

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（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	-	-	-
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・売上はまだ前年を下回っているが、特徴のある商品や顧客のし好に合った商品は、高額でも購買につながっている。ただし、子ども服関連は落ち込み始めたのが遅かったため、ここへきて最も厳しい状況となっている。全体的にみれば、来客数は堅調に推移しているため、売上の推移は商品や売り方次第といった感がある。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数、販売量共に少しずつではあるが上向いている。新型インフルエンザの影響が心配されるが、3か月前に比べれば回復が進んでいる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客1人当たりの単価は前年比で約10%落ちているものの、来客数が23.6%増となっているため、売上は約15%伸びている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・エコポイント制度でテレビのまとめ買いが増え、販売量が伸びている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度の効果で、テレビの販売台数は前年比で140.5%と好調に動いている。また、冷夏にもかかわらず冷蔵庫の販売台数が105.0%、エアコンも115.4%と伸びている。一方、エコポイント制度の対象外の商品は前年とほぼ変わっていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・徐々に販売量が増えており、在庫も動き始めている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー減税や新車購入補助金で来客数、販売量共に増加し、前年比で約120%となっている。
		都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門の稼働率は前年の微減という水準まで回復してきたが、単価が上昇するまでには至っていない。一方、宴会部門とレストランは総選挙の影響で動きが鈍い。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型インフルエンザの影響がピークであった5月に比べれば上向いているが、前年比では10%以上落ち込んでいる。
		通信会社（社員）	来客数の動き	・例年8月は需要が落ち込むが、今年は売上が前年比で30%以上伸びている。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・今月は夏季賞与の支給月であり、携帯電話の販売はサラリーマンを中心に伸びている。ただし、買換えサイクルが伸びたこともあって全体的にはかなり低調であり、販売状況に大きな変化はない。
		その他レジャー施設【イベントホール】（職員）	来客数の動き	・1日に複数公演のある舞台やコンサートでもチケットが完売状況となっており、関西の遠方からの来場もみられる。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・新規客からの問い合わせが増えている。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・競合デベロッパーの用地取得意欲が高まっている。ただし、中堅各社の厳しさは変わらず、いまだに在庫処分に注力している状況である。また、高額住戸についても、1億円以上の物件は動きが鈍いものの、住宅ローン減税を活用することで動き始めている。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・客単価が下がったままで上がらない。	
	商店街（代表者）	販売量の動き	・天候が不順な割には販売量が前年と変わらなかったため、本来であればもう少し販売量が増えている。	
	一般小売店【菓子】（経営企画担当）	販売量の動き	・8月と5月の売上前年比を上位5店舗の平均でみると、8月は96.0%で、5月は85.3%となっている。5月は新型インフルエンザの影響が出たため、単純な比較はできないが、8月も前年割れとなるなど不安定な状態である。	
	一般小売店【鮮魚】（営業担当）	販売量の動き	・販売量が前月よりも10%落ち込むなど、厳しい状況が続いている。	
	一般小売店【衣服】（経営者）	単価の動き	・客単価が低下しているほか、買い控えも続いている。	

一般小売店〔自転車〕（店長）	それ以外	・販売は順調であり、客の様子にもあまり変化はないが、メーカーの売り込みからは必死な様子が伝わってくる。 ・来客数は例年どおりの動きとなっている。
一般小売店〔花〕（店員）	来客数の動き	
一般小売店〔酒〕（店員）	来客数の動き	・割安感のあるセット商品は売れるが、高額商品の動きは悪い。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・百貨店各社ではクリアランスセールや改装前のバーゲン、閉店セールが行われているが、同じような商品が多く、消費者も飽きている。一方、秋物商材はトレンド品を中心に順調な出足となっている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月前半は前月に不調であったシーズン商品の動きが良かったものの、後半はシーズン商品の動きが鈍く、月合計では前年比で2けた以上のマイナスとなっている。依然として、客の購入意欲の低い状態が続いている。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・生鮮食品や菓子など、客の動きに敏感な商品の売上が上向かない。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・季節品のバーゲンを行っても衝動買いがなく、客は必要な物だけを購入している。
