

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（従業員）	・最近、少し良い。今月だけでも確実に良いので、流れとしては中古車市場は良い方向に向かっている。販売数、来客数は3か月前と比べて確実に良い。
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費者はお金を使うことには抵抗がない。何に使うかを決めかねているだけである。何に使うか、きっかけができれば使う。消費税増税が決定されれば、消費が進むことにつながるのではないか。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・猛暑になれば売上は増える。ただし、いつも回答しているとおり地場産業が低迷しているので、景気が良くなるまではいかない。最近居酒屋に行く機会が増え、繁盛店はいつも満員である。味が良く、料金もリーズナブルである。しかし、ほとんどの店は閑古鳥が鳴いている。
		百貨店（売場主任）	・6月前半は父の日のプレゼントなどによって、靴はあまり出ないが単価の低いサンダルが少しずつ出て、それなりに売上があった。後半になるとクリアランスの問い合わせがあり、売上は少し減ってきている。クリアランスに向けて徐々に買い控えている客も多いので、来月はクリアランス目当てで来店する人が増え、単価は低くても売上は増えてくる。
		スーパー（店長）	・来客数は若干減少傾向であるが、買上点数の増加傾向は続いており、客の購買意欲は高い。
		スーパー（総務担当）	・中元の販売が始まったが、出足は前年より若干多い。
		コンビニ（店長）	・例年どおり7月中旬から下旬にかけて梅雨が明けて暑い夏が来れば、飲料水やその他の夏物の売上が一気に回復していく。希望的観測を込めて、やや良くなる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・高齢者向けはまだまだ伸びていく。
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅、各企業の設備投資を含めて、消費税増税を見込んだ建築が出始めている。また、東日本大震災の影響もプラスアルファになっている。
		スナック（経営者）	・この先は多少予約も入り、良くなればよい。お盆休み等の連休もあるので心配ではあるが、期待したい。
		旅行代理店（経営者）	・夏の旅行は順調に推移している。政治も9月ごろまでは順調にいくと思われる。
		旅行代理店（経営者）	・欧州の経済危機などの収束が予想されて緊張感が緩むとともに、第3次部品加工メーカーの海外脱出が最盛期となり、一時的な景気回復がある。
		タクシー運転手	・8月には夏休みやお盆がある。暑いこともあり、墓参り、旅行、スポーツなどの行事もあり、毎年客は増える。
		タクシー運転手	・ボーナスの支給もあり、市場は多少活発化する。自動車業界に景気回復の兆しが見えるなか、業界に関わる人々が夜の街へ足を運ぶ機会は増える。
		通信会社（営業担当）	・前年の販売状況から判断すると、今後も上向き傾向にあり、販売増を期待できる。
		テーマパーク（経営企画担当）	・例年夏の繁忙期に新規導入した機種及び今夏に導入する機種の効果が出る。
		美顔美容室（経営者）	・8月末からホームケア・キャンペーンが始まるので、セットの販売が多くある。
		美容室（経営者）	・これから暑くなるので、パーマ、カットの客が増えて忙しくなる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・経営のスリム化と宣伝効果に期待する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・夏場の入浴用品の売行き次第では、売上の上積みには寄与できる。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税法案が衆議院を通過したことが、今後、買い控えしていた購入者を急がせる要因になることは間違いない。各社も上半期末にはキャンペーンなどを実施し、客足は必ず伸びる。		
変わらない	商店街（代表者）	・省エネ商品、特にエアコンの需要増加に期待しているが、経営の柱であるテレビ需要の回復はまだまだであり、当分は厳しい状態が続く。	
	商店街（代表者）	・購買意欲が見られるようになってきたが、社会の不安定さから、なかなか売上に繋がってこない。	
	商店街（代表者）	・良くなっていく材料は、全く見当たらない状態である。新しいと思う商品を提供しているが、なかなか反応がない。とにかく来客数が重要であり、客が来ないことには話にならないという状態である。	

商店街（代表者）	・国の電力政策が不透明である限り、景気が上向きになることはなさそうである。電力供給の将来に明確なビジョンが示されない限り、市場の閉そく感は打破できない。
