

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 やや良く なっている	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・年明けから、車はかなり売れている。乗客数も多く、店舗はにぎわっている。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	来客数の動き	・土日、祝祭日の来客数は、前年比10%以上増えている。マイカー利用が多いため、交通渋滞は異常なほどひどい。高速道路料金引下げによるマイカー利用の増加が原因であり、高速道路の出口を出られない車がつながっていて、渋滞に拍車を掛けている。平日の状況は、前年と変わらない。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・12月には、前月と比べて好転する兆しが見えていた。低価格志向というニーズに合致した特価品を展開し、クリアランスの前倒しを実施して売上を好転させたが、1月にも勢いが持続するとは、想定を上回っている。来客数や単価の緩やかな減少、低下傾向は否めないが、消費停滞の雰囲気は概ね底を打ったとも見受けられる。	
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・クリアランスセールによって商品の販売価格が低下したことが功を奏し、売上はほぼ前年並みにまで回復してきている。本格的な冬の寒さが継続していることで、前年は不調であった防寒用品も堅調な動きを示している。	
	百貨店（営業企画・販売促進担当）	販売量の動き	・売上の減少は否めない。来客数の減少よりも、客単価の低下によるところが大きい。低価格志向は継続しているが、クリアランスの機会に、欲しいものは買いたいという傾向がみられる。	
	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・正月休みのセール期間中は例年よりも集客があり、久しぶりに前年を上回る売上があったが、その期間は長く続かず、後半には来客数の落ち込みが続いている。しかし、前年後半と比べれば節約志向が緩んでいることも感じられ、買える時には買いたいという購買意欲の高さが感じられる。	
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は、年末から少し回復傾向にある。低価格志向も強いが、客が欲しいと思う物にはお金を使う傾向が少しみられる。	
	衣料品専門店 （販売企画担当）	お客様の様子	・まだ1割程度ではあるものの、景気が回復してきている客が増えている。	
	乗用車販売店 （経営者）	来客数の動き	・前年末と比べると、来場者数は増えている。年度末という時期的な影響も大きいですが、新型車の投入効果もある。	
	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・減税と補助金のおかげではあるが、販売量は前年比150%になっている。必要最低限の付属品だけを選ぶ傾向は変わらないが、低金利キャンペーンもあり、足りない分はローンで購入という客も増えている。車は長く使うものなので、安いだけでは売れなくなってきたおり、少し高くても自分が納得できる車を選ぶ傾向が、今月に入って顕著になってきている。今まではコンパクトカー一辺倒であったが、現在は大型車を中心にしている。	
	観光型ホテル （販売担当）	来客数の動き	・前年10～11月の予約はさっぱりで、前々年比10%以上減少していたが、年末年始の12～1月は前年にほぼ届く売上がある。シリーズ商品で大きく開けた穴を、他の売上で8割がたクリアできているのが大きい。	
	都市型ホテル （支配人）	販売量の動き	・宿泊数の前年割れからは、脱しつつある。ただし、宴会件数は減っており、全体的に良くなっているわけではなく、ばらつきがある	
	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・電話回線の移転と同時に光回線によるインターネットに変更する客が増えており、光インターネットの販売が増加している。	
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・販売量、問い合わせ数等のいずれも、3か月前からほぼ横ばいで推移している。特に目立った変化は、この3か月間では見られない。	
	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数は、今の時期は若干多くなっている。しかし客単価が相変わらず伸びず、販売量や売上は伸びない状態が続いている。	

一般小売店〔生花〕(経営者)	単価の動き	・単価は明らかに低下している。ギフト用の花束もフラワーアレンジメントも、今までになかったような安価なものを要求する客が増えてきている。スーパーでも、必要な仏壇用や墓参用の花はよく売れているものの、それ以外の花の売行きは鈍い様子である。
一般小売店〔自然食品〕(経営者)	販売量の動き	・例年1月の売上は減少するが、今年は前年と比べて落ちてはいない。新規客も来店し、売上を補っている様子である。
一般小売店〔酒類〕(経営者)	販売量の動き	・依然として、飲食店での販売量は減少している。
一般小売店〔文具〕(店員)	来客数の動き	・依然として、客は本当に安くなっている物しか買わない。それも自分が本当に欲しいと思っている物しか購入しない状況にある。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・バーゲンの出足は好調であったが、数日で落ち着いてしまっている。バーゲンでも目的以外の物は購入しないという姿勢がうかがえる。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・通常ならば平日の昼間は、出張で名古屋にきたり、昼食で外出したついでに商品を見に来るというサラリーマンが多い。しかし今月は、休日が多かったせいか、平日は60~70代の年配客が多くなっている。外が寒いため温まりに来店するといった、販売に全く結び付かない客の来店が多い。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・実売期には売れなかった冬物衣料でも、シーズンが過ぎ値下げすれば必ず動くであろうと思っていたが、値下げしても売れない。消費者は非常にシビアになってきている。