百貨店（営業担当）	単価の動き	・売行きが悪化で高額品の価格を低く抑えたことで、他店との価格比較を行う客が出てきたほか、もう少し待てば更に安くなると思われ、買い控えも起こっている。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・靴やバッグ、ゆかたの下取りセールは盛り上がりには欠けたものの、食料品などの中元ギフトの解体セールは好調に推移している。また、来客数の減少傾向も落ち着きつつある。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・客は必要な物以外は購入しないため、客単価が下がっている。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・8月も売上は前年比で2けた減となるなど、相変わらず悪い状況が続いている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・近隣には競合店が多く、その日のチラシの特売商品を探して、客が買い回っている。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・天候不順により夏物商材の販売量が落ち込んでいる。
スーパー（店長）	単価の動き	・所得の減少で節約志向が更に強まっており、消費者の間では低単価志向が顕著となっている。例えば寿司の平均価格は315円と前年比で5%低下しているが、例年益に売れる高級にぎり寿司が不調であるため、更に低下が進んでいる。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価が明らかに低下傾向となっている。衣料品や住関連のほか、食品も同じ傾向であり、盆商戦でも客単価の低下が続いている。
スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数は横ばいであるが、1品単価の低下で客単価が下がっている。また、来客数も増えていないため、厳しい状況である。客の動きをみると、広告商品などが安いときに集中して買う傾向となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・県下の失業者数の増加がピークを過ぎたとの発表以外は、良い要素がない。
スーパー（店員）	単価の動き	・特売品しか売れない状態である。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・冷夏気味といった天候要因もあるが、所得の減少で客の購入単価は下がり続けており、売上低迷の要因となっている。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・節約志向により、盆商戦も商品で好不調が分かれている。衣料品は全体的に不調である一方、子どもの新学期関連は好調である。また、住居関連は新型インフルエンザによる特需で売上が底上げされている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月はバーゲンを行っていても、店の前を素通りする客が多い。店に入ると買ってしまうという理由で、呼び止めても店に入っていない。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・エコカー減税の効果で新車の売行きは良いが、中古車の下取りがあったのは60%にとどまっている。さらに、スクラップインセンティブの対象車が30%であるため、実質的に販売できる車両は10%ぐらいと、中古車販売の方は厳しい。
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・販売量の上向く要素がないほか、総選挙を控えて客の不安が更に深まっている。

自動車備品販売店（営業担当）	それ以外	・エコカー減税などでハイブリッド車の販売台数が伸びているが、注文が殺到し、納車が数か月待ちの状態となっている。営業活動を行っても数か月後の実績にしかならないため、今の時期は大変苦しい。
住関連専門店（店長）	単価の動き	・客の間ではセールで買うのが当たり前という感覚が強まっており、定価の商品や高額品には全くというほど動きがない。
その他専門店 【医薬品】（経営者）	お客様の様子	・新型インフルエンザの感染者が増えつつあるため、マスクやうがい薬、手洗い用のアルコール液などの動きが非常に良い。商品によっては品切れ状態の物もあるほか、マスクは1袋に数十個入った物から売れている。なかには品薄の商品もあり、種類によっては納品に1～2週間かかる物もある。
その他専門店 【医薬品】（店員）	お客様の様子	・来客数が若干増えつつある。新型インフルエンザ関連商品の問い合わせのほか、店頭にも相談が寄せられるなど、客の間にある程度の動きが出てきている。
その他専門店 【宝飾品】（販売担当）	競争相手の様子	・同業者からは、売上や利益の増加といった声が聞かれない。
その他専門店 【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・来客数は増える傾向にあるが、客単価は大きく下がっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金引下げにより、今年の益は前年よりも来客数が減っている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年は夏休みで盛り上がるが、今年は過去にないほど来客数に伸びがみられない。ただし、客単価が極端に下がっているわけではない。
その他飲食 【コーヒーショップ】（店長）	来客数の動き	・冷夏の影響で喫茶店の来客数は伸び悩んでいる。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・もう新型インフルエンザが話題に上ることは少ないが、5月に流行した際の激安サービスがいまだに尾を引いており、価格破壊の状況からまだ抜け出せていない。また、当地域では8月下旬から2学期が始まっているため、販売量も元に戻っていない。
観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・天候が悪かったため、海水浴目当ての客が減っている。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・入館者の客単価は前年比でマイナス13%と厳しいものの、盆の帰省客やレジャーに訪れた家族客による土産物の購入が増え、売店の売上は5%増となっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・総選挙や新型インフルエンザの再流行の影響で、客の動きが鈍い。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・来客数はほぼ前年並みであるが、客単価などの動きをみると景気回復の実感はない。