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・このまま中元商戦に入るが、政治情勢が微妙に影響を与える。
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・政権の不安定さや欧州情勢もあり、このまま景気の悪さは続いていく。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・消費税増税法案が衆議院で可決されたが、これが施行前の段階で市場心理にどう影響するか、例えば駆け込みがあるのかそれとも冷え込んで行くのか、全くわからない。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・駐車場などのインフラ利用料が新たな負担となって、旅行者からは厳しい見方が出てくる。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・現状がしばらく続く。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・円高に加えて今夏の電力不足の問題や消費税増税など懸念材料は尽きないが、この2、3か月間は何とか前年並みの実績で乗り切れそうである。客の購買意欲から、そのように感じる。現状の景気を維持できるのではないかと考えている。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品店では、今後3か月間ほどに関しては、経済に対する不安がある。どちらかと言えば、消費者は節約に向かっていく。財布のひもが固く付き合いの幅を狭くしている状態は、3か月先も続く。
一般小売店〔惣菜〕（店長）	・中元商戦が始まるが、贈り控えや、贈る商品の単価の低下がある。
一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
百貨店（売場主任）	・余分な物を少しずつ見直し購入しないという姿勢は、相変わらず続いている。
百貨店（経理担当）	・高額品の一部は復調に転じているが、衣料品がさえない。
百貨店（経理担当）	・クリアランスの開始時期は取引先によって異なるため、集客に不安がある。また、消費税関連の法案等の報道により、消費意欲の低下が懸念される。
百貨店（販売担当）	・前年同月比で単価は100円前後低く、また必要なものしか買わない印象がある。
百貨店（店長）	・客の節電に対する反応が不透明であるため、来店頻度や購買頻度の拡大は見込めない。
百貨店（販売担当）	・景気の不安定さや消費税増税、健康、環境、雇用に対する今後の不安はなくなり、引き続き不安要素がある。そのなかで、より価値のある物や持続性の高い物へのニーズが高まり、購買へのモチベーションはあるにもかかわらず、それに対応できる商品が少ないことと、価格が高いことから、消費自体は増えていかない。
百貨店（経営企画担当）	・消費が良くなる要素は見当たらない。高額品に対する需要は続くと思われるが、今後服飾品を中心としたセールに対する反応は期待できない。主力どころの売上が取れないと厳しい。
スーパー（店長）	・世の中に大きな変化がない限り、好転にも極端に悪くなる方向にも行かないのではないかと。今後については、消費税等の法案が通り、その施行が近くなるにつれて、いろいろな動きが出るかと思うが、現在や3か月先にはまだ大きな変化は出ないのではないかと。
スーパー（店長）	・安い店で買うという買物行動は、今や当たり前である。今後、消費税増税等の懸念から、この行動は一層高まってくるかもしれない。また、企業は増税分が吸収できないため、より一層利益を圧迫されると予測される。
スーパー（営業担当）	・ディスカウント業態はまだまだ伸長している。単価が高い良い物が売れるには、まだまだ環境が整っていない。
スーパー（販売促進担当）	・今月の不調を給料やボーナスの支給後に取り戻せるか、厳しい状況が続く。
スーパー（営業企画）	・景気が上向き要因になる大きなものは見当たらない。
スーパー（商品開発担当）	・販売の傾向は変わっていない。高付加価値商品は好調であるが、低価格商品では客の反応が悪い状況が続いている。
コンビニ（エリア担当）	・特に良くなる又は悪くなる要素は見当たらない。悪いままに継続していくのではないかと。ただし、消費税率が上がることになれば、景気は一気に悪くなる。
コンビニ（エリア担当）	・当面は今月同様の販売状況が継続する。

コンビニ（店長）	・当店は繁華街とビジネス街に立地しているが、夜の客の動きを見ても昼の客の動きを見ても、良くなる感じはしない。夜の客の動きは相変わらずあまり良くなく、入出が少ない状態が続いている。
