

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	スーパー（販売 担当）	来客数の動き	・店を改装したので、売上は伸びている。
	やや良く なっている	一般小売店〔土 産〕（経営者）	来客数の動き	・前政権の景気対策による高速道路料金引下げによつて週末の観光客は増加しているが、平日の観光客の減少という逆効果も招いており、週末は大混雑で平日はガラガラという観光業として困った状況である。ただし、合計すると、わずかながらも観光客の増加による経済効果を楽しんでいる。
		百貨店（外商担 当）	販売量の動き	・宝石や美術品の高額商品と違い、自分の趣味や好きな物ならば、多少高額でも購入するといった状況が見受けられる。例えば、金製品や陶器人形といった特性がある商品の動きが好調である。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・10月からエコカー減税・補助金の対象車両が増えており、新車の納期が短縮されたことによって、車種による受注の偏りは徐々に解消されつつある。受注量も、減税・補助金対策に支えられ、一昨年に若干届かない程度にまで回復している。
		旅行代理店（従 業員）	お客様の様子	・得意先の企業の業績が回復してきたせいか、忘年会や新年会を計画する会社が増えてきている。また、団体旅行も、少しずつではあるが、少し前に比べると増えている。上向き傾向にある。
		美容室（経営 者）	お客様の様子	・客単価は決して良くないが、来客数は多い。ただし、以前に比べると客の来店周期はかなり延びており、偶然今月に来店が集中した様子もうかがえる。
		住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・今は減税があるが来年になるとそれが無くなり、銀行融資も受けられなくなるため、今しか買えないと購入している様子である。
住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・契約の予定件数は、1.2倍ほど増加している。不景気になって約1年が経過し、消費者は収入の底が見えてきているため、今購入できるものならと動き始めている。		
変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・週末の人出はあるが、平日の来客数が半減している。前年比90%を確保するのが精一杯である。	
	商店街（代表 者）	お客様の様子	・省エネ家電のエコポイント制度と地上デジタル放送への移行により、薄型テレビの販売は好調であるが、積極的に買いたいというよりは、仕方なく買換えるという印象を受ける。したがって、大画面テレビや高付加価値商品のウエートは低い。	
	一般小売店〔薬 局〕（経営者）	来客数の動き	・駅ビルがオープンする機会に、少しでも景気が上向くことを期待していたが、地場産業の陶磁器産業の廃業が止まらない。色々な人と話をしたが、仕事がないと話す人が多い。	
	一般小売店〔自 然食品〕（経営 者）	販売量の動き	・必要最小限の商品や値ごろ感がある商品以外は、動かない傾向にある。	
	一般小売店〔時 計〕（経営者）	来客数の動き	・客単価が低い。	
	一般小売店〔食 品〕（経営者）	お客様の様子	・今月は全体的に良い天気にも恵まれ、商店街を中心にした大きなお祭りも2回あり、大勢の人出でにぎわっている。当店の売上も、去年のお祭り時期と比べて20%増となっている。しかし、その期間以外では、相変わらず客の慎重な買物姿勢が目立ち、売上はなかなか伸びていない。	
	一般小売店〔惣 菜〕（店長）	販売量の動き	・来客数は、目玉商品やイベントなどがあると一時的に増えることもあるが、多くの客は目玉商品を購入するだけであり、売上の増加にはなかなかつながらない。	
	一般小売店〔書 店〕（営業担 当）	単価の動き	・客の中には、質が高い商品ならば高額でも買い求める人も相変わらずいるが、全般的に無駄な買物は、セール品であっても避けるという意識がまだまだ根強い。	
	百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・ワゴンセールやイベントを仕掛けても、客の反応は鈍く、必要な物しか購入しないという姿勢がうかがえる。	

百貨店（販売担当）	競争相手の様子	・新装開店でにぎわうのは、価格、機能、スピード感を持った商品を主軸に据えた店である。客の気持ちやトレンドを踏まえての開発であり、今後もこの流れは続く。しかし現実の新規商品は、積極的な開発というよりは不要な部分を削ったものばかりであるため、買物をする楽しさが客から伝わってこない。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・不況のため各家庭の所得は減っている。毎日の食料品の購入も、最低限度の商品しか買わず、生計に苦労していると様子である。
スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は95%前後での推移が続いており、依然として回復の兆しはみられない。第3のビールが1缶100円を切ったり、ジーンズも低価格での競争となっている。食品も250円の弁当などが当たり前となっており、低単価志向が続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数の減少に加えて、特売商品を始めとする低単価商品の買い回りが顕著になっているように感じられる。
スーパー（店員）	単価の動き	・チラシ商品などの特売品はよく売れるが、それ以外の商品はなかなか売れていない。
