

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	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・大型連休の状況は、極めて良くなっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・今月前半の売上はあまり変わっていないが、大型連休に入り、販売数が増加し、来客数も若干増えている。
	やや良く なっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・このところ販売量は上向いている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・景気対策の浸透により、週末の高速道路利用によるマイカー観光客が増えている。大型連休の観光客は特に増えている。しかし、客単価は低下している。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・大型連休にあわせて食料品の催事やプロ野球チームの応援セールを実施したところ、来客数、売上共に想定以上になっている。9月全体でも、前年並みの売上に落ち着く見込みである。景気低迷は1年近く続いており、節約疲れの反動ではないか。
		百貨店（営業企画・販売促進担当）	お客様の様子	・買い控え傾向はあるが、何かを探しに来店する客が増えている。また、お買得な仕掛けや販促に対して、以前よりも反応が見られる。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・店頭での秋物の動きが非常に良い。夏物の動きは天候の影響もあり悪かったが、ここにきて秋物のまとめ買いが目立っている。高額品の宝石関係も動き出している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は、徐々にではあるものの、回復している。1人当たりの買物単価が前年を割っているため、売上はまだまだ悪いが、来客数は前年を上回るようになっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー減税や所得税減税のためか、車を買換える客が増えている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売台数を伸ばすことができ、目標台数を上回っている。成約率も高まっている。新型車効果やエコカー減税、補助金等の効果により、客の購買意欲は高まっている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・9月は半期決算でもあり、例年販売台数は多いが、今月は店頭に来客数が多く、補助金効果もあり、そこから多くの受注に結び付いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー減税や補助金が一般に浸透するにつれて、ハイブリッド車だけでなく一般のガソリン車の減税・補助金対象車の販売も、確実に増えてきている。ただし、対象車以外では、非常に苦戦を強いられている。当社の主力車種は減税・補助金対象外の車種が多いため、販売量の増加は難しくなっている。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・今月に入ってから、大口の受注が多くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・展示場への来場者数は増えている。イベント目当ての人もいるが、相談客も多く、積極的に質問を受ける機会が増えている。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・先月と同様に、駅、空港等の売店の売上は減少している。商店街、量販店等の売店では客単価が低下しており、販売量も伸びていない。	
	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数が少なく、販売量、販売数共に伸びておらず、客単価も上昇してこない状態である。お彼岸の間の来客数は多かったが、その前後はさっぱりといった状況である。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・見舞、誕生日等のギフト商品の単価は、徐々に低下してきている。以前は3～5千円だったのが、今は1～3千円になっている。	
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・客のお金の使い方は、依然として慎重である。	
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	販売量の動き	・皆が世の中の変革を求めて新政権を誕生させたが、最近のマスコミのニュースは暗い話題ばかりである。最近の客は、価格に厳しくなっている。	

一般小売店〔食品〕（経営者）	お客様の様子	・売上は前年同月比で10%増えており、まずまずである。客の買物の仕方は、中高年は量でも何でもおおざっぱである。逆に子育て中や修学中の子供がある客は、一番慎重で厳しい買い方をしている。習い事や学費などの出費が多く、住宅購入など将来の出費に回す資金が乏しいなか、このような厳しい買い方になっている。
一般小売店〔惣菜〕（店長）	競争相手の様子	・自分が担当している店では、ほぼ前年通りの結果である。しかし周りを見ると、本格的な景気の悪化から約1年が経過しても、良くなる兆しが見えないところが多い。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・消費の低迷は変わっていない。来客数の減少、買上単価の低下に歯止めが掛からない。食料品は最後の砦であったが、その主力の洋菓子でも、売上に陰りが見られる。特価品中心の売上となる傾向は今後も続く。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・大型連休もあったが、暑さが続いているせいも、期待したほどではない。ファッション関連の秋物の動きはあまり良くない。
百貨店（販売担当）	単価の動き	・単価が低い傾向はずっと変わっていない。また、カード優待時には集客があるものの、以前のようなまとめ買いも無い。優待前後の売上の落ち込みも、以前より顕著になってきている。
百貨店（販売担当）	単価の動き	・新しいもの、トレンドものへの動きは、ヤングからミセス層まで今までになく良くなっているが、商品単価は前年同月比90%台から変化はなく、売上点数の伸びが吸収されてしまっている状況である。今までは需要喚起のための価格施策であったのが、第3のビールと同じように、衣料品でも低価格が当たり前の状態になっている。
スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は、依然として前年同月比96%前後で推移している。米、ビールなど低価格品の動きは良いが、高額品は敬遠されている。バック売りよりもバラ売りのほうが動きが良いことから、必要量を無駄なく買物するという傾向が強い。
スーパー（店員）	単価の動き	・客1人当たりの単価は、トータルで見ると少し下がり気味になっている。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・高速道路料金引下げによって遠出が多くなっている分、最寄品の買物は控え目になっており、単価が上がってこない。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上は前年を割り込んでおり、必需品以外の物は購入しない状況にある。
コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・来客数、客単価共に、前年同月比は好転しておらず、横ばい又は弱含みである。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上、来客数、単価共に、ここ2～3か月は前年同月比約15～18%が続いている。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年同月比で、テレビ以外は全て、数量も単価も下がっている。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・家電に関しては、エコポイント制度によって決して悪い状況ではないように見えるが、市場は冷え込んできている。客単価は、大型家電商品のほとんどで前年同月比が低下してきているため、販売台数で前年同月を上回る商品がなくなると、全体に影響が出てくる。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・チェーンの83店舗のなかで、ばらつきがある。前年同月比で良くなっている店舗もあれば、そうでない店舗もある。先月ごろから、その傾向が顕著になってきている。急激ではないが、徐々に少しずつ顕著になってきている。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・色々な政策のおかげで、引き続き受注は増えている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・売れてはいるが、単価が厳しく、利益にはつながりにくい。3か月前と比べて、少し良くなってきた雰囲気もあったが、現在は何とも言えない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・減税と購入補助金のおかげで、新車の販売台数は増えている。ただし、あくまで前年並みの販売台数を確保する程度である。販売の中心は軽自動車やコンパクトカーであり、値引き要求も厳しいため、思うような収益確保には至っていない。また、工場への在庫量や中古車の販売台数も減ってきているので、良くなっているとは判断できない。

高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・売上は下げ止まりの傾向を見せ始めている。ただし、これは客単価の回復によるものである。来客数は、店舗や部門によってばらつきが大きい。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・大型連休に期待したものの、前半は結構良かったが後半は厳しくなっている。
一般レストラン (従業員)	来客数の動き	・来客数は、相変わらず低い水準で安定している。大型連休中は休まず営業したが、早い時間帯では家族連れが来店し幸先良く感じたが、8時半ごろを過ぎると客足はぱったり止まり、その後はばらばらと客がある程度である。大型連休は散々な状況である。
スナック(経営者)	来客数の動き	・大型連休のため、営業日数が少なくなり、繁華街の人通りは8月に続いて少なくなっている。周囲には閉店に追い込まれる店もある。売上の前年同月比は、3割ほど減少している。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・悪化はしていないが、良くなってもない。宿泊は、不況や新型インフルエンザの影響もあるかと思うが、それほど落ち込んでいない。ただし、需要があるわけでもなく、前年並みである。
観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・宿泊に関しては、安価な商品を新たな販売ツールで売り出したため、来客数は何とか前年並みを確保できたが、売上は若干下回っている。大型連休中は、食堂は予想以上ににぎわったが、それまでの減少分をカバーするには至っていない。宿泊宴会、一般宴会については、今月も20%以上減少している。
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客の動きはあるが、単価が相変わらず低迷している。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・大型連休中は多少の客入りがあったが、その前後の時期は前年よりも悪い。
タクシー運転手	来客数の動き	・繁華街では、悪いながらも一段と悪くはない。良くもなっておらず、不景気の底で、悪い状態で横ばいになっている。飲みに来る客は少なく、街は閑散としている。
タクシー運転手	お客様の様子	・大型連休前の金曜日は、以前ならば相当忙しい日であったが、今回は売上があまり伸びず、相変わらず良くない。連休中も、仏滅の21日以外は結婚式などがあったが、トータルすると依然として前年同月比で2割ほど売上は減少している。
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・解約数は下げ止まっているものの、新規契約数はかなり減少してきている。
通信会社(サービス担当)	販売量の動き	・新規加入者数は、以前と変わらない。ただし、現在利用中のサービスをバージョンアップする客は若干増えている。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・変化はなく、横ばいで推移している。
通信会社(開発担当)	お客様の様子	・通信回線の契約は、相変わらず他の通信会社への乗換えが多い。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・来場者数は、好調を維持している。7～8月は長雨等で若干の落ち込みはあったが、東海北陸自動車道の全通や高速道路料金引下げによる好影響が続いている。
