

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<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている       | 商店街（代表者）       | お客様の様子                             | ・来客数が増え、客単価も徐々に上昇している。   |
|                |                   | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 来客数の動き                             | ・週末の高速道路料金引下げに加えて、一部無料化の社会実験も始まっている。対象となった当地域にはマイカーが押し寄せ、駐車場不足によって国道周辺は混乱しており、週末だけでなく平日にも影響を及ぼしている。ただし、鉄道客は減る一方であり、特急の本数も減っている。海上交通でも、フェリー会社の撤退はもはや止めようがなくなっている。また、来客数が増加しても、客単価は低下している。 |
|                | やや良く<br>なっている     | 一般小売店〔薬局〕（経営者） | 販売量の動き                             | ・セールをすれば来客数が増え、高額商品も売れるため、多少は上向きになってきている。  |
|                |                   | 一般小売店〔食品〕（経営者） | お客様の様子                             | ・6月の気温は平年並みであり、湿度は例年よりも低かったため、外出しやすく来客数は比較的多くなっている。売上も前年同月比11%増加している。客の消費にもやや積極性が出てきている。   |
|                |                   | 百貨店（企画担当）      | 来客数の動き                             | ・低価格志向は継続しているが、特価品だけが動くような偏った傾向は払しょくされつつある。実売期に入っても、宝飾・時計などの高額品から衣料品などの一般アイテムまで、偏りなく売上につながってきている。フロア全体で来客数を安定的に獲得できるようになっており、一時的な復調ではない。   |
|                |                   | 百貨店（販売担当）      | お客様の様子                             | ・今月中旬から客足が戻ってきている。単価は高くないが、ボーナス需要らしき様子もある。これまで客はセール品や安い商品にしか興味を示さなかったのが、今では多少高くても気に入った商品を選ぶ傾向が出てきている。  |
|                |                   | 百貨店（販売担当）      | お客様の様子                             | ・テナント店での定価品の売上が好調であり、売場では対予算目標、対前年同月共に早々にクリアしている。平場やテナント店の一部ブランドでは、先行セールもスタートしているが、セール商品に対する反応も良い。また、これまではセール品を展開していると定価品の動きが鈍る傾向が強かったが、最近ではセール商品と定価品を吟味して、気に入れば定価品を選択するという客も増えてきている。    |
|                |                   | 百貨店（営業企画・販売促進） | お客様の様子                             | ・来客数の減少幅が小さくなってきている。   |
|                |                   | コンビニ（企画担当）     | 来客数の動き                             | ・来客数は、前年比で前月よりも若干が改善している。  |
|                |                   | コンビニ（エリア担当）    | 販売量の動き                             | ・まだ前年同月の売上をクリアできていないが、3か月前と比べれば、前年同月比は3%改善されている。また、前年は不景気のために中止された花火大会が今年は開催されることになり、チケット販売などで売上は増えている。  |
|                |                   | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き                             | ・新車購入の客が、少し増えている。  |
|                |                   | 乗用車販売店（従業員）    | 販売量の動き                             | ・9月でのエコカー補助金終了が大きく報道されているため、駆け込みの来客や商談が多くなっている。ただし、ほとんどが減税対象車種の商談で、客は減税率も気にしている。ハイブリッド車を除くと小型車が中心で競争も厳しく利益確保は難しい。  |
|                |                   | 都市型ホテル（営業担当）   | お客様の様子                             | ・製造業を中心に、利用が増えてきている。この1年間は自粛ムードが強かったのが、徐々に緩和されてきている。   |
|                |                   | タクシー運転手        | お客様の様子                             | ・今月は雨が多く、急に激しく降った日もあるため、タクシー利用は増加している。ボーナスが出たため、買物客の利用も増えている。  |
