

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 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックが開催されるまでは、景気は上向きになる。
		商店街（代表者）	・秋冬に向けて内装関係の商品は需要が増えるので、やや回復する。
	やや良くなる	スーパー（経営者）	・例年、年末年始は参拝客の増加が見込まれるため、今年も期待している。
		スーパー（店員）	・天候にもよるが、秋の季節商品がこれから出荷されるので徐々に良くなると思う。
		スーパー（総務担当）	・さんまや秋鮭等の魚介類は入荷量も単価も安定しているので、これからの季節には売上増加が期待できる。
		スーパー（支店長）	・消費税増税の影響が少し落ち着いて、消費が増えてきていると感じる。
		スーパー（販売担当）	・これから年末商戦に入り、ボーナスも出るので客が増える方向になる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・客単価が上昇していることから、客の財布のひもは緩んできている。必要な物であれば、多少値段が高くても購入してもらえる。その動きは、景気の回復と言えるのではないかなと思う。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車種が投入される予定のため、今後の動きには期待ができる。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的に良くなってきているという感触に変わりはない。販売価格も高く単価の動きは良いので、売れ筋車種の相場は少し上がっている気がする。他社でも同様の話を聞くこともあり、自動車業界は上向いて行くという楽観的な見通しである。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響が小さくなってきているので、年末に向かつては少し良くなる。大規模地震等の自然災害が起きなければ、それなりに良い方向に行くのではないかと期待する。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社が取扱う輸入車では、初の前輪駆動方式で価格的にもお買得な車種と、人気SUV（スポーツ用多目的車）シリーズの新型車種が発売予定である。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税後の反動減が緩和されつつある。
		住関連専門店（営業担当）	・公共工事が多くなっていることと、民間新築住宅では持ち家、マンションともに受注が増加傾向にある。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・客は年末年始に向けて年越しの準備に入り、買物も増える。
		都市型ホテル（経理担当）	・ツアー宿泊客が増加している。
		旅行代理店（経営者）	・経済に関してはそれほど悪い材料もないので、少しは上向きになると思う。
		旅行代理店（従業員）	・10～11月の国内団体旅行はとても好調である。特に貸切バスを使った旅行商品は好調で、どの日でもバスは満車状態である。それくらい旅行に出かける人がいるというのが実態である。人が動けば消費も活発になり、経済は成長すると予想する。
		タクシー運転手	・11～12月頃になれば一段と寒くなるので、冷え込みとともに乗車客が増えるため今よりは良くなる。
		美容室（経営者）	・これからは気候も良くなり行楽、結婚式シーズンを迎え、その先には正月が控えており、期待を込めて売上高は良くなっていくと思う。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・働く場として介護職より条件的に良く安定している製造業へと人が流れている。所得が増加する分、消費も増加するものと思われる。		
設計事務所（経営者）	・規模は小さいが案件数が増えている。		
変わらない	商店街（代表者）	・客の購買意欲は、この先の消費税増税等の動きも見据えており依然として低い。したがって今の状況からは先行きも変わらないように思われる。	
	商店街（代表者）	・必要な物以外は買わない状況がずっと続いている。客単価の低さは際立っており、売上高が増加しない要因であると見通している。	
	商店街（代表者）	・地方の商店街も、さすがにもうこれ以上は寂れることはない。一方で、良くなる要素は全く感じられず、商店数は増えず後継者も育っていないため、現状からは変わらない。	
	商店街（代表者）	・現在の経済環境は、当面変わらないと思う。	
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・小売業にとって良くなる材料がないので、先行きもこのままの状況が続く。	
	一般小売店〔書店〕（経営者）	・基本的には変わらないが、世の中の流れがどう動くか見通せないように感じる。	

一般小売店〔土産〕 (経営者)	・遷宮が終わり、当地の環境が大きく変化する要因は当分ない。
