

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	○	○	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・寒くなってくると販売量は伸びる。	
		一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・新規の飲食店からの問い合わせが続いている。	
		百貨店（売場主任）	・例年8月はあまり売上が良くない月であり、予算も達成できたりできなかったりと厳しい。決算棚卸し前後は、夏物はもう終わり、冬物はまだ早い、あまり珍しい商品もないといったことから、客の買い控えがある。しかし給料日を過ぎると、新しい靴を買う客が多く、今日も予算達成できている。波はあるが売上はできているので、少しずつ景気が良い方向に向かっている。	
		百貨店（販売担当）	・秋の立ち上がりも、アイテムによっては早く動きがある。これからの秋冬商材にも期待したい。	
		スーパー（総務担当）	・総菜・加工商品のなかでも、レンジですぐ調理できる商品が伸びている。冷凍食品も、レンジで調理する商品の売上が伸びている。	
		都市型ホテル（支配人）	・秋のインバウンドの戻り、イベントなどにより、良くなる。	
		旅行代理店（経営者）	・秋は行楽シーズンのため、大きな自然災害がなく領土問題も安定してくれば、需要も増える。	
		タクシー運転手	・自動車業界の動きに上昇の兆しがみえていることへの期待感と、例年8月の底から少しずつ上向いていることから、良くなる。	
		美容室（経営者）	・秋に向かって良くなる。夏の間は、暑さで客の出足も悪く、伸びている髪の毛も我慢している。9月はまだ無理かもしれないが、10月11月になると、客の出足も景気も良くなる。	
		その他サービス〔語学学校〕 （経営者）	・例年、秋は入校者が増加する。	
		その他サービス〔介護サービス〕 （職員）	・秋の行楽シーズンを迎えて、外出関連商品の販売が伸びることを期待する。	
		住宅販売会社（従業員）	・お盆休みに来場した客が、上半期のキャンペーンとともに契約してくる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・暑かったはずの今年の夏も、終わってみれば、エアコンの販売量は前年同月の水準に至らない。テレビ関連は相変わらずだめである。太陽光やリフォームに売上構成をシフトするよう心掛けているが、競争激化でそう簡単にはいかない。
			商店街（代表者）	・例年と異なり、社会情勢・消費税増税と不安要素が多い。客の購買意欲はみられるが、買い控えもみられる。
			商店街（代表者）	・一般家庭の客はそうでもないが、今まで御進物用で使っていた会社関係の客が、ここにきて極端に少なくなっている。その分がどうしてもしわ寄せとなり、売上増になっていかない。
			商店街（代表者）	・特に良くなるような要因も、悪くなりそうな要因も見られない。景気に対する閉塞感が強く、大局的なことが何もない限り、しばらく同様の状態が続く。
			一般小売店〔土産〕 （経営者）	・先行きに不安があり、消費者がお金を使わなくなっている。
			一般小売店〔土産〕 （経営者）	・秋の旅行シーズンの選挙が気になる。過去も総選挙の時期は観光客が減少している。
		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・仏壇やお墓の花など必要なものは買うが、それ以外のものを買う余裕のある客が減ってきている。	
		一般小売店〔書店〕 （経営者）	・思い切ったセールをしても、その後がなかなか続かない。商売の環境としては厳しいのがよく分かる。今までなら、セールをした後もそれなりに客が戻ってきてくれてにぎわうところが、今はセールが終わった途端またもとに戻り、客に元気がないのを実感している。この景気は、選挙でもあって世の中が変わったというイメージにならないと難しい。	
		一般小売店〔自然食品〕 （経営者）	・特に上向く要因が見つからない。	
		一般小売店〔薬局〕 （経営者）	・現在の消費者は、必要な物しか買わないし、一部の人を除いて余分なお金を持っていない。日本の経済が悪過ぎる。	
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・期待できる景気対策がない。	
		一般小売店〔果物〕 （店員）	・3か月ほどでは変わらない。	

一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・政治においても経済においても、課題が多すぎ、先行きがどうなるか見通しが立たない。
百貨店 (売場主任)	・依然として買い控えの傾向は続いている。必要な物だけ購入する姿勢がうかがえる。
百貨店 (企画担当)	・今月は、前年同月実績をクリアするなどやや明るめの兆しは見えているものの、催事の成功と外商の特別売上が貢献した結果であり、景気が戻っているとはいえない。今後も、単発的に前年同月をクリアする月はあるが、継続的とは思われず、景気は良くならない。
