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	商店街（代表者）	お客様の様子	・買上点数が増えており、景気は下げ止まっている。
	やや良くなっている	一般小売店［土産］（経営者）	お客様の様子	・景気対策の高速道路料金引下げにより、休日のマイカー利用の観光客数は増加している。ただし、鉄道は空席が目立つ。また、平日は全体として減少といういびつな状況が続いている。全体的には、可処分所得から支出されるレジャー経費のうち観光地での消費額は多少増えている。しかし、天候不順はマイナス効果である。
		一般小売店［書店］（経営者）	来客数の動き	・来客数は、前年同月を10%ほど上回っている。売上は１人当たりの客単価が前年より悪いので、やや良くなっているという状況である。
		一般小売店［薬局］（経営者）	来客数の動き	・最近は高額商品もよく動くようになっている。隣接するスーパーでも生鮮品を中心に、客の動きは活発になってきている。市が実施している１冊11枚綴りで１万円のプレミアム付き商品券が結構売れている。ただし、店舗側の５%の負担は大きい。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・商品単価は低下しているが、売上点数は前年同月を上回り始めている。売上は全体に減少してはいるものの、点数は向上しているため、代替消費が浸透していることを考慮すれば、客の購買モチベーションは少し上がっている。以前は売上点数、商品単価共に悪化していたことを考えると、変化の兆しはある。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・景気の先行きに明るさが見えてきたこともあってか、この半年間には非常に少なかったまとめ買いが増えてきた。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・セールがスタートしている。担当するブランドは前年同月比85～90%の結果となる見込みであるものの、売場面積の縮小、ここ数か月間の販売動向と同じブランドの他店の売上を考えると、好調な結果である。 売場全体でも、ショップのセールが好調に推移したこともあり、７月最後の週末には数か月振りに予算を達成することができている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・３か月前から比べると、政府の施策の省エネ家電のエコポイント制度による経済効果があり、特にテレビの売上は前年を大きく上回っている。ただし、東海地区は梅雨明けしていない状況で、エアコン商戦は過ぎてしまっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー減税、補助金などの効果が出てきている。客の購入意欲は増している。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・エコカー減税、補助金の効果が出てきている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量が増えてきている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・販売量から判断すると、少なくとも上向きになってきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・国の減税政策と補助金により、販売台数は大幅に増加している。前年同月比150%を維持している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー減税や新車買換え補助などの施策が、ようやく客の間に浸透してきている。新型ハイブリッド車の話題性により来場する客も多く、店頭はある程度の活気を取り戻しつつある。それに加えてハイブリッド車以外のエコカーに対する関心も拡大しており、減税の対象車両と非対象車両の販売割合に大きな違いが生じてきている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・今から思うと、３か月前はかなり底に近かった。まだ、手放しで喜べる販売量ではないが、３か月前に比べると、販売量は増加している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・春先はインフルエンザ関連の影響で旅行申込の動きは鈍かったが、ここにきてお盆休暇を利用した夏休みの家族旅行の間際申込が増えてきている。安い商品が中心の申込であるが、５、６月と比べると確実に増えている。

		タクシー運転手	お客様の様子	・愛知県体育館で大相撲名古屋場所があったが、相撲人気のため、名古屋駅等から会場まで乗る客がよくあった。また、今月は雨が多かったが、途中で雨が降った日は営業回数が増え、売上はやや増えている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・天候が安定しないなか、来客数は前年と同じレベルで推移しており、良くなっている。
		テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・前年同月と比較して、入場者数が増加している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客足は悪くない。ハイブリッド車の販売が順調のため、自動車メーカーの社員の来場も戻ってきている。今後は年末まで微増となる。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・同業者や客の間では、廃業や事業の縮小が多々見られる。後継者が業容の転換を図るところも周りで幾人か出ている。来客数が、少しずつではあるものの減り続けている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・鉄道、空港関連の売店での販売量が、全くと言っていいほど伸びない。鉄道関連の売店では前年同月比15%、空港関連の売店では25%減少している。ただし、商店街関連の売店では、下げ止まり感がある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・前年に比べて雨が多く、週末の人出が少ないため、売上は増えていない。大相撲名古屋場所での集客数を見ても、売上につながっていない。
		一般小売店［電気屋］（経営者）	販売量の動き	・省エネ家電のエコポイント制度の開始で、少しは良くなっている。ただし、前年同月には及ばない。
		一般小売店［生花］（経営者）	販売量の動き	・景気が悪く、企業が葬儀の供花を控えている。
		一般小売店［酒類］（経営者）	販売量の動き	・飲食店向けの酒類飲料の販売量は、前年同月を依然として下回っている。
