

4. 南関東（地域別調査機関：（財）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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・8月はあまり物件がなかったが、話としては、案件が多く出てきている。9月以降に決定しているものがあるので、若干良くなる。
		コンビニ（経営者）	・近隣競合店の閉店に伴い、パブル景気となっている。しかし、天候が悪いと売上が非常に落ち込む等、不安定な要素が多い。
		旅行代理店（従業員）	・行楽シーズンに入るため、国内旅行の予約状況は前年比120%の受注率である。見積の件数や電話の鳴り方から、手ごたえがある。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税の延長が検討されており、住宅ローン金利が下がりつつある状況は、客の購入意欲にはプラス材料となる。新築の着工数は落ちると思うが、中古の取引とリフォームは年末に向かって増えることが予測されるため、景気はやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・高級住宅地を相手にしている当地域は、世間で言われているほど厳しくない。しかし、これほど毎日のように、原材料高騰等マスコミに不安をかき立てられると、心理的に冷え込むのは事実である。ただ、人々が遠出をしなくなったので、身近な非日常を味わえる当地域の出は絶えない。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・今後、諸物価の値上がりで物品販売業は厳しい。しかし、個人消費の環境は良くないが中高年の購買意欲が強く、工夫次第ではこれからも売上が期待できる。また、近くにスーパーが開店したことで、客の流れが変わると期待している。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・これ以上悪くなるということはあまり考えていないが、当社は官庁関係の注文がこのところ少しあったため、それなりに持ちこたえている状況である。店売りについては、天候さえ回復して安定すればもう少し戻る。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・米の消費が少しずつ増えている。お金のためではなく身体のためにという理由で、客に米をもっと食べてほしい。そう客に伝えていくことで、結果として売上を増やしたい。
		百貨店（売場主任）	・物価高騰による、衣料品を中心とした購買意欲の低下、買い控え傾向は今後も続く。
		百貨店（広報担当）	・地下鉄新線の開通で増加した来客が、必ずしも買上につながっていない。一方で客単価は上昇しており、客の買上率を上げることが重要であると認識している。また、9月のリモデルでは従来百貨店が弱かったヤングマーケットへの施策を打ち出し、女性顧客の心理にこたえるフロア作りを実践に移す。こうした新しい取り組みで、市場の期待にこたえていく。
		百貨店（営業担当）	・婦人服、服飾関連の秋物の売上が堅調に推移している。景気低下の懸念より、天候が比較的安定しており気温が低下しつつあることに起因している。原油高の上げ止まり感もあり、今後の景気はまだ不透明であるが、ファッション関連の動きに期待する。
		百貨店（販売促進担当）	・本格的な秋物シーズン到来だが、消費意欲が抑制気味のなかで、従来の訴求方法以上のアピールが必要となる。創業祭関連イベントを毎週実施し、顧客の来店意欲を向上させていくが、引き続き厳しい局面は継続する。
		百貨店（営業企画担当）	・衣料品等に改善傾向は見られるが、全体的に上向きになる力強さは感じられない。
		百貨店（業務担当）	・一時期に比べて様々な商品で値上げがあるといった話は少なくなっているが、一度上がった価格が原油が下がったから下がるかというところは、非常に不透明である。このように考えると、買い控えを含め余計な物は買わないという消費者の方向性は非常に大きく出る。今の傾向とあまり変わりようがない。
		百貨店（店長）	・消費者を取り巻く環境は、継続的株値の低迷、8月のガソリンの再値上げ、食料品を中心とした製品値上げ等、消費意欲を向上させる要因が見当たらない。消費全般に対する抑制感が更に強くなり、生活防衛意識はより高くなる。
		百貨店（副店長）	・ガソリン及び物価の高騰が、主婦の間で心理的に消費を大きく低迷させる要因になっている。
	百貨店（販売管理担当）	・物価上昇、景気悪化報道がもう少し続くと予測されるため、売上、来客数共に前年を大きく下回る状況が続く。	