百貨店 (販売担当)	・ここ数か月大きな事件が発生しているわけではないが、停滞感が顕著である。購買のモチベーションが上がらない。上がる要素も見当たらない。落ちるというよりも、留まっている。新しい商品ではなく、感情を揺さぶるプラスαが必要である。
百貨店 (店長)	・自用品の需要はあるが宝飾品やギフト商材などの動きが鈍いので客単価が上がらない。
百貨店 (販売担当)	・冬の電力不足への懸念が再び出て来る頃であり、電力の問題はまだまだ解決しなさそうである。電力の問題がどうなったとしても、消費に良い影響が出るとは思えない。
百貨店 (営業企画・販売促進)	・気温は10月まで高く、季節商材の大幅な伸びは見込まれない。
百貨店 (経営企画担当)	・消費を明るくする材料が見当たらない。残暑も厳しく、秋物を展開するも購買に至っていない状況である。また、政局不安などもあり、消費マインドも上がる気配が見受けられない。
スーパー (経営者)	・今の政治が良くならない限り、景気も良くならない。
スーパー (店長)	・来客数の増加のための本質的な対策は、すぐには効果が出にくい。対策としてのコスト努力による捻出もままならないなかでは、回復は難しい。買物客の購買行動は依然としてシビアで、余分には買わない。
スーパー (店長)	・消費税率アップについてはまだ実感が少ない。ただ、ガソリン代・公共料金等いろいろな価格が上がってくると、景気は若干後退する。大きな状況変化がない限り、今までとあまり変化はない。ものの売価については下がるところまできている。先行きは、今まであまり下げているところの若干の下げはあるが、大きな変化はない。
スーパー (店長)	・最近、大手小売業が、マスコミを通じて食品などの値下げを相次いで発表している。それに伴ってさらに価格競争が激化し、同じ量を販売しても売上が伸びにくい状況になる。
スーパー (店員)	・ここ何か月かはずっと、来客数・販売数が前年同月よりも落ちている状況が続いているが、良くなるという動きも全くないため、状況は変わらない。
スーパー (店員)	・ずっと買上単価が低く、来客数も上がっていない状況で、今後も上がっていく要素がない。
スーパー (営業担当)	・消費税増税も決まり、マインドとしては更に冷え込む。
スーパー (販売促進担当)	・消費者の財布のひもが緩む大きな事がないと、景気の予見は上向きにならない。
スーパー (販売担当)	・何の理由もないため、このまま回復する見込みはない。
スーパー (商品開発担当)	・自動車関係の好調が伝えられ、それに伴う好景気を期待していたが、実際の消費に結び付いていない。低価格指向が続く傾向に、変化の気配がない。
コンビニ (エリア担当)	・今後も当面、来客数減少による売上の減少は継続する。
コンビニ (エリア担当)	・ここ数か月については営業数値は右下がり傾向にあり、良くなるきっかけが掴めない状況にある。キャンペーン等での一時的な回復が見られるが継続力がない。
コンビニ (店長)	・客の来店状況とまわりの環境を眺めても、良くなるような兆候はみられない。
コンビニ (商品開発担当)	・前年の震災特需をカバーできないこと、また、来客数の伸び悩みにより単価が伸びないことがマイナス要因である。前年同月よりも気温の恩恵を受ける可能性が高いことがプラス要因である。総じて、先行きは変わらない。
衣料品専門店 (経理担当)	・販売金額は、前年同月比1.9%減、来客数は、プラスマイナス0である。エコカー補助金の終了などがあり、同列に論ずることができない面もあるが、消費の長期低迷傾向が続いている。
家電量販店 (店員)	・OSの新製品やスマートフォンの新機種が発売が控えているが、問い合わせがあまりなく盛り上がり欠ける。

家電量販店（店員）	・来客数の動向が気になる。状況次第では前年同月割れを起こす。販促、イベント効果が出にくい環境が続いており、先々良いとも悪いとも言えない。
乗用車販売店（経営者）	・特に変わる要素が見当たらない。
乗用車販売店（従業員）	・景気は決して良くなく、車の売行きも良くない。しかし、車を買いたいという人の意思は、減ったとはいえ十分ある。今後の景気動向は、一言ではいいにくい。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の効果がなくなるので若干落ち込むかもしれないが、メーカー側のでこ入れもあるため、市場はこのままの状態を続けそうである。ただ、客が維持費に関してかなりシビアになりつつあるので、安い整備代、安い自動車保険の会社に移られてしまうと、収益的に厳しくなる。実際、かなりの客が比較検討しているので、いかに乗り換えられないようにするかが、今後のポイントになる。
乗用車販売店（総務担当）	・欧州、新興国の景気動向が不透明である。
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金は終了していると思うが、新型車・ディーゼルエンジン車の投入が数多く入ってくるため、プラスマイナスゼロである。
