

・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	自動車備品販売 店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後、遅れていた新車の納車が戻ってきており、車の納車に合わせて、タイヤ、カーナビなどの需要が大きく伸びている。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・天候の変化に多少左右されるものの、2度の3連休で客の入込がみられた。また、今月に入り、秋物の購買意欲が上向いてきており、客の買上が増加傾向にある。
		百貨店（販売促 進担当）	来客数の動き	・台風の影響で客足が鈍った時期もあったが、3連休が2回あったことがプラスに働き、月全体の来客数が伸びている。
		その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	単価の動き	・客の購買意欲がやっと回復してきた。
		旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・8月から9月にかけて北海道発着航空機の搭乗率が上がってきていることから、ビジネス、観光ともに東日本大震災の影響を脱して、人の動きが活発になってきている。また、団体型から個人型の旅行にシフトする傾向がみられるのに伴い、航空券単価が前年よりも上昇している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・3か月前と比較すると、売上は約18%の増加となり、前年の約15%の伸びを上回った。東日本大震災の影響も徐々になくなり、観光客もだいたい戻ってきている。売上も前年実績並みとなったことから、景気はやや上向いている。
		通信会社（社 員）	お客様の様子	・客の消費への意識が、今はがまんの時から必要なものであれば購入しように変わってきている。ただし、購入する際は慎重に内容を吟味しており、必要最低限の物を低価格でという選択になっている。ぜいたくや付加価値を求めるまでの消費意識の向上まではまだ達していない。
		観光名所（従業 員）	来客数の動き	・3か月前の6月の来客数は前年比70%だったが、9月は26日現在で前年比84%と回復傾向にある。
		美容室（経営 者）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、確実に消費に活気が出ている。客の来店頻度も上向いてきている。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・今月発売した新規分譲マンションの販売動向が良い。条件の悪い物件は若干売れ残るとみられるが、即月完売の勢いである。完成在庫の販売も順調に推移しており、現在の新築分譲マンション市場における需給関係は良好である。
変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・セールなどに対する客の関心は以前より良い方向に向かっており、少しずつではあるが購買につながってきている。また、東南アジア等からの旅行者も徐々に増えてきている。	
	商店街（代表 者）	お客様の様子	・季節的に旅行者が増加しているが、全体的には何ともいえない状況である。	
	商店街（代表 者）	お客様の様子	・来客数も販売状況も変化がみられない状況である。	
	商店街（代表 者）	来客数の動き	・8月のイベント終了後から、来客数が減少し続けている。住民の出控えに加えて、観光客が期待以下で推移していることが要因とみられる。また、歩行者天国が25日で終了したことから、月末において街中に勤務している人以外の買物客が激減した。	
	一般小売店〔土 産〕（経営者）	販売量の動き	・8月は涼しい北海道を訪れようという旅行者が多くみられたが、9月は7月並みに来客数が減少している。客単価も20%程度落ち込んでいる。	
	一般小売店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・来客数は3か月前と比べてほとんど変わっていないが、販売量がなかなか増えてこない。底をはっているような雰囲気がある。	
	百貨店（売場主 任）	単価の動き	・9月25日現在、全店での上上が前年比93%と前月を下回っている。来客数も前年比92.5%、客単価も前年比99.9%と前月より低下している。	

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
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新規商業施設の開店やイベント開催等の外的要因により、瞬間的に来客数が増加したものの、これらの特殊要因を除いた部分での来客数減少の傾向は変わらない。
		百貨店（役員）	お客様の様子	・前年のエコポイント制度の反動で家電、特にテレビの売上が大幅に減少している。衣料品やブランドバックは、前年並みか前年を上回る来客数があるものの、客単価の下落が顕著である。その一方で、大型テレビなどの高級品が一部で売れており、顧客の動向がつかみづらい。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・雨の日が多かったことや平均気温が前年より低かったことが影響し、気温に連動する商品群で伸び悩みがあった。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年と比較すると受注は40%以上伸びているが、前年はエコカー補助金終了後の落ち込みが大きかったため、比較にはならない。全体的には3か月前並みの状態が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・販売台数は回復してきているが、ハイブリッド車や小型車が中心のため、売上の厳しい状況にあることに変わりがない。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・大型イベントへの来場者が減ってきている。その結果、受注量も目標未達の状態となっている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏は観光客の入込が例年どおりだったが、9月に入って観光客の入込が減っている。地元客もあまり消費行動を行っていない。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・来客数は前年を2%下回ったが、客単価が5%上がったことで、売上は前年を上回った。客の年齢層が高いことが客単価上昇の要因とみられる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・相変わらず人出のない状況が続いている。
		観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・需給バランスが崩れており、オンシーズンでも料金を下げざるを得ず、収入の減少となっている。さらに、法人団体が極端に減少したことで館内の物販単価も低下しており、来客数の増加ではまかないきれない状況にある。
		観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・近隣アジアからの観光客が前年比20%前後となっている。その部分を国内の募集型旅行商品でカバーする形となっており、全体の宿泊人員はほぼ前年並みとなったものの、客単価は前年比95%にとどまった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・9月は雨の日が多かったこと、台風などで天候の悪い日が多かったことから、タクシーの利用が多く、売上が前年をやや上回った。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故の影響も落ち着き、国内の利用客が増加傾向にある。東南アジアを始めとした海外の利用客は少しずつ戻りつつあるが、回復力は弱い。
		パチンコ店（役員）	お客様の様子	・サービス業、飲食業への客足は3か月前とさほど変わっていない。レジャー業に関しては、来客数が増えているようであるが、東日本大震災後の自粛により延期されたものが、現在になってみられるようになってきているだけである。
	やや悪くなっている	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・9月上旬に台風の影響で雨が続き、中旬にも同じく台風の影響で雨が続いたことで、秋物の動きが少しみられつつあったが、その後、フェーン現象の影響で気温が30℃を超える日が2日みられるなど、暑い日が続いたことで、秋物の動きが厳しくなっており、ジャケット、スカートの売上が前年比90%台となっている。ただし、ニットについては前年並みと好調である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新規店舗が2店出店したこと、他社の業態変換により2店が新規オープンしたことに加えて、4月からの自社店舗のオープンの影響により、競争環境が厳しくなっており、今月の販売量は前年比で12%の減少となっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・商圏が広域であるため、高速道路の無料化社会実験終了後の来客数が減少している。週末でのまとめ買いが減少しており、売上に影響がある。また、集客要素での催事や売り出しが減少した影響もみられる。客の様子をみると、遊びの要素ではあまり支出をせず、セールスに対しても敏感である。

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（店長）	販売量の動き	・7～8月と比較的堅調に推移したが、9月に入ってから、家電が低迷している。前年との比較では、たばこ増税前の駆け込み需要に伴う上乗せ分がマイナスとなっており、販売量が低下傾向となっている。	
		スーパー（役員）	単価の動き	・前年はたばこの値上げの影響で9月に駆け込み需要があり、来客数も増加した。判断が難しいが、今年9月のたばこを除く客単価は前年並みとなっている。前月との比較では、客単価が前年比で1%低下しており、東日本大震災後、消費者が小売価格に対して、ますますシビアになってきている。また、来客数の減少から、買物回数が減ってきている傾向がうかがえる。	
		スーパー（役員）	お客様の様子	・前年はたばこ値上げ前の駆け込み需要があったため、前年比較では売上が悪いように見えるが、食品の販売動向は堅調に推移している。	
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年のたばこ増税に伴う特需の反動はあるが、連休中の来客数と販売量の減少が顕著である。東日本大震災以降の行楽の動きが依然として鈍いことが要因とみられる。	
		家電量販店（店員）	それ以外	・今月もテレビの需要減少が続いている。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・売上は例年並みであるが、やや落ちてきた感がある。8月に開催した割引メニューは好評であったが、9月には行わなかったため、前月より来客数が減少している。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数が前年比で10%程度減少している。連休が飛び飛びだったためか、にぎわいがなかった。	
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・9月の取扱額は、国内旅行が前年比94.6%、海内旅行が前年比106.0%となっている。海外旅行が若干前年を上回っているものの、国内旅行が前年を下回っており、3か月前と比べると状況は悪くなっている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・前年との比較で注文数が減少している。特に観光客のオーダーが激減している。さらに、問い合わせ件数、見積り件数も減少している。	
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・自社の通信端末の売行きが競合他社に比べて悪いとともに、価格競争になりつつあることで利益を上げにくくなっている。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・9月に入り2度の大きな台風被害があった影響から、多くのツアーがキャンセルとなり、利用客数が予約を大幅に下回った。	
		悪くなっている	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行後のテレビ関連商品の急激な落ち込みが顕著である。
			家電量販店（店長）	単価の動き	・エコポイント制度の終了後、客単価が上がらず、厳しい状況が続いている。
家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き		・地上デジタル放送への完全移行後、それまでの需要の先取りの反動で、テレビを中心に落ち込みが続いている。		
企業動向関連	良くなっている	—	—	—	
	やや良くなっている	食料品製造業（団体役員）	それ以外	・農作物の順調な生育や、さんま、いか、ぶり等の水産物の豊漁により、景況感は前年より格段に上向いている。原油価格の円高による恩恵もみられる。	
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、保留になっていた東北の物件が少しずつ動き始めている。また、首都圏などの大都市の消費マインドも回復しつつある。	
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前と比較して、ユーザーや商談先からの価格に対する要求度合いが弱まっている。わずかではあるが、販売量も回復傾向にある。	
		金融業（企画担当）	それ以外	・原材料価格の上昇が一服し、収益面が改善している。東日本大震災後、大きく落ち込んだ観光客も徐々に回復してきている。住宅着工も低金利を追い風に増加している。水準は低い景気は持ち直している。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・原材料の値上げが続いているため、企業の収益性は厳しい状況であるが、プラント業界を中心に活況な業種の販売額が増加している。	
変わらない	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べると受注量は若干増加しているが、例年、受注の増える時期であり、前年として比較して、それほどの変化はみられない。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・製紙業、医薬品、飼料、肥料関係に大きな変化はみられないが、飲料品は低調である。また、台風12号及び15号の影響で農産物に影響が出ている。
		司法書士	取引先の様子	・建物の建築関連の動きが予想以上に悪く、これに伴い土地取引も低い水準で推移している。
		司法書士	取引先の様子	・依然として景気回復の状況にはなく、さらに、円高対策などにも具体策が見えない。住宅エコポイントの効果で新築着工が伸びているが、いつまで続くか様子見をしている客先が多く、不動産の取引も横ばい状態にある。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・客先からの受注金額の規模がさほど例年と変わらない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・地元大手企業の倒産や事業譲渡が続いている。
	やや悪くなっている	金属製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・受注金額及び受注量が少し落ちてきている。住宅に関しては少し上向きであるが、官庁及び民間物件の落ち込みが大きい。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・全国的な長雨の影響もあるが、貨物の取扱数量が落ちてきた。円高の影響により輸出貨物が伸び悩んでいるが、輸入貨物も減少傾向にある。国内貨物は復興予算が決まらないこともあり、低調に推移している。特に建築土木関連の鋼材、木材が伸びてこない。
	悪くなっている	建設業（従業員）	取引先の様子	・建築鉄骨製作業界では秋口からの仕事がほとんどなく、道内老舗の複数社がすでに破産宣告している。自主廃業を検討している会社も多いと聞いている。
		司法書士	取引先の様子	・例年に比べて土地の売買、建物の新築着工が減少している。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響なのか、円高が原因なのかは分からないが、10月以降の受注量が激減している。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・7～8月に引き続き、求人情数は順調に増加している。携帯電話系を中心としたコールセンターや、道外自動車部品工場等への業務請負に伴う求人が特に目立っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・9月の募集広告の売上は前年比114.3%であり、引き続き好調を維持している。農業関連の派遣が前年比145%と全体を底上げしたほか、同じく農業関連の運輸、運送も前年比121%となり、農繁期に伴う求人が例年になく多かった。前月まで落ち込みが大きかった飲食店関係も前年比103%と何とか踏みとどまった。そのほか、環境衛生、土建不動産で前年比120%を超えた。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年を13.0%上回り、19か月連続で前年を上回った。また、月間有効求人数も前年を12.0%上回り、19か月連続で前年を上回った。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・20代の新規登録者がここ2か月ほど急増しており、若年者の雇用環境が悪くなっている。ただし、求人が減少しているのではなく、恐らく若年者のスキルが低下し、採用に至らないため、失職状況にあるとみられる。職業訓練などの対策を打たなければ、中高年だけではなく若年者の失職者が増え、失職期間が長期化することが懸念される。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前月と比べて、求人数にさほど変化がない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・7～8月と製造業の求人数増加に伴い、業種全体で人手不足感があつたが、今月は求人数の増加が頭打ちとなっている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・在職者の求職が目立っている。労働条件の悪化が理由とみられる。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・求人者と求職者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）	それ以外	・管内の求人倍率は0.45倍と前年を0.06ポイント上回ったが、依然として低水準で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		学校〔大学〕 (就職担当)	周辺企業の様子	・日々、企業からの求人が寄せられており、一見、経済の活性化が進んでいるようにみられるが、求人の理由については、欠員補充や採用予定数を満たしていないための追加募集が多い。しかしながら、これまでに求人のなかった企業からの求人も寄せられている状況にあり、一概に景気を不安視するまでには至らない。
	やや悪く なっている	○	○	○
	悪く なっている	—	—	—

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宴会、宿泊共に客が動き出している。ただし、観光目的の客はいまだ少ない。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・当地域では、市町村合併に伴う特例債を活用した公共建築物の工事が活発になっており、現場を支える業者が不足するほど忙しくなっている。住宅の受注、着工についても前年を上回っている。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・天候等のマイナス要因はあったものの、物販、飲食、サービス共に堅調で、消費マインドは上昇している。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・客足は徐々に伸びてきているものの、震災特需も落ち着き、物販、飲食共に低価格品に集中している。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	お客様の様子	・台風などによる急激な気温の変化で体調を崩し、風邪をひく人が非常に多くなっている。
		百貨店（企画担 当）	単価の動き	・海外ブランドだけでなく、家具やじゅうたんなどの高額なりビング商材を購入する客が増えているなど、引き続き高額商品が好調となっている。また、美術工芸品も徐々に動き始めてきており、結果として1人あたりの購買単価も上昇している。しかしながら、来客数の増加率が売上額の増加率より低いことが気掛かりである。
		百貨店（経営 者）	来客数の動き	・気温の低下もあり、消費が急激に活発になってきている。アパレルを中心とした取引先の商品量も震災前に戻り、客も選択肢が増え買物を楽しんでいる様子が見え始める。宝飾、服飾雑貨の高額品なども前年以上に動いている。
		コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・売上は117%と好調を継続している。なかでも、買上点数が3.01と、初めて3点台に乗り、客の購買意欲が上向きになっている様子が見え始める。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・残暑の終わりが分かりやすいこともあって、秋物のスーツを求める客の動きが例年より良くなっており、後半から伸びてきている。単価もそこそこの商品が売れている。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・今すぐ着用できる商品へのニーズが高まってきているなか、9月の残暑予報を基に商品投入の調整を実施してきた結果、買上率が上がり、業績向上に結び付いている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車供給が正常に近づき、受注残も解消しつつある。震災から半年が経過し、新車を買って控えていた客も動き始めている。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・震災以降、耐久消費財の需要は減退していたが、チラシで企画を打ち出したところ目標を9割方達成している。震災前の状況に戻りつつある。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・震災の影響はなくなりつつあり、3か月前との比較では良くなってきているが、前年比では依然として悪い。
		高級レストラン (支配人)	単価の動き	・震災特需の波が明らかにきている。ホテルにおける宿泊、宴会、レストランでの接待などで顕著になっている。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・復興支援で東北地方に全国から旅行者が来ており、入込客数は前年比20%増となっている。		

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 (経営者)	来客数の動き	・宿泊に関しては、若干下がっているものの3か月前とほぼ変わらない。料飲施設についても変わらない。宴会については、東日本大震災の影響で遅れていた学校、県、市の異動に伴う歓迎会の開催が非常に多くなっている。相対的には3か月前より上向しているが、これはあくまでも特需だと考えている。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・前月に引き続き、宿泊、レストラン、宴会共に売上は前年を上回っている。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・4～6月に予定されていた修学旅行が移行してきているため、全体的に伸びている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・震災の影響から徐々に回復してきている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・3か月前の販売量があまり良くなかったこともあるが、例年に比べても今月の販売量はまずまずである。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・高温や台風上陸があったが、震災復興イベントの会場になったこともあり、来客者数は今年初めて前年を9%上回っている。ただし、単価は下がっており、売上は微増である。また、学校、団体は戻りつつある。
		その他サービス [自動車整備業](経営者)	販売量の動き	・例年9月は落ち込む時期だが、今年は前月に続いて来客数、販売額共に好調である。
	変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・イベント等を多くしかけたものの、台風など荒天の日が多く、客足は今一つとなっている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・ここ半年程度、飲料、日用品、雑貨は前年並みもしくはプラスとなっているが、文房具、書籍、化粧品等の不急な商品は落ち込みが続いている。
		一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・平日の来客は悪くないものの、ここ1、2か月、売出し期間の売上は前年を割る状態が続いている。客の動きがいまいちつかめない。
		一般小売店[カメラ](店長)	販売量の動き	・販売量、売上共に横ばいで推移しているものの、高額商品の動きが鈍い。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・震災特需で売れたアイテムの動きは大分落ち着いてきている。婦人服を中心にファッション全般の動きが良い傾向にある。雑貨ではバッグの動きが好調である。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・震災特需が継続しており、売上は前年比2けた増が続いている。気温も前年並みになり、秋物の動きも良い。ブランド品、高級時計など今まで不調だった商品にも動きが見られるようになってきている。
		百貨店(売場担当)	来客数の動き	・9月2度の3連休は共に好調な推移となっている。月の後半の台風は来客数に大きな影響を与えたものの、特に2度目の3連休は気温、天候に恵まれ、秋物の動きは2けたの伸びとなるなど絶好調となっている。秋物はトレンドのポンチョやマントへの反応が大きい。また、人気の食品催事への客足も良くなっている。
		百貨店(販促担当)	来客数の動き	・辛うじて前年は確保できているが、仕掛けによる売りまわしができていない。特に、秋のファッションの打ち出しを強化しているが、その効果は薄くなっている。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・平均単価は、加工食品等の値上げなどもあり、横ばいで推移している。買上点数も低下することなく推移しており、全体としてはそれほど悪くない。前年比の伸び率は前月とほぼ同じ水準である。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・来客数は安定しており、前年比増となっている。主力商材も比較的堅調に推移しており好調といえる。ただし、福島のお店に関しては伸長が鈍化してきており、地域間格差が顕著になってきているような印象がある。
		コンビニ(エリア担当)	お客様の様子	・前半は天候不順が続いたものの、たばこの値上げ効果に加え、ファーストフード品の販売数も伸びており、全体的には好調な売上を維持している。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・前年はたばこ増税に伴う駆け込み需要があったため、前年割れを想定していたが、被災地を中心に来客数の伸長が見られ、売上高は5%増となっている。
		衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・衣料品全般で仕入値の高騰や在庫の減少が続いており、得意先でも景気回復まで新規購入を見合わせている状況である。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数は天候に左右される面が大きく、前半は厳しかったものの、後半は気温も低下し伸びている。

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
		衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・ゴルフ用品等、高額商品が不振である。また、季節の端境期において寒暖の変化が大きくなっており、アパレル商品の販売量も不振となっている。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・復興需要も一段落し、安定している。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー購入補助金の終了により受注、販売共に大反落となった前年と比較すると、受注面では復旧需要及び新型車に支えられ、約倍増の状況となっている。また、販売面ではメーカーの優先配車等により、前年比120%前後の伸びとなっている。しかしながら、個人、法人共に客の様子から見ると、本格的な回復とは言い難い。
		乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・新車の販売はエコカーやハイブリッドカー、燃費の良い軽自動車しか動いていない。価格が安いことが購入の条件のように見受けられる。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・若干ではあるが、エコカーや軽自動車を中心に動きが見られる。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・来客数も前年並みに戻り、それに伴い販売量も下がってきている。震災特需も一服感がある。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・売上が前年を下回っている。
		その他専門店 [パソコン] (経営者)	競争相手の様子	・震災の影響で特需のあった業者だけが潤っている状況は変わらない。
		その他専門店 [酒](経営者)	販売量の動き	・2度の3連休にイベントが集中したため、被災地からも含め観光客が多く訪れ、土産物などを中心に販売量も動いている。しかし、飲食店なども連休以外は静かでにぎわいが安定するにはほど遠い。
		その他専門店 [酒](営業担当)	単価の動き	・売場の動きは相変わらず単価の安いものを中心に、低価格商品への一極集中が進んでいる。飲食店も厳しい状況が続いているが、地元の常連客を中心に客足が少し戻ったようである。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・作業服メーカーの値上げが今月から一斉に始まり、現場はかなり混乱している。しかも今までにない大幅な値上げとなり、一部の客からはかなりの不満が出ている。駆け込み受注も多少はあったが目立つものではなく、今後の売行きに影響が出そうでこちらのほうが心配である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	お客様の様子	・震災以降、需要の減退傾向が続いている。客はなるべく安い必要な物だけを選び購入する傾向が強くなっている。また、当地域は農業で収入を得ている人が多いため、例年収穫時期にはそれなりの燃料需要があったが、今年は福島第一原子力発電所事故の影響で販売が低調で、かつ単価安に歯止めが掛からない。また、県外からの観光客の落ち込みが顕著であるとともに、放射線を避けて県外移住する人が増えており、影響が出ている。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	単価の動き	・週末ごとに単価が変わるが、それが思うような価格になっていない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・消費者は景気に敏感であり、値引きをすると客足も伸びる。3か月前と比べ、良くなったわけでも悪くなったわけでもなく、小康状態である。
		一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・同業者は良くない状況が続いており、全体的な景気は変わらないものの、当店では良い傾向が続いている。
		観光型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・遠方からの客は依然として少ない。また、宿泊を伴う会合などは控える様子が見られる。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門はコンクールや大会等の開催により稼働率は高い。レストランもランチタイムを中心に順調に推移しているが、低価格販売のため利益率は悪い。一般の宴会は予想を下回っている。
		タクシー運転手	単価の動き	・乗り控えがひどくなっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・3か月前と変わらない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・3か月と比べ、景気は特に改善していない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客は依然として新規投資に消極的である。

