

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	美容室（経営者）	・6月から8月は暑さのため客の出足も悪かった。秋になれば陽気によって外出も多くなり、客の来店も増加する。
	やや良くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・週末の減少傾向は続いているが平日の観光客は堅調であることから、秋の観光シーズンに向けて多少は回復する。
		百貨店（販売担当）	・春に旅行等の自粛が多かった分、秋の行楽シーズンへの需要や秋冬商材に対しての需要が高まってくる。
		百貨店（販売担当）	・客は様々な不安要素を越えるモノへの欲求が高まっている。相当大きな経済変動や災害が起きない限りは、消費意欲は今まで以上に高まる。
		スーパー（店長）	・安いものばかりが売れているというわけではなく、美味しい物や客が価値を認めているものについては確かな購買があることから、今後はやや良くなる。
		スーパー（総務担当）	・レジャーや旅行で遠出する人が少ないせいか、内食傾向になっている。今後も食品を中心に売行きが良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・ミセスの流行も前年くらいから大きく変わっているため、買換え需要が期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車投入で久しぶりに市場が活気付く。
		乗用車販売店（従業員）	・首相交代による期待感がある。先行きとしてはやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・秋以降はモーターショーや新車が出てきて駆け込みが期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入などにより秋にかけて販売が伸びていく。
		乗用車販売店（従業員）	・現在の優遇税制が3、4月で終了予定のため、それを気にする客が増えてきた。車種によっては納車まで半年近くかかるものもあり、購入を検討している客が目に見えて増えていることから、売行きは良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・市場は依然厳しい状況ではあるが、何かきっかけがあれば商談が進むケースも多い。秋の商戦が始まり、これから色々な新型車が投入されてくれば、納期問題の解消とともに、新型車の話題で市場に活気が生まれてくる。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の影響で車両の需要に対する供給不足が生じた時期に比べると、確実に登録台数、受注台数共に増加傾向になっている。9月には新型車の発売が開始されるので更に販売量は上向く。
		住関連専門店（営業担当）	・自動車関連企業を始め、民間の設備投資、工場、オフィスなどが増加傾向のため良くなる。ただし、受注価格の乱れは厳しくなっており、量は増加するものの利益は厳しくなる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・注文の動きなどから、東日本大震災の暗い雰囲気から抜けつつあり、消費も少しずつ回復に向かう。
		都市型ホテル（営業担当）	・企業需要に加えて個人客も増えてきており、年内はこの状況が続く。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災も福島第一原子力発電所事故もある程度落ち着きを取り戻し、景気は少しは良くなる。
		タクシー運転手	・例年は盆休み後の消費控えが見られるが、今年はあまり影響がなかった。夏のボーナス時期に増えたタクシー需要もこのまま上向きに推移していく。特に自動車関連企業の増産体制・フル稼働によって、タクシー業界だけでなく地域全体が良くなる。
	テーマパーク（職員）	・周辺では回復傾向と聞く。観光関連の当園にも徐々に波及してくるため、状況はやや良くなる。	
ゴルフ場（企画担当）	・数か月先の予約数は各ゴルフ場とも前年の予約数を上回っている。しばらくは好調に推移していく。		
美顔美容室（経営者）	・今年の12月末までホームケアキャンペーンが続くため、8、9月に購入した客が2、3か月後にもう1セット、2セットと購入し、販売が伸びる。		
その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・まとまった金額の工事依頼が来ており、業績は良くなる。		
変わらない	商店街（代表者）	・個人客の売上はある程度あるが、法人客が全く伸びていないため売上としては変わらない。	
	商店街（代表者）	・購買意欲は見られるが、円高や政治的不安定感により良くはならない。	
	商店街（代表者）	・変化する要素が見当たらない。	

商店街（代表者）	・与党党首も交代しいろいろ変化も起きるであろうが、すこく良くなったり、悪くなったりはしない。状況としては変わらない。
