

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	商店街（代表者）	来客数の動き	・名古屋市内で開催されたCOP10等の催事により、購買意欲が見られる。ただし、商品単価は依然として低い。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街や和菓子屋にとって、7～9月の酷暑は売上が減少する大きな要因であった。10月に入り涼しくなってきたと同時に、販売量は前年並みに回復してきている。ただし、客単価は依然として上昇していない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・寒さが進むに従って、鍋物やホットメニューの動きが良い。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・買上点数、1点単価の前年同月比はほぼ100%であり、来客数も伸長している。客単価も、前年同月比は99%であるが、前月と比較すると2ポイント上昇している。回復傾向にある。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・地元プロ野球球団の優勝で活気付いている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の変更の発表を受け、テレビなどの売上が伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月はそこそこ売れている。それほど悪くはなく、むしろやや良くなっているのではないかと。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・COP10関係の会議に関連した昼食等があり、販売量は増加している。
	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・映像配信サービスのエリアを拡大しているが、地上デジタル対策として利用する客が増加している。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・ほんのわずかではあるものの、販売受注量は上向きになっており、景気はやや回復傾向を見せつつある。しかしながら、取引先等の廃業、事業縮小の話も聞かれ、良くなる状況からはまだ遠いことを再認識している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・秋口になり、商品が動いている。買上点数は多くないものの、単価はそれなりである。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・売上が悪いなかでも、安定はしている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金引下げ、一部路線の無料化等は、マイカー利用の観光客を増加させている。しかし、鉄道やフェリーの打撃は大きい。全体的には、交通費に金が掛からない観光地では、利益を享受できている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・客は相変わらず、低単価品でも非常に吟味して買っている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・卸先である飲食店への来客数は、依然として悪い状況が続いている。
一般小売店〔惣菜〕（店長）		販売量の動き	・地元プロ野球球団の優勝セールなど売上が伸びる要素もあり、期間中はかなりの集客があった。しかし、その前後にはかなりの買い控えと反動があり、全体ではそれ程プラスというわけでない。	
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・地元プロ野球球団の優勝セールでは、目玉商品には客が殺到し、直ぐに売り切れとなっている。しかし、セール終了後は、通常商品にさっぱり動きがなく、購買意欲はまだ感じられない。		
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・平日昼間の客の様子が、ガラッと変わっている。いつもは出張で来たサラリーマンなどスーツを着た客が多かったが、この頃は退職した60、70代の客が多い。ウォーキングシューズなどを探しているが、そういった商品の用意がないので、売上には繋がっていない。		
百貨店（営業企画・販売促進）	お客様の様子	・特売品や目新しい商品に客が飛びつく様子が見えることがあるが、それ以外は依然として厳しい。		
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・前月の残暑の影響で秋物衣料の需要が今来ていることと、地元プロ野球球団の優勝セールの影響もあり、売上は好調に推移している。しかし、基調に関しては依然として上向いていない。		

百貨店（販売担当）	お客様の様子	・前月下旬以降の来客数はまずまずであり、イベントスペースでの期間限定ショップの売上も好調であった。しかし中旬以降は来客数が減り、日々の予算目標を達成することが難しくなっている。月の前半と後半で、状況はかなり違っている。地元プロ野球球団の優勝セールや、翌月の優待イベントを待つ客も多いように感じられる。
スーパー（店長）	単価の動き	・食品関係の客単価は前年並みになってきているが、衣料品関係は非常に厳しい状況が継続している。また、前月末の反動で、たばこの需要が落ち込んでいる。
スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は前年同月比96%前後と低迷している。また、買上点数の改善も見られない。たばこは、増税に伴う値上がりによって、前年同月比40%ほどと低迷している。
スーパー（店員）	お客様の様子	・売上は微増であるものの、野菜価格の高騰が原因であるため、手放しでは喜べない。
スーパー（店員）	単価の動き	・単価の動きは前月と変わらず、良くもなく、悪くもない。
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は1.2%減少している。客単価も0.5%低下している。
