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	乗用車販売店（経営者）	・新型車種の投入で、市場はかなり活気付くものと予想される。
	やや良くなる	一般小売店［書店］（経営者）	・今月は少しずつ良くなってきている。年末に向けて更に良くなる。
		スーパー（経営者）	・年末年始の参拝客に期待している。
		スーパー（店長）	・来客数が伸び始めているので、売上も問題なく好調に推移する。
		スーパー（店員）	・野菜や果物を安定した値段で提供できているので、客足も好調のまま推移すると思う。
		スーパー（総務担当）	・野菜の価格も比較的安定していることと、ガソリンや灯油の値下がりが好材料である。
		スーパー（販売担当）	・年末に向けて購買意欲が高まるので、今よりは良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・値段に対して価値の高い商品であれば、少しずつではあるが動きが良くなっており、来客数の減少も底を打った感がある。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加している。客単価は前年比1.5%マイナスであるが、良質な商品を買いたいという客は増加傾向にあることから、先行きは商品単価のアップで全体の数値も改善が見込まれる。
		衣料品専門店［紳士服洋品］（売場担当）	・年末のクリスマス商戦や年明けの初売り商戦等もあるため、多少は良くなる。しかし、大きく改善するとは思えない。
		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が11月末から登場するので、客の期待感はかなり高まっている。
		その他専門店［雑貨］（店員）	・年末年始の準備で購入する物が増える。
		その他専門店［貴金属］（営業担当）	・年末年始のイベント開催では来客数、売上ともに多くなることを予想している。また、消費税率の再引上げ前の駆け込み需要が、早ければ出てくると予想する。
		スナック（経営者）	・多少だが予約が入っているので、先行きは来客数も増え、売上も少し増える。
		タクシー運転手	・忘年会シーズンには忙しくなり、客の利用回数も増えて売上が伸びるので、良くなる。
		通信会社（サービス担当）	・賞与の時期には、パソコンの買換えに伴ってインターネットの加入者が増加するので、若干景気は良くなるのではないかと思う。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けて客の動きも回復すると思う。
		美容室（経営者）	・11～12月は正月前ということで客の入りは良くなる。
		その他サービス［介護サービス］（職員）	・訪問介護の利用者が今後も増加していく。ただし業界では人手不足のため、サービス提供の際には工夫を必要とする。
		その他住宅［室内装飾業］（経営者）	・年末に向けてリフォーム工事や店舗・企業の設備投資の見積依頼や問い合わせが増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税がまた増税されるかもしれないということで、消費者にはかなり緊縮ムードや警戒感がある。
		商店街（代表者）	・購買意欲は回復基調にあるかと思われたが、今月に入って販売量は減少傾向にある。
		商店街（代表者）	・必要な物以外の物は買わない状況が続いている。自家製商品の売行きが悪いので、販売量、売上高の増加につながらない。
		商店街（代表者）	・良くなる要素が全くない。年末に向けては若干動きも出てくると思われるが、全体的には特に大きな変化はないと思われる。
		一般小売店［電気屋］（経営者）	・来店客の中に下見客はそれほど増えていないことから、客は堅実な買い方を心掛けているように感じるので、先行きも今と状況は変わらない。
		一般小売店［土産］（経営者）	・遷宮の盛り上がりは去ったが、宴の後の取組が大切である。原点に戻りもてなしの心を大切に対応をしていく。
		一般小売店［薬局］（経営者）	・冬のセールや、かぜ・インフルエンザの流行などが考えられるので先行きは良くなって欲しい。しかし、客の財布のひもは固く、注目されるセールを企画して集客しないと景気も良くならない。株価も上がってきたので先行きには期待したい。
		一般小売店［生花］（経営者）	・良くなる要因は見当たらない。消費税率がまた引上げになったら、ますます景気は落ち込むと思われる。
		一般小売店［酒類］（経営者）	・消費税増税後の物価上昇で、消費者は支出に慎重になっている。

		一般小売店［食品］（経営者）	・円安により原材料価格が上昇しているが、それに見合う収入増加が見込めないので、買い控えている状態である。景気は横ばいの状態が続く。
		一般小売店［自然食品］（経営者）	・年末商材の問い合わせ状況からはそれほど期待感が持てず、様子見といった感じである。
