

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	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・先行きは、遷宮行事が本番を迎え、当然忙しくなるはずである。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・当地は参拝する人の波が絶えず、それを温かく迎える人々等、賑やかである。
百貨店（販売促進担当）		・アベノミクスの反動により株価安・円高に振れる可能性はあるが、中長期の上昇トレンドは、そう簡単には反転しない。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今月が今までにない程のどん底であるので、先行きは少しは良くなる。
		一般小売店〔電気屋〕 (経営者)	・季節要因によるが、暑くなればエアコンが出るため期待している。
		百貨店（販売担当）	・増税が近づいてきており、今のうちに買っておこうという気持ちになることを期待している。
		百貨店（経営企画担当）	・一時期の株価安、円高も落ち着き、消費動向に水を差す状況は幾分解消されてきたと感じる。それと共に夏季ボーナスの時期となり、消費の面でもようやくいくらかは好況がみられる環境になってきている。
		百貨店（販売担当）	・先々の消費税増税の影響で、購買意欲を更に強く促進し、高額品や耐久消費財を中心に顕著に動いていく可能性が高い。ただし、景気の上昇カーブは雇用の安定と収入の上昇に比例するため、現在の景気上昇ムードの持続には、中間層以下の所得の安定が不可欠である。
		スーパー（経営者）	・当地は式年遷宮を迎え、来客数の順調な伸びが期待できる。
		スーパー（経営者）	・失業率は下っており、仕事の内容を選ばなければもっと下がる。そして勤労者の所得が上がって消費に結び付く。景気は徐々に良くなっていく。
		スーパー（総務担当）	・空梅雨傾向で、夏物飲料やアイスクリーム、そしてビール等の売行きに期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・最近の売上回復状況から、今後数か月の間には前年をクリアできる。
		コンビニ（店長）	・梅雨が明け本格的な夏が来れば、飲料水やアイスクリーム等の商品がよく動くようになる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・日本製の比較的值段の高い商品が動きはじめている。
		家電量販店（店員）	・エアコンや冷蔵庫が最も売れる時期が来るが、最近では上位機種が人気のため、売上の伸びが期待される。
		家電量販店（店員）	・暑さの影響や株価の好調さで市場自体に良い変化がありそうである。期待感も込めて良くなると思いたい。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦を迎え、客の動きも出てきているので今後に期待したい。
		乗用車販売店（従業員）	・アベノミクスの経済対策による効果も現れ、消費税増税前の駆け込み需要も見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車のオプション部品の相場をみても、売れている感じがする。
		乗用車販売店（総務担当）	・来客数が増えており、前年のエコカー補助金の反動減は予想よりも小さい。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と思われる新築住宅、マンション、その他建設工事が増加している。アベノミクスによって気持ちの面での景気回復感の高まりから、特にリフォーム工事が増えている。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・これからボーナスが支給される会社がある。また、夏の異動も始まり、関連商品の購買が期待できる。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・政局も株価も安定してきて、経済の先行きにも明るさが出てきた様子が伺える。
		一般レストラン（従業員）	・もともと夏場が忙しく、週末に雨さえ降らなければ客は来てくれる。
		観光型ホテル（経営者）	・当ホテルは、富士山の眺望が良く、このことが知れ渡れば富士山景気でやや良くなる。夏休みの旅行も、どうせ行くなれば話題性のあるところへと思う方が多い。前年と同様の新東名高速道路の開通に加え富士山の眺望という要因から、先行きはやや良くなるとみる。
		都市型ホテル（経理担当）	・今後の式年遷宮によるツアー宿泊客の増加に期待する。
		旅行代理店（経営者）	・3か月後には、オリンピックの東京招致も決まり、それが起爆剤となって景気が良くなる。
旅行代理店（経営者）	・富士山の世界遺産決定で、国内・海外からのツアー客が増えてきている。夏の登山客も増えている。		

	タクシー運転手	・8月は、祭り、旅行、スポーツ大会やお盆の帰省等でタクシー利用が増えるため、忙しくなる。
	タクシー運転手	・朝、昼の客の利用は変わらず少ないが、夜の繁華街では自動車関連の企業で一時期よりも良い状況である。豊田、刈谷等の名古屋近郊からの客が増えてくる。