一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・大規模ショッピングセンターや大型衣料品チェーンの決算指標からも、消費は完全に落ち込んでいる。客の様子を見ても本当に必要な物しか買わない。世間のムードは大企業寄り で中小企業にとっては逆風である。今後においてもプラスとなる要因が見当たらない。
一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・幅広い客層の中で客は二分化しており、良い客からの売上は伸びている。一方で来店しなくなる客もあり、客の中身は入替わり流動している。競合店でも客の獲得に努力をしているため、トータルで見ると売上を伸ばすまでは至らず変わらない。3か月先も同じような状況が続いていると推測される。
一般小売店〔生花〕 (経営者)	・しばらくは必要な物以外には金を使わない厳しい状態が続くものと思われる。
一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・消費税率が引上げとなってから消費者の金の使い方は一層シビアになっている。食事中心の飲食店ではアルコール類は注文されず、無料の水だけを頼む客が多い。そのようなやりとりからも、日常的な外食に対する支出はますます控えられる傾向にあると思う。
一般小売店〔土産〕 (経営者)	・前年の秋は遷宮でにぎわったので、比較をしてみるとどうしても下向きに感じるが、単純に現状と比較すれば、先行きは行楽シーズンを迎えて忙しくなるため、相殺すれば変わらないと見る。
一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・景気の先行きははっきりせず何とも言えない状況なので、あまり変わらないと思う。
百貨店(売場主任)	・やや寒くなってきたからといってすぐにブーツが売れるわけではなく、客の様子からは下見客が多いと感じる。今月接客をしたが購入しなかった客が次回も来店してくれるように心掛け、今後の売上につなげたい。この秋は単価の高い靴の売行きが良くないので、売上高が今以上に増えるかどうかはわからない。
百貨店(売場主任)	・気候の変化に合わせて、秋物に動きが出てきている。これから、前年並みの動きになってくるのではないかと思う。
百貨店(企画担当)	・消費税率引上げの影響は弱まってくるが、増税前の駆け込み需要の反動が今後も続いていく可能性が高く、前年実績をクリアすることは困難と思われる。
百貨店(経理担当)	・先行きが悪くなるとは思わないが、良くなる材料が見当たらない。気温が順調に下がって冬物衣料品の動きが活発になると、全体の雰囲気も良くなるのではないかと期待する。
百貨店(経理担当)	・女性ヤング向けの衣料が不調である。
百貨店(経理担当)	・足元のトレンドから見れば、やや良くなるとの見方もあるが、先行きは燃料価格の高止まりや消費税率の再引上げの問題から、もうしばらく消費者の様子見が続くことが予想され、景気は現状維持にとどまる。
百貨店(販売担当)	・天候に恵まれて購買が前倒しとなった秋物商品では、その反動が起きる恐れがある。また、消費税増税と物価上昇の影響が、相対的に単価の高い秋冬シーズンのファッションを中心に表出しないかと懸念をしている。
百貨店(販売担当)	・物価が上がっているが、それに伴って給料も上がり暮らし向きに余裕が出てきた、という実感は持てない。消費税増税後の落ち込みは予想より長引いており、良くなるきっかけも見当たらない。
百貨店(経営企画担当)	・天候や気温の変動が大きく、購買意欲が高くなる要因も見つからないものの、これまでの動きから消費は底堅く推移すると考えている。
スーパー(経営者)	・各店舗からは、今後が良くなるような話も悪くなるという話も聞かないので、現状のまま推移するのではないかとと思われる。
スーパー(経営者)	・賃貸している店舗では、今までは新しいテナントが決まるとあまり日を置かずに入居があったが、最近は、設備投資に慎重な姿勢が非常に強まっているため、話を聞いてからオープンまで大幅に遅くなっている。その傾向が強まっているため、3か月先の12月頃では、まだどの企業の売上も順調に上向きとはならないと思う。
スーパー(店長)	・売上高は前年を上回っているが、来客数は前年比約99%で推移しており、不安要素と感じている。
スーパー(店長)	・これから様々な商品の値上がりが続く状況である。値上げが行われると、当面は物の動きが若干止まることになる。年末年始に向けては、冬のボーナスの状況によって、大きく変化すると感じている。

スーパー（店長）	・景気の先行きに対する不安がすべて解消されたわけではなく、そういった状態では、消費も盛り上がりには欠ける。
スーパー（店長）	・消費税増税による商品の値上げや相場高による見せかけの売上高の推移が当面は続くものと予想する。値上げが一巡した頃から、景気は本格的に厳しくなると予想する。
スーパー（店員）	・競合店がこの先更にオープンすることもあり、良くなる要素はなかなか見つからない状況である。