|                |                   | 美容室（経営者）       | それ以外                               | ・今月の売上は、今年に入って一番多い。3～4月の利用が少なかったこと、今月は急に暑くなったことにより、パーマ、カットが増えている。  |
| 変わらない          | 一般小売店〔高級精肉〕（企画担当） | 販売量の動き         | ・販売量が増えては減るといふ繰り返しであり、なかなか明るくならない。 |  |

|                |        |  |
|----------------|--------|--|
| 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・天候のすっきりしない日が多く、客の出足は今一つである。スーパーへ出荷している商品の販売量も減少している。  |
| 一般小売店〔酒類〕（経営者） | 来客数の動き | ・依然として、来客数が伸びない状況が続いている。   |
| 一般小売店〔書店〕（経営者） | 販売量の動き | ・客単価が安定していない。景気が悪い状態で変わっていない。  |
| 百貨店（売場主任）      | 単価の動き  | ・父の日があったが、靴は高いため、8千～1万円のサンダルが売れば良いほうであるが、今年はあまり売れていない。今年は3～5千円の低い予算で商品を探す客が多くなっている。  |
| 百貨店（売場主任）      | お客様の様子 | ・客は、単価が低いだけでは購入しない。商品を見極めて、必要品のみ購入する様子がかがえる。   |
| 百貨店（販売担当）      | 販売量の動き | ・景気が良くなりつつある兆しが、ファッションや高額商品の動きが良くなってきたことからうかがえる。ただしこれは、一部の客に限られる。季節商材やセール品を購入する実需型の動きには改善が見られず、前年よりも更にシビアになっている。天候や気温に売上が大きく左右され、必要に迫られないと購入しないという客の動きが浮かび上がる。 |
| 百貨店（外商担当）      | 販売量の動き | ・クリアランスを間近に控えているため、定価品の販売が低調に終わっている。高額品に関しては、一向に動く気配がない。   |
| スーパー（経営者）      | お客様の様子 | ・近隣では、客の高齢化が進んでいることを感じる。高齢世帯では所得が減り、医療、介護にお金が掛かるため、その他の消費や貯蓄も減り続けている。毎日の食料品の購入単価も大幅に低下している。  |
| スーパー（経営者）      | 単価の動き  | ・安くなければ売れないのが現状である。景気は決して良くなっていない。   |
| スーパー（経営者）      | それ以外   | ・とにかく悪い状態が続いている。   |
| スーパー（店長）       | 単価の動き  | ・特売日の客当たり買上単価は上昇しているものの、特売日以外では低くなる傾向がある。客はお買得日に買物しようとしており、節約志向はまだ強い。  |
| スーパー（店長）       | 単価の動き  | ・単品単価の下落は止まってきているが、客単価は上昇せず、依然として厳しい状況にある。必需品以外の商品は動いていない。   |
| スーパー（店長）       | 単価の動き  | ・客単価には依然として回復の兆しがなく、96%前後で推移している。買上点数、1品単価共に、前年を下回っている。ビール類に関しては、第3のビールが圧倒的に定着していることに加えて、各社がプライベートブランドの低単価を開発しており、低価格化に拍車を掛けている。                               |
| スーパー（店員）       | 単価の動き  | ・客の購入数が少ない。  |
| スーパー（総務担当）     | 来客数の動き | ・来客数は前年同月比5.6%減少しているものの、客単価は1%上昇している。  |
| スーパー（営業担当）     | 単価の動き  | ・客単価が上昇してこない。景気の先行きにはまだまだ不安があり、消費にお金が回っていない。子ども手当の半分は消費に回ると聞いているが、教育費や夏休みの旅行などに使われるため、食品などの売上には影響がない。  |
| コンビニ（エリア担当）    | それ以外   | ・依然として、売上は前年をクリアできていない。衝動買いも減少傾向にある。   |
| コンビニ（店長）       | 来客数の動き | ・来客数、単価共に上昇していない。売上は伸びておらず、前年同月比はマイナスである。  |
| コンビニ（店長）       | 来客数の動き | ・来客数の増加傾向は変わっていないが、客単価が上昇していないため、全体としてはどちらとも言えない。  |
| コンビニ（商品開発担当）   | 販売量の動き | ・主力の米飯類を含めて、売上は悪い状態が続いている。30円引き等の販促策を実施した分野が良くなって、その代わりに別の類似分野は悪くなる。また、販促策が終わると、一時的に増えた売上はたちまち元に戻ることを繰り返しており、全体が良くなることはない。                                     |
| 衣料品専門店（経営者）    | 単価の動き  | ・客単価が低迷している。   |

|                  |         |   |
|------------------|---------|---|
| 衣料品専門店<br>(経理担当) | 販売量の動き  | ・来客数は順調に増えているものの、販売額、販売数量は、それに比例していない。また、良い月と悪い月のばらつきが大きい。  |
| 家電量販店(店員)        | 販売量の動き  | ・パソコンの夏モデルが出そろったが、販売台数は伸びていない。  |
| 乗用車販売店(従業員)      | 来客数の動き  | ・引き続き、販売量、客の動き共に活発である。  |