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
やや悪くなっている		競艇場（職員）	お客様の様子	・常連客が多数を占めており、客に大きな変化は見られない。また、購入単価も変わらない。全体的な売上は上向きであるものの、大きな流れにはなっていない。
		美容室（経営者）	単価の動き	・ここ3か月、客単価が前年比9割の状況が続いている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	・震災特需もやや収まってきており、消費マインドも一層厳しくなっている。全体的に厳しさが増している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・消費者は連休の旅行などにお金を使っているためか、売上が芳しくない。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・厳しい残暑や台風等の荒天により、買物客が減少している。また、消費者の買いたいものと商品がマッチしていないようであり、秋物商戦は大変苦戦している。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	来客数の動き	・客足も悪く、店頭での販売状況が悪くなっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・震災による特需が落ち着いてきている。
		百貨店（経営者）	単価の動き	・高額商品の売上が不振である。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・4月以降上がってきていた数字が、多少下がっている。おそらく、被災者の失業保険等が切れる時期に近づいているからではないかと見ている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・台風や水害などの影響もあり、前年と比べて来客数が減少している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・1万平方メートルを越す大型の競合店がオープンしたため、客の買い回りが進み、競合状態が厳しくなっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・同じような商品であれば単価の低い商品を購入する客が目立っている。来客数は微減で推移している。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・震災復興特需に陰りが見えはじめている。商圏内の競合店も、設備を含め完全復旧している。さらに、大型量販店がディスカウント業態へ変更しており、競争の激化で単価、来客数共に減少し、業績に影響が出ている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・7、8月は順調であった売上が、9月に入り低迷している。競合他社の状況も同様で、打開すべくチラシ価格を下げて集客を図っているが、客は不要不急の商品は買わなくなってきている。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・食品の放射能汚染問題が、秋果実や牛肉、米などの販売量に影響を及ぼしている。
		スーパー（販促担当）	販売量の動き	・食品を取り巻く環境が大きく変わってきており、特に放射能汚染の影響が拡大してきている。米に関しては安全が確認されるまでの期間が長く、前年度米の在庫が不足で需給のバランスが崩れたために、売上が大きく落ち込んでいる。また、客の買物動向では東北産のものを避けている傾向が見られる。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年並みであるが、客単価が低下傾向にあり、前年割れしている。その要因としては、震災特例で延期されていた税金等の納付時期となり、消費を抑えていることが挙げられる。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・たばこ増税から一巡し、前年比で見ると客単価の伸長が鈍ってきている。また、買上点数も下降気味である。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・消費はやや冷え込んでいるように見受けられる。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・例年であれば、秋物のニットやジャケットなど、高単価の商品が売れる時期であるが、今年は今着られるTシャツなど、低単価の商品しか動いていない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・秋物は立ち上がったが、なかなか寒くならなかったり、天候不順で来客数は少ない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴う特需に代わる商品がない状態のなかで、販売量を始め、すべてにおいて数字が下がっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量が伸びない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住関連専門店（経営者）	単価の動き	・仏具等の細かいものは多少さばけているが、高単価商品の動きが止まっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・7月に農産物の放射能汚染問題が発生して以来、月を重ねるごとに販売量が落ち込んでいる。東北の農産物への消費者の拒否反応が過剰になっているようである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・順調に伸びていた来客数は盆明けからブレーキがかかり、今月はかなり減少している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当地域では震災の影響も少し落ち着いてきているものの、今月は市議会議員選挙があったため地域全体が選挙ムード一色となり、夜の飲食を控える傾向がうかがえる。
		観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・予約数は順調だが、単価の低下傾向が止まらない。同業各社も値下げしてきており、価格競争が深刻化している。現在の団体旅行市場の大部分が成熟市場から衰退市場へととなっているが、経営に具体的施策が無く、又は踏み切れず、今のところ値下げ販売の傾向を止められない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・天候による影響も少なからずあり、好調に推移してきたビアガーデンも前年比では大きく落ち込んでいる。さらに、会合の件数も前年の3分の2と大変少なくなっている。レストランにおいても、来店回数並びに客単価が落ち込んでいる。企業や個人の防衛意識が非常に高くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・震災復旧の応援で他県から来ていた人も減り、夜間の客がかなり少なくなっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・例年7～9月は新規加入者が増加傾向にあるが、今年は徐々に減少している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・前年比80～90%まで戻ってきていた来客数が、理由は分からないが、50%まで落ち込んでいる。
		悪くなっている		商店街（代表者）
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き			・震災以降、前月までは来客数も売上も横ばいで推移してきたが、今月はその水準から3割下がっている。
百貨店（経営者）	お客様の様子			・秋物商材の動きが悪い。気温が高めに推移したことも要因としてあるが、全体的に客単価も下がっており、衣料品も厳しい状況である。来客数は下がっていないが買上率が下がっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き			・放射能の影響や水害に見舞われたこと、職のない人が増えてきていることにより、客の動きが鈍くなってきている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き			・電話が鳴らず、来客が1人もいない日が何日もある。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き			・東日本大震災被災者の旅館への2次避難も、仮設住宅などへの移動により、8月以降急激に減少している。観光客は、復興応援プランなど旅行会社の商品を動かしているものの、大手契約旅館に集中しており、中小旅館への宿泊予約は非常に少ない。宿泊者ゼロの日が数日あるなど、今までにないほど冷え込んでいる。
企業動向関連	良く なっている やや良く なっている			—
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・秋の新商品発売もあり、受注は前年比で10%以上伸びている。
		木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・需給バランスが改善されず収益は厳しいものの、住宅部材の需要は増えてきている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ、売上が前年同月比の水準に近づいてきている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・自治体のがれき処理案件が新規で出件されている。また、官庁及び民間の案件についてもコンスタントに出件が続いている。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・震災復旧関連の工事の受注が伸びている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の復旧が大分進んできており、物量は回復しつつある。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・携帯電話を導入する企業の数が多くなってきている。

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	
		広告業協会（役員）	それ以外	・新聞、交通広告、折込などは依然苦戦が続いているものの、媒体関係もテレビ、ラジオのスポットは前年並みに回復してきている。また、被災した水産加工工場の生産活動が再開し、流通関係の販売も好調で、広告業界は少し明るさが見えてきている。	
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・23日からは新幹線も震災前のダイヤに戻り、JRが主体となった観光関連への取り組みも動き出している。また、自治体からは、雇用促進と連携し、雇用が条件の大型企画案件も出てきている。全体的には前年比8割程度となっている。	
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況を見ると、建設関係を中心に損益の改善傾向がうかがえる。	
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災特需は落ち着いたものの、商品の動きはやや良くなっている。	
	変わらない		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・品薄感から前年より若干値上がりしたものの、米の農協買取価格は依然として低迷している。
			食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前の悪い状態から、あまり変わっていない。
			繊維工業（経営者）	取引先の様子	・夏物の販売も終わり、店頭は売行きは一段落している。秋物はまだまだ動きが無い。
			土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・東北の大型工事は復旧工事を終えてからになるため、発注は全くない。
			一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品については震災前の水準に戻りつつある。
			建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は減少している。
			金融業（営業担当）	取引先の様子	・資産運用では、欧州の債務不安から投資信託や外貨預金などのリスク性商品での運用が減少している。
			金融業（広報担当）	取引先の様子	・震災の復興需要もあり、一部に持ち直し動きは見られるものの、通常の経済活動の本格的回復というには時期尚早の感がある。
			経営コンサルタント	取引先の様子	・復興特需的なスポット需要は減りつつある。
			コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災特需が踊り場にきている一方で、市場に動きが始めている。
			その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東北の物産への支援需要は落ち着いてきたものの、清酒、特に被災3県の地酒に関しては依然として引き合いが強い。復興関係者で夜間人口が増加した市街地では、飲食店向けの出荷が引き続き好調である。
			その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・震災復興計画のなかでの住宅の取扱についてはまだ不鮮明なところが多く、住宅会社の足踏み状態が続いている。
	やや悪くなっている		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月まで見られた震災特需も落ち着いてきており、売上も前年並みになっている。
			食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・雇用状況が改善しない状況であり、消費者の購買意欲に積極さが感じられない。
			電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・復興景気が一時あったものの、現在は落ち着きつつあり、むしろ東北域外へ仕事が出つつあるところが浮き彫りになってきている。
			電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・円高が企業の業績に大きな影響を与えており、経済全体が下向きになっている。
通信業（営業担当）			取引先の様子	・大口顧客からのかなり厳しい値下げ要請が続いており、対応に苦慮している。	
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）			取引先の様子	・生産数は依然として落ち込んでいるため、従業員は休日出勤や残業も抑えられており、収入も減っている。大変厳しく、従業員も先行きを心配しているような状況である。	
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	・桃の農協出荷の精算書が届いたが、収入は例年の2、3割となっている。個人からの贈答用の注文は1、2割で、農家の収入は激減している。	
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（社員）	求人数の動き	・建設のコンサルタント企業から複数のCAD職種の派遣依頼を受けている。また、当市の産業人材育成事業も受託しており、3か月前と比べやや良くなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社(社員)	周辺企業の様子	・大規模コールセンターの誘致が決定したり、自動車工場の期間従業員がアウトソーシングで流れてきたりと、具体的なオーダーが入り始めている。それに呼応するかのように入材も活発に動き始めた様子が見える。
		人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・製造業、飲食業、サービス業の求人数が相変わらず増加傾向にある。
		人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・住宅関連やカー用品の販売、ガーデニング関係の卸など、震災後の復興特需で元気な企業が求人を出している。
		新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・5～8月にかけて京阪地域からの申込が増え、前年比2倍くらいの状況が続いていたが、9月に入り一段落している。
		新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・東日本大震災から半年がたち、復旧復興への歩みも始めている。周辺企業からは第3次補正予算の早期成立を強く望む声が多く聞こえてきている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数が増加したため、倍率も上昇してきている。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・震災復興の影響で落ち込んでいた業況が、徐々にではあるが回復基調にある。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・震災復興関連の求人が依然として好調なことに加え、介護関係、飲食店などの求人が増加している。一方で、円高等の影響もあり、製造業の求人が減少しているため、求人の増加は鈍化している。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・一般企業の求人が増えていないことに加え、雇用保険受給期間延長によるものか、求職者の動きが鈍くなっている。
		新聞社[求人広告](担当者)	それ以外	・仕事の受注は徐々に増えてきているが、仕入費が高く利益率が悪い。官庁関係の入札も価格競争になっていて、利幅を少なくしないと落札が困難な状況である。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加しているものの、新卒者を対象とする求人は下回っている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・建設業で震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で大幅に増加し、5か月連続での増加となっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規学卒予定者を対象とする求人数が前年比で減少している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人の増加基調は続いているが、伸び率は前年同月比1けたで推移している。新卒求人も前年と同水準で推移しており、明るさは見られない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加を続けているものの、小幅にとどまっている。正規社員の求人も少ない。
やや悪くなっている	アウトソーシング企業(社員)	それ以外	・予想していたよりも受注が増えない。	
悪くなっている	—	—	—	

3. 北関東(地域別調査機関:(株)日本経済研究所)

(-:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・9月の前半は残暑が続いたが、このところの急な冷え込みでウォームビズ関連の商品が動き出している。また大型催事ではダイレクトメールの効果でブランド品の売上が非常に増加している。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・前年の9月はたばこの値上げで売上がものすごく伸びた時期である。今月の売上は前年の80%であるが、来客数は前年と同じなので、たばこを除けば前年より来客数は増加している。
やや良くなっている		商店街(代表者)	来客数の動き	・春に延期になったイベントが秋に開催され、来客数が増加している。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・気温の低下に伴って秋物関連商材が迅速に動いている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・残暑が厳しかったこともあり、冷たい飲み物を中心に、割と販売が増えている。
		コンビニ(店長)	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響で、家計を引き締めていた状態があったが、このところいつもと変わらない購入になってきたので、3か月前と比べれば良くなっている。

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
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・乗客数は前年比でかなり落ち込んでいるが、上期の締め又は決算等のため、販売量が東日本大震災の影響があったころと比べて増加している。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の発生以降、大分時間がたち、客の動きがかなり活発になっている。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後の景気低迷がやっと底を打った。微弱ながらもグラフィック、ウェブ等の発注量に変化がみられる。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が残る3か月前に比べ、来客数の動きは回復傾向にある。レジャーへの出控え傾向は継続しているが、前年実績並みに戻りつつある。
		ゴルフ場（業務担当）	販売量の動き	・3月の東日本大震災後初めて8月が前年並みとなり、9月は前年を若干上回っている。
		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	・客の流れが週末中心からある程度平日へ分散してきている。週末がそれほど忙しくならない代わりに平日に結構客が来るようになり、平均化されてきている。
		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	・子供のスイミングレッスン、バレエ、空手などのスタジオレッスンでの来客数が、春先の東日本大震災の影響により秋口に集中している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・今月は2度の3連休中、別荘の案内客が増加した。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注計画に対して、ほぼ計画どおりに達成できている。近隣の地域の数字も同様である。9月末までの金利優遇制度も有利に働いている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・秋祭りで各地に人出はあるが売上にはつながらない。商店街のイベントで人出があっても買物をしない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の夏のイベントは、前年よりも人出も多く参加店の売上も良い。
		一般小売店【家電】（経営者）	お客様の様子	・全体的に落ち着いた穏やかな状況のなかにあり、商品の動きは緩やかである。家電製品も冬物商材は電気を使わない石油ストーブなど単価が安い小型の灯油器具に注目がいき、売上を維持していくのが厳しい。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・ここにきて客単価は若干下がっている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・今まで集客の要となっていた大型食品物産展や店外催事に陰りが見えてきている。今まで堅調に推移してきた食料品を始め、他商品群も軒並み前年割れとなっている。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・残暑や台風といった外的要因もあり、秋物の売行きや来客数が悪い。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・節電関連品の売行きで一次的に売上は伸びたが、依然として回復傾向にない。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食品は前年をクリアできているが、衣料品は9月は非常に良くなかったため、基本的にはまだ前年まではいっていない。		
スーパー（統括）	来客数の動き	・台風12号、15号の襲来で、短いサイクルでの気温変動が大きく、衣食住ともに秋物の動向に苦戦を強いられている。特に、上旬のほぼ毎日、夕方のゲリラ豪雨で一気に客足が遠のき、ロスの拡大で利益面でもマイナス与件となった。		
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・暑い日が多いことが幾分かプラスになっている。		
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・台風と地震による影響で、昼間、商店街に客がなかなか来なくなっている。		
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・今月は予想以上に台風の影響による大雨や水害があり、また、残暑厳しい日も多く、秋物商材に対する客の購買意欲が減少しているために、来客数が減少している。		
衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・例年だと今ごろが一番客が動き、商品もそれなりに動くが、秋祭りも近いというのになかなか客の動きがつかめない。今年は客に購買意欲がないようである。		
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・このところ低水準で推移しているが、今月はクレジットカードの利用率が極端に低くなっている。先行きに不安を抱えたまま買物はできないというような客の考え方が背景にある気がしている。ただ、ここ1週間は現金によるまとめ買いの客がちらほら出てきたので、それがどのように継続するか見守りたい。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・エコカー購入補助金終了後、新車の売上が低迷し、中古車も安価な車を選ぶ客が多くなってきている。そのため車検整備の比重が高くなり、同じ業界で価格競争が生じている。
		乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・3か月前と比べて、新車、中古車併せて販売台数が横ばい状態である。来客数に関しては必要に迫られてどうしてもという客が来場して購入するくらいで、新規のユーザーがほとんどない。そのため悪い状態での現状維持が続いている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・昼の営業に関しては天候や曜日で動きもみられるが、夜の営業は条件にかかわらず停滞している。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・9月は例年落ち込みの多い月だが、初夏のころの東日本大震災の影響があったときと同じように今年も例年以上に客の動きが悪い。夏のレジャーで資金を使いすぎたのか、夜の来客数が大幅に減少している。
		スナック (経営者)	来客数の動き	・本当に景気が悪く、街中を歩く人がほとんどいないような状況である。これ以上悪くなりようがないところまで来てしまっている。
		観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・7、8月の宿泊は好調に推移してきたが、夏休みも終わり9月に入った途端、落ち着いている。
		都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災で低迷していた当地区にビジネスマンが戻りつつあり、稼働が多少上がってきている。ただ、近隣ホテルで震災後復旧しておらず運営が止まっているところもあるので、単純に今までであった需要分の客が当ホテルに流れ込んでいると考えられるため、変わらない。
		旅行代理店 (副支店長)	お客様の様子	・7月には大分旅行客も増えてきていたので、現在も状況は同じだが、春から夏に旅行ができなかった客の駆け込み依頼が増えているだけで、決して景気が良いわけではない。
		通信会社 (販売担当)	販売量の動き	・携帯電話業界では依然としてスマートフォンの販売が好調だが、廉価商品の販売数が伸びてきているため、消費には相当シビアになっているのがうかがえる。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・仕事量にかなりの伸びが出てきているため、社員は労働時間が延びて負担も大きくなってきている。このような状況にもかかわらず社員の採用は控え、東日本大震災直後の人員減のままで、給与にも目立った変動はない。こうした現状では消費の伸びに期待できない。
		通信会社 (局長)	お客様の様子	・デジタルテレビ購入等の消費拡大の反動による家庭内消費抑制傾向もようやく一服感が出てきている。しかしながら景気が上向きと思わせるほどの変化には至っておらず、相変わらず販売には苦戦している。
		通信会社 (営業担当)	来客数の動き	・アナログ放送終了後8、9月はあまり大きな変化がない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響に加えて、台風などによる天候不順が続く、夏季繁忙期も好ましくない状況である。
		ゴルフ場 (副支配人)	来客数の動き	・いろいろなイベントをしているが、来客数はほぼ横ばいである。
		競輪場 (職員)	お客様の様子	・来場者数、購買単価共にほとんど変化がみられない。
		美容室 (経営者)	競争相手の様子	・美容店の過剰感があり競争が激しいため、客は単価の安い美容院に流れている。ただし、しっかり固定客のあるところは売上、来客数が常に変わらない。
		その他サービス [清掃] (所長)	それ以外	・北関東を中心に展開する量販店の薬品会社が開店し、近くにスーパーを含め同様の店舗が増えているが、エリア内の客が増えているようには見えず分散しているだけのようなので大きな変化にはつながっていない。
		設計事務所 (所長)	お客様の様子	・上期最後の月だというのに全く受注がない。客の来場が少ないせいもあるが、イベントの成果も全く得られず厳しさを痛感している。
		設計事務所 (所長)	販売量の動き	・4月以降、仕事らしい仕事の受注が無く極めて深刻な状態が続いたが、9月に入ってから仕事が入ってきた。景気が良くなったからではなく、たまたまそうなったからで、3か月前と比べて変わらない。
	やや悪くなっている	商店街 (代表者)	来客数の動き	・台風、猛暑、大雨と、天候不順は買物の心理にも悪影響を及ぼすのか、2度の3連休にもかかわらず街への人出は鈍い。