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・客単価は横ばいである。来客数もほぼ横ばいであるものの、前年に比べると4.3%減少している。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・景気回復がまだ見えてこないなか、客の低価格志向は依然として根強い。競合店でも値引き志向が強いため、単価は上がってこない。来客数は前年を維持できているが、売上は前年を上回ってこない。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・客単価は低下傾向にあり、売上の前年比も100%を上回らない状況が続いている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年割れは相変わらず続いており、1日当たりの来客数は前年比40人減から回復していない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・当店は繁華街の近くに立地するが、特に週末の入客が少なくなっている。それとともに、来客数も横ばいか若干減っている状況にある。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・朝夕が寒くなり得意客の来店が増え始めているが、その様子を見ると、買い控えは感じられない。しかし、一見客は特価品に対してモシビアで、妥協しなくなっている。
衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・今までは変わりなく推移していた、贈答品を扱う客からの売上も減少してきている。
家電量販店（店員）	単価の動き	・単価が上がってこない。販売量よりも、単価が低下したまま定着してしまっていることが大きい。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・中旬までは低単価商品を中心にますます動いたが、下旬になるとそれも止まり、今は全く動きがない状況にある。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・地域性もあって大手自動車メーカーの影響が大きい。設備投資を始めとする様々な部分の経費削減等の影響を直接的に受けている。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・決算月が終わっても、来客数はあまり変わっていない。これは今までにない傾向であるが、客の財布のひもは固く、必要最低限の装備品だけを付けて契約していく客が多いため、単価、収益共に下がっている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・乗用車に関しては、国の補助金政策や税金の軽減がかなりの客に浸透してきており、それを理由に乗換える客が増えている。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・客の買物は特売日等に集中しており、特売日以外の日の来客数は少ない。平均すると、あまり変わっていない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数がとにかく少ない。同業種の店舗で働く知人等からも、週末以外の客の入りは少ないと聞いている。
一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・売上は、低い水準で安定している。その要因は、外食回数の減少と小遣いの一部カットである。外食するよりも、ビールではなく発泡酒や安い焼酎のペットボトルを買って、自宅で飲んでいる。運転代行の代金も節約されている。若者のアルコール離れなども影響している。

	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊は、前年同月比で8%上回っている。しかし、地元客の需要が非常に弱く、昼食、夕食は前年の6割程度である。地域経済は伸び悩んでいる。11月はトップシーズンであるが、前年同月比80%である。新型インフルエンザの流行を懸念して、企業が前倒しで10月に宿泊している傾向もみられる。
	観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・個人向けの安価な宿泊商品を全面的に打ち出したため、今月の宿泊客数は前年比で1割強となり、前年の宿泊室数は確保しているが、企業、各種団体の動きが非常に鈍い。
	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・景気が良い客層では、単価も高く例年どおりの消費をしている。しかし、景気の悪い客層はかなり厳しい。
	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・競争激化と相まって、新規契約はかなり厳しい状況にある。
	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・今年2月に新規サービスを開始したが、政令都市クラスまでとなっており全国展開されていないため、伸び悩んでいる。
	通信会社(開発担当)	それ以外	・電話回線はメタル回線から光ファイバー回線への変更が進んでいるため、メタル回線の利用休止に拍車がかかっている。メタル回線の保守体制の更なる縮小も検討されている。
	テーマパーク職員(総務担当)	来客数の動き	・現状だけを見て判断すると、景気は確実に上向いている。エコカー減税やエコポイント制度などの景気対策の効果が現れている。
	ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・台風により休業した日があったため、全ゴルフ場で来場者数、売上共に予算目標を若干下回っているが、台風の影響を除くと、来場者数は順調に推移している。
	美容室(経営者)	お客様の様子	・お金を使わずにレジャーを楽しむ人が多い様子で、客はお金の使い方を色々よく考えている。
	その他サービス[介護サービス](職員)	単価の動き	・介護保険対象外の福祉用具に対するレンタル要望が増えているが、価格競争によって、平均単価の下落が止まっていない。
	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・新規契約数は、相変わらず低いまま横ばい状態である。景気が冷え込んでいるため、様子見が続いている。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・前月の後半から、商店街の人通りが減少し始めている。第2週の週末に開催した商店街最大のイベントは、天候にも恵まれて条件は最高であったが、人も出ても当店の売上も前年を10%ほど下回っている。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・得意先では、売れる店と売れない店の二極化がより際立ってきている。ただし、売れる店の販売量もやや減少している。取扱商品は海外生産の依存度が更に上がっているため、国産商品の取扱を主とする企業、店舗は競争力を失っており、非常に苦しい立場にある。