コンビニ（商品開発担当）	・前年は猛暑による恩恵が7月半ばで途絶えたが、今年予想されている気候から、前年7月後半以降並みの売上の確保は期待される。主にカウンター置きファーストフードや、飲料の伸びが期待できる。その一方で、来客数の伸び悩みは続いており、両者の相殺によって変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・いくら安くても夏物を買う気にはなれず、秋物を定価で先買いする客も年々少なくなってきた。
衣料品専門店（経理担当）	・6月の速報値を見ると、来客数は前年同月比マイナス0.1%、販売量は前年同月比マイナス2.0%である。
家電量販店（店員）	・ほとんど買換え需要のみであり、今以上に悪くはならない。
家電量販店（店員）	・現状ではあまり判断ができない。
家電量販店（店員）	・欧州発の円高というマイナス要因と、消費税増税関連に伴う駆け込み需要の気運の高まりによって、プラスマイナスゼロである。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税により、支出を避ける方向に動きそうである。
一般レストラン（従業員）	・日本全体が景気も政治も低いレベルで安定しており、困っている。
観光型ホテル（経営者）	・3月以降、宿泊者数、昼食、夕食の来客数は前年よりは上回っている。ただし、増加幅は徐々に狭くなっている。勢いは減速してはいないが、それほど増しているわけでもないため、今の調子で2、3か月先も続くのではないかと。悪い材料が身近にないことが1つの要因ではないかと思うので、変わらない状態が2、3か月先も続くかと予測している。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断している。
旅行代理店（経営者）	・消費税増税前の需要が増えて企業に利益が出るのは、もう少し先になると思うので、変わらない。
旅行代理店（経営者）	・社会が消費税増税をどう受け止めるかが、最大のポイントとなる。業界としては、原油価格の値下がりに伴い燃油サーチャージも低下傾向にあり追い風であるが、消費税増税に対してマーケットが良いほうへと反応するかしないかがポイントとなる。
旅行代理店（経営者）	・景気の良い客層と悪い客層に開きがあるため、なんとも予想しにくい。
旅行代理店（従業員）	・前年の旅行の出控え分を、今年は取り戻したいと思っている。ただし、当社もそうであるが、ボーナスが出ないのでレジャー費に回らないという状況が他企業にもあるかと思うので、厳しいと感じている。
旅行代理店（従業員）	・オリンピック需要は峠を越え、新たな旅行需要も今のところ見当たらず、急激な需要の増減はない。秋口の旅行需要も平均的で、変わりばえしない。
タクシー運転手	・夜の繁華街でタクシー運転手の仕事をしているが、飲み屋街でも人出がない状態がずっと長く続いている。3か月先に良くなるとは考えられず、変わらない。
通信会社（サービス担当）	・夏の人事異動の関係で、移転と同時に新規回線への申込が若干は増えるかもしれないが、あまり変動はない。
通信会社（営業担当）	・景気動向よりも政治の動きに左右されていると感じる。国民として期待も信頼もできない。
テーマパーク（職員）	・特に良くなる要因を見付けることができない。
観光名所（案内係）	・良くなる気配は全然見えない。
ゴルフ場（企画担当）	・8月の来場者の予約は、前年を少し上回っている。猛暑が続く場合、涼しい山岳コースの来場者数は多くなるが、全体的には減少する。前年の8月の来場者数は予算目標をかなり上回っていたので、このまま推移すれば、それなりの来場者数になる。
美容室（経営者）	・消費税増税の問題など、先行きにあまり良いニュースがないため、客はあまり無駄遣いしない傾向にある。
設計事務所（経営者）	・案件数は多くなっているが、規模と単価が小さくなっているため、収入のトータルは変化しない。
住宅販売会社（経営者）	・消費税率が上がる前に購入しようとする動きがあり、購入者は増える。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、住宅の新築やリフォームなどの支払総額が増えることへの懸念は明らかにあるが、また先の話なので、動いてこない。

	住宅販売会社（従業員）	・当分はこのままである。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・良くなる要因は見当たらない。
	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・とにかく価格設定の低い物が売れる状態が続いている。販売する側も安い物へと動くと、全体で安売りの方向に進む。
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政治も経済も非常に悪い方向に進んでいる。特に政治が増税を決めることによって、消費は大変冷え込む。
	百貨店（企画担当）	・消費税率の引き上げが衆議院で可決され、長期的に見れば致し方ないことかもしれないが、中期的には景気を引き下げる要因になる。実施は先の話だが、数か月先にもその影響が出てくる。