	テーマパーク（職員）	・周辺の事業所でもPRには積極的であり、地域の観光が活性化しそうな気配が感じられる。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の受注期としては終盤に来ている。ここから駆け込み需要が予想されるので、3か月後は上向きと考える。
	その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・企業の設備投資、官公庁工事やマンションリフォームなど全般に見積依頼が来ているので、着工後は忙しくなると期待している。
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・広告への反響や契約数は順調に伸びているが、夏以降どうなるかは不透明なので不安もある。
変わらない	商店街（代表者）	・今の不安定状況では変化がない。売上が2%減少しているのに製造原価が3%上昇しており、先行き不安である。
	商店街（代表者）	・夏場は忙しい時期ではないため、業況は先行きもあまり変わらない。
	商店街（代表者）	・株価の上昇や、円安で景気回復していくとの報道が多いが、周りの様子をみる限りでは、そのような実感はない。
	商店街（代表者）	・他人のための商品は売れているが、個人の家庭向け商品の数が出ないため、販売量、販売高の増加にはつながらない。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・アベノミクスの不安定さ、生活物資の値上がりで、一般消費に非常に悪い影響を及ぼしている。
	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・先行きを読むのが難しい。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税を意識し始め、客の金の使い方が引き締まってきた。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・良くなる要因が見つからない。まだまだ財布のひもは固く、先行きに希望が持てない。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・当地の景気の悪さはいつも述べるとおりで、羽振りが良いのは一部にとどまり金銭的に余裕のある人は少ない。どの店長も、客層が悪くなった、良い客はどこへいってしまったのかと口にしてている。バーゲンの時期に入り、各店舗や他社の営業の仕方に神経を尖らせている。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・以前に比べて客に明るさは感じられるが、選挙の結果や電気やガスの値上げによって、景気はまだ一進一退の状態が続く。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品店は、個人で十分に使えるお金が増えないとなかなか利用されない。客の様子をみる限り財布のひもは固い状態が続いているため、ここ2～3か月では変わらない。
	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・小売店の業態変化など、景気に頼ることのない経営努力が必要になってきている。
	一般小売店〔書店〕（経営者）	・当地のような地方では一流企業もないため、景気の回復感はずいぶん遅い。期待を込めて待っているが、まだまだ変わらない。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・良くなる材料がない。
	一般小売店〔果物〕（店員）	・景気の動きは、3か月ほどでは変わらない。
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・参議院選挙があり、政権がどれくらい安定するか、経済政策が実現できるかなどを見極めないと先行きは分からない。
	百貨店（売場主任）	・選挙を控え、明るい材料も具体的には見当たらないため、景気の先行きは変わらない。
	百貨店（経理担当）	・株価が不安定な動きをしているため、消費者心理が好転するようにはまだ思えない。
	百貨店（営業企画担当）	・政治情勢のこれからの動きにも大きく関わるが、海外ブランドの価格改定による値上げが進むため、今後商況がさらに良くなっていくとは考えにくい。しかし、増税前の特需が徐々に出てきており、現在の好調は維持できると考える。
	百貨店（販売担当）	・客の様子からは、以前に比べて購買意欲があるように感じられるが、実際にはなかなか購入に至らない。厳しいという印象である。
スーパー（店長）	・この先値上げが目白押しになる。客の動きが全くみえず、先行きが非常に不安である。消費税率が上がる時に、消費が大きく冷え込む可能性があり、不安が大きい。	
スーパー（店長）	・食品市場では、低価格品へのシフトや、安いもので我慢するといった消費行動が根付いている。プライベートブランド商品などが伸びており、1品当たり単価の低迷は今後も続き、単価のアップは望めない。	

スーパー（店員）	・野菜の価格が一定水準で推移しているが、大雨や日照りの影響がどう出るか予測するのが難しく、少し様子見が必要である。
スーパー（営業担当）	・株価は停滞し、厳しくなるばかりである。消費マインドはそう簡単には上昇しない。
スーパー（販売担当）	・総合店が増えて、いい材料が何もなく、売上の増加は望めない。
スーパー（商品開発担当）	・前年のような前年割れは減ってきているが、急な回復は見込めない。