	一般小売店[高級精肉](企画担当)	販売量の動き	・売れても売上の増加にはつなげっていない。これまでデフレを経験したことはなかったが、このような状況は初めてであり、消費は弱くなっている。
	一般小売店[電気屋](経営者)	単価の動き	・客から、他店の価格との比較を言われるようになってきており、景気は悪くなっている。
	一般小売店[生花](経営者)	お客様の様子	・来客数は徐々に減ってきている。財布のひもは依然として固く、余分な物は買わないようにしている。
	一般小売店[贈答品](経営者)	販売量の動き	・販売量は大きく落ち込んでいる。通販雑誌やコンビニに加えて、デパートでも専門店化によって贈答品が買えることが要因になっている。客は贈答品専門店にわざわざ出向かなくても、雑誌やインターネットで購入したり、贈答品売場を増やした大型店で購入するようになっているため、贈答品店の販売量、来客数は減少傾向になっている。
	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・来客数の落ち込みが顕著である。9月の大型連休には若干持ち直すことを期待したが、連休前後から10月に入って以降の来客数の減少には歯止めが掛かっていない。政策等でも社会不安の解消が示されないため、停滞感や閉塞感はより強まっている。消費マインドの落ち込みは危機的な状況にある。

百貨店（企画担当）	販売量の動き	・9月の大型連休以降、売上、来客数共に大きく落ち込んでいる。カード会員向けの優待企画を実施しても、反応は著しく鈍い。また、例年ならばファッション商材にはトレンドといえるヒット商品がみられるが、今年は全く見当たらない。客は、必要に迫られた時のみ購買している様子である。
百貨店（販売担当）	お客様の様子	・カード優待を実施したにもかかわらず、売上は伸びていない。競合する百貨店でも同様に優待を頻繁に実施しているため、客は優待慣れしている様子である。
スーパー（経営者）	単価の動き	・今の客は、特売品など価格が安い商品しか購入していない。客の収入は大きく減少している様子である。
スーパー（店長）	単価の動き	・単品単価の下落が依然として止まらず、買上点数も増えていないなかで、客単価の下落もまだまだ続いている。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・少し前には、景気は底にあって、この状態がずっと続くのではないかと思っていたが、今はそれよりも単価が下がっている。非常に厳しい状態にある。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ソフトドリンクの売上が大幅に減少している。定価販売の500ミリリットルのペットボトル飲料から、同じ容量でも価格が安い紙パックのチルド飲料へのシフトが原因と考えている。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・販売量、1日当たりの日商平均共に、まだ前年比で10%以上も割り込む状況が続いている。
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ことに加えて、客単価の伸びもなく、売上の増加にはなかなかつながらない。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少ない。特に新規の来店が減少している。
乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客、競争相手やその他の関係者全体の様子をみても、やはり良くない。何をしても難しい。良くないなりに景気の底かなといった雰囲気もあるが、景気はやはり良くはない。
乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・自動車業界は、今は優遇税制のおかげで数字を維持できているが、本来の販売方法に照らして考えると、むしろ非常に低迷している状態にある。メーカー、輸入業者共に、販売支援の金額には限りがある。
住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・建築・インテリア関係では、公共事業の箱物、コンクリート物件が減少している。民間が持ち直しているためまだ上向いているものの、将来的にも非常に厳しい。
スナック（経営者）	来客数の動き	・売上が前年を2、3割ほど下回る月が続いており、依然として厳しい状況にある。繁華街は相変わらず閑散として人通りが少なく、呼び込みなどが目立つようになってきている。
都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・来年3月まではエコカー減税によって製造業を中心に好調であるが、4月以降が不透明であるため、社内には自粛ムードがある。次年度が見えてこない、ホテルの利用増加までには至らない状況にある。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・低単価志向が浸透してきていると共に、節約志向も強くなってきている。高速道路料金引下げは、高速道路内の飲食店にとっては良いが、鉄道や高速バス等の利用は減少している。デフレ傾向はますます強まっている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・9月の大型連休ごろはある程度持ち直した感じがあったが、それ以降の売上は悪くなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・ここ数か月間と違う動きとして、通勤時のタクシー利用や高齢者の通院のためのタクシー利用が極端に減少している。バス、地下鉄といった公共交通機関の利用が増えたためと思われる。
タクシー運転手	来客数の動き	・繁華街でのタクシー利用はここ2、3年間ずっと悪いが、お盆休みや9月の大型連休でも飲食店の来客数は今まで以上に少なく、ここ2、3か月間の人出は特に減っている。