		一般小売店［自然食品］（経営者）	来客数の動き	・新規客の来店が増えることがなく、常連客が定期的に来店することで推移している。
		一般小売店［惣菜］（店長）	販売量の動き	・中元シーズンはピークを過ぎたが、一般客の動向はそれほど落ちてはいない。それに対して、法人客は件数、単価共に厳しくなっている。
		一般小売店［文房具］（店員）	単価の動き	・客は、本当に必要な物しか買わなくなっている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・景気後退の余波が続いていることから、既存客の囲い込みに腐心している。その結果、売上は相当確保できているものの、来客数は減少するという逆転現象が生じている。本来は７月の売上が、低価格志向のあおりを受けて前倒しで動いているという状況もあり、単月の動きで今後を展望する余裕はまだない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は１日からクリアランスが始まっており、来客数は少し多いようである。土日は、家族で来店しお父さんの靴を買うという客が多く、靴の試着用の靴下の貸し出しが非常に多くなっている。ただし、「セールはいつまでやっているか」と聞かれて「今月いっぱい」と返事すると、「まだやっているなら今日は買わない」と、見るだけの人も多い。また、平日の夕方は会社帰りの人が来店するが、今年は厳しく、やはり「今日は買わなくてもいい」と、見ていているだけの人が多い。セール商品の補充はしないと伝えても、改めて買いに来た時になければ買わない
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・一時の景気の悪さ、不況による行き詰まり感は薄れつつあるが、クリアランスの立ち上がりは期待したほどではない。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・天候不順もあり、まだまだ良くなっていない。ボーナスが減って消費者の所得が減少し、スーパーマーケットでは、ますます買得商品が中心になっている。全体的には、前年同月比で売上は減少しており、景気はまだまだ良くはなっていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数そのものに大差はないが、単価がますます減少する状況が続いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価は依然として95%前後と低迷している。特売時のまとめ買いや、第３のビールなどは非常に好調に推移している。梅雨明けの遅れにより、衣料品は非常に動きが悪く、早めに値下げしても処分できない状況である。

		スーパー（店長）	単価の動き	・１品当たりの単価、買上点数は共に下がったままで、変化がない。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・土用の丑などの企画があり、うなぎの売上がかなりあるが、その他の商品の動きはあまり良くない。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・商品単価を抑えて販売する以外に、来客数を維持する方策が見つからない。商品やサービスなどの画期的なノウハウが必要である。価格以外の客のニーズを創造していく必要がある。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・省エネ家電のエコポイント制度はあるものの、前年ほど暑い日もなく、エアコンは伸びていない。
		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来客数は増えたが、販売量は少なく、前年並みを確保するのがやっとである。ハイブリッドカーを口にする客もいるが、実際に購入するタイミングにない人は、会話をするだけで購入していない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量の動きは良くない。単価も、全体的にオプションの相場、店頭相場を見て安く設定しなければならない。少し動き始めてきた感じもするが、依然として厳しいことには変わりがない。
		その他専門店［雑貨］（店員）	お客様の様子	・給料日やボーナス支給日の後でないと、買物できない人が大多数であるということが、25日前後の売上の差からうかがえる。
		その他専門店［雑貨］（店員）	お客様の様子	・売行き、売上、客の動き共に、変わっていない。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・１人当たりの客単価が低下しており、販売量も減少している。
		一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・相変わらず来客数は変わらない。低いレベルで安定している。
		スナック（経営者）	単価の動き	・ボーナスが出そろった月とはいえ、給料やボーナス等が減少している客が多いため、客はシビアになっている。セールをしても、今までのような良い反応は得られなくなっており、繁華街はまだまだ静かな状態が続いている。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・個人の宿泊数は少し回復気味ではあるが、いまだに団体の日帰り宴会と宿泊宴会については回復の兆しがなく、今月も前年同月比で２割強の落ち込みとなっている。
		都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・特需もなく、２か月前と比べて変わらない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・売上は前年同月比で１割ほど減少している。調子はあまり良くなっていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜の繁華街専門であるが、夏のボーナス時期であるにもかかわらず、終電時間には人影はまばらになる。前年も悪かったが、それ以下である。非常に悪い。人出がない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・明るい兆しは多々見受けられるが、実績にはまだ表れていない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・今年１月から新サービスを開始したが、サービスエリアが小さいため、エリア拡大待ちの状態である。