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
		商店街（代表者）	単価の動き	・運動会シーズンには毎年子供用のシャツとハーブパンツ等が良く売れたが、今年は今年の半分しか売れず、景気の悪さを実感している。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月の前半は熱中症で人出は控えめであった。後半はいくらか陽気も良くなったので人が出始めたが、消費に影響はない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・客に勧めることができる身近な商品が今のところなく、苦戦している。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・前年比で来客数が82%、売上は80%である。売場のレイアウトを変更し通路が広く明るくなったが、売場の坪数の変化による商品量の少なさに客が満足していないのか、来客数が減少している。当店はシニアからミセスの高齢層が多いので、残暑や台風の影響で減少しているのか10月に入るまで不明である。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・当店の商圏の変化が影響していることもあるが、来店客の買上比率は高まっており、買上数量及び買上客数共に伸びている。しかし、9月に入り来客数が急に下降していることから、商圏の変化以外に客の消費行動を鈍らせるマインドの冷え込みが懸念される。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・客の買物の習慣が変わってきている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・円高による製造関係の状況や東日本大震災の影響ではないのは分かっているが、なぜか9月の初旬から急に売上が落ちてしまった。競合店をみても同じような状況である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年比では客が10%ほど増加していて売上も好調だが、前月比では悪くなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・身近な客の活気が無い。工場関係の仕事があまり良くなり購買意欲も欠けている。また、財布のひもがかなり締まっている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数は堅調に推移しているが、1人当たりの買上点数が減少傾向にある。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・東日本大震災による住関連品の特需が落ち着きつつあり、ペット用品、レジャー用品のマイナス傾向も続いている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	販売量の動き	・ガソリン販売量が前年比で約10%減少している。
		高級レストラン（店長）	販売量の動き	・ディナータイムの来客数が、東日本大震災以降、極端に減少している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・特に夜間の来客数が減少している。
		都市型ホテル（支配人）	お客様の様子	・東日本大震災とその後の福島第一原子力発電所の事故により、当地方への観光客、行楽客が激減している。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・秋のシーズンを迎える時期だが、団体個人共に宿泊予約の動きが相当鈍い。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・あまりにも急激な円高になっていることによる影響が大きい。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが悪く、前年同月比18%の減少である。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・単価は落ちたものの、飲食店とのタイアップにより集客を図っている。ただ、2度の台風によるキャンセルは非常に大きかった。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べても来客数の動きが伸び悩んでおり、単価の動きは依然横ばいである。相対的に販売量も変わらないかこれから若干2%くらいマイナスに転じる動きがある。また、競争相手に関しても平日が少なく土日に集中するというパターンが固定化している状況は同じなので変わらない。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災前に受注していた設計も完了してきており、新たな計画や実施設計が少ない状態が続いている。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・台風などの影響もあつてのことだが、今月も全く仕事の情報が無い。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故がやや落ち着きを見せ、北関東にも客の目が戻りつつあるが、まだ先行きがはっきりしないことから動きは鈍く、成約まで時間が掛かることが多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪くなっている	一般小売店〔衣料〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以来、観光客が少なくなってきた。観光地なので客が来なくて困っている。
		スーパー（経営企画担当）	来客数の動き	・台風等の天候不順の影響もあったが、来客数の減少傾向が続いている。
		家電量販店（経営者）	来客数の動き	・想定されたことではあるが、7月のアナログ放送停波後はテレビ需要が大幅に減少している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月前半の残暑、後半の台風などの天候不順により、県外の客の入りが大きく影響し、売上が前年同期比2割減となっている。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊者数、売上共に過去最低を記録し最悪の状態である。
企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比でまだ10%ほど少ないが、ほぼ戻りつつある。3か月前から比べても東日本大震災の影響が薄れてきて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	・東日本大震災の影響による遅れをばん回するための自動車関連の動きも本格化してきている。
	やや良くなっている	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿は確実に増えてきている。前年同月と比べても10%は伸びている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・自動車部品など生産が滞っていた分野が回復してきている。
	変わらない	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量、生産量はほぼ横ばいで変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・自社体験工房の夏の繁忙期での一時的な営業増は除き、取引先の受注状況は依然低迷している。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災復興事業等、積極的に営業活動を行っているが、まだ受注の見通しが立たない。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先は海外15～16か国に自社工場を持っているが、今のところ、国内から現地生産への移行も変わっていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月と変わらず、小口試産等、多岐に渡る受注が入っている。周りの加工その他の製造関係会社も安定した状況が続いている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部高額品が売れる傾向が戻ってきたが、数量の動く低価格品は動きが鈍く、大物は売れても全体の売上は前年比5～10%ダウンである。まだまだジュエリー全般は厳しい状況が続いている。地金価格の高騰で中古の買取は盛んである。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・取引のある冬物商材の家電、雑貨等の動きが例年より先行している。特に、節電の影響でエコグッズ、石油ストーブやヒートマット類の冬物節約グッズの物量が例年より目立って多い状況である。ただし、現状の円高で自動車関係の輸出産業が厳しい状態であり、全般的には例年の物量の確保になっている。
		金融業（役員）	取引先の様子	・県内の放射線汚染問題により、地元スーパーマーケットでは生鮮食品や乳製品の地産地消の消費動向が急激に低下し変化してきている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	それ以外	・前年の例もあり、中旬過ぎまで続いた暑さのため、小売店では秋物、冬物への移行が遅れ、また夏物も伸びなかった。チラシ出稿量は99.8%で、依然として横ばい状態である。
司法書士		受注量や販売量の動き	・やや良くなっていくという期待を持っていたが、なかなかそういう方向に向かわない。むしろ少し下がり気味である。	
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）		受注量や販売量の動き	・引き合い、受注量共に特段の変化はみられない。	
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	・石油関連製品など仕入原材料が上がってきているのに、それを転嫁できる環境にない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4～6月と比べると、1割ほど受注量や売上が減少している。年末に向けて自動車関係の仕事が増えてくる見込みだが、経営的にはあまりうれしくない仕事が増えるので、下手をしたら赤字になる。	
	不動産業（管理担当）	取引先の様子	・取引先の清掃、設備管理の仕事が、契約の見直しで一部減少している。真っ先に見直される部門なので、売上減が厳しいとのことである。	
悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・当月決算で受注額は前年比5%増である。しかし東日本大震災の影響で、工期延長の現場が何本か生じたため、現段階で売上が心配である。	

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
		不動産業（経営者）	それ以外	・同業種で請負契約の解約があり、再契約の請負業務内容が非常に厳しいものとなっている。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・自動車関連企業の派遣要請が多くなっており、残業も増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月中旬から求人が急増している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・自動車関連の部品、電子関連、住宅関連は非常に悪い。悪いといっても補充程度の資材関係の生産加工は見受けられる。サービス業はちょうど3か月前くらいの状態まで持ち直してきている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・仕事は出るが短期的で、頼まれたり断られたり、売上が伸びない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・円高の影響で、特に製造業は求人広告を出して募集をする企業はほとんどない。福祉、医療、サービス業のパートなどの求人広告は多少増加している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災以降、景気はやや持ち直しているようではあるが、円高の影響が徐々に出てきているように見受けられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新しい求職者は減少してはいるが、今までいた求職者が就職して減っていく率が少なくなってきた。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・7月ごろまでは少なかった人員整理の情報が、8月から9月にかけて目立つようになった。当所管内では、印刷業の関連2企業で、9月末付で約100人の退職が発生するなど、業績悪化による事業廃止、自己破産申請をする企業が増えている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人をつねにけん引する製造業において、円高による将来不安からか、正社員採用が減っている。契約社員採用、若年者へも嘱託雇用と同条件での採用といった、正社員より低い労働コストと有期の雇用といった形態が出始めてきている。
学校〔専門学校〕（副校長）	求職者数の動き	・学校への求人数は低迷したままである。職種によっては東日本大震災からの復興に伴う求人数の増加も聞かれるが、例年以上に厳しい状況である。		
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・円高の影響から製造業における派遣、請負の雇止めにより新規求職者が増加した感触がある。	
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	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・今月に入り秋の旅行需要が増えてきている。また、年末の忘年会の問い合わせも顕著に増えてきている。さらに4月に予定していた客が再度秋に検討するなど、秋の旅行シーズンを迎えて客の問い合わせ、見積が大変増えている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約120%と景気は良く、3か月前と比べても良くなっている。盆明けより客の動きが活発になってきている。建売業者の半期決算対策により、大幅値引きや完成物件数が増えたことで、販売増につながっている。
やや良くなっている		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・今月は2回の台風や中旬の猛暑で厳しい状況であったが、その後急激に気候が秋めいてきて回復している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・最近ようやく建設、土木関係の客が多く来るようになってきている。これらの仕事が多くなっているということは、景気が上向きになっている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・気候要因もあるが、それ以上の購買力が見られる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・9月後半になって急に秋冬物のジャケット、ブラウスが動き始めている。旅行等に行く目的が出てきたことと、気温がちょうどタイミング良く合ったようである。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が徐々に増え、前年並みになってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・景気は横ばいの様相を呈しているが、自動車販売自体は徐々に上向き状態になりつつある。円高、株価下落による影響は多少なりともあるが、来客者数も若干増えてきており、台数は前年比90%に持ち返している。	
		乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・東日本大震災の後にいろいろな部品の供給問題で車の生産ができず、受注された物が遅れ遅れになって今月に登録されているため、販売量は増えている。しかし、販売量に対して整備、部品等は苦戦している。良くなっているものと悪くなっているものがあるが、全体では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	・周辺に前年の3倍以上の建売やマンションが建ち、人口増加に伴って新規客の姿が徐々に増えている。	
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・客室利用は3か月前に比べて少し良くなってきている。レストランはほぼ同じ水準で、宴会は件数、人数共に多くなっている。また、問い合わせの電話の本数も多くなってきている。飲食を伴わない会議の問い合わせが多くあるなかで、忘年会が復活したり、新たに計画中の新年会もあり、少しずつ動きが出てきている。	
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・団体旅行の問い合わせの電話が増えてきている。団体旅行で褒賞旅行や職場旅行なども増えてきている。	
		ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・東日本大震災から半年が過ぎ、会員の来場は平常どおりに戻りつつある。また、節電を緩めた営業も、来場者の増加に表れている。	
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約数が増えてきている。	
		変わらない	商店街(代表者)	それ以外	・9月は天候が悪く、このところ回復傾向だったクレジットカードの取扱高が若干減少している。しかし、悪天候の割には落ち幅が少なく、景気が上向きかどうか判別しづらい。
			商店街(代表者)	来客数の動き	・今年の天候の変化は非常に厳しく、大変な動きをしている。何かがいつもの年とは違う感じで、それが全部悪い方向に出ているため、心配である。
			商店街(代表者)	来客数の動き	・このところ商店街で辞める店が多い。歳を取ったせいもあり、景気の状態も先行きがないということで、最寄品も買回り品も扱う店舗が先月3軒くらい辞めている。なかなか客を呼べない状況に陥っている。
			一般小売店〔文房具〕(経営者)	販売量の動き	・雨や台風など天候があまり良くない割には、前年並みの成績である。
			一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	それ以外	・店頭部門の一般客の個人消費は2店舗共、前年よりも上がっている。しかし、法人を相手にしている納品部門の物件、案件は極端に減っている。
			百貨店(売場主任)	販売量の動き	・気温の低下により中旬から秋物定価品の動きが上昇しているが、トータルコーディネートでの利用客が減少しており、単品利用が全体的に目立つ。
			百貨店(総務担当)	それ以外	・来客数は前年を超えており、雑貨、食品については好調に推移してきているが、主力の衣料品が残暑の影響でやや不振である。
百貨店(総務担当)	販売量の動き		・東日本大震災以降かなり景気は悪くなったが、3か月前と比べればほとんど変わらない。前年に対しても90~95%と、来客数も売上高も変わらない状況が続いている。		
百貨店(広報担当)	来客数の動き		・東日本大震災の直接的な影響による来客数の減少は収まったかに見えるが、根本的な客数減の傾向が続いている。		
百貨店(営業担当)	来客数の動き		・一般商品は非常に厳しい状況が続いているが、宝飾、時計といった換金性が高く価値が下がりにくい商品には回復が見られる。		
百貨店(営業担当)	来客数の動き		・やや良くはなってきたが、猛暑と台風の影響は見逃せない。消費にとって良い与件は何もない状態である。		
百貨店(営業担当)	お客様の様子		・買物での店内滞留時間は前年に比べ依然短く、伸びていない。		
百貨店(販売促進担当)	お客様の様子		・売上自体は前年並みだが、顧客の購買姿勢が鈍い。気候の影響もあると思うが、何を買えばいいのかという迷いが見られる。		

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
		百貨店（販売管理担当）	販売量の動き	・今月は台風の影響があり、売上高は前年割れであるものの、台風の影響を除外すると前年並みで変わらない。今までなかなか上向かなかった旅行やブライダル需要が回復傾向にある一方で、円高や株価低迷で価格にシビアな客が増加傾向にあり、プラス面とマイナス面が均衡している。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・残暑が厳しかったせいもあり、ファッション関連の秋物の動きが弱い。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・8月から非常に良くなり、客数が多少減り客単価も低下しているという相乗で、9月も同じように売上が良くない状況が続いている。競合店ができたということもあるが、全体としてそういう傾向である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・競合との価格競争もあつてか、単価、点数共に前年割れしている。チラシ訴求による販売促進もその場しのぎな感じがあり、価格を下げてその物以外に余計な買物をする事は少ない。安い物を買って回っている感がある。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は横ばいで、購買意欲はあると思うが、きっかけとなるものはポイント還元、価格訴求品などに偏り、地域の店舗の買い回りが予想される。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・円高、株安が相当影響している。特に客の財布のひもが更に固くなってきている。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・8月後半に一旦気温が下がり温かい麺や練物等のホット商材が動き出したが、9月前半は暑さが戻ってしまい、売行きが鈍ってしまっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客数は可もなく不可もなく横ばいであるが、客の表情は何となく生気がないような気がする。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年同月比107%となっている。また、たばこの値上がりの影響で客単価も若干上がっている。前年9月はたばこの値上がり前の駆け込み需要があったにもかかわらず前年をクリアしているのは、来客数の増加分が売上を押し上げ、結果を出しているからである。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売上は横ばいからやや微増だが、客の衝動買いは全く無くなり、セール品を中心に、安価な商品が中心となっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・台風でイベントが縮小された影響がかなり出ている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・節電モードが落ち着き、購入意欲が若干向上してきている。衣類がベーシック、シンプル系からトレンドを意識したジャンルに戻ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は順調に入っている。販売は7月から徐々に順調になってきており、前年度の販売実績になってきている。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・世界的に前年を下回る傾向が継続している。
		高級レストラン（店長）	来客数の動き	・主に宴会予約の客数の動きをみると変わらない。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・夏までの節電も一段落し消費マインドも回復してきているが、一時的である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べてあまり変わらず、決して悪くもない。客数もあまり伸びもせず減りもせず、変わらずに営業している。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・一週間のうちで大体良いのは木、金曜くらいである。月～水曜まではまるでゴーストタウンのように全く人通りがない状況が相変わらず続いている。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・販売量は3か月前とほぼ変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・見込み客の来場は前年比で8割になっているが、結婚式の成約数は前年並みに戻っている。
		都市型ホテル（統括）	競争相手の様子	・業態による格差が相変わらずある。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・今月は残暑や台風などの影響で一時的に需要が増えた日があったが、今月全体では2～3か月前と変わっていない。特に繁華街に、まだ客が戻っていない。

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
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・7月末のアナログ放送終了に伴い、テレビの獲得が8月から失速している。8月は7月の工事残により辛うじて計画をクリアしたものの、9月は25%ショートしている。顧客のテレビに対する意識がデジタル化完了の反動で薄れている。今後、設備売りからコンテンツ訴求への販売手法の転換が急務である。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・解約する客も減ってきているが、新規契約数も伸びない状況で、悪い意味での平行線である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・契約数自体は地上デジタル放送化を境に減少傾向であるが、比例して解約数も減っている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・いろいろな問題があり、地震等の関係で観光は後回しにされているため、客が若干減っている。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・売上は前年度並みで変わらない。利用者数も同レベルである。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・民間の仕事はほとんど動いていない。耐震改修は公共の建物が一度に発注され忙しい状況であるが、利益が少なく、やり繰りに大変な思いをしている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・今までと同じように土地及び建物の情報が少なく、ほとんどない状況である。このところ、何か1つの仕事に対して皆ががむしゃらに突っ込んでいき、空振りばかりである。そのあたりの計画依頼があつて仕事量は増えているが、実入りはほとんどない。
		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が一段落して順調に契約数が推移したので、現在悪くはないが、3か月前よりは販売量が落ちている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の関係で工事が遅れていたものが取り戻せるようになり、回復傾向にある。しかし、受注における客の慎重度は相変わらず厳しく、時間が掛かっているのが現実である。まだまだ棟数は伸び悩んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・展示場への来場者は依然として微減傾向であり、新規の見込み客が増えてこない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近、来客数も少し減少気味だが、来店した客が買物に対して非常に弱気になっている。買いたい気持ちはあるのだが、我慢して買わないで済むのであれば買わないほうが良いという判断が強くなってきている。例えば七五三などでも、買おうと思って来店した客がレンタルに変わったり、家にある姉が着た物を着るといった方向であり、節約ムードが強まっている。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・9月に入っても前半は連日の猛暑で残暑が厳しく、客足が鈍く、お彼岸に入ってから台風の影響で、また客数の減少が見られる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送の特需が終わってしまい、何を売っているのかなどが本当に見えていない。どこに行っても客全体が冷え込んでおり、景気が悪いというようなことしか言わない。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・夏季祭事が終わり一段落している。秋の祭事はそれほどの上りがない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・月ごとに販売量が減少している。御用聞きに行っても注文のない日が多く、料飲店も不振である。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・自動給茶機が節電の影響で止まったり返却されるといった事態が続いており、じわじわと売上が減ってきている。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・3か月前は東日本大震災の影響が一段落し回復基調にあると思ったが、今月は売上が非常に悪い。当然いろいろな要素があるが、特に株価の悪化が消費者に悪影響を及ぼしていると考えられる。来客数が伸び悩んでおり、好転する材料がない。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・節電やクールビズなどの暑さ対策関連商品への需要が高かった3か月前に比べると、秋冬のファッション実需の動向は緩やかであるため、やや悪くなっている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・8、9月と食料品を中心に売上は厳しい状況である。買上客数は前年の5%減であり、東日本大震災後4月からの傾向は変わらないものの、客単価が8月から低下しているため、全体の売上の底上げが図れていない。店全体の売上が厳しいなかで、物産展の集客については堅調であり、食料品だけでなく工芸品についても売上は集客同様、堅調な動きを見せている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客数は前年と比べて94.3%と大きく低迷している。また単価も前年比98%と、点数は伸びているが客数減が売上増に結び付いていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後、商品供給がかなり途絶えていたため、不要不急の商品その他、客は買い回りをしようという気分が高まっていたが、現在は何か買う必要があるのかどうかと、必要がなければ買わないような状況になっている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・台風や気温低下など天候与件もあるが、東日本大震災以降、放射線問題等もあって牛肉が売れず、かと言って豚肉、鶏肉が売れるわけでもない。衣類、住まいの品が悪かったが、食品まで売上が悪くなっている。
		スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・今月は残暑が厳しかったが、売場は秋の商品に替わっており、売れる物と違いが生じている。また、お彼岸の時期は台風の接近に伴い風雨が強く、交通機関にも影響が出たため、前年度を5%ほど割っている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・円高による景気悪化懸念により、やや悪くなっている。
		コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・3か月前は改善の兆しが見られた客数が、ここに来て前年割れの状況である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・残暑が厳しく、秋物の立ち上がり商材の動きが良くない。下旬になってますます前年に差が付いてしまっている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・高い値段の物が売れず、比較的安価な物しか出ない。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・景気の低迷に加えて増税問題がささやかれている昨今、販売等では契約になかなか結び付かない。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	お客様の様子	・来客数は維持しているが、売上に結び付いていない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・紳士、ファミリー衣料はクールビズ、カジュアルビズの反動で客数を約4割近く落とし、大幅な来客数減となっている。映画も期待された作品が低調で、来客数を約2割落としている。冬の節電に伴うウォームビズ対策の準備期間なのか、個人消費は冷めている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・8月の盆明けに若干消費したので手控えているという感じがあったが、9月も3連休が2度あり、やはり以前よりもずっと来客数が減っているように感じる。連休後の動きがどうなるか心配である。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の6月は、6月1～24日までの結果で前年比は客数97.7%、売上100.8%である。今月は9月1～25日までの結果で客数95.1%、売上95.7%である。今までの悪い要因に加えて台風直撃までであったため、やや悪くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、客足が大分遠のき、いつか回復すると思っていたがなかなか回復しない。8月が過ぎて9月になったらもっと悪くなったような気がする。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月は前年と比べて落ちてはいないが上がってもいない。前は1日で一気に上がったが、暇な時は一気に落ちたりしたが、それが全然ない。当店は焼き鳥屋だが、水やお茶で焼き鳥を食べていく人が増えている。やはりお金はそれほど使えないようで、びっくりである。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客は来店するものの、台風及び東日本大震災の影響等があり、なかなか旅行に足が向かないようである。様子見のように来てはいるが、話がまとまらない状況である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・終電後に乗る客の利用回数、利用者数が非常に減っている。深夜の動き、客の利用がほとんど無いと言っているほど少なくなっている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・テレビの地上デジタル放送化の完了に伴い、需要が一段落している。新規方策を検討中である。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・冬商戦向けの新商品の買い控えもあり、販売量が全体的に落ち込んでいる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・料金が割安になる安価なインターネットや電話の契約数はほぼ横ばいであるが、テレビの有料多チャンネルサービスの契約数は減少傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・多チャンネルサービスの契約数は低迷している。低価格の商品を追加しているが、全体の落ち込みをカバーするまでには伸びていない。	
		通信会社（営業推進担当）	販売量の動き	・デジタル特需が一段落し、契約世帯が前年比でも2割程度減少している。	
		通信会社（局長）	お客様の様子	・7月のアナログ停波で量販店でのテレビ買換え需要が一段落して来客数も激減し、客との接点が少なくなったこともあってケーブルテレビの加入が鈍化している。	
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・アナログ放送停波以降の契約数の落ち込みが、今月になって激しくなっている。	
		遊園地（職員）	お客様の様子	・飲食物販売等で客の買い控え傾向が見受けられる。	
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・今までは夕方からのサラリーマン客数がもっと伸びていたが、夜のピークの時間に以前ほど客が入らなくなっている。	
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・本来もっと悪化しているにもかかわらず、ここ半年くらいの景気の悪さに慣れてしまい、やや悪くなっている程度にしか感じなくなっている。	
		その他サービス〔結婚式場〕（支配人）	お客様の様子	・結婚式の費用をできる限り安くしたいという客が増える傾向にある。また、費用を抑えるために出席人数が減ってきている。	
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・特に東日本大震災後、仕事が激減しており、先行き真っ暗である。	
		悪くなっている	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・3か月前は地上デジタル放送化の駆け込み需要もあったので大変忙しい時期だったが、それも終わりエアコンの時期も過ぎたため、急に静かになっている。
			一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・エコポイント制度と地上デジタル放送化も終わり、来客が減っている。例年9月は売上が落ちるが、今年は極端に感じる。
			一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当商店街は点在型の路面店なので、どうしても客は大型量販店、ショッピングセンターで回遊して買物を済ませてしまい、客数が非常に少ない。
			一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・景気は非常に悪く、特に販売する家具類の売行きが非常に悪い。内装関係をやっているので何とかやっていけているが、家具だけでは商売をやっていけない。
			一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	単価の動き	・残暑もあって秋物が動かず、客単価も客数も減少している。
			一般小売店〔靴・履物〕（店長）	来客数の動き	・天候的に良くなかったこともあり、来客数が非常に落ち込んでいる。客の買う様子を見てみると、やはり低価格志向が顕著である。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	それ以外		・放射性物質のマスコミ報道による風評被害が大きい。売上の半分を担うギフト需要が半減しており、売上も激減している。		
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き		・9月は2回の台風の影響と中旬の猛暑、熱帯夜の影響により、外出を控えた客が多く、来客数が激減している。		
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子		・今月は前月より売上が悪い。客は暑さで全く秋物に興味を示さず大苦戦であり、この数年間で一番売上の悪い9月となっている。単に天気の良いせいではなく、客に商品を購入する雰囲気全く無い。同じ商店街の同業者を始め、異業種でも大きく売上が低下している。従来動きの良い顧客も来店が少なく、大きな不安を抱えている。		
衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き		・残暑、台風などで、9月も天候に悩まされた月となっている。秋物を展開しているなか28度や30度といった気温では売れるわけもなく、夏物のセール品を買う客も少ない。台風後の涼しさからやっと秋物が動き始めたが前年比80%で終わり、前半、中盤までの巻き返しなど最初からできない額である。東日本大震災以来、1つも良い話がない状況である。		
衣料品専門店（営業担当）	来客数の動き		・台風や激しい気温の上下で、アパレル商品の売上が落ちている。		
家電量販店（営業統括）	販売量の動き		・8月に続き9月も販売量、客単価共に下落している。エコポイントや地上デジタル放送への切替え、節電消費などのイベント型消費が一切消えた状況では、消費者の購入意欲は低下している。反面、一部の消費者には高額品の購入が目立ち、時計や高級一眼デジタルカメラなどの販売が持ち直している。まだら模様であるが、全体的には消費意欲は減退している。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（統括）	単価の動き	・客数は前年並みであるが、客単価の下落が8月以降止まらない。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・売上台数は登録可能車の積極的な販売によってマツチ率が改善し、後半に台数が積み上がったが目標には至っていない。純受注台数は後半の2回の3連休フェアに期待した台数を確保できず、めどとしていた前々年並みの獲得もできていない。非常に厳しい状況である。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・夏からの客数減が非常に大きい。競合に比べて店が小さいので品ぞろえと価格で負けてしまっている。カウンセリングや特徴化でばん回しようとしているが、追い付かない。9月の値引き販売促進策は成功したが、今までのマイナス分を補えないので、10月以降も値引き販促を打たざるを得ない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・天候や入荷の状況にかなりむらがあり、客の仕入れに対する予定や考えに対応するのが難しい。
		タクシー運転手	それ以外	・タクシー業はすべての業種が上向き傾向にならないと良くない、いわば末端の職種である。福島第一原子力発電所の事故、台風、株安、円高等が起こっている昨今、景気は落ち込んでいる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行後は、顧客の地上デジタル対策が完了したため、契約数が減少している。
		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	・当母体の来客数自体も減少傾向であり、これに伴って当店への来客数も減少している。目的客中心の客層ばかりとなっているため客単価は高いが、それ以上に客数減少のダメージが大きい。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、被災地の復興と原子力発電所の事故の処理にめどが立たない等の理由で、客の気持ちが回復していない。売買量が極端に減っており、不動産の価格も最低の状態が続いている。
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（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺、印刷関係では、法人関係の外回りは変わらないものの、新規開店する個人商店や店に来る個人客の需要が、客単価は上がらないにしても本数が増えてきている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・精度が高く短納期の注文が多くなっているが、数量の多い物は外国に流れてしまう。こういう状況が続いていると中小企業は潰れてしまうのではないかと心配しているが、リーマンショック以来、低迷し量も少なかった注文が今月に入ってから少し多くなってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・どの品物も少しずつ上がってきている。全体的としては結構な量になってきている。
		輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・まだ東日本大震災の影響は若干あるが、受注した出荷量が前年同月比で1～2割増えている。理由は良く分からないが、良くなってきている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・雨などの影響はあるものの、暑さが和らいで外出しやすくなっているためか、取引先の飲食店では客数が増加している。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は、3か月前の悪い状況からあまり変化がない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今のところ景気の良くなるような気配はないが、とにかく何とか頑張っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近、引き合いに対する反応が若干増えてきている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・取引先は前月とほとんど同じような状況である。大変だとは言いながらも、内容的には維持しているのが現状である。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・売上の減少額は3か月前と比べて小さくなってきているが、減少傾向に歯止めは掛かっておらず、大変厳しい状況は改善していない。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の建設関係の受注が増加傾向にあるようだが、逆に製造業では円高の影響で受注が減少している傾向にある。それらを勘案すると、状況は好転も悪化もしておらず、変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（支店長）	取引先の様子	・法人個人の金融資産は増えており、いわゆる資金余剰であり、各自投資のタイミングを考えている。円高株安が進むが、今後の相場は不透明で、今一つ投資に踏み切れない状態が続いている。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・空室率の改善が一向に図れないうえに、既存テナントについても賃貸料を値下げして食い止めている状況である。
		広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年同月にあった例年継続の案件を今年もまた受注できそうな雰囲気になってきている。今の経済状態を思うと、幸いである。
		広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響は底を打ったように感じるが、例年に比べてのプラスアルファがまだ見えてこない。震災で減った分、震災復興事業等で盛り返してきている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工業では、東日本大震災後に落ちた後、少し持ち直したが、それほど戻らずに推移している。ソフトウェア業界では大変厳しい状況が続いている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業者は、例年、最低賃金引き上げの話が出るころであるが今年も上がるのかと話している。引き上げられるとパートの時給増のきっかけとなり、発注減で生じた赤字が更に積み上がることになる。地域産業の中核はこうした下請型の中小企業者であり、良くなっているとはいえない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・例年並みの受注のようで、警備の仕事も前年と同じくらいの見込みである。
		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	・受注量は回復傾向にあるが、価格競争による低迷状態が続いているため、利益は圧迫されている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	取引先の様子	・インターネット環境を整える必要性は理解してもらえが、設備投資の話が出るとお金を掛けてまではやらないといった結論になり、受注件数の拡大ができずにいる。
やや悪くなっている		出版・印刷・同関連産業（所長）	それ以外	・印刷に関する資材調達において、値上がりが大きく影響している。受注量も前年以下を推移しているなかで、この状況は非常に厳しい。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の特需が一服し、内需に起因する住宅関連部品の注文が激減したうえ、化粧品容器や医療容器の輸出関係も円高の影響で発注が減少傾向にある。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の後遺症、あるいは円高、ヨーロッパの信用不安等で、全体的に景気は落ち込んでいる。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・企業設備投資案件では東日本大震災による自粛が薄れ、ようやく動き出したが、台風の影響で状況を見合わせる連絡が来ている。
		建設業（経理担当）	競争相手の様子	・各社仕事量が少ないため、入札物件が出るとこれまでは1～2割の値下げで受注競争が続いていたが、ここにきて4割も下げて受注する同業者が出ている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・荷主先の状況を見ていると、受注が全く入って来ない。いくら得意先回りをしても、品物がないから品物が出るまでもう少し何とか我慢してくれということのみである。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の、特に建築資材等は復興の兆しなのか、需要の関係で多少値段が上がっているが、その他の商品についてはデフレ傾向が止まっておらず、経済活動が非常に停滞している。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・夏季節電対応で生産は木金休みとなったが、出荷は木金も量は少ないがあった。土日は生産をしているため工場内の製品移動業務があり、出勤日となったことで手当が大幅に増えたが、配達料や移動料は割り増しが無い分持ち出しであり、経費増である。
		金融業（役員）	取引先の様子	・円高の影響で輸出関連企業の受注見込みが不確実である。設備投資や新規事業に対して様子見の状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（支店長）	取引先の様子	・建設関係はリーマンショック以降、職人が減っていることと、復興で人手を取られていることで、地場の人手不足が生じて職人の単価が上がっている。その割には建設の利幅が少ないため、財務的には少し厳しい状況である。製造業は目先の仕事は決まっているが先行きの仕事が決まっていないことと、円高の影響で仕事が海外に移る話が結構多くなってきていることなどで、不安を抱えている会社が増えている。
		社会保険労務士 税理士	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。 ・都内で貸しマンションを多く持っている取引先がある。長期的にずっと安定していたものの、この1月くらいから法人契約で1階に入っていた法人が3軒ほど、全部出てしまった。今まで10何年ずっと入っていたのに、大口の賃料を払う所が全部出てしまっている。
		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	・問い合わせや発注待ちは多いが、受注が一向に進まない。
		悪く なっている	繊維工業（従業員）	それ以外
		出版・印刷・同 関連産業（経営者）	取引先の様子	・取引先に行っても皆一様に仕事がなく、元気がない。
		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円高を理由に、取引先からのコストダウン要請が今までより厳しい。希望価格に対応できない場合は海外生産を進めていくと言われている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築案件が全くと言っていいほどない。先日の台風で修繕工事は若干あるものの、まとまった物件は見付からない。
		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（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は数か月前に比べて若干増加傾向にある。特に自動車関連の会社において、東日本大震災後の回復の兆しがあり、人材ニーズが高まってきている。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・社員退職に伴う派遣依頼や、突発繁忙による短期派遣依頼など、前年同月比ベースで2倍近い受注量となっている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・新規の取引企業が増えている。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	求人数の動き	・9月に入り、目に見えて中途採用の求人が増えている。これまでは単なる欠員補充が主だったのだが、これまでになかったような大手企業や、採用に消極的だった業界の大手企業も求人を出している。これは近年になかった傾向である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・年に1回、9月に求人を掛けるユーザーと新規が結構出ている。その分相当プラスがあり、大分上向きになっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・急激な円高により、正社員の採用は慎重になっている一方で、製造業関係が好調なことから、派遣、請負、パート等非正規雇用の求人が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般、パート共に前年同月比で求人数が増加している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・夏の期間ということもあり、窓口の求職者数は減少している。平日19時まで開庁している日もあるが、その時の求職者数も確実に減っており、求人検索をしても紹介まで至らず帰る人も多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・2、3か月前までは顧客から前向きな話がなかったが、最近は複数の会社からいくつか依頼が来ている。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・採用者数という観点で見れば、東日本大震災後に停滞していた採用ニーズがほぼ通常に戻り、かつその分を取り戻す状態になっているので、良くなっている。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・相変わらず企業求人は届かない状況であるが、一方で幼稚園、保育園、施設等の求人は前年同月より増えている。
		変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・中途採用で少し動きが見られるが、業種に偏りがあり、限定的である。「グローバル人材」に注目が集まっているが、国内採用、特に来年の新卒採用に影響があるように思われ、さらに厳しさが増す。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・7、8月の動きからみて9月からは求人件数が増えるだろうと予測していたが、空振りである。医療、介護関連や美容師など有資格の求人は堅調であるが、求人業種の幅が広がっていない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・全体として求人は拡大傾向にあるものの、業界間、企業間により温度差がある。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・求人獲得数は前年同月比で大きな変化はなく、依然厳しい雇用環境は継続している。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前月に比べ、新規求人数が減少しており、製造業の求人も大幅に減少している。
悪くなっている	—	—	—	