タクシー運転手	お客様の様子	・以前ならば雨の日は非常に忙しかったが、最近では雨でも利用者は少ない。相変わらず名古屋のタクシー運転手は多いため、タクシーの稼働率は非常に悪い。そのため運転手の1週間の当たりの売上はかなり減少している。売上は前年比約2割の落ち込みがずっと続いている。

		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・光回線によるインターネットの新規申込が以前に比べて少なくなっている。
		テーマパーク（経営企画担当）	来客数の動き	・9月の大型連休の反動がある。
		美容室（経営者）	それ以外	・月初めは客の入り良かったが、半ばから少なくなっている。今月はもう少し忙しくなると思っていたが、天候のためか、客の入りは悪い。ただし、20日過ぎから少し良くなってきている。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客の話を聞くと、賃貸物件の仕事が明らかに少ない状況である。
		住宅販売会社（企画担当）	競争相手の様子	・1人の客に3～4社の競争相手があり、かなりの値引き競争になって、仕事を取り合っている。
悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数の動きが極端に悪くなってきている。そのため販売量は少なく、客単価も低いままであるため、売上は増えてこない状況にある。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・卸先の飲食店では販売量が半減している店もあり、平均では2割ほど減少している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・販売量が激減している。土日の来客数も少ないため、売場は客よりも販売員の方が多い。販売目標は全く達成できておらず、販売員はひたすら立っているだけの毎日である。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・来客数は前年を下回っている。また、例年ならば新作を購入していた客の来店回数が減少しており、購入単価の低下傾向も顕著に感じられる。メーカーは低単価アイテムを充実させてはいるものの、販売数が減少しているため、販売数、単価のダブルの落ち込みにより、売上は大幅減という結果になっている。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・来客数、客単価共に減少している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・10月に入り、消費は急激に悪くなってきている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・主力商品の弁当を今までより20%安い1398円の価格設定で発売しているが、販売数量の下落が止まらないため、出口は見えていない。
		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。政権交代後は、一段と冷え込んできている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・10月に入って客単価は下げ止まったものの、来客数の減少幅は再び広がっている。景気の二番底の始まりが懸念される。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の来店回数が激減しており、この状況が続くとどうなるのか本当に心配な状況にある。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・12月までの販売量は既にほぼ確定しているが、1月以降の販売予定は全く見込みがない。通常ならば、2、3月まで問い合わせがあるが、それもない。需要はかなり冷え込んでいる。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・インフルエンザの影響もあるが、売上は前年比10～20%減少している。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話では、支出を減らす工夫の話題ばかりであり、相変わらず景気の良い話は聞かれない。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・同業他社や下請業者からは、仕事がないとの声が深刻になってきており、数も多くなってきている。
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（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末年始の飲食店の広告需要により、今月はやや好況である。広告予算の縮小も、下げ止まり感がある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月期以降の売上は、わずかながら順調に増加傾向にある。
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・10月になって急に受注量が増えており、今年初めて残業もするようになってきている。取引先はこれまで消耗品の在庫を圧縮していたため、短納期での注文が多く、対応に追われている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・エコカーの増産により、車載電子部品が好調で、来年3月までの受注を確保できている。ただし、情報関連や機械関連は、低調が続いている。

	輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・乗用車部門の受注が引き続き好調であることに加えて、乗用車部門以外でも売上は底を打っており、回復の兆しが見えてきている。ただし、商用車部門は引き続き不振である。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は依然として前年割れを続けているが、生産財系の荷主を中心に、5ポイントほど回復してきている。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・在庫整理が終わり、生産が回復し、出荷も増えてきている。
