

#### 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  (南関東)	良く なっている	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・宝飾、高級時計などの高額品はいまだに消費税増税の影響が残っているが、衣料品、日用品、食料品の販売量については気温の冷え込みと共に順調に推移しており、前年を超える日が続いている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減があった高額品や化粧品などが回復してきたことに加え、気温低下によりセーター、ジャケットなど秋物の動きが良く、紳士、婦人共に衣料品が好調である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ最近、様々な知恵を絞っているため、販売量と売上が若干上がっている。
	やや良く なっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・残暑の厳しかった前年に対し、今年は気温の低下と共に秋商材に動きがみられた。婦人アパレル関連では、コート、ニット類が動き出したことにより、売上高は前年を上回っている。食料品に関しては、ギフト商材の解体セール、物産展が好調である。購買単価はようやく前年を捉えるまでに回復している。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・衣料品でコート、ジャケットなどシーズンを先取りするアイテムに動きがみられ、単価上昇につながっている。
		百貨店（計画管理担当）	お客様の様子	・9月に入り天候が秋らしくなったため、秋冬物の衣料の動きが良くなってきている。景気回復によるものかどうかは引き続き10月以降をみていく必要があるが、9月は良くなっている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は昨年よりも気温の低下が若干早かったこともあるが、プロ野球の感謝セールなどのイベントや特売日に向けて客の買物動向が良くなっている。また、6～7月よりも頻度性の高い商品に対する購買量が伸びてきている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は中旬から天候にも恵まれ、前年9月に比べ、冬物衣料の動きがやや良くなり、3か月前より景気が上向いてきているように感じる。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・今月は初旬から気温が下がって秋の立ち上がりが早く、近年にない売行きで始まったため、前年比120%となっている。細かい仕入れと飽きさせない品ぞろえで売れてきており、7か月連続で前年を達成している。
		家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・前年比で買上客数が102%、売上額でもわずかだがプラスに推移している。ただし、内容をみると商品別で良い、悪いのまだら模様である。天候不順が要因と判断している。都市型モデルのメリットも数字になっていると考えられる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・四半期決算の月ということと、チラシやダイレクトメール等を増やした効果もあり、前月までと比べてかなり販売量が増加している。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・ファッション販売店を中心に、物販店が前年並みとなっている。しかし、前年は台風の影響で良くなかったため、今年は上積みがあっただけである。また、近隣競合店のリニューアルオープンの影響もあるため、景況判断が難しい。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・客単価が上昇してきている。消費税増税はあまり関係ないような気がする。安いものよりも美味しいものをお金を出しても食べたいという考えであり、当店は単価が上がっている。
		旅行代理店（経営者）	単価の動き	・国際線航空券、宿泊施設など旅行の選択肢を提示した際、金額の高い方を指定する顧客が目立つ。
		通信会社（社員）	来客数の動き	・契約数は計画どおりに推移している。ただし、解約数については減少せず、増加傾向のため予断は禁物である。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前は梅雨の時期で閑散期であったが、9月になるとようやく秋の訪れを感じ、旅客が増えてきている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・前年同時期に比べ、ゲスト、ビジターの来場が1割増である。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後の反動減での底の状態は脱したと言えるが、諸物価が高騰している中で客の動きをみると、やはり財布のひもが絞られる感が非常に強く出ている。年度末に向けていくつかの新車が出るが、それがどのように影響するか読めない。

	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・比較的長期間かかるプロジェクトへの提案を依頼されている。先方が契約を締結してから当事務所への発注になるため、売上に直接結び付くものではないが、このような企画が上がることで、景気が上向いていることなのではないか。
	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を達成しており、3か月前と比べてもやや良い。先月、今月と客に動きが出てきている。来場者数は増えていないものの購入意欲が高く、具体的な検討をする客が増えており、注文建築以外でもリフォーム希望の客が増えている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約数が上向き始めている。
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候不順に大変頭を悩ましている。このような状況が続くと大変である。何とかいつものような天候に戻れることを願っている。