都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・宿泊部門は、これまで新型インフルエンザの影響で稼働客室数が前年比15～25%減となっていたが、5%減という水準まで回復している。ただし、客単価が10%以上落ち込んでおり、厳しい状況に変わりはない。また、レストランも例年の夏休みとは異なり、ファミリー客を中心に来客数が10%減と大幅に悪化しているほか、客単価も5%低下するなど最悪の状況となっている。
都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・夏休みに入って個人客の動きが徐々に回復しており、8月は前年並みに推移している。在阪ホテル全体の客単価が落ち込むなかで、当ホテルの売上前年比は1けた台のマイナスで済んでいる。一方、宴会・レストラン部門では来客数の減少が続いており、一般宴会は売上が2けたのマイナスとなっているほか、食堂も1けたのマイナスと厳しい状況が続いている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業からの送迎タクシーの依頼では、近距離の送迎が増え、空港や新幹線の駅への送迎はほとんどない。
タクシー運転手	来客数の動き	・夏休みに入り、暑さの影響で近距離でもタクシーを利用する客が増えたが、夜の客足はさほど伸びていない。

タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・個人客、法人客共に利用が減っており、特に法人客によるタクシーチケットの売上が非常に減っている。法人客については、交通費の節約を含めた経費節減が厳しく進められている。	
通信会社(経営者)	お客様の様子	・悪化が更に進んでいるわけではないが、主要な客の回復が遅れている。	
通信会社(経営者)	販売量の動き	・通信会社による買換えキャンペーンが功を奏し、来客数がやや増えている。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、新型インフルエンザによる影響で来客数が一時的に落ち込んだが、今はほぼ例年並みに戻りつつある。	
遊園地(経営者)	来客数の動き	・長梅雨に加えて、新型インフルエンザの感染拡大が続いていることで、客の動きが鈍い。	
競輪場(職員)	競争相手の様子	・売上、客単価の回復がみられず、ほかの競輪場も同様となっている。業界全体で長期的に売上が低迷している。	
競輪場(職員)	単価の動き	・8月の客単価は12,755円と、5月の16,561円よりも下がっているが、場外発売では8月が11,317円と、5月の10,415円よりもやや良くなっているため、全体的には変わらない。	
その他サービス [ビデオ・CD レンタル](エリア担当)	販売量の動き	・夏のキャンペーンを大々的に展開したため、効果に期待していたが、売上は前年割れとなっている。	
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・住宅購入意欲のある客は増えているが、現在の需要に合った物件が少なくなっている。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・モデルルームへの来場者数は底を脱したものの、全体数としては相変わらず少なく、契約に至るケースも少ない。	
その他住宅投資 の動向を把握できる者 [不動産仲介](経営者)	それ以外	・周囲で仕事が増えたといった話は聞かれない。	
その他住宅[展示場] (従業員)	来客数の動き	・展示場への来場者数は若干増加しているものの、景品目当ての客が多く、実需は少ない。	
やや悪くなっている	一般小売店[時計] (経営者)	販売量の動き	・今月前半は梅雨明けの遅れなど、天気に恵まれなかったことで客足が全く伸びず、客がゼロに近い日もあった。後半は何とか客足が持ち直したものの、客単価はかなり低く、前半のマイナスを取り戻すまでには至っていない。結果として、全体の販売量はかなり少なく、エコポイント制度関連の商品やレジャーに客が取られるという、予想どおりの結果となっている。
	一般小売店[家具] (経営者)	お客様の様子	・客は先行きの予測も立たないため、総選挙の影響について様子見の状態となっている。
	一般小売店[衣服] (経営者)	お客様の様子	・必要な物を必要なときに買うという節約志向により、客が余分な買物をしない。衣料品は一度買うと買換えサイクルが長いと、客単価まで低くなるとかなり厳しい。
	一般小売店 [花](店長)	お客様の様子	・厳しい状態であり、客の間には依然として買い控えがみられる。
	一般小売店[カメラ] (販売担当)	お客様の様子	・客からは、いつまでたっても景気が良くならないという声ばかりが聞かれる。
	百貨店(企画担当)	単価の動き	・数か月間、買上単価は前年比で5%を超える下落となっている。
	百貨店(婦人服担当)	販売量の動き	・来客数が大幅に減り、売上の前年比も3か月前に比べて悪くなっている。
	百貨店(商品担当)	単価の動き	・売場での販売単価が月を追うごとにどんどん下がっている。
	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・値引きやバーゲンなど、価格を中心にした販売促進策に対する客の反応が鈍くなっている。もはや価格を下げることは当たり前になっており、販売量が増えず、売上も伸びない。一方、少しでも安い商品を探そうとする客の行動は、更に顕著になっている。直近でも、低価格の秋色夏素材といった季節商品よりも、底値の夏物セール商品で間に合わせようとしている。

スーパー（経営者）	お客様の様子	・天候不順で野菜などが高騰しているものの、平均客単価は下がっている。特売セールを行っても必要な物以上は購入しない傾向であり、安くてもまとめ買いする動きはみられない。全体的に、家計にゆとりがなくなっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・前月の来客数は前年比95%、客単価は96%であった。8月は前月と同様に来客数が前年比95%となったものの、客単価は95%と1ポイント低下している。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・今年の夏は気温が低く、期間も短かったため、夏物商材の売上が不振であり、売上が前年比で悪化している。
スーパー（開発担当）	販売量の動き	・来客数の増加はみられないほか、客単価が大きく低下している。
