いことが要因である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・急に暑くなったためか、ビアガーデンや居酒屋帰りの利用客が増加している。日中も、病院に通う人の利用がかなり増えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・相変わらず、客単価は非常に低い。客単価が低いため、売上の増加にはつながっていない。
		商店街（代表者）	乗客数の動き	・東日本大震災以降の売上は、5月の連休に少し回復した後、6月に入ってまた若干回復しつつある。ただし、乗客数はやや減少している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災直後と比べると、購買意欲はやや回復している。ただし、生活必需品以外では、期待したほどには回復していない。単価が高い商品はほとんど売れていない。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、消費動向は少し変化している。節電も含めて、中元商戦への影響が懸念される。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	販売量の動き	・立ち読みだけして買わずに帰る客や、買っても最低価格の105円の本を1～2冊という客が本当に増えている。以前は千円や二千円は簡単に使っていたのが、今は105円の本1冊だけという客も増えている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	乗客数の動き	・取引先の飲食店では、乗客数がゼロに近いという日が続いている。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	販売量の動き	・調剤部門の売上は多少増えているものの、一般小売の売上は年々減少している。客は必要な物は買うが、ついでの買物がない状態は変わらない。買ってもらうには、以前と比べて多くの時間と努力が必要である。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	単価の動き	・普段の買物の客単価が、低くなってきている。通常の営業時とセール時の乗客数に、差がありすぎる。出費を低くしようという動きは変わっていない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、消費はかなり落ち込んでいたが、今はやや持ち直している。乗客数も回復しつつある。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	乗客数の動き	・雨の日が多くなり、乗客数はやや少ない。客の様子を見ると、一時の自粛ムードは少し緩和しているが、買い方はまだ慎重で抑え気味である。客単価は低めで推移している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・クリアランス待ちもあるが、必需品以外は購入しないという買物態度は、依然として変わらない。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・上旬は好調に動いていたが、中旬ごろからセール待ちの買い控えや下見の客が増えて、かなり厳しい状況になっている。一部のブランドでは先行セールを開始したが、本格的なセールを待つ客の姿が多く見受けられる。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・物や人の動きがやや鈍くなってきている。スーパー、ショッピングセンター等への乗客数も減少している。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・大型店、中小スーパー共に、相変わらずディスカウント価格ばかりである。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客はチラシ広告を見て、価格にシビアに買物している。その一方で、手頃な新製品や話題商品が動いている。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・客単価は、前年同月並みに回復してきている。たばこの売上も前月に比べて増加している。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・当店全体の売上は、引き続き前年同月を下回っている。客が買う商品は、必需品ばかりである。暑さ対策関連商品で売上をカバーするのは難しい。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・東日本大震災後は一時的に買い控えがあったが、今は一段落しており、買物動向は落ち着いてきている。
	コンビニ（企画担当）	乗客数の動き	・予想したほどの客の動きにはなっていない。乗客数は、わずかながら依然として前年を下回っている。	
	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・震災特需がなくなり、購買意欲も弱くなってきている。	
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・気温が上がらないためか、飲料水やアイスクリームの動きが今一つ鈍い。雨が多いためか、乗客数もそれほど伸びていない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・客の年齢層が年々上がり、販売意欲もなくなってきて来客数が減少傾向にあったところに、東日本大震災が起きた。来店客は多くの買上をしてくれるが、新規の客が少ない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・受注量を見る限り、良くも悪くもなっていない。新型車に関しても悪くない。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災後の来客数の落ち込みからは、回復しつつある。しかし、震災以前の来客数を上回ってはいない。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・集客が難しく、厳しい状況にある。飲食店では、焼肉食中毒事件の影響も大きい。
		一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・売上は少ない水準で安定している。客は、小遣いが減ったため来店機会も減ったと話している。
		旅行代理店(経営者)	競争相手の様子	・大手の旅行代理店が店舗の統廃合を始めており、厳しい状態は一段と進みつつある。
		旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響はまだ強く残っており、まだ本来の予約状況までには回復していない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災前は景気が悪いなりに利用客はあったが、震災後は夜の繁華街の客もなかなか利用してくれなくなっている。最終金曜日は最近なかったほどの人通りがあったが、その後は以前と同じように静かである。ボーナスが出た企業もあると思うが、そうした様子は感じられない。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行まで1か月を切り、新規の契約数は増えているが、解約数もそれ以上に増えている。
		ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・今年は入梅が早く、来場者数の減少が心配されたが、ほぼ目標通りである。前年同月と比べると、来場者数、売上共に上回っている。ただし3か月前と比べると、良くなってはいない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売量は変わらず、横ばいである。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあり、例年と比べて買い控えが見られる。全体的には変わらないが、地域差がある。
		その他住宅〔住宅管理〕 (従業員)	来客数の動き	・来客数は、ここ2～3か月間はほとんど変わらない。多くはないが、ぼつぼつと来客がある。
		やや悪くなっている		一般小売店〔土産〕 (経営者)
一般小売店〔惣菜〕 (店長)	お客様の様子			・月の後半から、中元シーズンに入っている。個人客は、東日本大震災以降の人のつながりを大切にする風潮からか、それ程の落ち込みは感じられない。しかし、大口の法人関係に関しては、現時点では苦戦している。
スーパー(店長)	単価の動き			・一品単価は横ばいであるが、買上点数には減少傾向が見られる。必需品や低価格品ばかりを購入する買物が多い。
スーパー(店長)	単価の動き			・一品単価の下落が進んでいる。買上点数の動きもそれをカバーするほどではないため、客単価も低下している。
スーパー(店員)	単価の動き			・商品価格が高くなっているため、購入量は更に減少している。
スーパー(営業担当)	単価の動き			・3か月前は震災需要で伸びたが、今は震災前に戻り、厳しい状況が続いている。一品単価、客単価共に低迷している。
コンビニ(店長)	販売量の動き			・下旬から気温が上昇し、飲料やアイスクリームの売上が増えてきている。しかし、月前半の落ち込みをカバーするほどではない。
コンビニ(店長)	来客数の動き			・繁華街立地の店とビジネス街立地の店の両方で、来客数は減少してきている。特に繁華街の店では、夜の来客数が減少したこともあり、来客数の減少が著しい。
衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き			・来客数の減少や単価の低下などにより、景気はやや悪くなっている。
衣料品専門店 (販売企画担当)	販売量の動き			・5月までは商品はよく動いていた。今月は急に暑くなり、通常ならば夏物が動くはずが、東日本大震災の影響のためか、消費は増えていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・販売台数は前年並みである。他社の車に乗って来店する客が減ってきており、購入を積極的に検討する話も少なく、様子見がうかがえる。また、検討車種の納期がかなり遅い場合は、値引きも含めた競合車種との比較もできないため、車検が近い客は購入を諦めるようである。	
		住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災前から、民間の設備投資や公共工事は減少していた。震災以降は、それまで良かった持家住宅や分譲マンションも減少してきている。全体的に厳しい状況が続いている。	
		その他専門店 【雑貨】(店員)	競争相手の様子	・来客数が落ち込んでいる。	
		理美容室(経営者)	来客数の動き	・暑くなり、本来ならば忙しくなるはずなのに、客はあまり来ない。	
		美顔美容室(経営者)	お客様の様子	・キャンペーンを実施中であるが、同業のサロンが周囲に増えてきたためか、新規客は増えていない。	
	悪く なっている	その他サービス 【介護サービス】(職員)	競争相手の様子	・大手の事業者が、介護保険外のレンタルサービスで低価格競争に出ている。採算にあわず、厳しい状況である。	
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・3月以降、売上は落ち込んでいる。客との会話でも、今月は前年同月比で2割強落ち込んでいるとの話が聞かれる。	
		その他専門店 【貴金属】(店長)	お客様の様子	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故、ボーナスカットと暗い話題ばかりで来客数は減少しており、景気は冷え込んでいる。消費マインドも低下しており、高額な時計や宝飾品の売上回復は見込めない。	
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・静岡の繁華街では、かつては夜の11時ごろはまだ人通りが多かったが、今は本当に閑散としている。	
		理容室(経営者)	お客様の様子	・相変わらず、景気の良い話は聞かれない。また、客は安い店に流れている。	
企業 動向 関連	良く なっている	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、海から離れた地区で購入が少しある。	
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・借入しないで、自己資金での増改築を検討する人が多い。そのため、早急に修理が必要な工事ならば仕方ないが、耐久性の補強のための工事ならばもう少し我慢するという客が目立っている。	
	やや良く なっている	—	—	—	—
		電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後は停滞していた部品の入荷が回復してきており、出荷量は上向いている。	
		輸送用機械器具製造業(総務経理担当)	受注量や販売量の動き	・今月中旬以降、客からの発注量は確実に増加している。売上は、4月と比べて9割増になる。	
		輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が懸念されたが、荷物量の前年同月比は発送、到着共に伸びてきている。	
		金融業(法人営業担当)	取引先の様子	・サプライチェーンの復旧により、地元の自動車メーカーは生産を回復している。それに伴い、部品メーカーの生産も急ピッチで増加している。中小零細企業では、土日操業に伴うパート労働者の確保に追われる動きもみられる。	
	変わらない	会計事務所(社会保険労務士)	取引先の様子	・顧問先では、大きな仕事が入っている企業や、新規事業が伸びている企業がある。	
		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	・東日本大震災の影響は少なくなっており、景気は少しずつ回復してきている。	
		化学工業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・4～5月は、福島第一原子力発電所事故の影響で、日本製品が放射能汚染されているとの風評から、海外顧客から在庫を放出するようにとの要望があったが、最近は少し沈静化している。また、各国では日本製品の受け入れ体制の整備が進み、輸出は震災前に戻りつつある。	
鉄鋼業(経営者)		受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、受注量、販売量共に以前と比べて2割以上も落ち込んでおり、回復する兆しも見えない。		
一般機械器具製造業(営業担当)		受注量や販売量の動き	・北米市場、アジア市場共に、自動車業界からの引き合い件数や受注量に大きな変化は見られない。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・貨物量は回復してきているが、イレギュラーな配送が多く、積載率は低迷している。軽油価格も高止まりしているため、利益を大きく圧迫している。
		輸送業（エリア担当）	競争相手の様子	・取引先の大手飲料メーカーでは、例年今の時期は夏に向けて、飲料水が出荷のピークを迎える。今年は急に暑くなってきたにもかかわらず、目立つほどの増加はなく、例年通りの動きである。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・アジア間の貨物は好調であるが、米国との貨物は低調である。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降も、震災前の悪い状態で推移している。取引先の投資意欲は、厳しい状態が続いている。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・東日本大震災から3か月が経つが、福島第一原子力発電所事故の状況が改善していないことや、政局が不安定なことから、投資意欲は回復しておらず、様子見が続いている。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・名古屋地区では、引き合いや取引状況等に変化は見られない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・イベントや企画の縮小、中止の影響で、それに関連した印刷物も含めて、厳しい状態が続いている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告量は、前年並みに回復している。ただし、流通分野では回復が見られない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・各企業では販売実績、売上実績を伸ばそうと頑張っているが、それに伴うコストが増えている。人気がある住宅は良い建材を使っており、サービスも人件費等のコストを掛けている。そのため、売上の割には利益は少なくなっている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・今まで凍結されていた案件に予算が付き、ようやく動きが出始めたと聞いている。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に伴う影響から、まだ抜け出ることができていない。悪い状態が続いている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・取引先の生産量は通常の6割程度であり、パート社員も減らしている様子で、非常に厳しい状態にある。これでは、設備投資にまではなかなか回らない。
		やや悪くなっている		化学工業（総務担当）
窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き			・今月中旬に大口取引先から1か月程度の納期延期の依頼があり、一気に生産量を減らしている。
輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き			・荷主は、運賃に対して非常にシビアである。燃料である石油製品の価格が大幅に上昇しており、荷主に燃料サーチャージを要請しても応じてもらえない状況にはない。
輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き			・今月の売上の3か月前比は5.3%減、前年同月の売上の3か月前比は11.7%増とやや悪くなっている。ただし、前年同月の3か月前比の大幅増は、前々年4月から前年2月までの期間が非常に落ち込んでいたことによる。
悪くなっている		経営コンサルタント	取引先の様子	・地元の金融機関では、地元企業に対する融資、特に不動産の融資をほとんど凍結している。そのため、新規の事案が全く動いていない。
		公認会計士	それ以外	・東日本大震災の影響で、顧問先の自動車関連製造業の操業度が低下している。製造業の業績悪化が、多くのサービス業にも影響している。
雇用関連	良くなっている	アウトソーシング企業（エリア担当）	採用者数の動き	・自動車関連企業の雇用増加に伴い、採用者数は増加している。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・取引先企業では研究開発意欲が高まっており、技術者派遣の需要も増加している。
		人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・自動車関連企業が生産を本格化し、期間工の採用も再開している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告量は、東日本大震災直後と比べると、多少上向きになっている。
		職業安定所（所長）	周辺企業の様子	・自動車部品の製造は東日本大震災の影響で一時止まったが、今月中旬以降、生産は回復している。自動車部品の製造する3次下請までの生産量は、震災前の7～8割にまで回復している。ただし、4次下請以下では、厳しい状況がまだ続いている。