		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・今月の入場者数は、３か月前と比べて良くも悪くもない。予算通り前年並みである。しかし、悪天候は、涼しい山間部のゴルフ場の入場者数を減少させている。冷夏になると、８月の入場者数も激減する可能性がある。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話中に、ボーナスがカットされた、全く出ないという話を良く聞く。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店間隔が延びており、来客数は前年同月よりも少なく、客単価も低い。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・今月も引き続き、ホワイトニング関係の商品の売行きが良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・前月と変わっていない。受注量は相変わらず少ない。
	やや悪くなっている	一般小売店［高級精肉］（企画担当）	販売量の動き	・中元商戦は不振である。ギフト商品も、早期割引などの値引き商品に集中している。

		一般小売店［酒類］（経営者）	販売量の動き	・天候が景気を左右している。ほとんど毎日雨か曇りで、気温も７月にしては低く、夏の気候にはほど遠い。夏休みに入っても、人出は例年に比べてかなり少ない。冷たいジュース、ビールなどの売上も低調である。天候の悪さが、今月の売上減の原因である。
		一般小売店［土産］（経営者）	販売量の動き	・明らかに動きが悪い。観光の入込客数そのものは増えているが、必要な物以外は一切買わない。
		一般小売店［贈答品］（経営者）	お客様の様子	・中元商戦では、個人、法人共に買い控えている傾向が強くみられる。エコポイントで買える自家消費は増加しているかもしれないが、贈答品、中元品は買い控える傾向が顕著に出ている。今後もそのように想定される。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は1.82%減少している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・当店は酒屋由来のコンビニであるが、特に今月、目立って悪いのは飲食店などの業務用生ビールの販売量の減少である。一般家庭の店頭販売のビール類の６缶パックの売上も良くない。消費者は金銭の余裕が全くない。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上は前年を大きく割っており、厳しい状況である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・単価の下落が続いており、月ごとに下がっている。今月からは、来客数の落ち込みも目立つようになっている。工場の稼働率は上がっているらしいが、周辺の店舗には波及していない。また、天候が悪いことも影響がある。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・なかなか梅雨が明けないこともあいまって、単価が低くなっている。飲料水、特にアイスクリーム、ジュース関係が全く動いていない状態である。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・タスポ効果による売上増が一巡したことに加えて、梅雨明けが遅れたこともあり、夏の主力商材である冷麺、アイス、ドリンク、おにぎり等の売上が減少している。前年来の不景気による売上の落ち込みは、回復の兆しもない。
		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。客単価の動きも悪い。
		衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・販売量は落ち込んできている。毎日定番で売れていた商品も、回復する兆しが見えたと思える日がしばらく続くこともあるが、１か月を集計してみると落ちている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・ボーナス支給額の減少により、客の財布のひもはますます固くなっている。ボーナスは年末に期待できるということで、財布のひもは固く、客単価を下げざるをえない。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・建築関係、それに関連するインテリア資材、工事関係は、持ち家住宅、マンション、民間の設備投資共に新築は手控えられており、厳しい状況が続いている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・静岡県東部でリゾートホテルを経営している。県外客は変わらないが、地元客による昼食、夕食利用が、前年同月比でそれぞれ70%、50%となっている。８月、９月、10月の３か月の予約状況を見ても、会食需要が非常に弱くなっている。地元の景気が停滞またはやや弱く推移しているため、消費支出は飲食に向かっていない。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・来客数が限られているため、そのなかでの競争は、単価の値引き合戦にならざるを得ない。単価が確保できないことが、一番大きな問題になりつつある。
		旅行代理店（経営者）	単価の動き	・客は価格に対して慎重に選ぶ傾向がある。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・夏の天気が安定しないため、旅行の需要は減っている。また、ボーナスが思ったほど出ておらず、来客数も減っている。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・販売量は、３割ほど減少している
		通信会社（開発担当）	販売量の動き	・光回線の申込数は頭打ちになってきている。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きが悪く、競合他店も含めて業界全体がやや悪くなっている。

	理美容室（経営者）	来客数の動き	・例年なら暑くなり忙しくなる時期であるが、来客数は少ない。
	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客の話によると、耐震改修の仕事はあるが、その替わりに新築がなくなっている。
	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・安価で良い物件しか売れていない。
	住宅販売会社（企画担当）	競争相手の様子	・最近の商談では、競合相手がかなり値引きをして契約を取っている様子である。そのため、利益率が悪くなっている。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築住宅を購入しなくても、中古で良いという人が出てきている。
