

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 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	・秋の行楽シーズンのマイカー利用による観光客数は、高速道路料金引下げによって、着実に増えている。ただし、その分交通渋滞が常態化しているほか、フェリーなど公共交通機関には空席が目立っている。また、平日の来客数も減っている。全体的にみると、観光客数は1割増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・宇治橋の掛け替え以降、伊勢神宮への参拝客数は明らかに増えている。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・店舗を改装したため、販売量は増えている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・テレビとパソコンの販売量が伸びている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・販売台数等が増えている。客のなかには、家を購入する人もいる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月も、昼間の利用客数は変わっていない。しかし月後半の週末等には、ホテルなどで大きな集会があったり、早めの忘年会があったりしたため、夜間の売上が少し増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・例年ならば11月の売上は減少するが、今年は3か月前と比較して、売上等はあまり変わっていない。客の様子を見ると、購買意欲は若干あるが、単価は抑えられたままである。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・底ばいではあるが、客の様子を見ると、どの売店でも落ち着いてきている。商店街や量販店等の売場では、下げ止まり感も出てきている。ただし、駅、空港などの売店では、依然として下げ止まっている。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き	・来客数はなんとか横ばいであるが、購入品数が少なく単価も低いため、売上は増えていない。セールを実施しても、2、3日で通常に戻る。客は必要なものしか買っていない。同じテナントに入居しているスーパーの食品売場では、価格が大幅に下がっていて、客で込み合っている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・客は、付き合い用のギフト商品にはお金を出すが、自宅用には出さない。欲しくても我慢している様子である。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	お客様の様子	・歳暮シーズンが始まったが、毎年購入している客でも、単価、購買件数共に減少傾向であり、厳しい状況が続いている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・歳暮の注文では、どうしても付き合いを外せない贈り先だけを残して親戚は取りやめるなど、注文件数を減らす傾向が見られる。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・本格的に歳暮商戦に突入したが、中元と同様に中小企業による取りやめが続いている。気候要因も若干ながら関係しているかもしれないが、重衣料の動きもかなり鈍い。
スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は前年同月比90%前後で推移しており、相変わらず低迷している。各社による低価格競争が一層の価格低下を招いており、単価の上昇は望めない。米等も、低価格商品の動きが一番良い。		
スーパー（店長）	単価の動き	・半年に一度の優待会を実施したが、前年と比較して、来客数は健闘しているが、客1人当たりの単価は1割ほど低下している。優待会でさえも、客は1点1点を吟味して、必要なものだけ購入している。		
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上は前年を下回っている。安価な商品を中心に購入する傾向が続いている。		
コンビニ（店長）	来客数の動き	・単価、来客数、販売量共に、ここ2、3か月間は、ほとんど変化がない。前年同月比20%割れが続いている。		
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・車検整備などが少なくなっている。		

	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・例年ならばみられる年末に掛けての市場の盛り上がり、今年は感じられない。昨今の頃は市場が急速に縮小していった時期であるため、販売実績は前年を上回ることができているが、受注台数、来場者数、イベントの盛り上がり方等を見ると、非常に重たい動きになっている。
	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・特に販売量に着目すると、どちらかといえば安い車が売れているだけであり、それほど良くはなっていない。
	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・先月は、ほとんどの客が調子が悪いとか最悪だとか話していた。今月に入ってからは、結構忙しくなっていると話す客も増えてきている。
	乗用車販売店 (従業員)	単価の動き	・中古車販売がメインの業務であるが、在庫量、流通量が少し減っているため、価格は安定している様子である。ただし、販売量があまり動いていないため、景気は悪い。また、オークションの価格も横ばいになってきている。
	その他飲食[仕出し](経営者)	販売量の動き	・価格競争が激化しつつあるため、仕事量の割に、利益は大幅に減少している。
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較するとあまり変化はないが、地元の需要が非常に弱く、前年同月比で昼食60%、夕食80%程度しか利用がない。地元経済は非常に停滞している。県外からの利用者数も同80%程度であり、動きは止まっている。
	観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・宿泊者数は、悪いながらも前年同月比一けた台のマイナスでなんとか収まりそうである。しかし、宿泊宴会は3割減、日帰り宴会は前年に特需があったとはいえ5割減と、どうしようもない状態である。