観光名所(案内係)	お客様の様子	・客層が変わってきている。若者はいづらか来ているが、お金を使わないため、利益につながっていない店が多い。
ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・来場者数は、予算目標比、前年同月比共に、ほとんど変わっていない。しかし売上は、予算目標を少し下回っている。当社は9月決算であるが、今期は来場者数、売上共に、予算目標、前年同月を大幅に上回ることができている。ただし、景気が良くなっているというより、天候に恵まれた面が大きい。
美容室(経営者)	それ以外	・大型連休のためか客の財布のひもは固く、来客数はそれなりにあったものの、客単価は低くなっている。
美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・今月も先月と同じく、ホームケアセットのキャンペーンが好調に推移している。
美容室(経営者)	お客様の様子	・客に話を聞くと、大型連休など休日に出掛けた人が多く、近場ではあるもののレジャーなどにお金を使った人が多くなっている。
その他サービス [介護サービス] (職員)	販売量の動き	・競合他社が、新商品の単価を下げ、薄利多売的に拡販している様子である。

	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・相変わらず横ばい状態である。景気の回復感は見られない。
やや悪くなっている	一般小売店〔贈答品〕(経営者)	来客数の動き	・来客数は、更に減少している。客は付き合いの範囲を明らかに縮小している。
	一般小売店〔書店〕(経営者)	販売量の動き	・大型連休があり、期待していたが、客はお金がないようで、期待したほど売れていない。販売量は減ってきている。
	一般小売店〔自然食品〕(経営者)	単価の動き	・秋のセールを実施したところ、前年並みの人出はあるものの、買上単価は低下している。基本調味料など、本来ならばセールで良く動く商品でも、高価格品はほとんど動いていない。
	一般小売店〔高級精肉〕(企画担当)	販売量の動き	・低価格化に歯止めが掛からない。当社はこだわり商品を扱っているため、低価格化傾向に乗れず、売上の減少を招いている。
	一般小売店〔文房具〕(店員)	販売量の動き	・本当に欲しい物しか買わない傾向が見受けられる。
	百貨店(販売担当)	お客様の様子	・売場のリニューアルの影響もあり、平場でのブランド販売の状況は、ますます厳しくなっている。客は地元プロ野球チーム関連のセールや半期に1度の催事イベントに流れる傾向もあり、常設売場の売上はかなり厳しい。その一方で、新規ブランドなどショップ展開のブランド品の売上はまずまずであり、売場全体としては予算目標を達成する見込みである。
	百貨店(外商担当)	お客様の様子	・店外の催事で宝石商品を販売したところ、全体的には予定通りの売上があった。しかし、店頭での売上が相変わらず悪く、物産展も良い結果が出ていない。悪い流れは続いており、前年同月比2けた以上のマイナスが続いている。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・客はどうしても特売品に目がいくため、安価品だけの買物が目立っている。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・客の様子を見ると、所得が減少している世帯が多いため、食費に使うお金も節約する傾向が高まっている。お買得商品しか買わない傾向が強くなっている。商品原価は上がっているが、価格は据置きもしくは値下げの方向にある。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・お買得商品しか売れていない。客は購入価格を決めていて、それ以上の価格の商品に対しては、価値を認めていない。
	スーパー(総務担当)	来客数の動き	・客単価は3.3%低下しており、来客数も4.0%減少している。
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・3か月ほど前までは、売上は前年同月比100%前後を維持していたが、今月は7~8%低下している。来客数にはあまり変化がないので、単価が低い商品が売れている。
	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・客単価の大きな前年割れが続いている。最近の傾向として、不景気の影響で空き物件が増えてきたことにより、同業他社の出店が活発化した結果、客が他店に流れて、来客数の減少につながっている。
	コンビニ(店長)	販売量の動き	・定価販売している500mlのペットボトル飲料の売上本数が、大幅に減少している。コンビニでも定価販売は限界にきていることを実感している。
コンビニ(商品開発担当)	お客様の様子	・通常の低単価品、セール商品では、販売が伸びなくなってきた。コンビニ業態自体が、節約の対象となってきたことが、ますます感じられる。	
衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・来客数の減少や客単価の低迷など、様々な要素によって景気は悪くなってきた。	
乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・毎年9月は決算商戦によってかなり売れるが、予算目標が高いためか景気が悪いためか、今月の各社の達成率は最悪となっている。	
住関連専門店(営業担当)	販売量の動き	・建築インテリア関係は、住宅、民間ビル、マンション、その他の公共工事共に、新規の現場が少なくなっている。また、リニューアル物件でも工事賃が低下している。	
その他専門店〔雑貨〕(店員)	来客数の動き	・大型連休中の来客数は、初日と2日目は前年を超えたが、期待以下である。それ以降は失速し、連休中の出費の影響で連休明けの来客数は更に減少している。売上の前年同月比も、前月と比べて8%ほど低下している。	

	その他専門店 〔雑貨〕(店員)	お客様の様子	・低価格志向のため、生活必需品は全般的に高い物は売れていない。嗜好品の購入は、一部の元気な企業、公務員や高齢者に限られている。こうした傾向がはっきりしてきている。
	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・来客数の動きはまだ弱い。突然良くなる時もある。良くなるかと思うと悪くなり、全体としてはまだまだ弱含みである。
	都市型ホテル (営業担当)	お客様の様子	・自動車製造業を中心に、来年度以降の状況が不透明であるため、消費を自粛する雰囲気が広がっている。雇用も確保されていないため、個人需要は低迷しそうである。