| 乗用車販売店(従業員)      | お客様の様子  | ・良くはなっておらず、横ばいが続いている。   |
| 乗用車販売店(従業員)      | 来客数の動き  | ・エコカー補助金終了前の駆け込み受注もあり、客の動きは例年よりも激しくなっている。   |
| 乗用車販売店(従業員)      | 競争相手の様子 | ・売れている所と売れていない所の差が激しいため、景気の状態は今一つ把握しにくい。  |
| 乗用車販売店(従業員)      | 販売量の動き  | ・前年同月と比べれば良くなっているものの、今年度の目標に対してはやや未達成である。ボーナスキャンペーンの時期には、一服感がある。また、土日にひどい雨の日が多く、来客数も少ないことが影響している。                 |
| 住関連専門店(営業担当)     | 販売量の動き  | ・建築業界では、公共工事が落ち込んでおり、民間需要に関してモアミューズメント関係だけが良く、設備投資も微増であるものの、分譲、賃貸マンションは横ばいである。厳しい状況が相変わらず続いている。                   |
| 一般レストラン(経営者)     | 来客数の動き  | ・依然として、来客数は増加していない。特に新規客が伸びていない。  |
| 一般レストラン(スタッフ)    | 来客数の動き  | ・どの地域でも、日曜日の夜8時以降の来客数が芳しくない状況が続いている。  |
| 一般レストラン(従業員)     | お客様の様子  | ・サッカーワールドカップの影響で、来客数は減少している。客は、家で観戦すると言っている。4年前、8年前も同じ状況であった。   |
| スナック(経営者)        | 来客数の動き  | ・ボーナスが出ている会社もあり、繁華街の人出は増えると思われたが、増えたのはサッカーのユニホームを着た若者だけである。サッカーワールドカップが始まってからは、繁華街は逆に静かになってしまい、予想以上の影響を受けている。     |
| 観光型ホテル(販売担当)     | 来客数の動き  | ・今月も、全社的には前々年の水準には達しないものの、予算目標は達成できそうである。個人客が前年同月比35%増、前々年同月比20%増であり、全体の底上げに寄与している。                               |
| 都市型ホテル(経営者)      | 単価の動き   | ・来客数は前年同月と比べて回復しているが、単価が戻っていない。   |
| 旅行代理店(経営者)       | 単価の動き   | ・来客数が減少しており、単価も低い。  |
| 旅行代理店(経営者)       | 販売量の動き  | ・7～8月の夏休み旅行の動きは、急に鈍化している。   |
| 旅行代理店(経営者)       | 競争相手の様子 | ・旅行業界では、依然として個人客の販売量が減少している。ネット販売に流れていることも否定できないが、業界全体で減少傾向にあることは変わっていないと思われる。                                    |
| 旅行代理店(経営者)       | お客様の様子  | ・例年ならば、今の時期には既に夏の旅行の予約が入っていなければならないが、今年は十分な余裕がある。   |
| 旅行代理店(従業員)       | 来客数の動き  | ・例年ならば6月の週末は夏休みを控えて来客数が増加するはずであるが、今年は5月とあまり変わらない状況が続いている。   |
| 旅行代理店(従業員)       | 来客数の動き  | ・店頭への来客数が少ない。夏の旅行商品が一通りそろい、今の時期は夏休みの旅行計画で繁盛するはずであるが、極めて少ない。天候不順やサッカーワールドカップ等の影響で、旅行よりも家庭で余暇を過ごすという人が増えているためであろうか。 |
| タクシー運転手          | お客様の様子  | ・前年同月比でみると、やや悪い。夜中の繁華街の人出が少ない。  |
| 通信会社(企画担当)       | 販売量の動き  | ・解約数の減少傾向が収まりつつある。また、新規契約数もかなり厳しい。  |
| 通信会社(営業担当)       | 販売量の動き  | ・インターネット光回線の純増数は、伸び悩んでいる。   |
| ゴルフ場(企画担当)       | 来客数の動き  | ・総合的に見ると、このところは来客数、売上共に前年同月を下回る月が多い。来客数は天候によって左右されることもあるが、売上単価は徐々に悪くなっている。  |

|              |                     |   |   |
|--------------|---------------------|---|---|
|              | 美顔美容室（経営者）          | 来客数の動き  | ・来店しなくなって久しい客は相変わらず来店しないが、現在の客は3か月前と変わらない。  |
|              | 美容室（経営者）            | お客様の様子  | ・客の話によると、仕事量は回復してきているが、消費はまだ低迷しているとのことである。  |
|              | その他サービス【介護サービス】（職員） | 販売量の動き  | ・主力分野への新商品の投入効果は、1か月に落ちてしまっている。   |
| やや悪くなっている    | 商店街（代表者）            | 販売量の動き  | ・来客数、販売量、販売高共に伸びていない。今月は、特に来客数が極端に少ない。  |
|              | 商店街（代表者）            | それ以外  | ・商品の仕入先が次々に廃業、縮小しており、十分な商品供給がされなくなってきている。商品供給が不安定になると、客の信頼も薄くなってしまい、一層の来客数の減少や売上の減少につながる懸念される。また、製造業者から聞いた話では、国内工場はもとより、海外に進出した業者も立ち行かなくなってきているケースが増えつつあるとのことである。 |