	都市型ホテル (支配人)	単価の動き	・宿泊は、単価が低い。レストランは、夕食の個人客が減っている。
	旅行代理店(経営者)	競争相手の様子	・新型インフルエンザの影響もあるが、ますます低単価志向が強くなっている。ビジネスでの出張も、不要不急のもの以外は自粛となっており、企業関係の取扱が多い旅行代理店は打撃を受けている。
	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・次世代ネットワークの整備は、予算の都合により工事時期を調整中となっている。全体的には、前月と変わらず低迷が続いている。
	通信会社(開発担当)	それ以外	・電話の通信回線に関しては、光ファイバーサービスへの切替えが多くなっているため、メタル回線の工事が減少している。
	通信会社(サービス担当)	販売量の動き	・解約件数は減っているが、インターネットへの新規加入者数はあまり変わっていない。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・特に大きな変化は見られず、来客数も3か月前と同じ水準で推移している。
	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・来場者数は増加傾向にあるが、園内での消費は少ない傾向である。
	その他サービス[介護サービス](職員)	単価の動き	・仕入原価は上昇しているが、市場価格が低下しているため、客からの値引き要求が厳しくなっている。
	設計事務所(営業担当)	それ以外	・相変わらず、時給は低下傾向にある。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・受注量は、相変わらず落ち込んだままの、横ばい状態である。また、金融機関に貸し渋りがみられる。
	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・客は、住宅を取得しようという意欲がない。同業他社が倒産するという話を耳にすることも多くなっている。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・従来ならば年末に売れる商品が、ほとんど動いていない。また、問い合わせ等ですら、ほとんどない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・来客数が極端に少なく、電話等での注文も極端に減ってきているため、販売量や売上につながっていない。
	一般小売店[高級精肉](企画担当)	販売量の動き	・お金の流れが悪くなっている。現在、商品力があるのは、安くて良い商品である。
	一般小売店[電気屋](経営者)	単価の動き	・客は価格にシビアになってきている。他店との価格差を、平然と口にするようになってきている。

一般小売店〔書店〕（経営者）	販売量の動き	・8月の後半から客の流れが変わり、購入せずに立ち読みする客が増えており、悪い循環が起きている。12、1月も非常に心配である。
一般小売店〔食品〕（経営者）	単価の動き	・10月下旬から売上が急に伸びなくなり、客単価も10%程度下落している。11月に入っても同じ状況であるが、例年より暖かい日が続き、人出は多かったため、前年同月比ではなんとかプラスである。しかし、客の買い方は相変わらず慎重である。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	単価の動き	・お歳暮の早期割引を行っている。今までは早期割引時には来客数が増えていたが、今は安いだけでは集客できないため、客の動きは停滞している。様子見をしたり早期割引を利用して安い贈り物をしようとするのではなく、贈り物を取りやめるといった人が増えている。
百貨店（企画担当）	来客数の動き	・これまでにないほど、来客数が落ち込んでいる。買い控えによる消費不振に加えて、世の中の動きも停滞していることを実感している。単なる生活防衛を超えた閉塞感が、消費意欲に対してマイナスの影響を与えている。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・今月初めに、メンズバーゲンを開催した。しかし、平日の来客数は少ない。また、それに加えて、本来ならば定価品の売場の売上のほうが良いはずであるが、バーゲン商品の売場の売上のほうが良い状況である。単価が低くて良い物が欲しいという客が多い状況である。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前年は、米国の大手金融機関の破たんと大手自動車メーカーの減産ショックによって、売上は大きく落ち込んだ。その前年同月と比較しても、今月の売上、来客数は共に大きく下回っている。特に土日は、一層厳しくなっている。以前はウィンドウショッピングの感覚で百貨店に来店していた客が、今ではどうしても百貨店に用事がある時以外は来店していない。
百貨店（販売担当）	単価の動き	・冬物の最盛期に近付きつつあるが、改善の兆しはまだ見えない。単価の低下に歯止めが掛からず、カード優待の実施をしても、以前の効果は出ていない。客からは、安さ、スピード、トレンド、耐用性・品質の高さが要求される。通常の定価品の価格が従来のセール価格に限りなく近付いており、サイズや色が欠品している場合は、お買得品でも客は無理して購入しない。
百貨店（営業企画・販売促進）	競争相手の様子	・これまで当社より好調であった競合店でも、最近の売上等の数値は悪くなっており、厳しい様子がうかがえる。
百貨店（販売担当）	お客様の様子	・例年ならばセールの1か月ほど前から買い控える客が増加するが、今年は既にその傾向が強くなってきている。店頭でも、かなり多くの客から「これはセールになるか」と尋ねられており、定価で購入する意識は低くなっている。また、百貨店でもノーブランドの安い商品を求められることが多くなっている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・売上は相変わらず増加しておらず、客単価も低下している。低単価商品を買うのが、当たり前になっている。客が購入する商品は、新鮮かつ価格が低い商品である。企業の売上が減り、利益も大幅に減っているため、冬のボーナスも減っていると思われる。デフレが進んでおり、悪循環が生まれつつある。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・取引先の小売店の動向が非常に悪いので、買上が少ない状況が続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量が若干減っている。単価の低下とのダブルパンチで、売上は減少している。急激な円高により、先行きも不安である。