		一般小売店［贈答品］（経営者）	・客が大きく二分化しており、新規開店や取引を拡大しているところがある一面、店舗を閉鎖したり付き合いを絞っているところもある。販売側から見ると、売上高は変わらないが中身が変わっている。全体的には均衡している状況で、３か月先も残念ながらプラスマイナスゼロと想定される。
		一般小売店［果物］（店員）	・３か月ほどでは状況は変わらない。
		一般小売店［和菓子］（企画担当）	・消費税率の再引上げが怪しくなっている。不透明感が非常に強い。
		百貨店（売場主任）	・明るい材料はなく、引き続き買い控えの傾向が続く。
		百貨店（経理担当）	・高額品以外の商品については、消費税増税後の反動減からの回復が鈍いように感じられる。
		百貨店（経理担当）	・株価の動向、高止まりする燃料価格や消費税の再増税の論議等に伴う消費マインドの低迷から、景気は今以上に上向くとは考えにくく、せいぜい現状維持にとどまる。
		百貨店（経理担当）	・ここ３か月の売上は前年同期を超えてはいるが、今後の景気の動向は、お歳暮商戦の結果を見てからでないとわからない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の落ち込みからは少し回復しているが、完全には回復しない状態がこれからもしばらく続くと予想している。
		百貨店（経営企画担当）	・この冬の賞与は増加が期待できるものの、消費マインドや各種商品の値上げ等の影響もあり、大きく改善するまでには至らないと想定している。
		スーパー（経営者）	・中国や新興国の中間層の拡大で原油、ガス等のエネルギーや食料品等の大幅な需要増加が見込まれるため、市場価格が上昇し、円安の要因だけでなく需要増加の影響で今後とも値上がりが続く。インフレなど経済的な数字の上では良っていると見えるかもしれないが、一般家庭としては、所得増加が伴わずに支出ばかりが増えて負担が多くなり、景気が良くなっているという実感は全く持てない。
		スーパー（店長）	・肉や野菜の市場価格の上昇傾向がしばらく続くと見られる。競合店の出店も相次ぎ、来客数の一層の減少が予測される。経営努力で前年並みの売上高は確保するものの、来客数は大変厳しい状況となるであろう。
		スーパー（店長）	・引き続き今後も商品の値上げ等が発表されており、値上げ幅がどれくらいかで、景気の先行きは変わってくる。年末に向けて若干好転する時期であるが、値上げによって先行きは見えない状況である。
		スーパー（店員）	・平常時の来客数が伸びない現状が続く。
		スーパー（販売促進担当）	・大手企業だけでなく中小企業や個人商店でも景気が良くならないと、経済全体としての回復には結び付かない。
		スーパー（支店長）	・消費者の購買意欲が落ちている。
		コンビニ（エリア担当）	・客は必要な物以外購入しない状況が続き、当面は、売上が前年同期を下回る状況が継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価は回復しつつあるが、来客数は回復しない。来店客は商品を購入する傾向にあるが、来客数自体はこれからも厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・来客数の動きが良くない。週末を除き、特に月～水曜日の来客数は前年比で５～６％減っているので、その影響と消費税の再増税問題等を考えると、先行きも良くならない。
		衣料品専門店（経営者）	・季節の変わり目がずれ込んでいるので、秋物商品も多く残り品ぞろえが多い状態でのバーゲンセールとなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・クリスマスや年末年始を迎え、これから消費は増加すると思うが、収入格差が大きくなっているように感じるので、収入が低い人にとっては消費税増税、輸入食品・食材等の値上がりや保険料の改定等の影響で、生活費の負担が大きくなっていると思う。
		乗用車販売店（経営者）	・客の様子からは、特段良くなる感じはしないが、悪くなる感じもない。
		乗用車販売店（従業員）	・やや悪い状態がこのまま変わらずに続く。景気が良くなる要因が見つからない。

		乗用車販売店（従業員）	・これから年度末に向けて客の流れに回復を期待したい。再度の消費税増税の決定によっては、客の購買意欲が変わってくると思われる。しかし、ハイブリッド車種の引き合いも弱くなってきており、在庫台数は膨らみつつある。商談にもかなり時間がかかり、成立に向けての動きは弱い。
		乗用車販売店（従業員）	・年末に向けて明るい材料もなく、しばらくは低調なままで続くと思うが、来年４月に軽自動車税の増税を控えているため、納期のかかる車種を中心にどれくらい引き合いが出てくるかが鍵になる。軽自動車税の増税を知っている人はまだ少なく実感がないようで、年末以降に、増税前の駆け込み購入が始まるかもしれない。客との会話の中でも上昇を続けるガソリン代と自動車保険料の話題が多く、ハイブリッド車よりも割安な軽自動車に流れる雰囲気がある。価格競争で販売単価は更に低くなるので、いかに販売台数を確保できるかが今後の課題になる。
