

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 (東海)	良く なっている やや良く なっている			
		百貨店（経理担当）	お客様の様子	・天候が安定しつつ冷え込んできたので、冬物商品への客の出足と購買意欲を刺激している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・4月から続いて売上高が前年比100%以上を達成しているが、今月は特に良く前年比105%以上で推移している。内訳を見ると総菜、肉や野菜等の生鮮品の動きが良い。
		スーパー（店員）	単価の動き	・みかん、りんごや柿など秋の味覚商品が入荷し、客の買い求めている姿を目にする。商品の購入点数も増加している。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・客1人当たりの購入単価と来客数は増えている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は戻っていないが、単価は回復しつつある。主力商品である弁当等の販売数も回復してきている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の動きは8月頃よりも良くなっており、10月は前年比で2.4%増加している。カウンターコーヒー等の施策の効果や、健康志向を重視した商品に対する目的買いでの来店が増加につながっている。
		その他小売 [ショッピングセンター]（営業担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響が弱まり、来客数が回復しつつある。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・季節要因もあるが、宿泊部門は稼働率が上昇している。ただし、客単価はリーマンショック前の水準までには戻っていない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・朝の通勤時間も昼夜間の時間帯でも、1日を通じて客のタクシー利用回数は減っているため、空車時間が長くなっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・月間の販売数が増加傾向にある。
		変わらない		美容室（経営者）
その他サービス [介護サービス]（職員）	お客様の様子			・介護利用者の中でも、主として製造業の家庭では業務が忙しくなってきたためか、介護サービスの利用が増加している。
商店街（代表者）	お客様の様子			・客の表情が明るくなっている。
商店街（代表者）	販売量の動き			・販売量は販売先によってバラつきがあり、全体としては5%程度減少している。
商店街（代表者）	来客数の動き			・取引先や同業者の話を聞くと、相当悪いとの声を聞く。
商店街（代表者）	販売量の動き			・客単価が下落している。
一般小売店[薬局]（経営者）	来客数の動き			・連休や気候が客の動きに大きく影響し、来客数、売上ともに伸びない。夏のバーゲンセールを行った頃は、良くないながらも来客数や売上がまだあったが、現在はセールを行うには中途半端な時期のため、良くない。
一般小売店[土産]（経営者）	販売量の動き			・前年10月の遷宮を挟んで当地には1千万人を超える参拝客があったが、夏以降は静けさを取り戻し以前の人出に戻っている。一時期の盛り上がりは終わって平静な状況である。
一般小売店[酒類]（経営者）	来客数の動き			・依然として飲食店への客足は、週末中心という傾向が続いている。消費者の財布のひもは非常に固く、シビアなままである。
一般小売店[生花]（経営者）	お客様の様子			・ギフトの鉢植え等はまずまずの売上であるが、自宅用の購入をやや控えているように見える。全体的に大きくは変わっていない。
一般小売店[食品]（経営者）	販売量の動き			・売上高は金額的に前年と大きな差はないが、今年は消費税増税分が加算されているので、それを考慮すると実質的には横ばいである。原材料の大幅な値上げがあったので、利益の面からはマイナスとなっている。
一般小売店[自然食品]（経営者）	お客様の様子			・売上高は前年とあまり変わらない。客の購買意欲には個人差があり、いつも高いというわけでもなく一進一退というところである。

一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・贈答品店の客層は、全体としては変わらないが、新規の取引先もあれば閉店する取引先もある。新たに贈答品を贈る人もいれば見送る人もいて、客の中身は入れ替わっている。感覚的には、伸びているというより下がっているようにも感じるが、平均すると変わらないという状況が今のところは続いている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・おせち料理の予約やクリスマスケーキ等の受注を見ると、例年よりも出足が悪い。秋口まで暑い日が続いて季節を感じにくくなっているため、まだ購入する気になれないようである。
百貨店（経理担当）	お客様の様子	・台風の影響があったにもかかわらず、売上は前年を上回るペースで推移している。集客性のある催事を開催した効果と時計等の高額品の動きが良い。しかし、気温が冷え込んできた割には、衣料品の動きが良くない。
百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・消費税増税後の反動減からは少し回復しているが、完全には回復しない状態が続いている。