住関連専門店（営業担当）	・東海地区の建築関係全般について、プラス面では東日本大震災の影響、消費税増税がほぼ確実に上がったため前倒し需要が出始めている。マイナス面では、自動車関係を含め全体の景気、また建築事業の新築需要が横ばいである。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・良くなりそうな要因がない。
一般レストラン（従業員）	・政治の面、経済の面を大胆に改革し、景気を良くし、世の中にお金がまわる環境をつくらないといけない。消費税増税には反対である。
スナック（経営者）	・客の話を聞いていて、マスコミ等による景気の情報に対して少し過敏だと思うことがある。ますます財布のひもが固くなる傾向があり、この先も期待できない。
スナック（経営者）	・企業も厳しい中、経費を使えるところはほとんどない。常連の客で何とか持ちこたえているが、個人の客が多く単価が伸び悩んでいる。売上は落ちる一方で、ぎりぎりのところで留まっている。全体的に活気が全くなく、どこの店も厳しい状態が続く。
観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先、更に良くなることはない。対前年同月比で15%増程度の助走幅で、宿泊は強い勢いのまま推移する。特にこれ以上景気を冷やす悪い材料はなく、消費税増税前に旅行へ行こうという雰囲気が出るかもしれないので、変わらない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断して、先行きは変わらない。
都市型ホテル（経理担当）	・今後、国内の景気によっては、個人消費に影響する。
旅行代理店（経営者）	・夏休みも好調な動きであったので、秋～冬にかけての問い合わせも徐々にある。
タクシー運転手	・ここ2、3年同じような悪い状況が続いているため、3か月先でも見通しが良くなる明るさはない。
通信会社（営業担当）	・徐々に増加しているが、年間での季節変動の影響もある。
通信会社（サービス担当）	・提供エリアの拡大に伴い、光回線への変更の注文が増加するかもしれないが、他社への乗換えや安いサービスへの変更もあり、変動はない。
テーマパーク（職員）	・現状で単日の入込に力無い感があり、今後期待できる材料がない。
ゴルフ場（企画担当）	・10月の予約数は、現在、前年同月に比べ少し低迷している。2～3か月先はゴルフシーズンなので、今後、入場者数は増えてくる。9月～10月にかけて行われるぎふ清流国体が、入場者数に対して少し影響するかもしれないが、ここ数か月の安定度から、景気はあまり変わらない。
美顔美容室（経営者）	・毎年8月から年末までホームケアのキャンペーンが始まるため、セットの買上がある。今後2、3か月後には2つ目の買上がある。
住宅販売会社（従業員）	・大手ハウスメーカーが、リフォームに絡んだ太陽光発電パネルの販売を積極的に進めているが、既存住宅のリフォームの客の反応は冷ややかである。下請業者も、仕事量の先が見えないということで不安がっている。

	住宅販売会社（従業員）	・やや緩やかな下降が見られる。来年になると消費税増税に関わる動きがある。
	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）	・元請の受注状況を見てもあまり良くなく、一般ユーザーからの引き合いも低調である。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・今後も当面は、単価の低い商品しか売れない。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・世の中の政治の動き、態勢からみて、経済は沈静化している。客でいう交際費、当社でいう広告宣伝費の拡大は、残念だが2、3か月先も望めない。マイナス傾向になる。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・自動車関連の客の話によると、エコカー補助金が終了する問題がすでに国内販売に影響しているとのことである。我々としては、北米の干ばつによる原材料の値上がり、国内のかなりの業種の商品価格上昇につながるのではないかと懸念している。
	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・やはり8月の反動は多少なりともある。
	百貨店（経理担当）	・売上構成が衣料品中心のため、9月以降の気温が順調に低下していかなければ厳しくなる。
	百貨店（販売担当）	・残暑が厳しければ初秋商品の出足は悪いし、良い要素が見つからない。
	スーパー（経営者）	・消費者の購買意欲が一段と冷え込んでいるようで、今後もさらに悪くなる。
	スーパー（経営者）	・3か月先の景気も、欧州の信用不安から始まった不況が長引いて、株価とともに低迷している。エコカー補助金が終わり、自動車の国内需要が伸びないうえに、生産拠点の海外流出のため一層伸びない。中小企業は、全体の景気が悪いため売上が伸びず、利益があまり上がらないため、年末に向けて倒産する会社が増える。各家庭も企業も役所も、節約ムードが内に曇り消極的な姿勢のため、景気にとってはマイナスである。