スーパー（社員）	来客数の動き	・競合店の出店による影響を受けた店舗だけでなく、競合状況が大きく変化していない店舗でも、前月から来客数の減少が続いている。天候不順もあって夏物商材が全体に不振であったほか、全体的に客は消費を抑えている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・高額商品が売れにくく、低額商品でも客が必要としている物だけが売れる傾向が強まっている。客単価が上がらず、来客数も増えないため、売上が伸びていない。
衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・夏物セールを行っても客の反応がない。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・建設会社やメーカーに勤めている客がリストラされたり、配置転換されたりしている。底打ち感が出てきたと報じられているが、まだまだ実感はない。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・7月に比べて来客数がやや減少傾向であり、景気対策の効果も今一つ伸び悩んでいる。追加景気対策について様子見の感もあるほか、ハイブリッド車もすぐに新車登録できないなど、ここへきて停滞している。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・取引先の飲食店をみると、気候や総選挙などの影響で、盆明けは販売量が前年と比べて減っている。
その他専門店【宝石】（経営者）	来客数の動き	・今月は盆休みの高速道路料金引下げで来客数がますます減り、前年比でも大幅な減少となっている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・天候不順もあり、来客数が前年を大幅に下回った。客単価も前年の水準を維持できないなど、外食などの消費が控えられている。
スナック（経営者）	来客数の動き	・盆の前は意外に忙しかったが、盆が明けると暇になっている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・定額給付金や高速道路料金引下げによる効果は薄い。売上が底打ちした同業者もあり、設備投資の予定も出てきているが、全体的には下向き傾向にある。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊では、宿泊客数は前年並みを維持できたものの、客単価は1割近く低下している。首都圏からのビジネス客の激減が目立っており、市場全体で価格が低下している。また、宴会では法人利用が減少しているほか、レストランでは夕食の利用が減少している。
旅行代理店（店長）	単価の動き	・来客数は前年並みであるが、販売単価は前年比で10%以上の低下となっている。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・8月に入って予約が予想したほど伸びていない。9月の大型連休に期待しているが、ここへきて新型インフルエンザによるキャンセルも出始めている。マスコミが大々的に報道し始めたほか、新学期の開始で流行が拡大する懸念もあり、5月時点よりも客が敏感に反応している。
タクシー運転手	競争相手の様子	・様々な料金形態のタクシーがあるが、最も安い料金のタクシーでも空車となるなど、全体的に冷え切っている。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・客の財布のひもが更に固くなり、客単価が低下している。
その他レジャー施設【飲食・物販系滞在型施設】（企画担当）	単価の動き	・天候要因で来客数が減るのは仕方ないが、来店客の購買力が低下している。土産の購入のほか、自分のための衝動買いを含め、低迷が著しい。

		美容室（店長）	来客数の動き	・今月に入って売上が大幅に減少している。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・極端に販売量が減少している。
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・盆休みの展示場来客数は前年並みであるが、建て替え客などの動きが非常に遅れており、厳しい状況となっている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	販売量の動き	・マンションの販売現場では来客数が伸び悩み、購入マインドも上向いていない。購入希望者が大幅な値引きを要求するなど、販売環境は悪化傾向となっている。
悪くなっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・高速道路料金引下げや定額給付金の給付もあり、家計の支出が少しは増えると期待したが、不発に終わっている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・7、8月と客が大幅に減少している。今は価格をいくら下げても購入につながらない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・盆までは一進一退で前年より少し厳しい水準で推移していたが、盆明けから消費が極端に失速している。使うときには使い、締めるときには締める傾向が強いほか、天候不順による悪影響も出ている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・今までも飲食関係は良くなかったが、ここへきて更に悪くなっている。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・3か月前まで、売上はタスポ導入前の2分の1で推移していたが、最近2か月は3分の1にまで落ち込んでいる。これまでは、近隣のたばこを置いていないコンビニから客が流れていたが、そのコンビニが2か月前に閉店した影響を受けている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・消費者のコンビニ離れにより、来客数が前年比で約5%減と厳しい状況にある。また、弁当や飲み物を家から持ってくる人が増え、コンビニで買う頻度や買上点数が減少したことも追い打ちとなっている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数はあまり変わらないが、客からは安い商品が求められている。低額商品だけが動いている状況で、全体の客単価が下がっている。また、今年は気温が低かったこともあり、ドリンクやアイス類があまり売れなかったことも響いている。