		乗用車販売店（経理担当）	・新型車の投入には期待感もあるが、新鮮味が薄れた既存車種が売れていないので、先行きも全体としては変わることはないと思われる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響が長引いている。徐々に回復すると予想していたが、今ではむしろ少しずつ悪くなっている印象である。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅・マンションの持家需要については増える気配はない。リフォームや商業施設のリニューアル需要は増えている。
		その他専門店［雑貨］（店員）	・アベノミクスの効果も踊り場の状態で、消費者の購買意欲も今一つである。
		高級レストラン（役員）	・忘年会の予約の動きは、前年と比べて早めに入ってはいるが、週末前等の需要日以外の予約も前年並みに確保できるかは、わからない。
		スナック（経営者）	・忘・新年会シーズンになれば繁華街の人通りも多少は増えるが、ボーナスが多少アップしたくらいでは状況は変わらない。同業者の中でも閉店を考えている店も多く、景気がもう少し良くなって企業が経費等を使えるようにならなければ、繁華街は人通りも少ないまま景気は回復しない。
		都市型ホテル（支配人）	・光熱費の上昇や円安に伴うコスト上昇分を価格に転嫁できそうにない。
		旅行代理店（経営者）	・消費税率10％への引上げを消費者は心配しており、年内の景気は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・クリスマスや歳末商戦も開始しているが、あまり出足が良くないので、先行き不透明である。
		旅行代理店（従業員）	・年末に向けて、エボラ出血熱の流行の状況によっては、海外旅行が大幅に取消しになる可能性がある。
		旅行代理店（従業員）	・この先数か月、特に目立ったイベントや旅行を新たに喚起するものがない。エボラ出血熱の影響や香港のデモ等で、東南アジアを中心とする海外旅行には見送り感がある。旅行需要は少し下降傾向である。消費者は、余暇やレジャーに充てる費用を生活費や教育費などに回しているのであろうか。
		タクシー運転手	・飲食店街では人出が少ない状況が何年も続いているので、今の状況からは、すぐには変わらない。
		通信会社（企画担当）	・年末の季節的な需要増加は見込まれるものの、円安が進み、景気回復が期待できるほどの状況ではないと思う。
		通信会社（営業担当）	・先行きも、現状の好調な状態が続く。
		テーマパーク（職員）	・この先も世間の人がレジャーを楽しめるような環境に変わるようには思えない。
		ゴルフ場（企画担当）	・予約状況は、前年に比べるとほぼ同じかやや悪い程度である。２～３か月先になると寒さが本格化し、入場者数は、天候に大きく左右される。天気が良ければ予約数が増えるという傾向にあるので、景気そのものは、あまり変わらずに推移すると思われる。
		美容室（経営者）	・消費税増税がかなり定着し、客は増税分には敏感になっている。わずかな技術料の追加であってもプラスアルファに対しては支出をしない。
		美容室（経営者）	・先行きに明るい兆しがないので変わらない。
		設計事務所（経営者）	・規模の小さい案件ではあるが、現状はまだ依頼件数はある。しかし、今後は全く見えない状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・来年の消費税再増税に向けて駆け込み需要が期待されるが、増税間際までは消費者は様子見であると思われる。
		その他住宅［不動産賃貸及び売買］（経営者）	・寒くなると人の動きは悪くなるが、年明けからの新規需要に期待するしかない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客単価の低下は、まだ続きそうな雰囲気である。

		一般小売店［高級精肉］（企画担当）	・消費税増税の影響が今後も残る。
		一般小売店［土産］（経営者）	・前年10月をピークにした遷宮の効果は、一層衰えていくであろう。これから３か月は、前年には遷宮の最盛期であったので、前年同期比では一層厳しいものになるであろう。
		百貨店（売場主任）	・ネットで買う方が安いためか、インターネットで見た商品の問い合わせの電話や接客中にスマートフォンで商品検索をして、サイズ合わせのためだけに来店する客が多い。電話の問い合わせが多く、取扱対象ではない商品の取り寄せ等で通信販売の店舗のようになっている中で、売上が伸び悩んでいる。
		百貨店（企画担当）	・前年12月から今年の１月にかけては、消費税増税前の駆け込み需要があり、消費者の購買意欲の高まりとともに前年同期をクリアする月が続いていた。今年は、高額品を中心にその反動が予測されるため、前年同期で見る景気はやや弱含みであると思われる。ただし、食品に関しては、前年からの反動は最小限に抑えられそうである。
		百貨店（販売担当）	・客には買い控えているような印象があり、活気がない。
		百貨店（営業企画担当）	・世界的に明るい話題に乏しく、消費税率10％への引上げ前の駆け込み需要も今しばらくは期待できないことから、景気の下降傾向が続くと考える。