スーパー（経営者）	・野菜は台風が無かったことで豊作になり、単価が安くなっており、鮮魚は原材料不足で高くなり、いずれも売上が低迷している。その他の物はそうでもなかったが、全体で大きな比重を占める鮮魚と青果が良くなかったので、あまり良くない結果となっている。これからも良くない状況は続く。
スーパー（店長）	・9月からは値上げの報道等があり、客が買い控えてなかなか買わないのが現状であり、年内は非常に厳しい。
スーパー（店長）	・今後も値上げが加速するなか、社会全般の景気停滞がはっきりしてきている。さらに、中国のオリンピック後の景気全体が日本に与える影響の度合いも少なくない。
スーパー（店長）	・郊外型の大規模ショッピングモールが秋以降2店舗オープンする予定になっており、既存店も含め商圏内の客の奪い合いになる。
スーパー（仕入担当）	・原油、原料の高値は続いており、農業、水産、酪農において、コストは掛かるが高く売れないため、廃業する所が増え、ますます物の仕入れが困難になってくる。
スーパー（統括）	・客の1回当たりの買上点数と買上金額について、点数も伸びず、トータルの買上金額も伸びていない。なかなか前年の売上まで行く見込みがない。
コンビニ（経営者）	・店の売上は若干良くなったが、人件費等その他もろもろを考えると、利益としては下がっている。買い回り品の店なので、来客数及び販売量は変わらないが、徐々に買い方が悪くなっていく。
コンビニ（エリア担当）	・タスポ効果もややダウン気味であり、また競争店の上期末集中出店の影響が今後考えられる。
家電量販店（経営者）	・景気の先行き不安感から、消費者は生活必需品以外の耐久消費財購入を控える傾向が顕著に出てきている。猛暑、オリンピック効果という特殊要因が無くなり、製品購入の後押し要因が無くなる。
乗用車販売店（販売担当）	・原油高でユーザーの原価コストが上がり、また、マンション等の建築が相当落ちているため、輸送量が減っている。また、環境確保条例の規制の中で、車の買換え、またはPMクリーナ（粒子状物質減少装置）の取付け等に経費が掛かるにもかかわらず、運賃が一向に上がらない。運送業界では当分の間このような厳しい状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・今年の秋は婚礼の受注状況が良く、レストランや、今後発生するのではないかとされる宿泊の落ち込みをカバーできると感じている。また、一般法人の宴会は前年並みに受注できているので、変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・全体的に景気があまり良くないこともあり、最近婚礼の新規来客数が非常に少なくなっている。将来的にも、かなり厳しい状況にあることは間違いない。
タクシー（団体役員）	・景気が上向く状況が見えない限り、契約企業や一般利用客の交通費の節約傾向が続く。また、今の供給過剰状況が改善されない限り、好転は無い。
通信会社（経営者）	・デジタル化はかなりのスピードで進展する。当社はケーブルテレビの会社であるが、デジタルコースの加入者は今後増えてくる。
通信会社（営業担当）	・地価が下落傾向にあり、マンション販売不振ももう少し続くと思われる、我々ケーブルテレビ業者にとっても入居のタイミングでの加入チャンスが少なくなっている現状が続く。
通信会社（営業担当）	・顧客が消費を控えている。集合住宅の空室が多く販売対象者が減少したため、加入件数が伸びない。
通信会社（営業担当）	・当社ではデジタル化率70%、多チャンネル化率20%となっているが、2011年までは現状のペースでテレビ、ネット、電話の獲得は計画どおり推移する。
通信会社（企画担当）	・デジタル化の普及は追い風、オリンピック終了は向かい風である。
通信会社（営業担当）	・北京オリンピックは終わったが、年末に向けてデジタル移行に伴うテレビの切替えが予想され、デジタル対策としてケーブルテレビの需要は今年並みを確保する。
通信会社（支店長）	・2年前に始まった割賦契約が一巡し、年末から機種変更の需要が上向きに増加する。
ゴルフ場（支配人）	・秋の来場予約が良くも悪くもなく、70%程度の状況である。
パチンコ店（経営者）	・8月中旬ごろ、オリンピックの影響もあり夜の来客数が減っている時期もあった。しかし先行きについては、洞爺湖サミットが終わってから大分緩ち、新しい台や機械も入ることから、それほど上がりも下がりもしない。

	その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・ある家庭用ゲーム機本体が一時売り切れとなった。台数自体が少ないのでインパクトを与えるほどではないが、業界活性化にはなる。3か月後は、繁忙期と称される夏季商戦とクリスマス商戦の端境期になるので、さほど変化が起きると思えない。
	その他レジャー施設 (経営企画担当)	・客の消費の厳選ぶりは、強弱の違いはあるがここ数年続いている現象であり、今後も続く。企業としていかに顧客ニーズの高い商品、サービスを提供できるかにかかっている。