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、6月に増加に転じており、増加幅も広がりつつある。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・自動車関連製造業の生産の回復に伴い、求人が入り始めている。また、在職中の求職者が転職に伴い退職手続きする際に、強く引き留められるケースも増えている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・生産は持ち直してきているが、採用計画に大きな変化は見られない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・4、5月に比べて、採用数は減ってきている。求人広告数も、今月は減少に転じている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人はそこそこ出てきているものの、前年度を下回る条件の求人が多い。全体的に見ると、求人意欲は低い。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・採用者数は、前年同月比135%と増加している。しかし、求人数は前年同月の7割に減っており、直近までの求人数と比較しても、弱含みとなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4、5月とほぼ同水準であるが、前年同月比ではマイナスになっている。また、パートを除く一般求人数は、3か月連続で前年同月を下回っている。東日本大震災の影響も、多少ある。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・ハローワークでの新規求人数は、4、5月と2か月連続で前月を下回っている。季節要因もあるが、企業の求人意欲が低下していることも影響している。また、休業に伴う雇用調整助成金の届出件数も、再び増加に転じている。ただし、求職者数の動きには大きな変化は見られない。
	悪くなっている	—	—	—

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	—	—	—
		—	—	—
	やや良くなっている	一般小売店〔精肉〕（店長）	単価の動き	・中元商品が動き始めたが、例年と比較すると単価の高いものが売れている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・買物の仕方自体はまだまだ厳しい目を持って選んでいるが、着心地の楽なもの、涼しく感じるもの、盛夏物の肌着など特化したものは販売量が増えている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・例年6月はクリアランスセール待ちで婦人服販売の動きが悪くなるが、セールの前倒しをする売場が増え、前年並みの売上を達成できた。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人衣料品を中心に、上得意向けのシークレットセールやブランド品のセールなど早期の割引販売に対して購入率が上昇している。また、涼しく過ごすためのインテリアなど夏の商材に動きがみられる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ3か月ほど、売上の前年同月比は120%を維持している。
		コンビニ（店長）	それ以外	・地域の事情もあって、近隣のコンビニ店舗が別の大手コンビニチェーンへ移行するための改修工事をしており、当店の売上は好調である。7月の中旬ごろから再開するので今月限りの現象であろうが、改修がなかったとしても調子は良かった。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・テレビの売行きが異常なほど良い。地上デジタル放送への移行後も、家中のテレビが地上デジタル放送対応に変わるまで当分は現在の状況が続くようである。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・節電関連の販売量、地上デジタル放送対応商品の販売量が前年比150～200%で推移している。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・アナログ放送終了により、テレビの販売数量が増加している。		
乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響は依然として続いているが、自動車の販売量は前年同月比50%までに回復してきた。		
その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	販売量の動き	・来店客1人当たりの買上点数が5.8点から6.6点へと増加し、買上量が増加している。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今月に入りメーカーの接待需要が急増している。ただし、10、11月に次いで6月は団体旅行の多い月だが、団体旅行に関しては昼も夜も例年比約60%と低調である。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・高速道路料金休日上限1000円制度の駆け込み需要もあり、週末は好調であった。制度終了後の週末も大きく落ち込むこともなかった。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は落ち着いてきた気配を感じている。しかし、職種によって格差があり、給料が下がってきたとか、特に建設関連では仕事なくなっているなどの声を聞く。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・売上の前年同月比が前月40%減、今月24%減とマイナス幅が改善傾向にある。団体旅行計画も中止から実施への見直しが始まっている。ただ安近短傾向が目立っている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べると明らかに問い合わせ件数は増加している。直近の団体旅行案件も複数ある。しかし本格的な需要復活までの力強さは感じられない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・自粛ムードが和らいできており、東日本大震災以前の生活に戻れば経済的にも良くなっていく。そして、それが最終的には、復興の手助けになるとの声をよく聞くようになった。
		タクシー運転手	販売量の動き	・企業の営業担当と思われる客が増加している。
		通信会社（職員）	来客数の動き	・アナログ放送終了を前に、ここにきてようやく駆け込み需要が増加速度を上げてきた。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・スマートフォン需要が高まっており販売数も増えている。まだ未発売の商品もあり今後が期待できる。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・入込客数は全体では前年同月比で相変わらず6～7%下回って推移している。ただ、団体客数が10%強前年を下回っているのに対し、個人客数は4～5%の増加に転じている。全体としてはややマイナスものの、3か月前との比較ではやや持ち直している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・フラット35の金利1%優遇が、今秋にも前倒しで終了しそうな状況にあり、駆け込み需要となって販売が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・7月末で住宅エコポイント制度のポイント発行が終了となり、駆け込み需要が増えている。
		変わらない		商店街（代表者）
一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き			・震災直後の過剰な自粛は収束してきたが、景気が良くなったわけではない。今後、高速道路料金休日上限1000円制度の廃止による悪影響が懸念される。
百貨店（売場主任）	お客様の様子			・エコや節電対策商材は堅調であるが、以前よりし好品に対する消費が落ち込んでいる。
百貨店（営業担当）	お客様の様子			・将来の不安からか、相変わらず高額品やラグジュアリーブランドといわれる非日常的な商品の動きは厳しい。ただし、絆を大切にするためのギフト関係や節電、節約、エコといった商品の動きは好調に推移している。全体的な売上は前年並みを確保できるかどうかの水準である。
スーパー（店長）	お客様の様子			・衣料品では涼しく過ごせるステテコ、機能性の高いインナー、住居関連ではクールな敷きパッド、寝具、枕など省エネ関連、節電関連商品が活発に動いているものの、全体的に見れば、相変わらず商品の動きは鈍い。
スーパー（店長）	来客数の動き			・来客数は前年同月比100%を維持しているが、売上に前年以上の伸びがない。
スーパー（総務担当）	お客様の様子			・ホームセンター部門では、節電対応で扇風機・日よけなどが良く売れている。しかし一部の商品だけで全体の売上は変わらない。
スーパー（総務担当）	お客様の様子			・3か月前と比較すれば、東日本大震災の影響は多少残るものの、和らいでいる。ただし、酒・乳製品などのし好品は売行きが以前ほど回復しきれていない状況である。生活必需品の生鮮品、日配品などは前年並みである。
コンビニ（経営者）	販売量の動き			・客数は微減傾向が続いている反面、客単価は微増傾向が続いている。全体では、ほぼ前年並みで推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・ビール、カップ麺などは、一時期ほどの出荷制限がなくなり、ようやく安定的に供給されるようになったものの、客単価は下がったままである。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後、消費に対して自粛傾向であったが、セールは前年比微増で推移した。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による極端な買い控えは収まっている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・スーツは前年と同様で低調であるが、ドレスシャツの注文は前年より増加している。しかし、これは景気の良し悪しとは関係がなくクールビズの影響である。
		衣料品専門店（総括）	販売量の動き	・本当に必要な物しか買わない雰囲気まん延している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新型車が3か月遅れで発表となり期待をしているが、客の反応が今ひとつ弱いようである。受注進捗が大変鈍く、客に購入時期を聞くと、まだ様子を見てからの判断が多いようである。
		乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降、自動車販売業界は完成車の配車状況が大変厳しかったものの、今月に入ってからは徐々に好転している。今後は消費者のニーズに応えられるような配車状況になるであろうと期待しているが、来客数はかなり減少している。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・地上デジタル放送移行に伴う関連商品の動きはよくなっているが買い控えている客も多い。また、タイヤ販売価格の値上げにより売上が鈍化傾向となっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・客の不況感は相変わらず強まっているようにみられる。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・来客数は前年並みだが、宿泊単価・消費単価が前年同月比5%程度低下している。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比80%、宿泊人数は同77%、宿泊単価は同100%となり、宿泊人数減が売上減の主な原因である。宿泊人数減の要因は東日本大震災による旅行自粛の影響が大きい。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・情報通信サービス・機器の販売状況に大きな変動はない。
		美容室（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響はあまり感じられない。それ以上に政治、経済の停滞感の方が強い。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災後の資材調達もほぼ順調であり、回復作業工程も軌道に乗っている。また、住宅展示場の来場者も心理的な不安感の解消もあるのか回復基調にある。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントの集客もまずまずの状況ではあるが、商品・内容によって大きく結果が異なり良いものには集客が望める。選別される傾向がますます強くなっている。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・前月は寒い日が続いたが急に暑くなり、衣料品では合い物の出番がなくなった。外出を控える傾向が一層強くなり、また、出歩いても購買には結びつかず、来客数と購買数に開きが出ている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・平日の来客数が非常に減少している。財布のひもが固く、買い控えの傾向が強い。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数については前年同月並みで推移しているが、1品単価、客単価は低下している。特に1品単価が低下し、客は安売りの品を買い回り、生鮮食材においては必要なものを必要な量だけを購入している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・買える客層と買えない客層、売れる車と売れる価格帯がはっきりしてきた。大企業従事者、医療関係は持ち直してきたが、それ以外は依然厳しい。オートローンも審査が通らないケースが増加傾向にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊は壊滅状態から低迷状態へ、レストランは手堅く推移し、宴会は引き続き低迷している。全体としては低迷が続いている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・ケーブルテレビアナログ契約のデジタル移行もほぼ完了しており、契約獲得の勢いも鈍化傾向にある。
		悪くなっている		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・景気の底だと思っていたが、東日本大震災の影響で買い控えや行事の中止などが重なり、悪循環が発生している。
企業 動向 関連	良く なっている	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引に大きな動きはないものの、徐々に動き出している。
		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・全体としては前年同月と変化はないものの、衣料関連で秋冬物の生産が前年より増加している。
	やや良く なっている	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、一時止まっていた設備投資意欲が出てきており、特に国内からの受注が増えている。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・家電量販店の新店舗オープンにつき折込チラシの量が増えた。また通信販売のチラシが東日本エリアに入れられない分、西日本エリアに入るようになった。
	税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・関与先のなかで、製造業は徐々に良くなっており、なかでも輸出関連の機械製造は堅調である。自動車関連も追いついている。小売業関連は、東日本大震災で一時自粛していたものの、需要が当地に向いてきたので全体的には上向きだが、価格は厳しいものがある。	
変わらない		食料品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・低価格志向を反映し、販売価格は低下した状態で推移した。売れ筋商品も低価格品が主で変化に乏しい。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もまだ不透明な部分もあるが、住宅着工自体は伸びているとは言えない。したがって主力商品の売上の伸びも見込めない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・スマートフォン向けの電子部品関連が元気ではあるが、そのほかについては動きがない。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的には厳しい状況が続いているが、購買率を上げている取引先がいくつか増えている。
		司法書士	取引先の様子	・売掛金回収のための法的手続きについての相談や、売掛金担保のための設定が増えている。
やや悪く なっている		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・輸出関連については底堅いが、車関係およびインテリア関係の商品などの動きが悪い。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で物量の流れが変化し、市場も節約方向に向かっている。これらに伴い物量が増加していない。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響からか、荷動きが悪く低迷している状態が続いている。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響などによる節電ムードの過度な高まり、政局の混迷などマイナスの影響がみられる。
悪く なっている		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の受注工事は前年同月比40%減で、技術者や技能者の行く現場がない。そのため、指名解雇ならぬ、会社が日を指定して未消化の代休を取らせる指名代休を実施している。
		建設業（総務担当）	それ以外	・受注価格競争が依然として厳しいが、民間建築工事の見積入札において、低価格業者グループと適正価格業者グループの2極化現象が起きている。いずれにしても、破格の安値業者があり厳しい価格競争が続いている。
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の投稿は前年同月比5割増である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・産休や育休・欠員要因などで一時的需要がわずかではあるが発生している。全体的には低調な求人数である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・交代要員や短期的な求人はあるが、新規投資や事業拡張による人材需要は、従来同様見られない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・休業等計画届受理件数は横ばい状態が続いている一方、初回計画届の提出件数は東日本大震災後、多い状態が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人材紹介・派遣の依頼数が激減したまま回復していない。企業の人事担当者も多少の欠員があっても我慢している様子が見られる。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・大手企業の採用活動の遅れに伴い、中堅・中小企業の採用活動が一部重複している。大企業と中堅・中小企業両方から内定を獲得した学生は、大手企業志向もあって、中堅・中小企業へ内定の辞退をするため、中堅・中小企業からの求人数が増加している。
やや悪く なっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と比べると、求人情報誌1回あたり100件ほど求人数が減少した。	