	商店街（代表者）	それ以外	・8月のクレジットカード売上でもとても良い数字が出て、9月も引き続き好調である。6～7月が若干良くなかったのがやや良いとしたいところだが、飲食などはあまり良くはなく、業種によってばらつきがあるため、全体では変わらないとした。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・近年の高温の秋に比べて幾分涼しかったため、その分の下振れはなかったものの、祝日、連休では消費意欲が低い。
	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・キャンペーン商品などを勧めて購入する割合は高い。マンション購入や引越客の来店があったため、そこそこ商品は動いたが、その他では大物はなかなか決まらない。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・地域点在型商店街の1店舗のため、客が商店街に足を向けるには厳しい環境だと思う。
	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・生活必需品である米だが、活気があるような売上まではいってない。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、下旬に入ってから売上が伸び、前年をクリアしている。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・涼しい日々が多くなって煎茶の売上が少しずつ回復してきているが、企業用のお茶の売上は思わしくない。しかし、個人向けのお茶の売出しでは、前年同月を上回り、個人のお茶に対する購買意欲は回復してきている。新規営業をしても、企業用のお茶はコストダウンの話ばかりで、個人ユーザーとは対照的である。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今年のトレンドのファッション品に関しては購買意欲はあるが、日用品に関しては節約志向である。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響はほぼ和らいできているものの、物価の上昇、燃料価格の高騰、実質賃金の目減り等もあり、8月ぐらいには回復してくるという予想は外れ、なかなか景気が良くならず、いまだに不透明感が漂っている。前年比100%前後で一進一退の状況である。
	百貨店（総務担当）	単価の動き	・世間一般的な景気は良化していると思うが、当社のような小売りについては特に良いとは思わない。客は目的買いが多く、無駄なものは買わない傾向が続いている。その結果、買上単価が下がっている。
	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・先月から引き続き、時計など高額品の売行きが好調である。月初に行われた得意先向けの婦人雑貨、宝飾などの高額品の特別販売会も盛況であった。店舗全体でも来客数が前年を超えており、売上拡大のペースは定着しつつある。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・株価上昇が維持された中で高額品の動きが比較的に良い。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・主力のファッション部門で秋物が好調に推移し、前年をプラスで推移しているが、気温の低下や台風による大幅な売上減など天候による影響が大きく、景気動向によるプラスとは捉えていない。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・気温が縮まり秋物衣料の動きは良かったものの、相変わらず高額品の動きは鈍く、消費に対する力強さは感じられない。	
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・売上は前年並みに回復してきているが、それ以上の力強さは感じられない。	
百貨店（副店長）	販売量の動き	・9月は前年の売上と変わらない推移である。消費税増税後の景気回復とはまだ言えない状況である。	

スーパー（経営者）	お客様の様子	・高単価商品の動きが変わらない。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合との価格競争もあり、販売単価が下がっている。数量的には前年よりも客は買ってくれているが、単価が下がっている分、トータルすると1人当たりの買上額が前年に到達していない。
スーパー（経営者）	単価の動き	・単価が上がって来客数が落ちている。売上は何とかクリアしているが、決して良い状況ではない。変わらないと回答したが、やや悪い方へシフトしている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年比95.1%で推移している。買い得品を出しても客が買物かごへ入れてくれないため、非常に厳しい状況である。点数、単価共に減少しており、なかなか売上に見合う施策がみえてこない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数、単価は前年並みだが点数の増加がみられない。日々の買物で買い回りをしている様子で、余分な買物をする客は減少している。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・消費税増税のマイナス分は解消されており、販売量、買上単価共に堅調に推移している。
スーパー（仕入担当）	それ以外	・天候要因もあるが、客は無駄な買物をしない傾向にある。客単価も消費税の増税分程度しか上がらず、同じ品質であれば価格の安い方に移ってきている。買上点数の鈍化により売上に影響が出てきている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・9月に入り、夜の来客数が少し落ちてきている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候不順もあって、伸びるべき来客数が伸びていない。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・9月前半より後半の単価が悪くなっている。台風の影響が少なく、ある程度の天候の予想ができて運営しやすいが、買上点数の伸び悩みは続いている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・買上数は変わらないが、金額が減っている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税の外税表示は客にとって多少ずれを感じることもあり、買上点数の減少が少なからずみられ、買い控えの原因になっている。
コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・来客数に回復の兆しがみられない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は秋物商戦で大きく仕掛けたが反応が悪い。顧客の来店数が前年同月より少ない、商材、価格もいろいろ考えているが、とにかく反応が少ない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・旅行、同窓会などの話は聞こえるようになってきたが、買物には慎重で、特に、ポイントのたまるクレジットカードの利用者が増えてきている。売上はさほど伸びておらず、景気回復の実感がない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来店客が購入に慎重である。秋の導入期だからか買上につながらないことが多い。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・ここ最近、消費税増税後の反動減から落ち着きが出てきており、大きな変わりはない。
家電量販店（統括）	お客様の様子	・来客数は依然として増えず、単価も低い。全体的に購買意欲がまだ低迷している。この傾向が大きく変化するような要因は見当たらない。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・店舗によっては来客数があるが、例年に比べると悪い。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・客の購買意欲は先月と変わっていない。今後、改善されるような対策などないため、先行きが不安である。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・やはり消費税増税が予想以上に影響し、販売量、売上が予想をはるかに下まわる厳しい状況が続いている。
その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・気温の低下により秋物商材の動きが良く、目標数字を確保しているものの、景気が良くなってお金を消費しているような雰囲気はない。家電関連の工事請負業者も春の特需以降は商売がまるっきりだめだと話している。
高級レストラン（副支配人）	来客数の動き	・宴会予約の推移からの判断である。
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・近隣で、デング熱という思いもよらない突発事故があった。終息をみない今もその影響は同業で多々ある。

一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・前年比でみて、3か月前の6月1～26日までの売上は、98.6%、来客数95.5%であった。今月は、1～26日までの売上が106.9%、来客数101.3%という結果である。	
一般レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・悪くなってから結構時間がたっており、それ以上は落ちていないため、少し悪くなった状況で変わらない。	
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・内容よりもとにかく値段重視であり、他社と値段だけのために競わせている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・オフィスビルを深夜の営業場所に行っているが、業種によって差があるようで、全体の景気がつかめない。	
通信会社(経営者)	販売量の動き	・テレビ、インターネット加入共に低額の集合バルク契約が多くなり、顧客1人当たりの月間売上が低減しているものの、獲得数は予定を上回っている。また、携帯電話の獲得が9月前半はかなり厳しく、新型スマートフォンの効果が現れるのは10月以降へずれ込む見込みである。	
通信会社(経営者)	単価の動き	・高額品サービスの販売が伸びていない。	
通信会社(管理担当)	販売量の動き	・例年だと8～9月は販売量が落ち込むところだが、今年は比較的落ち着いている。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・所得が増えない中、消費税等の税金支出が増えており、客は支出を控えているようである。今年4月に開始した電話のサービスも申込は増えてはいるものの、やや一服感が出始めている。	
通信会社(営業担当)	単価の動き	・ここ最近、競合他社よりも安価なサービスや当社のサービスの中でも安価なサービスに需要が傾く傾向が続いている。	
通信会社(局長)	販売量の動き	・世間では新型スマートフォンの発売による客の購買動向がみられるが、当社のようなケーブルテレビ業界においてはあまりその恩恵はなく、逆に前年同月比ではマイナスのサービスもみられる。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・加入、解約動向からは変化を感じられない。下位コースでの加入比率と固定費用削減を理由とした解約は相変わらずである。	
通信会社(総務担当)	単価の動き	・食料品の価格が一部上昇している。特に、生鮮品は異常気象によるものなので、総体的には変化はない。	
ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・昨年11月あたりから来客数は増えており、天候の影響が大きいですが、それでも平成21年度の実績には及ばない。	
ゴルフ場(支配人)	単価の動き	・一時の低迷からは良くなっているが、上昇の気配は感じられない。	
その他サービス [保険代理店] (経営者)	来客数の動き	・新規の顧客が増加せず、新規の需要も感じられない。	
設計事務所(所長)	お客様の様子	・先月ぐらいから仕事の動きが出始めたが、仕事の内容が具体的になるまでには時間がかかっており、足踏み状態である。	
設計事務所(所長)	お客様の様子	・継続物件の作業中で入金予定はスムーズに動き、安定している。	