	住宅販売会社(従業員)	・土地価格が落ち着き流通しないと、住宅販売は厳しい。また、建築資材の価格の値下がりがないと、住宅促進は厳しい。
	住宅販売会社(従業員)	・今月も売れることは売れたが、そのうちの半分が損切りで売ったというのが現状であり、今後も続く。今後も価格のところでかなり落ち目が入ると思われるので、現状と変わらない。
やや悪くなる	商店街(代表者)	・生活関連商品の値上げがあるという情報があり、ガソリンの値上がりはやや止まり、下がりつつあるようである。しかし、消費者が生活防衛型になり、消費に対して非常に慎重になっていることから、景気の回復はなかなか難しい。
	商店街(代表者)	・本当に客は価格に敏感で、イベントを共同で行っても商店街にお金を落とさず、安い物を買っている大型スーパーへ行く。この傾向は日を追って厳しくなっていくように思われるので、小さい店は価格競争の狭間に入って、今後とも苦闘していく。
	一般小売店[和菓子] (経営者)	・まだまだ食品やいろいろな値上げがあり、消費者の買い控えが止まらない。
	百貨店(総務担当)	・秋物衣料の需要に期待したいが、政府の効果的な景気てこ入れ策、劇的な原油の値下がり等がなければ、消費者の購買意欲は上昇しない。
	百貨店(企画担当)	・消費者は、様々な価格の高騰が、地球環境を始め元には戻らない構造的要因によるものにとらえているようで、消費に対して慎重な態度が継続する。
	百貨店(営業担当)	・物価上昇の報道が多く見られ、消費者マインドに影響を与えている。特に9月からの値上げについて、その後の動向に不安が残る。食料品については現状大きなマイナス影響はないが、歳暮需要に不安がある。また、商品単価がアップする衣料品秋物需要についても、現状のままで推移すると、購入点数の減少は大きく売上減に影響する。しばらくの間は楽観視できない状況である。
	コンビニ(経営者)	・ガソリン関係の値段が全体的に客数を制限している。今後も非常に厳しく、あまり期待を持ってない。
	コンビニ(店長)	・たばこによる現象は景気回復の底力として、まだ期待できる状況ではない。
	衣料品専門店(経営者)	・客のターゲットを50代、60代の婦人にしていく。おしゃれ物の売上のウエイトが非常に大きいのだが、だんだん財布のひもがきつくなっていくとみられる。
	衣料品専門店(経営者)	・長期予報では9月の気温等気象に不安材料が多く、秋物商戦が難しい衣料品については、値上げは無いが、客の購入がかなりシビアになる雰囲気である。
	乗用車販売店(販売担当)	・8月はお盆の月であったせいか、来客数も少なく、販売台数もあまり伸びなかった。今後も、若者の自動車購入に関する意識が薄れ気味なので、あまり期待できない。
	乗用車販売店(渉外担当)	・購買が順調なハイブリッド車の値上げが目前であり、燃料から消費財価格の不安定な状況は解消の見通しも立たず、購買魅力低下と商品全体の買い控えにつながる懸念を持っている。後半は新商品投入の話題もあるが、厳しい環境のなかで販売増の課題として一層の顧客囲い込みが必然である。
	住関連専門店(統括)	・毎月のように様々な物の価格が上がっていくと、衝動買いや無駄な物を買うということがなくなる。客は必要以上の物を購入することがなく、販売する側も厳しい数字が続く。
	その他専門店[眼鏡] (店員)	・高額品の売上が極端に悪化しており、客単価と来客数の減少傾向が今後も続く。
	都市型ホテル(経営者)	・結婚式の獲得が、同業他社の進出等もあり非常に減少している。それを一般の宴会会でカバー出来ない状況で、この秋を迎えなくてはならない。非常に厳しい状況が続く。
都市型ホテル(支配人)	・先行受注状況も、前年との比較で悪化している。	
旅行代理店(従業員)	・原油高騰により、パッケージ等の予約の伸びが悪い。	

	旅行代理店（従業員）	・原油高で観光バスの料金や飛行機の航空運賃が上がり、客が旅行を控える。
	タクシー運転手	・ガソリンの値上げや物価の値上げの影響で客が激減している。今後、良い方向には向かわない。
	通信会社（営業担当）	・オリンピックによる需要が一段落し、支出を抑える動きが強まることで解約数も増加していく。
	通信会社（総務担当）	・競争相手、競合会社が新商品を開発し、8月からサービスを開始している。商品力が強化されており、当社には脅威である。
	競馬場（職員）	・例年の傾向では、8月をピークにして、9月以降は売上、来客数等が減少する。8月の状況を踏まえると、一段と落ち込む。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2学期からの応募者数が、前年比15%マイナスになっている。