百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・海外特選ブランドや宝飾品は好調であるが、衣料品や食料品等は苦戦している状況で、前年と比べても日々の来客数の増減が非常に大きくなっており、消費動向には波がある。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ショッピングセンターの賃貸テナントでは、秋物は既に商品が値下げとなっているのに売上が悪い。10月中旬以降は冬物も出ているが、売上は上向きには転じていない。飲食店の店長達も売上が悪いと言っている。聞いた話では、年金受給者には消費税率のアップや年金受取額の減少が影響して大学病院での受診が減り、支払が安く済む診療所等が増えているそうである。一般市民にとっては、景気が回復しているという実感はなく、景気はまだまだ良くならない。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ここ2、3か月特別な動きはない状況である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・販売金額はここ数か月前年を超えているが、来客数は前年を上回ることができない。今の状態では、いつか売上も前年を下回りそうな動きである。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比98%前後と低迷している。客単価が上がっているので売上高は前年並みだが、商品の値上がりによるもので、景気が良くなっているとは言えない。
スーパー（店長）	単価の動き	・野菜等が高値となり客単価は若干上がっているが、購入点数の動き等それ以外の部分については、3か月前と変化はない。
スーパー（店員）	来客数の動き	・イベント時には集客があるが、平常時の客の流れが少ない。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上高がずっと増加しない。
スーパー（支店長）	販売量の動き	・アベノミクスに期待をしたが、中小企業には恩恵がない。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・今月も売上は前年を下回っており、3か月前の状況と変化はない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税の増税を話題にする客はいないが、諸物価の上昇を肌で感じている主婦層が多いので、これ以上税率が上がったら客足は確実に遠のく。
衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	来客数の動き	・9月以降は消費税増税の影響を感じることなく、10月中旬までは来客数、客単価ともに前年を上回る数字で好調に推移していたが、中旬には急激に落ち込んでいる。気候の影響もあるのか、下旬になって多少は来客数が改善してきている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減から少し回復した7月頃からの変化はあまりないと感じる。前年と比較すると、新車の販売台数はかなり減少している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べてそれほど動きに変化はない。しかし、メーカーは相次いで新型車種を投入しているので、来客数は増えている。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・周りからは良くも悪くも景気に関する話題は出てこない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的な動きを含めれば、3か月前も今月だけで見ても良くない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は前年実績割れが続く、受注も大きな落ち込みが続いている。これといった新型車種の投入も予定されていないので、現状からの改善も見込めない。

住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・持家住宅の新築着工戸数が増えていない。民間企業のオフィス、倉庫やビル関係については需要がおう盛である。また、リフォームの需要が多くなっている。	
その他専門店 [貴金属](営業担当)	単価の動き	・前月に引き続き、来客数、販売単価ともにあまり動きがない。期間限定イベントを開催した際も、予想したほど前年に比べて伸びなかったため、景気は変わらない。	
その他小売 [ショッピングセンター](経理担当)	販売量の動き	・売上高は前年比1.1%プラス、来客数は同じく6.8%のプラスで、消費税増税後の落ち込みからは戻りつつあるように感じる。ただし、来客数の増加がそのまま売上高の増加には結び付いていない。	
高級レストラン (役員)	来客数の動き	・土日には前年並みの来客数があるが、平日には前年を下回る日がある。	
スナック(経営者)	来客数の動き	・消費税増税後、消費者の財布のひもは一層固くなっている。増税とともにいろいろな商品も値上がりしているが、昇給が追いついていないので消費者の財布のひもは固く、これでは景気は良くならない。	
旅行代理店(経営者)	単価の動き	・客から問い合わせはあるが、料金としてはお買得な商品が人気である。	
旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・週末2回の台風の影響で、来客数とともに売上が良くない。	
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・旅行申込数や来客数の伸びがやや鈍化している。年末年始の海外旅行やホテルの予約が多くなる時期だが、今年は年末年始に9連休が取れる日並びにもかかわらず、円安の影響のためか、今一つ少ないと感じる。	
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の飲食店街には相変わらず人出が少ない。とにかく人が少ない状況がずっと続き、まあまあ良いという日もない。飲食帰りの客の中には、今までは最終電車で慌てて駆け込む姿もあったが、最近では最終電車に乗ろうとする人も見かけない。繁華街に人が出てきていないということである。	
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・既存契約の解約件数はやや落ち着いているものの、新規契約件数は依然として低レベルのままである。	
通信会社(サービス担当)	お客様の様子	・スマートフォンやタブレット端末の普及により、固定電話の解約が増えている。家族全員が携帯電話を持っているので余分な出費を抑えるため固定電話は不要であると解約する人が多い。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・秋の行楽シーズンにもかかわらず、集客状況は今一つである。	
ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・今月は2度の台風の影響で入場者数及び売上をかなり落としている。台風や大雨の日を除けば、ほぼ予算通りで推移しているため、景気そのものはあまり変わってないと思う。	
その他レジャー施設[劇場] (職員)	販売量の動き	・毎年恒例の公演で見ると、今年は売り切れになる公演回が少ない状況が続いている。	
美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・ホームケアキャンペーン実施の時期であるが、今年は新しくホームケアを使う客が増えない。	
美容室(経営者)	お客様の様子	・消費税増税の影響で、客は金を使わない。	
その他サービス [介護サービス](職員)	お客様の様子	・取引価格の交渉では、厳しい値下げ要請を受けている。	
その他住宅[不動産賃貸及び売買] (経営者)	お客様の様子	・広告への反響等、問い合わせ件数が伸びているのは良い傾向だが、物件契約までの時間が長い。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	単価の動き	・4月から続いている客単価の低下が、今月は一段と大きく現れている。価格帯が千円以上の商品の割合が急激に落ち込み、千円以下の商品が伸びている。販売数量としては落ち込んではいない。
	一般小売店[高級精肉](企画担当)	販売量の動き	・段々と消費マインドが悪くなっている。冬に向かって景況感も悪くなっている。
	一般小売店[結納品](経営者)	単価の動き	・個人消費は厳しい状況である。
	一般小売店[土産](経営者)	販売量の動き	・前年10月の遷宮の効果で、例年に比べるとまだ参拝客数は高い水準で推移しており、販売量も高い水準を維持しているが、遷宮の本番であった前年同月比で見れば、30~40%減というところである。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・客に買ってもらえるよう商品説明等の努力をして接客時間が長くなっているが、説明だけ聞いて帰る客が多いので、売上に結び付かず厳しい状態である。
百貨店（販売担当）	競争相手の様子	・前年は行っていない優待等を実施したが、他店も含めて前年割れの状況である。消費税増税後の一時的なものではなく、月を追うごとに悪くなっているように感じる。関東では外国人観光客の高額消費で景気が良いという話も聞くが、当地域では特に感じられず、国内全体で見れば、購買意欲は弱まっている。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・この2～3か月は消費税増税後の低迷から回復の兆しが見えてきたかと思われたが、足元では大きく後退している。悪天候の影響を差し引いても、宝飾品や時計等高額品の販売点数が激減している。日々の暮らしの中で消費税増税の重みを実感してきたという声もしばしば聞かれる。
百貨店（販売担当）	販売量の動き	・来客数はほぼ前年並みで推移しているものの、購買率が上昇しない。気温が下がって秋冬物のファッション商品が動きやすい状況にもかかわらず、新商品への反応は薄く、テコ入れのため価格を下げたセールにも反応が弱い。消費税増税と物価上昇が生活を圧迫し、増税後の消費マインドの低下から脱していない。
スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・販売量は、店舗合計で前年比82%となっている。天候要因もあるが今月初旬に競合先がオープンし、食品を中心に数字が悪化している。
スーパー（営業企画）	お客様の様子	・割引特売時にまとめ買いをする人が増えている。消費税増税から半年過ぎ、当初はあまり実感のなかった負担増を実感し始めたため、より合理的に買物をする人が増加していると感じる。
スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・食品では高額なパンや肉類が売れるといった一面もあるが、全体としては販売量の動きが鈍い。乳製品を始め商品値上げの影響も悪い方向に作用していると感じる。
コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・今までと変わったと感じる要因は特に見当たらない。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・たばこの売上が前年比で10%程度落ちている。それに伴い全店舗の売上も前年比6.2%低下しており、景気は良くなってはいない。
衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・販売量がふるわず、来客数も減少している。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・パソコンやテレビの売上台数が極端に減っている。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・消費税増税以後、全体に財布のひもを引き締める傾向が続いている。加えて高齢化が進む中で先行きの年金への不安があいまって、沈滞ムードとなっている。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数は、前年に比べ10%近く減ってきている。世間では、アベノミクスの効果が出始めているように言われるが、サービス業界等では、まだまだ購買意欲の改善にはつながっていないと感じる。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後の売上台数は前年比80%前後で推移している。半期決算の9月には多少は持ち直した感があり10月も期待したが、実際には更に落ち込みが激しくなり、前年比70%前後での推移が見込まれる。
乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・御嶽山の噴火で多くの犠牲者が出ている。天災は景気に大きく影響する。加えて、良い話がないので景気が悪くなっている。
乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・欲しいオプションを我慢して必要最低限の付属品で購入する客が増えている。また、値引き要求も大変厳しく、その結果、売上台数の動きに加えて1台あたりの販売単価も前年を下回ってきており、収益が厳しくなってきている。
乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・客は車を買換えせず、様子見である。
一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・今月前半から中旬までは良かったが、後半はプロ野球日本シリーズの影響を受け、放送時間もゴールデンタイムだったので、客足に影響している。
その他飲食[仕出し]（経営者）	単価の動き	・更なる消費税増税に備えて消費者の財布のひもは固く、金の使い方メリハリをつけている感じなので、業界によって格差が激しい。

	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・来客数は前年同期に比べて減っている。宿泊客は集客対象が関東から関西と広域に渡るため安定して確保できているが、地元客が主体となる昼食・夕食の需要が、3か月前に比べて弱くなっている。
	観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎えているが、期初に計画した集客数の獲得に大変苦心している。春先から順調であった宿泊人数も頭打ちで、やっとのことで前年並みに確保しても客単価が低いため売上が伸長しない。各食堂部門も、共通して一般外来客が減少傾向にあり、全社で見ると10%近く下回る見込みである。
	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・来客数の動きでは、飛び込み客の変動が大きくなっている。また、予約の入り方が直近になり、予約当日に現れない客も増えている。
	都市型ホテル (営業担当)	お客様の様子	・レストラン、宿泊において、個人客の予約数が減少している。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・販売量の動きが鈍化しており、今頃になって消費税増税の影響が広がってきているように感じる。
	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・大幅な円安に伴う物価上昇で、より一層の節約志向が企業、個人ともに進行していると感じる。旅行者も、国内線旅客は減少しており、海外からの渡航客が増えたと言っても円安の効果で増えているだけで、実質的に増加しているとは考えられない。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・販売量が前年に比べて5%ほど落ち込んでいる。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・夜のタクシー需要は、代行運転サービスにかなり流れている。
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・10月に入ってから問い合わせ件数が減り、客の動きが鈍い気がする。
	観光名所(案内係)	お客様の様子	・客の様子からは、元気がないように感じる。
	理美容室(経営者)	来客数の動き	・客足が遠のいている。
	美容室(経営者)	単価の動き	・客の様子を見ると、プラスアルファの技術やサービス等に金を支払っていた部分が、最近ではなくなっているように感じる。
	住宅販売会社(従業員)	競争相手の様子	・他社の営業担当や下請業者からは、新築住宅を建てたいと思っている人が減っており仕事がなくなっている、との声を聞いている。
	その他住宅[住宅管理](経営者)	お客様の様子	・この3か月で受注件数は15~20%減少している。どこの企業や個人オーナーでも、より安価な業者を探している。
悪くなっている	商店街(代表者)	それ以外	・取引先が今月2件廃業している。良い得意先が徐々に減っており、景気の悪化が再び始まっていると感じる。
	コンビニ(店長)	販売量の動き	・飲料やビール類の売上が低調である。
	テーマパーク(職員)	お客様の様子	・客の様子からは、天候不良や御嶽山噴火の風評被害の影響のほか、再度の消費税率引上げへの不安等が感じられる。
	パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・来客数や単価の動きが悪くなっている。
	理容室(経営者)	お客様の様子	・馴染み客を含めて、安い店に客足が流れている。
	住宅販売会社(経営者)	競争相手の様子	・広告を出しても来客がほとんどない。また、客が来ても安い物件しか売れない。
企業動向関連 (東海)	窯業・土石製品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・新設住宅着工件数の増加による。
	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	・3か月前に比べれば、全般的に商品の荷動きが活発になり、受注量、販売量とも5~6%増加している。
	窯業・土石製品製造業(社員)	取引先の様子	・開発用の新規製作品の引き合いが増えており、受注率も高い。客には新分野への進出意欲の高まりが感じられる。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・取引先の業界では設備投資が活発なため、現在は製品がたくさん出ている状況である。
	建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・消費税率がまた変わることを見越して、増税前の駆け込みの工事依頼が目立っている。
	金融業(法人営業担当)	取引先の様子	・取引先の自動車部品メーカーの受注は、企業ごとにはばつきはあるが総じてやや増加している模様である。

	行政書士	受注量や販売量の動き	・貨物の荷動きが安定している。
変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品等の日用生活品では、相変わらずデフレ状況が続いている。出荷量も期待通りには上らず、景気回復が遠のいた感じする。消費者心理としては、景気回復の時期は意外に早いのではないかと期待した分、反動は大きく、停滞感が重くのしかかっている。
	化学工業（総務秘書）	それ以外	・ニュースでは景気関連の話題が少なくなり、自然災害等が新聞記事の中心となっている。景気は横ばいであると感じる。