設計事務所(職員)	それ以外	・特に大きな変化は感じられない。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・相変わらず受注は厳しく、前年比で1割強割り込んでいる。受注残も減少してきており、売上にも少しずつ影響が出てきている。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前から動きは変わっていない。契約数からみても景気は横ばいである。ただし、悪くはないため、秋口にかけて良くなっていくと思う。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・近隣に食品スーパーがまた1店舗オープンし、チラシを見ていると当店より1割5分ぐらい安い。売上が非常に減少しているため厳しい。
	一般小売店[和菓子](経営者)	来客数の動き	・今年は秋の連休が飛び石だったため、連休の需要がかなり落ち込んだ。
	一般小売店[家電](経理担当)	来客数の動き	・8月下旬から天候不順のため、エアコンが予定より大幅に低下した。また、来客数も少ない。
	一般小売店[文房具](経営者)	来客数の動き	・私鉄が工事をしている関係で、4つある商店街のうち、我々の商店街が一番影響を受け、客の流れが全然なくなってしまっている。売上も減少している。

一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・8～9月にかけて、来客数が非常に少なくなっている。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・夏の祭りシーズンが終わり、来客数がかなり減少している。
一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・個人消費である店頭の単価、来客数は共に伸びており、売上が良くなっている。一方、法人関係の外商部の売上は芳しくない。大きな物件がほとんどなくなってしまっている。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が上がらない。ガソリンや食料品の値段が上がっていることが婦人服販売にとっては大きい。
百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・消費行動に鈍りがみられる時期での天候与件は大きい。ここ2～3日で急に11月上旬並みの肌寒さになったりと不安定な天候になっているが、その気温の変化が消費者の行動への背中を押すのではないかと考えられる。
スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・今月に入って雨や気温の低下に伴い、来客数が減少している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のドラッグストアが店内改装をし、半分以上が食品になったため影響を受けている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候によって売上がかなり左右されている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・競合店の増加によって来客数が減少し、プレミアム商品やコンビニカフェの売上増だけでは好転が期待できない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・価格に敏感になっている客が増えているように感じる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。前年の3割減となっている。
乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・新車トラックについては4月以降、前年同月比10～15%伸びている。中古車に関しては仕入価格と小売価格のバランスが悪く、なかなか販売できていない。市場と全体の動向に食い違いがあり、市場においては景気が良いと感じるところがみえるが、個人の実質的な景気は下がってきている。
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数も減ってはいるが、販売量が前年比と予定を含めて大分マイナスになっている。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・9月の国内市場は前年同月比約3割減の見通しである。前年に超大型タイトルがあったことを考慮しても落ち込みが激しい。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数の動き自体はそれほど変わらないが、客から値下げの要望があり、また、安い商品ばかりが売れている。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・9月は夏休みが終わり利用が落ち込む時期ではあるが、レストランでは例年に比べランチ、ディナー共に客が減っている。原因としては消費税増税で落ち込んだ個人消費の回復が遅れていることや法人での利用減が考えられるが、婚礼や宴会も同様で景気回復にはほど遠い状況である。じわじわと景気が後退しているようである。
旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・我々の商売はどちらかといえば、ぜいたくなものになるため、スーパー等で買い控えるのと同様に旅行を控えてしまっており、来客が途絶えている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内団体旅行の販売量が落ちてきた。間際での予約の動きもみられず、台風の影響も受けてしまっている。
旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・個人旅行、個人消費がなかなか伸びない。国内旅行では宿泊、海外旅行ではロングが伸びていない。また、団体旅行も9月は極端に悪く、前年も下回るため、今月は非常に厳しい内容である。
タクシー運転手	お客様の様子	・朝の早い時間帯と夕方は客の動きは良いものの、昼間と夜は非常に悪く、1日を通してやや悪くなっている。
タクシー（経営者）	来客数の動き	・前年比で5%ほど売上、乗客数共に減少している。週末は比較的下げ幅は少ないが、平日は特にひどい。
タクシー（団体役員）	来客数の動き	・前年比での数値は100%を確保しているが、タクシー利用客の減少が感じられる。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・デジタル多チャンネルサービスの解約数が増加している。