スーパー（販売促進担当）	単価の動き	・チラシ商品のなかでも、低価格を強調した目玉商品のみ動きが良い。客が価格に対して敏感なのは変わらない。客との会話でも、景気の良い話題は聞かれず、景気が良くない、先が見えないといった厳しい話題しか出てこない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・既存店におけるたばこを除いた売上は、前月と同様に前年同月比100%を維持できている。来客数の前年同月比を前月と比較すると3%減少しているが、たばこ購入者が前月は多かったためと判断しており、景気そのものは変わっていない。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・たばこ値上げ前の特需は、9月末で終了している。売上は、前年同月をクリアできていない。
コンビニ（店長）	単価の動き	・客単価の低下傾向は止まっていない。来客数は前年同月よりも多少増えているものの、客単価は下がり続けている。値上げに伴い、たばこの販売量も減少している。
衣料品専門店（経理担当）	単価の動き	・前年同月比でみて、来客数は増加しており、売上は横ばい又は微減である。客1人当たり単価の下落傾向は、まだ続いている。ただし、大幅な下落というわけではない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金の終了に伴う反動減は、まだ続いている。来客数、販売量共に少ない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数の前年同月比は高くなっているものの、前年は新型インフルエンザの影響で、来客数が激減したことへの反動である。来客数は、春以降横ばい基調が続いている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価は相変わらず低い。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今年の10月は、前年と比べて土日が1回多いため、来客数がある。来月はこの反動があることが予想される。
観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・前年同月の売上の落ち込みが3割減と激しかった分、今月の宿泊、一般宴会の予算目標比は、まずまずである。食堂は、個人宿泊の伸びに伴い、良く見える。ただし、一般客は昼も夜も悪いため、楽観視はできない。
都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・自動車レース、COP10や様々な学会の開催の影響で、来客数は増えている。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・季節商材の売行きは、旅行の直前の申込が多くなっている。間際の申込のほうが安くなるといった考えからなのか、旅行1か月以内の手配に追われている。本来ならば今の時期に売れるはずの紅葉ツアーや、これから申込が始まるスキーツアーの動向は、さっぱりである。景気の良い時期には、長期旅行の計画があったり、早く申し込まなければ良い条件で取れないという事情があったりするが、今は直前でも空いている。

	タクシー運転手	お客様の様子	・名古屋市内ではCOP10、プロ野球のクライマックスシリーズ、日本シリーズが開催されている。試合開催日の利用客や、COP10関係者が名古屋市内のホテルから利用する客が多く、売上もあった。ただし全体で見ると、まだまだ昼も夜も空車であふれている状態であり、良くなってはいない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・半年以上も前から、繁華街の客は減っている。終電が終わっても人出は少なく、人よりもタクシーのほつが多いほどである。とにかく悪い。
	タクシー運転手 通信会社（企画 担当）	来客数の動き 販売量の動き	・タクシー利用客数は減少している。 ・競争が激しくなり、解約数も多くなっている。新規契約では、低価格サービスの選択が一段と顕著になっている。
	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・客の反応をみても、景気動向は何も変わっていない。
	通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・新サービスの開始から1年以上経ったが、利用者は順調に増えている。ただしその反面で、従来サービスの利用が減少している。全体としては、減少傾向にある。
	テーマパーク （職員）	来客数の動き	・わずかに持ち直しているように感じるものの、来客数は少し低調に推移しており、あまり変化はない。
	ゴルフ場（企画 担当）	来客数の動き	・ここ数か月間は、前年同月比で来客数、売上共に減少傾向が続いている。今月の来客数はほぼ前年並みではあるが、売上は予算目標比、前年同月比共に下回っている。気候的には比較的良好な日が続いており、天候要因ではない。
	美容室（経営 者）	お客様の様子	・客から景気が悪い話は聞かれないが、あまり利用されていない。客にレジャーや余暇の過ごし方を聞いてみても、目立った動きはない。
	美容室（経営 者）	来客数の動き	・夏場は客足が遠のいていたが、10月に入っても上旬は芳しくなく、20日を過ぎてから少々良くなっている状況である。
	その他サービス 〔介護サービス〕 （職員）	販売量の動き	・酷暑の影響でレンタル解約が例年より増加するという状況が長引いていたが、ようやく落ち着いている。しかし、販売量は伸びておらず、じり貧状態にある。
	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・停滞状況は変わらず、横ばいが続いている。
	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・以前と変わらず、客の新築住宅への購入意欲は弱い。
やや悪く なっている	商店街（代表 者）	来客数の動き	・来客数が、本当に少ない。新商品を販売しPRにも努めているが、来客数が極端に少ないため、販売量や売上に反映していないのが現状である。
	一般小売店〔自然 食品〕（経営 者）	来客数の動き	・新規の来客数は、9月までの暑い期間と比べれば増えている。しかし、全体の来客数は、特に平日で1～2割減っている。
	一般小売店〔薬 局〕（経営者）	来客数の動き	・天候不順のせいもあるかもしれないが、客には購買意欲が見られない。セールを打っても、2～3日間は客の動きがあるが、その後はばたっと止まる。薬局では夏ばてと季節の変わり目の体調悪化があって本来は良くなってよさそうであるが、実際には暇である。処方せんの調剤部門は、なんとか安定している。