	スーパー（店長）	・工場の海外移転が進み、空洞化現象が今以上に大きくなる。
	スーパー（店員）	・ここ半年ほどの流れを見ても、緩やかな下降トレンドである。景気の良い話が一向に聞けず、値下げ商品の売行きだけでは失望しかない。
	コンビニ（店長）	・消費税増税法案が国会を通過し、駆け込み需要に少しは期待するが、増税後の価格転嫁は難しい。ますます、大手チェーンストアとの価格差が開き、売上に影響が出る。
	コンビニ（エリア担当）	・競争は更に厳しさを増す。
	コンビニ（エリア担当）	・ここ2、3か月ほど、ずるずると前年同月比が悪くなっており、上がっていく要素が見当たらない。競合店ができるため、更に来客数が増えない中、減るような要素だけが増えている。
	コンビニ（店長）	・暑さもそろそろ盛りを過ぎ、気温が下がってくるに従い飲料水の売れ方は落ちてくる。それに伴い、秋冬商材が同じように伸びるかという、今の景気状況では望みが薄い。
	衣料品専門店（経営者）	・客は高齢になってきているが、消費意欲は衰えていない。しかし、新規の客が増えない分、売上は減り続けている。
	家電量販店（店員）	・国内的には消費税増税法案が国会で可決された。欧州、中国辺りで政治・経済的にいろいろ動きがあるなかで、良くなる要因が全くない。
	乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了が、自動車販売に影響する可能性がある。
	乗用車販売店（経営者）	・9月初めにもエコカー補助金が完全に終了すると予想されるので、更に需要動機が薄れてくる。
	乗用車販売店（従業員）	・補助金効果の反落があり、ここから2、3か月後の受注・客の購買欲は低下する。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了にともない、来客数も減るし、結論を出すまでの時間も長引く。年末にかけての増販月になるが、市場環境は更に厳しくなる。	
乗用車販売店（経理担当）	・新型車の売行きにもよるが、エコカー補助金が終了しているので販売量の増加はない。	
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏休み等で、今消費した分の経済力がなくなっているため、客の財布のひもはやや固くなる。	
高級レストラン（スタッフ）	・月々の曜日構成や天候、イベントの有無など、特殊な要因による変動をならしてみると、売上の傾向は長期的には横ばい、春以降は減少基調にある。回復もしくは改善の兆しは全くうかがえない。	

その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・選挙の争点に消費税増税が具体的に上がってくると、一段と消費が落ち込む可能性がある。	
観光型ホテル(販売担当)	・2～3か月先、つまり10月11月の状況は、宿泊と一般宴会は例年同月比で見るとそんなに遜色は無い。しかし、婚礼が全く振るわず、大きく足を引っ張る形になってしまっている。今後は年度始めの予算組みの際に、一考を要する事態となっていきそうである。	
都市型ホテル(経営者)	・地域・イベント・行事、あるいは社会生活用の来客数が増え、ビジネス客が減少している。7、8月を頂点にしてこれから下がる。	
旅行代理店(経営者)	・政治の動向が不安定でもあり、好景気を支える条件が乏しい。	
旅行代理店(経営者)	・海外旅行で、韓国・中国の締める割合がかなり大きいので、これから先、領土問題でかなり冷え込む。	
旅行代理店(経営者)	・欧州の信用不安、中国の政権交代後の政策などを考えると、必ずしも日本への好影響があるとは言えない。また、国内も成長戦略の政策を決め実行していくスピード感に欠ける。	
旅行代理店(従業員)	・国際政治問題や消費税増税によるコスト面など不安定要素が多く、間接的もしくは直接的に旅行分野にも影響がある。オリンピック需要も終わったが、岐阜県ではこの秋、ぎふ清流国体を控え、ある程度の内需は期待できる。海外旅行分野は冷え込む。	
旅行代理店(従業員)	・景気の見通しが明るくないので、これから旅行へ回してもらう余力部分が少なくなる。景気自体あまり良くならない。	
タクシー運転手	・何もかも節約、節約の意識がある。一部、たまには余分な消費をしようかという人もいるが、無駄なことをしないことが定着している。	
タクシー運転手	・今月は非常に忙しかったが、2、3か月後にはシリア問題等でガソリン代が値上げしているし、不安な材料がいっぱいあり、やや悪くなる。	
通信会社(企画担当)	・消費税増税、総選挙、国外への生産拠点流出など、不安定要素が多く、まだまだ厳しくなることも十分考えられる。	
通信会社(営業担当)	・消費税増税のみが先行する中、景気回復を期待できる要素が見当たらない。	
テーマパーク(経営企画担当)	・必要以外の消費は極力抑える傾向にある。	