		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・世帯当たりの単価が減少傾向にある。携帯電話とセットになった通信サービスの割引によって減少傾向にあり、改善の傾向が見い出せていない。固定電話のみならず、携帯電話についても通信料の低下が顕著であり、利益率に影響している。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・以前に比べて夜のピークである7時半～8時ぐらいの客が減ってきている。時期を考えてもあまり良くない。また、ライバル店でもその時間帯の客が減っているため、全体的な傾向に感じる。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・8月の夏休みでお金を使い過ぎているため、9月は家計を引き締めているようである。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来店サイクルが鈍っており、回復する気配が全然ない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量は数か月前から継続して減少傾向にあり、特にアパートなどの土地活用事業関連の落ち込みが大きい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	お客様の様子	・資材の受注量が前年を下回っている。
	悪くなっている	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・客が量を買わなくなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・景気はかなり下向きになっている。8月が前年比20%マイナス、9月は30%のマイナスと徐々に悪くなっていくような気がする。
		タクシー運転手	来客数の動き	・深夜2時を過ぎると人の動きがなくなってしまう。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は住宅を主に扱う不動産ディベロッパー業と総合建設業だが、住宅事業においては消費税増税後は客が全く来場せず、広告をいくら出しても反響がない。ここ2、30年の中で、これほど来客数が激減したことはない。総合建設業は建設費の高騰で採算が取りづらくなっているものの、公共工事については沢山ある。
企業動向関連 (南関東)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・少しずつではあるが、定番商品を中心に動きが活発になってきている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷の仕事をしている。企業の特需は割と多いが、今月は企業のトップの個人客から特注サイズの象牙で50万円ぐらいの実印が2本という特需があった。非常に珍しいケースであり、会社内容が良いからと話していた。また、会社関係の設立の印鑑が9本と、例年に比べて本数が多くなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・各顧客は新企画の案件が立案されて実行に移るなど、仕事の流れは順調に推移しているように感じられるが、円安の影響で原材料や資材等の値上げ要請も激しくなり、なかなか利益が出ない。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の主力である建機業界は自動車排出ガス規制に伴い、国内向けの需要増で忙しいため、目先の受注は多い。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・政権が変わり、急激に仕事量が増え続けてきている。訪問先の顧客から信頼の置ける企業は建設業にかかわらず受注が伸びてきていると聞いている。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・景気動向は必ずしも良くはないが、円安の進行で株価が上昇し、個人投資家の動きは活発化している。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィスの空室率が改善しており、賃貸料もようやく下げ止まった感がある。景気的大幅な上向き感はないが、少しずつ良くなっていると実感している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・高速インターネット環境整備に関する受注件数については、先月ごろから若干ではあるが好調な状況が継続している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・あまり良くないところで落ち着いてしまった感がある。
		食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・納期が遅れたり、原材料が間屋になかったりと、各社が今までと違う商売の仕方をしている。
		繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・天候不順の影響で売上が伸びていない。気候の変動で一枚羽織るニット製品が動き出した感があるが、底堅い景況とは言い難い。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・リピーター商品は材料代が値上がりしても商品に転嫁することができず、値上がり分は当社が負担しているため、ますます苦しくなる。また、新しいものも値段競争が激しく、なかなか仕事に結び付かない。

出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	取引先の様子	・今月は7～8月に比べると多少は増加しているが、 例年に比べるとかなり減少している。
出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・前年比では低下傾向にある。
出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・原材料の価格上昇や受注減少など、印刷業界を取り 巻く環境が良くない。
出版・印刷・同 関連産業（所 長）	受注量や販売量 の動き	・先月同様、受注件数が大きく落ち込んでおり、前年 の数字を大きく下回っている。
プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・アベノミクスで景気が良くなっている割には、ほと んど変わらない。
金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・当社の本業である精密機械加工関係の仕事量が少な く、価格も下がり気味なのに電気料金や光熱費が上 がっており、原材料も高めのため景気が悪く、合理化 するための設備投資もできない状況である。
一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・引き続き悪い状況が続いている。
一般機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・新しい受注の話がない。
電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・世の中の流れは、バブルのように何をしてもうか るような時代ではない。人と同じことをしていたので は利益が得られないが、何をしたら良いのかが分から ない。
その他製造業 〔靴〕（経営 者）	取引先の様子	・受注量、受注価格等に大きな変化はない。同業で倒 産の話は最近聞いていないし、横並びで進んでいるの ではないだろうか。
建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・商品が売れない。また、価格が下がっている。
建設業（経営 者）	取引先の様子	・上向きの企業もあれば、変わらない、良くないとい う企業など様々である。年明けの受注が今のところ薄 くなっているようである。
建設業（経理担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・工事の引き合いは当社にとって大型案件の話が数多 く来ている。体力的に手が出せない大きなものた め、当社の規模に合う工事案件を探すと数は少なく、 予算も足りない。まだ地方の末端まで景気の波が届い ていない。
輸送業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・一進一退を繰り返しており、一概に上向きとは言 えないため、変わらない。
輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・相変わらず荷動きは低調で、盛り上がりには欠ける。 一方、経費は増大し、顧客への価格転嫁も進んでいな い。
輸送業（総務担 当）	受注量や販売量 の動き	・情報誌関係の配送業務が増えている。また、一般貨 物は定期業務に大きな変化はないが、スポット業務が 減少している。全体ではそれほど変わっていない。
金融業（統括）	取引先の様子	・客の資金ニーズが特に発生していないからである。
金融業（支店 長）	受注量や販売量 の動き	・取引先の売上等をみると、2～3か月前とあまり変 わらないが、ガソリンなどの費用や人件費等が上が っているため、まだ景気回復とは言えない。
金融業（役員）	取引先の様子	・建設業を中心に活況を呈している業種もあるが、街 中の景況感に大きな変化はない。
不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・駅から徒歩4分の1LDK、4月完成の9戸はまだ 1戸残っている。また、駅から徒歩4分の1K、29戸 の別物件も4戸しか決まっていない。相変わらず苦戦 している。
広告代理店（従 業員）	受注価格や販売 価格の動き	・行政の入札案件が増えてきているが、入札のためあ まり利益増にはつながらない。
広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・景気が良いわけではないが、コンスタントに仕事 を獲得できている。大手代理店は予算規模が大きいもの に注力しているため、中小規模のものを当社で取 れているからである。
税理士	取引先の様子	・客で中古書籍や中古CDを販売している店がある。 昔は大変売れていたが、現在は全然売れずに店が潰 れそうである。景気が悪くなくても中古品は売れそ うなものであるが、結構ひどい状況が続いている。 アベノミクスがまだ中小企業までは全然来てい ない。
社会保険労務士	取引先の様子	・社会保険の加入が難しい会社と加入を考えている 会社が見受けられる。

	税理士	取引先の様子	・円安で輸出関連の大手業者は潤っているものの、その反面、輸入品の値上がりは顕著である。しかし、消費意欲はそれほど衰えをみせていない。秋が早く来るとも秋冬の衣料品には良い材料である。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・駅前にあるベーカリーショップの店長の話では、原材料の仕入価格が高騰したため、やむを得ず一部商品の値上げを行い、影響が出ているということである。さらに天候が不順であることも響いており、パンは一般的に夏場の売上は落ちるが、9月に入ってから天候が定まらないせいか、元に戻らないと話している。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業では、大手製造業の海外シフトの影響を受け、国内受注減が進んでいる。さらに人材の高齢化と若者採用難が追い討ちをかけ、企業の存続の危機を増加させている。	
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・オリンピック景気と言えるかどうかははっきりしないが、警備業界全体が人材不足で、そのあおりで単価が上がっている。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・スポット的な契約はあるが、新規、継続の契約や解約、減額はなく、大きく変わる要素はない。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に減速や増加もみられず、前年並みである。	
やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注や引き合いが非常に減ってきている。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税の影響なのか、受注に対する進捗が遅く、思ったより復活幅が少ない。	