スーパー（店員）	単価の動き	・少しずつではあるものの、客単価は日々低下している。
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は、前年同月比マイナス8.2%と大幅に減少している。客単価も2.1%低下している。1人当たりの買上点数も全く同様である。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・目玉商品の価格が、更に安くなっている。単価の低下は一層進行している。

コンビニ（経営者）	単価の動き	・販売量や来客数は前年並みであるが、客単価は10～15%低下している。全体の売上も、前年同月比で12%減少している。売上が減少し利益率も低下しているため、利益は全く確保できていない。
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・9月のイベントで発行した商品券の使用期限が、今月始めであった。例年ならばそのうち未回収分は2割ほどであるが、今年は4割となっており、なかには来店しても買わない客もいた。安くなっても欲しい物がなければ買わないという客が増えている。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・客は、来店しても買わない。ボーナスが非常に少ないことや、急激な円高の影響もあるのか、販売量、来客数は全体的に良くない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・11月上旬は単価も上昇し好調であったが、中旬から下旬に掛けて動きは全く止まり、販売台数は11月としては過去最悪になっている。
乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・月初の来客数は前年同月を上回っていたが、月末になるにつれて下回っている。客との会話では、ボーナスが思うほど出ない、カットされたとの声が多く、自分が購入したくても周囲から反対されて購入を見合わせている様子もうかがえる。今まで車検を受けたことがないという客でさえ、車検を検討するようになってきている。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・月を追うごとに、新車目当ての来客数は減っている。当店は大型店であるにもかかわらず、今月は新規客からの受注は2、3台であり、全体でも目標を大幅に下回っている。
その他専門店 [雑貨]（店員）	競争相手の様子	・同じ商品でも、前回より今回、今回より次回と、購入価格は下がってきている。
その他専門店 [雑貨]（店員）	販売量の動き	・事務用品などのオフィス需要が減っている。特に100円均一のショップで間に合うようなものは、そちらに流れている様子である。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・繁華街では、人出がほとんどない。当店の来客数も、めっきり減っている。年末年始が本当に不安である。
一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・例年11月は売上が落ち込む月であるが、前年同月比で売上は約70%、来客数は約60%と大幅に減少している。こづかいや外食のカット、ビールよりも発泡酒を選ぶなど、家計のやり繰りによるしわ寄せが影響している。
スナック（経営者）	来客数の動き	・依然として厳しい状況が続いているため、客の財布のひもはますます固くなっている。繁華街の人出も少なく、毎日静かな状態が続いている。景気は下向きである。
旅行代理店（従業員）	競争相手の様子	・近所の同業他社が相次いで店舗を閉鎖し、他地区の店舗に統合された関係で、当社の来客数は若干増えている。しかし、申込件数は今一つである。インターネットや新聞広告での激安ツアーが横行しているため、そちらにかなりの客が流れている。店舗型の旅行代理店は、今後も厳しい営業を強いられる。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・帰省のための切符購入の問い合わせが増える時期であるが、今年は例年と比べて、問い合わせ件数は少なくなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・11月中旬以降、早めの忘年会のためか夜の利用客数は増えているが、昼間の利用客数は以前とあまり変わらず、低迷している。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜間の飲食店からの帰り客を中心に仕事をしている。繁華街の人出は2、3年前から非常に少なくなっているが、今年は一段と少なくなっており、厳しい状況である。
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規加入数は、これまでにないほど低調である。閉店する店が続出している。
観光名所（案内係）	それ以外	・商店街の人出が、非常に少ない。それに伴い、来客数も非常に少なくなっている。
ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・来場者数は、3か月前比、前年同月比、予算比共に、悪化している。客単価も悪化しているため、売上は前年同月よりも減少している。
理美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店間隔が長くなってきている。

	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数は、前年同月比でみても前月比でみても、かなり落ち込んでいる。
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・10月は例年以上の来客数があり好調であったが、11月は一転して、客足はかなり鈍っている。住宅展示会場では、イベントへの来客数はあるものの、既に家を持っている家庭が子供が無料で遊べる場所として来場している様子であり、購入計画がある来客数は激減している。それでも今月はまだ良いほうであり、来月以降が心配される。
	住宅販売会社（企画担当）	お客様の様子	・客はこの先も価格はまだまだ下がると考えているため、見積に対する返事をもらえず、契約に結び付いていない。
悪く なっている	一般小売店〔結納品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が激減している。
	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	販売量の動き	・前年同月比で、1日当たりの来客数は2割、売上は2～3割落ち込んでいる。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・外食が依然として控えられているため、取引先の飲食店からの購入量が減少している。