	その他サービス〔結婚式場〕（従業員）	・宴会で、予約時の予定人数から実際の人数が半数以下になる客が増えている。料理も予算が無いとの理由から、内容にこだわらない客が多くなっている。単価アップが見込めないため、売上も落ちてくる。
	設計事務所（所長）	・不動産関係、建築関係の倒産も増えてきており、まだしばらく倒産が続くそうである。設計業界においても計画物件の中止等かなり出始めており、先行きが不安材料のみである。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン控除が今年一杯で終わると新聞等でもいわれているが、継続される見込みが強い。今のような経済情勢の中で、客はじっくりと検討するようになっており、売上の見込みが立ちにくくなっていく。
	住宅販売会社（従業員）	・倒産が続く事での信用不安がある。
悪くなる	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・競合店が増え続ける。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・茶の売上が低迷してきているのも事実だが、利益率も低くなり、ますます景気も下降してきている。仕入れコストの上昇はもとより、原料、包材費、物流コスト等、すべてのコストが上がってきている。今後、茶の値上げが客にどのような影響を与え、売上減少に結び付けていくかが、懸念される。
	百貨店（広報担当）	・いまだ堅調な食品も、相次ぐ食品価格の高騰等から、今後は単価上昇による販売量の減少、売上の減少傾向が見え始める。生活防衛意識が極限まで達したと考えられ、よほどの契機がない限り、他の品目が上昇傾向に転ずるとは考えられない。
	百貨店（営業担当）	・この春夏の商戦が振るわず、在庫も残り、メーカー側が秋冬物に関しても在庫アイテムを相当絞っている。当然売る物も少なく、売上が上がる見込みがない。
	スーパー（統括）	・ガソリン、諸物価高騰、政治不信による先行き不安感等で、ますます財布のひもは締まる傾向にある。
	スーパー（統括）	・原油、穀物の高騰で、食品関係の各商品も随時値上がりを余儀無くされている。こうしたことを考えると、消費の低迷が一段と進み、景気はより低迷する。
	コンビニ（経営者）	・値上げが続き、客足が大型店、ディスカウント店に向かい、来客数、客単価共に低下することが確実である。
	衣料品専門店（次長）	・原料の高騰が改善されず悪化傾向にあるため、価格転嫁を行なうも、それを上回る経費上昇は避けられない。
	乗用車販売店（総務担当）	・明るい材料が見受けられない。収入が増えて購入意欲が増せば違ふと思うが、時期的に収入が増えるわけでもなし、今後どうなるのが気が遠くなる。
	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・また値上げがあり、特売が組みにくくなっている。客は日用品に対しては非常にシビアなため、価格に敏感な客は競合大手に行ってしまう恐れがある。
	その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・原油価格高騰による車来場者の減少や客単価減少、来場頻度の減少傾向が見込まれる。
	一般レストラン（店長）	・今後2、3か月先もなかなか明るい材料が見つけれない。客の雰囲気も良くないため、今月は非常に良くなかったが、それが2、3か月先まで続く。
	旅行代理店（従業員）	・原油価格の高止まりの影響は、それが原因の燃油サーチャージの高騰による海外旅行需要への甚大な影響のみならず、航空会社の経営を圧迫しており、当社の収支にも大きな影響を与えていく。

		タクシー運転手	・かなり悪くなっている上に、依然としてまだ増車傾向であり、ますます不況になる。また、証券業界等今まで乗っていた客も不況のためか、最近は非常に慎重になってきており、ますます悪くなる。
		設計事務所（所長）	・いずれにしても、仕事量の激減と建築法の改正、並びに仕事量が少なくなったのに設計料率が全然上がる見込みがない。
		設計事務所（所長）	・いくつかの計画物件を出しているが全く前進していかず、先延ばしになる動きが続く。
		住宅販売会社（経営者）	・最近にはないくらい不況に陥っている。不動産市場が急激に冷え込み、金融機関の建設不動産業者への融資が閉ざされてしまった現状から、経営破たんする企業が増えてくる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・景気の回復が見られないなか、資材は高騰しており、購買意欲はなかなか上がってこない。倒産企業も増えてきていて、なかなかそれを打開する策はない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・原油や原材料の動向次第だが、今より下がって落ち着けば、客との話し合いに乗れるし、生産できる体制が整えられるので、期待を込めて、やや良くなる。