	輸送業（経営者）	それ以外	・新年度に入ってから6か月が過ぎたが、前期に比べ取扱量が減少したにもかかわらず、燃料費の高騰、人手不足等により経費が増加しており、大変厳しい環境下にある。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主の国内出荷量は依然として計画を下回り、増える気配がない。輸出でカバーしているようである。	
	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前月よりは幾分改善しているが、7月以降、前年同期比でマイナスの傾向は継続している。	
	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・上半期を終えるあたりから提案依頼や引き合いが急に落ち、それが現在も続き、暇な状態になってしまっている。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少傾向にある。取引先工場、特に、製造業系工場の稼働率が悪く、受注量も低迷している。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	それ以外	・受注量は変わらなくても輸送料や原材料が高騰しているため、良くない。	
悪くなっている	精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は前月比4%増ではあるものの、値引き要請や運賃、燃料費、電気料金の値上がりが製造原価を押し上げ、営業利益がマイナスに転じている。	
雇用関連 (南関東)	良くなっている	—	—	
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・派遣、紹介共に受注数は右肩上がりが増えてきている。各社で人材採用に対する温度が高まってきているのが感じられる。
		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・労働市場は活性化してきている。特に、正社員求人数の増加が見受けられ、人材が流動的になってきている。ただし、派遣市場は、正社員求人の増加に伴って派遣労働者が減少し、マッチングしにくくなり始めている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・求人数に関しては特記するほどの増加はみられなかったが、企業側の姿勢として秋、冬に向けて積極的な動きが予測される。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・8月の新規求職者数が前年同月比で今年度最も減少幅が大きく、また、新規求職者のうち事業主都合の離職者も前年同月比で大幅に減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月比で26%増加している。介護関係を中心に増加しており、自社での採用が困難で派遣会社にも依頼しているようで、派遣会社からの求人も増加している。



	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業、機械機器販売、建設業など、久しぶりに求人を出す会社も欠員補充ではなく、増員の求人を出すようになってきている。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は引き続き減少傾向にあり、会社都合での離職者数が前年度と比較して減少している。また、管内においては大量雇用変動等の動きもみられない。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・特に求人が増えている業種はない。
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・周囲の消費動向に変化がみられない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・今年度の新卒採用は少し学生に有利に動いているのは確かであり、内定を5社持っているという学生もいた。しかし、それが即景気回復の証とも言いにくい。大手企業は回復傾向にあるが、中堅中小にはあまり実感がなく、採用増を打ち出している企業は少ない。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・周辺企業で中途採用で人を採用したいが、なかなか良い人がおらず、この際、少し年齢が高くても仕方ないというような話を耳にする。今まで転職は35歳以上はタブーという感じだったが、仕事ができれば、多少年齢が上でも採用したいという話も聞く。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月以降、パートタイム求人だけではなく、フルタイム求人も順調に伸びていたが、ここに来て前年同月比でマイナスに転じている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月比で増加傾向が続いているが、増加率が縮小している。増加率の高い産業は労働者派遣業と常に人手不足の状況にある医療、福祉であり、景気が上向いているとの判断材料が乏しい。
	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・期待していたようには求人及び採用は安定しない。販売の増加及び安定性に不安があるため、慎重さがうかがえる。ただし、将来性ある人物には興味があるという状況である。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数に大きな変化はなく、引き続き活況である。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は依然として高止まりである。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒求人獲得数は前年同月比で微増の状態であり、大きな変化はみられない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一部の製造業で前年同時期よりも求人数が減少する状況となっている。また、3か月前に比べ、事務系の派遣求人数が減ってきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・9月に入ってかなりの伸びがあった。倒産が2社、廃業が1社、新規獲得が49社と大口を含めて相当の数が入ったものの、売上としてはあまり芳しくない。例年と比較するとかなり縮小気味である。
悪くなっている	—	—	—