観光名所(案内係)	・どこの店に聞いても、客が従来より支出を制限している。	
パチンコ店(経営者)	・業界全体が低価格販売になってきている。	
美容室(経営者)	・今月はイベントや臨時収入等のため、イメージチェンジ等をする客が多いが、2、3か月後はそういった変化はみられない。	
設計事務所(経営者)	・設計料がどんどん減らされている。交渉する気にもならない。そのまま受け入れるか、断るかの選択肢しかない。	
設計事務所(職員)	・各党首の話はいろいろ話題になるが、景気に関する優先順位がかなり低くなっている。円高は慢性的な問題であり、これに対する対策がない限り、当分変わらない。	
その他住宅〔住宅管理〕(従業員)	・政局が非常に不安定なため、今後どうなるのか心配だと客は言い、お金を使わずに現金で持っているケースが増えている。2、3か月先も変わらない。	
悪くなる	コンビニ(企画担当)	・人口減少で、しかも高齢化すれば、1人あたりの食事量や消費量は減る。何もしなければ経済の縮小は必然である。
悪くなる	コンビニ(店長)	・何か新しいサービスを考えないと、競合店の出現による売上減は解消できない。
悪くなる	乗用車販売店(従業員)	・9月中旬でエコカー補助金が終了すると言われているので、当然その影響で一気に売行きは落ちる。
悪くなる	乗用車販売店(従業員)	・補助金がある現状でも8月は販売台数が大幅に減少しているため、補助金が無くなるとさらに販売台数は落ち込む。
悪くなる	乗用車販売店(営業担当)	・エコカー補助金の枯渇に伴い、車の販売量が間違いなく下向く。給与所得者の仕事も今後間違いなく減っていく流れになる。それに伴い給与も下がれば、間違いなく下火に落ち着く。
悪くなる	その他専門店〔貴金属〕(店長)	・景気が良くなる要素はない。特に高額なものは動きが悪い状況で、無駄な買物はしないなど、消費者は依然として厳しい。
悪くなる	その他専門店〔雑貨〕(店員)	・国内産業の業績悪化、政治の混迷により、悪くなる。
悪くなる	テーマパーク(職員)	・前年同月より来場者数は減っており、周辺の店の閉店も続いている。

		理美容室（経営者）	・客との話で、働いても働いても給料が上がらないと聞く。また、農村部のため農業をやっている人が多いが、あまりお金がもらえないと聞く。良くなる。
		美容室（経営者）	・仕事柄、いろいろな職業の客から話を聞いていると、皆、前年より売上が悪いという。このような話を聞いていると、連鎖反応で当店もそのような結果になる。
		理容室（経営者）	・この先の景気が良くなるとは思えない。
		住宅販売会社（経営者）	・経済の先行きが分からないため、各社は行動を少し抑えている。
企業 動向 関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・住宅着工件数が増加する。
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税など、先行きが暗い見通しは多い一方で、節約疲れは確実に感じられる。国内消費は緩やかに回復する傾向を期待したい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・2、3か月先の受注量・販売量としては、秋の需要が増加する予想であり、景気も良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末年始需要で、広告出稿が増える。
		電気機械器具製造業	・具体的な受注にはつながっていないものの、取引先から、新たな設備投資に向けた検討のための引き合いは多い。期待も込めて、良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・パーラー関係の当社の製品が、3か月後辺りに販売の見込みが立っている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産契約上、まだしばらく増える。
		建設業（経営者）	・今後、消費税増税の影響で駆け込み需要が更に期待されるが、その後の反動が懸念材料である。
		不動産業（開発担当）	・消費税増税に向け、駆け込み需要が期待できる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・下期に向けて、開発工程から製造工程に推移しつつあり、当面、要員調達の案件数は増える。
		変わらない	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）
	化学工業（企画担当）		・欧州の信用不安は長期化すること、及び米国における失速感は少し送れて影響を受けることが予測され、景気の回復は緩やかであり大きな変化は見られない。
	金属製品製造業（従業員）		・小型物件がしっかり動けば良いが、仕事量が途切れる懸念はある。
	一般機械器具製造業（営業担当）		・米国では10月から新しい会計年度になり、新規の引き合いやプロジェクトが期待できるが、円高が続く限り厳しい価格競争になる。