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・客が購入する商品は、シーズン当初の予測と大差なく動いている。特にこの秋冬シーズンを象徴する商品の売上点数は、週を追うごとに順調に伸びており、ここ数年にない動きを見せている。台風による天候要因を除けば、客の購買意欲は高くなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響がなくなってきている。
	やや良くなっている	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・景気が良い月と悪い月の二極化が進んでいるが、今月は良い月であり、来客数、売上共に良くなっている。業況が改善に向かう企業も出始めている。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	販売量の動き	・例外もみられるものの、全体としては前年並みの売上にまで回復してきている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・駅前立地なので通常は平日に出張客が商品を見にくることが多いが、今月に入り昼間は、定年退職した年齢層の夫婦がウォーキングシューズを見に来店するなど年齢層が高くなっている。夕方は、サラリーマンが来客している。昼間は暇であるが、売上はそれなりにある。
			百貨店（販売担当）	お客様の様子
		スーパー（店長）	販売量の動き	・北海道や東北など産地直送物産展の企画物が、よく売れるようになってきている。高単価商品でも、客が価値を認める物は購買につながっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・残暑により夏季商品の売上の落ち込みが小さく、前年のたばこ特需の反動も予想したよりは小さい。台風15号の影響も、全体的にみると特需を生み、プラスに働いている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の発売に伴い、来客数が増えている。それに比例して、販売台数も増えている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両の供給不足はほぼ解消に向かっているが、東日本大震災以前の状態と比べると、まだ不足状態にある。ただし、今月は新型車両の発表、発売もあり、もう少し店頭が活性化するかと期待したが、盛り上がりはまだ弱い。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災後、メーカーの広告宣伝が本格的に再開しているため、他社の車に乗っている客の来店が増えてきている。前年はエコカー補助金の駆け込み需要があったので、前年同月と比べるとマイナスであるものの、来客数が増えてきていることは明るい材料である。
		乗用車販売店（従業員）	競争相手の様子	・販売量が良くなっている。広告の効果も大きく、今月は動いている感じである。

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
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・当地では東日本大震災の話題はほとんど減少しており、正常な状態に戻ってきている。
		旅行代理店（経営者）	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の影響、政治の混乱も落ち着き、3連休の旅行の売上は良くになっている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所事故の影響からは、脱しつつある。また、円高の影響で企業の海外進出に拍車が掛かっているためか、人の動きが出ている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行需要は、完全に東日本大震災前の状態に戻っている。秋の行楽シーズンに入り、震災の影響で自粛、延期されていた団体旅行が加わり、旅行需要は例年の1.3倍ほどになっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・7、8月に猛暑の影響で来客数が少なかった反動で、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	・購買意欲は見られるが、依然として客単価が低く、売上増加にはつながっていない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・悪いなりに落ち着いてきている。量販店での売行きは伸びていないが、駅売店での販売が持ち直している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・行事やイベントがあれば来客数や売上も増加するが、それがない平日の来客数は極端に減少している。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・牛肉の放射能汚染問題は次第に沈静化しつつあり、売上はほぼ前年並みにまで回復してきている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・引き続き、来客数が増加していない。製造業の休日シフトの影響のためか、卸先の飲食店では曜日毎の来客数が変化している。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き	・台風、豪雨などにより被害にあった人も多く、来客数が減少し、売上も激減している。ただし、最近はずいぶん回復してきている。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	単価の動き	・前年も9月は悪かったが、今年も月末にかけて、日ごとの単価の変化が激しく、景況ははっきりしない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路無料化社会実験の終了と土日の高速道路料金引下げの打ち切りにより、週末の観光客の減少が著しい。ただし、平日は変わっていない。回復するには、もう少し時間が必要である。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・台風の通過後は涼しくなり、秋物に動きが出てきている。ただし、必要な商品に狙いを定めて購入するという買物姿勢は、依然として変わらない。
		百貨店（経理担当）	来客数の動き	・月初に猛暑が続いたため、来客数は伸び悩んでいる。それに伴い、秋物衣料品の動きも鈍くなっている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・2度の台風直撃はあったものの、その直後は反動で来客数、販売量共に顕著に増加している。前月までの回復傾向を持続している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、引き続き売上はままならない。また、台風の影響もあり、かなり悪い状態であると、小売業では嘆いている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・単価が上昇すると予測していた商品については、動きがある。なかった商品には、特に動きは見られない。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・台風直撃による農作物の被害が大きく、マスコミでも野菜の価格高騰が数多く報じられている。それにより、消費者は心理的に支出を抑えている可能性もある。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・買物かごの中は少ない。また、チラシ広告の目玉商品に客が集まり、単価は依然として上昇していない。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・気温が高く、天候不順もあって、衣料品を中心に不振である。台風により風雨が強い日もあり、来客数は減少している。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上が前年を上回る状態が継続している。現状には大きな変化は見られない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年同月比0.7%増となっているが、売上の同比は大きく減少傾向にある。ただし、前年はたばこの特需があったことが大きく影響している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・自動車業界の休日変更に伴い、水、木曜日の来客数は増加しているが、その分、金、土曜日の来客数が減少している。全体としては、来客数は変わっていない。

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		
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材、白物家電、テレビなどの販売台数が減少している。パソコンも単価が伸びず、売上は前年並みである。		
		家電量販店（店員）	単価の動き	・増税論議や円高が、購買心理に影響している。単価が安い商品への志向は、より大きくなってきている。		
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年の同時期はエコカー補助金の終了もあり、受注量は大幅に落ち込んでいた。それと比較しても今月の受注状況は厳しく、前年同月よりも更に悪い。ここ数か月間、販売台数の目標を達成できていない。		
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・客は無駄づかいをせず、必需品だけを選んで購入している。		
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・常連客が小遣いをカットされるなど、来客数は減少している。		
		スナック（経営者）	単価の動き	・台風や大型連休の影響で、繁華街の人通りは減少しており、売上も減少している。		
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・雰囲気は良くなってきているが、実際の消費を見ると、相変わらず厳しい。		
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は、7月ごろから少なくなりつつある。しかし、宿泊実績は前年同月比80%ほどであり、変わっていない。9月は旅行シーズンの入り口であり、本来ならば来客数は例年並みにまで回復しても良いはずであるが、そこまで回復してはおらず、傾向は7月までと変わらない。		
		都市型ホテル（支配人）	お客様の様子	・宿泊は、繁忙期を迎えて稼働率が上がっている。しかし、大きな大会があっても、予約状況には従来のような勢いはない。また、忘新年会の受注も苦戦している。		
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響はかなり収まってきているが、円高の影響が大きくなっている。製造業を中心に、法人の宴会需要がなかなか伸びてきておらず、横ばいである。		
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・秋の行楽シーズンに突入しており、今の仕事は忙しい。ただし、12月以降の受注は依然として不透明である。		
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行の受注はまずまずであるが、肝心の国内旅行の需要の伸びが非常に悪く、数次的にも苦しい。		
		タクシー運転手	販売量の動き	・繁華街の人出が減少しており、相変わらず閑散としている。タクシー業界は飲食店の客入りに影響されるため、厳しい状況である。		
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・他社の戦略の影響により、解約数はかなり減っている。しかし、新規契約数も激減しており、客は動かなくなっている。		
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売実績の前年同月比は、60%程度にまで低下している。		
		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・来場者数は、予算目標には少し足りないものの、前年同月と比べると良くなっている。3か月前と比べてもそんな色ない。2度の台風の影響を受けた割には、良い状況である。		
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・単価の下落はやむを得ない状況である。低価格商品が更に値下げとなることで、主力サービスの呼び水としたい。		
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・会場イベントへの来客はあるが、モデルハウスへの来場者数が減少している。		
		やや悪くなっている		商店街（代表者）	競争相手の様子	・例年この時期は、業界では新商品の開発や新しいカタログの作成に忙しい。しかし今年は、業界全体の動きが非常に鈍い。また、一部の企業では終業時間を早めたり、休日を増やしたりするなど、雇用を減らす動きも見られる。
				一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は、明らかに減少している。しかも、必需品だけを購入し、それ以外は節約する傾向にある。
一般小売店〔食品〕（経営者）	お客様の様子			・例年ならば9月の売上は増加するが、今年は横ばいである。台風の影響で野菜の価格が高騰しているため、売上が減少している。収益的に非常に厳しい状況が続いている。		
百貨店（販売担当）	単価の動き			・客は高額商品には目が向かず、客単価は低下している。この傾向は、特にプライダル商品で顕著である。この1～2か月間は、リーマンショックのころに逆戻りした感がある。		

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
		百貨店（店長）	来客数の動き	・台風の影響もあるが、野菜、精肉の売上が悪い。ただし、衣料品は回復している。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・週末に台風が上陸したため、来客数は大幅に減少している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・中小企業の売上が減少しており、利益も増えておらず、従業員の給料は減少している。そのため、家計消費も減少している。また、野菜等が値上がりしており、スーパーの売上は減少している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価、買上点数共に前年同月を下回っている。食品の放射能汚染問題の影響により、牛肉の売上は依然として低迷している。豚肉、鶏肉の売行きは伸びているが、カバーできていない。また、東北地方の商品に対して客は敏感に反応しており、商品の産地を確認する客も多い。そうした影響もあり、販売点数は伸び悩んでいる。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・販売量は、更に減少している。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・全体的にみて、ディスカウントする大型店に客は集中している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年はたばこ値上げ前の特需があったが、その反動もあり、前年同月比で見ると来客数は減少している。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・菓子は、同じ商品があれば有名メーカー品よりも安い商品を選ぶ傾向が出てきている。それが客単価が低下する一因になっている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・前年はたばこ値上げ前の特需があったが、その反動で、前年同月の売上は苦戦している。また、週末に台風が来た影響で、全体の売上も厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・イベントやダイレクトメールを見て来店しても、何も買わない客が増えている。客単価も、2割低下している。また、季節を先取りした買物もなくなっている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・メーカーが衣料品を作り込んでおらず、展示会の人出も少なく、活気がない。小売店がギリギリまで発注しない傾向も、ますます強くなってきている。売れていないため、メーカー、小売店共にリスクを掛けられない状況にある。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客との会話では、税金が上がりそうで将来が心配という話題が多くなっている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	単価の動き	・消費者の意識は、とにかく必要な物だけをできるだけ安く買いたいということにあり、消費者に余裕がなくなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・食品の放射能汚染問題に加えて、節電による平日休業、休日分散の影響もあり、家族客や親族客の来客数が減少している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・夏休みは個人や家族連れの宿泊客で良かったが、上半期の最後となる今月は、企業や団体の会議開催が見合わされたためか、一般宴会が落ち込んでいる。また、2回の台風の影響も大きく、収入は減少している。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・東日本大震災までは、厳しい環境下にはありながらも、来客数及び単価は回復傾向にあった。しかし震災以降は、どちらも非常に厳しい状況である。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・円高、東日本大震災、台風による被害など、様々な面で悪くなってきている。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・販売量は、1割ほど減っている。
		テーマパーク（職員）	お客様の様子	・外国人客は、以前と比べると増えているが、まだまだである。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・美容業界では、新サービスを導入する店が多くなっている。新規店では最先端の設備投資ができるため、既存店は不利である。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・住宅エコポイントの終了に伴い、厳しくなっている。ただし、他社でも受注量が減っていると思っていたが、これから建築する現場もあるとのことである。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	来客数の動き	・客の動きはかなり悪く、来客数は前月比50%にまで減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少していることに加えて、客単価も低下している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年はエコポイント制度の効果もあり、テレビの販売量は前々年比1.5倍増であった。今月は前年同月と比べて、単価、数量共に大幅に落ち込んでおり、全体的に悪くなっている。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・恒例のセールやイベントで集客はできて、客単価が落ち込んだままであるため、売上は伸び悩んでいる。消費者マインドは回復していない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・明るい兆しが見られず、消費者の財布のひもは固い。飲食店への来店回数は、3回の客が2回に、2回の客は1回になっている。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きが悪くなっている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・前月に続いて今月も暑いのに、来客数は少なくなっている。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・相変わらず景気は良くない。客はどんどん安い店に流れていく。
		住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・広告しても客は全くなく、来客してもお金がないため購入できない状況である。
企業動向関連	良くなっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・長期にわたって低迷を続けてきた陶磁器業界、特にタイル業界では、秋口以降の住宅着工件数の増加傾向とともに、やっと回復の兆しが見られる。また、タイル業界の長年の課題となってきた素材の軽量化に向けて、新製品の開発努力も実りつつある。
	やや良くなっている	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・コンビニ関係からの注文が、前年と比べて勢いがある。
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で減少していた自動車関連の包装資材の注文が、増加してきている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・下期の予算消化の関係で、若干回復傾向にある。ただし、円高による悪影響も見られる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月を底にして6月以降は東日本大震災の影響から回復基調にあり、堅調である。想定以上に回復してきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料価格の高騰に伴う価格転嫁の問題はあるものの、売上は前月から引き続き、過去にないような最高額になっている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業の生産量の回復を受けて、輸送業に対する需要も増えてきている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・大手自動車メーカーの増産に伴い、荷物の動きは良くなっている。
		輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年同月の売上の3か月前比は3.5%増であったのに対し、今月は5.7%増であり、2.2ポイントのプラスになっている。大手自動車メーカーの生産も、ようやく東日本大震災前にまで戻ってきている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車関連企業は、東日本大震災の関係で生産が減少していた分を補うためか、生産体制を強化しており、労働時間も長くなっている。
		金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・プラスチックメーカーでは、物流用のパレットがフル生産となっているほか、自動車部品メーカーの生産も急増している。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・顧問先の運送業者では、貨物の動きが少し良くなっている。
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・決算を迎える法人で、黒字に転換するところが増えている。
		変わらない	化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き
鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き		・自動車などの生産財の引き合いは多くなっているものの、一般の建設需要や設備需要を押し上げるほどではない。	
電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き		・欧州や米国の景気の先行きには不安があるものの、今のところ大きな変化は起きていない。	
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き		・東日本大震災の影響で落ち込んだ分を取り戻すため、完成車メーカーの動きが良く、多少良くなっている。	