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
	悪く なっている	—	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・クリアランスセールを開始を早めた影響もあるため、大きく改善したとは言い切れないが、販売量などは東日本大震災前の水準にほぼ戻っている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響で新車の在庫もなく、客が購入をちゅうちょする部分もあったが、今月はかなり良くなっている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・3月の売上に比べれば大幅に良くなっているが、前年並みにまでは戻っていない。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	それ以外	・仕入先の開拓に成功し、売れ筋商品の確保につながっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災で落ち込んだ客足が徐々に回復しており、特に外国人観光客が戻ってきている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・買い控えの動きも落ち着き、商品の売上が順調に回復している。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・売上は前月や2か月前とほぼ同じであるが、3か月前よりも少し回復している。たばこ増税前に買いだめした客も、在庫が切れて再び戻ってきている。ただし、タスポの導入前に比べると、売上は激減したままの状態である。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数が徐々に増えてきたのに伴い、販売量も少しずつ増えてきている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温の上昇や節電意識の高まりに伴い、ファッション関連はブラウスなど軽衣料の動きが中心となり、1品単価は低下しているが、販売点数は前年や3か月前の水準を上回っている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中元商戦のピークを迎え、前年を少し上回るペースで順調に推移している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・地域間競争によって店頭売上は低迷しているが、最高ランクの富裕客の動きは良い。これまで売れないと思って紹介していなかった高額品を、購入するケースが多くみられる。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・全国的に小売が伸びつつあるという動きは、身の回りではまだ感じられないが、東日本大震災の直後に比べると良くなっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・買い控えによって高額品は相変わらず伸び悩んでいるが、消費全体は少し上向いている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・省エネ関連やエコ関連、クールビズ関連の商材は動きが良い。また、不要不急の消費を抑える動きに変化はないが、消費を自粛する雰囲気はなくなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客1人当たりの買上点数が9.8点と、前年よりも0.73ポイント減るなど、節約志向が強まっているほか、衣料品、住居関連の来客数も依然として少なく、前年よりも15%減少している。ただし、食品関係の来客数が前年比で約5%増と回復しつつあるほか、東日本大震災以降、悪化していた品ぞろえも欠品が少なくなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・店舗の改装に伴う、売り出しセールや改装オープン効果により、来客数が大幅に増えている。価格競争や販促競争も更に激化しているが、それにつられて客の購買意欲が上昇した感がある。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で未入荷になっていた商品も、たばこ以外はほとんど入荷が始まっており、それに伴って特売も復活しつつある。また、地上デジタル放送への完全移行に向けて、テレビの駆け込み需要が売上を大きく引っ張っている。さらに、LED電球や扇風機といった節電、省エネ関連商品も、異常といえるほど好調に動いている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・梅雨入り後の降雨量が比較的多く、売上が若干低迷していたが、今月下旬には気温の上昇と共に上向き傾向となっている。		

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		
		スーパー（企画）	お客様の様子	・今月下旬の急激な気温の上昇により、冷感・涼感素材が活発に売れ出している。特に、節電要請後は、扇風機や涼感機能肌着、制汗剤などが売れている。		
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温が30度を超える日が続く、飲料水が売れている。店舗の両側に工事現場があることで、関係者による来店も増えている。		
		コンビニ（広告担当）	単価の動き	・来客数は変わらないが、客単価が伸びている。他地域に比べて伸びているわけではないが、関西の前年比でみると良くなっている。		
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・節約の動きが強まっており、エコ関連商品の売行きが右肩上がりとなっている。		
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・少しずつではあるが、来客数、客単価共に、前年の水準に戻りつつある。		
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・新規の予約がなかなか増えず、依然として厳しい状況にあるほか、予約規模の縮小や1品単価の下落などもみられるが、東日本大震災による消費の自粛傾向は、やや落ち着いている。		
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・高級志向のホテルも予約がようやく動き出したが、単価の安い方へ流れる傾向は依然として強い。		
		観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・客1人当たりの消費単価や宿泊単価は前年比で89.7%と、依然として低い水準にとどまっているが、東日本大震災以降落ち込んでいた宿泊人数は、前月からようやく前年を上回る動きとなっている。		
		都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・料飲、宴会部門共に、売上が前年を上回り始めている。特に、宴会の利用が回復しており、東日本大震災で順延されていた会合の予約が入り始めている。宿泊部門も、外国人客は不振であるが、国内客の動きが活発化し始めたため、稼働率が上向きつつある。		
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードが解消されつつある。		
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・9月以降の旅行予約については、受注の回復傾向が鮮明になっている。		
		タクシー運転手	来客数の動き	・景気が回復している感はないが、今前半は梅雨で雨が多かったほか、後半は猛暑となったため、乗客数は順調に推移している。		
		タクシー運転手	来客数の動き	・ボーナスが支給されたほか、暑さや雨の影響で、夜間も客の動きが良くなっている。特に、週末の夜はかなり遅くまで利用があるなど、売上が伸びている。		
		パチンコ店（店員）	来客数の動き	・暑さのせい、涼を求めて長く滞在する客が増えている。		
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	来客数の動き	・今年は雨がかった影響で、前年よりも来客数が増加している。		
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	販売量の動き	・久しぶりに全アイテムの売上が前年を軽々と上回っており、アイテムによっては2けた増となっている。		
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・東日本大震災以降、デベロッパーは土地の取得に慎重となっていたが、最近は事業用地の入札でも高額の落札がみられる。		
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築マンションの購入希望者数は、東日本大震災による落ち込みから確実に回復している。特に、関西では震災前と消費マインドの面ではほとんど変わっておらず、今後の経済成長への期待感も多少出てきている。		
		変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・京都中心部で買物する客の4割近くは、京都以外の客であるが、それが1割減っている。市内からの客は通常どおりであるが、全体的には依然としてやや悪い。
				一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・低い水準での横ばい状態が続いている。
一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き			・この時期は中元で忙しくなるはずであるが、今年はあまり良くない。		
一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子			・東日本大震災の影響が大きかった3月と同様に、売上が悪化している。良くなることを期待していたが、また元に戻っている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・店舗などの環境面は整いつつあるが、来客数は若年客が増えている程度である。中小企業を含む経済状態は決して良くなく、雇用や消費が安定するまでには至っていない。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月の来客数は前年並みであるが、新しい商業施設の開業効果もあり、初めて来店する客が増えている。また、節電対策として、扇風機やうちわなどの需要も増えている。
		百貨店（婦人服）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク前の大型商業施設のオープンにより、消費は活発になったが、梅雨入り以降は厳しい状況となっている。また、節電の動きが広がりつつあるため、環境は厳しさを増している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・競合店が非常に多いため、客は近隣の店の広告を見比べて、値打ちのある商品を買って回っている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は減ったままで回復の兆しがみられず、買上単価も横ばいで変化がない。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数、売上共に3か月前と変わらず、前年比で96～97%の推移となっている。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・関西電力による節電要請と急な気温上昇が重なり、扇風機やすだれ、涼感寝具やクールスプレーといった省エネ・涼感商材の動きが非常に活発となっている。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・客の買上点数は前年並みであるが、単価が下がっているため、売上は前年を下回っている。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・今年は例年よりも、扇風機や夏物寝具、肌着などの涼感商材の動きが良い。ただし、5、6月は雨が多かったこともあり、全体としては買物が少なくなっている。
		スーパー（管理担当）	単価の動き	・客1人当たりの購買点数がやや増えているが、単価は低い。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの欠品が続いており、たばこを購入するために来店していた客が減ったままである。近隣のオフィス入居率も依然として回復しておらず、厳しい状況となっている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・東日本大震災以降は、買いだめの動きや品不足などで欲しい物が買えなかったが、ようやく通常の状態に戻っている。その一方、客の購買意欲は、震災前と同様に低調な状態が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・アウトレットや百貨店、ショッピングモールではバーゲンが前倒しで実施されたため、月後半の当店の売上にはかなりの悪影響が出ている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・高い物が売れずに、超特価品だけが売れており、1品単価が大きく下がっている。来客数や買上点数は変わらないが、売上は悪化している。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・節電意識の高まりで、省エネ商品の販売が増えているほか、テレビの駆け込み需要もみられるが、景気が良くなっているわけではない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災による販売量などへの影響が残っている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災から約4か月が経過し、全体的な動きがやや鈍くなりつつある。暑さのせいもあり、客の動きもやや緩やかになっている。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・一向に販売量が伸びず、キャンペーンやセールが終わった途端に売上が鈍っている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・今月中旬ごろまでは雨が多く、客の出足は鈍かったが、中旬以降は記録的な暑さとなり、飲料関係や日焼けクリームなどの動きが良くなっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量などは前年どおりの推移となっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災や、集団食中毒事件、記録的な猛暑といったマイナスの要素が重なっている。ひとつひとつは時間が解決する部分もあるが、客の心理が前向きになりにくく、外食の利用も活発化していない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月にテレビ番組で大きく取り上げられた影響で、来客数、客単価共に大きく伸びている。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・今月は異動などによる団体客の来店が予想を下回ったが、昼間は高齢者や主婦のグループの予約が入るなど、今まで夜間の来店が少なかった客層に動きがみられる。