	百貨店（販売担当）	・この時期は、台風などの自然災害の影響を受けやすい。今年は当たり年のようである。
	百貨店（営業企画・販売促進）	・消費税増税に関する報道に加えて、度重なる商業施設の閉店のニュースなどが、消費意欲の減退につながる恐れがある。
	スーパー（経営者）	・消費税増税の問題で、一般消費者の財布のひもは固くなり、買物に消極的になる。また、ギリシャ、スペイン等の欧州問題が今後も続き、ユーロ安・円高が続いて輸出が伸びず、輸出できても利益が出ない状態が続き、国内の工場を縮小して米国、中国、アジアに工場を移し、海外での生産が増えて、国内の雇用は減少する。デフレ、円高で国内の消費が減るため、ますます値引き競争が続き、売上全体が上がらず、3か月先もますます消費が低迷して、景気は良くならない。
	スーパー（経営者）	・消費税率も上がり、良くなる要因は全くない。
	スーパー（店員）	・消費税法案が通過し、客からもかなりいろいろな意見が出ている。直近では、土用の丑の日のうなぎの値段がかなり上がっているの、買い渋りをしている人が多い。
	スーパー（店員）	・6月の国内の天候が不安定であったため、収穫物の値段が高騰する恐れがある。低価格商品が中心の買物傾向は変わらない。
	コンビニ（エリア担当）	・主要商品群の数値は回復しておらず、非常に厳しい状況が続く。
	コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が激しく、悪い影響を多く受ける。
	コンビニ（店長）	・小中学生客が減り、全体的に来客数は減っている。売上が増加に転じる望みは、あまりなさそうである。
	乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の効果がなくなると、自動車販売は一気に悪くなる印象を持っている。
	乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が間もなく終了する予想であるため、少しの駆け込み需要は期待できるが、中期的な目で見ると、その後の反動が大きく、かなり需要が冷え込み販売数量は落ち込むかもしれない。維持費も節約傾向にあり、必要最低限の整備以外はしない客が増えているため、売上が伸びない傾向は続く。
	乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了を機に、販売台数は大幅に減少すると見込まれ、2、3か月は厳しくなる。
乗用車販売店（従業員）	・政府が早い段階で落ち着く状態になるとは思えないので、それに準じて景気も不安定になる。	
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了に伴い、受注の先食いによる受注減を危惧している。新型車の追加投入も計画されており、どれくらい客の関心を集められるかわからないが、なかなか厳しい市場環境になる。	
乗用車販売店（経理担当）	・エコカー補助金の予算切れで、売行きは落ち込む。	
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金が終了する可能性がある。	
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・ボーナス時期にもかかわらず、来客数は減少している。下見客が少な過ぎる。	
高級レストラン（スタッフ）	・月々の業績の動きを見ると、東日本大震災やその後の自粛、放射能汚染問題等の影響で乱高下しているが、基調的にはリーマンショック後の一定の幅から脱出できていない。イベント開催やサイドメニューの推奨販売で売上を確保してきたが、これらは持続しない。	
一般レストラン（スタッフ）	・既に始まっている企業の夏の賞与の支給次第である。	

		スナック（経営者）	・例年と比べて団体客やグループの数が減少傾向にあり、個人客がほとんどになっている。来客数も1人当たりの単価も悪化する一方である。2、3か月後はお盆休みの影響もあるため、レジャー費に回り、繁華街は静かになる。
		観光型ホテル（販売担当）	・秋口の予約状況は、例年の同時期と比べて思わしくない。なんとなく様子見の感じであり、受注高は少ない。現時点ではまだまだ先を読むことができない。
		都市型ホテル（支配人）	・秋以降の宴会の予約が弱い。
		都市型ホテル（経理担当）	・レストラン部門全体の売上が、前年割れしている。
		テーマパーク（職員）	・関東方面や九州方面などに観光の目玉があるため、まだまだ厳しい。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が薄利多売の傾向にある。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、給料が増えないのに消費税率が上がるらしい、それではお金が回っていかないのではないかと話題ばかりである。