	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・クリスマス商戦が始まったが、例年のような盛り上がりは全く感じられない。この危機感から各百貨店では優待合戦になっているが、優待期間中の売上が増加してもそれ以外の期間では全く売れないため、悪循環になっている。現在はボーナス需要も少ないが、実際にボーナスが支給されて金額を見てからでないと買えないという慎重な客が、以前と比べて格段に増えている。
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・早急な景気対策が必要であるほど、売上は大幅に減少している。
	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・10月と比べて、来客数の前年同月比は4ポイントほど低下している。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・これまで客単価は毎月低下していたが、ここ2か月間は、来客数も減少している。その結果、売上はかなり厳しい状態にある。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・プリン、シュークリームなどのデザート商品が売れなくなっている。客は、ちょっとしたぜいたく品でも節約している。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が減少していることに加えて、客1人当たりの買上単価も低下しているため、売上全体が減少している。現在のところ、この動きに歯止めが掛かっている。
	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・単価は、前年同月比10%前後のマイナスで安定してきている。商品分類ごとに値引きセールを実施しても、そのカテゴリーの売上は増加するが、その分他の商品が売れなくなるため、全体の売上は増えない。このような状況から脱却できない。
	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・販売量は、最低になってきている。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売台数が低迷している。来客数も減っており、非常に苦戦している。メーカーのライン変更で生産もストップしているため、弱り目にたたり目である。何らかの対策が早急に必要である。
	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・持ち家住宅、分譲マンション共に、マイナス傾向が続いている。また、民間設備投資のビル、工場、オフィスビルなども、先行きが不透明であるため、ストップしている現場が多い。
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・恒例のイベントを実施しても、来客数、売上共に減少している。また、セール品でも購入がなかなか決まらず、見込み客でさえ買わない。先行き不安を口にする客が多い。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	単価の動き	・客の買い控えが目につく。また、来店しても安い単価商品を求める傾向が強いため、今後はデフレ・スパイラルも懸念される。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ここ数か月間の来客数は前年割れながらも底ばいであったが、今月に入り落ち込み幅は再び拡大している。客単価も前年を下回る状態が続いている。	

		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・販売量、来客数共に減少している。少しでも安い所に客が流れる傾向が明確である。また、景気の二番底があるのではないかと話題をよく耳にする。
		都市型ホテル（営業担当）	競争相手の様子	・3か月前と比べると、宿泊客を中心に来客数は徐々に減っている。客が少ないなか、他社と取り合うため、料金のディスカウント合戦が進んでいる。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・10月までの受注状況と異なり、11月に入ってから受注が落ち込んできている。例年12～2月は受注が冷え込む時期ではあるが、景気の悪さがじわじわと影響を及ぼしつつあることを強く感じる。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年同月比2～3割のマイナスであり、10月に比べても11月の落ち込みは大きい。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きは、非常に悪い。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・今までは毎月サロンでヘアカラーやカットをしていた客が、化粧品店で売っているカラー材を使って自分で毛染めを行うようになっており、2か月に1度の来店間隔に変わっている。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・相変わらず景気の良い話はない。客は安い店に流れてしまい、ますます悪くなっている。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・景気の良い話は、全く出てこない。客からは、仕事がないという話しか聞かない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・低額物件と高額物件に、客は二分されている。
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（社員）	受注量や販売量の動き	・先月に続き、今月も若干の残業をしている。前年の最盛期の8割程度にまで、回復している。ただし、売れ筋商品の寿命は短くなっている。受注量が少なくなったと思うと、そのまま撤退になるケースもあり、市場は縮小している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の業界では年末にかけて投資を増やしているため、受注量は増えている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・業種によって差が激しく、工作機械関係の物流は皆無であるものの、その他の製造業の動きは良くなっている。