	不動産業（開発担当）	競争相手の様子	・当社を含め同業他社も、分譲マンションの用地取得に前向きに取り組むようになってきている。
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	・例年に比べて、受注量、販売量共に低調であり、厳しい状況が続いている。
	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一定数の引き合いはあるが、価格競争が激しいため、受注率は低いままである。
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・建設業関連の受注量は前年下期比で約50%減少しており、社内の稼働率も同約25%減の大きな落ち込みとなっている。他製品の受注により、何とか前期末の受注残高を確保している状態である。業績も、前年比で大きく落ち込んでいる。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	それ以外	・この時期は来年卒の高校生の採用を行う。前年、前々年は1名程度の応募があっただけであるが、今年は7、8人の応募がある。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・マンション、一戸建ての販売は依然として厳しい状態にある。客の動きは出てきているものの、値引き要請が大きいため、利益は大幅に減少している。
	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前の売上は前年比27.0%減であり、今月も同じく27.0%減と、変化はない。
	輸送業（エリア担当）	競争相手の様子	・同業他社と話していても、ここ数か月間、荷物量は増えていない。荷物量の今後の伸びを期待できないため、自助努力として人件費を始めとして燃料費など諸経費の削減に、これまで以上に取り組む会社が多い。
	通信会社（法人営業担当）	取引先の様子	・設備投資は、極力控えられている。残業がほとんどない人も多々みられる。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・年末にかけて特に大きなイベントもなく、今月も景気の変動はない。取引先も、今は我慢と話している。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・周囲には自動車関連の企業が多いが、どこも業績、仕事量共に厳しく、従業員の給料は上がっていない。
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・企業の業績は改善傾向にあるものの、売上が伸びているわけではなく、コスト削減による改善である。
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業の動きはまだ停滞気味であり、企画等を提案してもあまり乗ってこない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・不動産や求人などの広告需要がない。広告を取り巻く環境は厳しくなっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・仕事がありなく消費もあまり良くないが、不動産の分譲市場では、良い地区、人気がある地区については、値段が以前の良い水準になってきている。二極化が進んでいる。
	行政書士	受注量や販売量の動き	・主な顧問先である運送業者の貨物の荷動きが依然として悪い。
	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	・長いトンネルに入ったようで、受注量は落ち込んだまま、1年近く経っている。
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	・段ボール業界でも、中小メーカーの受注量は減少している。各社は販売量の拡大のため、安値販売を推進する傾向にある。
	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・安値による受注合戦が続いており、受注すべきか否かの判断に迷う。仕事量が少ないため、取り合いになってしまう。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・出張に出掛けても、新幹線は空いているし、ホテルも簡単に取れる。自社の来年の受注予測も含めて、プラスの話題はあまりない。
	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	・米国での販売量の減少などにより、利益は減少している。

		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・必要で中止の予定がない公共事業まで補助金の支給時期が不透明で遅れており、売上が大きくずれ込みそのような案件も目立つ。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・受注量が減っている。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・身近な取引先でも、1か月間を通して仕事量が減っている。今後の取引についても、別の業者が見え隠れするため、価格が安い企業に流れていくことを感じる。今まで通りの営業では通用しないと実感している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・全体的に、荷物量は低い水準で変わらない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・顧問先の製造業では、自動車関連の下請企業が回復状況にあると思っていたが、ここにきて元請けの大手企業が、下請け企業の受注を奪っていく分野進出が著しいため、今までの単価では受注できない状況にある。