	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・3か月前は秋の行楽シーズンの受注によって、例年並みの受注があったため、景気の後退感は薄れていた。しかし今月は12月以降の受注が思わしくなく、市場の動きは非常に鈍く感じられる。
	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・個人の海外旅行は、ますます安・近・短になりつつある。また、業務渡航や出張の禁止などが、予想以上に広がっている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・8月のお盆休み、9月の大型連休と客は出費を重ねているため、例年の9月の動きと比較すると、考えられないほど悪くなっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・客は皆、少しでも交通費を節約することを考えている。最終電車やバスに間に合うようにしたり、タクシー料金よりも安い代行運転を利用したりしているため、タクシーの利用は減少している。
	パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・来客数が減少している。
	美容室(経営者)	お客様の様子	・今まではパーマやカラーリングを月1回していた客が、2~3か月に1回になってきている。
	理美容室(経営者)	来客数の動き	・客の来店間隔が延びている。
	その他サービス 〔語学学校〕 (経営者)	来客数の動き	・今年の上半期の経営状況は順調であったが、下期に入って、生徒数の減少をカバーできなくなりつつある。
	設計事務所(職員)	お客様の様子	・会社に来る営業の人や現場の人の話を総合すると、景気が良くなっている状況は見当たらない。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・先の見通しが立たなくなっているため、住宅新築のための土地を購入する人は減ってきている。
悪くなっている	商店街(代表者)	単価の動き	・来客数が減少している。同業他社、関連会社でも、悪くなっていると言っている。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・受注量が減少している。特価品の情報を流しても、客の反応は非常に悪い。以前ならば確実に買っていた客も反応が鈍く、小売店の状況は良くない。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・平日の来客数が減っている。また、客の様子を見ると、毎日のように見に来て試着もするが、迷った挙句「検討します」ということで、購入しない人が増えている。友達も連れてきて、友達の意見も聞いて本人は欲しそうではあるが、今のがだめになったら買おうといった感じで、なかなか買ってもらえない。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・取引先の小売店から話を聞くと、客の購買点数は相当減っている。客の消費の動きは悪くなっている。
	コンビニ(店長)	来客数の動き	・月の初旬はまずまずの売上を維持していたが、大型連休の頃から急激な落ち込みが始まり、販売量、来客数、客単価共に悪化の一途をたどっている。
	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・秋物の立ち上げでダイレクトメールを発送したが、反応は鈍い。残暑が続く来客数が少ないことに加えて、商品単価も低くなってきている。客当たりの購入点数は変わっていないが、客単価は1~2割低下してきている。
	衣料品専門店 (販売企画担当)	お客様の様子	・小売店に対して採算度外視の見積を出しても、話はまとまらない。更に低価格の見積が横行している状況にあり、どの会社も利益が出ない仕事をしている。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・大型連休の影響により、今年の期末セールは全くの不発で終わっている。客の目はレジャーなどに向いてしまい、来客数、成約数は過去最低となっている。
	その他専門店 〔貴金属〕(店長)	単価の動き	・低価格志向が強まり、高額商品を中心に売上は不振である。特に時計・宝飾品のトップブランドが、かなり苦戦している。

		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・大型連休に出費が向かった様子であり、飲食店はますます厳しい状況になっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・とにかく、来客数が少ない。お金も使われていない様子である。
		都市型ホテル（支配人）	競争相手の様子	・例年ならば秋は高需要期であるが、今年は景気の回復が見込めないため、インターネット販売でも大幅な値下げを行って、客の確保に努めている状態である。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・月初めは涼しかったため良かったが、中旬ごろから残暑が厳しく、客足は悪くなっている。来客数が少ないため、美容用品の購入も少なくなり、非常に悪くなっている。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・周囲の人に聞いても、相変わらず景気の良い話はない。客は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	・安い物しか売れなくなってきている。
		住宅販売会社（企画担当）	お客様の様子	・住宅、リフォームは大きな買物であるため、政権交代後の新予算がどのようになるか、客は様子見をしている。
企業動向関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月以降、売上は順調に増加しており、それに伴い収益も少しずつ改善に向かっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1～3月を底に、4～9月は回復基調にある。ただし、それはエコカー特需のみによるものである。