商店街（代表者）	・消費者の購買意欲がある程度は戻ってきたが、不確定要素も多くこのまま推移する。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での飲食が増加する要因が見当たらない。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・伸びる傾向は変わらないが、不透明感は否めない。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・気候的に客の出足は多少良くなるとしても、世の中の情勢からは期待できない。当地域の経済が全く良くないため、今の状態は変わらない。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・全体的にはほとんど変わらないが、伸びているところは業績を伸ばしており、伸びていないところは下落している。今後もこの状況が同様に続いていく。
一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは状況は変わらない。
百貨店（売場主任）	・必要なもの以外購入しないという購買意識がまだまだ高く、今後もその傾向が続いていく。
百貨店（売場主任）	・少しずつ秋冬の新作が上がってくると若い客層が雑誌などを見て来店し、購入するようになる。最近では高額商品が売れないため、売上は依然低迷したままとなる。
百貨店（企画担当）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故による放射能汚染による不安などの影響による景気の悪化は沈静化しつつある。しかし、消費者の買い方に変化が見られ、安定していないことから、当面状況に変化はない。
百貨店（経理担当）	・東日本大震災の影響も一巡し、ここ2～3か月回復傾向にあるが、まだまだ予断を許さない状況が続く。
百貨店（販売担当）	・製造業の休日も通常に戻るため、家族連れ客が増える。また、東日本大震災後のプライダル需要の増加に加えて、金地金価格の高騰による価格改定への焦りなどから需要が増える。全体としては状況は変わらない。
百貨店（営業企画担当）	・円高、株安など景気を押し下げるリスクが現段階では顕在化しておらず、消費者心理も現状程度の水準を維持できる。
百貨店（店長）	・食品の風評被害や、気温の高温傾向が続く予測が出ているので衣料品も含めてあまり回復が期待できない。
スーパー（経営者）	・景気自体は変わらないが、企業はチラシ合戦による価格競争に陥り、企業そのものが弱体化していく。
スーパー（経営者）	・円高が続き、輸出企業は利益が縮小する。競争はますます激しくなり、低価格競争が止まらない。また、国債残高の問題、社会保険の問題等、国民の負担は必ず重くなり、そのため一段と節約志向が進む。まだまだ景気は良くならない。
スーパー（経営者）	・季節的に良くなる時期だが、現状の悪い状況が今後も続く。
スーパー（店長）	・政治の混迷が続いており、この先が全く見えない。円高等もあり輸入品については順調な動きになるが、まだまだ景気が底を打っていない。状況としては変わらない。
スーパー（店員）	・売上や客単価の傾向からすると、店全体の商品の動きはこれまでと変わらない。
スーパー（店員）	・単価の低い商品が売れる状況が続いており、しばらくは良くならない。
スーパー（店員）	・自動車産業の輪番操業が来月にいったん終了するので、それ以降どのような動きとなるかが問題である。状況としては変わらない。
スーパー（営業担当）	・夏休みが終わり、台風シーズンが到来するなか、日常的な出費を抑える時期が続く。また、円高による輸出産業の停滞で消費は下降気味に推移する。
コンビニ（店長）	・放射性物質による汚染問題で食品の安全性が問われている。このため、米を中心に食品の売行きは良くならない。
コンビニ（エリア担当）	・好調な販売状況は秋に向けて当面は継続する。
コンビニ（エリア担当）	・前年同様に厳しい残暑が続けば、季節の変わり目を捉えた商品を充実させることにより売上増が見込める。
コンビニ（店長）	・来客数の減少傾向はここしばらく続き、状況としては変わらない。
衣料品専門店（販売企画担当）	・消費マインドは依然として冷え込んでおり、安くて必要な物だけを買うという客の購買行動は変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素は見当たらず、状況は変わらない。

乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災による納期遅れの分の販売が少しずつ追いついてきているので、来年3月までは販売増が期待できる。
スナック（経営者）	・自動車関連企業の休日が元に戻ると人出も元に戻ると思うが、円高など企業にとって依然として厳しい状況にあるため、消費者の財布のひもは緩まない。