スーパー（営業企画）	・この先の消費税率引上げまでは今の様子が続くように思われる。
コンビニ（店長）	・特段プラスにもマイナスにも判断すべき材料がないので、変わらないと思う。
コンビニ（エリア担当）	・当面は今の状況が変わらずに続くように感じる。
コンビニ（エリア担当）	・高付加価値商品に対する反応は良くなってきているが、まだまだ来客数が上向き気配がない。
コンビニ（エリア担当）	・年末商戦に突入することから客単価アップ施策をメインに展開するが、トータルの実績改善には及ばない見通しで厳しい状況である。
コンビニ（店長）	・来客数の動向や客の購買行動を見ていると、これから先が良くなるとは考えにくい。先行きの消費性向は良くても現状維持で、前年よりも多少悪くなるかもしれない。
衣料品専門店（経営者）	・多少価格が高くても納得すれば買う客層はあり、底堅い。
衣料品専門店（販売企画担当）	・秋冬物衣料品の動きが、まだ鈍い。
家電量販店（店員）	・これから各種新製品が出てくるが、あまり目立った変化はないと見込まれる。
家電量販店（店員）	・家電製品の平均寿命は7年ぐらいなので、家電エコポイント制度の頃に売れた商品が買換え時期を迎えるまで、あと1、2年はこの状況が続くように思われる。
乗用車販売店（営業担当）	・誰もが景気の上向きようなイメージを持ってない。もっと社会全体で明るいイメージを持てるようにならないと、景況感の上がらないと思う。
乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスの効果等で大手企業等一部の層では上向きにあるようだが、相変わらず大半の家計にとっては恩恵はなく、むしろ消費に対して消極的になっている様子が伺える。
乗用車販売店（従業員）	・これから秋物のセールから冬のボーナス商戦へと続くが、当社扱いの車両では新型車種の投入予定はなく、いかに客の購買意欲を捉えるかが重要となる。1件当たりの商談にかかる時間が延びてきており、市場環境は厳しくなっていると考えられる。
乗用車販売店（従業員）	・新車の発表等といった販売増加が見込める要素はないが、消費税増税から半年が経ち、ようやく販売台数が回復してきていると感じる。
乗用車販売店（従業員）	・足下の状況では、この先に何か大きく変わるようなトピックスが具体的に思い浮かばない。
乗用車販売店（経理担当）	・年末にマイナーチェンジを控えている車種もあるので若干の期待感もあるが、現状から大きくは変わらない。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・少子高齢化の影響が、団塊世代を含む高齢者の消費に頼るいびつな経済状態である。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・来客数は数か月前と比較すると安定しているが、今の状況が続くだけで、身の回りで感じる景気は今とさほど変わらないと思う。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・経済動向には変化が少ない。
高級レストラン（役員）	・忘新年会の予約獲得時期であるが、ほぼ前年並みの滑り出しである。特に景気の回復感はない。
一般レストラン（スタッフ）	・当地区では、社員の採用には依然として苦労をしている。引き続き景気は良いのではないかと。
スナック（経営者）	・今後も毎月連休があるので、夜の遊興費をどれほど使ってもらえるかはわからない。予約も入っていないので、あまり期待はできない。
観光型ホテル（経営者）	・宿泊需要はやや上向きであるが、昼食・夕食需要が少しずつ減少する傾向は、地域経済に頼るところが大きい。宿泊に関しては、北関東から関西まで広域の社員旅行、慰安旅行や研修旅行等のマーケットをつかんでいるため良いが、地元客頼りとなっている飲食部門は、県外からの需要を拡大しない限りは増えない。このような状況が続いているため、総合的には変わらないと見ている。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらないと見ている。

都市型ホテル（支配人）	・円安を背景に食材・飲料費や光熱費が大幅に上昇しているが、価格には転嫁できない。サラリーマンの出張費に余裕が生まれるほどには、景気は良くなっていない状況である。
都市型ホテル（営業担当）	・秋以降も予約数は高水準で推移しており、短期的には変わりはない。
旅行代理店（経営者）	・国内では天候が不安定で、海外では空爆等のニュースもあり今後どのような影響が出るのかは不透明で、先を見通しづらい。
旅行代理店（経営者）	・財布のひもが緩むような政策等が実行されないと、景気は上昇傾向には転じない。
旅行代理店（経営者）	・景気がすぐに回復しそうな兆候は感じられないので、良くなるような実感はない。
旅行代理店（従業員）	・今のところ大きな値上げの予定もなく、消費者のマインドも落ち着いてきているので、この先も落ち込むことはないと思われる。
タクシー運転手	・夜の繁華街では人出が少ない状態が長い期間続いているので、この先2～3か月の間には変わらない。