悪く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・とにかく来客数が極端に減少している。したがって、販売量、売上が増えないのは当然である。客の様子を見ていると、生活に追われている様子である。当店の商品は生活必需品ではないが、客は生活必需品を購入しているため、当店の商品にまでお金は回ってこない。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の会社関係の人は皆、景気が悪いと言っている。
	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・百貨店にとって、中元商戦の最盛期である。前年末の歳暮商戦では全く受注がなくなった客が何件かあって、売上が大きく減少した記憶があるが、前年末には何とか贈っていた客でも、この中元から全く廃止するという客が増えており、外商客からの受注は20%以上も落ち込んでいる。これが、全体の売上を大きく減少させている。その他でもプラス材料はほとんどない。天候不順もあり、いよいよ深刻で、危機が増してきている。
	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・中元商戦の売上は前年同月比72%と思っていた以上の落ち込みであり、現在の景気が如実に表れている。お歳暮ならしなくてはいけないが、お中元はカットするという企業が散見され、大幅減となっている。特に製造業の大幅減が響いている。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・また中型店のオープンがあり、大型店、中型店との競争が激しく、中小企業の店はますます大変になっている。景気の悪さとのダブルパンチで、大変困っている。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・客の小売店では、来客数が少ないなどによって売上が立たず、困っている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は急激に落ち込んでいる。安売店、ディスカウント店に客が流れている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少が続き、落ち着く様子もない。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・天候不順のせいか、売上は前年同月を１割ほど下回っている。特に飲料水は２割近く減少している。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前年同月比で来客数、客単価共に15%ほど悪化している。来客数、客単価の落ち込みは、この２、３か月間で一番悪い。
	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・７月になって、客単価の落ち込みよりも、来客数の減少のほうが大きくなってきている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・うだるような蒸し暑さが続き、商店街には人気もない。バーゲンのポップを見ての来店は、ほとんどない。客単価の落ち込みはないが、来客数の減少が大きい。
	その他専門店［貴金属］（店長）	お客様の様子	・夏は時計、宝飾品が目立つトップシーズンであるが、ボーナスが出ているにもかかわらず、客の購買意欲は今一つ盛り上がっていない。定価販売が厳しさを増しているため、単価は非常に低下している。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数の減少幅が、再び拡大し始めている。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・世の中の経済、雇用の不安定のせいか、客の財布のひもは緩んでいない。
	都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・宿泊は、出張客が大幅に減少している。また、単価も平日、休日共に、大幅値引きをして何とか売っている状況である。レストランは、接待と思われる客がほとんどない。
	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・来客数は顕著に減少している。

		旅行代理店（経営者）	競争相手の様子	・夏の予約状況は前年よりも悪く、同業他社で契約社員の70名近くを再契約しなかったところが出ている。驚くほど低単価の旅行商品が出現して、利益率はますます悪化している。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・相変わらず景気の良い話題はない。また、客は安い理容室に流れてしまう。
企業動向関連	良くなっている	－	－	－
	やや良くなっている	紙加工品［段ボール］製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量は、幅広い業種で伸びてきている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注に急ブレーキが掛かった後、ある程度は持ち直している。ただし、元通りには至っていない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本格的な回復とはいえないが、引き合いや設備改造の注文は増えてきている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・計画と対比して、売上は若干ながら増えつつある。
		輸送用機械器具製造業（統括）	受注量や販売量の動き	・主力取引先の新製品がヒットし、受注は増えている。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・４月には休業日が４日あったが、今月はゼロである。それに加えて、ハイブリッド車関連の部品のラインでは、残業も発生している。また、関連会社の一部でも、派遣社員の再雇用が行われている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業種によって差はあるが、製造業の荷主の物量は概ね、徐々に回復してきている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・３か月前の売上の前年同月比はマイナス29.8%であったが、今月は同マイナス27.0%と若干改善されて、落ち込みに歯止めが掛かっている。前々月、前月と比べると良くなってきている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・荷物の動きは落ち込んだが、更に減り続ける感じではなく、逆に若干増え始めてきている。