スナック（経営者）	・東日本大震災後の自粛ムードは少し緩んだと感じるが、客などとの会話では不安定な政治や景気の悪さが話題の大半を占めている。今後もこの状況に変化はない。
観光型ホテル（経営者）	・10、11月は本来であれば秋のトップシーズンになるが、現段階の予約数は前年の80%にとどまっている。企業業績や個人消費が好転する場合は更に上積みがあるが、依然として福島第一原子力発電所事故の問題、電力需給の問題、製造業の休日変更などの状況が続くなかで、どのような消費動向が生じるのかは不透明である。最悪期は脱したとを感じるが良くなる兆しもなく、状況は変わらない。
観光型ホテル（販売担当）	・今年初めに閉館となった2ホテル分の特需が今も継続しており、これは来年の2月までは続く。ただし、現在の予約状況は前年を少し下回っている上、暑い間の節電意識が今後の宴会需要にどのような影響を及ぼすのか予想がつかない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数を見る限り、状況は変わらない。
都市型ホテル（経理担当）	・福島第一原子力発電所の事故や円高による影響で、中国や韓国などからの外国人旅行者が減少しており、今後も厳しい状況は変わらない。
旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題は様々な影響を及ぼしており、まだまだ底打ちの状況ではない。当面この状況は変わらない。
旅行代理店（経営者）	・これから旅行シーズンを迎えるが、まだまだ先の不透明感が払しょくできない。しばらく状況は変わらない。
旅行代理店（従業員）	・秋商品の売行きが今一つである。特に連休にからむ宿泊は、直前まで待って、インターネットで価格が下がったところを予約する客が増加している。
タクシー運転手	・東日本大震災後の5、6月ごろから少しずつ良くなり、それほど悪くない状況が続いている。しかし、円高の影響で親会社はインドネシアへ移転し、子会社の小さな町工場が倒産するという事態が起きている。今後円高の影響は心配である。
タクシー運転手	・7月には少しは良くなると思っていたが、8月は結局2、3か月前より少し悪くなっている。この状況は当面変わらない。
通信会社（企画担当）	・競合他社の動きにより解約増は簡単に起こる状況で、更なる低価格化、サービス強化が必要な状況である。厳しい状況は今後も続く。
通信会社（サービス担当）	・回線の移転等が減るため、景気は現状と変わらない。
観光名所（案内係）	・新内閣が具体的な方策を出せるかどうか様子見の段階であり、しばらく状況は変わらない。
美容室（経営者）	・客の様子を見る限りでは、東日本大震災の影響など特に目立つ動きは生じない。
やや悪くなる	
一般小売店〔食品〕（経営者）	・アメリカを始めとする先進各国についても景気浮揚策に対する即効薬がないという話が聞こえてくるところを見ると、日本だけが短期的に景気を回復するという事は更に難しい。回復の見込みが立たないなかで、先行きはやや悪くなる。
一般小売店〔惣菜〕（店長）	・現在は改装前の売出し中のため売上は好調であるが、今後改装が始まれば来客数が減って売上も減少する。
一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新総理の政策がどちらかと言うと増税緊縮であるため、景気は悪化する。
百貨店（経理担当）	・円高、株価下落など、消費者の購買意欲にプラスとなる材料は見当たらない。先行きはやや悪くなる。
百貨店（販売促進担当）	・製造業の休日が土日に戻ると、平日の売上が減少する。
百貨店（販売担当）	・セール品の動きが良好な状況が続いているため、秋物の動きは前年に比べて鈍くなる。
スーパー（経営者）	・夏休みの間増加した来客数は今後減少するため、売上は厳しい状況になる。
スーパー（店長）	・放射能汚染の問題は今後も引き続き発生すると考えられ、政治に対する期待感も乏しい。買物行動は一層慎重となつて、売上は厳しくなる。

	スーパー（販売担当）	・客は年末の買物に備えて財布のひもを引き締めるため、売上はあまり伸びない。
	コンビニ（エリア担当）	・たばこの特需が収束するため、今後は売上が減少する。
	コンビニ（店長）	・たばこの供給は正常に戻ってきたが、まとめ買いの客がなかなか戻ってこない。たばこに関して言えば節約ムードが続いている。
	コンビニ（店長）	・気温の低下とともに、飲料水やその他アイスクリーム等の売上が減少する。
	コンビニ（商品開発担当）	・前年のたばこ値上げ前のまとめ買いの反動で売上全体は悪くなる。自動車関連企業が過去最大級の生産を予定しているため、多少盛り返すとしても全体では悪化する。
	衣料品専門店（経営者）	・現状でも悪い状態であるが、依然として明るい話題が聞こえてこないため、状況はもっと悪くなる。
	家電量販店（店員）	・消費税率を上げるとなると、これは将来に対する大きな足かせとなる。さらに円高が止まらないと製造業に關係する家計の財布のひもはますます固くなる。これらを考えると、先行きは悪くなる。