	一般小売店〔生 花〕（経営者）	来客数の動き	・週末や月末を除く平日の来客数は、2～3割減っている。必要がない限り、来店してくれない。
	一般小売店〔贈 答品〕（経営 者）	お客様の様子	・10月は婚礼、運動会など様々な行事があるが、記念品、景品などの消費は冷え込んでいる。贈答をする場合でも、経費削減のため、贈答品店での景品類の買上は激減している。
	一般小売店〔食 品〕（経営者）	販売量の動き	・暑さはようやく少しずつおさまってきているが、例年と比べると気温はまだ高めに推移している。今になって体調を崩している客もあり、購入量、客単価共に低い状態が続いている。農産物も品質の割には高値が続いており、客は必要最小量で間に合わせる状況にある。景気回復には程遠い。

百貨店（販売担当）	お客様の様子	・客の購買基準は、非常に不明確になっている。その背景には景気の先行き不安や気候、事件・事故等への不安がある。安心して生活できない状況からは、新しい優待への需要は生まれにくい。地元プロ野球球団の優勝セールで売れたのはセール品ではなく定価品であったことから、客は気持ちを明るくしてくれることを切望している。
百貨店（販売担当）	お客様の様子	・秋になってもなかなか気温が下がらず、客は秋冬物を買おうという気持ちになっていない。その結果、イベントなどで集客があっても、売上につながらない。自動車関連企業に勤める人が多い土地柄も、販売不振につながっている可能性がある。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、デフレと円高が続いている。スーパーでは、野菜価格は相変わらず上昇しているが、その他の商品は安くなっている。消費者は節約に努力しており、少ない手取り給料で家計の収支を合わせているのが現状である。サラリーマンは昼食にお金を使わず、店は客の取り合いになっており、昼食の単価も下がり続けている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・価格競争のため、最近では驚くような価格を打ち出した新聞広告チラシが、毎日のように入ってくる。売上を確保するための広告であるが、今まででは考えられなかったような単価も出てきている。
コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・9月のたばこ特需の反動もあるが、主力の弁当、おにぎりの販売が伸びていない。来客数も前年同月比で10%以上も少ない。拡販策を打っても、ある分野の商品が売れても別の分野の商品は落ち込むため、全体の売上は伸びてこない。自動車生産が落ち込んでいるが、関連企業の状況も悪いのではないと思う。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・集客のために価格を下げて、やっとのことで来客数を確保している。しかしそれ以外では、必要な商品、安い商品しか買わない風潮がある。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・エコカー補助金が終了してから1か月が経つが、新車を購入しに来る来客数は前年同月比で70%にまで落ち込み、閑古鳥が鳴いている。サービス工場への入庫数で補ってはいるものの、正直なところ、予想以上の落ち込みである。
住関連専門店（営業担当）	単価の動き	・持ち家住宅は持ち直しているものの、公共工事、民間企業の設備投資が減少している。
一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・今月中旬から、来客数は激減している。頼みの金、土曜日の売上も平日以下となっており、深刻である。サッカー日本代表戦やプロ野球のクライマックスシリーズの放送中継があると、来客数は見事に減る。とにかく今月はひどい。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・9～10月の一週間ごとの宿泊者数は、前年と比べて伸び悩んでいる。2～3か月前と比べても、来客数は減少傾向にある。
都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・稼働率はそれほど落ちていないが、予約が宿泊間近になって入ってくる状況になっている。早くから旅行を計画しているとは思えず、景気は悪い方向に動いている。
都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・円高の影響により、製造業からの需要が非常に悪い。全体的に自粛ムードがまん延している。
旅行代理店（経営者）	単価の動き	・高価格商品が売れていない。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・円高の影響がかなり出ており、輸出関係の企業では様々なコスト削減を行っている。出張をテレビ会議等に置き換えたり、格安航空会社へ乗り換えるなどしている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全体の売上は伸びておらず、前年割れの状態にある。
旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・10月は行楽シーズンで、例年来客数は増える。今年は円高のため海外旅行客はそこそこ来店するが、国内旅行客の伸びがあまり良くない。
観光名所（案内係）	それ以外	・客はお金を使わなくなっている。
パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数が低迷している。

	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客からは、仕事は増えているが給料は増えないとの話を聞く。
	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・ホームケアセットを8月、9月に集中して販売した反動で、今月の売上は少なくなっている。
	設計事務所（職員）	お客様の様子	・現場で話を聞いてみても、非常に厳しいとの声が多い。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅展示場への来場者数は、減ってきている。住宅版エコポイントの1年間の期限延長の発表が早すぎたこともあり、拍子抜けしている。
	住宅販売会社（企画担当）	競争相手の様子	・市内にハウジングセンターを設置している大手ハウスメーカーは、以前は10数社あったのが、今では4社になっている。来客数もほとんどない状況が続いている。このままではハウジングセンターは全て閉鎖される。