	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量とも前月に比べて約5%落ちている。季節要因からは伸びる時期であるが、動きが逆行している。
	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事の受注が増えているので、工場は残業続きで忙しい。製作する同業他社が減っているのが需要が増えているのかは見えにくい、仕事は集中傾向にある。
	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上ともに前年同期と同じ水準である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が伸び悩んでおり、思ったほど売上を確保していない。景気が悪化しているような様子ではないが、踊り場で足踏みをしているような状況である。
	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	・消費税増税の影響が続いている。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・1日当たりの輸送物量は前年同月に比べて数%減っており、上向き要素に乏しい。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き円安の恩恵で輸出は増加している。
	輸送業（エリア担当）	それ以外	・同業他社の動きを見てもドライバー不足が深刻である。建設業界等、労働集約型産業では業種を問わず全体的に人手不足である。しかし景気が良くなっているためではなく、景気動向とは関係のない人口減少という自然要因が問題である。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・主要荷主の荷動きは前年同月で1.7%プラスと、ほぼ横ばい状態である。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車関連産業では、製造部門は例年とあまり変わらない状況であるが、販売店等ではあまり売れていないという状況である。
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物件の数は少なく、市況情報は交錯しており取引が成立しづらい。
	不動産業（用地仕入）	競争相手の様子	・他社の販売状況や販売価格水準を見ると、大きな変化はない。
	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・客との契約更改時には受注単価の引上げに応じてもらえず、当業界ではアベノミクスの効果はまだ出ていない。一方で、人材募集をする際の求人単価は上昇しているので、世の中全体の景気としては変わらないように見える。
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・広告出稿量としては、夏頃と比べてもほとんど変わらず、新しい動きは見られない。
新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告からネット広告へ移行するクライアントが徐々に増えている。	
会計事務所（職員）	取引先の様子	・為替が円安傾向で落ち着き、再度の消費税増税が実施されるのかを見守る状況にある。消費者も様子見の状況である。	
会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・売上高、利益ともに好転している顧問先が多く、この傾向はここ数か月変わらない。	
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・新製品の動きは今一つで安心はできないが、ここ4か月ほど状況の好転が続いている。石油製品の価格も下がって、経済界においても一息ついている状況である。	
やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（営業本部長）	それ以外	・新規案件が決まりにくい。客はより慎重な姿勢となっている。
	化学工業（人事担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税後は、食料品や生活用品等様々な商品で増税分だけでなく本体価格も上昇している。一方で、収入が増えているのは大企業に勤める家庭等、全体から見ればごく一部の人だけであり、多くの家庭では物価高騰に伴い財布のひもを引き締めている。そのため、最近ではスーパー等でも値下げを実施し、売上確保に必死な様子である。

		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が伸びていない。販売価格も上げられず、価格競争が続いている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・3か月前と比べると取引先の業況も下降気味である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地価上昇に加え、建築費の高騰により物件の販売価格が大幅に上がり、一般の消費者にとって住宅が手の届かない物となりつつある。一部の高額所得者向け物件のみに頼って販売が成り立っているのが現状である。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅、土木関連業界の荷物が回復していない状況に加え、ここに来て、消費財小売業からの荷物量も前年比90%割れとなっている。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業からは、大企業は良いのかもしれないが下請は良くなっているという実感がわいてこない、との声が従来よりも多く聞かれる。
		公認会計士	それ以外	・中小企業の業績は、電力料金の改定、円安による原材料価格の高騰や大企業への販売価格の値上げが認められない等の理由により悪化している。
		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	・当地区ではシステムエンジニアが枯渇しているの で、動いている案件は多いかと思うが、自社においては受注案件がそれほどあるわけではなく、一部の企業に偏っているように思われる。