	乗用車販売店（従業員）	・車の販売台数が伸びる要素が全く見つからず、現状維持さえも厳しい。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費を活性化させる要因が何もなく、今後はやや悪くなる。
	高級レストラン（スタッフ）	・阪神大震災の時に比べて、売上回復の動きが極めて弱い。放射性物質による食品汚染の問題が長引くと、外食需要の回復は更に遅れる。
	都市型ホテル（経営者）	・今は販売量を増やすことが何よりも肝要である。単価を度外視してでも客数を増加させる努力をしないと今後は危うくなる。
	都市型ホテル（支配人）	・輸出企業が多い土地柄のため円高による影響はマイナスとなる。また、海外からのレジャーも円高により予算達成は厳しい。
	旅行代理店（経営者）	・新しい内閣は増税のイメージがあるため、消費マインドがますます落ち込み、売行きが悪くなる。
	旅行代理店（経営者）	・総理大臣の交代や増税により、消費者の財布のひもは固くなる。
	旅行代理店（従業員）	・製造業の休みが再び土日に戻ると思われるが、なかなか休みの都合がつかず旅行への申込は減少する。
	通信会社（営業担当）	・競争相手の販売攻勢により、今までのような販売増加は見込めない。当面の間、競争相手との販売競争を行うため、徐々に悪くなっていく。
	テーマパーク（経営企画担当）	・経済の不安定さ、企業業績の悪化により、レジャーへの支出が抑えられる。
	パチンコ店（経営者）	・消費マインドが低下しており、厳しい状況が続く。
	美容室（経営者）	・景気の見通しがつかず、悪くなる。
	設計事務所（経営者）	・案件の数が少ないままで、好転する気配が全くない。純粋に設計だけの業務だけでは事務所の維持は厳しくなる。
	その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・客の様子では、将来への不安があるためできるだけ貯蓄を崩したくないという意向を持っており、総額的に安い物件を検討する傾向にある。このため売上は減少する。
悪くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・牛肉は当社でも全頭検査を実施しており安全であるが、風評被害の影響下で売上は伸び悩んでいる。他人へ贈るギフト商品ではより影響が大きく、歳暮の売上は更に厳しくなる。
	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・増税などが不安材料となって売上が悪化する。
	一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素が全くなく、更に悪くなる。
	テーマパーク（職員）	・海外からの来客がほとんど見込めず、状況は悪くなる。
	理美容室（経営者）	・このまま賃金も増えず、客の消費意欲はますます低下する。
	理容室（経営者）	・客の来店頻度は減少し、安い店に客が流れてしまっている。当分の間この状況は良くならない。
	住宅販売会社（経営者）	・住宅購入のための融資を金融機関が実質的に貸し渋る傾向がみられる。これによって成約に至らないケースが非常に多くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントの駆け込みは、一瞬良かっただけで、10月以降の施工物件がない。より厳しい氷河期が到来する。
企業動向関連	良くなる	-
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）

パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・自動車関連の受注も引き続き増加し、この秋の農産物関連の仕事も多くなる。景気は良くなる。	
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末年始の宴会需要期で広告掲載が増える時期を迎える。東日本大震災の影響で上半期に減少した売上を年末でばん回しようとする動きがあり、PRも活性化する。	
化学工業（人事担当）	・新政権への期待感がある。これ以上の円高は政府・日銀が阻止する姿勢を見せており、景気は緩やかながら上昇する。	
窯業・土石製品製造業（経営者）	・平成23年4～6月期までの住宅着工件数は、平成23年1～3月期に比べ5.6%増加している。経験則では、食器、タイル及び衛生陶器の需要が今後増加する。	
電気機械器具製造業（経営者）	・自社の新製品が年末にある程度売れると見込まれ、先行きはやや良くなる。	
電気機械器具製造業（経営者）	・自動車、情報、自動工作機械のすべての分野で前年同期の生産量に回復する。ただし、円高や米国市場の回復の遅れに加え、国内市場、中国市場共に不透明感があり、回復スピードに確信が持てない。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・新政権になって本格的な景気対策が進めば、状況は良くなる。	