		輸送用機械器具製造業（統括）	受注量や販売量の動き	・主力取引先からの受注は、徐々に増加しつつある。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・好調な受注に対応しきれず、間接部門が現場を応援して、なんとか仕事を回している状況である。ただし、商用車の苦境は続いている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・モデル住宅への来場者数は増えている。ただし、价格的な交渉は相変わらず厳しい。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量の前年同月比のマイナス幅は、1けた台にまで回復している。また、製造業の客を中心に、新規受託案件も増加してきている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・不景気に備えて生産を止め、在庫処理をしていたメーカーの在庫がゼロになり、急激に生産を立ち上げている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・週休5日で仕事が少ないという人もあるが、大手自動車メーカー系の下請でも仕事量が少し増えてきているという人もある。総合的に判断すると、やや良くなっている。
		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	・注文はやっと増え始め、残業も発生している。
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	・受注量、販売量共に、変わらない状況が続いている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・夏以降の景況の改善を期待していたが、依然として上向きにはなっていない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・前年の6～7割の操業率で安定している客が多い。在庫水準は分かるようになってきているが、回復する気配はない。
		金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・自社の引き合いは減っていないが、単価が下げ止まっていない。納入業者は、仕事に動きはまだ出ていないと言っている。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・設備投資の引き合いは増えてきているが、相変わらず受注に結び付いていない。また、価格競争が激しく、原価を回収できないような価格での競争が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・同じ製品納入でも、価格交渉後の発注という状況が継続しており、あまり良くない。いつも価格交渉が話題に上がっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・新政権になり予算執行が足踏み状態になっていることもあり、政府の補助事業の一部の見通しが不透明になっていることから、設備投資の勢いが若干鈍化している気配がある。

	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	・客からの受注は、秋から増えると言われているが、現時点ではそれほど増えていない。	
	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・荷主の運賃に対する関心が高くなっており、運賃単価はじわじわと低下する傾向にある。	
	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上の前年同月比は、3か月前がマイナス31.6%、今月はマイナス30.8%であり、ほとんど変化していない。	
	輸送業（エリア担当）	競争相手の様子	・業界内では、荷物の伸びが堅調という企業は1社もない。横ばいもしくは前年割れの会社がほとんどである。	
	通信会社（法人営業担当）	取引先の様子	・客は設備投資を極力避けている様子である。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・政権交代があったが、景気を左右するような起爆剤にはまだなっていない。客の様子から判断しても、景気は変わっていない。	
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・自動車関連を中心に業績の底打ち感はあるものの、現状が悪いことには変わりがない。不動産の動きも乏しく、景気が悪い状況は続いている。	
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・受注状況を見ると、今までの悪い状態はまだ続いている。回復するにはしばらく時間が掛かる。	
	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、減少したままである。広告サイズの縮小も見られる。	
	行政書士	受注量や販売量の動き	・主な客である運送業者の出荷量は、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	・顧問先企業の業績は落ちたままであり、回復していない。雇用調整助成金の受給も続いている。	
やや悪くなっている	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・段ボール箱が、プラスチック製品の箱に代替されつつある。このため、主力の段ボール箱の製造量は減少しつつある。	
	化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・海外向けは、米国からの受注が前年比で回復していない。国内受注も、マスコミ報道では回復基調とされているが、現実にはまだその兆しは見えない。	
	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・以前から7～9月期の建築需要は、4～6月と比べて4割ほどの減少が見込まれていた。それに加えて、政権交代に伴い公共事業などの凍結や見直しもあり、不透明感から10月以降の受注、見積も動きが止まっている。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・期初以来、建設機械の大口受注先から度重なる発注の下方修正があり、上期の売上は前の下期と比べて62%まで落ち込む見込みである。	
	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	・通常の取引は堅調であるが、開発案件については、下期にまたがる予定であったのが上期で切上げになるなど、抑制傾向が見られる。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・製品価格の低下圧力が強く、高価格商品に対する期待は弱くなっている。高付加価値部分に投資する余力を取引先から感じられないため、新製品を出しにくくなっている。	