悪くなっている	一般小売店〔書店〕（経営者）	販売量の動き	・8月ごろから、すごく悪くなっている。先月の悪さはたばこの値上げに伴う一過性のものかと思われたが、今月も引き続き良くない。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が少ないのみならず、客単価も低い。
	スーパー（店員）	販売量の動き	・ここ3か月間、悪い状況が続いている。今月は、客の消費量が更に減っていると感じる。
	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・9月のたばこ特需の反動もあるが、客単価の低下に加えて、来客数も減少している。円高により製造業の冬の賞与は厳しく、来年夏の賞与も大幅な減少になることが予想される。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・たばこが全く売れていない。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今月はたばこの値上げの影響により、来客数、売上の減少が予想されたが、来客数は想定以上に減っている。たばこ以外の売上也減ってしまっている。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・例年この時期は、来客数、売上単価共に下降線をたどる。しかし、今年の10月は特にひどい。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少に単価の低下が加わって、売上は伸びていない。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・気温が徐々に下がり始め、来客数は増えると思っていたが、客の反応の悪さは想像以上である。売上を増やそうとするよりも、仕入れを減らして、自衛している。
	衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・身の回りでは、倒産、廃業が増えてきている。仕事も不定期で、急に忙しくなったかと思えばすぐに暇になることが繰り返している。寒くなり冬物が動き始めて一時的に忙しくなるが、それも一時的でしかなく、悪い状況が続いている。
	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、車を見に来る客は一気に減っている。また、販売台数も激減している。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月の受注は前年同月比50%台にまで落ち込み、販売量も同様に推移している。個人客との商談件数を増やすことがなかなかできないため、法人リース契約の台数が目立つようになってきている。個人需要は大きく後退し、きっかけがつかめないでいる。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・覚悟はしていたものの、自動車業界は最悪の状況にある。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前月以降、販売台数は大幅に減少している。今月は更に厳しくなり、前年同月比50%程度の販売台数で推移している。当店始まって以来の厳しさである。
その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・来客数、客単価共に、前年同月比で大幅に落ち込んでいる。政権交代後、景気はますます冷え込んでおり、販売が上向き気配は全くない。	
その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・客は、どうしても必要な物ほできるだけ安い店を探して買い、衝動買いは絶対しない様子である。	
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の財布のひもは本当に固い。今の客は無駄遣いせず、バス、電車が動いている時間に早々と帰る。	
スナック（経営者）	来客数の動き	・繁華街の人通りは少なく、1人当たりの単価も低下している影響で、売上は前年同月比3割ほどにまで落ち込んでいる。飲食業界では、客は単価が安い店に集中しているように思われ、チェーン店には太刀打ちできない店も多いと思われる。	

		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・円高傾向であるにもかかわらず、個人の海外旅行客数は増加していない。円高を利用して海外旅行するところではなく、個人消費の減少は顕著である。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・景気の良い話はなかなか聞かれない。客は相変わらず、安い理容室へ流れている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・販売価格を下げても、なかなか売れない状態である。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・受注量は相変わらず好調であり、前年同月比15%増加している。残業時間も、リーマンショック前の水準に戻っている。ただし、多品種少量の傾向が著しくなり、利益率は低下傾向にある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注残が増加している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・アジア圏の貨物移動が活発になっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・前月まではチラシの数量が一段と落ち込んでいたが、今月は前年並みにまで回復している。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・競争激化に伴う値引きにより、低価格に魅力を感じる取引先が多くなっている。
		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、アジアからの引合件数は毎月10%程度増えてきており、設備需要が大きくなっている。しかし、円高が続いているため、円高差損で利益はほとんど消えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の12月までは、取引業界の設備投資が安定しているため、大きな変動はない。