		輸送業（経営者）	・荷主との話し合いで、9月の半ば以降新しい受注が取れたとのことなので、それに期待している。
		広告代理店（経営者）	・沈滞ムードのなかで、秋以降の需要期での拡販をねらった商品企画に対して、主要媒体社が柔軟な姿勢を打ち出してきており、代理店側としても可能性を感じる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ふだんに比べて今月は、法人の得意先からの問い合わせや注文の電話の回数、流れてくるFAXの数が非常に少なかった。この状況は変わらない。
		輸送業（財務・経理担当）	・この状態がしばらく続きそうである。原油等が下がって来ないと転機が来ない。
		通信業（広報担当）	・小規模事業者は景気拡大期にほとんど恩恵を受けていない。そのため、景気後退期にもそれほど大きな影響は受けない。
		不動産業（経営者）	・建て売り等も値下げが続いているため、上昇の兆しが無い。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・取引先の様子や受注量に関してはやや悪くなるのではないかと予想しているが、今回政府の出した、中小企業の景気対策について方針を考えるとという内容の討議に期待し、変わらないとする。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後、印刷用紙、封筒以外の原材料の価格も値上がりするという知らせが来ている。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・原油価格が多少下がったとはいえ、値上げした原材料の価格を元に戻してもらえないわけではないので、転嫁できなかった部分の採算はいつまで経っても取れない状況が続く。
化学工業（従業員）		・9月に価格変更を実施するので多少の荷動きは良いが、その反動が2、3か月後にはあるので、良くはない。	
金属製品製造業（経営者）		・メーカー減産による受注減が長引き、現場に余剰人員が出てきた。社長を先頭に日々の仕事を追いかける状況が続く。	
一般機械器具製造業（経営者）		・今の状況で受注量が下がっている感じがするが、9月に入って新規受注の立ち上がりが見えれば、全体的な売上としては落ちない。ただし、これまでコンスタントに出していた物が何点かは1割から2割減ということで、相対的にはあまり良くない。	
電気機械器具製造業（経営者）		・仕事量が減っているのとたたき合いの値下げ競争が激しく、まともな値段で買ってもらえない。その上、安物ばかりが売れており、良心的商品を開発している会社には厳しい冬のシーズンになる。	
電気機械器具製造業（経営者）		・景気の見通しが全般的に悪くなっているために、一部、業界で設備投資をする得意先が控えめになってきている。これから先、選挙を控えて活発な需要はないため、当分下降線をたどる。	
輸送用機械器具製造業（経営者）		・景気が良くなるような材料がない。車関係もみな販売価格が値上がりし、国内では景気があまり良くないのでそんなに売れない。当社はトラックなので、中近東や東南アジア、ロシア向けの輸出が悪くなると大きく影響を受ける。今のところ、春先からそれなりに順調であったが、今後は良くなる材料がないため、少し悲観的である。	
その他製造業〔靴〕（経営者）		・購買力の無いところに、商品が大変厳しい競争のなかで展開されているので、大変苦勞している。そう簡単には良くなる見込みはない。	

建設業（営業担当）	・デベロッパー等の大型不動産業の倒産が相次ぎ、それに巻き込まれたゼネコンが引きずられるように倒産している。不動産業が低迷している以上は、建設業界の景気は上がっていない。
通信業（総務担当）	・現在の携帯端末価格水準とサービス料金水準では、消費者に購買意欲を与えない。各社共この水準を劇的に改善できる経営環境にないと思われ、買い控えは続く。
金融業（審査担当）	・製造業を中心に、原材料等の価格高騰で利幅が縮小傾向であるため、製品価格への転嫁に努力しているが実現が非常に厳しく、今後利幅は更に低下すると危惧している企業が多い。
金融業（審査担当）	・原油高、原材料費高騰の影響が大きく、減益や赤字転落している企業が目に付く。金融機関の融資スタンスは更に厳しくなることが予想される。消費マインドが停滞、企業の設備投資意欲も失せるなか、景気は悪化することが見込まれる。
金融業（支店長）	・小売業等の売上が下がっている。現実には物価が上がっているのに消費が縮小している。まだまだガソリンが下がらない。建設業等の原材料の高騰が各企業の利益を圧迫する。これらのことが解決しない限り、まだまだ景気は落ち込む。
不動産業（総務担当）	・事務系テナントの入居率は高水準で維持できる見通しはあるが、一部商業系テナントの中には、売上落ち込みが顕著になってきている所があり、やや厳しい。