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	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産開発業では、戸建、マンション共に順調な売行きが続いている。	
		輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・取引先との商談では、受注量が減少することも増加することもなく、例年並みである。3か月前と変わっていない。	
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・現時点では、取引先の様子に変化は感じられない。	
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・個人の住宅ローン申込が相応に回復してきているが、業界全体としては、金利競争が激しい。個人も低い金利に流れており、金利に対して非常に敏感であり、消費を抑える傾向にある。富裕層でも、投資には慎重である。	
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新規の受注量が、少しずつではあるが、今までよりも増えてきている。	
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・住宅エコポイントの期限が7月31日の工事着手までであるため、6、7月には住宅建築駆け込み受注があった。しかし現在は、その反動で住宅建築業者は落ち込んでいる。一方、大工事などの建築請負工事は、9月ごろから始まっている。しかし、天候に影響され、工事は遅れている。その他の業種では目立った案件がなく、変わっていないところが多い。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・取引先の人員の稼働率はほぼ100%であるが、コスト削減要求があるため、利益貢献にはつなげていない。	
		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	・多少の変動はあるものの、悪い状態はずっと続いている。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・円高に対する警戒感が強く、企業は強気になれず、様子見状態である。	
		やや悪くなっている		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き
窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き			・定期的に受注していた消耗品の動きが悪い。円高のため、生産を海外へとシフトしている取引先もある。	
金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き			・受注量は減っていないが、単価が低いため、収益にはつなげていない。特に東京の大型再開発案件の単価は異常に低い。	
一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き			・北米自動車市場ではプロジェクトの延期や中止が相次ぎ、受注金額は3分の1にまで減っている。アジアの自動車市場はまだ活発であるが、設備投資に対して慎重な姿勢が目立つようになってきている。	
電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響で取引先では設備投資を抑制しており、受注量は低下している。	
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き			・取引先の生産が品質問題で止まっている影響で、生産量が激減している。	
輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き			・荷主が運賃に関して非常にシビアであるため、見積り依頼は非常に多いが、成約にはなかなか至らない。	
経営コンサルタント	競争相手の様子			・地価はまだ低下傾向にある。雇用が改善されていないため、住宅地価は回復していない。事業者の売上も増えておらず、新規投資もないため、商業地価も低下している。	
悪くなっている	公認会計士			それ以外	・顧問先企業の業績が悪化している。特に、自動車関連の製造業、サービス業の業績悪化が顕著である。
雇用関連	良くなっている	アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・自動車メーカーの国内生産が東日本大震災後初めて前年同月比プラスに転じ、各社の生産量も震災前の水準に戻った影響で、雇用にも良い影響が出始めている。	
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・取引先のホテル業界では法人関係の利用がやや増加傾向にあり、同窓会など個人利用もより増加している影響で、派遣注文が増加している。	
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・自動車関連の工場が前年以上の生産台数を確保するため、来年3月まで土曜日にも操業し、フル稼働になる。業務量の増加により、雇用の増加も続いている。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告量を見ると、地元の自動車製造業でも動きが出てきており、少しずつ上向きになっている。	

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
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・自動車部品等を製造している事業所では、生産、受注が増えるとともに、増産に対応しきれない事業所からは求人も出されてきている。新規求人数は、前月比、前年同月比共に、改善傾向にある。ただし、期間工等の非正規社員の求人が多く、正社員の求人は少ない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向が続いており、求人が難しいと話す事業主も多い。ただし、新規求人の中でも派遣、請負求人の非正規雇用の伸びが大きいと、非常に良くなっているとはいえない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業を中心に大手企業が回復しており、この3か月間で雇用もかなり回復してきている。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・新規求人数は、18か月連続で前年同月を上回っており、緩やかに回復しつつある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・注文数が増加していることに加えて、インターネットや紙媒体での求人広告量も増えていることから、やや良くなっている。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・取引先の研究開発人員は充足しつつあり、技術者派遣に対する需要は頭打ちになりつつある。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣社員に対する求人数は、例年と比べて少ない。また、求人理由も、新規の増員というよりは、既存人員の交代との理由が多い。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人件数は3か月前比で102%となっており、ほぼ同水準で維持している。客からの求人理由の8割が交代人員の確保となっていることから、人員の減少には歯止めが掛かっている。ただし、上向きとまではいかない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人数は、増加傾向が続いている。ただし、不透明感が強い外部要因も多くなっている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求職者数は減少傾向にあるが、1年以上就職できていない求職者数が増加しており、失業期間は長期化している。また、新規求職者の中には、先行き不安と家計の補助のため、パートとの兼業を希望する人も見られる。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・円高の長期化に伴い、企業の求人の動きは慎重になりつつある。
やや悪くなっている	○	○	○	
悪くなっている	—	—	—	

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・周辺のファッションビルや新店のオープンなどが重なり、来客数が多くなっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・1人当たりのまとめ買いの量に変化はないが、来客数、買上客数を見ると、一時期の落ち込みから徐々に回復している。また、売上は前年実績を超えており、こちらからも回復傾向にあることがうかがえる。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・8月以前に物流の停滞及び部品の不足などにより滞っていた部分が回復しており、受注残としての台数が登録・売上へと結びついている。そのため、業績としてはやや好調に推移しており、また修理部門も浮き沈み無く堅調に推移している。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の車両生産体制は完全復旧し、販売台数はエコカー購入補助金があった前年同月と比較すると7割まで回復している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の3か月後から、平日は法人接待、週末は個人観光客の利用が安定している。大型台風の直接被害もなく順調に推移した。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・個人客を中心に前年並みに来客数は戻っている。

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
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比108.2%、宿泊人数は同108.7%、消費単価が同99.3%となった。宿泊人数別の売上は、1～14人以下は同102.9%、15人以上は128.9%と団体客が増えたことが前年の売上を上回った要因といえる。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・震災の影響が残る3か月前に比べ、欧米からの観光客数の回復が遅れているが、国内の観光・ビジネスなどでの宿泊予約数は順調に推移しており改善傾向になっている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・台風の影響で中止、取り消しがあったものの、団体旅行については順調に復調している。個人については相変わらず手控えている模様であり、まだまだ厳しいのが現状である。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・人気ショップの outlet と百貨店の改装、ファッションビルのリニューアルなど好材料がそろい、また街なかのイベントも多彩に充実し、北陸全体からの集客ができた。駅前から中心部まで人であふれている。2回の3連休の人もまずまずだった。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・9月に入っても暑い日が続く、秋物購入の客が少なかった。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は土日をはさんで2回3連休があったが、天候が良かった割には人出は少なかった。台風の影響もあるだろうが期待はずれだった。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	お客様の様子	・プラスチック材料もなければマイナス材料もない。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	販売量の動き	・全社的な販売目標には届かないが、2、3か月前からは悪い中でも横ばいが続いている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・販売数が伸びている感じはなく、相変わらず顧客の消費に対する考えは厳しい。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の購買額が増えたわけではないが、家の中の消費から、ファッションを楽しむとかトレンド商材を購入するとか外に向けた消費に移ってきた。秋のトレンド商材は早めに動いている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・寒暖の差が激しい月であったが、先の見えない天候だからこそ、一足先に温かみのあるウールやファー、中綿物の衣料が好調であった。
		百貨店（売場担当）	単価の動き	・売上は今年度累計で前年同期比100%の横ばい状態であり、来客数は同じく累計で同95.6%、結果として客単価は伸びて同105%となっている。今月は、気温の変化、台風の影響もあり、ファッション衣料を中心に好調に伸びているものの、宝飾高額品が前年より悪く、同89%と不振が続いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・残暑の影響で夏物の衣料品の在庫消化率が良く、売上は前年同月比102%と伸長し、さらに食料品は100%となった。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・中旬の台風の影響で来客数が減少し売上が低下したものの、その後気温が低下して売上が回復した。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・盆以降、1人当たり買上点数は前年並みに回復し、9月も同様である。ただし1点単価はやや低下しており、同じ品なら安い時に買う、同じ品種で単価の安い品を買うといった節約ムードは止まらない状況である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの値上がりで客単価は高止まりしているが、来客数の下落が止まらない。約3～4%の減少が続いている。しかし、おでんやフライドフーズに関しては前年より好調に推移している。
		コンビニ（店長）	それ以外	・売上は若干であるが前年同月を下回るものの、ほとんど変わらない状況である。
		コンビニ（店舗管理）	お客様の様子	・低価格の弁当などを支持していた工場勤務客の来店が減っている。円高の影響を感じる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・秋の改装などによって売上が好転している店舗もあれば、なかなか前年を上回らない店舗もあり、一進一退の状況である。
		衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・客は先行きに不安を感じているようで、現状では動きにくいように見える。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数は増加傾向にあるが、販売量は変わらない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・秋商戦が値引きを始めとした購入条件でスタートした。売行きは商品力と顧客対応の勝負となり、油断の出来ない商談が続いているが、結果は努力した分に比例しているので当分この状況は続く。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新商品が発表されたが受注量が増えない反面、購入後の保証や充実したアフターサービスなどメンテナンスパッケージ商品が順調に売れている。長く乗るとの意思表示と考えられる。
		住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・依然としてあまり変わりがなくやや悪い。客の動きもかなり慎重に買物している様子である。
		その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・この季節に動くべき商品が動いていない。
		その他専門店 [医薬品] (営業担当)	販売量の動き	・生活に必要なものを中心に販売しているため、このコアな部分の売上はやや伸びている。そのため、その他の部門の売り上げ減少分のカバーができており、全体的には変わらない。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛ムードの影響はなくなってきたが、企業の業績が回復基調に入っていないためか、法人需要の回復に力強さがない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー利用が少なかった。理由として、8月に金を使ったこと、今月は3連休が2度あり天候にも恵まれたためショッピングにはマイカーや公共交通機関などを利用したこと、連休があったため病院に行く人もその機会が減少したことなどが挙げられる。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前月に引き続き、前年並みの売上となった。
		通信会社 (職員)	それ以外	・今のところガソリン価格は落ち着いているものの、株式市況は良い材料もなく、全体的な景気も様子見の状態が続いている。顧客の反応も現状維持といった気配が強い。
		通信会社 (社員)	販売量の動き	・スマートフォンの販売が好調である。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・新機種発売後スマートフォンの人気が高まり、全体の売上のほぼ半分を占めている。来客数も増加しているが、携帯電話全体の販売台数を比較すると、あまり変わっていないのが現状である。
		競輪場 (職員)	販売量の動き	・イベントの影響で来客数は増加したものの、売上は以前と変わらない。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・来客数の減少が当たり前になっている。それを改善する術がなかなか見つからない。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・現在動いている客層は、属性が良いか親からの援助が期待できる層であり、限定されている状況は変わらない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・イベントなどの集客率が高いが、契約までの時間が長くかかるようになった。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・景気が不安定で消費者の買い控えや慎重な動きを感じる。		
やや悪くなっている		百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・エリアでは新規オープンもあり集客は高まっているものの、顧客の購買意欲が高まっていない。前年と比較し気温の低下もあり期待感があったが、実績が伴っていない。
		スーパー (店長)	来客数の動き	・盆明けの8月20日くらいから来客数が減少し始め、9月に入ってから、前年同月と比較すると1割程度減少している。
		スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数が前年同月比100%を下回っており、買上点数も伸び悩んでいる。
		コンビニ (経営者)	販売量の動き	・前年秋から前月まで売上前年比が110%前後と好調を続けていたが、今月はたばこ値上げ準備のまとめ買いという特需があった前年同月と比較すると93%程度にまで落ちた。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・前半は暑い日が多く、急いで秋物を買いたい客は少なかった。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・消費者には生活に余裕がない。5～6年前は、9月に入ると暑いと言いつつも秋物の受注があったが、ここ2～3年は9月前半は全く静かである。今年は9月後半になっても受注がなく不気味である。
		家電量販店 (経営者)	販売量の動き	・テレビの販売減の影響が予想以上に大きく、来客数の極端な減少が他の商品の売上にも波及している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・益明けより集客面では大きな減少になっていないが、趣向品を中心に単価低下が大きく、前年からもダウンしている。タイヤ、オイルなどのメンテナンス関連も長距離ドライブ縮小の影響で低迷している。
		一般レストラン（店長）	単価の動き	・3か月前と比較すると客単価が低下している。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夏休みが終わっても益明け後の低迷した状態が続き、平日・土日祝日に関係なく落ち込んでいる。こんな時間と思うような時間帯にスーパーで買い物している人が多くなったと感じる。タイムサービス狙いで必要なものだけ毎日購入しているように思う。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・繁華街も全体的に人通りが少なく、当店でも年配客が中心で定年を迎えると足が遠のき、絶対数が少なくなり、経営的に四苦八苦している。しかし、売上は前月の最悪の状態を脱し、前年同月をやや上回った。また、職種によるがますます悪くなっているという話を耳にする。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・レストラン部門は概ね好調に推移したものの、宿泊部門、宴会部門が苦戦し、全体としては前年を下回った。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・当地ではアナログ放送が終了し、ケーブルテレビに対する関心も薄れつつあると考えられ、新たな契約獲得件数も低下傾向にある。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・3連休が2回あったため、前年同月比では、個人旅行の動きはプラス傾向にあるが、6～7割を占める団体旅行客、なかでも一般企業の団体、募集ツアー、海外からの観光客が前年同月比2割減の水準となった。全体としては来客数は前年同月比1割減少となった。
		その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・残暑、長雨など天候不良による来客数の伸びの悪さが目立った。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示場に来場される客数の減少幅が大きく、下げ止まらない。
		悪くなっている	通信会社（営業担当）	販売量の動き
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
		やや良くなっている	食料品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き
	やや良くなっている	輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・5月を底にして少しは荷動きが良くなっている。軽油価格も若干下がっているのも良い傾向である。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北陸3県の通信機器の販売は、全体として需要が上向いていると感じる。特に、富山は目標にも達しており好調である。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・海外向けの機械製造業にやや受注が戻っている。また、百貨店の売上についても前年に比べて安定感が出てきた。
		司法書士	取引先の様子	・店舗用敷地の売買など、新しい事業のための取引が複数あった。
		変わらない	繊維工業（経営者）	取引先の様子
	変わらない	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	・住宅市場もこれ以外の市場も受注量が伸びている状況にはない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・円高のため海外受注は厳しい状況である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・電子部品関係ではスマートフォン関連が非常に好調であるが、一方、その他のデジタル製品関連では、新製品が出にくい環境になっている。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ何か月の生産量は総量的にはほぼ変わっていない。また、国内販売量も比較的堅調に推移している。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・燃料費の高騰が収まらずコスト増になり、これに伴い受注も減少している。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引が少ない状況に変わりはない。

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
		税理士（所長）	競争相手の様子	・取引している会社でみると、同業種のなかでも良いところと悪いところがあり、中小企業の場合、会社による格差が開いている。税理士業界でも中小企業数が減少しているなかで、取引先を伸ばしているところもあれば減らしているところもある。
	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	・円高に加え、差別化製品の有力輸出先である欧州の景気後退の影響で、主力のスポーツ素材の受注が減少し始めた。
	悪くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月市議会にかけられた市発注工事の案件は皆無で、ようやく9月議会にかけられた。この3か月間の発注の遅れは、県や市の工事に依存する地元建設業者にとって深刻な痛手であり、この先の経営見通しが立たない。
		建設業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災以降、徐々に建設資材の一部や外注費が上昇しており、コストアップによる工事の採算性低下が顕在化している。
雇用関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人情報誌1回あたり30件ほど掲載件数が伸びた。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・一時的な人材需要件数は増えている。内容的には専門的、技術の高い人材需要のため、マッチングが厳しい。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・9月は契約更新の節目でもあるが、継続案件がほとんどであり、新規の引き合いが少ない。また求人側のハードルも高いため採用に至っていないケースも多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の売上は、前年同月と比較して1割増である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・今月の新規求人数は、前月と比較して横ばいと見込まれるが、求人の雇用形態をみると、臨時求人数の増加が目立った。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は2桁の増加となっているが、これは緊急雇用対策の求人が増加しているためである。
		民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・人材紹介、派遣とも求人が少なく、登録者も減少している。事務系正社員志向が多く、一つの求人にも求職者が殺到していると応募者から聞いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・8月、9月と求人数が伸びている。特に介護関係の職員の求人について活発な動きが見られる。
	やや悪くなっている	○	○	○
	悪くなっている	-	-	-