|              | 一般小売店【贈答品】（経営者）     | お客様の様子  | ・中元の早期受注期であるが、早期割引に対して受注が増えた例年とは異なり、安だけでは反応しなくなっている。人々は付き合いの範囲を狭め、中元を控えている。   |
|              | 一般小売店【惣菜】（店長）       | 販売量の動き  | ・中元のピークを迎えようとしているが、前年と比べて、個人、法人共に売上は伸びていない。中元、歳暮は、年々購入時期が前倒しになる傾向がある。毎年6月だけはある程度の結果が出るものであるが、今年はそれも見られず、非常に苦しい。   |
|              | 百貨店（企画担当）           | 販売量の動き  | ・売上は前年並みを確保しているが、数か月前には前年の売上を超えていたことを考えると、若干ペースダウンしている。特に中元は来客数、単価、件数共に前年を下回っており、厳しい状況である。  |
|              | コンビニ（経営者）           | それ以外  | ・酒類問屋の話では、今月は落ち込みがひどいとのことである。非常に良くない状態にある。  |
|              | コンビニ（店長）            | 販売量の動き  | ・100円均一商品を増やしたところ、その商品は売れるものの、他の商品をついで買いつく動きはなく、売上増加には結び付いていない。   |
|              | 家電量販店（店員）           | 来客数の動き  | ・来客数は、横ばいからやや減少の状態にある。客単価も低下しており、財布のひもは固くなっている。特に消費税の増税の話題もあり、節約傾向になっている。   |
|              | 高級レストラン（スタッフ）       | 来客数の動き  | ・客単価は、前年の落ち込みから回復してきている。しかし、来客数は、ディナー客の大幅な前年割れが続いている。   |
|              | 観光型ホテル（経営者）         | 来客数の動き  | ・当ホテルでは夕食、昼食は地元客の利用が多いが、来客数が減少している。宿泊客の落ち込みはあまりない。  |
|              | 都市型ホテル（支配人）         | 来客数の動き  | ・今月に入り、宿泊数が減っている。単価も低下している。   |
|              | テーマパーク（職員）          | お客様の様子  | ・来場者数は減少している。   |
|              | パチンコ店（経営者）          | 販売量の動き  | ・来客数の動き、競合店の動き共に、やや悪くなっている。   |
|              | 理美容室（経営者）           | 来客数の動き  | ・客の話によると、ボーナスは期待できないとのことであり、良くなっていない。   |
|              | 美容室（経営者）            | 競争相手の様子   | ・最近美容院が増え、100メートル以内に4店舗が立地しており、激戦区になっている。   |
|              | 設計事務所（職員）           | お客様の様子  | ・取引先の営業マンが来る回数が減っている。景気の良い話も聞かれない。  |
| 住宅販売会社（経営者）  | 競争相手の様子             | ・売上が減少しているため、値引きして売っている。利益を増やすというよりも、赤字が出なければ良いという状況にある。                                      |   |
| 住宅販売会社（従業員）  | お客様の様子              | ・ゴールデンウィークごろから、大手メーカーが有料調査などでも低価格路線を打ち出してきており、必死の攻防が続いている。高級路線の住宅メーカーは、それによって来客数、契約数共に苦戦している。 |   |
| 住宅販売会社（企画担当） | お客様の様子              | ・今月は団地を売り出しているが、来客数が極端に悪く、例月の約50%である。   |   |
| 悪くなっている      | 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〔自然食品〕（経営者）    | 来客数の動き       | ・来客数、売上共に、前年割れになっている。一部の客層を除いて、少量、低価格商品へと移行している。また、通販での購入機会が増え、小売店での購入機会が減っていることも大きい。                   |
|                |                              | 百貨店（外商担当）           | 競争相手の様子      | ・閉店セールを実施している店の売上が前年同月比300%を超えており、その店の近隣では高水準で推移している。しかし、その他の地域の売上は、前年同月と比べて減少している。特に衣料品の減少が大きい。        |
|                |                              | スーパー（経営者）           | お客様の様子       | ・来客数が減っている。   |
|                |                              | 衣料品専門店（経営者）         | 来客数の動き       | ・バーゲン期に入り、販売量は増加しているものの、売上には結び付いていない。来客数も減少している。  |
|                |                              | その他専門店〔貴金属〕（店長）     | お客様の様子       | ・高額商品の動きは、止まったままである。高額商品を購入することが罪悪であるかのような風潮が高まっている。  |