	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	・この数か月間、受注量、販売量共に横ばいである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は３か月前と比較して18%ほどの増加傾向にあるが、経常利益はいまだ損益分岐点に達せず、引き続き厳しい状況である。
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注価格や販売価格の動き	・販売数量は回復傾向にあるが、同業他社による新規の低価格製品の売り込みが激しく、やむなく価格を下げざるを得ない。同業他社の採算を度外視したような低価格の売り込みに苦慮している。
		鉄鋼業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量、販売量は前月から底ばいの状況にあるが、競争や客からのコストダウン要請により、受注価格は少しずつ下落している。年初と比べると、価格は30%ほどの下落率を示し、今なお下げ基調にある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注高、操業度は、前月と同様に、特に建設関係が前月比マイナス25%と落ち込みが大きい。スポット受注があり、全体では前月比で若干プラスであったが、先行きは厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・車載製品等の一部は、期初の見通しを超える受注動向を見せている。ただし、全体を大きく底上げするまでには至っていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入ってから、受注量は前年同月比４割減での横ばい状態が続いている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・省エネ家電のエコポイント制度やエコカー減税によって、家電や自動車は一時持ち直している。しかし、需要は低価格商品に集中してデフレ傾向が強まっており、景気としては一進一退の状況が続いている。総選挙を控え不確定要素も多々あり、先行きが予測しにくい状況にある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・下期予算のための見積などから増加も見込めるが、まだ未確定である。
		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	・完成車メーカーからの受注量は、損益分岐点をまだまだ超えていない。ピーク時の５割を切っている状況である。

		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産業では、住宅販売が依然として低調である。ただし、景気の底打ち宣言により、今後は多少持ち直しの動きがある。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・取引先からの見積依頼が多いが、同業他社と運賃比較をするのみで最終的には運賃を下げる材料となっており、じりじりと運賃水準が下がっていく傾向にある。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・梅雨がなかなか明けず、天候不順が続いている。そうした天候要因を除いても、夏場に向けてのレジャー用品、屋外用品、日用雑貨の動きは例年に比べて悪く、良くない状況が続いている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・特に大きな変化はなく、低調が続いている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・緩やかな回復基調にはあるが、まだまだ大きな変化はなく、変わらない。今年いっぱいは変わらないと話す取引先も多く、なかなか厳しい。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・大手自動車メーカーの社員やその下請の中小企業の社長に聞いたところ、景気は回復しておらず、現在の状況はどちらとも言えないとのことである。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・自動車業界を中心に、受注は厳しい。決算分析をすると、前期比では悪化している。最悪期は脱した感があるものの、ピークの数割程度の回復にとどまっている。全般的には、３か月前より良くなっているとは言い難い。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企画物や新しい提案に対して、具体的な返事を得られないことが多く、平行線をたどることが多い。
		新聞販売店［広告］（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告の出稿量は回復していない。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・顧問先の物流業者では、貨物の荷動きが相変わらず悪い。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・小規模事業者では、このところ廃業や廃業予定が相次いでいる。まだ続けられるのに廃業を決意する事業者がある要因は、今後の見通しの不透明さにあると思われる。良くなることを期待する反面、これ以上の悪化は避けたいといったところである。
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・一時帰休を実施する事業所が増えている。製造業は既に実施しているが、建築資材の卸売や工事を行う事業所でも、相談が出始めている。新規工事の着工がなくなったためと思われる。
	やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・経費節減によって広告費の削減が進むなか、広告出稿は掲載料の値引きを進める媒体に流れている。
		化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・半年先には受注増が期待される案件も一部にはあるが、現在のところ回復基調にはない。
		金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・見積件数は少なくないが、受注決定段階での客先からの要望価格は非常に低い。同業他社はその価格で仕事を請け負っているとのことであるが、本当かどうかわからず混乱している。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・作業内容に応じて業者と仕事に出掛けるが、年間を通しての仕事量が減少しているという話や、車の乗車料金を尋ねられるといったことが、多々聞かれるようになっている。