広告代理店（従業員）	・取引先の車販会社で、ガソリンの高騰で売上が思わしくなく、宣伝等も若干縮小し始めている。
広告代理店（従業員）	・商品製作のための材料費であるポリエチレンが値上げしているが、売り価格に転嫁できないため、利益率が悪くなる。
税理士	・給与所得者の収入は前年割れしているのに、増税、物価高で処分所得はかなり減った感触がある。景気回復の見込みも薄い。
司法書士	・原油高が響き、また、銀行の貸出が伸びるとも思えない。
経営コンサルタント	・原油高から諸材料の高騰により、大手が設備投資を控えているため、関連する加工業者の受注が減少し、結果として消費者へも低迷が浸透しつつある。団塊の世代の消費支出に期待ができるが、特に必要なもの以外支出しない選別消費がされているので、商業においてもまだら模様になっている。
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・燃料費は値下がりの動きがあるが、原材料費等は値上げが告知されている。また、取引先の工場の閉鎖、統合、移転や稼働率も悪くなる様子が表面化してきており、売上も利益も圧迫される傾向にある。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・新築マンションの竣工予定時期が年度の変わり目に集中しやすい傾向があり、今月は引き合いが多くても今後、年度末までは受注件数の増大が見込めない。
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・更なる原料価格の高騰が考えられる。
悪くなる	・客は物価上昇の考えがあり、必要最小限の買物しかしなくなってくるため、売上に影響する。
食料品製造業（経営者）	・客は物価上昇の考えがあり、必要最小限の買物しかしなくなってくるため、売上に影響する。
繊維工業（従業員）	・一気通貫の産業であるニット製造業のうち、染色業界が危機に直面している。染色業では、染料価格が異常に高騰しているだけでなく、染料によっては、生産、供給に支障が始め、特に基本となる染料が入手困難となっている。各ニット製造業では、製品の製造コストの縮減だけでなく、製品そのものの確保に追われている。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・客先に何か打診しても、また提案しても、全く反応が鈍くて物が動かない様子である。
プラスチック製品製造業（経営者）	・顧客の海外生産シフトと、原料価格の上昇で、なかなか光が見えてこない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・原材料始め、資材から何からすべて値上がりし、客先の買い控えが明らかに分かるようになっている。今後もさらにその状況は続く。
金属製品製造業（経営者）	・今までの得意先の精密加工の仕事が少なくなっている。業種を変えて営業していこうと思っており、道路や橋脚の補強型や、建築法の改正で、補強関係の金物の金型等に仕事が出ているということなので、その金型を今始めたところである。
建設業（経営者）	・金融業が建築不動産業界に対して、貸し渋りをしている。
建設業（経営者）	・景気対策等でいかに早い対応が取れるか、今回の景気の低迷はかなり大きな問題になりそうである。建設業、不動産業の体力勝負で、企業はほとんど力を使い切っている。

		建設業（経理担当）	・今後、公共工事は改修工事以外発注はなさそうであり、民間工事も新しい案件はなかなか望めない。低価格競争の受注合戦も止まらず、材料費の高止まりもしばらく続きそうであり、受注量も利益率も下がるのは必然のことである。
		輸送業（営業統括）	・営業面でいまだ大型案件の受注がなく、売上が伸びる見込みがない。また、軽油が下がり始めている様子だが、まだ極端な落ち方ではなく、経費的にも厳しい。
		輸送業（総務担当）	・荷主からの輸送依頼が激減している。輸送量が確保できない状況で、燃油の高騰がそのまま続けば、採算割れは当然で、事業の継続ができない状況である。
		不動産業（従業員）	・他社の建売マンション等の売行き不振が非常に目立ち、今後続く。
		経営コンサルタント	・中小卸売業でも、中間決算の準備として上半期の数字をまとめ始めている。接触している企業の多くは減益、もしくはマイナスに転じている。川上からは値上げとリポートの見直し、川下では値上げ交渉の難航と、挟み撃ち状態である。各社ともこうした状況の原因は構造的な問題で、収益構造の改善は時間が掛かり、短期では難しい。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・採用を手控えても限界があるため、一定の減員が終わると再び派遣で人員を賄うことになると思われるが、当面は人員余剰感がある企業が多いため、先行きは暗い。