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
		その他飲食 [コーヒー ショップ] (店 長)	来客数の動き	・東日本大震災以降、帰宅を早める傾向が進んでおり、夕方以降の客は減少している。ただし、気候が前年よりも良いこともあり、それ以外の時間帯は来客数が前年を上回っている。
		観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・団体客の動きが依然として悪く、販売量は厳しい状況にある。客が他社からも見積りを取るなど、宿泊料金の交渉も更に厳しくなっており、宿泊単価の下落が進んでいる。
		観光型旅館 (経 営者)	来客数の動き	・原子力発電所の事故に伴う風評被害で、海水浴シーズンにもかかわらず、予約状況は良くない。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊ではアジアからの観光客が戻りつつあるが、前年の3割にも満たない水準であるほか、採算を度外視した特別料金で対応しているため、収支は悪化する一方である。宴会部門では新規需要も増えつつあるが、法人客は経費削減を進めており、単価の下落や規模の縮小が目立っている。
		都市型ホテル (マネー ジャー)	来客数の動き	・宿泊部門では外国人旅行客の減少が続いている。宴会部門も、東日本大震災によるキャンセルは落ち着いたが、新規予約数に大きな変化はない。
		旅行代理店 (広 報担当)	お客様の様子	・東日本大震災の直後に比べると、客の様子も比較的落ち着いている。ただし、パンフレットを手取るなど、検討する様子はみられるが、実際の申込にはつながらないケースが依然として多い。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・雨や暑さの影響で来客数は多少増えているが、東日本大震災による自粛も依然として多く、夜の時間帯は暇になっている。
		タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響がまだ残っており、特に製造業では部品不足などで停滞が続いているため、法人客のタクシー利用も節約が目立っている。また、個人客についても財布のひもが固い状態となっている。
		通信会社 (店 長)	販売量の動き	・ボーナス商戦の動向が不透明であり、好不調の判断が難しい。
		通信会社 (企画 担当)	単価の動き	・アミューズメント施設向けのゲーム機器については、高額機種の販売が悪く、
		テーマパーク (職員)	お客様の様子	・東日本大震災以降、前年の実績を下回ったままであり、消費の回復が実感できない。
		競艇場 (職員)	単価の動き	・1日当たりで約112人、4.4%の入場者増となっているが、購買単価は21,800円から20,000円へ8.3%下がっているため、厳しい状況に変化はない。
		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	・今年は梅雨入りが早いなど、天候要因による影響が大きく、景気の実態は把握しにくい。海外からの観光客の動きは徐々に回復しつつある。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、企業の間では事業継続計画の再検討が本格化している。オフィスの移転需要の増加にも期待されるが、企業業績が芳しくないため、コスト削減の意識が高まっている。
		住宅販売会社 (総務担当)	お客様の様子	・東日本大震災による影響とは言い切れないが、来客数は3か月前と変わらないにもかかわらず、契約になかなか結びつかない。また、不動産取引についても前年を大きく下回っている。
その他住宅 [展 示場] (従業 員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数は前年比でプラスに転じたが、1年以内に家を建てる客の割合は低下しているなど、東日本大震災の影響で消費マインドは悪化している。		
やや悪く なっている	商店街 (代表 者)	販売量の動き	・3～5月に梅田や阿倍野で大型商業施設が開業したため、オーバーストア状態となっており、周辺ではほとんどの施設の売上が前年比で2けた減となっている。	
	一般小売店 [時 計] (経営者)	お客様の様子	・客単価は低いが、客足は少しずつ戻ってきている。ただし、雰囲気はまだ暗く、必要な物だけを買うという傾向は以前よりも強まっている。	
	一般小売店 [事 務用品] (経営 者)	販売量の動き	・省エネ商品などの販売増が期待されたが、扇風機は品切れになるなど、売りたいくても売れない状況である。また、消費者の間で支出が特に増えている感もない。	

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
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・天候不順もあって厳しい状況にある。3か月前は近隣の商業施設のオープンや改装もあり、周辺に活気がみられたが、今月は少し落ち着いてきている。ゴルフなどのスポーツ関連や、趣味性の強いし好品の苦戦が目立つなど、不要不急の商品に対する客の目は依然として厳しい。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・中元商戦は順調に推移しているが、主力の衣料品や身の回り雑貨の動きが非常に悪いなど、客の財布のひもは固い。
		百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・梅田に新しい商業施設がオープンし、当地区への来客が減少しているほか、外国人観光客も大きく減少している。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・最近では天候の悪い日が多いため、来客数が激減している。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数や購買率の前年割れが続いているほか、中元ギフトの動きも鈍く、客単価は低下している。大阪で商業施設がオープンした影響か、週末の客の動きが鈍く、若年客の流出も懸念される。また、梅雨らしい天候が続いていることで、盛夏商材の売行きに悪影響が出ている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・今月前半は異常に早い梅雨入り、後半は異常な猛暑という急激な気候変動に、消費者、小売店共に大変苦労している。客足は伸びておらず、買上点数も低迷している。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・異常な暑さのためか、パンの売上が前年に比べて激減している。
		家電量販店（店長）	それ以外	・東日本大震災以降、需要と供給のバランスがあまり良くない。東北への供給が最優先されているため、季節的に需要の増える商品は品不足となっている。
		その他専門店「宝石」（経営者）	お客様の様子	・雨が多いほか、梅雨明けのような暑さが続いているため、客の購買意欲が高まらない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・猛暑で商店街の人通りは少ないが、高速道路料金の値下げが終了した影響か、週末に来客が集中している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災から3か月が経過し、自粛ムードは落ち着いてきたが、復興支援の動きは遅れており、原子力発電所や物資不足の問題も残っている。また、企業の倒産や閉店も増えており、景気はまだ低迷している。
		一般レストラン（店員）	来客数の動き	・サラリーマンの来店は少なくなったが、高校生などの若年客の動きに変化はみられない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・この時期は、溪流や川、ダム湖での釣りを楽しむ客が増えるが、ゴールデンウィーク以降、温浴施設の来客数は前年比で約15%減少、宿泊客も約5%減少している。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響のほか、政治不信によって3か月前よりも悪くなっている。復興に伴う建築資材の需要増による景気回復を期待したが、なかなか期待どおりには進んでいない。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・客室単価を前年よりも値下げして販売したが、来客数が維持できていない。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による買い控えや、消費意欲の減退がみられる。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行まで1か月を切ったにもかかわらず、販売量が伸びておらず、駆け込み需要は期待外れとなっている。
		その他レジャー施設「イベントホール」（職員）	お客様の様子	・諸物価の高騰などが生活全体に影響を及ぼしており、音楽鑑賞などの遊興費が抑えられている。それに伴い、チケットやグッズ、飲料の購入などが減少しつつある。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・市場の動きは悪く、価格帯がかなり下がっている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・大型店同士の競争が大変激しく、商店街に客が流れてこない。
		一般小売店「珈琲」（経営者）	単価の動き	・原材料の高騰で原料コストが上昇しているが、販売価格に転嫁しきれていないため、利益率が悪化している。同業他社でも同じような事情となっている。

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
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・前月のゴールデンウィーク以降、客の来店頻度や購買単価が悪化している。その理由が、和牛専門店が高額品を扱っているためか、競争に負けているためかは、判断が難しい。ギフトの受注も始まったが、例年以上の需要は見込めない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・来客数、販売量共に減少しているほか、高額品も売れにくくなるなど、売上は下がる一方である。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・東日本大震災以降は、かなり暇になっており、販売量が悪化している。
		一般小売店〔花〕（店長）	お客様の様子	・客の財布のひもが固くなっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,598円と、3月の11,907円に比べると悪くなっている。
企業動向関連	良く なっている やや良く なっている	○	○	○
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・取引先では新年度の予算がようやく動き出しているなど、やや良くなっている。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車用部品の販売量が、東日本大震災前の水準に戻っている。	
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災による自動車の部品不足も8割方回復し、徐々に荷動きが回復してきている。	
	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・建築関連の部品は受注が半減しているが、自動車向け製品は動きが良くなってきている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近、受注・販売動向は比較的安定しているが、国内取引は停滞している。一方、海外取引は活発であり、東アジアや東南アジア向けが伸びている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・省エネ、節電対応の消費が増えているため、それに伴って受注量も好調に推移している。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・急激な気温の上昇で、扇風機などの夏物家電の荷動きが活発であり、業界全体でも前年を上回る推移となっている。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災で落ち込んでいた東日本方面からの受注が持ち直している。	
	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以後、受注状況は著しく悪化していたが、今月に入って回復に向かっている。業種によって受注状況に差はあるが、全体的には徐々に回復している。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は若干であるが、前年を上回っている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の広告自粛の動きが落ち着いてきており、テレビスポットCMの枠もなくなりつつある。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・実用的な衣料品は全国的に荷動きが良い。特に、猛暑日の続く予想が出ているため、季節商材は順調な販売が続いている。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に関連する特需が、CMの受注にも反映されつつある。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・節電要請が出たことで、省エネ関連商品の動きが良くなっている。	
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・在庫調整を行っている取引先もあり、受注量が不安定となっている。ただし、業種によっては過去最高の利益を上げている取引先もある。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原子力発電所の事故により、原発関連の商談は減っているが、通常の商品の引き合いは順調であり、小口の注文も堅調に推移している。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災で製造業は影響を受けたが、生産の遅れを取り戻すために、最近では忙しくなっている企業もみられる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・材料不足が依然として続いているため、仕事を断っている状況である。
電気機械器具製造業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・受注量が減少し、工場は週に1回休業している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連	やや悪く なっている	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・消費者はローン負担をなるべく抑え、無理のない返済を考える傾向が顕著であるため、受注単価が徐々に下がってきている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響で遅れていた、エアコンやエレベーターの建設資材の納入時期も改善されつつあるが、価格競争は相変わらず厳しい。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新規購読数が伸びないほか、折込広告件数も落ち込んだまま上向かない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災以降の混乱は落ち着きつつあるが、今は夏場の節電が話題となっている。特に、顧客企業の食品・スーパーなどは打てる手立てが少ないため、戦々恐々としている。
		コピーサービス業（店長）	受注価格や販売価格の動き	・価格を重視する客が依然として多い。
		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	・百貨店や商業施設の開業効果もあり、大阪駅構内の店舗は軒並み好調に推移したが、そのほかの店舗は東日本大震災以降、厳しい状況が続いている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・取引先からの引き合いは、以前よりも少なくなっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後は受注が増えたが、前月には落ち着き、今月も伸び悩んでいる。現状は前年の受注量を少し下回るなど、悪くなってきた。
	悪く なっている	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・ある程度の販売量を維持するため、価格を下げていることから、会場費や交通費といった催事の経費がまかなえないケースも出てきている。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、受注量が減少している。
		化学工業（企画担当）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響で、競合相手の操業が不安定になってきたが、ほぼ震災以前の状態に回復しており、経営環境の悪化につながっている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降の消費の自粛や、節電に際してのパチンコ業界への批判、節電対策で店舗の輪番休業が予定されている影響などで、受注状況が悪化している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の店舗の様子をみると、消費者が余分な買物をしないなど、買い控えの様子がよく分かる。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・イベント関係のレンタル商品の発送を行っているが、東日本大震災以降はイベントの中止が多く、前年の出荷量を大幅に下回っている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、やや低迷した状態が続いている。今月は取引先で夏のバーゲンも始まったが、動き出しは悪い。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が、受注面などに徐々に出てきている。
	悪く なっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月のゴールデンウィーク明け以降は、受注や問い合わせが確実に減っている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産量の回復する兆しがみられない。社会のニーズの方向性についても、新商品につながるものではなく、むしろ値下げが求められている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・物の動きが東日本大震災関連に偏っており、受注量などの増える兆しが全くない。
不動産業（営業担当）		取引先の様子	・賃貸マンション、貸事務所、貸店舗のすべてが全体的に悪く、賃料が下がっている。どこまで賃料を下げれば契約できるのかが、分からない状況となっている。	
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）		それ以外	・東日本大震災の影響で、業況はまだまだ厳しい。	
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で、住宅関連の人材募集が増えている。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣需要は前月よりも強まっているなど、東日本大震災の復興が民間主導で動き出している感がある。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・徐々にではあるが、今月に入って派遣需要が増え始めている。

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	・大阪の有効求人倍率は0.64倍と4か月連続して横ばいとなったが、新規求人倍率は1.06倍と2か月連続で1倍台になるなど、雇用環境の改善がみられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数のほか、事業主都合による離職者についても、前年比で減少傾向が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数全体では前年並みとなっているが、産業別にみると、製造業は前年比で大幅に増えている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災の直後に比べると、求人数などが上向きに転じている。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿状況は横ばいで推移している。特に大きな変動はなく、上振れや下振れの動きはみられない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が、良くも悪くも出始めている。自動車工場での期間従業員の募集広告が復活した一方、引き続き求人の必要がない業種もみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の復旧工事に伴う日雇求人については、多くの事業所が様子見の状態であり、まだ動きがみられない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・採用に関する企業の合同説明会に、2012年3月に卒業予定の学生の参加が増えるなど、就職活動は厳しい状況が続いている。一方、企業の参加状況に大きな変化はみられない。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で16%減と、減少傾向が続いている。最も求人数の多い医療・福祉では12.5%の増加となったが、全体的には減少に転じた産業が多く、卸・小売業やサービス業では30%を超える大きな減少となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年比でみた求人企業数の増加幅は、3か月前に比べると縮小している。新聞などでは大手企業は採用数を増やすと報じられているが、中小企業では採用意欲が低下している。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・4月以降は持ち直しの動きが予想以上に鈍く、求人を控える企業が増加している。	