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（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・9月までは取引先の予算削減が続くが、9月以降の注文については、微量ながら増加がみられる。
		化学工業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・原料価格が予想したほど高騰せず、販売価格との差益が余分に生まれている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・8月の出荷量、売上は、5月に比べて共に8%増加している。建材の動きはまだ低調であるものの、電装品や家電、携帯電話向けの樹脂は堅調に推移している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・稼働率は通常の約70%にとどまっているものの、やや上向いている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・昨年末から赤字が続いていたが、若干ながら約10か月ぶりに黒字となっている。ただし、大幅な派遣切りや、従業員の出勤日数の削減によるものであり、景気の回復感は薄い。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・最近では得意先からの問い合わせがかなり増えている。これが受注につながれば良いが、楽観視はできない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・機械メーカーは良くないが、販売先の企業は徐々に仕事の量が増えている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が上向きになっている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エコポイント制度の効果もあり、薄型テレビなどのAV商品は依然として堅調な荷動きを示している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・最近、同業者にも仕事が入ってきている。
	建設業（営業担当）	取引先の様子	・前月に続いて受注が多く、残業や早出が続いている。	

変わらない	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月以降は徐々に回復してきたが、ここ1～2か月の売上は横ばいとなっている。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きが低迷している。
	金属製品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・民間工事が減少しているなかで、ゼネコンの安値受注が止まらず、建具関係の工事でも採算度外視の価格競争が横行している。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客には原子力関連の企業が多く、この分野の業況はそれほど悪くない。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・依然として価格競争が厳しいほか、新型インフルエンザの影響が大きな得意先では、工事の凍結もやっている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前月は受注が戻ってきた感があったものの、実際はそれほど回復していない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・総選挙を前にして、新政府の住宅政策も含め、様子見の感がある。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・夏に動くはずの荷物が全く動いていないほか、総選挙の影響で全体的な荷物の動きも鈍化している。
	輸送業（営業所長）	取引先の様子	・大型倉庫に関する来年以降の案件が数件あるが、料金などの条件が厳しく、契約成立は難しい。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の中小建売業者では、客の買い控えによる影響が出ている。収入の減少により、展示場への来場客も冷やかしか客が大半となっている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・読者数は維持できているが、折込収入が低迷している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビスポットCMなどの新たな受注がない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客企業の広告予算が相当減っており、今年の1月から変わっていない。
	経営コンサルタント	それ以外	・政府の対策によって消費意欲が高まっているものの、本格的な回復にはつながっていない。今後の反動減が懸念されるなど、結局は盛り上がりには欠ける。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・盆休みが明けても、取引先からの注文が入ってこない。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・得意先の予算がなく、必要な物しか購入してもらえない。	
やや悪くなっている	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・気候の影響か、総選挙の影響かは分からないが、盆を過ぎてから製品の動きが急激に悪化している。例年、盆が過ぎると一服感が出るものの、今年は荷動きの悪化が長期にわたっている。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・注文の極端な減少により、催事での売上が中心となっている状態である。通常の売上は前年の40%にまで落ちている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・倒産企業の増加などにより、一部の顧客を除いて、月末が近づくと受注量の減少する傾向が強まっている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・当社のショールームへの来客数は前年比で10～15%減少しているが、売上はそれ以上に減少している。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	受注量や販売量の動き	・依然として売上、収益が悪化している。