		百貨店（販売担当）	・例年ボーナス需要の下見客が散見される時期だが、今年は全く下見客が見られない。クリスマス商戦も年々縮小傾向の上、今年は日並びも悪く苦戦が予想される。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税や物価の上昇に対しては、所得の上昇がそれを上回り消費マインドが高まっている一部の層を除けば、負担増によるマイナスムードが強まる可能性が高い。このタイミングで10％への税率引上げが決定されると、当面は立ち直れないほどのダメージを受ける可能性が高い。
		スーパー（店長）	・現状は１品当たり単価と購入点数の改善で売上を確保しているが、この先は、円安や消費税の再増税等、消費を減退させる要因が多い。
		スーパー（営業企画）	・今後は消費税増税の負担感を感じる人が更に増えると思われる。再度の税率引上げが実施の方向になれば、消費者の節約ムードは更に加速する。
		スーパー（商品開発担当）	・継続的に売れている商品カテゴリーがなく、企画力で瞬間的な売上をつないでいる印象が強い。この先もやや悪くなっていくと感じる。
		コンビニ（店長）	・夏場の天候不順は売上に影響したが、年末にかけては特に天候の影響はないものと見ている。ただし、年末向けの食材には、中国の富裕層の食材買占めによる原料単価の上昇と消費税増税の影響が出ると思う。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税、物価上昇や燃料費高騰等から客には買い控えの様子が強く、今後もこの流れが続くと見ている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・冬物の動きが鈍い。寒くなったので商品に動きは出てきてはいるが、弱い。
		家電量販店（店員）	・新製品のパソコンが出たものの、問い合わせがほとんどない。
		家電量販店（店員）	・来客数の減少傾向はまだまだ続くように思われる。家電メーカーによる更なる新商品開発や技術革新がなければ、この先も不透明感が続くと思う。
		家電量販店（店員）	・世界的には欧州市場での沈滞ムードが特に強い。日本においても、企業が海外に出てしまった後なので円安の効果があまり現れず沈滞ムードである。
		乗用車販売店（経営者）	・販売台数は低下し、景気も停滞感が鮮明になってきている。
		乗用車販売店（従業員）	・経済全体の動きが良くない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種の投入等もなく販売増加が見込める要素がない。前年のような消費税増税前の駆け込み需要もないため、地道な代替促進活動にしか車両販売は見込めない。
		一般レストラン（従業員）	・暑い時期の方が客は来て売行きも伸びる商売のため、冬場は寒くなればなるほど客は来なくなり、売上も下がる傾向である。
		その他飲食［仕出し］（経営者）	・消費税の再増税の議論が活発になってくれば、景気はますます悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・昼食・夕食需要は前年を下回る状況が続いている。地域の活性化が進んでおらず地元経済が衰退していることが理由であるため、状況は悪くなっている。

		観光型ホテル（販売担当）	・年末年始の予約状況を見る限り、とても上向きとは思えない。この時期の一大イベントであるディナーショーやおせち料理等の売行きも前年実績のクリアすら難しく感じられ、景気は悪い方へと傾いていると言える。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税後の来客数減少から回復せず、そのまま続いている。
		都市型ホテル（営業担当）	・引き続き個人消費が悪い。消費税率の再引上げも不透明な状況で、消費を控えるムードが続くと思われる。
		都市型ホテル（経理担当）	・レストランの利用者数が伸び悩んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・今のところ世界情勢の影響はあまり感じていないが、今後、イスラム国の動きによっては旅行業界にも影響が出てくる可能性がある。
		旅行代理店（経営者）	・景気の現状を打開する対策が行われていないので、上昇する可能性は低いと思う。
		旅行代理店（経営者）	・タクシーの乗車時に景気について尋ねると、どこの地域からも良いという声は一向に聞こえて来ない。秋の値上げラッシュは一服しても消費税の再増税が発表されれば、一時的には駆け込み需要があるかもしれないが、より節約志向が高まると考える人が多い。
		観光名所（案内係）	・高齢者の一部には元気の良い人もいるが、大半の高齢者は元気がない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体でスケールメリットを求める指向が強くなり、大型店舗化の促進と寡占化が進んでいるため、中小規模でのグループにはメリットが薄れてきている。