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先で発生した品質トラブルがもうすぐ収束する。その後は売上が戻り、業績が回復する。	
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・大手メーカーの期間工の採用動向やその生産計画から見て、仕事量は今後かなり増加していくと見込まれる。円高によって多少足を引っ張られるが概ね良くなる。	
建設業（経営者）	・円高の影響が多少懸念されるが、売行きや来客数の動きからは今後良くなる。	
輸送業（経営者）	・自動車関連企業を中心に、フル稼働となる予定を聞いている。今後の物量増加が見込まれる。	
輸送業（エリア担当）	・大手自動車メーカーも増産のため木曜日の操業を決めた。このため平日の需要が1日分増える。	
金融業（従業員）	・自動車産業では全体的に、少しずつ仕事量が増加している。また、9月または10月から勤務体制が変わり休日が週1日になるため、景気は良くなる。	
金融業（企画担当）	・東日本大震災後、個人消費も落ち込んでいたが、住宅を中心とした高額品への投資も徐々に戻りつつあり、現在よりも景気は良くなる。	
金融業（法人営業担当）	・円高等の不安材料はあるものの、自動車関連を中心とする増産の動きは当面持続する。	
会計事務所（社会保険労務士）	・近所のスーパーでは商品券をまとめ買いする客もいることなどから、今後は消費も少しずつ拡大していく。	
その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・問い合わせ等がほんの少しながら増えてきていることから、今後はやや良くなる。	
変わらない	鉄鋼業（経営者）	・現状は取引先との目先の仕事の確保に手一杯である。今後、建築や道路整備等の需要がどの程度発生するのか、全く見込めない。
一般機械器具製造業（営業担当）	・海外の自動車業界での設備ニーズに衰えはない。しかし、円高が続く限りは、受注確率が伸び悩むか受注したとしても利益を取れない状況は変わらない。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・為替の動きが不安定で先行きは不透明である。状況としては変わらない。	
電気機械器具製造業（企画担当）	・生産減による品不足を見込んだ注文が一段落した後の取引は、不透明である。例年同様、年末に向けて需要は高まるが、中期的な需要の伸びは期待できず均衡状況が続く。	
輸送業（エリア担当）	・円高、株安といった世界的な景況感の下落がこの先影響してくる。先行きとしては現状と変わらない。	
輸送業（エリア担当）	・前年度の軽油単価は92.1円、今年は106.2円と14.1円も値上がりしている。しばらくはこの高止まりのまま推移して行く。	
輸送業（エリア担当）	・アジア経済は堅調だが、欧米の景気の先が読めないでの貨物量に大きな変化はない。	
通信業（営業担当）	・首相の交代等まだまだ混迷すると考えられるため、変化はない。	
通信会社（法人営業担当）	・日本の政治に対する海外からの評価や政治的な停滞により事態は変わらない。	
不動産業（経営者）	・相場の底打ち感はあるが、当面は様子見が多くなる。しばらくは、あまり変化しない。	
広告代理店（制作担当）	・良くなる要素がないので、上向きにはならない。先行きはまだまだ不透明で、受注競争が厳しくなる。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は前年を確保できているが、新聞の購読状況に不安要素がある。	

		その他サービス業〔ソフト開発〕(社員)	・円高の影響により取引先の業績が悪化する。
やや悪くなる		紙加工品〔段ボール〕製造業(経営者)	・取引先からの受注量は回復あるいは増加傾向にあるが、材料仕入価格の上昇が先々に見受けられるため、他社との競争により受注量が減少する。
		化学工業(企画担当)	・円高、株安、欧米景気減速による影響が遅れて出てくる事が予測される。
		窯業・土石製品製造業(社員)	・新規引き合い、見積依頼が半分に減っており、今後先細りとなる。
		金属製品製造業(従業員)	・低価格受注が止まらないので、忙しくても利益につながる展望がみえない。収益は悪化する。
		電気機械器具製造業(経営者)	・鋼材価格が上昇し、それを価格転嫁できない状況が続いている。今後生産がシフトされる不安もあり、状況は悪化する。
		建設業(経営者)	・政治、経済、外交問題など、安定したものがなく、良くなる要素が見当たらない。新首相には安定した方向に持って行ってほしいが、当面景気は良くならない。
		建設業(営業担当)	・1か月ごとであった受注が2、3か月に1回に減ってきている。定期的な仕事に加えて毎月の仕事を受注したいところではあるがなかなか上手くいかない。今後はだんだん尻すぼみになっていく。
		輸送業(従業員)	・円高と資源高、原油高が、ゆっくりと関連する産業に影響し、価格転嫁できない業界や産業は苦しい状況となる。