通信会社（営業担当）	・設備増強に伴う工事発注が増加する傾向は、現状のまま当面は続く。
通信会社（サービス担当）	・スマートフォンやタブレット端末の普及により、固定電話の解約が今後も増える。
通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響や光熱費・通信費等生活費を見直す動きが出てきているため個人客は悪くなるが、この先、企業向けが回復してくると思う。
テーマパーク（職員）	・先行きの材料として、周辺地域で開催されるウォーキングイベント等に期待したい。
ゴルフ場（企画担当）	・足元では数か月ぶりに入場者数、売上高ともに前年同月を超え、これから11～12月中旬まではゴルフシーズンになるので、入込客はこのままの順調な推移を見込んでいる。
美顔美容室（経営者）	・ホームケアキャンペーン中であるが、これまでホームケア商品を購入しない客は、なかなか購入に踏み切らない。
美容室（経営者）	・客の中では消費税増税の実感が強まっており、それに伴い財布のひもがかなり固くなってきているように感じる。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・競争相手が提供しているサービスに追随したとしても、受注額の増加が見込めるかどうかはわからない。
設計事務所（職員）	・給料が上がるといような話を聞かない。周りの状況や政府の対策を見ても、この先、状況が劇的に変わるようには思えない。
住宅販売会社（従業員）	・景気回復を後押しするような要因を何も感じられない。金利だけは最低水準を維持しているので、その点が後押しになればと期待する。すまい給付金に対する世間の関心は非常に低く、高額な住宅の購入に関して対象者を年収で制限したのは適切ではないと感じている。
住宅販売会社（従業員）	・景況感が改善する要素が特に見られない。
その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・設備投資に関する企業からの引き合いは一定水準の件数があるが、個人からのリフォーム等の引き合い件数が激減している。
やや悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>・原材料の高騰等により複数の取引先から値上げ要請がある。今後は、自店の販売価格も上げないと利益が圧迫されて大変なことになる。しかし、値上げをすれば売行きは下がる恐れがあり、総合的には景気の更なる悪化は避けられないように感じる。</p> <p>一般小売店〔自然食品〕（経営者）</p> <p>・イベントや商品開発等販促活動による底上げを図らないと、現状維持すら難しくなる。</p> <p>一般小売店〔食品〕（経営者）</p> <p>・原材料や野菜を始めとした身近な商品の値上げが続き、あらゆる商品の値段が次々に上がっていくように感じる。客の様子からもこれまで以上に慎重で抑制した買い方が目に付く。このような状態では、景気の回復は程遠いと感じる。</p> <p>百貨店（販売促進担当）</p> <p>・海外の地域紛争や国内のニュース等明るい話題がなく、悪化している景況感が改善するような要素が見られないため、じり貧となる可能性が高い。</p> <p>百貨店（営業企画担当）</p> <p>・消費税増税前の駆け込み需要が前年末に始まっていた部門もあり、今年の年末年始においては、来客数、客単価の両方で苦戦が続くと予想される。</p> <p>スーパー（販売促進担当）</p> <p>・当店の近くに、競合大手小売業グループ系の食品ディスカウントストアが10月オープン予定であり、食品や一部生活用品に影響が出ると思われる。</p> <p>スーパー（商品開発担当）</p> <p>・原料価格の上昇や円安等で商品の値上げが相次いでおり、ガソリン価格も高値が続いていることから、特に買物での自動車利用が多い当地域では影響があると考えられる。</p>

		コンビニ（店長）	・消費税増税のほか電気料金やガソリン価格等の値上がりで、財布のひもが固くなっていると感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税の影響がいまだに厳しく、販売単価と来客数は悪化している。電気料金、ガソリン代の上昇や物価高で日々の生活の負担は増加する傾向から、当面はこのまま厳しいものと予想する。
		家電量販店（店員）	・大企業や輸出型企業にとっては円安は良い材料であろうが、それ以外の、特に輸入関係企業においては大変な状況である。政策的には冬のボーナスを何とか引上げようとする方向にあると思うが、年末に向けて物価は上昇する中、社会保障制度も弱体化するという昨今の情勢で、客の様子からは、より単価の低い品物で済ませようという動きが見られる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響が徐々に大きくなっている。金のかかる車に対する支出を少しでも節約しようという動きが現れている。
		一般レストラン（経営者）	・気候が少しずつ寒くなると冬物衣料等に支出が回り、外食や外飲みには金を使わないと考えられる。