		理美容室（経営者）	・客の話では、給料も上がらなければ、ボーナスが出るかどうかもわからないそうなので、これでは景気は良くならない。
		美顔美容室（経営者）	・年末年始になると、どこの家庭でも支出が増える。使える金が限られている主婦は、まずは自分のことから節約するため、当社の製品・サービスの買い控えが起こる。
		その他サービス［介護サービス］（職員）	・消費税増税の影響に加えて、物流費用の高騰等が仕入原価に跳ね返ってきている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・景気が急に悪くなり、どうなるのであろうかと考えている。
		商店街（代表者）	・夏場以降、販売量の減少を実感している。４月の消費税率の引上げで重税感が増していると感じている。
		一般小売店［結納品］（経営者）	・世の中が安定していないので、先行きがどうなるかわからず、個人消費も慎重になる。
		コンビニ（企画担当）	・民間企業からノーベル賞受賞者が出れば、世の中にももっと活気が出ると思うが、現実にはなかなか難しいであろう。米国大学在籍で今回受賞した人も、日本には戻らないと言っているようである。ＴＰＰや規制緩和も実施は難しいと思っている。
		コンビニ（店長）	・10月後半から急速に売上が減少している。報道に見られるような消費の落ち込みがある。
		理容室（経営者）	・消費者は不要不急な物には金を出さない。
		住宅販売会社（経営者）	・物価が上がる中で所得は増えず、消費者はマイホームにまで金が回らない状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費マインドが好転する材料もなく、リフォーム需要で補うにしても、売上の減少は避けられない。
		その他住宅［住宅管理］（経営者）	・見積依頼は増えているが、成約率が非常に悪く成果が出ない。現状からは先の見通しが立たない。
企業動向関連 （東海）	良くなる	－	－
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・街なかでは子供を連れた人が増えているような気がする。以前はほとんど見なかった３人連れという光景も、最近はよく目にする。期待を込めつつであるが、一時に比べて子供を育てやすい環境となり、先行きにも少し明るい兆しを感じる。
		窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数が増えている。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規商品に成果が出始めており、３か月後には、常時受注品になりそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先の業界が年末にかけて設備投資を増やすので、業務用チェアの出荷が増える。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・修正予算を達成するため、下期にはばん回する計画を立てている。必然的に発生する固定費は回収できるだけの受注量を見込んでいる。
		輸送業（エリア担当）	・客先との単価交渉でも新単価が定着してきている。通販関係の荷物の伸びは続いており、サービス優先の姿勢で対応していれば、競争にも勝てると見込んでいる。

		金融業（従業員）	・具体的な根拠があるわけではないが、数か月程で景気は回復する。製造業でも生産量が上がっていく見通しである。
		金融業（法人営業担当）	・地元自動車メーカーが年明けから生産を増加する予定であるため、部品関連の生産も増加が見込まれる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先の多くでは、今後の受注も順調に入っている。
		その他非製造業［ソフト開発］（経営者）	・経済はまだら模様である。良い企業と悪い企業に大きく分かれ、悪い企業の方が多い。中小企業においては、ほとんど利益を出していないところが多い。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現在の景気は良くも悪くもないが、先行きもこの状況が続く。
		出版・印刷・同関連産業（営業本部長）	・消費税率が10％になるかならないかという議論が、大きな買物の決断を鈍らせている。
		化学工業（総務秘書）	・アベノミクスが足踏みしているという見方が出ている。そのような論調が出てくると、景気は本当に足踏み状態になるものである。先行きが悪くなるとは思わないが、良くなるとも言えない。
		化学工業（人事担当）	・海外ではイスラム国、エボラ出血熱、欧州や中国での景気後退懸念等のいろいろな不安要素があるので、国内の景気も良くなることはないと思う。もし大きな事件が発生すれば、景気は悪くなるであろう。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数はさほど増えておらず、引き続き横ばいであることから、今後も変わらずに推移すると見込む。