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・これまで雇用調整助成金を申請してきた企業のうち、消費財等の部品を製造する企業の仕事は増えてきているが、設備投資に関わる企業では、逆に休業日数を増やすところもある。また、新規に雇用調整助成金を申請する企業もある。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・会社、業種によって大きなばらつきがあり、特に設備投資関連は売上が3割から半分に減少しており、大変厳しい状況が続いている。銀行貸付も、非常に厳しい状態が続いている。
	悪くなっている	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8～10月の受注量は減少している。重量的には5～6%の減少であるが、需要減により単価が下落しているため、販売額では10%～20%の減少になっている。11月以降も、予定物件や客の見積も少ないため、仕事量は今以上に減少しそうである。
		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、販売価格も低下している。
		企業広告制作業（経営者）	それ以外	・企業の採用状況は、好転していない。現段階では、来年度の就職内定率は50%を若干超える程度である。
		公認会計士	それ以外	・顧問先企業の業績は、総じて悪化傾向にある。また、賞与支給額の減少も顕著である。地元信用金庫では、個人の延滞が増加している。
		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	・案件数は、非常に減っている。
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（社員）	求人数の動き	・人員削減で減少した穴埋めのため、人材採用の動きが出始めている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比べると、多少良くなっている。ただし、例年に比べると、求人数は2割ほど減っている。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・まだ弱含みであるが、一時期に比べると、取引先の生産量は増加に転じてきている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人数は10月も引き続き増加傾向にあり、前年の7割程度にまで回復してきている。ただし、業界間で隔たりが大きく、自動車部品関連企業の採用意欲は依然として低い。時間外勤務時間数の微増や社員の産休・育児休暇の取得に伴う求人増加など、変化の兆しは出始めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の大幅改善に加えて、有効求人数の改善傾向が継続している。
		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30%以上減少しており、新規求職者数は同10%前後増えている状況に変化はないものの、就職者数は前年と同水準であり、求人者側には採用意欲の向上も感じられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前月比で増加が続いている。ただし、輸送用機械器具製造業では、生産調整を終えているが、求人募集には至っていない。中小企業等の生産増加も見られない。個人消費もあまり回復しておらず、サービス業、卸・小売業でも回復の兆しは見えない。

変わらない	人材派遣会社 (経営企画)	周辺企業の様子	・技術派遣に対する顧客企業の需要に大きな変動はない。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・IT関係の派遣注文は、ほとんどない。
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・新規派遣求人数は、ここ2～3か月間、大きな減少も増加もなく、一定の範囲で推移している。求職者に仕事の紹介ができない状況に変わりはなく、以前として厳しい。
	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・派遣業への需要は、依然として停滞している。ただし、他社の求人媒体誌の動向からは、求人はやや回復傾向にも見られる。
	求人情報誌製作 会社(編集担 当)	求人数の動き	・企業の求人出稿については、依然、厳しい状況が続いている。
	新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・新聞への求人広告の出稿状況は、低位で安定している。
	職業安定所(所 長)	求職者数の動き	・この3か月間の新規求職者数は、横ばいで推移している。
	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・求職者数は、前月よりも5.9%増加している。
	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・求職者数は減少も増加もしていない。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・自動車関連では、期間工や製造系派遣で再雇用されるケースが出てきており、若干明るい兆しが見えているものの、新規雇用の動きは極めて厳しい。求人数が非常に少なく、職業紹介窓口では、求職者でかなり混雑している。
	民間職業紹介機 関(職員)	求人数の動き	・一般企業の取引先からの新規・追加の注文は入っておらず、3か月前と同じ状態である。
	民間職業紹介機 関(支社長)	求人数の動き	・支社内の求人数の推移を見ると、横ばいである。底を打った感がある。
学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・2011年入社の新卒採用数は、2010年卒よりも増加させる企業はほとんどなく、現状維持か減少がほとんどである。	
やや悪く なっている	アウトソーシ ング企業(エ リア担当)	周辺企業の様子	・契約期間の満了により契約更新をしない派遣先企業が、少数ながら出てきている。
	新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・10月期の求人広告は、前年比40%台と低水準で推移している。製造業の多い地域では、2年前の同時期と比べて10%であり、雇用環境は非常に悪い。
悪く なっている	-	-	-