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・5～6月よりも販促関係の予算が削減されている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧客企業の状況があまり芳しくない。
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・5月に流行した新型インフルエンザの影響で延期や中止となっていた各種学会が、7月後半から過密スケジュールで再開された影響で、学会資料の作成依頼が増えている。ただし、企業の経費削減が更に厳しくなっているため、受注件数、受注単価共に大幅に悪化している。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・消費者物価の下落傾向が鮮明となっている。今まではコストダウンが先行していたため、売上が低下しても利ざやが確保できていたが、販売価格の低下傾向が強まっているため、売上が予想以上に下がっている。

	悪く なっている	繊維工業（団体 職員）	受注量や販売量 の動き	・ 今月は全体的に受注量が少ない。
		一般機械器具製 造業（設計担 当）	受注量や販売量 の動き	・ 大企業のほか、景気対策による恩恵の大きな業種は 少し良くなっているが、中小企業はまだ悪化して いる。
		不動産業（営業 担当）	取引先の様子	・ 賃貸事務所の空室率が上昇し、3割を超えている。 賃料を下げても需要のない状態であるため、賃料を更 に下げるかどうかは判断が難しい。
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 （経営者）	求人数の動き	・ 製造業派遣については、自動車、電機メーカーを中 心に少ないながらも求人数が増加しており、底打ち 感がある。一般事務職派遣についても、人員の余剰感 が強く、停滞感があるものの、全体としては回復を感 じさせる動きとなっている。
		人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・ 採用をストップしていた企業に、少しずつ再開の動 きが出てきている。
		人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・ 大手メーカーに少し動きが出てきたことで、当社の 受注も少し増え始めている。また、小ロット、低価格 ではあるものの、中小企業も動き出している。
	変わらない	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・ 盆休みなどで比較的穏やかな動きであったが、20日 ごろに10月以降の案件が出始め、雰囲気明るくなっ ている。
		人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・ 求人数は引き続き、前年の半分以下の状況が続いて いる。
		新聞社〔求人広 告〕（管理担 当）	採用者数の動き	・ 契約社員の雇用延長は行わず、中途社員採用の計画 もないなど、状況は3か月前と変化していない。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ 求人広告の依頼が極端に減少している。前年比で 50%を割る状態が続いており、底が見えない。求人 の内容についても、パートやアルバイトが若干ある程度 で、募集企業も同じ顔ぶれが目立つ。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ 求人のほとんどが経験者優先であり、欠員補充が大 半となっている。
		職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・ 来訪企業に様子を聞いても、求人の募集状況や業況 は全く変わらない。
		職業安定所（職 員）	雇用形態の様子	・ 新規求人が前年比で32.0%減、新規求職者も32.4% 減であるため、有効求人倍率は3か月連続で同じ水準 となっている。
		職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・ 少しは受注が回復してきたが、先の見通しが不透明 なため、求人を出すまでには至らないという企業が多 い。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ 離職者数については、雇用保険の受給手続数や求職 申込数からみても減少している。雇用情勢が好転して いる面もあるものの、IT関連や小売、サービス関連 の求人は低調であり、一時的に底打ち感のあった求人 数も再び減少傾向にある。
		民間職業紹介機 関（支社長）	採用者数の動き	・ 求人数は底を打ったが、企業の求める人材と求職者 の間に依然としてミスマッチが多く、採用が増えるに は至らない。
		学校〔大学〕 （就職担当）	採用者数の動き	・ 企業による採用数が上向いている感はない。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・ 企業は何とか持ちこたえているが、そのしわ寄せが 従業員に行っている。ボーナスなどの収入減で100円 単位の節約が行われている状況である。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ ドライバーなどの求人広告は堅調に動いているが、 全体として今夏の企画に関する集稿は大変厳しい。一 方、企業と求職者の双方から、現在休止中の合同就職 説明会の再開を望む声が聞かれるが、セールスのこと を考えると実施に踏み切れない。
		職業安定所（職 員）	求職者数の動き	・ 雇用保険の受給者実人員が、4月に比べると25%増 加している。
		民間職業紹介機 関（大学担当）	雇用形態の様子	・ 赤字企業による、2期連続の赤字を避けるための経 費削減が目立ち、契約社員や派遣社員の解雇が更に進 む感がある。
	悪く なっている	新聞社〔求人広 告〕（営業担 当）	周辺企業の様子	・ 新聞の求人広告の動きは停滞しており、広告会社 による営業活動も成果が全く出ていない。

	新聞社 [求人広 告] (担当者)	それ以外	
--	--------------------------	------	--

	新聞社 [求人広 告] (担当者)	それ以外	・新聞広告については、上向き感が全くない。
--	--------------------------	------	-----------------------