|                |                              | 一般レストラン（経営者）        | 競争相手の様子      | ・前月も同業者が廃業する話を聞いたが、今月も何軒か撤退するとの話を聞いている。   |
|                |                              | 理容室（経営者）            | お客様の様子       | ・相変わらず、景気の良い話は聞かれぬ。客は安い店に流れている。   |
|                |                              | 住宅販売会社（従業員）         | 競争相手の様子      | ・同業他社の話によると、前年度の決算は何とか黒字になったが、手持ちの工事がなくなり、今年度の目処は立っていないとのことである。   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている |                     |              |   |
|                |                              | 化学工業（企画担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・前年同月比で、受注量、販売量共に増加している。半年前に比べても、回復傾向が見受けられる。   |
|                |                              | 窯業・土石製品製造業（社員）      | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は、リーマンショック前の9割ほどにまで回復している。残業なしではこなせない仕事量で、土曜日出勤も復活している。   |
|                |                              | 一般機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・北米の自動車産業の一部では、前年までの買い控えの反動か、急激な立ち上がりをみせている。納期が非常に短い大型設備投資プロジェクトの引き合いが、入ってくるようになっている。                   |
|                |                              | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・既存案件が堅調で、新規案件の追加もあり、受注量はやや増加している。  |
|                |                              | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・自動車、電機、通信、工作機械など、満遍なく回復を実感できる程度にまで、回復してきている。   |
|                |                              | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 競争相手の様子      | ・同業他社では、来年の完全地上デジタル化に向けて、地デジ対策関連の仕事で業績を伸ばしている。  |
|                |                              | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・不動産業では、マンション、一戸建て共に、来客数及び成約数が上向きつつある。  |
|                |                              | 輸送業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・製造業を中心に、設備増強に伴う輸送の引き合いが増えている。  |
|                |                              | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・アジア圏の貨物の動きが活発である。  |
|                |                              | 輸送業（エリア担当）          | 受注価格や販売価格の動き | ・売上は、前年同月の3か月前比が7.5%減であったのに対して、今月は同11.7%増と、19.2%も改善されている。今年の3、4月が底であったように思われる。現在は、まだ低水準ではあるものの、落ち着いている。 |
|                |                              | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・発送個数は、順調に増加している。   |
|                |                              | 不動産業（開発担当）          | 競争相手の様子      | ・新規事業用地の入札に対して、関心を示す企業が増えてきている。将来の需要回復を見越した動きであると考えられる。   |
|                | 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、横ばいが続いている。   |
|                |                              | 窯業・土石製品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・売上は、前年同月比で約2%減少している。経常利益に関しても赤字が続いているが、赤字幅は約3分の1に改善している。   |