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行を目前にして、小型テレビの販売台数が増加するとともに、気温上昇と節電への意識から、季節商材なかでも扇風機が品切れするほど販売量が増加している。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・依然として客の目も財布のひもも厳しいが、暑さの影響で季節商材の動きが良くなっている。
	やや良くなっている	一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災前に比べると良くなっているとは言いが、その直後に比べると自粛傾向も薄れてきており、少しは良くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・まとめ買いや高単価商品の売上が伸びており、売上点数の増加や客単価の上昇につながっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・暑い日が続き節電の報道も追い風となり、エアコン等の動きが良くなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・購入には至らないが客が検討に動き始めており、東日本大震災後の自粛ムードは解消されるとともに、確実に新規来客数が増加している。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	単価の動き	・以前と比べて来客数に変化はないが、購買単価が上昇してきており、売上が上昇している。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・客単価は変わらないが来客数が増加しつつある。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響が薄れつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他飲食 [サービスマン 内レストラン] (支配人)	来客数の動き	・高速道路では休日特別割引終了前の駆け込み需要で来客数が増加している。また東日本大震災以降動きの悪かった観光バスの動きが活発になってきている。
		観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・東日本大震災以降の期間でみると来客数が増加してきている。
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・東日本大震災後2か月は宿泊客数、宴会利用件数ともに大幅に落ち込んだが、観光客数は前年並みに回復してきており、宴会などの件数も例年並みの水準となってきた。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・当社のスマートフォンに夏モデルが順次登場しているが、新商品発売開始に向けた予約数と販売数にかなりのものが期待できる。
		テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・来園の動機付けとなる季節の花、新規行事の広報展開を強化した効果が表れ、来園者数は前年同月比で1割増加している。
		設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・3か月前は東日本大震災の影響で建材が現場に入らず、客は自粛ムードで動かない状況だったが、今月に入り新築、リフォームとも少しずつ相談がはじまっている。
		住宅販売会社 (経理担当)	お客様の様子	・東日本大震災以降客の様子から住宅購入の意欲低下がみえていたが、最近では住宅建材もある程度安定しており、客も慎重ではあるが購入の検討を始めている。
		住宅販売会社 (販売担当)	販売量の動き	・東日本大震災以降建設部材等の物資調達に難しい状況にあったが、入荷の見通しが立ち始めたことに伴い、販売量も増加している。
	変わらない	商店街 (代表者)	来客数の動き	・学生など商店街を通行するだけの人数はいつもどおりだが、商店で買物する来客数や購買額は減少傾向になっている。
		商店街 (理事)	お客様の様子	・買物をする行動はうかがえるが、単価や購入量の低下により消費行動と販売実績のバランスが良くなっておらず、景気は変わらない。
		商店街 (代表者)	単価の動き	・6月の売上は再び減少している。デフレ傾向に歯止めがかからず客単価が低下しており、より良いものをより安く、よりタイムリーに求めようという姿勢が強くなっている。
		一般小売店 [酒店] (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の自粛ムードは解消し、行事計画や意識は例年並みに戻っており、客も明るくなり前向きになってきているが、売上は数か月前と比較して横ばい状態で推移している。
		百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故や節電の報道で、来客数の減少や衣料品の買い控えがみられる。
		百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・前年と比べて3月、4月は少し良かったものの、5月が若干低迷し、6月も5月と同水準で推移している。状況はテナントによりまちまちで、好調なテナントはそれを維持し、伸び悩んでいるところは厳しい状況が続いており、テナントの格差が顕著になっている。景気は良くはないが悪くもない。
		百貨店 (販売促進担当)	お客様の様子	・クールビズの影響で紳士ファッションは需要変化をもたらしている。ジャケット、パンツ、ポロシャツの動きも活発で、父の日ギフトを含め紳士マーケット全体の底上げに結び付いている。ただ美術、宝飾等の高額品マーケットは依然厳しい状況が続いている。
		百貨店 (売場担当)	単価の動き	・東日本大震災後の節電による特需で、スーパークールビズや夏物衣料の売上が増加している。またクールスタイルがブームとなり、6月から衣料品が好調に推移し前年実績を上回る見込みである。
		百貨店 (購買担当)	お客様の様子	・天候の影響で1万円程度の小型扇風機が好評であり、クールビズ関連で肌着を中心に紳士服も順調に推移しているが、婦人服は依然として厳しい状況が続いている。またギフトは早期受注割引で前年より来客数が増加したものの、買上単価が低下している。
		百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・前半は紫外線対応などの季節商材を中心に売上が好調だったが、中盤以降はセールの前倒しへの期待で急激に失速している。また固定客管理が充実している売場は健闘しているが、フリー客対応の売場は厳しい状況となっている。
		百貨店 (販売担当)	来客数の動き	・例年に比べて天候不順の日が多く、特に平日午後の来客数が減少傾向にある。商品動向も気温の影響で夏物衣料が低迷している。

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
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・宝飾品など高額品の売上は伸びているが、通常商品には買い控えがみられる。
		スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数が前月に比べ伸び悩み、景気が良くなる気配がみえない状況となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客一人当たりの買上点数がここ数か月間横ばい状態となっている。
		スーパー（管理担当）	来客数の動き	・東日本大震災の自粛ムードも落ち着き、3か月前と比べても大きな変動はない。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・たばこは少ない状況を脱し流通が多少良くなってきているが、客は必要なもののみ購入しており、2～3か月前の状況と同様である。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・全体的にみると各週とも売上は微増が続いており、少しずつ元の状況に戻りつつある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・客は最低必要量しか購入しておらず、販売単価の低下が販売量増加につながっていない。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・来客数は前年並みだが単価が低下している。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年並みか少し良い程度で変わらない。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・主力のタイヤ販売は先月までの値上げ前の駆け込み需要の反動があるものの、地上デジタル放送への移行に伴いチューナーやナビゲーションの動きが良くなっている。低価格志向は継続しており売上は変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・平日の来客数は厳しいが、週末は徐々に回復している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・梅雨入りが早く夜間来客数の減少が続いている。客の利用頻度も低下し、外食利用を控える傾向にある。東日本大震災の影響による自粛ムードはないが、先行き不安感を持つ客が増加するとともに、安価なものへの関心が高く、割引などのセールのみ集中しての利用が目立っている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・相変わらず来客数の減少が続いているが底を打った感があり、客の来店頻度も安定してきている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災直後から比べると元に戻りつつあるが、良くなっている状況ではない。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災による自粛ムードはやや緩和された感はあるが、来客数の増加には至っていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は昨年と比べて約2割増加しており、西日本への旅行客が増加している。しかし宴会部門は2割減少しており、自粛ムードは解消しつつあるものの利用が少ない状況となっている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・依然として東日本大震災の影響で景気回復の状況がみえない状況である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・6月に入り客の利用回数は増加しているが、単価が低下しており今後の明るい要素も見当たらない。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・6月は賞与月であるが、消費に向けての期待感はない。テレビについても一段落した感触であり、それ以外の家電購入には特段の変化がない。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・今年の夏モデルを発表するとともにボーナス商戦に入り、一年で最も売れる時期となるが、東日本大震災の影響もあり部材不足が発生し、需要が供給に追いついていない状況である。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・通常年度と同じ来館者数になっており、リニューアル効果がなくなっている。
		テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・早い梅雨入りによる不安定な気候で来客数が減少するとともに、高速道路料金の休日特別割引の終了で遠方からの来客数が減少している。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・自粛ムードはないが客の動きが悪い。天候不順もあり単価を下げないと人が動かない状況であり良くない。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・発売金額が横ばいとなっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で少し停滞していた仕事の動きが震災前の水準に戻っているとのお客の話をよく聞くが、景気回復につながるものではない。
		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・利用者数は若干であるが増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや悪くなっている		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ニュース等で経済が後退しているとの情報はあるものの、客の状況に大きな変化はなく、後ろ向きな話も少ないため、現状から伸びもない状況と捉えている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の自粛ムードは落ち着いてきたものの、まだまだ景気の不安材料が多い現状から、住宅を建てるような大きな決断ができる状況ではない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・景気の先行きがみえないなか、個人も企業も消費マインドが上がらず、特に高級商品でそれが顕著に表れている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・今月は販売量と来客数が低迷している。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・駅再開発に向け工事の進ちょくとともに閉店する店が多くなり、来客数が激減している。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金の休日特別割引の終了後、観光客を中心に来客数が激減している。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、物産展などでの売上が減少傾向にある。
		スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・東日本大震災による自粛の影響ではなく、スーパーに行っても余分な買物をしないという節約志向が強くなり、来店頻度も低下している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客単価の低下が継続している。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・クールビズの影響でワイシャツ、スラックスなどは伸びているが、スーツの売上は厳しく全体的にはやや悪い。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・6月の販売台数は前年比80%と4月、5月に比べやや減少している。
		乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で企業が広告活動を縮小していることが大きく影響しているとともに、高額商品を買うことに対する消費者のためらいも依然として強い。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数の減少とともに客単価も低下している。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・前期は昨年並みの来客数だが、後半は高速道路料金の休日特別割引の終了で観光客が減少するとともに日帰りの客が増加している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金の休日特別割引の終了で、週末には県外の車が激減している。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊客の動きは相変わらず鈍く、他部門でも低価格商品は順調に売れるが、全体の売上としては伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・飲食店街への出足が非常に少なく、夜の営業がかなり減少している。
	タクシー運転手	お客様の様子	・例年この時期は動きがあるが、今年は厳しい状況が続いている。	
	美容室（経営者）	競争相手の様子	・同業者との話では来客数の減少や来店サイクルの長期化があり、景気はやや悪くなっている。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量の動きが鈍化し厳しい状況である。	
	悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・複数の組合員から閉店の意向を聞いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費動向が変化しており、東日本大震災以降しばらくは大幅な売上の減少がなかったが、このところ厳しい状況となっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以後商品はそろってきているが、その後の各社の価格、集客での競争で来客数確保が非常に厳しくなっている。節電、節約、エコなどの影響で消費マインドは低下傾向にある。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による特売中止などにより一点単価は上昇しているが、買い控えにより買上点数が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・取引先の間屋の廃業があり、呉服業界の先行きに不安がみえる。間屋の廃業は染屋や織元などの廃業につながり、呉服だけではなく売上が伸び悩むため、洋服、ジュエリーなども販売する呉服店が多くなっている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・6月後半から来客数が減少し、売上が低下している。単価も低く客の買い控えが感じられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は東日本大震災以前のレベルに回復してきている。	
	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外		・今月の状況を3か月前と比較すると、水揚量は163トンの増加、水揚金額も5,150万円の増加である。水揚数量の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網の増加で、水揚金額の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網、定置網が増加したためである。前年同月と比較すると、水揚数量で1,387トン、前年同月比282%の増加、水揚金額も1億6,899万円、前年同月比151%の増加である。水揚数量、水揚金額の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網、イカ釣り舟が増加したためである。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・グループ内の東日本大震災被害事業所の製造応援、各地の工事案件、鉄鋼業の工事向けの受注が集中し、生産量は高水準となっている。	
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の自動車メーカーの生産が急速に回復し、受注も増加している。	
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を懸念していたが、さほどには減速していない。	
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車向け材料の受注が回復してきている。	
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先の受注が中国のみならず北米向けも増加したため、当社の受注量も過去3か月と比べて30%増加している。	
		輸送業（統括）	受注量や販売量の動き	・今月ごろから発注が増え始め景気は上向きになってはいるが、製品のでき上がりは9月以降が見込まれるため、当月でみるとどちらとも言えない状況となっている。	
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・製造業、小売業を中心に昨年度末からの提案内容の受注が開始しており、情報系を中心に設備投資を伴う商談が増加している。	
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・5月までマイコンの不足で減産していた自動車部品メーカーの生産台数が、6月には前年水準を上回る水準に回復し、一部のサプライヤーは休日操業も実施している。円高によるコストダウン要請は厳しいが、操業度の上昇で利益確保の見通しである。	
変わらない	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響でまだ不透明感が強い。		
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・北米を中心とした海外向けの自社製品の売上は、順調に注文が入ってきており回復傾向にあるものの、為替の円高による影響で収益は厳しい状況である。		
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として先行きが見えない状況が続いているが、現時点では東日本大震災による建材等の目立った価格上昇は感じられない。		
	輸送業（運送担当）	取引先の様子	・運送業者からの発送量あまり増減していない。		
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず東日本大震災の影響が一部に残っている感もあり、受注量、販売量などに市場の活性化が感じられない。		
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は増加傾向にあるが、成約率が悪く状況は変わらない。		
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・地元に影響のある企業が会社更生法適用を申請しており、地場経済への影響や連鎖倒産等の影響が懸念		
やや悪くなっている	食料品製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・商品の動きが悪い。		
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が停滞し売上が2期連続で悪化するとともに製品価格も低下する一方で、原材料価格は2期連続で上昇しており今後の高騰を懸念している。		
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事が低調なうえに民間も自粛ムードで動きが少なく、建設業界は全体的に沈滞ムードで推移している。		
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先では以前から厳しかった業況が東日本大震災後に一段と冷え込んだところが多くある。中小企業の経営者の話では、東日本大震災直後に比べて被害の実態がみえてきたことから、足下ではやや持ち直しの傾向にあるものの、消費に力強さがないためサービス業、小売業などで売上回復に苦戦している。		