コンビニ（店長）	・このところ変化がみられないが、夏場の飲料の売上増に期待している。悪い方向に変わりがなければ良しとしないといけない。
コンビニ（エリア担当）	・プラスの要素としてコンビニエンスストアのスーパーマーケット的な利用が広がってきているが、競争激化がそれを打ち消してしまう。
コンビニ（エリア担当）	・夏季は天気や気温に大きく左右されるが、現在の主要商品の動向が鈍く、先行きも大きく改善するとは考えにくい。
コンビニ（店長）	・当店はビジネス街と繁華街の両方を抱えているが、特に飲食店の客の動きが悪いと感じる。飲食店に勤める客の動向からも来客数はあまり変化していない。
コンビニ（商品開発担当）	・自動車関連など一部の業態では、景気回復により客単価の上昇が予測されるが、来客数の減少は続いており先行きも変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・生活必需品が値上げしているため、よほどのことがない限り衣服にまでは消費がまわってこない。
家電量販店（店員）	・今後の為替の動きは、政府がいうような円安傾向ではないのではないか。そうなると物価だけが高止まりしてしまう。
乗用車販売店（営業担当）	・景気が回復しているイメージはあるが実感はない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素が見受けられない。
乗用車販売店（経営者）	・良くも悪くも、景気を大きく左右するような要因が見当たらない。
乗用車販売店（経理担当）	・前年に比べて給料が微増したといった話は耳にするが、微増程度では大幅な消費増にはつながらず、高額な耐久消費財となるとなかなか手が出ない状態が、まだまだ続くような感じがする。
乗用車販売店（販売担当）	・第2四半期決算を控え、今月はかなり前倒して販売したため、7月以降は少し厳しくなる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は、前年同月比で1.1%のマイナスであり、来客数は、同じく2.2%のマイナスである。
一般レストラン（スタッフ）	・大手企業はそれなりの業績を残しているが、中小企業にまで好況が行き届くかは分からない。先行きはあまり変わらない。
スナック（経営者）	・株価の変動の激しさが話題に出ることもなくなった。財布のひもはますます固くなり、地方に好景気が来ることは、数か月先も期待できない。
観光型ホテル（販売担当）	・宿泊に関しては、ここまでの稼働率を保持していくのが難しいので、近隣の状況をみながら単価調整をして売上を確保していきたい。宴会については相変わらず特段のトピックスがなく、現状維持のままで増加が望めない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きは変わらないと判断している。
都市型ホテル（支配人）	・宿泊需要は、5月には良かったものの6月に入って低迷しており、7月以降の予約も弱い。また、宴会需要も夏の予約の入りが悪い。
旅行代理店（経営者）	・国全体がまだまだ好景気になっていないので、見通しが全く立たない。本格的に経済が動き出すのは、参議院選挙後と思われるので、それまでは好景気を体感することは難しい。
旅行代理店（経営者）	・第3の矢・成長戦略では、規制緩和やT P Pにおける交渉の中身など先送りの問題が多く、明確かつ具体的な政策が示されていない。また、高齢社会の弊害として年金、医療費増大などと相まって、大学の秋入学導入延期のように、本格的な若者育成に取り組んでいないという意見を様々なところで聞いている。
旅行代理店（従業員）	・これから先の受注は、景気が良くなったと実感できないと旅行にお金を出してもらえない。景気が良くなったとは感じられないため、このままで推移する。

旅行代理店（従業員）	・旅行需要を大きく左右する要因となるイベント・情勢が見当たらないので、著しい変動はない。アベノミクスにより、少しずつデフレから脱却し旅行代金の値上げが出てきているが、旅行需要にはあまり影響がない。
タクシー運転手	・長い間悪い状態が続いており、その状況は変わらない。月に1、2度は良くなったかと思うと、明るく日にはしわ寄せが生じて、月平均で見ればいつもと同じになる。
通信会社（企画担当）	・基本的には回復基調にあると思っているが、不安定な株価、選挙など不安要素もあり、しばらくはぶれ続ける。
通信会社（サービス担当）	・光回線のエリア拡大に伴う新規申込が増えれば若干良くなるかもしれないが、スマートフォンやタブレット端末の普及によって、携帯会社のWi-Fiでも十分であると、解約も増えるかと思う。
通信会社（営業担当）	・月間販売数は今後も少なく、現状維持の見込みである。
テーマパーク（経営企画担当）	・予約状況はやや上向き傾向であるが、この先の見込みとしてはあまり変化はない。
観光名所（案内係）	・円安で輸入品や電気料金等も値上がりしているため、数か月先は期待できない。
ゴルフ場（企画担当）	・8月の入場予約では前年同月比をクリアしている。このまま推移すれば、8～9月の入場者数は予算を達成するものと考えている。
設計事務所（職員）	・物価が上がるという話は良く聞く。アベノミクスでインフレ傾向にはあると思うが、具体的な景気浮揚の兆候はない。
住宅販売会社（従業員）	・新規に土地を購入する人が増えてきたことで、住宅取得への要望につながる。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が現れるまで、横ばい状態である。