		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）	・見積等の引き合いは減少している。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・年金、社会保障の面で、かなりの客から不安の声をよく聞く。現金で持っているのが一番、今はお金をほとんど使わないと話す客が増えてきている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税率が上がるのが衆議院で決まり、マインドはかなり落ち込む。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・有効な景気対策もないままに消費税増税が決まれば、景気は落ち込む。
		スーパー（経営者）	・客が来ないうに、来客した人の買い方もシビアになっているので、ダブルで悪い状態が続いている。
		コンビニ（店長）	・消費税増税が決まれば、小売業は大きな打撃を受ける。今でも先行き不安から購買意欲が衰えているのに、とても不安である。
		コンビニ（企画担当）	・規制緩和して海外を含めているような企業が活発に設立されなければ、雇用は増えない。雇用や収入が増えなければ、景気は回復しない。消費税増税が先行すれば、製造業の製造コストが増え、海外シフトはますます加速する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の効果で動いていた流れは、補助金の終了後は一気に止まることが懸念される。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金は7月中旬以降に終了すると見込まれるため、一時的な販売減が予想される。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・政治の混迷が続いており、先行き不安のため、消費はますます冷え込み、悪影響を及ぼすことが懸念される。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税による心理的影響は、想像する以上に購買意欲を低下させる。
		通信会社（企画担当）	・今の政局では、良くなることはあり得ない。
		美容室（経営者）	・美容院なのでいろいろな客があるが、ただ1人として、景気が良くなった、売上が増えたという話は聞かれない。ほとんどの業種で、困っている。
		理容室（経営者）	・今の国会を見ていると、まだまだ景気が良くなるとは思えない。
企業動向関連	良くなる	建設業（経営者）	・景気は確実に回復しているが、製品価格はかなり下振れしていて、デフレを実感する。とは言え、懸念事項は少なく、景気は緩やかに回復する。
(東海)	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・スマートフォン関連の受注は今年一杯は続く見込みであり、更なる増産の可能性もあるため、もう少し上向きそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先業界向けの当社のオリジナル製品が、2～3か月後に出る可能性がある。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・生産計画はどんどん過密になってきており、生産が間に合わないほど忙しいので、景気は上がっている。
		不動産業（開発担当）	・消費税率の引き上げを見越した駆け込み需要が開始する。
		企業広告制作業（経営者）	・大規模な設備投資ができない現状では、やや良くなるという程度が精一杯である。
		会計事務所（職員）	・消費税増税が衆議院で可決して以降、駆け込み需要が本格化している。決まるまでは計画や予定だけであったが、決まった途端に本腰の計画になっているようである。家の建築、アパート、社屋の大規模修繕、機械車両の購入など、さまざまな投資予定が聞かれる。

	会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先企業の多くが、売上を伸ばしてきている。また、個人的に韓国旅行の予約をしようと思ったが、予約が一杯で取れなかった。韓国にしては高いツアーで驚いたが、景気は上向いている。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・自動車部品関係では、予算の執行が継続する見込みである。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・季節的には需要が増えてくる時期なので、期待している。