|                |                              | 電気機械器具製造業（企画担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・前年同月と比べると良くなってきているものの、数か月前と比べれば、受注の伸びは落ち着いてきている。   |
|                |                              | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・一部企業では相当量の受注があるものの、国内向け等においては回復傾向は見られない。   |

|           |                     |              |  |  |
|-----------|---------------------|--------------|--|--|
|           | 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   | ・リーマンショックの影響が残っていた前年の今頃と比べると、売上は2倍近くになっている。ただし、2～3年前の売上と比べれば、まだ3割ほど少ない。                        |  |
|           | 金融業（従業員）            | 取引先の様子       | ・自動車企業に勤務する客は、以前と比べて多少忙しくなった様子である。しかし全体的に見ると、景気が回復しているという具体的な話は聞かれない。                          |  |
|           | 金融業（企画担当）           | 受注価格や販売価格の動き | ・自動車関連を中心に、受注量には回復の兆しが見られる。しかし、単価は低水準で横ばいになっており、景気が回復しているとは言い難い。                               |  |
|           | 不動産業（経営者）           | 取引先の様子       | ・販売価格は低下している。また、中古マンションの売却が進んでいない。   |  |
|           | 広告代理店（制作担当）         | 取引先の様子       | ・出稿量はほとんど変わっていないが、価格を少しでも低く設定した業者が受注することが多い。   |  |
|           | 行政書士                | 受注価格や販売価格の動き | ・主要な顧問先である運送業者では、運賃が低下している。  |  |
|           | 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、相変わらず低迷している。多少の波はあるが、業界全体が静かである。  |  |
| 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   | ・受注量は4月までは前年同月比プラスであったが、5月、6月と月を追うごとに、前年並みになっている。仕事量は、目標を大きく下回っている。                            |  |
|           | 出版・印刷・同関連産業（経営者）    | 取引先の様子       | ・競合会社が定価の半値以下の価格で営業活動しており、当社への影響が出てきている。   |  |
|           | 鉄鋼業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・自動車需要は横ばいであり、建築需要、設備資材は低迷しているため、厳しい状態が続いている。客からは、7～8月の需要は5～6月と比べて2割ほど減少すると言われており、今後も厳しい状況が続く。 |  |
|           | 金属製品製造業（従業員）        | 受注価格や販売価格の動き | ・せっかく引き合いがあっても、低価格化が止まらず、利益確保ができないため、受注判断が悩ましい。  |  |
|           | 一般機械器具製造業（経理担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・前月に続き受注量は徐々に減少しており、今月末の受注残高は前期末の受注残高と比べて、約13%減少している。足元の操業度は、所定時間内の稼働で何とか維持している状況である。          |  |
|           | 建設業（営業担当）           | 受注量や販売量の動き   | ・今まであった仕事が減り、新規の仕事も増えていないため、悪くなってきている。   |  |
|           | 輸送業（従業員）            | 受注量や販売量の動き   | ・前年6月の貨物量は前々年と比べてかなり減っていたが、今年はそれ以上に減っており、運賃単価は更に低下している。  |  |
|           | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前の出荷量は前年同月と比べて増えていたが、今月に入り落ち込んでいる。   |  |
|           | 金融業（法人営業担当）         | 取引先の様子       | ・先行きに対する慎重な見方から、地元取引先の製造業の設備投資は抑制されている。減価償却内での既存設備の更新がほとんどである。                                 |  |
|           | 不動産業（管理担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・これまで頻発していた事務所家賃の賃下げ交渉は収まっているが、事務所の空室率はまだ上昇し続けている。   |  |
|           | 公認会計士               | それ以外         | ・顧問先企業の売上減少が止まらない。地域金融機関の貸出先では、倒産等が増加している。   |  |