		金属製品製造業（従業員）	・当面は暇にはならないだろう、という声を周りからもよく聞く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・クリスマス商戦向けの受注も一息つき、先行きに特に大きな懸念材料もない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・引き続き受注状況は堅調に推移している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・地域ごとに先行きの不安要因はあるが、不安が顕在化していると言うほどでもない。先行きの売上増加に対する過度の期待感はなくなったが、短期的には落ち込みもなく、堅調に推移すると予想している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・より一層の円安に期待したいが、今のところ目立った変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量及び発注量は、８月頃と比較すると10～15％増加しているが、内容は海外向けの工作機械用製品で、輸出量が非常に多いため為替相場による変動がある。国内の景気そのものが良いとは感じられない状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量、売上高とも前年比では増加しているが、収益では減少している。原価や人件費の上昇分を販売価格に転嫁できない状態が続いており、今後も引き続きこの傾向が続くと思われる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画上では、販売量は先行き増加も減少もなく、水準的にも高くも低くもなく現状維持である。
		建設業（営業担当）	・消費税の再増税を見越した駆け込み需要が徐々に出てくるが、一時的なものなので、景気が良くなったように見えるだけで実態は変わらない。
		輸送業（経営者）	・輸出・輸入ともに、また、製造業も流通業も低迷していることから、近い時期の景気回復は期待できないと考える。
		輸送業（従業員）	・物流業界では軽油など燃料価格が下がりコスト面ではややプラス方向になるが、一方で、運転手不足が続き外注コストや人件費が高騰している。一般消費雑貨の荷動きが低調で、上向く気配が感じられない。
		輸送業（エリア担当）	・輸入が減っているので、景気としてどう判断するか難しいところである。
		輸送業（エリア担当）	・軽油の単価も少し値下がりしてきてはいるがまだまだ高い水準で、とても苦しい状況である。主要荷主からも明るい話が聞こえてこない。
		輸送業（エリア担当）	・景気の回復とは関係のない人口減少による労働力不足で、とりわけ運送業や建設業等の労働集約型産業と言われる分野に関しては担い手が少なくなっていく状態である。現在の人手不足と景気回復とに特段の因果関係は見られず、増長されているわけではない。
		不動産業（用地仕入）	・先行きには、良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
		不動産業（管理担当）	・業務発注者では円安の影響でコストが上昇しているため、清掃等の業務委託では単価切り下げや据置きが予想される。経費の面では、求人単価が上がっているので増加傾向が変わらない。

		広告代理店（制作担当）	・発注企業からの情報では、年末年始に向けて大きな動きはなく、出稿量の増加は見込めない状況である。
		新聞販売店［広告］（店主）	・朝刊の購読中止の動きは収まっているが、夕刊・スポーツ紙の購読者が毎月減っていく。
		行政書士	・取引業者がドライバー不足を口にしている。
		会計事務所（職員）	・再び消費税の増税が実施されるような状況になれば、消費が活発化し景気はやや良くなると思われるが、増税反対が勢いを増せば、やや悪くなると思われる。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・中小企業はまだまだ悪くなり、倒産企業が出てくる。企業間の格差が大きい。来期は消費税増税も控えており、一層悪くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・本来は季節要因で伸びるはずの時期に売上が停滞しているため、景気としては減速している。主要ターミナル駅でのビッグプロジェクトの工期の遅れや自動車業界での減速も、この地域の閉塞感に影響していると思われる。
		通信会社（法人営業担当）	・円安はいいが、小麦粉や乳製品等が軒並み値上がりするとの情報である。その他、予測以上に伸びない輸出、米国や中国経済の動向、消費税増税の実施方針等が懸念材料である。
		金融業（企画担当）	・中小企業まで良くなってこなければ、景気が良くなっているとは言えない。中小企業からは、大企業では良いのかもしれないが下請企業では良くなっている実感がない、という声が増えている実情から、景気は悪くなる方向にあると思われる。