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
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費自粛の影響がサービス業で顕著に現れている。レジャーや趣味、嗜好などの分野はあまり景気の影響を受けないが、関連分野の売上高はここ数年例をみないほど減少している。
	悪くなっている	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	・国内販売は依然低迷しており、東北地方での販売は更に落ち込むことが予想され、当社のように国内販売が中心の製造業は受注の確保が難しくなっている。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一部に東日本大震災の影響のある企業もあるが、一般的に3か月前に比べて求人数が増加しており、底を突いた感がある。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・自動車業界からの派遣依頼件数が製造職を中心に増加している。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災の復興需要やエコ需要等で人材派遣、人材紹介ともに求人数、決定数が増加している。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	採用者数の動き	・自動車関連メーカーなどで採用数復活の動きが出ている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響で今後の見通しがつかなかったところに比べてある程度の先行きが見えてきた感があり、各企業も採用活動が本格的になってきている。
		求人情報誌製作会社（支社長）	周辺企業の様子	・東日本大震災が理由で業績不調だという話が聞こえなくなっており、企業姿勢として節電に協力することはあっても業績への影響はなくなりつつある。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて良くなっているが、景気が良い方向に向かっているとまでは言い難い。今後の業績向上のための準備期間として少しずつ人材採用の動きが出始めている。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求職者数の動き	・求人数が少し増加している。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	採用者数の動き	・ここ1～2年採用を控えてきた企業に採用の兆しがみえてきている。
職業安定所（職員）		求職者数の動き	・5月の新規求人数は前年同月比で7.2%減少、前月比で10.4%減少している。一方新規求職者数は前年同月比で0.4%増加し、有効求職者は前年同月比で9.7%減少している。有効求職者数は前年同月比で10%近く減少しているが、新規求人数も大きく減少しており一進一退の状況である。	
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業で公共工事の受注や東日本大震災の復旧工事の雇用意欲が上向きであることに伴い、警備業の雇用意欲も上向きである。しかしながら東日本大震災や円高の影響で雇用調整や生産調整のある製造業や、観光自粛などの影響で来客数が減少する旅館や宿泊サービス業では雇用意欲が下向きである。	
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響が多くの業種に現れており、特に自動車関連を中心に操業に支障のある企業もあることから、新規求人倍率が前月比でマイナスに転じている。	
	悪くなっている	—	—	—

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・全店で前年比100%を超えている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・6月は雨の日が多かったにもかかわらず、土日を中心に高速道路の利用者が多く、商店街へも流入してきた。東日本大震災の影響は薄らぎ、元に戻りつつある。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・徐々に来客数及び買物数が増えてきている。

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（営業担当）	それ以外	・来客数及び売上高共に、前年を上回った。婦人及び紳士衣料、ブランド商品群が好調に推移し、食品類も前年並みを確保したが、婦人雑貨は前年を下回った。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・中元を贈り控える傾向がある中、「東北の復興支援」がキーワードとなり、東北の商品を中元としてではなく、自宅用として買い求めるケースが見受けられる。中元の減少分をカバーして、売上は前年並みに推移している。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・売上目標をクリアする売場が増えてきた。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると徐々に良くなっているが、客数は増えているものの客単価が上昇せず、売上は低迷している。その原因として、野菜の価格下落やたばこの品切れ等が挙げられる。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数は、朝夕の通勤時間帯や昼食時に増加している。購入点数が増えており、客の様子に活気や勢いを感じる。対照的に、深夜の客数が減少している。特に午前1時以降は極端に減少している。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数が、2か月連続で前年を上回っている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・6月の週末は雨がよく降ったために客入りが悪かった一方、平日は堅調に推移し、全体的には良い。ただし、高速道路休日上限千円撤廃後の初の週末には来客増を期待したが、それほどでもなかった。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・販売量は、3か月前の3月は前年比108%であったのに対し、6月は120%となった。来客数をみても、3か月前は前年並みであったが、6月は前年比110%と増え、来客数、販売量共に良くなってきている。テレビに限ってみると、6月は単価こそ前年比86%と落ち込んでいるものの、来客数は193%と、2倍近く伸びている。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・急激な気温の上昇により、エアコンは6月後半から取り付けが追いつかない状態で、前年以上に異常な販売量となっている。テレビの販売台数についても、デジタル移行まで1か月を切り、2台目以降の需要や、新製品にこだわっていた客等による購入で増えてきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で止まっていた自動車生産が動き始め、震災直後と比べると販売量は上昇したが、前年と比べるといまだ50%強にとどまっている。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・東日本大震災以降、販売が激減していたが、6月から自動車の生産が徐々に増加している。売上も増える見込みで、8月をめどに前年並みに戻る見通しである。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・自動車の生産が回復傾向にあり、受注残も幾分か改善されつつある。しかし、6月の新規受注は前年比72%と低調である。
		その他飲食 [ファーストフード]（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以後の自粛ムードにより、特に居酒屋が影響を受けた。また、焼肉店は生肉の食中毒事件の影響から、売上がダウンした。現在は、それらの影響も薄らいできており、少しずつではあるが回復基調にある。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による旅行の自粛ムードもかなり柔らいでいる。夏季の個人旅行も前年程ではないものの、申込が増えつつある。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・6月の売上は、3月に震災のため半月間レースを中止していた影響から、3か月前比で204%増、前月比では12%減少であった。前月比の下げ幅は、ここ最近小さくなっている。また、前年比では微増しており、昨年4月以来のプラスに転じている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・気温が30度を超える日が続き、衝動的に来店する客が目立った。
		変わらない	商店街（代表者）	それ以外
商店街（代表者）	販売量の動き		・顧客の動向が落ち着いてきている様子がうかがえる。	

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
		スーパー（店長）	単価の動き	・集客のための価格値下げにより、客単価が下落してきている。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・来店客数はほぼ前年並みに推移しているものの、客単価は下落している。東日本大震災後の、加工食品など保管可能な商品の買いだめが一段落していることも要因である。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・例年より雨が多く、気温も低かったことで、夏物の季節商材の出足が悪く、売上に影響を与えた。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・販売単価は前年比を大きく上回っているが、買上げ客数の減少が前月に続いて顕著になっている。土日に雨が多かったため来客数が少なく、必要以上の支出はしない姿勢がみられる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3月以降、自動車メーカーからの供給予定が全くつかず、登録に結び付いていない。生産が通常に戻らない限り、客へ納車ができず、売上に繋がらない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災直後で、残っていた新車在庫を販売していた3月と比べて販売量は変わらないものの、6月は新車の製造が再開されて、徐々に通常の流れに戻りつつある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・梅雨時期であるが、少々の雨では乗車してもらえない。昼間、ホテルや病院での客つきも少ない。夜は金曜日、土曜日でも少し人出がある程度で、普段は本当に少ない。単価も上がらず、良くない。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・アナログ放送終了に向けて、比較的高額な商品の引き合いが堅調である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・夏のボーナスシーズンを迎えたが、携帯端末の新規・取替は前年の7～8割と停滞している。むしろ、故障修理や点検など、少しでも長く使い続けたい意向が強くなるか。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・予約状況は、昨年より若干良いものの、東日本大震災の影響で伸び悩み、天候が悪かったことも影響し、横ばいである。2～3か月前と比べると、総じて変わらない。
	美容室（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比で変化がないものの、客単価の下落が3月半ば以降続いている。	
	やや悪くなっている	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・主な取引先である業務店舗の動きが低調である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・大雨など天候の悪い日があって客足が悪く、購買意欲も良くない。冠婚葬祭以外の商品は、単価が安かった。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・買い控えや、他店との価格比較などにより、財布のひもはますます固くなっている。
		スーパー（人事）	販売量の動き	・節約の意識が高く、消費が鈍化している。節電は助け合いから生じているが、同時に、無駄な物を買わない傾向も見受けられる。
		スーパー（企画・営業担当）	販売量の動き	・6月下旬からの暑さで夏物商材が急激に動いたが、東日本大震災後の一時的な消費活動も落ち着き、全般的に消費マインドはやや下降傾向の雰囲気である。父の日も、やや盛り上がりには欠けた。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・旅行が全国的に冷え込んでおり、地元の会議やパーティ等が手控えられている。昼食は比較的多いが、やはり夜の宴会が少ない。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で未だ自粛マインドが継続しているのか、来客数は減っている。また、客単価の下落にも歯止めがかからない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客単価が悪く、特に4～5千円前後の中距離の客が少ない。
設計事務所（職員）		販売量の動き	・国、県、市町村共に公共事業発注量が少なく、受注額は伸びていない。前年度の残務業務も終了しつつあり、仕事がなくなってきている。	
悪くなっている	一般小売店〔乾物〕（店員）	来客数の動き	・高速道路の休日上限千円が廃止になり、非常にダメージが大きい。	
	悪くはない	—	—	—
企業動向関連	やや良くなっている	木材木製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を受けたが、3か月が過ぎて被災地の各メーカーが立ち上がり、部品や製品はほぼ揃って供給されてきている。
	良くなっている	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量や売上は順調に伸びているが、原材料の高騰や販売価格の低迷により、増収減益が続いている。

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
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・部品メーカーからの供給が改善されてきており、増産に向かう環境が整いつつある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製薬会社や電子材料、化学工場などいずれも好調で、これら取引先から設備の引き合いが多数ある。これまでになかったほどの受注残を抱えている。
		建設業（総務担当）	それ以外	・小規模グループホーム等の福祉介護施設の見積依頼が増えており、いくつかは成約見込みも高い。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	取引先の様子	・全般的に発注が低調である。
			パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事も民間工事も少なく、受注が好転しない。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・既に不景気という言葉に慣れている感じを受ける。
	やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・販売先において部品不足による生産調整などの影響が残っており、当社への注文が減少している。
		通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が残っており、受注量は低水準にある。新規受注の競争も一層厳しさを増し、受注拡大が業績拡大に直接繋がりにくい状況である。
		公認会計士	取引先の様子	・取引先の決算状況等をみると、赤字企業が約65%、黒字企業は約35%程度で、割合は従来と変わらないものの、黒字企業の黒字幅が減少してきている。
	悪くなっている	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・荷主の生産調整の継続や、軽油価格上昇によるコストアップが影響している。また、スポット的であった重量品工事が激減している。
	雇用関連	良くなっている	—	—
やや良くなっている		人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・東日本大震災の影響による消費意欲の低下や自粛ムードが薄らぎ、次第に各企業の事業計画が動き始めているせいか、人材の需要も幾分増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・東日本大震災の影響下で、愛媛においても企業の採用意欲はまだまだ低調である。しかし、中途即戦力を求人する企業への応募数は、軒並み増加しており、東京からUターンやIターンによる質の高い人材が来ている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響から各種イベントが中止された3か月前と比べると、各企業は通常の活動に戻っている。夏過ぎには自動車メーカーが通常生産体制に戻るとの予測から、カーディーラーは上向き加減にある。また、住宅関連では小規模団地の売り出し予定がある等、広告出稿は久しぶりに前年比プラスとなった。
		民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・製造関連において、良い人材があれば採用したい企業がこの数か月増加してきている。ただし、職種としては、技術系が多く、事務や製造の職種は増えていない。
変わらない		職業安定所（職員）	求人数の動き	・6月は前月比で、新規求人倍率は上昇しているものの、有効求人倍率は低下している。3か月前と比較すると、共に低下している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・転職への期待感が薄れ、新規求職者の減少が続いている。労働力の移動が減少したことから、人手不足感のある企業の求人充足が進まない。
やや悪くなっている		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人、求職者とも減少しており、専門職などの求人の対応に苦労している。
悪くなっている		—	—	—