		一般レストラン（従業員）	・毎年夏場が忙しく寒くなるにつれて売上は落ちていくため、この先は少し厳しくなりそうである。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税率引上げの議論が本格化すれば、明らかに消費は減退していく。
		観光型ホテル（販売担当）	・2～3か月先の婚礼の受注件数が、現時点で前年より半減しており非常に悪い。この時期の婚礼部門のマイナスは事業全体に大きく影響し、宿泊部門や一般宴会で補うことは至難であるため、業況としては悪くなると感じている。
		都市型ホテル（経営者）	・来客数や客単価の動きから見ると、景気は後退局面にあると感じる。
		旅行代理店（経営者）	・先行きの為替動向と消費税増税実施の見極め、依然として続く工場の海外流出や団塊世代の退職による人材不足等、政府が先送りとしてきた様々な問題の影響が一気に吹き出す可能性がある。
		通信会社（企画担当）	・来年に向けての消費税増税の動きをちらほらと見聞きするようになり、先行きの不透明さが広がっていると感じる。
		テーマパーク（職員）	・当地方の間近で起きた火山噴火等の影響が懸念される。
		観光名所（案内係）	・気候の影響が大きく、秋が秋らしく冬が冬らしくなれば客足は回復するかもしれない。しかし、気候の先行きはわからない。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、様々な商品の価格が上がって、段々と生活が苦しくなっていくのではないかと感じる。
		美容室（経営者）	・当業界では先行きも景気は良くならない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築の相談が減ってきている。
	悪くなる	コンビニ（企画担当）	・輸入品の価格の上昇により物価は上昇し、その一方で所得は減少する。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体として、低単価による薄利多売が進んでいる。
		理容室（経営者）	・景気が良くなりそうな見通しが立たないので、消費者は支出を控える。
		住宅販売会社（経営者）	・家庭の所得がなかなか増えない。また所得水準が低い人が多く、住宅の売行きが悪い。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費税率が8%になってから景気回復の見通しが立たず、サービスの低価格化が進んでおり売上状況も厳しくなる。
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・客先の業界では年末に向けて新店舗開設やリニューアル等設備投資の増加が見込まれるため、主力製品であるパーラー用チェアは、オリジナル製品、OEM製品ともに出荷の増加が期待できる。
(東海)	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・希望的観測としては引き続き良くなって欲しいが、実際には不安材料が多い。年末に向けてのタイミングで再び消費税率引上げの話が出てくると、景気は一気に冷え込みそうな気がして怖い。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・例年11～12月は物流が活発な時期である。今のところはあまり先行きに不安な情報もなく、受注量・販売量ともに増加する見込みである。
		化学工業（総務秘書）	・経済面では為替相場が最も大きく影響する。やや急激な円安傾向との意見が多いが、大企業の多い輸出型産業は恩恵を受けており、総合的には景気に対するメリットとして働くと思われる。大企業を支える中小企業を守るよう、大企業自身が配慮することが肝要である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・円安基調が続いているので、輸出品が前年並みで推移すれば為替差益の効果もあり業績は向上すると思われる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客の生産計画は、この先増産傾向にある。

	会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先では受注が順調なところが多い。新たな設備投資の話もある。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・下期に向けて計画から製造工程へと進んでいき、開発規模も大きくなるので売上拡大にも貢献する見込みである。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・当地域においては円安の定着が大手自動車メーカーへの追い風となり、先行きも大きな変化はなさそうである。しかし、そろそろ物価上昇が懸念されるので注視する必要がある。安定的に成長していくと考えるが、何が起きるかわからないので、不測の事態も念頭に置く必要がある。