やや悪くなる	
百貨店（売場主任）	・平日の夕方に来店する客は常連客で、6月末からのクリアランスの下見のために来る。クリアランスが始まれば、購買意欲が湧き、売上も上がってくる。
百貨店（企画担当）	・6月の売上は、前年を大幅に超える予測であるが、要因として、日曜日の1日増し、夏のクリアランスセールの前倒しなどによるところが大きい。その反動として、7～8月の売上は厳しいものと予測される。今のところ、それ以降の景気回復につながる要因は見当たらない。
百貨店（経理担当）	・これまで時計や宝石等の高額商品が全体の売上を押し上げてきたが、株価や為替の調整局面を受けて勢いが鈍化することによって、その分だけ全体の売上がはく落することが予想される。
スーパー（店長）	・為替や株価の乱高下が続く、経済が不安定なため、消費者の気持ちが消費に向かない。
スーパー（店長）	・7月に入るといろいろな商品の値上がりが続く、少しでも節約しようと食費を抑え始めることが予想される。
スーパー（店員）	・先月と同様、新規大手店ができて、見通しが悪く厳しい状況になる。
スーパー（販売促進担当）	・7月初めには近郊に食品SMがオープンし、さらに11月にも競合店のオープンが予定されている。共に1.5キロ圏内に立地し影響が心配される。
スーパー（営業企画）	・現在の好況感の実態を伴っていないため、参議院選挙後あたりから、生活者の意識は現実的な景気実感に向き、消費行動は堅実になっていく。
コンビニ（企画担当）	・資金バブルと増税前の駆け込み需要だけで終わりそう。先食いの需要だけでは、消費税増税後の反動が怖い。
コンビニ（エリア担当）	・主力商品の弁当、パスタなど単価の高い商品の動きが悪い。おにぎり、サンドイッチなどの単価が低い商品に流れている。こういう時は先行きが良くないことが多い。
コンビニ（店長）	・7月に入ると一部食品が値上げされるため、全体の消費にも影響が出る。
乗用車販売店（従業員）	・車は必要ではあるが特に乗り換える必要がないと代替サイクルがどんどん長くなっている。年内の新車発売予定もなく、増販が見込める要素が見つからない。
乗用車販売店（従業員）	・ボーナス支給の時期に入り、これまでイメージ先行であったものが、ある程度、懐具合の回復具合が形となって現れた時に、購買意欲が新車に向かってくれるのか不安が大きい。ボーナス商戦が活気付くことを期待したい。
乗用車販売店（従業員）	・客との会話では、消費税が上がる前に車を買換えたいという言葉が増えてきている。ただ、実際に購入に結び付くかは測りかねる状況である。また、若い世代を中心に、定期点検などを受けて車検だけで済ませる客も増えてきており、収益は減少している。
乗用車販売店（従業員）	・良くなる要因が一切みえないため、しばらくは厳しい状況が続く。

		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・経済は上向きであるが、目立った効果が表れていない。中間層の所得が上がれば購買意欲も伸びる。
		高級レストラン（役員）	・消費税増税の影響で、耐久消費財の購買は一時的に上向く一方、飲食業ではその影響が一段落する1年から1年半後くらいまでは、下げ止まらなとみている。
		一般レストラン（経営者）	・今の政府の方向として、一部のものしか優遇されない。末端のものにとっては、なかなかそこまでいかない。
		スナック（経営者）	・例年この時期は盆休みもあり悪くなるため、今年も期待できない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・選挙が終わり増税などの話題が出てきた時に、悪い方へ軸がぶれていく。
		都市型ホテル（経営者）	・経済の回復、成長への期待の高さに実績が伴えば良い。
		都市型ホテル（営業担当）	・株価の低迷や円安の影響が景況に出ているように思われる。消費税増税に向けて暗いムードがある。
		旅行代理店（経営者）	・参議院選挙を控えて、少し手控えている感じがする。選挙が終わらないと経済対策の効果が出にくいのではないかと。
		テーマパーク（職員）	・景気はすぐには良くならない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が薄利多売に向かっている。
		理美容室（経営者）	・総理は農業所得を上げるといっているが、農村部での客との話では、上がらないだろうとの声がある。
		美顔美容室（経営者）	・夏休みで出費が増え、また子供が家にいるため来店が減る。
		美容室（経営者）	・現状はボーナス等の臨時収入で景気が上向いているだけである。
		美容室（経営者）	・不景気で将来が不安である。
		住宅販売会社（経営者）	・食品の値上がり等でローンに充てる金額が少なくなるため、家を購入しにくい。
	悪くなる	美容室（経営者）	・高齢者の客が多いため、これから夏に向かい外出を控え、一段と悪くなる。
		理容室（経営者）	・物価が上がるという話がちらほら出ているが、景気が良くなるとはまだ思えない。
		設計事務所（経営者）	・案件の極端な減少、単価に対する酷い査定など、ここ4～5年のなかでは最悪の状況である。