		経営コンサルタント	・自動車関連企業の生産が正常に戻ってきているが、雇用回復には至っていない。しばらくは住宅市況の回復は見込めない。
		会計事務所(職員)	・中小業者は一旦事業を縮小すると規模の回復が難しく、相当の景気回復見込みがなければ復帰できない。円高、燃料費の高騰、電力に対する不安が更に拍車をかけており、状況は悪化する。
悪くなる		印刷業(営業担当)	・業界の様子や身の回りを見ても、良い状態のところはない。東日本大震災の影響などもあり、原料が値上げされたり、値引きを迫られたりと悪い方向に向かっている。
		金属製品製造業(経営者)	・引き合いが減少しているため、今後業績は悪化する。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・東日本大震災に伴う需要だけでは生産増に向く材料として心もとない。輸出関係のメーカーからの注文が減り始めており、今後状況は悪化する。
		企業広告制作業(経営者)	・新総理が国内向けの政治に終始している以上、国際競争力は向上しない。先行きは悪化する。
雇用関連	良くなる	アウトソーシング企業(エリア担当)	・自動車生産の増産に伴い、9月以降休日出勤が増えることから求人増加する。思うように雇用人員が確保できず、人材確保に関しては苦戦を強いられるだろうが、先行きとしては良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社(経営企画)	・今後も継続的に技術者需要が見込まれるため、先行きはやや良くなる。
		人材派遣会社(社員)	・正社員採用の求人が増えてきているため、先行きはやや良くなる。
		人材派遣会社(営業担当)	・震災復興に関わる特需や、首相交代により一時的に景気は回復する。
		人材派遣会社(支店長)	・東日本大震災後抑制されていた派遣需要は今後緩やかに増加するため、先行きはやや良くなる。
		求人情報誌制作会社(企画担当)	・現状は製造系の求人にけん引された雇用回復になっているが、今後は他業界への波及が予測されるため、現状よりは良くなる。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・自動車製造業で期間従業員の募集が行われており、多少なりとも景気は回復に向かう。
		職業安定所(職員)	・単価の変更等はまだまだそれほど生じておらず、現時点では円高の影響はあまり受けていない。しばらくは求人需要の増加によりやや良くなる。
		職業安定所(次長)	・求人は徐々に増加しており、雇用面が改善していけば景気への波及効果が見込まれる。雇用の改善に力強さはあまり感じられないが、先行きはやや良くなる。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・各取引先からの注文が増えており、人員や設備等に対する投資意欲が高まっていく。
変わらない	人材派遣会社(社員)	・現時点での予約状況はあまり良くないが、今後は法人関係の予約が増えていく。	
	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・不安定な政治、円高、株安が改善されない限り、状況は変わらない。	

	職業安定所（所長）	・業種間にばらつきはあるものの、新規求人は非正規社員を中心に動いている。ただし、今後の円高等の影響次第では、企業は一層の効率化を進めざるを得ず、コストダウンが求められるため、雇用にも影響が生じる可能性がある。
	職業安定所（職員）	・製造業を中心に求人が出てくるようになったが、期間工や臨時の求人が多く、まだまだ景気回復には至らない。
	職業安定所（職員）	・求人の数は増加しているが賃金ベースはあまり高くない、結果として就職者の数は頭打ち状況にあり、状況は変わらない。
	職業安定所（職員）	・自動車生産の回復により動きは見られるが、異業種間や企業規模間でのばらつきは依然として大きく、今後円高の影響も顕在化してくる。大きな変化は見込めない。
	職業安定所（職員）	・円高が続いており企業から懸念の声が聞かれる。状況は良くならない。
	民間職業紹介機関（支社長）	・円高の影響が不透明である。このままの状態が続けば企業体力が続かず、コスト削減に向かう企業が出始める。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年と比べて学生のエントリー、説明会参加数などに伸びがない。当面厳しい雇用状況は変わらない。
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・新規取引企業においては3～5%の値引きを求められることが多く、派遣単価の引下げ圧力が強い。一部の大手企業では入札制度を導入するなど、前年に比べて単価が大幅に下落するケースも出始めている。このよう状況から先行きは悪くなる。
	人材派遣会社（営業担当）	・政治の状況によっては今後さらに景気が悪化する。
悪くなる	-	-