		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	・取引先の下期の予算により、新規案件は若干増えているものの、例年の傾向と比べて大差はない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・新規の設備投資が始まったが、ペースは緩慢である。
		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	・10月の受注額は、7月とほぼ同じである。もっと落ち込むと予想していたが、今のところは堅調に推移している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産業では、依然として厳しい状況が続いている。当面状況は好転しない。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・あまり良くない話題が続いている。年末に向けても、それほど変わらない。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物量は前々年並で推移しているが、商品単価の下落によって、運賃収入は減少している。
		輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・荷物の発着個数は順調に伸びているが、単価が低下しているため、経費は荷物量の増加分だけ増加している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・今月の荷物の動きは、3か月前の動きとほぼ変わらない。波もなければ谷もなく、平坦な動きである。
		輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上の3か月前比は、前年同月が0.3%減、今月は1.1%増であり、1.4%ほど改善されているものの、横ばいに近い。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・9月に半期決算を迎えた取引先企業からは、数字上では回復の兆しが見える。しかし、投資に対しては、まだまだ積極的ではないと感じている。景気はまだ変わっていない。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・大手企業の業績は、回復傾向にある。部品メーカーや二次、三次の下請業者の業績は、引き続き厳しい。コスト削減のしわ寄せが下請企業に向かっており、景気が良いとは言えない。
		不動産業（開発担当）	競争相手の様子	・最悪期からは若干改善した状態のまま、足踏みが続いている。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・オフィスの引き合いも来ていないが、家賃の値引き交渉も来ておらず、悪い状態のまま変わっていない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・取引先からの引合は多少あるものの、値引き要請が結構ある。そのため、利益にはつながらない。
		行政書士	受注量や販売量	・出荷量は依然として少ない。

		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・仕事量は増加しているものの、単価が低く抑えられているため、利益には結び付いていない。黒字決算の法人も少しあるが、大多数は赤字決算である。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・受注量、売上は、ようやく例年並みに上向いてきている。しかし価格は、通常よりも低下している。
やや悪くなっている		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	競争相手の様子	・段ボール製品全般の受注量が、減少している。受注ロットも少量化している。野菜、果物などが不作のため、段ボール箱の数量もかなり減少している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	取引先の様子	・円高の影響のためか、取引先全般が悪くなっている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー補助金の終了により、生産調整が発生している。その影響が見られる。
		化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・上半期と比べて、受注や売上の動きは低調である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・食器、タイル、衛生陶器等の販売に影響を与える住宅着工件数が年間100万戸を切り70万戸台で推移していることに加えて、政府の景気刺激策も底をついている状況にあり、窯業界は下降の一途をたどっている。
		金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・採算が取れるとは思えない価格提示が多いなか、それでも同業他社は仕事を取っていく。
		電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・エコカー補助金の終了に伴い、落ち込んでいる。非正規雇用の解雇が実施されたという話も聞いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地域の主力産業である自動車の減産を始めとして、主要な取引先の動向に変化が見られ始めている。慎重な生産計画により、受注見込みは弱含みである。ただし、工作機械関係は例外であり、底堅い。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー補助金の終了や円高の影響がある。ただし、海外需要がおう盛であるため、当初想定していたほどには、生産量は落ち込んでいない。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・競争が激化し、見積依頼は多いが、契約にはなかなか至らない。その結果、運賃単価は全体的に下落傾向にある。