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・京都の1,200店舗の商店によるクレジットカード売上をみると、物販店では前年比で2%増、飲食店では6%増となっており、徐々に景気は回復している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の中心部で7月上旬にスーパーマーケットがオープンして以来、往来客が増えている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・一時的な好調に終わる可能性はあるが、新商品のヒットによって注文が増えている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・台風の影響で売上が大きく落ち込んだが、それ以降は気温が下がり、婦人衣料を中心に販売量が増えている。消費者の我慢が一気に噴き出した感がある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・台風などの影響が懸念されたが、月後半は持ち直し、全体的には来客数、売上共に前月及び3か月前の水準を上回っている。特に、女性の消費を中心に、婦人服や婦人雑貨、子ども服、高額品の売上が回復している。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・競合他社のオープンによる影響が薄らいできた。来客数は前年比で減少が続いているが、減少幅は小さくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・今月は2回の台風という悪天候に見舞われたが、気温は前年よりも低く、来客数も前年を上回ったため、秋物商材の動きが良くなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り、外商関係の優良顧客を中心として、ブランド品や時計の購入が目立っている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・2度の台風による影響もあり、今月の売上は前年比で3.5%減となっている。客が商品を選ぶ目は依然として厳しく、景気が良くなった感はないが、3か月前の6.9%減に比べれば良くなっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数がやや減っており、全体の売上は厳しい状態が続いているが、客単価は若干上がっている。
		スーパー（管理担当）	単価の動き	・消費者の間では、少々割高でも安全で安心な商品を求める傾向が強まっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの欠品状態が完全に解消され、たばこの購買層による来店が以前の水準にまで戻っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・18年ぶりにたばこの販売免許が下りたことで、従来からの客の来店回数が増えたほか、新規客の来店も増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今月は決算月で高い販売目標が設定されたが、100%達成できている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・客は景気が悪いとはいいつつも、自動車の購入を真剣に検討している。金額は様々であるが、今月が決算月ということもあり、販売台数は伸びている。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・自粛ムードの強かった観光客が戻ってきたほか、買物に気持ちのゆとりが感じられる客も増えている。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・今月は2度の台風でキャンセルも発生したが、3連休が2回あったため、前年よりも売上は伸びている。
		旅行代理店（店長）	来客数の動き	・駅の構内という立地の良さで来客数が増えているほか、単価の高い欧州向けなどの海外旅行が好調となっている。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・前月ほどではないが、今月もスマートフォンへの需要が堅調で、販売量が伸びている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・施設のリニューアルを効果的に宣伝できたことが、来客数の増加につながっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・前月に比べると悪いため、決して楽観視はできないが、今月の客単価は10,818円と、3か月前の10,491円よりも上がっている。
		競艇場（職員）	単価の動き	・客1人当たりの購買単価が1万9千円と、3か月前の1万8千円から回復している。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場数が伸びているほか、アンケート内容でも早期の建築計画者が増えている。
	変わらない	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	競争相手の様子	・飲食業界ではM&Aの話題も出るなど、勝ち組と負け組が明確に分かれてきている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・売上、販売量共に、3か月前に比べて1%の微増となっている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・天候不順のため来客数が少なく、売上も落ち込んでいる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・商品が夏物から秋冬物に移行するこの時期は、客の動きが毎年鈍くなるが、今年は前年よりも販売量が大きく落ち込んでいるほか、来客数も減少している。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・景気の先行きが不透明で、取引先の飲食店では客の動きが悪い。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・タスポの導入で売上が2～3割ダウンし、その後の増税で更に5割ダウンするなど低迷が続いていたが、現在はタスポ導入前の75%程度にまで戻っている。ただし、タスポ導入前の水準まではどうしても届かない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず景気は上向いていないが、さほどの落ち込みもなく、前年の実績を上回っている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・景気の不透明感や先行き不安、季節の変調などで、客が購買に消極的になり、必要以上に物を買わなくなっている。ただし、食料品に関しては、敏感な反応がみられる。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は台風で雨が続き、来客数が減少したため、売上は前年比で約5%減となっている。その一方、人気の洋菓子やグルメ関連の催事に対する客の関心は高く、来客数の増加につながっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	お客様の様子	・地上デジタル放送への完全移行後、テレビの売上は予想以上に落ち込んでいる。節電や省エネ意識の高まりで販売が増えていた商材も、季節の変わり目で動きが落ち着いている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後、売上は比較的堅調に推移していたが、8、9月は停滞気味となっている。台風などの影響もあり、消費が減少し始めている。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、チラシによる特売の初日や、ポイントが何倍、全品何%引きといった特典のある店を、客が選んで買い回っている。
		スーパー（社員）	販売量の動き	・前月の後半から今月にかけて、例年よりも気温の低い日が多く、夏物衣料や涼感商材の動きが急速に悪くなっている。一方、肌着や秋の行楽関連商品は、例年よりも早く動き始めている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、客の様子や販売量に変化はみられない。おにぎりやパン、おでんなどのセールを続けており、景気の悪い状況でも売上をなんとか維持している。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・今月は2度の台風などで消費者の外出機会が減ったため、売上が前年比で約10%減少している。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・東日本大震災の復興財源としての増税懸念や、公共料金、食品の値上げなどで、消費者の動きには依然として慎重さがみられる。
		その他専門店 【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売量はほぼ前年並みで推移している。
		高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・台風の影響で月後半は予約キャンセル等で客が激減している。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・前年に比べて明らかに悪くなっているが、3か月前からはあまり大きな変化はない。3か月前は食中毒事件による落ち込みから回復し始めた時期で、今月も食品の放射能汚染問題から2か月が経過し、回復が始まりつつある。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・週末は需要が終日みられるが、平日は依然として需要の低下が続いている。女性客は週末に偏る傾向があり、動きに大きな変化はないが、男性客の財布のひもはまだまだ固く、気軽に飲食する動きは少ない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は悪天候の影響もあり、客の動きが芳しくない。
		その他飲食 【コーヒーショップ】（店長）	来客数の動き	・2度の台風による影響で、来客数が10%程度減少している。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・今月は2度の3連休があった一方、2度の台風の被害に見舞われたため、予想よりも若干厳しい結果となっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・少し良くなりかけたところに、台風が上陸する形となった。当地域に被害はなかったが、和歌山県全体が風評被害を受けている。
		都市型ホテル （総務担当）	来客数の動き	・客室稼働率は依然として高水準を保っているほか、料飲部門でも好調な動きが続いている。
		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・秋の旅行の申込が予想したほど伸びていない。今年は3連休も多く、仕事の休みを取りやすい環境であるが、先の予約状況は悪い。ただし、夏休みも間際予約が多く、最終的には前年並みとなったため、まだ判断は難しい。
		タクシー会社 （経営者）	お客様の様子	・相変わらず底の状態が続いており、街には活気がみられない。無線でタクシーが呼び出される回数も減っており、低水準で推移している。
		通信会社（企画担当）	それ以外	・先日アミューズメントマシンの展示会が開催されたが、前年に比べて来客数が減少している。
		パチンコ店（店員）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はなく、安定している。
		その他レジャー施設 【イベントホール】（職員）	お客様の様子	・チケットの販売や、それに付随するグッズの購入、飲食関係の売上に変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		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	・2度の台風で集客面に大きな悪影響が出ているが、それ以外に大きな変化はない。
		美容室（店員）	来客数の動き	・客の来店周期が延びている。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・夏休みの無料体験キャンペーンで生徒数が増えた後は、大きな変化がない。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・新規顧客が増えていない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築マンションのモデルルームへの来場者は非常に少ないが、途切れることはない。また、来場者の契約率が非常に高いなど、本当に欲しい人がインターネットなどで調べた上で、最終確認のために来場する傾向がみられる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームへの来客数は堅調に推移しているが、購入マインドが上向いているわけではなく、希少性や割安感のある物件が中心となっている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・今月に入って売上が悪化し、単価も下がっている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・気温の影響で初秋物の動きが悪いほか、夏物商材の売れ残りも全く動いていない。月前半と中盤は売上が前年比で10%減となり、後半の1週間は少し良かったが、月全体では5%減となっている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・2度の台風による影響かどうかは分からないが、今月に入って来客数の減少が目立っている。3連休が2回あったが、月全体としては客足の鈍さがみられる。食品の放射能汚染問題では全頭検査も始まっているが、客の安心感にはつながっていない。
		一般小売店〔花〕（店長）	お客様の様子	・買い控えが依然として続いている。今月は決算月であり、送別会などで例年は売上が伸びるが、今年は伸び悩んでいる。
		一般小売店〔花〕（店員）	単価の動き	・天候が悪かった影響もあり、売上、客単価共に悪化している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は気温などの影響で、特に前半はビジネス関連の商材が厳しくなった。また、近隣の商業施設のオープン効果が一段落したほか、全体的な経済環境が良くないため、来客数が減少し、客の財布のひもも固くなっている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・天候不順が衣料品の動きに影響を及ぼしているほか、度重なる台風も来客数の減少につながっている。社会の雰囲気もどこか落ち着かず、客の購買行動を鈍らせている。
		百貨店（商品担当）	お客様の様子	・台風の影響もあって客単価が低下し、売上が減少している。特価に対する以前のような反応もみられず、買い控えというよりも、買物をする余裕がなくなっている。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・時計の輸入ブランドや宝飾品といった高額品の動きが、以前と比べて鈍くなっている。今後は省エネ関連の商材に期待できるが、全体的には商品単価が下がりつつある。客の間では旬の商材を安い価格で求める動きが目立っているため、単価の上昇は難しくなっている。
		百貨店（婦人服）	販売量の動き	・気温の低下は追い風であるが、2度の台風の影響が余りにも大きく、そのマイナスを取り返せないままである。また、円高による将来不安で、消費が活発化しにくくなっている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・競合店の買物袋を持って来店し、目玉商品だけを買って帰る客が多い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数はほぼ前年並みであるが、台風などの気候条件が悪く、前年に売れたたばこやテレビも苦戦したことで、客単価の低下が進んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前年は増税前の買いためでたばこの売上が伸びたが、今年はその反動で、前年比65%と大きく落ち込んでいる。また、住居関連の家電売上も、エコポイント制度の終了や地上デジタル放送への移行終了で、テレビの売上が前年比17%にとどまっている。一方、子ども用のランドセルは、古い型の売り込み効果で前年比130%となっている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上が前年比92%で推移しており、底がみえない。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・製造業関係の客の話では、東日本大震災後の需要増で忙しい事業所と、円高で苦戦している事業所に分かれている。全体的にはかなり悪くなっている会社が多いため、客の動きも悪くなっている。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・今月に入って来客数が減少しており、登録台数の目標は達成できているが、新規受注が伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・1台当たりの単価が最近10年間で最も低くなっている。東日本大震災後の需要で単価の上昇が続いていたが、その反動が出ている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・台風や天候不順の影響もあり、来客数が大幅に減っているほか、客単価も低下したため、売上に大きく響いている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年の3連休は前年よりも来客数が少ない。近隣の商店街も人通りが少なく、飲食店にも人が入っていない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・台風の影響がなかったとしても、来客数は前年を下回っている。
		一般レストラン（店員）	来客数の動き	・例年夏休み明けは暇になるが、今年は前年よりも来客数が少ない。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・台風による大きな被害の復旧のめどが立たない地域もあり、客足はかなり減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宴会の法人客や、食堂の個人客の動きが良く、7～9月は前年の実績を上回るなど、人の動きが戻ってきている感はある。ただし、宿泊は当地域全体で前年を大きく割り込んでいる。観光客、ビジネス客共に悪く、特に首都圏からの客の動きが悪化している。
		都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・ほとんどの部門で前年割れしており、特に宴会部門の法人需要や、夏休みの終了で宿泊が厳しい状況となっている。前月は若干上向きつつあったが、長続きしなかった。台風の影響による売上減もあったが、それ以上に全体的な利用が落ち込んでいる。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・欧州の信用不安で消費マインドが低下し、海外旅行の動きにも悪影響が出ている。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・日に日に業況が厳しくなっている。同業者も必死で、駅のターミナルには客待ちのタクシーがあふれている。
		美容室（店長）	来客数の動き	・固定客の動きが非常に悪く、全体として非常に厳しい状態となっている。
		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	・レンタル関係の売上は前年並みで推移しているが、台風などの影響でCD販売は前年割れとなっている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・夏物バーゲンが盛り上がりせず、早々に切上げる店もみられる。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っているほか、低額品の購入が中心となっている。
		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完了に伴い、テレビの販売量が減少しているほか、家電全体への客の購買意欲が低くなっている。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・円高により金の相場も上がっているが、消費者は買うよりも、家にある貴金属を売る動きが増えており、売上が伸びない。
		観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・台風の影響で和歌山県全域の交通が寸断され、閉鎖するホテルや旅館も出ている。幸い当地域の温泉には大きな被害はなかったが、風評被害でキャンセルが続出している。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・ケーブルテレビへの加入申込件数が、今年に入って最低の水準に落ち込んでいる。地上デジタル放送への完全移行による特需が一巡し、テレビの販売が落ち込んだ影響が出ている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・暑さで昼間は出掛けられなかったり、雨で出て行けなかったりという日が多く、今月は客足が減っている。	
企業動向関連	良く なっている	—	—	—	
		やや良く なっている	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年よりも日中の気温がやや高かったため、飲料水の販売が増えているほか、取引先からの受注量もやや増えている。
			パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・節電期間の終了が近づくと共に、受注量が増加に転じている。
			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	・受注は安定しているが、価格面は非常に厳しい。ただし、上半期に始めたデジタル化やWebを使った戦略が徐々に実ってきた感があり、Webでの引き合いや受注も増えつつある。
			金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高で輸出全体は低迷しているが、東日本大震災による自動車産業の部品不足も解消し、当社も自動車関連の受注が増えている。
			金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注は好調であるが、それ以外は良くない。
			金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建築土木関連の事業は不調であったが、利益率の高い太陽光発電関連は好調であるため、全体的な利益が増えている。
			電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上や、引き合い件数が伸びている。
			電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅着工の動きが回復しているほか、家電関係の受注も増加している。また、所有しているテナントビルの空室も、20坪以下の物件では新規契約が決まりつつある。
			建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産の動きは依然として力強さに欠けるが、企業からは売買の需要も出始めており、それに伴う土壌汚染調査の動きも徐々に出てきている。
			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、広告出稿はかなり落ち込んだが、テレビコマーシャルなどはようやく震災前の水準に戻ってきた感がある。
			広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・単価は低いため、売上はそれほど伸びていないが、製造業などからの広告受注は増えている。
			経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の顧客企業の販売状況を見ると、食料品の売上は相変わらず低迷しているが、東日本大震災後に節電や省エネといった新たな需要が生まれ、関連商品の売上は好調に推移している。
	変わらない		食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・天候の変化が激しかったため、商品の動きに悪影響が出ている。
繊維工業（団体職員）			受注量や販売量の動き	・綿糸価格が不安定であるため、需要期を前に取引先は様子見状態となっている。	
化学工業（管理担当）			受注量や販売量の動き	・円高の影響も懸念されたが、受注量は3か月前の水準に戻っている。	
窯業・土石製品製造業（経営者）			受注量や販売量の動き	・可もなく不可もない受注状況である。	
電気機械器具製造業（経営者）			取引先の様子	・メーカーの間では、円高を利用した海外での設備投資に関心が高まっており、国内工場は閑散としている。	
電気機械器具製造業（営業担当）			受注量や販売量の動き	・台風で和歌山方面の工場では機械が水没し、その関係で今月は売上が伸びているが、一時的な動きにとどまる。	
電気機械器具製造業（企画担当）			受注量や販売量の動き	・3か月前から受注量は横ばいで推移している。	
建設業（経営者）			取引先の様子	・東日本大震災や円高の影響で、取引先による設備投資の動きが慎重になっている。	
建設業（経営者）			受注価格や販売価格の動き	・低価格を売りにした業者の増加により、新築やリフォームの受注単価が低下している。資材単価は上昇傾向にあるため、利益の確保が困難となっている。	
輸送業（営業担当）			取引先の様子	・特に大きな変化もなく、例年どおりの荷動きとなっている。	
輸送業（営業所長）			受注価格や販売価格の動き	・新規案件の話が徐々に出てきたが、品質向上に関する依頼は減り、低コストの要望ばかりが目立つ。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の売上は、東日本大震災で落ち込んだ後、戻っていない。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて大きな変化はないが、今月は台風が多かったため、来客数の極端な減少に悩まされる日が多い。また、その後の回復も以前より遅く、客の動きに勢いが無い。
		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	・今月の連休は新幹線の予約がほぼ満席となるなど、秋冬商戦の盛り上がり期待されたが、台風の影響で売上は低調となっている。その反面、台風の通過後は朝晩の気温の低下により、豚まんやホットドリンクの売上が伸びている。
	やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・メーカーが取引先の催事に向いて自社製品を販売することが当たり前になり、問屋や小売店の仕事が催事の集客だけになりつつある。メーカーの動員する社員数に販売量が左右される状況であり、メーカーへの負担が重くなっている。
		化学工業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・一定の販売量はみられるが、原料価格の高騰分を販売価格に転嫁しきれず、収益の厳しい状況が続いている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内生産が減少し、産業の空洞化が進んでいる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原子力発電関連の取引先の間では、東日本大震災以降は原子力発電関連の設備投資が減っている一方、石油関連の投資が活発化しつつある。ただし、まだ検討段階であり、具体化するまでには至っていないため、全体的には停滞している。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・全体的な荷動きは前年の水準を下回っている。やはり地上デジタル放送への完全移行に伴う、テレビの売行き不振による影響が大きい。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読契約の更新をためらう客や、経済的な理由から契約期間の途中で購読をやめる客がみられる。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先のショッピングセンターをみると、来客数はやや増えているが、売上が伸びていない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・実用衣料品の店頭販売は堅調に推移しているが、地方の卸売の動きは悪化している。特に、企業の名入れ商品といった、別注品の引き合いの減少が顕著となっている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・価格が既に大きく低下し、新たな値引き要請にこたえられないため、輸入商品に切替えられるケースが増えるなど、注文量が減っている。
	悪くなっている	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年は気候が穏やかになると製品も動き出すが、今年は台風の影響で製品の販売量が減少するなど、全く動きが異なっている。月後半は少し荷動きも良くなったが、前半の落ち込みをカバーできていない。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・盆明け以降、納期が先送りになるケースや、受注の時期がずれるケースもあり、売上が低迷している。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域から事務所が撤退していることで、賃料水準が下がっているほか、周囲の飲食店も厳しい状況となっている。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・求人件数が前年比で30%程度増えている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・自動車産業での増産の動きを受けて、製造業派遣の求人が急増している。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今月に入り、ガスや水道、電気、住宅関連の派遣依頼が出てきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は6月から4か月連続で前年を上回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は全体的に微増となっているが、産業別に大きな差がみられる。サービス業は28.4%減、運輸・通信業も10.8%減となっている一方、学術研究、専門・技術サービス業が前年比で46.5%増、宿泊・飲食サービス業が33.3%増、製造業が20.6%増、卸・小売業10.0%増となっている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・この1年間は求人数の緩やかな増加が続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・来校企業数が減っている感もあるが、求人数は前年比で8.5%増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・例年は上半期の終了時に派遣社員の交代などがみられるが、今年は非常に少ないなど、厳しい状況が続いている。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前とほとんど変わらず、一定の水準で推移しているが、雇用の拡大につながっていない。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・新聞広告の出稿状況は低調なままである。上半期は前年比で90%前半の推移となっており、大きな変動がない。
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	周辺企業の様子	・多くの企業は、人員整理などで減収増益を目指す動きから、人材を強化して増収増益を目指す動きに変わりつつあるが、全体的に低迷している状況には変わらない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・最近3か月は新規求人数に大きな変化もなく、同じような水準で推移している。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求人数の伸びる気配がないほか、契約社員の求人が中心で、正規社員の求人が伸び悩んでいる。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・東北地方への工事案件のシフトにより、日雇求人数は前年比で1割減の状態が続いている。ただし、それ以上に日雇労働者数が減っているため、求人倍率はやや改善している。
		民間職業紹介機関(大学担当)	採用者数の動き	・大卒者の内定率は50%に達していないが、公務員や大学院進学を目指していた学生や、体育会の学生による就職活動が始まるため、更に厳しくなりつつある。
		学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・中小企業による秋の採用は例年よりも少し増えているが、これは東日本大震災によるスケジュールのずれも影響している。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	採用者数の動き	・企業の採用枠が少ないため、まだ来春に卒業する多くの学生が就職活動を行っている。
悪くなっている	—	—	—	

8. 中国(地域別調査機関：(社)中国地方総合研究センター)

(－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている やや良くなっている	—	—	—
		商店街(代表者)	それ以外	・7月以降、前年に比べ売上が好調に推移している。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・小麦粉の単価が上昇したため、食パンを値上げしたが、低価格なパンが売れて販売数量は増加している。
		コンビニ(地域ブロック長)	販売量の動き	・節約傾向から、デザートや惣菜など内食需要商材の販売量が増加している。
		乗用車販売店(店長)	来客数の動き	・来客数は平日夕方と土日が前年比110%で推移している。
		その他専門店〔和菓子〕(経営者)	来客数の動き	・観光客が増え、出張客も回復してきている。
		観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・昨年の同時期に比べると残室数が多いが、問い合わせの数も多い。
		都市型ホテル(企画担当)	販売量の動き	・宿泊客では海外客の需要は低迷しているが、国内客の需要が増加している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月から地元を会場とした国体が始まったため、タクシーを利用する人が増えている。
	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・朝夕が涼しくなってゴルフ客も利用が増えてきている。ただし、県外からの来場者についてはまだ東日本大震災の影響が残っており、前年を大きく下まわっている。	
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・現在進行中の商店街内アーケード工事も影響し、商店街各店舗への来客・売上ともに減少している。	
	商店街(理事)	お客様の様子	・定年退職やリストラで生活が厳しいという話を聞く一方で、良いという話も聞くため、格差が出てきている。	
	商店街(代表者)	単価の動き	・少子化、デフレ、オーバーストアという三重苦にあえいでいる。タイムリーに安く価値のある商品が売れているが、安いだけの商品は売れず、売れるポイントが狭まっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・暇なときと忙しいときの予測が難しくなっており、とても良くなっている状況ではなく、変わっていないとしかいえない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として買い控え傾向が続いている。9月に入っても暑く、来客数の減少が顕著である。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・低いままで推移しているが、更に悪化している感じはない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	単価の動き	・今月は大量のゴム印注文があったが、単価的に厳しく、デフレがいまだに進行している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・秋商戦が本格スタートしたものの、核となるべき婦人ファッションの低迷が続いており、特に高い年代層のミセスの落ち込みが厳しい。来客数は前年を維持しているが、単価の下落が目立つ。また他部門においても特価商品の動きが目立っており、価格目線の厳しさは改善傾向にない。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・月初めは台風の影響により売上がマイナススタートであったが、台風通過後は秋らしい天候になり、衣料品が好調である。東日本大震災の影響で9月にずれ込んだアクセサリが好調であり、婦人靴もショートブーツがヒットし、一部の高額ミセス商材を除いて店全体でも順調に推移している。店内売上は前年比102%の見込みである。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・中旬以降、台風通過後に気温が下がり、秋物の動きが活発化してきている。食料品は好調に推移しているが、月前半の秋ものの立ち上がりが厳しく、その分までの取り返しは難しい。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・今月は月初めに来た台風の影響で厳しいスタートとなったが、中旬以降は集客、売上ともに回復しつつある。高単価商品の動きは鈍く、全体としては横ばいの状況が続いている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数はおおむね横ばい状態である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災以降、客のエコ志向が強くなっている。食料品も客単価が低下傾向にあるとともに、衣料品や住生活商品はその傾向がもっと顕著な状態である。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・行楽、運動会など行事の多いシーズンを迎えたが、長雨の影響で売上が伸びていない。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・イベントの来客数が減っている。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・9月の販売状況はエコカー購入補助金が終了し販売台数が伸び悩んだ前年同月を若干上回っている。前々年と比較すると85%となっている。
		乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・新型車が発売されたが、依然として客の反応が鈍く集客面で苦戦をしている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・宝飾品がさっぱり売れず、主要客への売上で何とか維持している。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	販売量の動き	・来客数に変化はないが、販売量は減少している。客は必要最小限の物しか購入しない傾向である。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前年を維持するのが厳しい状態が続いており、特に夜の来客数が減少している。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	お客様の様子	・3連休では客の出足は良いものの、低価格の商品を購入する傾向が続いており、購入数量も少ない。
		観光型ホテル（支配人）	お客様の様子	・9月は連休効果もあり、レストランの外食客が増えている。ただ宿泊客、宴会客は伸びず、全体としてはマイナスである。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・法事関係の宴席利用単価が以前は10,000円ぐらいの予算であったが、最近は5,000円ぐらいでの申込が増えている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ビジネス客の動きは前年に比べやや鈍いものの、個人旅行者は前年以上の利用となっている。また、宴会等の利用客数も前年並みに推移している。
		通信会社（広報担当）	競争相手の様子	・他社の情報に市場を動かすものがあった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・来館者の動きに変化がない。
		テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・2度の台風接近が週末に当たり、大きく来場者を減らす結果となった。その後も周辺観光地の道路が土砂崩れで通行止めになるなど、観光客の流れが悪くなっている。
		競艇場(職員)	販売量の動き	・入場者数、売上金額は横ばいである。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・夏場は割と客の稼働が良かったが、夏休みも終わり、涼しくなってきたりして来客数が減少している。
		その他サービス [介護サービス] (介護サービス担当)	お客様の様子	・サービス利用者の日常の様子や会話の端々からは、経済的に生活状況が変化した様子は見受けられない。
		設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・東日本大震災以降の物資不足から落ち着き、当時の受注分の仕事を消化している状況なので、平均すると大きな上乗せはない状況である。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・商品価格の下落が変わらずに続いている。経済が停滞したままで全く先がみえない状況である。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・客足が鈍い状況が続いている。
		住宅販売会社 (経理担当)	お客様の様子	・9月末のフラット35Sの金利引下げ幅拡大の適用期間が終了するため、ある程度の駆け込み需要を期待したが、客は冷静に判断している。
	やや悪くなっている	一般小売店 [靴](経営者)	単価の動き	・単価の伸び悩みは長く続いているが、価格の安い物ばかりを納品すると、専門店として高品質・高価格の商品が減り、客を逃してしまう。
		一般小売店[酒店] (経営者)	お客様の様子	・8月の盆行事の出費増や台風直撃などの天候異変による影響で売上がやや低調である。
		一般小売店[酒店] (経営者)	販売量の動き	・料飲店の売上が昨年に比べて低下しており、相変わらず消費者の財布のひもが固い。
		一般小売店[紙類] (経営者)	来客数の動き	・主要客である高齢者の生活雑貨購入のための来店が減ったため、全体的に来客数が減っている。
		百貨店(営業担当)	単価の動き	・夏場の6～8月に比べて9月は入店状況が悪く、3、4点購入する客も中にはいるが、ほとんどの客は1点しか購入しない。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・7月、8月は前年同月比110%前後と、上向きになってきたところであったが、今月は台風の来襲、中旬までの異常な暑さ、郊外のショッピングモールの大幅増床等の影響で97%と大幅に落ち込んでいる。
		百貨店(購買担当)	お客様の様子	・9月に入り天候の影響がかなり出ている。特に衣料品関係については秋物が動かない状況であるが、気温が30度を切る日には長袖商品が動く。客は必要なものしか買わず、物産展を開催しても売上目標に到達しないなど、厳しい状況が続いている。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・それなりに集客はあるが、販売量は少ない。
		百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・8月中旬以降、消費は急激に悪化傾向である。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・客単価は1割ほど低下し、状況は良くない。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・8月以降販売点数が前年を大きく切っており、8月は前年比3%減、9月は5%減である。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・台風の影響で野菜の値段が高騰しているせいもあるが、全般に販売点数が減少してきている。
		スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・来客数は維持できているものの、野菜の高騰やまだまだ続く節約で総額が2～3%低下している。
		スーパー(販売担当)	お客様の様子	・当地域内にある商業施設の閉鎖が報道されたこともあり、客離れが顕著になっている。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・来客数、客単価ともに落ち込んでおり、客単価が1人当たり20円ほど低下している。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・昨年のたばこ売上に対する反動が続いている。
		衣料品専門店 (地域ブロック長)	来客数の動き	・来客数が非常に限られているとともに、客は必要以外の物は購入しない。