	電気機械器具製造業（営業担当）		・円高の程度によっては、より悪くなる可能性もある。
	建設業（営業担当）		・どの業者・業種にしても、出てくる仕事量と出ていくお金の量はどこもそれぞれ均衡しているため、景気云々というのは、個人のモチベーションが良くなる上と上がらない。
	輸送業（経営者）		・地元愛知の自動車関連の製造業では、生産量が落ちると言われているが、実際のところ現段階で輸送量減少の話は出ていない。
	輸送業（エリア担当）		・特に大きな変化が予想されない。
	輸送業（エリア担当）		・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）		・景気の見通しは秋以降も下がり気味との報道はある。年末を控えて、7、8月の段階で荷物運賃の下落が続いており、競争が激化している。秋に向けてますますこういう傾向が続く。全体的な景気低迷が予測されており、足元でも運賃の値下げ競争が始まっている。2、3か月先もこういった傾向が続く、引き続き下落の方向と見込んでいる。
輸送業（エリア担当）	・現状、暦的にも9月までは厳しいが、現在販売増への動きも活発化している。収入が遅れて増えてくる。		
通信会社（法人営業担当）	・韓国、中国の政治問題の複雑化による貿易の減少と、エコカー補助金の終了による新車販売の減少がある。		
金融業（従業員）	・たくさんの人と景気について話をしたところ、例年は部署や会社によらず同じような景気動向が見られるが、現在は同じ業種でも会社や部署により忙しさ等が違っており、今後の見通しについても部署により若干違う。		
金融業（企画担当）	・各種動向が改善されてこないと、個人投資家の投資意欲が戻ってこず、それに伴う景気の改善も見えてこない。		
不動産業（経営者）	・現状が維持される。		
不動産業（管理担当）	・不動産業で事務所の仲介をやっているが、良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。むしろ、これ以上に二番底がないことを祈っている。		

	広告代理店（制作担当）	・取引先からの受注状況において、これといった変化は見られない。全体の売上や利益にもまだ厳しい状況が続きそうである。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者の中心は50歳代以上である。若い層への売り込みは非常に困難なため、先が不安である。
	経営コンサルタント	・地価水準は下落したままで、住宅に関する見込みは長期的にはマイナスであるが、消費税増税前の駆け込み需要は今後みられる。駆け込み需要が起爆剤になる可能性がある。中古住宅関係の政策が恐らく出てきて、それが下支えになっていく。
	会計事務所（社会保険労務士）	・すでに黒字になった顧問先がさらに利益を増やす見込みはあまりなく、赤字の顧問先が赤字を脱却するにはもう少しかかる。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・2、3か月では状態は変わらない。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・大企業においても経営が非常に難しくなっている今日、中小企業においてはますます難しくなっている。不安でいっぱいである。このような時に、政府が増税しようとしているのは間違いである。医療に40兆円もの大金かかっているが、半分にするべきである。健康産業に特に資金を投入し、医者にかからない生活をするべきである。
やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・今のところ景気が良くなるような感じはしない。社会全体がそのようになっている。自分の会社・協力会社・客、どこをみてあまり良い話は聞かない。
	化学工業（人事担当）	・気候の影響もあるかもしれないが、私の知っている内科、整形外科の患者数が、このところ減っている。支出を抑えるために診察の回数を減らしていることも考えられる。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・自動車関連の裾野は広く、エコカー補助金終了が、直接、間接に影響を及ぼしつつある。年内はジリ貧になりそうである。
	金属製品製造業（経営者）	・中国の景気の悪化から、当社に対する発注元の減産が進みそうである。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・売上レベルは維持できているが、内容的に不安もあり、予断を許さない。欧州の状況がアジアに広がると、計画を達成できなくなる可能性がある。
	電気機械器具製造業（経営者）	・最終的に輸出商品に使われる部品を製造している会社であっても、現状の為替で推移した場合、輸出が困難になるため、受注量・生産量共に減少する。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・欧州の景気が悪いので、中国も景気が悪くなる。中国から欧州へ輸出しているため、中国の景気も一段と悪くなり、日本国内からの輸出も少なくなる。