|           | 経営コンサルタント           | 取引先の様子       | ・宅地開発とともに、競売物件も売れにくい状態にある。   |  |
|           | 会計事務所（職員）           | 取引先の様子       | ・建設業者では、特に鉄筋、鉄骨といった建設資材の価格の値下がりと同時に、工賃単価もかつてない水準にまで低下し、値下げ競争がし烈である。企業の業績悪化が多数見られる。             |  |
|           | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | 取引先の様子       | ・7か月間ほど続いた商品開発が止まり、売上は減少している。他社でも商談が成立しない状況が続いており、全体として難しい局面にある。                               |  |
| 悪くなっている   | 金属製品製造業（経営者）        | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料価格は値上がりしているのに対して、受注価格は低下している。  |  |
| 雇用関連      | 良好な状態               | -            | -  |  |
|           | 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  | ・取引先企業からの研究開発ニーズが、継続的に発生している。                  |
|           |                     | 人材派遣会社（社員）   | 雇用形態の様子  | ・中小企業では、正社員採用の動きが活発になってきている。                   |
|           |                     | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子  | ・採用を抑制してきた企業が、受注増に伴う業務繁忙等により、優秀な人材の獲得に動き始めている。 |

|           |                   |         |   |
|-----------|-------------------|---------|---|
|           | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）   | 求人数の動き  | ・約3年間悪化を続けてきた中途採用の求人広告に、反転の兆しが見えている。業種別にみると、流通関連や飲食等のサービス業では、冷えたまま横ばいが続いているのに対して、製造業では、わずかながら良くなってきている。全体的には、底打ちが見え始めている。 |
|           | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き  | ・製造業からの求人数が増えている。   |
|           | 職業安定所（職員）         | 求職者数の動き | ・求職者数が減少している。求人数も、それなりに出始めている。  |
| 変わらない     | 人材派遣会社（経営者）       | 求人数の動き  | ・半年間以上、求人の動きがない状況が続いている。  |
|           | アウトソーシング企業（エリア担当） | 周辺企業の様子 | ・周辺の派遣会社では、短期の派遣契約が増えている。ただし、従来のような長期の派遣契約はない。全体としては、良くも悪くもない状況である。   |
|           | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）   | 求人数の動き  | ・4月以降、新聞の求人広告量は、前年同月比90%を超えるようになっている。底打ちしている。   |
|           | 職業安定所（所長）         | 求人数の動き  | ・新規求人数は低水準で推移しており、企業の求人意欲は依然として低調である。   |
|           | 職業安定所（職員）         | 求職者数の動き | ・有効求職者は若干減少傾向にあるものの、全体として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 | ・新規求職者数には減少傾向がみられるものの、有効求職者数は高水準で推移しており、失業の長期化は解消していない。依然として厳しい状況が続いている。  |
|           | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き  | ・新規常用求職者は、事業主都合の離職者数が前年同月比及び前月比で減少しているといったプラス材料がある。その反面、新規求人数は伸びておらず、学卒求人の動きも良くないといったマイナス材料もある。                           |
|           | 学校〔大学〕（就職担当）      | 求人数の動き  | ・追加求人等が増加する動きが見られ始めると、景気の上向きを実感できるが、現在のところ、そのような動きは見られない。   |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社（支店長）       | 求人数の動き  | ・政府の通達を受けて、大手メーカーでは派遣社員から直接雇用へとシフトし始めている。   |
|           | 求人情報誌製作会社（企画担当）   | 求人数の動き  | ・1～3月には回復している雰囲気があったが、現在は停滞感、減退感が出ている。  |
| 悪くなっている   | -                 | -       | -   |