10.九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・九州新幹線全線開業の影響で、前年比130%位の来客数があり、様々な形で観光地での食事等の売上が上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・地域的に観光名所ということもあるが、県外からの客が非常に多くなり、観光都市ならではの良い景況感である。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災直後の自粛ムード、将来に対する不安から消費は萎縮していたが、多少回復の兆しが出てきた。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・梅雨時期で雨が多かったが、来客数が前年比105%となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・全体的に購買力が高くなっている。青果は、6月前半が相場安であったものの中甸になって前年並みとなった。青果以外は、順調に推移している。仕入れの仕組みが変わったのも奏功し、前年比110%で推移している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・取引先メーカーの生産努力により商品供給が大幅に改善され、売上も3か月前と比較して前年より5%上昇している。特に客の節電意欲に関する意識が高く、扇風機が前年比300%、天然素材のい草が同200%、ボトル水筒が同150%と伸長している。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月末の実績は量販店が前年比104.8%、コンビニエンスストア同105.0%、ローカルスーパー同114.5%となっている。コンビニエンスストアはパンが前年比99.9%であったが、イベントで企画した商品が良く売れ、トータルで前年を若干上回った。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・店が新しくなってから3か月が過ぎ、来客数が少しずつ増え、客単価も少しずつ改善されている。以前より、車の通日も多くなっている。
		衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・ブライダル需要の客は少ないが、客のまとめ買い等があり、売上は前年並みで推移している。仕事用の服にはクールビズ対応の冷感素材等をプラスで買っていく客も見られる。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・暑さの到来とアナログ放送終了に伴うテレビの駆け込み需要が、他の商品の売行きにも好影響を与えている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災後と比べると徐々に客の来店も増えている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの車両生産が当初予測より前倒しで復旧しつつある。6月は前年並みの供給があり、予想以上の売上が確保できる。
		その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	販売量の動き	・前年に比べると一般家庭用で消費するコーヒーより事業所単体のオフィスコーヒー関連飲料が出ている。まとめ買いが多く、販売量は少し増えている。
		その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]（総支配人）	来客数の動き	・3か月前に比べると、来客数が前年比5%程度上昇している。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・今までは関東、東北、福岡からの客が多かったが、最近では広島、岡山、大阪、福岡の客がかなり多くなっている。東京以北からの客は本当に少なくなっている。
		観光ホテル（総務担当）	来客数の動き	・6月の収入をみると、宿泊部門やレストラン部門、一般宴会部門は前年を上回る見込みである。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・インバウンド需要が回復に向かっている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は緩和してきており、人の流れも良くなりつつある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前月より確実に回復している。国内は南高東低、海外は近場の韓国・台湾が圧倒的な人気となっている。
		旅行代理店（業務担当）	販売量の動き	・客の動向は前年並みには届いていないが、3か月前よりは動きが活発になっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は雨が多く、客の動きが大変良かった。売上は今までの月に比べると1割以上伸びた。また、予約の客も多くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以降、落ち込みはかなりひどかったが、それ以前の状況に戻りつつある。
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・月初は夏の新品発売までの買い控えがあったが、その分予約注文が多数入り、発売後は販売数が増えている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・気候も温かくなり、キャンセルが減少し、客が順調に増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・商品価格が非常に下がり、同じ買上点数だと売れても売上が上がらないという傾向が強い。また、良いと思っても購入に至らず、切羽詰まらないと購入しないのが最近の傾向である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・10年ほど前の売上から少しずつ年間売上は悪くなっている。その分、仕入れも安くなっているため、利益はさほど落ち込んでいない。しかし、売上が悪い分、会社の利益は下がる一方である。2、3か月前と比べると変わらないのだが、年間で比較すると右肩下がりである。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災からの自粛ムードは一段落したが、購買意欲は低迷している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・雨の日が多かったせいか、来客数はやはり減っている。しかし、雨にも関わらず多くの観光客が来ている。ただ観光客の土産の買い控えを感じる。買回り品もやや抑え気味である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響があった3月と比べれば良くなっているが、前年から比べるとやはり厳しい状況が続いている。競合店の販売量もかなり厳しい状況である。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・紳士服はクールビズが脚光を浴びワイシャツ、ステテコが好調で、父の日も盛上がりを見せた。しかし、天候不順で雨の日が多く、来客数が伸びない。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・全店催事を変更し、DM催事として強化した。平日は前年実績を維持したが、土日の来客数は前年実績に届かなかった。また、買上単価は依然、前年割れが続いている。しかし、自社提携カードの利用は来客数、金額共に伸びており、買上単価も前年並みを維持している。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・3か月前に比べると変わらず、良くなっているものの本格的な回復には至っていない。セールや中元のギフトも意図的に前倒ししているが、前年実績には大きく届かない。ただ3、4月に比べると非常に抽象的な言い方ではあるが、消費者の動向は軽やかになっている。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・前月若干低迷した売上が、今月に入り、ほぼ前年並みで推移している。3か月前と同水準に戻っており、東日本大震災による自粛ムードから脱却した。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・大雨続きの梅雨となった。気候の不安定さからくる商品の動きの善し悪しはあるものの、購買の弱さは感じない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者の節約志向は相変わらず継続したままで、特に低価格の食料品へのシフトが起こっており、他社との値下げ競争で収益も悪化傾向にある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後の一時的な消費の心理的な落ち込みは一段落したが、まだまだ完全には戻っていない。また、高速道路料金引下げの終了やエコポイント制度の終了等により、景気は上向きにならない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後の被災地へ送る需要や自宅備蓄の需要の反動が出ている。客からは福島第一原子力発電所の問題や今後の東日本大震災復興の話題がよく出ており、高額商品への支出をちゅうちょしている。天候次第ではあるが今後の先行きはやや鈍い。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・本格的な夏場に向けて、暑さ対策関連の商品の動きが若干良いが、相変わらず衣料品の動きが良くない。食品については、前年を少し上回っている状況である。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後、買い置きや品不足から需要が一時的に増加したが、ゴールデンウィーク明けくらいから買い控え傾向が強まり、消費減退傾向になっている。今夏も節電等消費に対するマイナスイメージが強い。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客の単価はたばこの増税等により前年を上回っている。ただ、たばこ以外は買上単価が下がっている。以前は弁当ともう1品買っていたが、最近では自分で小さな弁当を持ってきて、カップ麺だけ買うケースも増えている。節約志向になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・梅雨入りが早かったせいか、客足が鈍く、売上にも影響し、厳しい状況である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・都市計画道路拡張に伴う店舗リニューアル開店から2か月が過ぎ、やっと客が戻り始めているが、購買行動は良いとも悪いとも言えない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・東日本大震災以降、買い控えをした客がセール前の6月に下見で多く来ている。セール自体は今年は異例で早く行っているため、そういう意味では物の数の動きはあった。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電のエコポイント制度終了とともに景気は若干下向きになるかと思われたが、7月の地上デジタル放送完全移行に向けて引き続きAV関連商品の動きが非常に良い。家電エコポイント制度時に家電の景気はある程度持ち直していたが、そのままずっと続けている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響と前年のエコカー補助金制度終了の反動があり、この4、5月の販売量は激減したが、現在、やや回復基調にある。やや良くなる感じではあるが、先行きが非常にみえない状況であり、このまま変わらない。
		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	・梅雨の長雨の影響で客足が伸びない。例年ならば梅雨の晴れ間があるのだが、今年は極端に晴れ間が少ない。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数は横ばいで推移しており、著しい変化は感じない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・昼食や夕食の時間帯に来ていた客は今まで通りに来店するが、それ以外は急に少なくなる。
		観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・客は例年より少し多いが、商品の売上になかなかつながらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・レストラン、婚礼及び一般宴会は予算、前年実績共に達成するが、宿泊は共に達成出来ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今月は総会月であり宴会は動きが活発になる。逆にレストラン、宿泊は前月比で利用数は伸びているものの、単価が下落している。
		都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・大会物が非常に減っているが、単価を下げればある程度の販売量は確保できる状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の復旧の影響で税金が上がるのではないかと皆がお金を使わなくなり、景気は上向きになっていない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今年は雨が多く、特にゴルフ客が少なかったが、全体的にいつもより人の動きが悪かった。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の後、客の話を聞くと、景気が元に戻っていない、良くないという意見が多い。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線のエリア拡大に伴い販売量は増加したが、その他での低迷状況に変化はない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・宿泊や会議利用が伸び悩み、梅雨時でゴルフも厳しい。団体利用等プラス材料もあったが、全体で見るとやや悪い状況で変わらない。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きは3か月前と比べて少しも良くなっていない。東日本大震災の影響もあるが、政府の対応の遅れが影響している。
		美容室（店長）	来客数の動き	・梅雨の時期で雨が多く、来客数が減少している。特に今月は売上も悪い。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上が前年比30%くらい減少しており、厳しい状況である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・梅雨に入り、中心商店街の来客数が減っている。5月で様々なイベントが一段落した影響も考えられる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・例年の売上を見込んで新茶を仕入れているが、今年はかなり量が残っている。安価な物から先に売れているため、売上は減少している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年のこの時期は口蹄疫で一番苦しかった時期であったが、現在はそれを下回り、来客数は前年比90%台と非常に苦戦している。