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の引き下げが、水面下で横行している。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・経費の圧縮から、オフィス事業の単価切り下げが止まらない。名古屋駅前のオフィスでは、坪単価３万５千円を２万５千円にダンピングしても、止まらない状況にある。オフィスは、単価の安い場所にどんどん移転している。
		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	・中部地域における受注金額は予算を下回っている。受注金額は全国的に当初予算を下回っている。
	悪くなっている	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少に加えて、受注単価の低下も続いている。競争も引き続き激化している。
		公認会計士	それ以外	・顧問先企業からの報酬引下げ要請が散見される。顧問先では、倒産した企業や従業員の賞与が支払われない又は減額された企業がみられる。

		経営コンサルタント	取引先の様子	・競売物件が、徐々に増えてきている。競売になった人の話によると、普通に働いていても所得水準が低下し、消費者金融などに手を出してしまったというケースが増えている。雇用不安等が地域経済にも悪影響を与えている。
		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	・売上は半減に近い状態が続いている。受注に結び付くような見積も出てきていない。
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（経営企画）	周辺企業の様子	・客の動きを見ると、派遣契約の非継続が少なくなり、一部では研究開発需要も出始めている。
		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仕事が好況であり、一部企業では派遣採用の動きがみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・自動車製造業では、エコカー関連車種の増産体制が始まり、関連企業、下請企業にも波及しており、回復の兆しが見えてきている。ただし、他の車種は回復の兆しが見えていない。また、製造業以外では、回復傾向は見られない。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・求人には、ほとんど動きがない。求人は全くない状態であると言ってよい。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・一部で景気底入れなどの報道がなされているが、雇用回復などの兆候は現在も見られていない。求人数は年同月比30%台に落ち込んでいるが、これも３か月前と変わっていない。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車業界を中心に在庫調整が一巡し、生産はやや持ち直してきているものの、本格的な増産にはなっていない。また中国からの各需要は一部で盛況になっているものの、景気の本格的回復として認識するには時期尚早である。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・グループ企業の輸送部門は依然として低迷しており、前年同月比で80%を下回っている。商業物流を中心に、依然として景況感は悪い。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・企業の早期退職制度で退職した求職者の登録が増えている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数はピークにあり、これ以上は増加しない。求職者の中には、短期での就職が多くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前月と比べて増加の兆しが見えず、低水準で推移している。雇用調整は進んだようであるが、新規雇用までにはいかず、現有の従業員で業務を回している状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は上向いていないものの、前年同月比の減少幅には歯止めが掛かりつつある。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数の増加率は、若干横ばいにはなっているものの、依然として前年同月と比べると激増している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は増えていないものの、就業者数は落ち着き始めている。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・求人数は底を打ったものの、反転回復とは言い難く、Ｌ字型の状態である。
		学校［大学］（就職担当）	求人数の動き	・求人数は、前年同月と比べるとかなり減少している。大手企業でも、様子を見ながら少しずつしか採用活動をしていない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年夏期には求人数は減少するが、例年と比較しても約２割、他の事業所では５割近く減少している。
		新聞社［求人広告］（営業担当）	求人数の動き	・７月に入り自動車産業などで期間工の募集を行う企業も出てきているが、全体的にはまだ悪くなっている。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規高卒者の求人数が、大幅に減少している。４～６月の新規求人数は、前年同期比の減少幅が拡大している。また、中小企業緊急雇用安定助成金を申請している事業所で、倒産した事業所がみられる。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・主に外需頼みの製造業系企業の雇用調整が、消費を縮小させている。また、アパレルや食品など内需関連の製造業系企業の雇用調整にも波及しつつある。

	悪く なっている	新聞社［求人広告］（営業担当）	求人数の動き	・求人広告件数は、前々年同月比で８割減少、前年同月比で６割減少、３か月前比で３割減少、前月比で７％減少となっている。一本調子で下がり続けており、回復の見込みもない。特に製造業が多い地区では、前々年同月比で９割減少、前年同月比で85％減少と大きく落ち込んでいる。過去に例のないような落ち込みを記録している。