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	
		家電量販店（店長）	単価の動き	・3か月前にはアナログ放送終了に伴う地上デジタル放送対応テレビや、猛暑対策としてのエアコンを中心に高単価商品が売れたが、9月になり天候も落ち着いてきたため、冬向けの季節品もまだ動かない。またテレビは7月の特需の反動からいまだに抜け出せないため、結果的にテレビなどの高単価商品が売れず、全体の単価が低下している。	
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・エコポイント終了時のような特需がないため客の動きがやや悪くなっている。	
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売件数、販売単価ともに低下している。同じ規格なら客は安いものを求める一方で、メーカーは値上げをしてくるため利益は減る一方である。	
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前との比較でも前年との比較でも販売量が減少している。	
		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	・9月に入っても暑く、台風も来てイベントも思うようにいかなかったため、客も晴れ晴れとした気持ちで買物を楽しめていない。	
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・9月は2つの台風の影響で観光客が激減している。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・昼の来客数はあるが、夜は少ない。	
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・盆過ぎから1組当たりの単価の低下が目立つ。低額商品のオーダーが目立ち、セール対象品のみが売れる現象が顕著になっている。	
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・相変わらず旅行に目が向けられない状況である。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜の運行回数は減ったままで、昼も減少傾向である。	
		タクシー運転手	競争相手の様子	・他のタクシーも待ちが多く、あまり動いていない。	
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・東日本震災後ようやく宴会関連が増えてきているが、まだ頻度が少なく、以前の水準に戻るにはしばらくかかりそうである。	
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・今期は3連休期間の天候が不順であったこと、台風の影響を受けたことにより出控えが生じ、来園者数を伸ばすことができていない。また売店、レストランの売上単価が前年比減となり、節約志向が続いていると同時に、行楽に出かける意欲や動機が弱まっている。	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・自店、他店ともに客単価は変わらないが、来店周期が長くなってきている。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・エコポイントの政策も終了して補助金制度がなくなったこともあり、リフォーム、新築とも住宅の工事が受注につながらない。	
		設計事務所（経営者）	それ以外	・建築現場から人手不足やコストアップの悲鳴が届くようになっている。長引く不景気や職人の高齢化で多くの下請業者が廃業しているなか、集中して公共工事や補助金物件が発注されているため、これから発注する工事のコストを見直す必要がある。	
		住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・地元中小企業は、現時点で今後の受注が見込めないとの理由で夏のボーナスを見送ったところも少なくない。特にそうした企業に勤めている若年層の客は、借入金の返済計画に不安があり、高額商品は買い控えているとの声が聞かれる。	
		悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・秋らしくない気候なので、買い控えが続いている。
			スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。競合店の販売促進も強化されており、今後の来客数の伸びは不透明である。
スーパー（財務担当）	来客数の動き		・食品の放射能汚染問題の影響もあるが、盆以降消費者の節約傾向が顕著になっており、既存店の来客数が減少している。		
家電量販店（店長）	単価の動き		・地上デジタル放送への移行完了、エコポイントの終了で、客の購入意欲は急降下している。販売点数は上昇しているが、客単価の下げ止まりはみえない。インターネット通販などでの競争激化に伴い、新製品が発売されても一気に価格下落に転じてしまう。		
住関連専門店（経営者）	来客数の動き		・客の動きは良くならない。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。
企業動向関連	良く なっている	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大手自動車メーカー絡みの受注が最も忙しい段階である。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・8月度と5月度を比較すると、水揚げ数量は462tの増加、水揚げ金額は120万円の減少である。8月度の前年度比では、水揚げ数量は900tの増加、比率153.5%で、水揚げ金額は1,850万円の減少、比率で96.4%であった。
	やや良く なっている	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量、受注量は、4～6月に比べ7月以降は回復している。それに伴い工場の生産量、稼働率も上昇し、販売価格も上昇している。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・在庫調整の影響で中国向けの落ち込みが大きい、国内販売量は安定している。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数が増加している。
	変わらない	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月からの地元開催の国体に備えて、官公庁、民間それぞれが案内広告を出稿している。
		食料品製造業（総務担当）	それ以外	・包材製造業は調整が取れず、包材が集まらない状況である。
		化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・円高による輸出価格の低下や、海外からの安価な商品の流入がある。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注については特段の動きはみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は過去6か月、フル操業に必要な量を確保している。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・自社製品の売上では、海外向けは回復傾向にあるが、国内向けは市場の冷え込みが続いている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・海外の自動車業界の生産高、設備投資は右肩上がりだが、円高の影響で受注が伸び悩み、利益の確保が難しくなっている。為替の動向が不透明な現在、状況は変わらない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設ならびにその関連企業の状況が芳しくなく、受注量が3か月前に比べても同じ程度である。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・技術者の稼働率は高いが、小口短工期の物件が多くなっている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・地域の大きな取引先の工場の縮小が行われ、業務量が減少している。
通信業（営業企画担当）		受注量や販売量の動き	・小売、流通業の客から情報関係の設備投資に前向きな引き合いが増加しており、受注額としては中規模ではあるが継続している。	
金融業（自動車担当）		取引先の様子	・取引先の自動車部品メーカーの多くは受注が増加し、操業は前年と同水準まで回復しているが、円高に伴う自動車メーカーの採算悪化を受けて、単価の低減を要請されている。このため売上横ばいのなかで収益的には厳しい状況である。	
金融業（営業担当）		取引先の様子	・多数の地元中小企業と取引しており、業況等についてヒアリングするが、現状維持、右肩下りの状況から脱却できない企業が過半数である。当地では10月に国体が開催されることから、若干人の流れが3か月前より改善しているが、消費者の購買意欲は低く、百貨店・小売等の業況に改善がみられない状況にある。	
やや悪く なっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・通常9月中旬以降、棚は秋冬バージョンに変更になり季節商材が動き始めるが、今年はまだ棚が変わっておらず、秋冬の新商品の動きも悪い。更に節約傾向が強く通常商品の動きも鈍い状態である。	
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・住宅取得への諸施策の期限到来などによる需要減がある。	
	化学工業（経営者）	取引先の様子	・経済全体の不透明感で取引先の生産計画に下方修正の兆しが現れてきている。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・グループ内震災被害事業所への生産応援は終了し、各種の工事案件も一段落したため、生産量は減少している。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きがやや悪くなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事の競争が激化している。
		輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・9月は中間決算月であるが、期末の追い込み需要が期待どおりに見込めない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業の勢いは低下してきているものの、堅調に推移している。しかし販売業は低迷しており、価格競争において中小企業は限界である。建設業は不振が目立ち、特に公共事業関連の事業者は厳しい。
	悪くなっている	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・欧州の経済危機や中国の減速が悪影響を及ぼしている。
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）		受注量や販売量の動き	・国内消費動向が依然として悪く、東日本大震災の影響、円高、原油高、就労率の低下、増税の懸念を考えると景気が上向き気配はない。	
雇用関連	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・小売業の販売店員の募集や、サービス業のテレホンサービス員の募集、飲食店のホール係や調理員の募集に対しての事業所の求人意欲が高い一方で、製造業は横ばい状態である。東日本大震災や円高の影響は一段落している。
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・有効求人倍率をみると求人数が前年比19%増の水準になっており、東日本大震災の影響を乗り越えて回復傾向になっている。とりわけ建築、不動産業での求人が活発化しており、東北の復興ニーズの余波が全国的に広がっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月の新規求人数は、前年同月比2.2%減少、前月比16.6%増加した。新規求職者数は前年同月比10.9%減少、前月比17.5%増加した。6月より求人申込票の様式が変更になり期限切れ求人の更新に時間がかかるため、新規求人数が減少傾向にあったが、事務処理がスムーズになったため、前月比で新規求人数が大幅に増加した。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・9月に入り来年度の採用求人数が昨年より多くなっている。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・円高や欧州の金融不安で各企業は採用に対して慎重な姿勢を崩していないが、中小企業、住宅メーカー、医療機関からの求人数は減少していない。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	採用者数の動き	・円高の影響を受ける取引先企業では、先行きの見通しが立たないので、採用計画見直しの話も出ている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・新卒、中途採用とも求人数は先月と変わらない状況で、特に良くなっている印象もない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・コスト面を重視する企業ではパート、アルバイトの求人は増える状況にあるが、正規社員雇用は依然厳しい状態である。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・求人数は横ばいで求職者数は減少しており、改善しているとはいえない状況である。
		民間職業紹介機関（職員）	雇用形態の様子	・従来正社員として採用していた職務に対して制約条件が付されることが目立つようになっている。正社員ではなく契約社員での採用、非正規社員として入社後一定期間を試用期間として雇用、一定期間は給与を減額して支給等、正社員採用に慎重になっている。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・求人数の動きに特に変化がない。
	やや悪くなっている	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求人数の動き	・求人は東日本大震災の影響がほとんどなく、求人数全体では横ばいとなっている。卸売・小売業でスーパーの新規オープンに伴う大口募集があったが、建設業や運輸業では例年募集される遺跡発掘や梨選果場作業等の臨時求人が出なかったことから大幅な減少となっている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	それ以外	・世界情勢の影響を受けた円高により、製造業の景気が悪く、全体的に右下がりである。

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

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—	
		商店街（代表者）	来客数の動き	・9月は2度の連休ともかなりの人出があり、秋物商品が好調であった。高速道路料金上限千円の終了や東日本大震災の影響等も薄れつつあるようで、観光客、地元客共に商店街への出足が良い。	
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の増加に加え、客単価も維持されており、業績に寄与している。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・9月20日の新型車発表以降、販売量、来店数共に好調である。	
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・節約ムードが高まる中、低燃費、低価格である第3のエコカーが発売され、予想を上回る受注を獲得した。	
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・営業戦略が功を奏し、旅行者を中心に宿泊客が若干増加した。	
	変わらない		観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数が前年に比べて増加している。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災や台風被害等の影響からか、客の意識が買物に向いていない。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が落ち着いて以降、客の動きが停滞している。
			一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・月初は開店祝いの需要があり、また敬老の日に係る注文も多かったが、それ以外では街の人出も少なく、極端な月であった。
			百貨店（営業担当）	それ以外	・前年同月に比べて、来客数及び売上高共に若干下回った。婦人、紳士衣料雑貨、宝飾品等は前年並みを確保したが、ブランド商品群、呉服、美術品、リビング用品、食品等が前年割れとなった。秋物のファッション関連商品は前年並みの動きであった。
			スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災による特需が終息し、その後は低調が続いている。
			スーパー（企画担当）	お客様の様子	・牛肉の放射能汚染問題による影響は弱まってきているが、いまだに1割以上の減少が続いている。また、野菜価格の高騰など日常食材に影響する事象が続いている。
			スーパー（財務担当）	単価の動き	・全体的に横ばいである。台風等の特殊要因を除けば大きな変化は無い。
			コンビニ（店長）	お客様の様子	・通勤時、昼食時、帰宅時のピーク時間帯の来客数及び客単価共に、増加傾向にある。特に、弁当、おにぎり、パンなどの食事系が好調である。例年よりも気温低下が早いことも影響しているとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・9月中旬までは残暑が厳しく、前年割れであったものの、台風の襲来以降は急激に気温が低くなり、レディースを中心に全体的に良くなった。	
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・客単価、来客数共に前年を下回った。マイナス幅は拡大していないものの厳しい水準にある。特に台風は、4日間分の来客数の落ち込みを招いた。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了前の駆け込み需要があった前年に比べ、今年は販売量が上向かず、さっぱりである。	
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・9月に入っても注文が伸びず、売上も減少傾向にある。政治空白や東日本大震災の影響、また台風災害が経済に打撃を与えている。	
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内個人旅行販売については前年同月比90%、海外個人旅行販売については前年同月比110%であり、いずれも3か月前と同水準で推移している。	
		通信会社（企画）	お客様の様子	・引き続き、比較的高額な商品への引き合いが堅調である。	
		美容室（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年比で微減しているが、客単価は微増しており、なんとか前年水準を維持している。	
		設計事務所（職員）	販売量の動き	・公共事業が減少する中、第2次、第3次補正予算に期待したが、設計に関わる仕事は増加しそうにない。受注量ならびに販売量の停滞が続いている。	

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
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	競争相手の様子	・地上デジタル放送移行に伴う需要が終了して、唯一のけん引役であった家電業界も自然淘汰に入った。拡大を続けた低価格志向の専門店も集約される傾向が顕著になっている。各地商店街は低迷が続き、光明が見える要素がない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・9月は台風の影響で営業日数が減り、売上に影響した。また、台風被害もあって節約モードに入っている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が減少してきている。それ以上に、販売点数が減っている。
		スーパー（企画・営業担当）	販売量の動き	・夏以降、生鮮食料品の低迷が続いている。牛肉の放射能汚染問題や、野菜、果物の相場高、そして魚も東北産の敬遠がみられる。一方、朝晩涼しくなった9月中旬以降、衣料品、住関連品の秋物の動きが良い。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・暑さが和らいだころから来店客数が減少し、9月に入っても台風や天候不順により、来店客数の前年割れが拡大している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・大型商品については、販売数が減少している。また、まとめ買いやついで買いが減り、1人当たりの購入点数が減少している。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・テレビの落ち込みが大きいことに加え、その他の商品の動きも鈍い。冷蔵庫、洗濯機については、例年並みへ回復しつつある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べて売上は減少している。東日本大震災の影響からか、高知県へのビジネス出張が少なくなっている。また、地元人の飲食機会も減っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・9月はお遍路の客が増えてくる時期であるが、東日本大震災の影響からか、前年に比べ少ない。街中では昼間の乗車が減っており、夜間も1時間半～2時間待機の挙句に近距離乗車と厳しい。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・9月の来店者数は、6～8月に比べて1割程度減少した。認知度が上昇しているスマートフォンへ機種がシフトされつつある。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・夏のキャンペーンや新商品発売時期が終了したため、来客も減少傾向にある。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフシーズン到来であるが、来場者数は芳しくなく、週末の予約率も非常に悪い。加えて、客単価も下落している。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・9月の売上は、前月比変わらず、3か月前比14%減少、前年比110%増加となった。前年は施設改善工事で営業日数が少なかったため見かけ上は増加した。1日当たりの売上では、前月比22%減少、3か月前比8%減少、前年比では微増したが、全般的には振るわなかった。
				美容室（経営者）
	悪くなっている	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・外商による大口売上が、前年比で落ち込んでいる。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・3か月前は売上伸長率が120%、来客数が110%以上あったが、9月は伸長率70%、来客数は91%となった。特にテレビ販売台数は、前年比33%と非常に落ち込んだ。
企業動向関連	良くなっている	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は増加傾向にあり、生産量も順調に推移している。
	やや良くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に景気は下向きであるが、建築業界においては、東日本大震災の影響も落ち着き、着工数が若干上昇してきた。
	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	・引き合い件数が増えていないことに加えて、値引き要請が強く、原材料高によるコスト増の状況下にもかかわらず値上げができない。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注、販売量は高水準を維持している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・競争が激しく、受注が全然伸びない。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・雰囲気に変化を感じるができない。
		通信業（部長）	取引先の様子	・取引先の様子からは、特に顕著な変化がみられない。

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
		公認会計士	取引先の様子	・取引先の決算状況や月次試算表から、前年比で変化の無い企業が増えており、景気は落ち着いているようにみられる。
	やや悪くなっている	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・当社の受注量は順調であるが、ホテルや観光地関係の業者では支払遅延がみられる。全体的に売上高、利益率が悪化している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	それ以外	・受注数は確保しているものの、円高の影響により、販売額は実質目減りしている。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・公立学校の耐震補強工事の発注等により公共工事は増加しているが、落札条件が厳しく、当社の採算ラインに合わず契約がとれない。
		輸送業（営業）	競争相手の様子	・これまで地方圏発の物流案件には見向きもしなかった都市部の同業者が、本州での案件減少に見切りをつけたのか、本格的に四国に進出している。既存価格からはかき安い価格で攻勢をかけてきており、地元企業の経営を脅かす深刻な問題となっている。
		広告代理店（経営者）	それ以外	・資材や補材等の価格上昇が影響してきており、売価に転換できず利益率に影響している。
	悪くなっている	輸送業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・コストダウンを図りたい荷主から、受注単価改定要請がある。加えて、広島など四国地域外の同業他社による低価格競争も熾烈化し、受注量に影響が出ている。
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）	求職者数の動き	・県内では、就職意欲のある求職者に対する緊急雇用対策事業や基金訓練が更に強化されている。
		人材派遣会社（営業部長）	求人数の動き	・派遣要請が増加しつつある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の求人数は、確実に上向きで推移している。ただし、9月は大型店の大量求人という特殊要因もあった。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・工場の求人等は落ち着いており、景気に変化はみられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・カーディーラーをはじめ、どの業種も広告出稿が増加していない。街に出ても夜は閑散としており、風評被害の影響からか、肉屋などの小売店も低迷している様子である。
	やや悪くなっている	求人情報誌制作会社（編集者）	周辺企業の様子	・当地域の製造業、特に造船関係では受注が減少している。さらに、円高の影響により数年間の落ち込みは覚悟しているとの話を聞く。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・正社員雇用を求める求職者と、非正社員採用を志向する企業とのミスマッチが続いており、新規求職者数が増加に転じた。
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・採用を手控える企業が多く、求人数が減少している。中途採用について、より慎重に見極めようとする企業が増えてきている。
	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	衣料品専門店（総務担当）	競争相手の様子	・競合する百貨店、専門店等が閉店した特殊要因で、当店の売上は向上している。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・前月に比べて来客数が増え、例年並みの水準になっている。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・得意先が増えており、景気は良い。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3か月前の売上は前年比94.8%だったが、今月は同108%になる。客単価と1品単価がかなり上がっている。競合店が閉店となった分、当店で客がきていると思われるが、来客数は前年実績をわずかに超えていない。ただ3か月前は前年比94.6%であったが、今月はほぼ100%と、5.4ポイント伸びている。アイテム別では、婦人部門が前年比116%、紳士が同99%、食品が同106%、家庭用品が同106%、雑貨で同126%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
		衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・開業100周年の催事を行い、そのイベントにより売 上が大きく伸びている。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・決算月であり、客の来店が多く、受注台数も増えて いる。
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・メーカーの増産により新車が十分に供給されてい る。中古車等の売上も堅調に推移しており、新車の増 加分が売上、また利益の増加につながっている。
		その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	販売量の動き	・売上は前年比110%と伸び、客単価が徐々に高まっ ている。また、夏場のギフト物が一段落し、若干販売 量が減るかと思われたが、一般家庭用コーヒーの消費 が若干増えている。
		高級レストラン (専務)	来客数の動き	・当地は九州新幹線の全線開通効果で、5月のゴール デンウィークごろから少しずつ旅行者が増えている。
		観光ホテル(総 務担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響から脱却し、少しずつ上向いて いる。
		都市型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客が西へ流れている。また、 駅ビルのリニューアルや九州新幹線全線開業等、当地 への来客数は増えている。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・9月は3連休が2回あるなど、観光関連に関する日 並びが良く、近場を中心にレジャー需要は活発であっ た。ただし、台風の影響で沖縄方面の旅行が影響を受 けている。
		美容室(店長)	お客様の様子	・最悪の状態から少し変化が出てきた。運動会や結婚 式へ出るからきれいにしようという来客が少し多く なっている。
		その他サービス の動向を把握で きる者[介護 サービス](管 理担当)	販売量の動き	・気候的にも涼しい時期となり、例年も10月ごろまで は在宅サービスの客の増加が期待できる。
	変わらない	商店街(代表 者)	来客数の動き	・8月下旬から9月初旬にかけて、秋物の動きが順調 であったが、中旬以降の売上と来客数は3か月前の水 準に逆戻りしている。
		商店街(代表 者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響はひとまず落ち着いたものの、 台風の被害やヨーロッパでの金融不安など、将来に対 する不安要因が次から次に出ており、消費者が安心して 買物できる雰囲気ではない。
		商店街(代表 者)	お客様の様子	・盆明けから商店街では閉店する店舗が出ている。ま た天候不順もあり、来客数が更に減り、暑さによる年 配客の減少が目立つ。
		百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・紳士服に関しては前年並みの売上を確保できたが、 依然として婦人服が前年の売上を確保できていない。 商品によって売行きにバラツキがあり、全体で景気が 良くなっている様子ではない。
		百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・台風による大雨、大量の降灰で外出や買物を楽しむ 客の気持ちは減退している。平日の来客数が減少し、 日曜日のみ前年並みの水準を確保している。購買意欲 の減退で買上は現金、掛売、クレジットいずれも減少 し、客単価も低下している。ただクレジット利用の全 体に占める割合は上昇している。中旬の恒例の秋のダ イレクトメール催事、併催催事期間は来客数、売上共 に好調である。
		百貨店(企画)	販売量の動き	・8月の盆までは、前年並みの売上だったが、それ以 降、台風や雨が多かった影響もあり、苦戦している。 また、残暑により、夏物処分バーゲン是好調である が、秋物の売上が伸び悩んでいる。来客数は悪天候に より、前年を大きく下回って推移している。
		百貨店(業務担 当)	お客様の様子	・秋の訪れは去年より早く、秋物の動向に期待するも の、客の声としては、もうしばらくしてから買うと いう返答が多い。雑貨も含めて、実売は10月からなり そうであるが、下見の感じでは悪くない雰囲気であ る。
		スーパー(店 長)	お客様の様子	・いまだに景気の先行きが不透明であり、消費者の不 安が払しょくされていない。特売やバーゲンへの反応 は良いが、購買を決定するまでの時間が長い。
		スーパー(総務 担当)	お客様の様子	・食品はそれほどでもないが、衣料品、住居用品は前 年の売上実績を下回っている。特に衣料品は気温の大 幅な低下にもかかわらず、秋物の動きが鈍い。
		スーパー(経理 担当)	販売量の動き	・前年はタバコの値上げによる特需もあったが、今年 は節約志向の高まりからか販売量が伸びない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（業務担当）	お客様の様子	・節電対策や今後の節約を見越しての生活家電やインテリア用品関連のエコ商品は売行きが好調で、その分は若干の売上が増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの値上げがあったため、客単価は上昇しているが、来客数は大幅に減っている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・たばこの値上げから1年が経ち、来客数は戻ってきているが、プラス1品の買物が少ないので、客単価が上がっていない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・9月上旬は残暑が厳しかったので、秋物を飾っていても、夏物のセール品ばかりが売れた。セール品を売りながら、秋物の新商品を紹介するといったかたちで、客単価、利幅は低いまま秋物シーズンがスタートした。中旬以降はある程度涼しいときもあったため、秋物が動いているが、景気が良いとはいえない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・当社はこのたび第三のエコカーと言われる超低燃費の新型車両を発売した。基本的に客の高額商品に対する購買姿勢は慎重であるが、今回のようなエコカー、超低燃費といった商品に関しては、客の購買意欲は高く、受注は順調に伸びている。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・8月に心配していた来客数は9月に入り回復している。以前は来客があると売上に繋がっていたが、成約にはなかなか至らない。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・春から天候が不順で、景気も不透明感もあり、客の買物動向は依然として慎重である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・燃料油の販売は前年並みの様子である。顧客の様子からは節約志向がうかがえ、必要な消費はするが必要以上には購入しない客が多い。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・今から3か月前と比べると、当地の景気は冷え込んでおり、何も回復しないまま推移している。当店も同様に売上は伸びていない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前年から来客数はほとんど変わっておらず、良くなっていない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・東北方面の代わりに当地への旅行客が増えている。九州新幹線も全線開通となり、当地の景況感が良い。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊、宴会、披露宴いずれも順調に客を取り込むことができた。売上の前年実績も予算も上回っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・大分気候が良くなったので、人の動きが少し良くなったが、客は金を使わないため、景況感是不変。
		タクシー運転手	お客様の様子	・雨の影響でタクシー利用が増えるかと思われたが、雨が降ったり止んだり激し過ぎ、利用客が減った。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は天気は左右され、キャンセルが相次いでいる。また日中、特に夜の人の出入りが悪く、売上が落ちた。
		通信会社（総務局）	販売量の動き	・アナログ放送、キャンペーンが7月末に終了し、その反動で減少しており、新規客の獲得は低調である。ただ、ストックは増加し、売上は増加している。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・スマートフォンとデータ通信カードが、今月も好調を維持している。スマートフォン関連商品の販売の拡大もあって、前年を上回った販売量の増加が続いている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・もともと9月は夏休みの反動で動きが少ない時期であるが、夏休み前と比べても動きに大きな変化はない。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・地域的に温泉地でもあり、また九州新幹線全線開通の効果もあり、前年を大きく上回る状況である。特に県外客が増え、売上が良い。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・9月前半は残暑が強く、台風も12、14、15号と連続して九州に接近し、雨の日が多くなったため、前年より来場者数が減少した。
住宅販売会社（代表）	お客様の様子	・客の来店や問い合わせ数、販売金額などを踏まえて前年と変わらない。		
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数が少なく、来店しても購入しない。客は選別に選んで、そして買わないといった非常に厳しい状況である。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・衣料品は過去最低の状況である。天候不順や増税懸念などのマイナス要因により、客は購買を控えている。	