	不動産業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・事業用地の入札に、多数の不動産会社が参加している。当社も、新規の事業用地を取得できている。	
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	・受注量、販売量共に変化はなく、増える気配もない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の業種や営業エリアによって、上昇、下降はまちまちである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・わずかながら、売上は増加傾向にある。
		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	・全体としては回復傾向にあるが、新たな問題も生じている。全体的には、あまり変わっていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車分野、情報通信分野では今年7月以降の回復基調を維持できているものの、産業機械分野は引き続き底である。前年の米国の大手金融機関の破たん前のピーク時の80%で推移している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1件ごとに見積を要求される状態であり、受注価格は下落している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当業界だけかもしれないが、取引先の設備投資意欲にかけりが見える。先行き不透明のため、新規の設備投資に慎重であり、様子見がみられる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・同業他社も含めて、特に変化はみられない。
		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	・受注量は若干増えてきているが、それでも赤字を脱していない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷主からの需要は増えているが、先行き不安のため、在庫の積み増しには慎重な様子である。その結果、物量は変化していない。

	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32.0%、今月は32.2%とほとんど変化していない。ただし、前月比で見ると悪くなっている。	
	輸送業（エリア担当）	それ以外	・夜の高速道路を走ると、営業用トラックの走行台数がめっきり減っている。一般道路を走っているわけでもなく、夜間のトラックの走行台数そのものが減っている。それほど、荷物の動きは少ない。	
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・景気が悪化し始めた企業から、荷物の動きがなくなっている。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・これまでの客との会話からは、雰囲気的には回復基調にある気がしていたが、実際には何も変わっていない。	
	金融業（従業員）	取引先の様子	・一時的に仕事量が増えて、忙しくなっている人も若干いるが、全体的には残業や休日出勤がほとんどなく、労働時間が短縮されている人が多い。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告は減少したままであり、回復の兆しもみられない。	
	行政書士	受注量や販売量の動き	・主要顧問先の運送業界では、荷物量に変化はみられない。	
	会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・雇用調整助成金を利用し始めてから1年が経過する事業所では、今後も引き続き利用したいと話している。雇用調整助成金の利用をやめられるほどの仕事はない。	
	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	・依然として、受注も見積も低迷している。活気がないの一言である。	
やや悪くなっている	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	競争相手の様子	・業界全体で販売量が落ち込んでいるため、今の価格よりも安く販売して、少しでも受注量を増やそうとする傾向がある。	
	化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・輸出比率が高い企業では、円高の影響が顕著である。世界同時不況の影響は、鉱工業分野から他業種にも広がっている。	
	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に、前年同月比50%ほどで推移している。今後も大型物件などの見積はない。来年いっぱい、売上が異常に少ない状況が続くそうである。	
	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量は、明らかに減っている。仕事量の確保のため、安値で受注する悪循環になっている。	
	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数は増えてきたが、価格競争が一段と激しくなっており、受注できないか、受注できても利益が全く出ない状況が続いている。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・上期時点では、国内向けは下期後半から徐々に回復するとの生産計画であった。しかしここに来て、第4四半期から若干生産調整をするとの情報が入っている。中国向けが多い輸出に関しては、国内メーカー等による価格競争が激しく、採算確保が厳しい状況にある。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・当社も含めて、取引先や他社では経費削減圧力が強まっている。出張など経費の削減、新規投資の先送りや凍結などの話をよく聞く。	
	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年間で一定の受注量がある案件を除く、新規案件や一時的な仕事が、相手の予算の都合によって延期されたり縮小されたりしている。	
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・貨物の荷動きは、前年同月と比べて低調である。一般的にみて、日用品が売れていない。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・自動車関連を中心に業績は回復傾向にあるものの、コスト削減による回復である。そのため個人所得に影響しており、冬のボーナスも減少が見込まれ、消費へ回す余裕がない。