		不動産業（経営者）	・投資資金が不動産から株式市場へ移動する。
		公認会計士	・政府の中小企業施策では、中小企業の業績回復への効果が乏しく、状況に大きな変化はない。
		その他サービス業［ソフト開発］（社員）	・下期の案件が具体的に見えておらず、このままジリ貧となってしまう可能性が大である。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・中国に出資先があり、スクラップの動きを中国経済の先行指標として見ているが、夏に比べてスクラップ単価が15％下がっている。
		建設業（経営者）	・住宅市場が一部の高額所得者向け物件に頼る状況が改善されない限り、景気が上向くことはなく、消費税の更なる増税は確実に景気を腰折れさせる。再増税の繰り延べで懸念される国債暴落については、実施時期を明確に示す形で延期すれば、回避できるのではないかと考える。
雇用関連 （東海）	良くなる	－	－
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣法の改正が行われる。
		人材派遣会社（社員）	・今月が悪すぎたので先行きは良くなると思う。この先の予約状況もやや良い。
		人材派遣会社（支店長）	・直近３か月の求人数の増加及びこの１年を通じての求人数の緩やかな増加傾向からも、引き続き回復傾向にあると考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加傾向が続き、年末に向けて景気が多少回復すると期待したい。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造業では、一部メーカーで生産調整を行っているが、年末から年度末にかけては生産増加を予想している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・賞与支給後の１月を転職時期に目指して活動する人が、徐々に増えてくる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業の採用意欲が高く、今後も人材不足が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・来年の求人倍率も継続して高くエンジニア不足は続く見込みであるため、現在の状況が当面維持するように見える。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材採用は上期中にほぼ完了し、今期の残り期間中は特に大きな動きはないと考える。
		新聞社［求人広告］（営業担当）	・企業の求人活動はしばらく停滞するように感じられるが、人手不足は相変わらずなので、年明け頃から給与等条件面を良くして求人活動が行われるものと思われる。
		職業安定所（所長）	・前年の秋口から春先にかけて前倒しで雇用確保と生産活動があったが、夏場以降は、通常の水準に戻っていると感じる。
		職業安定所（職員）	・主要産業の求人数を４月からの累計で見ると、建設業、情報通信業、宿泊・飲食業、医療・福祉業、サービス業では前年同期比で増加しているが、製造業、運輸業、卸・小売業では減少となっている。全体で見ると人手不足と消費低迷が並存しているように感じる。
		職業安定所（職員）	・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）	・年末に向けて消費が活発になる時期ではあるが、先行きが読めなくなっているので、消費者も慎重になるのではないかと思われる。

		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は1.17倍と、前月よりは0.02ポイント改善しているものの、７月よりも0.03ポイント低下している状況で、求人全体の動きとしては足踏み状況にあることから、先行きの景気が良くなるかは不透明であると感じる。
		職業安定所（職員）	・現時点では、急激な円安の進行も発生しておらず、海外景気は引き続き好調である。欧州や北米におけるオートバイ需要がわずかながら持ち直しつつあることも好材料である。ただし、来年10月からの実施が予想される消費税率引上げの影響は、思っている以上に大きいのではと感じる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・小売・サービス業には、この先も伸びる兆しが見られない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・先行きは国会運営次第であるが、消費税率が10％になるか否かが一番の注目点であり、それによって今後の展開も変わる。
		その他雇用［広告代理店］（求人広告担当）	・取引企業にも自分の勤め先でも、状況に変化はないように感じる。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	－	－