百貨店(販売担当)	お客様の様子	・前年までは、福袋も有名ブランドであれば購入していた客も、今年は吟味して購入している。さらに、福袋の内容に関するクレームが格段に増加している。1点でも気に入らない物が入っていると、1万円を払う価値はないと判断される。また、それをはっきりとクレームにすることは、価格と価値に対する客の基準がより厳しくなっていることを、端的に示している。
スーパー(店長)	単価の動き	・客単価は、前年同期比95%前後と低迷が続いている。買上点数は少なく、無駄な物、おいしいけれど高い物、し好みなどは敬遠されている。また、競合店との価格競争等もあり、ますます自分の首を互いに絞め合う状況である。
スーパー(総務担当)	来客数の動き	・来客数と客単価は、それぞれ3.6%増加、5.3%上昇である。ただし前年同月比では、それぞれ6.5%減少、2.3%低下である。
スーパー(営業担当)	単価の動き	・依然として、単価の下げ止まりは見えてこない。価格競争による影響は避けられない。
コンビニ(エリア担当)	それ以外	・売上の前年割れが継続している。弁当も、より安価な物を購入する傾向にある。
コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・前年比でみると、来客数の減少は下げ止まっていない。このところずっと続いており、相変わらずである。来客数の減少だけではなく、単価も低下している。弁当も、高い弁当より、少しでも安い弁当のほう売れるようになっている。
コンビニ(店長)	単価の動き	・競合店の閉店もあり、当店の来客数は増えている。ただし、単価には依然として改善が見られず、売上はそれほど変わっていない。そのため、周囲の店の景気はあまり良くないのではないかと。
家電量販店(店員)	販売量の動き	・テレビの売行きは好調であるが、他商品が悪いため、全体としては前年並みである。
乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・年が変わり、価格帯はややばらつくようになっており、問い合わせ件数や来客数は30%ほど増えている。しかし、慎重な姿勢は変わらず、依然として価格志向が非常に強く、商談にも時間がかかっている。
乗用車販売店(営業担当)	単価の動き	・販売量が増えても、利益はそれに伴って増えてこない。
乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・エコカー補助金の9月までの延長が決まり、ハイブリッド車の受注が再度増加してきている。また、小型車両のフルモデルチェンジを控え、現行車両の販売に力を入れているため、販売(登録)実績は何とか目標台数に到達できている。

乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・前年の12月と比べると、若干良くなっているかもしれない。しかし販売量は、良くなっているというレベルにはない。	
高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・土日、祝祭日の来客数、客単価には回復の兆しが現れているが、平日は依然として大幅な前年割れの状態にある。全体としては減収が続いている。	
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・正月で久しぶりに家族と外食しに来たという客が多いが、1人当たりの販売量は変わらない。	
一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・どの会社の客も、マイナスの話題ばかりである。忘年会は開いたが新年会はやらないとか、正月でお金を使って財布は空であるとか、静岡の人は寒いと外に出ないとか、土木建築関係は本来なら年度末に向けて仕事が入り忙しくなるはずなのに、いまだに仕事が入らないといった具合である。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・年が明け、仕事の受注は伸びてはいるものの、手放して喜べる状況にはない。原油価格が値上がりし始めており、もう少し上向きな要素が増えない限り、良くなっているとの判断は難しい。	
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・卒業旅行の申込数は、例年に比べると鈍化している。募集ものを企画しても、申込は今一つである。余暇を真っ先に節約しているためか、個人の懐は、企業以上にさみしい。	
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の飲食店街で客待ちしているが、客の数は相変わらず少ない。終電が終わる頃には、町中が本当に空になっているような状態である。サラリーマン風の客からは良くなっているとの声が多少聞かれるが、夜のタクシー利用客数は3~4か月前と比べてほとんど変わっていない。	
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・低価格メニューへの移行が進むなど、節約志向はますます強くなっている。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・前年2月ごろから新しいネットワークサービスの販売が開始されたが、エリア展開がなかなか進んでいない。そのため、現状維持となっている。	
通信会社(開発担当)	それ以外	・メタル通信回線から光回線、ADSL回線への契約変更が、引き続き一定数ある。	
観光名所(案内係)	お客様の様子	・客はお金を使わないようになってきている。今まで3,000円使っていた人が今は2,500円というように、出費を少しでも減らそうという傾向が強い。	
ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・今月は雪による閉鎖の日が多く、入場者数は予算目標比でも前年比でも、非常に少ない。当初の予約数からみて、閉鎖が多かったという要素を除くと、あまり変わっていない。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・客は必要時にのみ購入または来店するパターンが多く、来客数も変わっていない。	
その他サービス [介護サービス] (職員)	競争相手の様子	・各社は介護保険適用サービスの受注を確保するため、保険が使えない客に対して保険適用外サービスを低価格で提供することにより、採算度外視でのぎを削っている。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・受注量に変化はない。相変わらず不調が続いている。	
やや悪くなっている	一般小売店[薬局] (経営者)	来客数の動き	・例年1月は良くないが、今年はバーゲンセールもあったのに、悪過ぎる。来客数は激減しており、売上は例年の70~80%である。本当に必要な物は、最小のバックを選んで購入する。年末年始は、期待外れである。
	一般小売店[書店] (経営者)	販売量の動き	・当店では、定価の半額と105円の二種類の価格で販売している。以前は同じ本ならば半額のほうがきれいなためよく売れていたが、今ではまず105円で良い商品を探している。安い本を一生懸命探している客の姿が目につく。
	一般小売店[食品] (経営者)	お客様の様子	・成人の日を境に正月気分はすっかり消えており、来客数は若干減った程度であるものの、購買客数は明らかに減少している。客単価は、8~10%低下している。比較的ゆとりがある中高年層でも、抑えた買い方が非常に目立っており、依然として景気は悪い。
	一般小売店[贈答品] (経営者)	お客様の様子	・年始にはいろいろなスタートがあり、付き合いの範囲を広げる人もあれば狭める人もある。今年は来客数が少なく、売上也減少している。付き合いの範囲をだんだん小さくしている様子が見受けられる。

一般小売店〔惣菜〕(店長)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・たくさん購入した客には、紙袋を用意している。以前ならば紙袋を二重にして渡していた客も多かったが、最近は1枚で足りてしまうことが多い。 ・売上の手応えは、依然として非常に弱い。
一般小売店〔高級精肉〕(企画担当)	販売量の動き	
一般小売店〔書店〕(営業担当)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・正月明けのセール等の様子を見ると、来客数は前年を上回っているものの、客単価は低迷している。目的の商品に対しては定価でもお金を使うが、そうでない商品には費やさない。また、ついで買いも少なくなっている。
百貨店(販売担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・店全体は、初商の初日に最高額の売上を更新するなど好調であったが、当売場は初日からかなり厳しい状況にある。まとめ買いする客はほとんど見られず、何日間にもわたって悩み続けた挙げ句購入を断念したり、買上を1点に絞り込んだりする客の姿を目にするのも珍しくない。例年ならば全面セールの展開時にも、定価商材への問い合わせがあったが、今はほとんどない状態である。
スーパー(経営者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・スーパー各社では、毎日低価格販売しているうえに、毎週金土日曜日は更に特売日となっている。最近では平日の特売日を増やし、平日でも2日間の特売日を設けている。このように売上の減少を止めようとしているが、客の財布のひもは固く、本当に必要な物だけの買物になっている。デフレが浸透している。
スーパー(経営者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・八百屋など取引先の小売店は全く悪い様子であるが、価格を安くしている中堅スーパー、小売店では現状維持である。全体的にみると、やや悪い状況である。
スーパー(経営者)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・客は特売商品ばかりを買い求めており、売上単価は上昇してこない現状にある。
スーパー(店長)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・単品単価、客単価共に低下している。悪循環に陥っているような感じがしている。メーカー商品の価格まで低下しつつあり、プライベートブランド商品との価格差はなくなり、非常に厳しい状況である。
コンビニ(経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・当店の仕入れ先の卸問屋によると、12、1月の売上は前年比12~13%減少している。当店の売上も、7%ほど減少している。
コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・最近になって閉鎖が決まった工場などがあり、緩やかながら来客数の減少は続いている。
コンビニ(商品開発担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・正月明けの単価、売上が低下する時期に合わせて、各種のセールを実施したが、反応は鈍い。コンビニのセール価格には、客はほとんど反応しなくなっている。
家電量販店(店員)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・単価の低下に加えて、販売量も減少している。客が必要な物しか買わない傾向もずっと続いているが、こうした購買行動は先行きに対する不安感などからきている。
乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・他社の企業努力のためか、客の動向のためか分からないが、車検の入庫台数は減少している。
乗用車販売店(営業担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・仕事量は増えても、景気が回復している兆しは全くないと話をよく聞く。
乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・例年ならば1月から増販が見込めるが、今年は当店でも、悪かった前年と比べても販売台数はより減少している。全店をみても前年の維持がやっとであり、目標に対しては70%がやっとである。
その他専門店〔雑貨〕(店員)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・1人当たりの販売量は、減少している。
その他専門店〔雑貨〕(店員)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数の減少に加えて、買上率も低下している。また、客単価の低下も加わり、最悪の状況にある。
スナック(経営者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・年始は新年会などがあり来客数は多少増えているが、例年ほど客を呼び込むことはできず、売上は前年比2割ほど減少している。客の財布のひもは固いままであり、景気が回復しない間は消費ができないのではないか。

その他飲食[仕出し](経営者)	販売量の動き	・年末商戦を終えて、年始に勢いは全くない。客の購買意欲が向上するきっかけがつかめない。	
観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・宿泊客数は、非常に伸び悩んでいる。県外客が大半ではあるが、団体旅行の縮小傾向も3か月前と変わらない。極端に落ちているわけではないが、ただただ減少傾向が続いている。地元の会食関係はあまり変化していない。	
都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・集客活動の成果によって、稼働率はやや戻りつつあるが、客単価が戻らない。デフレ・スパイラルと言ってもよいかも知れない。	
都市型ホテル(営業担当)	お客様の様子	・今後更なる景気悪化が予想されるため、購買意欲はかなり低下してきている。悪い雰囲気広がってきている。	
旅行代理店(経営者)	単価の動き	・近場の予約が多い。連休の旅行には動きがあるため、消費者には2パターンがある。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・安い商品しか売れない。本来ならば来客数に比例して売上が伸びなければならないが、売上は増加していない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・病院通いの高齢者による利用や、朝出勤によるタクシー利用の客が減ってきている。忘年会時期以降の夜の繁華街の客は、前年とあまり変わっていない。	
テーマパーク(職員)	来客数の動き	・来客数、テーマパーク内消費共に、少し下降傾向にある。併設する温泉への入浴者数、消費単価も、低価格傾向にある。	
テーマパーク職員(総務担当)	それ以外	・当テーマパークが募集するアルバイトやパート求人に対する応募件数が、年明けから非常に多くなっている。	
テーマパーク(経営企画担当)	単価の動き	・入場者数は前年比でほぼ変わらないが、単価は若干低下している。	
住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・住宅購入を考えている人はおり、住宅展示場への来場者数もそれなりにあるが、すぐに購入するという人は少なくなっている。会場のイベントをみても、にぎわってはいるものの、既に住宅を所有している人が、不景気なのでお金がかからない遊び場として来場しているという割合が、例年以上に高いと感じる。イベントのあり方を考えていかないといけない時期にあると感じている。	
住宅販売会社(企画担当)	お客様の様子	・土地分譲のチラシを配っても客の反応は鈍く、来場する客はほとんどゼロである。通りかかりの客がいるくらいであり、反応は非常に悪い。	
悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・繁忙期である年末年始は、来客数、客単価、販売量のどれも確実に落ち込んでいる。特に駅売店では個数が少ない小さな箱しか売れず、販売量の落ち込みが著しい。売上は、15%以上も減少している。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・取引先のホテルによると、出張が激減しているため、稼働率はかなり厳しい状態にある様子である。
	コンビニ(企画担当)	来客数の動き	・来客数、客単価共に悪化している。所得は20年前の水準にまで下がり、万引きや強盗ばかりが増えている。
	コンビニ(店長)	単価の動き	・ビール類の6缶パックの売上は、スーパーなどが安く販売していることもあり、減少傾向にある。
	コンビニ(店長)	来客数の動き	・売上は前年同月比15%減であり、恐ろしいほど落ち込んでいる。
	衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・例年ならば在庫を増やしてパーゲンに備えてきたところ、今年では在庫処分を目指して正解であったが、売上は前年比3割減となっている。売上がどんどん小さくなって、経費の節約にも限界が来ている。
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・客単価、来客数共に大きく悪化している。
	その他専門店[貴金属](店長)	お客様の様子	・3か月前と同様、景気は悪くなる一方である。外商でも売れない。複数の客の年収が、確実に減っている様子がうかがえる。販売活動を強化しても、回復の兆しは全く見えてこない。