変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・消費税率引上げの動向がはっきりしない等、先行きが見えない。
	化学工業（人事担当）	・世界レベルでの大事件が起きなければ、先行きも変わらないと考える。もし海外でテロ事件等が起これば、国内の景気は一気に悪くなるであろう。
	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の動向による。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・円安で受注量が増えてきたが、輸入原料の値上げの話が始めており、販売価格への転嫁が必要となる可能性がある。しかし、それでは製品の価格優位性が失われてしまう。
	鉄鋼業（経営者）	・業況が上昇する要因が全く見当たらない。客からの新規物件等の話も弱含みで、上向きとなる要因がこれといって思い浮かばない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合い状況は変わっていない。
	金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが動き出し、引き続き忙しくなる。納期調整等で混乱しそうである。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・毎年夏までは中国向けの大量受注があり、秋から冬にかけては受注が減っている。今年も、受注量が例年同様の水準で推移している。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・販売量、受注量ともに現状を維持する。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・今のところ好転する要素が見当たらない。為替相場の変動が大きいと現状より更に悪化する可能性もある。
	電気機械器具製造業（経営者）	・為替相場の動きによって今後良い方向となる可能性もあるが、今のところは何とも言えない。
	建設業（営業担当）	・公共向けの事業は、年度単位での予算が取れるか取れないかで動向が決まるので、この先1～2か月では景気回復が実感できない。
	輸送業（経営者）	・コスト面の改善も賃料の引上げも進まない状況での荷量の増加という傾向は、短期的には解消されないと考える。
	輸送業（従業員）	・円安が進み食品等の輸入原料や製品価格が上昇し、支出が控えられる。原油価格はやや下がってはきているが、円安の影響が大きく期待したような値下げ幅にならない等、明るい話題に乏しく景気が良くなる要素がない。
	輸送業（エリア担当）	・客が単価が上がってもより良いサービスを望むほどには、景気はまだ回復していない。
	輸送業（エリア担当）	・国際貨物は為替相場の影響を受けるが、関係者は現行の為替レートから変更するか様子見の状況である。
	輸送業（エリア担当）	・今後半から荷動きが活発化してはいるが、この動きが長続きするかどうか心配である。
	輸送業（エリア担当）	・3か月前と比べて荷物量が増えていない点を見ると、将来に渡っての荷物量の増加、つまり景気回復による物流の活発化は感じられない。年末に向けて荷物量は増える時期だが、それは例年の動きであって例年以上に荷物量が増える要因は見当たらない。したがって景気が良くなるとは思えない。
	通信会社（法人営業担当）	・大企業の好況感が中小企業まで広がらない状況に、先行きもさほどの変化はない。まして一般家庭の主婦層にまで好況の波が届くとは、現時点では考えられない。
	金融業（従業員）	・ここ数か月の中で見ると、特に大きな動きもなく横ばいで進んでいくような雰囲気である。
金融業（法人営業担当）	・自動車部品メーカーでは、円安の進行で原材料価格は上昇するが、販売量の増加はさほど期待できない。	
金融業（企画担当）	・株高、円安傾向が続けば、当面は現状の景気が続くと思われる。	
不動産業（用地仕入）	・景気を左右するような要因が見当たらない。	
不動産業（管理担当）	・社会全体では良くなっている部分と悪くなっている部分があり、今後も同様に推移するため、現状から変わらない。	
企業広告制作業（経営者）	・消費者は賃金が上がらないため支出をする気が起きない。法人税を納めていない企業も多く、税収増加も期待できない。	

	広告代理店（制作担当）	・年末に向けてのイベントや新規企画等の実施は、予算等の関係で実現が難しそうである。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税率引上げ後の購読中止は、増税前の購読者の12%に達し、この先も購読再開は不可能である。	
	経営コンサルタント	・不動産開発の動きは頻繁に見られるようになってきたが、地価の動きには元気がなく足踏み状態となっており、先行きの動向は不透明である。	
やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・自分の周囲では景気が悪くなる話ばかりである。良くなりそうな気配は今のところ全く感じない。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・これまで伸びていた受注量が下がりがつつある。加えて急激な円安の進行は、部品を輸入し国内で機器を生産する中小企業にとっては影響が大きく、受注減と同時に利益の確保がやや難しくなっている。	
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーから、ロシア向けの生産台数が減ると聞いている。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売数の低下により、下期計画が下方修正となっている。	
	不動産業（経営者）	・建築コストの高騰や人件費の上昇等で、実益がない状況である。	
	公認会計士	・監査法人・税理士法人の顧問先の業績が悪化している。	
	会計事務所（職員）	・T P Pで、輸出よりも輸入の増加が避けられそうにない。為替相場を懸念するが、貿易収支が赤字の状況でこれ以上の円安には問題がある。輸出型企業が円高の時期に海外へ生産拠点を移動させたことが貿易収支悪化の要因となっている。	
悪くなる	建設業（経営者）	・来年度の消費税増税を決定すれば、必ず景気の腰折れにつながるものと考える。	
雇用 関連 (東海)	良くなる	人材派遣会社（社員）	・閣議決定で来年4月からの派遣法改正が明確になったため、これから企業側での派遣人材の活用方針が明らかになると予想する。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今月が悪すぎたので、この先はやや良くなる。予約状況も例年並みになっている。
		人材派遣会社（支店長）	・直近3か月における派遣スタッフの稼働者数に対する契約終了比率が低下している。また、契約終了事由において、企業都合の割合が減少傾向にあることから、景気は回復傾向にあると考える。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・為替相場が円安に進み、輸出向けの自動車生産数の推移が若干であるが良くなると見込む。
		職業安定所（職員）	・天候も安定してきたので食品関係は良くなると思われる。ガソリン等燃料価格も少しずつではあるが下がってきている。また、年末に向けて消費の活発化もある程度は期待できる。ただし、為替動向の影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・海外景気は引き続き好調を維持し、オートバイ需要も持ち直しつつあることも好材料に判断する。ただし、最近の円安傾向の影響を慎重に見守りたい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・10～11月は、賞与支給後の年明けを転職時期の目標とする人が活動を始めるため、求職者の伸びが見込まれる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中小企業向け補助金の採択企業が決定し、今後は補助金を活用した企業運営が拡大すると見込まれる。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・急に良くなることはないが、かと言って悪くなることもないと感じる。	
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・大きく変動する要素がない。
人材派遣会社（社員）		・正社員採用での人材紹介の依頼が引き続き増加傾向にあり、人手不足が続いている。	
人材派遣会社（営業担当）		・年度内の求人活動はいったん落ち着き、来年度に向けての求人に切り替わると見込んでいる。	
人材派遣会社（営業担当）		・エンジニア分野で稼働する派遣スタッフが不足してきている。そのため、今後は契約が伸び悩むように思われる。	
人材派遣会社（営業担当）		・経済を動かすようなインパクトのある前向きな材料が見当たらない。	
職業安定所（所長）		・米国景気が好調であり、2～3か月は現状のまま推移すると思われる。	
職業安定所（職員）		・求人数の増加傾向は変わらないが、正社員としてより非正社員での求人が増加しており、先行きが不透明となっている。	
職業安定所（職員）		・管内景気の緩やかな回復基調を背景に、事業者の業況も改善に向かうことが期待されるが、事業者との会話の中では、消費税増税前の駆け込み需要の反動が長期化することへの不安を感じる。	
職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比でやや増加しているが、前月比では微減傾向である。		

やや悪くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・消費増税に対する抵抗感から消費を控える雰囲気が蔓延しつつあると感じる。企業も余分な支出は控えているようである。
	民間職業紹介機関 (支社長)	・円安の進行による物価上昇、消費増税の影響がある。
悪くなる	-	-