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
		商店街（代表者）	来客数の動き	・9月は台風の影響もあり、全般的に天候が不順であったため、来客数が伸び悩んだ。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・全体的にやや悪いが、予想としてはもっと下の予想をしていたので、最悪ではなかった。こういった景気であり、ギフト用の花の動きは鈍く、いろいろ販売促進を考えてやらなければ、更に厳しくなる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・敬老の日の注文が前年以上にあった。暑さも和らidedきたため徐々に販売量は増えているが、相変わらず客単価は低い。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・アパレル商品の動きを中心に活気が感じられず、週末の悪天候が続いたため、前年実績を超えられない厳しい状況が続いている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数をみると、前年比90%台前半で推移する。この傾向はここ数か月続いている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・客は必要最低限の物しか買わなくなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前に比べると客単価、買上点数共に低下している。野菜の価格高騰など、一部の部門では単価が上がっているものの、その分、買上点数の低下が顕著である。天候不順などの影響も加わり、現場の景況感には沈滞傾向となっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・9月は2度の台風による影響もあり、来客数が減っている。また、天候不順で農産物、野菜の価格高騰が続いており、客の買上点数は減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食品のスーパーディスカウント企画が始まってからちょうど1年経った。売上は前年比100.1%、来客数も前年並みとなっており、この先不安な状況である。生鮮食料品が少し厳しく、肉と魚は前年比90%である。肉は食品の放射能汚染問題の影響がまだ残っている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年比100%程度であるが、客単価が落ちている。天候の影響もあるが、買上単価の落ち込みが懸念材料である。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・店舗の2km圏にスーパーが3店舗オープンし、食品の価格競争激化が進んでいる。客はより安い商品の店に集まり、特に野菜やデイリー商品等の売上の落ち込みが著しく大きくなっている。買上点数は前年比95%、来客数は同90%となっている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は落ち着きをみせ、消費マインドは緩やかな回復をみせている。ただ将来の不安を背景に、目的購買が多く、消費に力強さは感じられない。
		スーパー（売場担当）	お客様の様子	・以前より客の買上点数が減っている。安い商品でも必要最低限の商品しか買っていない。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・大手競合店の出店により、売上が大幅に減少している。狭い圏での競合であり、厳しい状況である。また、家計の収入は増加せず、食事にかかるお金が少なくなり、店の客単価は下がっている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月の売上実績は、量販店が前年比102.5%、コンビニエンスストアが同100.8%、ローカルスーパーが同111.4%である。内容的には、売価と度重なる台風で離島の船便が止まってしまったことで10日分位の売上がなくなってしまった。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・8月の来客は少なく、厳しかったが、9月は更に厳しい状況である。店内は目的買いの客ばかりである。前年は猛暑の影響があった月であるが、今年はその売上にも届いていない。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	販売量の動き	・7、8月の売上は前年並みとなっていたが、9月は前年比90%と厳しい状況となっている。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	来客数の動き	・来客数、客単価共に減少傾向にある。特に映画のヒット作が少なく、シネマコンプレックスを有する当ショッピングセンターの集客に大きな影響を与えている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月は3連休が2回あり、営業日数がかかり減った。休みの日にお祝い等が入ればよかったが、特にそういったものも入らず、企業の動きもあまり良くなく、かなり苦戦した。

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
		高級レストラン(支配人)	来客数の動き	・来客数が減っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・目的地に着く手前で降りる客が以前と比べて多くなった。そういうところから、少しでも節約しようとする雰囲気が感じられる。
		通信会社(管理担当)	それ以外	・相変わらず資金繰りが厳しい。
		設計事務所(代表)	競争相手の様子	・資料請求や成約数などが前年と比べて落ち込んでいる。
		住宅販売会社(従業員)	単価の動き	・土地の表記標準地の公示価格等が発表になり、土地の値段は下がっているが、問い合わせ等も非常に少なく、土地の動き自体が非常に悪い。仲介業の景気は悪い。
	悪く なっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・9月は長雨や台風の影響もあり、商店街の来客数がかなり落ち込んでいる。また客単価も下がっており、全体として消費が完全に冷え込んだ状態である。
		一般小売店〔青果〕(店長)	それ以外	・青果物は野菜及び果物について県産の物がかなり少なく、すべて県外物に頼っている。台風等の影響で価格が高騰し、利益幅もかなり少ない。
		一般小売店〔鮮魚〕(店員)	来客数の動き	・朝晩は涼しくなってきたが、日中はまだまだ暑い。魚の入荷も例年と異なり、秋の魚の代表格であるさばが入荷しておらず、夏の魚であるあじを依然入荷している状況である。来客数の増加を期待し、販売促進をいろいろ試すが、効果がない。
		百貨店(営業担当)	それ以外	・客単価が落ちており、高額品の動きが極めて鈍い。また、地域性もあるが、競合店が増えており、客が分散しているため、大変厳しい状況となっている。
		百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・営業施策の変更はあるものの、来客数、売上共に前年実績を大きく下回って推移しており、前月比でも6%程度減少している。主力となる優良客の流出が加速している。
		衣料品専門店(店長)	販売量の動き	・今月は全く売上が上がらず、客の財布のひもが固い。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・ダイレクトメールを出しても、電話をしても、客は来店しない。今の経済環境では、節約傾向が強くなり、洋服にまでは手が回らない状況である。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・アナログ放送が停波して以来、テレビやAV関係の動きが大きく落ち込んでおり、来客数も少なくなった。3か月前よりも予想されたことではあるが、厳しい状況である。
		家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行に伴うテレビの駆け込み需要の反動が、予想以上に大きい。来客数は変わらないが、購入に結びつかない。
高級レストラン(従業員)		お客様の様子	・これまでのように、ショッピングをし、コーヒーを飲むという客が少なくなっている。	
スナック(経営者)	来客数の動き	・今月は過去最低の売上で打つ手がない状態である。同業者の廃業も多く見通しは暗い。		
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(経営者)	受注量や販売量の動き	・原料の収穫状況が不作傾向にあり、若干、不安材料である。しかし、季節性のある商品の製造が開始しており、前年より受注は増加している。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関係の受注が少し出てきた。ただし、11月までの受注である。
		建設業(社員)	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注目標が上半期の9月までに全体のおよそ70%が発注され、今月いっぱいには積算、入札がひっきりなしの状態である。3か月前とは比較にならないようで、下半期の反動減が心配される。
		金融業(得意先担当)	取引先の様子	・東日本震災直後に比べるとかなり回復傾向にある。取引先の直近の試算表や決算表をみると、依然として前年比ではまだマイナスであるが、減少幅は大幅に縮小している。
		金融業(営業担当)	取引先の様子	・建設業を中心とした年商1億円未満の中小企業は、3か月前と比べて先行きの受注状況がはっきりしてきた。このため受注代金引き当ての借入申込が活発になっている。職人が足りず、人繰りに困っている状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
変わらない		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・冷凍食品メーカー向けの原料の引き合いは相変わらず多く、十分に対応できない状況にある。ただ居酒屋、量販店は9月の前半が特に厳しく、精肉の販売がまだ例年の状況に戻っていない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上が下降気味であり、今後もこの状況が続く。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新規開業する飲食業、物販店共に出店の勢いが全くない。毎年、年末開業に向けて、今の時期に見積り申請が集中するが、今年は前年の半分程度まで落ち込んでいる。先行きの不安などから出店を繰り延べしたり、延期したりする客が多くなっている。
		化学工業（総務担当）	それ以外	・工場の生産や稼働の状況にあまり変化がない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・クリーンエネルギー関連の新規設備受注が本年いっぱいにかけて残っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注状況をもて、全般的に不透明な状況が続いている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・預かっている荷物の動きをみると、円高の影響で輸出関係の荷物は大幅に減少している。また、衣料品関係も荷動きがあまり良くなく、日用雑貨は非常に悪い状態が続いている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・貸出残高や倒産件数をみる限り、景気は3か月前と比べて大きな変化はみられない。
		新聞社（広告）（担当者）	受注量や販売量の動き	・東日本震災の影響は一段落し、東京地区を中心に広告も前年を超える出稿量がある。一方、九州地区の広告主は通信販売や食品で落ち込みが大きく、厳しい状況が続いている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・受注量はほとんど増えていない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・決して悪くはないが、良いところもなく、あまり変わらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量に大きな変化がみられない。また、問い合わせ等の引き合いも大きな変化がない。
やや悪くなっている		繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・この時期は忙しくならなければいけないのだが、受注量が少な過ぎる。いまだに閑散期のような状況である。仕事の量を確保するのに手いっぱいであり、安い工賃や難しい仕事を請けざるを得ない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・最近、受注期間が伸びており、現在具体的な案件がなかなか決定できない。今後の見通しが大変暗くなってきており、来年の動きが大変心配される状況である。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円高のせいか受注生産量が減っている。
		その他製造業（産業廃物処理業）	受注量や販売量の動き	・先月からの年次定期補修工事により、約1か月間工場が休止したことで、受注量及び出荷量が減少している。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・メーカーは商品が売れると思って物流センターに商品を入庫しているが、消費が上向かず、在庫がたまっている。商品の荷動きがないと儲からず、在庫がたまって場所代だけが掛かり、景気は良くない。物が売れるような状況ではないため、厳しい。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・民主党党首が代わり、景気回復に期待をしたが、変化がない。むしろ、原子力発電所の問題や円高等により、先行きの不安材料が多過ぎる。
		金融業（営業職 渉外係）	取引先の様子	・急激な円高により、輸出企業の業績が悪化している。特に体力に乏しい中小企業はかなりの影響を受けており、資金繰りに困窮している。
		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	・設備投資における引き合い案件は増加傾向にあるが、決定には慎重さがみられ、なかなか成約に至らない。ここ数か月、低水準の受注状況が続いており、前年比でもマイナスの状態となっている。

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
	悪く なっている	窯業・土石製品 製造業（経営 者）	それ以外	・東日本大震災の復興と福島第一原子力発電所問題に加え、2度の台風により、消費動向の動きが悪い。例年8月の受注が年間通して最低であったが、この9月は8月よりもひどい状態である。当地では陶磁製造を本業でやっているところが多く厳しい状況である。陶磁関連産業も教育訓練や休業補償を受けられるのはいいが、関連産業では零細が多く2、3人で作業しており、先々どうなるか心配である。
		経営コンサルタン ト（社員）	取引先の様子	・大型酒屋が買収されている。競争の激化で減収が続いた結果である。いくら安く売っても消費者が飛びつかない状況で厳しい。
		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	・市町村の地方公共団体から委託されて業務を行うコンサルタントは、市町村の予算が低く、その上、指名競争入札を行うため、原価に近い4～5割の価格で入札する他業者があり、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 （社員）	求人数の動き
	変わらない	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・短期、長期の注文が少しずつ増えている。年末に向けての注文もきている。
		求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・業界全体の動きでもあるが、求人取扱件数が前年比20%の伸びを示している。当地でも同様に、当社の取扱件数はほぼ前年比20%増となっている。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞広告の求人数は大幅に増加している。特に、自動車関連や医療、福祉、介護分野の動きが目立っている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は4,311人となっており、前年比で30.2%の増加、前月比で15.5%増加と高い伸びを示している。円高の影響が懸念されるものの、現状をみる限り引き続き堅調な動きとなる。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年比22.7%の増加となっており、13か月連続で前年比増となっている。産業別でみると卸売・小売業、製造業等が増加傾向で推移しており、企業間で業況に差があるものの改善傾向で推移している。
		学校〔大学〕 （就職支援業 務）	求人数の動き	・前年と比べ求人票の受理件数が増加し、求人を再開した企業からの求人情報の提供がある。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・派遣の依頼が増えているものの、派遣期間が短く値段の交渉も厳しくなっている。また紹介の件数も増えているが、初期の派遣期間の給与よりも社員になった時の給与が低い会社も多い。
	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人数は横ばいである。繁忙による派遣導入は少なく、産休育休代替での派遣依頼が多い。	
	職業安定所（所 長）	求人数の動き	・ハローワークの新規求職者、求人数の状況を見ると、求職者数は前月から10%程度減少する。平成20年度から始まった雇用創出の基金による事業の時限が9月で切れるのに伴い、基金訓練求職者が増加している。求人数は依然と増加傾向で前年同月比及び前月比共に10～15%程度の増加が見込まれ、常用雇用、パート共に増加している。引き続き医療福祉、小売業、卸売業に増加傾向がある。	
	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人は増加傾向であり、有効求職者は減少傾向である。2か月連続で就職件数が前年に比べ大きく減少しており、求人充足率も低下し、雇用面で好転の様子がみえない。	
	民間職業紹介機 関（社員）	求人数の動き	・客の派遣需要は例年並みである。ただし、単発、短期の需要は前年から微増している。社員を雇わず、派遣で対応する動きは、イベントや販売関係で根強い。	
民間職業紹介機 関（支店長）	求人数の動き	・年度下半期に向けて、人材派遣のオーダーが若干増加傾向ではあるが、微々たるもので、予断を許さない状況である。		
学校〔専門学 校〕（就職担 当）	求人数の動き	・欠員求人は継続的に出ている模様で、経済全体が縮小している印象は少ない。ただし、一度出した求人を取り下げる企業も数社あり、一部不安定な景気動向の影響を受ける。		
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	・業績が好調であると言う取引先企業がない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・長引く円高の影響により、雇用調整の動きや海外事業の増設、また海外事業所での生産に踏み切る事業所が見受けられる。
	悪く なっている	—	—	—

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年をクリアしてきている。3か月前と比べても、来客数の対前年比が10%増加している。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・前年に比べ稼働率の伸びが良い状況が続いており、3か月前と比べても若干良い状況である。今月は台風の影響を受けたが、満遍無く稼働率の高い日が続き、3か月前と比べて上向き傾向である。
	変わらない	百貨店（営業企画）	販売量の動き	・雇用の入り繰りにより、衣料品では対前年比113%、食料品では対前年比78%と差が生じているが、店全体では前年を辛うじてクリアでき、大きな変化はみられない。しかし、高級雑貨の動向の回復がみられ、それによる押し上げがある。
		スーパー（販売企画担当）	販売量の動き	・台風の影響により生鮮食料品が品薄で価格が高騰している。また、福島第一原子力発電所の事故による産地への風評被害などがあり、販売量が厳しい。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前とほぼ一緒である。
		その他専門店「楽器」（経営者）	販売量の動き	・上旬は来客数が少しは増加したが、購買力が前年と比べて極端に減少している。不況感もあるが、トレンドの変化や、趣味の時間、お金等の余裕の無さが原因かと予想している。あるいは、インターネットによる価格競争が生じている可能性がある。
		その他飲食「居酒屋」（経営者）	来客数の動き	・例年、20日頃には急激に入客が落ちるが、今年は25日までは好調に入客があった。しかし、26日より急に入客が止まっている。20代の観光客が前半、中盤では多かったが、後半では止まっている。地元客は相変わらず平日は外食に出てこない。おしなべて例年並みの入客である。
		通信会社（店長）	販売量の動き	・6月ごろからの好調の波を保っている。本来なら9月は販売数が落ち込む時期だが、スマートフォンを中心に好調で前年も上回っている。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・最近では東日本大震災前の状況に戻る傾向になり、良くなるかと見込んでいたが、今度は円高の影響が出てきている。
		その他のサービス「レンタカー」（営業担当）	来客数の動き	・今月は前年に近い予約があったものの、台風が相次いで沖縄本島へ接近したため、1,300件程のキャンセルが発生し、前年を下回る貸出し実績となっている。
	住宅販売会社（総務・企画分野）	お客様の様子	・多くの住宅メーカーを見比べて、慎重に判断する客が多い。低価格住宅の受注が増えている感があるが、そのことにより景気が良くなっているとはまだいえない。	
	やや悪く 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、販売点数が前年を下回っている。特に販売点数の前年比は、3か月前に比べ9%ポイント下回り、落ち込みが顕著である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・最近、観光客の減少が目立っている。台風の影響もあるが、前年と比べて観光立地店は不振である。先島諸島への観光客も前年に比べ5～10%減少で、売上に影響している。
その他専門店「書籍」（店長）		販売量の動き	・書店業界では台風の影響で商品の入荷が一週間無かった。ここで特に痛手なのが週刊誌であり、入荷してもすぐに返品することになった。このため、売上が全く上がらなかった。返品するコストもかなり増えた。	
悪く なっている	○	○	○	
企業 動向	良く なっている	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連	やや良くなっている	—	—	—
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設関連で、公共工事及び民間工事は前年比増、住宅及び貸家着工は前年比減となっている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は横ばいである。ただし、受注単価が下落している。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で低迷していた食品雑貨店、スーパーマーケット、量販店の販売促進活動が活発になっていることもあり、輸送量は増えている感覚がある。ただその他の建築材料、家具、家電などについては変わらない。
		輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・久米島は依然低調、八重山は与那国が好調だが全体的には通常レベルで、宮古は依然好調である。
	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕事は増えてきているが、契約単価は以前と変わっていない。	
	やや悪くなっている	—	—	—
悪くなっている	○	○	○	
雇用関連	良くなっている	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・企業の後期に向けての採用活動が活発になり、求人数が大幅に増えている。特にWebデザイン、営業、販売、事務である。経験者や専門的に勉強している人材を希望する企業も多いが、新卒枠を広げる企業も少なくはなく、企業の育てる意欲が高まっていると感じる。
	やや良くなっている	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・今月の受注案件の合計件数は、過去の実績からみて、ある程度のレベルを維持している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・沖縄県内での求人企業数が増えており、求人にかかる費用が増加している。
	変わらない	○	○	○
	やや悪くなっている	—	—	—
	悪くなっている	—	—	—