	一般レストラン(経営者)	競争相手の様子	・飲食業組合のデータによると、前年1年間で100件の飲食店が閉店しており、本当に厳しい。

		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・大手航空会社の経営破たん、中部国際空港の減便、自動車関連産業の原価削減に伴う出張抑制などにより、非常に悪くなっている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・11、12月に比べて、売上は更に減少している。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数、競合店の動きのいずれも、悪くなっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・前々年と比べて、前年の売上は40～50万円減っている。平成13年の売上と比較すると、150万円ほど減少している。当店の客の高齢化が進んでいる面もあるものの、給与の減少によってパーマをかける人の割合が低くなっていることの影響が、やはり大きい。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・客からは、景気の良い話は相変わらず聞かれない。財布のひもはますます固くなっている。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・会社内外での話題には、景気の良い話は全くない。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・低単価の物件しか売れない状況である。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・競合他社の話では、今年度の売上予想によると利益は確保できそうであるが、来期の手持ち物件はないとのことである。来期に物件がなくなると、倒産に追い込まれるかもしれないとのことである。
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（経営者）	受注量や販売量の動き	・決算時期によるものか、企業が年度末までに広告予算を使い切ろうとしているためかよくわからないが、出版物への広告出稿が増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて、取引先の景気が上向いている。そのため、製造の仕事が増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主力の自動車、電機のエレクトロニクス関連の急速な回復により、受注量は当初の見込みを上回っている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・新型製品が2つ続けて成功したことに伴い、景気は良くなっている。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・親会社や完成車メーカーからの3月末までの発注量は、増加している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・前年同期と比較すると、改善している。
		不動産業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・モデルルームへの来場者数は、確実に増えてきている。
		その他非製造業 [ソフト開発]（経営者）	取引先の様子	・ごく一部の特殊な商売を手掛けている企業のみが、良い状態である。ライバル社も年末から忙しく働いているが、当社でも大型案件は契約できていない。円高になってきており、これからが問題である。
	変わらない	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	・受注量、販売量共に横ばいであり、全体的にあまり変わっていない。
		化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量の回復傾向は、まだ見受けられない。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前々年と比べて、85%の回復である。半導体向けの製品は回復しているが、自動車向けの製品は70%の回復に止まる。
		化学工業（人事担当）	受注価格や販売価格の動き	・給与水準の低迷が、景気に大きく影響している。当社でも、来月から給与の一律10%削減が決定している。
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量、販売量共に確実に増えているが、売上は伸びていない。価格が高くて生産効率が良い製品は売れておらず、手間がかかって単価が安い製品ばかりが売れている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注残は9月比で約10%増えており、足元の業績もそこそこの数値を確保している。ただし、操業維持のため当期売上分の一部を前倒し生産しており、在庫は増加傾向である。回復は一時的であり、全体的には様子見である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は横ばいが続いているが、受注価格の値下げ要求や、販売価格の値下がりが非常に多くなっている。

	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	・一時期に急激に進んだ円高が、多少安定してきている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ケーブルテレビ関連の業界では、事業仕分け等の影響により、補助金を伴う設備投資が鈍っている。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・ハイブリッド車関連の売上は引き続き好調であるものの、非ハイブリッド車関連はなかなか上向かない状況にある。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物件の動きは、いまだに悪い。また、低価格化が顕著であり、デフレを肌で感じている。