	悪くなっている	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・各業界とも生産調整に入っている。景気の悪さがそのまま出ている状況で、自動車関連が特に悪い。
		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	・3か月前と比べると国内の新車販売、海外向け輸出ともに陰りが出ている。
雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・取引先の製造業では稼働率が高く、エンジニアが不足している。特にこの数か月間は、エンジニア不足が顕著である。
(東海)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣先企業からは派遣依頼が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者が減少している。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・受注件数が、3か月前に比べて20%強、前年比でも10%強で伸長しており、引き続き業況は回復傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増加傾向にあると感じる。
変わらない		人材派遣会社（経営企画）	求職者数の動き	・採用状況としては依然として厳しい。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・専門分野における求人に関しては、特に増減はない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	求職者数の動き	・求人雇用は12月以降の生産拡大を見越して上向きに推移しており、人材確保には変わらず苦戦を強いられている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同期比では増加しているが、前月比では少し減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は高い水準で横ばいである。介護・福祉、建設業で求人が多い状況が続いており、製造業も一時期より増加している。しかし、賃金水準が上昇していないので、良くなっているとまでは言い難い状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月に比べ4.7%増加しているが、雇用形態別に見ると一般求人では2.7%減少し、パート求人が14.6%の増加と、不安定な非正規雇用が求人をけん引している状況から良くなっているとまでは言えない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・医療・介護分野、建設関連や小売業関係では相変わらず人手不足である。求人募集における採用意欲も引き続き全産業において見られるが、地域のメイン産業となっている自動車等の製造業については、事業所間で繁閑の差があり、全体では一服感が見られる状況である。来春の卒業生を対象とした募集については、前年同期を上回る募集状況となっており、中小企業においては内定者の確保に苦勞を強いられている企業もある。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数については大きな変動はないが、正社員としての求人は依然厳しい状況にある。建設業、看護・介護や接客販売業等人手不足感の強い職種での求人が活発である。
	民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・4～6月期に比べて7～9月期の採用数は伸びている。特に、中堅・中小規模の製造業で伸びている。一方、小売・サービス業では伸びていない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・中途採用市場は引き続き活況ではあるが、求人数や転職志望者数の数字自体には大きな変動はなく、横ばいで推移している。
	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・消費税増税の問題や派遣法の改正等、景気に直結する議題で国会審議には停滞感があるため、事業者等から景気の動向を不安視する声が多く聞かれる。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	求職者数の動き	・この時期にまだ中堅私大文系の4年生に内定が届いており、上位層の大学では内定者の歩留まりが落ちていることが予想される。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	それ以外	・足元では、取引企業でも自社でも、良い方向にも悪い方向にも変化が感じられない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人関係の派遣利用が、3か月前と比べても前年同期比で見ても良くない。加えて2週続けての週末の台風でキャンセルがあり、10月前半は特に良くなかった。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求職者数の動き	・求人広告に対する応募がほとんどなくなってきている。新聞広告のみならず、求人チラシや求人誌でも効果が現れていない様子である。今月に入って企業の求人活動が著しく減少しているように感じられる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・これまで好調であった運輸関連も含めて、掲載件数が減少傾向になっている。
	職業安定所（所長）	雇用形態の様子	・前年同期比では、パートの就職者数は数%の減少であるが、正社員での就職者数は2/3となっている。中小企業では、原材料費の高騰や消費税増税分の価格転嫁ができない状態で、労働条件を上げられない企業が多い。求人時の労働条件を下げる企業も出てきており、都市近郊部での労働条件が高い求人募集には求職者の関心が高い。
	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・求人数は増加傾向が続いているが、非正社員での求人が増えており、正社員の求人募集には勢いがなくなっている。
悪くなっている	-	-	-