		金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・エコカー補助金が9月上旬に終了して以降、国内の自動車販売が減少し、自動車ディーラーの資金需要は低迷している。自動車部品メーカーの生産も減少しており、設備投資意欲は低調である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・土地取引は、全くみられない状況にある。売り物件は確実に増えているが、成約に至らないケースが多くなっている。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・中小企業ではほとんどが同族株主が占めているケースが多く、役員報酬等は自分達で決定している。かつては、サラリーマンの給与とはかけ離れるほどの報酬であったが、最近では減額が多く見られる。報酬を下げなければ経営が成り立たないためか、赤字幅を何とか縮小しようする傾向が見られる。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・問い合わせや受注の動きは、多少出てきたかと思っていたが、また鈍ってきている。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・円高により、各社は設備投資に対して非常に慎重になっている。すべての業種で、減益に入りつつある。当社も2割程度の減産になっている。	
悪くなっている		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月後半から、販売量は約2割減少している。エコカー補助金の終了と円高によって、国内の製造業の落ち込んでいることが影響している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量の減少に加えて、販売価格の低下も顕著である。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・短期の営業資金が用意できないことによる、資金繰りの悪化が目立ってきている。そのため売却を急ぐものの、なかなか成立しない。
		公認会計士	それ以外	・顧問先企業の業績が悪化している。冬の賞与額は、前年冬や今年夏の賞与と比べて減少見込みとなっている企業が多い。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・取引先企業では、研究開発ニーズの広がりを見せ始めている。

	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・中小企業では、正社員採用の求人が増えている。
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・自動車部品メーカー、半導体メーカー、流通関連など、派遣社員の募集を再開する企業が、若干ではあるが出始めている。求人数の前年同月比は118%と、回復基調になっている。
	職業安定所(所長)	求人数の動き	・新規求人数の前年同月比は、3月以降増加傾向である。9月は大幅に増加しており、製造業の求人も大幅に増加している。
変わらない	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・求人ニーズがない状態が、1年以上続いている。
	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・企業の採用意欲には大きな進展が見られず、メーカー等においては海外シフトのあおりで、国内の雇用にコストを割けない状況にある。
	新聞社[求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・中途採用の求人広告は、製造業を中心に低迷が続いている。その一方で、福祉介護系の広告は定期的にある。しかし、全体量を押し上げるほどではない。下請の部品関係が多い中小の製造業では、円高の影響で国内生産に限界が出始めているため、生産の海外シフトを模索しており、新規求人には慎重になっている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は横ばい又は若干の増加傾向にある。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・有効求職者数は、5か月連続で前年同期を下回っている。新規求職者数は落ち着きつつあったが、ここ2か月間は前月を上回る状況にある。依然として高止まりが続いている。
	職業安定所(職員)	採用者数の動き	・新規求人数は、前年同月比で増加している。ただし、主にパート求人の増加による。就職件数も増加しているが、新規求職者も増加している。改善を示す指標と悪化を示す指標が混在している。
	職業安定所(職員)	雇用形態の様子	・正社員求人の割合の前年同月比は、9か月連続で悪化している。新規求人数の前年同月比は、2か月連続で改善しているが、正社員以外の求人の割合が高くなっている。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人増を示すような企業側の動きは、全く感じられない。
やや悪く なっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・秋のプライダルシーズンにもかかわらず、土、日の派遣求人数は5割ほど減っている。平日でも3割ほど減っている。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・エコカー補助金の終了等の影響により、非正規雇用の解雇が進んでいる。円高などの不安要素もあって、国内での投資は抑えられている。
	アウトソーシング企業 (エリア担当)	周辺企業の様子	・エコカー補助金が終了したことにより、製造業派遣は落ち込んでいる。
	新聞社[求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・新聞への求人広告量を見る限り、これまで回復傾向にあった当地区の求人数にはブレーキが掛かり始めている。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・各企業を訪問しているが、6、7月と比べて徐々に悪くなりつつある。8、9月からは、輸出企業において円高の影響が大きくなっている。
	民間職業紹介機関 (支社長)	求人数の動き	・求人数に大きな変化はないが、すぐに採用したいという求人は減少している。様子を見ながらの採用という実態になっている。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・企業の採用意欲は、減退傾向にある。
悪く なっている	-	-	-