	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上は、3か月前の前年同月比はマイナス27.3%、今回はマイナス24.1%と、3.2ポイントほど良くなっている。しかし、実感として先行きに明るさは見えていない。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・荷物量の3か月前比は、前年の同比と比べて良くなっている。しかし、運賃は上昇していない。荷物が増えても運賃が低下しているため、売上は増えていない。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・発送個数は下げ止まっているものの、単価の低下が続いている。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・大きな傾向は変わっていない。ただし、取引先の様子を見ると、中部地区では製造業を含めて、回復の兆しが出てきている。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・大手自動車メーカー系の取引先が多いが、電気自動車関係の部品を扱う企業など、一部では景気が良くなっている。ただし、全体的には、どちらかといえば横ばいである。
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・企業の設備投資が進まないため、物が動いていない。物が動かないため、受注状況が悪いままの企業が多い。
	会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・売上は減少したままであり、回復の兆しはない。どん底まで落ちている感じで、これ以上悪くなりようもない。
	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	・とにかく動きがない。問い合わせ等も多少あっても、受注に結び付かない。
やや悪くなっている	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	取引先の様子	・前年は食品関係の梱包材の落ち込みは軽微であったが、最近になり受注量は減少傾向にある。
	鉄鋼業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕入れ先のメーカーは、鉄鉱石等の原材料価格の値上げに合わせて、5%ほどの値上げを表明している。しかし、競合各社は仕事欲しさのため見積単価を下げたおり、販売価格は低下傾向が続いている。収益が圧迫される構図は、一層はっきりしてきている。
	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・価格競争が激しく、仕事を取りに行くか、諦めるか悩ましい。同業者間で首を絞め合っている。
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・景気はまだ回復していない。見積りはあっても、受注にはつながっていない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先企業を見ても、事務所や店舗を拡張したり、改装工事をしたりといった案件が全くない。仕事が出たとしても、工場を閉鎖して駐車場にしたり、事務所を閉鎖して工場内の事務所に移設したりといった、後ろ向きな仕事が出るのがやっとなのである。
	建設業（営業担当）	取引先の様子	・特殊車両で現場に向く業務は、最近どんどん減っている。経費削減のために、業務を他に委託するより自社で行おうとの動きもあり、当社の仕事は減っている。
	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物量は回復傾向にあるが、荷主からの経費削減要請が厳しく、受注価格を下げざるを得ない状況にある。また、商品単価の下落や低単価商品の比率の上昇の結果として、運賃収入も大きく減少している。
	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・以前と比べて運賃の見積依頼は多いが、客は品質よりも価格に重点を置いていて、注文はなかなかまとまらない。
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・賃貸フロア単価は、低下し続けている。また、賃料無料期間が長くなっている。

		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・低予算の物件でも、競合や企画競争が多いため、それにかかる経費はかなり多くなってしまふ。受注が決まっても、利益はかなり薄くなっている。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・前年末から今年にかけて、経営改善策や資金繰り改善策など、関与先から経営改善への助言を求められるケースが増えてきている。また、自己破産、民事再生法、解散などの手続きに関する問い合わせも多く寄せられる。
悪くなっている		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格は、3か月前よりも低下している。受注量は、例年この時期は増加傾向になるはずが、横ばいに止まっている。増加する気配もない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・ストップしていた設備投資向けの受注は一部戻ってきているものの、雇用面の調整が続いているため、全体としては仕事が拡大する目処は立っていない。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・期日指定の売却物件が多く、価格が下落している物件は多いものの、成立は少ない。