悪くなっている	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業主催のイベント等も縮小され、回復の兆しも見えない。	
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数は、日々減少している。	
	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・売買価格の低下が大きいにもかかわらず、成約には至っていない。	
	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・名古屋市内中心部のオフィス需要が減り、空室率は上がり続けている。空室が埋まらないため、賃貸単価も下がり続けており、先が見えない。	
	企業広告制作業（経営者）	それ以外	・来年度の新卒採用は、相変わらず低迷している。企業の業績回復はまだ先である。	

		経営コンサルタント	競争相手の様子	・住宅、建物の着工件数は、郊外地区ではほとんどなくなっている。商業系の建築申請も出されていない。新築の動きは非常に鈍く、賃貸も高額物件の動きはない。不動産の動きは全体的に非常に鈍い。
		公認会計士	それ以外	・顧問先企業からの顧問料の減額要請が増加しており、顧問先企業の業績の更なる悪化傾向がみられる。顧問先企業では、賞与や給与が削減されており、所得水準も低下傾向にある。
		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	・計画案件が進んでいないため、要員が余り始めている。一時しのぎの仕事をし始めている。
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	・婚礼、忘年会、イベントなどの繁盛期になり、求人数は増えてきている。ただし、例年と比べると2割ほど少ない。
		職業安定所(職員)	採用者数の動き	・大幅に増加していた新規求職者数は、増加率が低下して、ほぼ前年並みの水準に落ち着いてきている。また、新規求人数が大幅に減少しているなかでも、就職者数は増加傾向にある。
変わらない		人材派遣会社(経営企画)	周辺企業の様子	・取引先企業の研究開発環境に大きな変化はなく、派遣需要は限定された状況が続いている。
		人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	・ここ半年以上、求人の動きはほとんどない。動きがあっても、最近は大都市に集中しており、地方での求人はほとんどない。
		人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・求人数に変化はなく、ほぼ一定の状況である。新規求人は、現在の派遣社員の交代、産休・育休社員の代替が全体の9割近くを占めており、新規に増員する求人は相変わらず少ない。
		アウトソーシング企業(エリア担当)	周辺企業の様子	・新規受注は全くなく現状維持の企業が多い。官公庁から数名程度の派遣受注の引き合いはある。新規分野への営業戦略を模索中の人材派遣会社が多い。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	求人数の動き	・新聞への求人広告を実数ベースでみると、3か月前と変わらず悪い状況が続いている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・全体の新規求人数は、前年同月比で39%、前月比で3%減少している。産業別にみると、情報通信業が前年同月比60%の大幅な減少となっており、他産業でも20~30%減少している。ただし、求人への応募状況を見ると、内容によっては早期に充足する傾向がある。求職者は、少ない求人なかで、就職を探している。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・求職者数は、18.6%減少している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・企業における業務の受注状況はまだまだ不透明感が強いいため、企業からの求人数の動きは横ばいであり、あまり変化がない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は伸びておらず、低水準で推移している。解雇の話題がまだ出ているため、今後もすぐに新規雇用が広がるとは考えにくい。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・求人数は横ばいであり、良いという実感はない。
やや悪くなっている		人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・正社員採用の求人案件は、相変わらず少ない。
		人材派遣会社(営業担当)	求職者数の動き	・企業から採用の内定がもらえないため、派遣社員でも就業したいと言って来社する新卒者が増えている。
		人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・求人数は7月以降に一時的な回復がみられたが、11月に入り再び前年の6割の水準に落ち込むなど、若干悪化し始めている。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	求人数の動き	・2011年春に卒業する大学生の就職活動が本格化しているが、地元企業の募集の動きは極めて弱く、就職ガイダンスに参加する企業は前年の半数程度である。特に小企業の参加が大幅に減っている。その一方で、学生の参加数は、危機的な就職氷河期を反映して大幅に伸びている。
		民間職業紹介機関(支社長)	求人数の動き	・求人数は少し増えてはいるものの、内容的には短期の求人が多く、実質的には企業の採用意欲は減退している。

	学校〔大学〕 (就職担当)	求人数の動き	・前年は新卒を採用していた企業のなかにも、採用を凍結する企業が出てきている。特に一般職の採用を取りやめるケースが増加している。
悪く なっている	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・親会社の運輸部門の景況が、かなり冷え込んでいる。景況が悪化してから一巡したにもかかわらず、収入の伸びは芳しくない。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・これまでは事業縮小に伴う解雇等が中心であったが、最近になって廃業や倒産に伴う解雇が増加している。