	建設業（営業担当）	取引先の様子	・元請の大手企業からの発注件数は、3か月前や前年同月と比べて、明らかに少なくなっている。仕事量が減っている。	
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・賃貸オフィスの値下げ交渉がある。経費節減の影響が出ている。	
		公認会計士	それ以外	・資金繰りが前月よりも悪化している顧問先企業が多くなっている。顧問料の値下げ要請が増加傾向にある。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・中小小売店でも、売上の減少が目立っている。過去の経験では、大型店が不調な時には、その分小型店に少し流れていたが、現在は共に良くない。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・客先の動きを見ると、良い企業と悪い企業がある。良い企業では80%ほど回復しているが、悪い企業では50%ほどである。設備投資については、良い企業は少し前向きな商談があり、契約につながっている。競合他社でも、良い企業と悪い企業がある。	
悪くなっている	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・引き合いがないという話をよく聞く。	
	不動産業（経営者）	それ以外	・金融機関からのつなぎ融資や運転資金の借換えが不可能であるため、資金繰りに苦しんでいる取引先が多い。	

		広告代理店（経営者）	競争相手の様子	・官公庁や企業では、予算執行が様子見になっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・経営者仲間でも、売上が伸びず、資金繰りに窮するところが出てきている。そのため、飲みに出掛ける回数も2回を1回に減らすなどの動きが出てきている。
		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	・システム開発は案件数が減っていることに加えて、金額も小さくなっている。
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（支店長）	求人数の動き	・7月以降、求人数には回復傾向が見られる。9月の求人数は、前月比120%となっている。前年同月比で見ると依然として厳しいものの、明るい兆しが見始めている。
		人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・自動車関連の設備産業は、軒並み厳しい状況に変わりはなく、現時点では来年、再来年の業績見通しも付かないとの話を幾度となく耳にする。しかし、自動車メーカー、自動車部品メーカーからは、底を打ったとの話を聞いている。この3か月間の求人数は、前年同月比6～7割減で横ばいである。
		人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・人材派遣の契約満了に伴う派遣終了は一段落している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・正社員採用の求人数は、求めるスキルは高いものの、徐々に増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、前年同月比で47%減少し、前年比でも10%減少している。しかし4月以降は、少しずつではあるものの、増加してきている。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・求人数はゼロと断言はいいほどであり、状況は変わっていない。	
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・大手企業を中心に、引き続き採用を控える動きが見られる。	
	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・多少上向いてきた企業も見られるが、全般的にまだ状況は改善されていない。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞への求人広告の出稿量は、低迷したままの状況が続いている。	
	職業安定所（所長）	求職者数の動き	・新規求職者数は、前年同期比30～60%台の増加傾向が続いている。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数に変動は見られない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比マイナス30%以上の状況に変化がない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、横ばいもしくは減少の状況が続いている。	
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・介護・福祉、学校関係、公共機関からの求人数は、微増ながら増えてきている。	
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・求人数は低水準で安定しており、変化はない。	
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人企業の開拓を始めたが、求人数は前年同期比で激減している状況に変わりはない。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人先からの求人数は、通常と比べて2割ほど削減されている。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・正社員募集は悪いままである。特に製造業は皆無に等しい。介護関連は少し動いているが、雇用条件が厳しいためか、採用に至るケースは必ずしも多くない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は伸びておらず、まだ減少傾向にある。四輪部品の製造業では若干明るい兆しが見えるものの、様々な業種で、小規模ながら現在も雇用調整が行われている。新規雇用が生まれる状況には至っていない。	
悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・派遣社員は極力削減されており、代替として直接雇用が変わってきている。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整助成金を活用していた企業が、今後の受注見通しが立たないなどにより、事業縮小や廃業を始めている。	