		公認会計士	それ以外	・顧問先の中小企業の倒産、廃業が増加傾向にある。また、給与の引下げ、賞与のカット等を実施する中小企業も増加している。また、税務顧問料の引下げ要請も発生し始めている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	それ以外	・他地区の事業所と同様に当事業所でも、社員に仕事を割り当てる案件がなくなっている。常駐で依頼していた外注に対して仕事を発注できないため、契約を解除している。
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（経営企画）	周辺企業の様子	・顧客企業からは、注文が徐々に出てきている。
変わらない		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年5月を底に改善傾向にある。そのうち常用求人も改善傾向が見えてきている。
		民間職業紹介機関（支社長）	周辺企業の様子	・求人は底打ちしている。年末年始にかなり積極的に企業訪問を行い、役員クラスと面会して、実感している。求人数自体は横ばいであるものの、これ以上には悪化しない。もう少し時間が経てば、求人数も上向く。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は2割強増えており、契約開始者数は終了者数を上回るようになってきている。上向きつつある。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・求人はあるが、以前と比べると条件が非常に高く、人材を絞り込む必要がある。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・前月と同様に、求人数は前年同月比ほぼ100%に回復している。求人数の減少には、歯止めがかかっている。成約率に関しては、需給バランスが崩れていることもあり、前年同月比5～10%悪化している。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は、前月と比べると増えてきている。しかし、希望退職を募る大手メーカー等も見られ、底堅い景気回復とはいいがたい。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・1～2か月前と比べれば、良くなっている。しかし、前年と比べると、求人数は1～2割増えている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・ハイブリッド車関連の受注増により、派遣先企業からは派遣社員の増員オーダーが多少ある。ただし、極端な増員を囿らず、現状の社員の残業等で臨時的に対応しているため、良くなっているという感触はない。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	求人数の動き	・求人数に大きな変化はみられない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞への求人広告数は、相変わらず低迷が続いている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・1月に入り、求人に下げ止まり感が見受けられる。求人広告数は横ばいであり、前年同月比でも50%台であるが、これまで求人広告を出していなかった企業からの問い合わせは増えている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月比29.9%減と、依然として減少が続いてはいるものの、減少幅は少しずつ小さくなってきている。職業安定所への新規求職申込数も、前年同月比12.4%増加しているが、増加幅は小幅になってきている。求職者の就職意欲は高く、積極的な求職活動を行っている。	

	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・例年1月は求職者が増加する傾向にあるが、今月の求職者数は前月比31.6%増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・企業の景況感はまだまだ不透明であり、求人に対してもまだ手探りの状況にある。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、相変わらず低水準で推移している。各企業では先行き不透明感が強く、現状の従業員で業務を回している。新規雇用に至るまでには、まだ時間がかかりそうである。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・小売業などの採用意欲は、今年に入って大幅に減退している。メーカーなども相変わらず低調であり、採用意欲が高い業界はみられない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・企業の新年度予算が確定しつつあるが、大規模ではないとしても、派遣社員の人件費の削減方針が改めて表面化している。現在も、引き続き厳しい雇用情勢が続いている。
	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣就業の多い30代前後の女性の派遣登録者数が、激減している。
	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・労働者派遣法の改正案もあり、業界は萎縮してきている。県内の同業者の3割ほどが、廃業したと聞いている。
	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・中高年の求職者登録が増加して、再就職先がなかなか決まらない。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業からは、年末までは受注があったが、年明けから受注や受注見込みがないとの話をよく聞く。
悪くなっている	-	-	-