変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税が衆議院で可決し、消費マインドの冷え込みが心配される。無駄な消費は間違いなく減る。付加価値の高い商品へのシフトがますます求められる。
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・長期的な円高の影響で、輸出部品の梱包用段ボール製品は、伸び悩んでいる。今後もこの傾向は続きそうである。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・取引先等の受注量にも今のところあまり急激な変化はなく、今の状況は続く。
	化学工業（企画担当）	・円高は欧州危機の動向に連動しており、このところ変化が少なくなってきている。また、中部地域では景気の回復が予測されているが、米国の雇用に陰りが見られるため、景気は変化しない。
	化学工業（人事担当）	・不安要素が国内、国外共に多いなか、景気が近い将来良くなることは期待できない。ただし、日本はそれほど深刻な状況とも思えないので、今の状況が続く。
	金属製品製造業（経営者）	・見積依頼などの引き合いは、引き続き伸びていない。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・外国製品が競合相手になることが増えてきている。ただでさえ厳しくなっている価格競争に、円高による価格上昇が追い討ちをかけ、受注することは非常に難しい状況にある。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・円高基調が定常化している。
	電気機械器具製造業	・勤務先や取引先の景況感はやや上向きとを感じるが、全体的には依然として重圧感がある。
	電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材価格が若干低下したが、客先の注文量、計画を見る限りでは、増産等の話は全く見えてこない。
	建設業（営業担当）	・この2、3か月先は、正直分からない。6月の入札時期を迎えてもそれほど跳ね上がる期待感はなかったため、今後もどうなるか分からない。
	輸送業（経営者）	・年内は生産が追い付かない業種もあるようで、引き続き物量は堅調である。
	輸送業（従業員）	・円高で、国内の空洞化はますます加速している。自動車関係だけは荷動きが活発であるが、補助金効果に陰りが出てきているようである。
	輸送業（エリア担当）	・荷物量は増えていない。他社が悪いなかで当社に荷物が流れていたのが、止まったように感じる。
	輸送業（エリア担当）	・景気の変化はない。
	輸送業（エリア担当）	・主要荷主のなかでも設備関連の荷動きは良くなってきているが、住宅関連の荷動きは緩慢で頭を痛めている。
	輸送業（エリア担当）	・荷物の運賃に関して、荷物1トン当たりの単価が下げ止まっていない。円高、デフレなどいろいろな問題があるが、まだまだ物の値段が下がっているという実感がある。上向いていく感じも下げ止まる感じもしない。今後、景気は沈む気がする。
	通信会社（法人営業担当）	・上向きになるというはっきりした状況は見えない。
	金融業（企画担当）	・欧州問題は見通しが付いてくるとされる一方で、国内では政権運営の見通しが不透明であり、良くなる要素はあまりない。
	不動産業（経営者）	・消費税増税法案次第では、今後変化が見られる。
不動産業（管理担当）	・不動産業では、今後良くもなく悪くもない状態がしばらく続くのではないかと。引き合いも、そのような状態である。	
広告代理店（制作担当）	・相変わらず他社との価格競争が激しいうに、企業側が広告予算を抑えているため、プラスイメージはあまり持てない。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・増えた折込広告は自動車販売だけであり、他は減少している。この先増える材料も見当たらない。	
行政書士	・荷主に動きがない。	
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・半年先は、円高の程度次第であると思われる。基本的には、円高で厳しい状態になる。ドルは70円台前半、ユーロは90円を切ってくるのではないかと。銀行には資金が余っており、貸し付け条件を緩める変更があっても良いのではないかと。	