	輸送業（従業員）	・エコカー補助金が打ち切り間近となり、自動車関連企業の生産が減り、派遣社員の契約が打ち切りとなる話が具体化していると派遣会社の人から聞くので、景気減速が迫っている感がある。一方、日用雑貨等の荷動きには、はっきりした動きはいまだ感じられない。
	金融業（法人営業担当）	・自動車販売は、国内はエコカー補助金終了による反動減が見込まれるほか、輸出が減少傾向にあることから、地元の自動車部品メーカーの受注減が予想される。
	企業広告制作業（経営者）	・極端に悪くなることはないが、良くなる見通しが無い。企業は今こそ、リスクを含んでも大量の新規雇用を進めるべきである。新卒者の就職率を早急に上げれば、景気は必ず向上する。
	行政書士	・燃料・軽油代が上がる。
	会計事務所（職員）	・悪化する一番の原因は政局不安にある。中小企業者は消費税増税の価格転嫁が難しいとされるため、先行き不安が懸念される。
悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・上昇要因が全くなく、復興需要などの見込みも、素材産業への影響が出るほどの動きはない。
	広告代理店（経営者）	・今まで何とか維持してきた安価な広告枠も、出稿が減少傾向にある。
	公認会計士	・政治が不安定であり、金融円滑化法が終了することへの銀行の対処方針も不明瞭である。
雇用関連 (東海)	良くなる	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）
	人材派遣会社（支店長）	・求人への発注動機が変わってきている。具体的には、正規雇用社員の欠員補充や増員が全体の過半数を占める。このことから、派遣先の採用意欲は高まっている。

変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・採用市場は厳しい環境が続く。
	人材派遣会社（経営者）	・求人に合わせて、募集広告・ハローワークへの募集・案内等いろいろやっているが、人材そのものがなかなか応募してこない。大企業へいってしまうのか、中小企業としては非常に辛い状況である。ニーズがあっても人材がいけないという状態は、これからまだまだ続く。
	人材派遣会社（社員）	・良くなる要因・悪くなる要因含めて、特別な事情が見つからない。
	人材派遣会社（社員）	・優秀な人材を積極的に正社員に採用しようとする企業が増えている。
	人材派遣会社（営業担当）	・株価の推移や政界の動きをみると、好感できる材料が乏しく、景気の回復は期待できない。
	人材派遣会社（営業担当）	・政情の不安定さが改善せず、各省庁の意思決定のスピードの鈍さも改善されないため、国としてダイナミックな施策がなされない。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・エコカー補助金が間もなく終了するので、終了後の新車販売に少なからず影響が出る。それに伴い、自動車の生産台数は、減産した状態でこの先2、3か月変わらない。
	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金等を受けている企業が若干上昇してきたことと、円高により廃業する製造業の事業所も増えているので、変わらないか、悪くなる。
	職業安定所（次長）	・採用者数も求人数も比較的好調な状態であるが、内容では正社員求人が少なく、条件も厳しいものが多い。緩やかに上向いているが、良くなると判断するほどの状況ではない。
民間職業紹介機関（支社長）	・引き続き、円高基調、欧州の信用不安問題、雇用の不安定感などの課題が残っており、このまま推移する。	
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・下期の引き合いが低迷している。見通しが暗い。
	職業安定所（所長）	・自動車部品等の製造事業所では、エコカー補助金の終了を見込んで、減産受注が8月中旬から実施され、9月以降も今の減産態勢で推移するとの情報もある。新規求人も減少すると見込まれる。
	職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了や長引く円高、海外生産へのシフト等により、小・零細企業では対応が非常に難しく、構造的な不況状態を危惧する声がある。
	職業安定所（職員）	・景気が不透明であるなか、非正社員の人員整理があるという情報が入ってきている。
	職業安定所（職員）	・2～3か月先に求人増となる要因がないことから、やや悪くなる。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・従来、当学校の志望者は圧倒的に文系の女性であったのに対し、理系・男性の割合が増加してきている。背景として、理数系・製造業の雇用状況の悪化がうかがえる。
悪くなる	—	—