		人材派遣会社（営業担当）	・クライアントに先行きを聞くも、派遣スタッフの増員採用予定はほとんどない。派遣スタッフの質も高いものが求められている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・景気悪化により広告出稿が減少する企業もあるが、より効率的な広告媒体を求めた結果、当社の媒体を選ぶ企業も出てくる。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・毎年8月は、企業や店舗など盆休みなどの影響もあって求人広告の出稿は少ないのが常であるが、今年は大幅に減少していると同時に、秋以降に向けての問い合わせ件数も例年より減少している。今後も求人件数は前年の同時期に比べて減少傾向になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・いろいろな値上げが経営努力で吸収できる範囲を大幅に超えている。そうかと言って、ダンピング合戦になってしまっている掲載料金を値上げできず、業界は体力勝負になっている。近いうち、更に大きな業界再編が起こる可能性がある。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・コンピュータの専門学校だが、いくつかの専攻コースでは、8月上旬での内定率が94%以上となっており、100%のコースもある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業側の新卒採用者数に変化がない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・来年春に向け雇用形態の変更が加速されるため、派遣社員が減少する。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年今ごろの時期は、下期10月1日採用に向けて求人が増えてくる傾向にあるが、今のところ、その兆候が見られない。全く無いわけではないが、例年に比べるとかなり減少している。
		人材派遣会社（支店長）	・特需のあった前年と比較すると受注数が7割程度と減少し、登録者数の減少もあり、企業の要望に合う人材不足という観点から、売上がダウンする。
		職業安定所（所長）	・管内企業に対しヒアリングしたところ、企業収益の悪化等により求人意欲が大きく低下している。
		職業安定所（職員）	・数件の企業より雇用調整の相談等を受けている。
	職業安定所（職員）	・ここ数か月求人数は減少し、求人倍率も低下している。また、離職者も増加している状況にあり、今後は悪くなる。	
	職業安定所（職員）	・新規求職者が前年同月比10%と増加している。一方、新規求人数の減少は歯止めが掛からず、有効求人倍率も徐々に低下していく。	
	職業安定所（職員）	・求人数の減少、新規求職者数の増加、求人倍率の低下、就職数、充足数の減少、倒産件数の増加等、どの項目を見ても明るい材料は見当たらず、ここ数か月の動きを見ると、むしろ悪化の傾向をたどる。	
	職業安定所（職員）	・原油高や原材料高騰、値上げをしても買い控え等個人消費も低迷している状況にあり、企業収益の圧迫が続いている。新規求人数の減少傾向は当面続く。	
	職業安定所（職員）	・ここ3か月くらいの新規求人数及び有効求人数の減少傾向の、その幅の大きさが今後もかなり続く。	

	民間職業紹介機関（経営者）	・不急の採用は控える傾向である。企業側の求める採用条件や人間性のレベルが高まっており、採用決定数の減少につながっている。中途採用環境は、一段と厳しくなる。
	民間職業紹介機関（経営者）	・企業は全般的に売上が減っており、人も比較的慎重に採用しようとしていく。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・前年度同月獲得求人企業の採用意欲が減退しており、採用中止企業が増加していく。
悪くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・例年であれば8月中旬の夏季休暇明け以降、求人活動の動きが顕著に表れてくるのだが、今回の動きは非常に少ない。新規求人による人材採用ではなく、社内調整での動きが出ている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・相当ひどい状況が予想される。支店、営業所や店を閉めたり、中には廃業する会社やそういった話が續々と出ている。新しい事業展開を計画している所も、それをすべてストップしている所が多い。人数が相当数減って普通ならば募集するところを、募集しないで少なくなった人数でやるという会社も出ており、求人数自体はかなり激減する。