	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・今の状況を見ると、景気が良くなるような動きはあまり見えてこない。受注量や販売量を見ても芳しくなく、今の状況が続くか、やや悪くなるのではないか。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量が少ないと、低単価での受注傾向が止まらなくなり、悪循環になりかねない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・客の欧州向けの受注が減少傾向にある。また、中国の景気刺激策による実需への効果は、今しばらく時間を要する見込みである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の通貨危機と円高のダブルパンチで、業績の急回復は期待できない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・円高の影響とスクラップ価格の低下傾向により、あまり景気は良くなるらない。
		金融業（従業員）	・取引先の生産態勢を見ると、あまり良い状態にはなっていない。どちらかと言えば、あまり良くない方向に動いている。
		金融業（法人営業担当）	・自動車関連産業でエコカー補助金による国内需要の先食い効果が切れるほか、欧州信用不安に伴う円高や世界経済の低迷が輸出の減少につながると予想される。
		経営コンサルタント	・消費税率の引き上げが目前となり、住宅を買う動きは多少出てくると思うが、その後はより深刻になる。先行きは引き続き暗い。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災の復興需要に伸びはなく、国内の製造業にも回復の兆しはない。良くなる要因がない。日本のものづくりを空洞化させない施策が一刻も早く実行されないと、このまま地盤沈下してしまう。
		公認会計士	・与党が政争ばかりしていて、中・長期的な視野に立った政治が行われていない。消費税増税法案などに伴う与党内のゴタゴタで、政治はまた長期停滞する。
雇用 関連 (東海)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・客の設計開発需要は、引き続き堅調と見込める。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車の増産体制が続き、今後もやや良くなると予想するが、前年に引き続き夏場の節電による生産体制の動向が気になる。
変わらない		学校〔専門学校〕（就職担当）	・留学生からのエントリーが増えてきており、求職活動の状況から、業種を問わず企業が採用に積極的になっている印象を受ける。
		人材派遣会社（経営者）	・今後、求人に出動きが出てくる可能性はある。しかし、ハローワークに求人を出しても人材が全然集まらない状況が続いており、求人があっても人材がいないという状態はまだ出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・職業紹介の求人案件は、引き続き堅調である。
		人材派遣会社（営業担当）	・日経平均株価が9千円を割り込んでおり、回復の兆しは見えない。
		人材派遣会社（営業担当）	・欧州危機に伴う先行き不安は大きく、もっと長期には悪くなると予想するが、2、3か月先は変わらない。
		職業安定所（職員）	・基幹産業である製造業の求人数の増加は、なかなか見えにくい。短期的な増産はあると思うが、長期的に生産、雇用が増加する傾向は見えない。
		職業安定所（次長）	・求人数や就職者数は、比較的好調な状態を維持するようと思われる。しかし質の面では、求人条件や正社員求人等の状況が低水準のままであるため、変わらない。
やや悪くなる		民間職業紹介機関（支社長）	・ユーロ危機や円高などの不安が継続して、企業の採用意欲、採用スピードに影響を及ぼしつつある。プラス材料は見だしにくく、ほぼ横ばいで推移する。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の動きから、心理的に消費の抑制が働く。
		人材派遣会社（社員）	・7、8月は、特に法人関係の予約が減少している。ただし、婚礼関係は元々この時期は少ないが、9月には前年を超える予約があるため、求人数は増加する。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税に対する懸念から、消費は冷え込む。
		人材派遣会社（支店長）	・常用雇用者数は前年同月比、3か月前比共に数%減で推移しており、求人数の状況を見ても今後3か月間は厳しい。
		職業安定所（所長）	・エコカー補助金の原資がなくなるとともに、生産受注もやや減少し、為替等の影響から新規求人数は現在よりも減少する。

	職業安定所（職員）	・新聞報道によると、自動車関連の大手企業が生産拠点の海外シフトを検討している。そうすると、その2、3次下請に及ぼす影響は大きく、消費が冷え込み、現在求人増の要因となっている小売業、飲食店・宿泊業、生活関連サービス業の求人数は減少に転じ、求人数の減少スパイラルを起こす可能性がある。
	職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了後は、自動車部品製造業の生産が1割減になる見込みである。
悪くなる	-	-