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
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の売上は前年比93.5%となっている。閉店セールを行っている近隣競合店は今月、前年比184%となっている。また、その他の商業施設をみても1つは前年比103%や他は同106%、同98%と、市況トータルは同100%を超えており、決して悪くはない。当店は競合店の閉店セールの影響を婦人・紳士衣料品で大きく受けている。前年比約10%以上の減少である。また雨の日が続いたこともあり、衣料品は全般的に悪くなっている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・先月に引き続き売上、来客数共に減少傾向が続く。東日本大震災や節電、節約志向、政治の不透明感等により、消費意欲が感じられない。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・今後の先行きに対する不安感から、消費が冷えている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の復興の目処が立っておらず、また福島第一原子力発電所を起因とした電力供給力の問題から、経済への大きな影響が避けられない。消費マインド及び節約ムード一色となっており、購買力の回復には時間がかかる。
		スーパー（業務担当）	販売量の動き	・梅雨に入り気温、湿度共に上昇しているが、夏物商材の動向が極端に悪い。衣料品ではカジュアル系、生活用品では夏柄のインテリア用品等、緊急性のない物は買い控えされる傾向が強まっている。節電に直結するアイデア商材も、一般的購買動向を左右するほどの売上ではない。全体的な販売力の底上げにはなっていない。
		衣料品専門店（総務担当）	競争相手の様子	・当地では百貨店が閉店し、新たに大手の競合店が急遽閉店が決まったという状況を考えると、景気はやはり非常に悪い。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・毎月のキャンペーンは今月も順調であったが、1年半前からの新企画はなかなか軌道に乗らない。国産品を中心に売っているが、今月は下等品である輸入品にクレームがあり、対応に苦慮した。ソファや食卓物の安価な価格帯の商品はほとんど輸入品で、年々品質は向上しているが、購入して2、3年でのクレームはまだ多く、仕入先の対応もバラバラで苦慮する。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・近隣に大型商業施設が誕生し、客の分散が顕著になっている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月は株主総会の時期であった。例年、人数は多かったが、今年は少なくなっており、売上が少し悪かった。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・火山の噴火から売上は落ち込み、東日本大震災によって、旅行需要が減り、当地の観光は非常に危機的な状態である。かなり落ち込んである。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りが更に厳しくなっている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・5月末には季節外れの台風が襲来し、直撃はしなかったものの、約1週間の雨模様が続く、客足は遠のいた。6月に入り梅雨入りとなったが、3週間連続で雨が降り、ゴルフ客は敬遠していた。最近のゴルフはプレー料金が安くなり、何時でもプレーできるので雨の日にプレーする人は少ない。
		美容室（店長）	来客数の動き	・まだまだ東日本大震災の影響が続いている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	販売量の動き	・平成23年度の自治体の予算が削減され、公共事業が減っており、景気は下向きの状況である。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・売り買い共に非常に少なくなっている。景気が先行き不透明であることから、土地に対する投資意欲もなくなっている。		
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・6月中旬は雨が多く、かなり激しい雨が降り、来客数がかなり減った。また商店街には年配の客が多くいため、暑さや降雨は売行きをかなり左右する。暑い日も続き、今月は厳しい状況となっている。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響があり、周りの会社の倒産が当社取引先だけでも2件ある。また企業自体が経費の削減に依然よりも増して重点をおいている。当社は事務用品関係の販売しており、大きな打撃がある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の直後よりは少し改善しているが、状況は大変悪く、厳しい状況である。商店街の来街者数は少なく、単価も下がっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	販売量の動き	・魚が売れない。暑くなると刺身も売れなくなり、煮物焼物も売れない。来月は丑の日だが、ウナギの価格が高く、今年はどうなるか不安である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・6月は、2、3か月前の卒業式や入学式等で花束の需要がある季節ではない。花を贈るイベントが誕生日のみとなり、通常家庭の消費もないため、大変厳しい状態である。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・周りが節約ムードになっており、全般的に消費意欲が停滞している。節電ムードも必要以上に広がっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少に歯止めがかからず、特に週末営業の落ち込みがひどい。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災に端を発した電力供給力不足への不安や政治的不安が、消費活動に影響を与えている。
企業動向関連	良くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工場用生産設備の引き合い注文が急に増えてきた。業界では電池、半導体、食品関連が多い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・まだ数字として確認できないが、順調に売上が伸びているという話をよく聞く。周りの様子をみても、来客数が非常に増えている。
	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	・東日本大震災後急激に落ち込んだが、商業施設出店等の物件情報が若干増えている。止まっていた物件も動き出している。ただ、全体では震災前の80%程度である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災前以上の生産数量が計画されている。
		金融業（営業）	取引先の様子	・東日本大震災後大幅に落ち込んでいた製造業が供給体制の整備を終え、受注は増加している。現実に数字に表れるには1～2か月要すると思われるが、口頭ベースによる大手の生産計画は、震災前の生産水準に回復する見込みである。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・家計消費の萎縮期間はほぼ終了し、震災直後に比べ回復に向かっている。
		新聞社（広告担当者）	受注量や販売量の動き	・震災発生から3か月が経過し、化粧品や食品などの通信販売を中心に広告出稿量は回復しつつある。ただし、自動車や旅行広告等は震災の影響が大きく、震災前の水準には至っていない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・業況が回復傾向にある取引先が増えている。
変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の特別需要は、加工原料を中心に冷凍食品メーカーからの引き合いが強い。ただ一部の製品の荷余り感の情報もあり、長くは続かない。スーパー関連の量販店では食中毒事件以来、生食用食肉の引き合いが前年比20%位落ち込んでおり、厳しい。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・基本的に少し仕事量が増えている状況である。安定した価格になれば非常に良くなるが、仕事量が増え始め、具体的に契約の段階になるまでは時間がかかる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・全般的に景気の動向そのものは非常に不透明な状況で推移している。良くなると思っていたがそうでもなく、不透明な状況が続いている。	
	精密機械器具製造業（従業員）	取引先の様子	・今月は、取引先からの受注量が計画より減っている。	
	輸送業（総務）	受注量や販売量	・東日本大震災の影響もあり、荷物の動きが悪い。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・被災地向けの消耗品等の商品の出荷が一時的に増えていたが、現在は通常に戻った。あまり変化がない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・年商1億円前後の企業は、多かれ少なかれ東日本大震災が売上に影響し、低迷している。現状は3か月前と変わっていないものの、秋口からの受注の目処はたっているようである。	
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降非常に厳しい状況が続いていたが、幾分落ち着きを取り戻している。しかし厳しい現状を乗り切るため、各社とも人件費等経費削減に努力しているところであり、依然として厳しい状況には変わりはない。	

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
	やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・畜産物の販売、特に牛肉と豚肉は厳しい状況である。市場では7月からまた値上がりし、特に牛肉は高級物が売れないことで単価的にも非常に厳しい状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で自動車関連が落ち込んでいる。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・この2、3年、悪いままずっと継続している。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	受注量や販売量の動き	・半導体及び医療関連設備等一部業種の好調に支えられ、前年同期を上回る水準で推移しているものの、東日本大震災前の水準までには回復せず、足踏み状態が続いている。
	悪くなっている	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・繊維関係業者からも、工場の仕事量が少ないという話を聞く。今は業種にかかわらず景気が悪い。スーパーのクールビズも悪影響となっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費低迷に加え、大手ディスカウントストア等の焼き物専門店がなくなりつつある。百貨店、量販店も売行き不振で売場面積は少なくなり、特にこれから夏場にかけては減少に拍車がかかるのではないかと心配される。中堅どころが1件倒産し、あるところでは週3日体制となっており、また早めの夏休みを1か月間とる等、今までは考えられない状態である。
		建設業（社員）	競争相手の様子	・この時期は官公庁からの発注が少なく、社員をある程度保有している会社は社員を休ませて雇用調整助成金制度を活用している。社員の少ない会社は、少ない工事を少ない人員で効率的に配置して作業をしている。大きな会社の方が、今の時期は苦しい。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・清酒は韓国では良く売れているが、日本では低迷している。価格だけでなく食の変化が考えられる。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村の建設関係、調査・設計関係の委託業務は、年々減少している。市町村によっては、当該業務が全く予算に計上されていないところがある。今年度限りとして失業者の緊急雇用の業務があり、形としては発注業務があるが、事業費の半額以上が新規雇用の人件費に充てる必要があり、実質半額の業務となっている。それでも入札時に半額近くにダンピングして入札する業者がいる。
		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	・長期の注文は少ないが、単発、短期の注文が少しではあるが増えている。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人取扱件数は前年を10%程度上回っている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3,338人となっており、前年同月と比べて626人、23.1%の増加となっており、引き続き高い採用意欲が感じられる。また、産業別では製造業、情報通信業、卸小売業、宿泊飲食サービス業、生活関連サービス娯楽業で特に高い伸びを示している。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比で大きく増加した。前年8月から9か月連続で前年同月比プラスで推移しており、企業間で差があるものの改善がみられる。	
	学校〔大学〕（就職担当者）	求人数の動き	・新聞報道によると大手企業を中心に全国的に採用を増加する動きがあり、九州地区においても同様の動きがある。また、本学が受理した求人件数も昨年同期より増加している。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・業界によって偏りはあるものの一部のサービス系企業やIT企業で採用者数の増加が感じられる。	
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・社員募集を出したところ、40、50代からの応募が即日多数あった。いまだ中高年の就業は難しい。また、20代の応募者の年収も200万前後が多い。所得の確保も難しい。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一般事務等の需要は相変わらず低調であるが、販売関係の案件が増えている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年比で増加しているものの、伸びは鈍くなっている。ただし、医療・福祉関係の求人は堅調に推移している。	

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
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は前年秋以降、増加の傾向を示している。平成23年度に入ってから4月で前年比20%増、5月で同30%増と大幅な増加を示しており、新規求人の状況からは回復感がうかがえる。しかし、東日本大震災の影響や原油価格の上昇等の景気下振れ要因により、今後の影響が懸念されることから、明確に回復している状況とは言えない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年比で増加を続けているが、新規求職者数は高止まりの状況にあり、有効求人倍率の上昇傾向にブレーキがかかった状況にある。
	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	・東日本大震災の影響で減った観光客が少しずつ戻ってはいる。しかし韓国や中国など東アジア地区からの観光客はまだ震災前の半分程度のように、九州新幹線全線開業の経済効果も相殺されている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は依然として増加傾向にあるものの、有効求職者数も増加しているため、求人倍率は思ったほど伸びない。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・派遣需要は落ち着いており、突発的な特需は発生していない。一方で、派遣先企業による派遣社員の直接雇用化も確実に進んでおり、新たな派遣需要は少ない。
	悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人は増加しているが求職者の動きが鈍い。基金訓練が充実しすぎた結果、働かなくても一定の収入があることから国のセーフティネットにあぐらをかいている。
		民間職業紹介機関（支店長）	雇用形態の様子	・派遣需要の増大はほとんどない。法規制、法令順守の側面から直接雇用の方が良いという意見や、派遣のメリットはユーザー側にはほとんどないという意見が多い。直接雇用である職業紹介、紹介予定派遣が若干増加しつつある。

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上高、来客数、販売点数が前年を上回っている。新規テナントの売上により、売上高は前年を9%上回っている。震災発生以降、消費マインドの低下が顕著であるが、1点単価・来客数が前年を上回り、売上高は回復の兆しがみられる。
	やや良くなっている	百貨店（営業企画）	販売量の動き	・3か月前は改装オープンやイベント等前年に無い企画による上乘せの状況であったが、今月は前年に対しての特許与件も無く、改装した衣料品フロアを中心に夏物クリアランスを含め前年比107%の推移となっている。
		スーパー（販売企画担当）	販売量の動き	・3か月前の販売量は前年比95%程度であったが、今月は99%を推移しており、良くなっているようにみえる。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送の本格スタートへ向けた購入が増えている。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	来客数の動き	・3月の東日本大震災以降、人の動きや目抜き通りのにぎわいは前年並みとは言わないが、少しずつ回復している。ただし、高価な商品等の動きは無い。客の減少による価格競争もあり、また客自体が節約ムードで価格に敏感である。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・3か月前に比べ若干ではあるものの、稼働率において前年同月実績との差が縮まってきている。
		通信会社（店長）	販売量の動き	・今月後半より新商品の発売が相次ぎ、販売量が上向いてきている。販売は人気商品に偏っているが、在庫も潤沢なため良い傾向ではある。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	来客数の動き	・住宅展示場への集客数は、順調に推移している。競合他社も含め建売棟が建築され、客の来場機会が増えている。
	変わらない	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・例年に比べて、ビールや冷たい飲み物を買う客が減っているように見受けられる。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・いまだに物流が安定せず、客は欲しい商品を探して買い回っている。

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
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・梅雨明けが通年より早く、暑さも加わり飲料やアイスを中心に好調に推移している。たばこもコンビニエンスストアへの納品を優先しているため、前月中旬ごろからさらに売上が伸び、前年比30%増で推移している。たばこ以外の売上も前年を超えており、今月は前年同月に比べると稼げている。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・販売量、来客数共に3か月前からあまり変化が見られない。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・若干、沖縄観光の好転が期待されているが、ゴルフプレイヤーに関しては変わらないというのが現状である。
		その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、観光客の利用が前年に比べて2割程減少している。
	やや悪くなっている	○	○	○
	悪くなっている	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・例年6月は連休後で落ち込むが、今年は東日本大震災の影響か、平日の入客が極端に変動し、日によっては例年の5分の1しか入客が取れないことが再三ある。今年は台風が立て続けに来て、生鮮物が値上がりし、また放射能の風評で仕入れに苦勞している。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築住宅の申込及び契約件数が増加している。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年より梅雨明けが早い。家具、家電商品の物量が非常に増えている。
	変わらない	輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・宮古地区・八重山地区が好調で、久米島地区は低調のままである。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・システム開発では受注が滞っていて、組込み系では受注が好調である。
	やや悪くなっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事は減少し、前年を下回る。民間工事は大型工事が減少、住宅・賃貸アパートの建築はあるが、全体的に減少している。
		コピーサービス業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注量が減り、販売価格が年々下がってきている。
悪くなっている	—	—	—	
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・幅広い業種から、複数人数の新規の派遣依頼が増加している。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・受注案件の全体の合計件数が、ここにきてやっと東日本大震災前と同程度に回復してきている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・最近では求人にかかる企業数自体も下降気味である。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・沖縄進出予定の本土企業から求人があるが、採用未定の企業もあり、全体的にみて求人数は変わらない。
	やや悪くなっている	—	—	—
	悪くなっている	—	—	—