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）	・為替も株価も変動するのは当たり前であり、根本の部分では明るさを取り戻しつつあると感じられる。生活者の景気回復への期待感が、活発な消費動向につながることを大いに期待したい。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み受注を狙って広告投資が活発になりそうであり、住宅関連企業からの受注が増加する見込みである。
		化学工業（総務秘書）	・参議院選挙でねじれが解消されるのを見届けて景気は上向く。消費税増税後はある程度批判が出るだろうが、その必要性や中期的な財政再建プランを分かりやすく説明できれば、好景気は維持できるのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・若干ではあるが、自動車関係、電気関係で景気の回復が感じられる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・極端な円高状態が解消されたため、商品価格が適切な状態になっている。これまで設備投資を控えていた携帯電話、ノートパソコンなどのEMS（電子機器受託製造サービス）ユーザーが、凍結していたプロジェクトを復活させたり、古い設備の更新を積極的に進めている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・海外において強気の受注予測の地域が多く、年末にかけての売上増が期待できる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・選挙が終わって景気浮揚策が効果を現すと期待している。
		建設業（経営者）	・若干の懸念材料はあるが、そのまま上昇気味に推移すると思われる。ただし、消費税増税で景気が腰折れする可能性は大である。
		輸送業（エリア担当）	・円安傾向で為替が安定し、競争力が上がり中部地区の製造業から出荷が増加する。
		輸送業（エリア担当）	・到着量の伸びに対し、現有戦力での対応は難しく、新規に人材を募集している。しかし、急な募集が集まりにくく、時給を大幅に上げてでも人材を募集している。
		金融業（従業員）	・自動車産業の大手においては、景気は上向きと従業員や役員が知っている。子会社になると、まだ目にみえるものはさほどなく、景気が良くなっている状況は掴めない。
		金融業（企画担当）	・参議院選挙での与党の勝利による国会のねじれ解消で、アベノミクスの成長戦略の実現性が高まると期待され、株高となって個人の資産効果による消費拡大が見込まれる。

	金融業（法人営業担当）	・自動車メーカーの想定レートを上回る円安を背景に、今後も自動車・同関連部品の生産が増加するとみられる。
	不動産業（開発担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待される。
	企業広告制作業（経営者）	・参議院選挙までは景気回復のムードは続くと思われる。メディアによる報道の影響が大きい。
	経営コンサルタント	・円安、株価高による効果が、日銀によるETF（上場投資信託）、リート（不動産投資法人投資口）等の買上によって今後も続けば、景気が持ち直すかもしれない。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・短期や長期の案件があって、当面忙しい。
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・景気回復への期待感ばかりが大きく、実態として回復とはほど遠い状況は、あまり変わらない。
	化学工業（人事担当）	・企業の業績が良くなっているといっても為替相場の影響で今後どのようになるか分からない。給与についても大幅に昇給した会社はわずかである。それらの動向次第で上にも下にも動くので、変わらないと見込んでいる。
	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工数の推移による。
	鉄鋼業（経営者）	・秋口から仕事が出るという「噂」はあるが、具体的な仕事が決まっているわけではなく、客からは「先がみえない」という声しか聞こえない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも少なく、それほど変化はないと考える。
	金属製品製造業（従業員）	・今年度の物件動向がまだ見通せないので、楽観はできない。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・上半期は、受注量、販売量とも高めの水準を維持しながら推移している。
	電気機械器具製造業	・大企業ではこの夏のボーナスが前年比大幅増との報道が多いようだが、中小では大幅減あるいはゼロのところも見受けられる。経済の実態として、現段階では景気が良いとはいえないのではないか。
	電気機械器具製造業（経営者）	・新規の金型等の話も客先から聞かず、ここ2～3か月では状況は変わらない。為替がまだまだ不安定で、今後の相場次第でどう転ぶのかが分からない。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産スケジュール上、しばらく上向きが続く。
	建設業（営業担当）	・下水道の整備が進めば浄化槽等の仕事が減ってくる。減少するなかでどれだけ仕事ができるかであり、今は上向き下向きの判断はできない。
	輸送業（経営者）	・発注をみると、景気の上向きを当て込んだものがない。
	輸送業（従業員）	・景気好転ムードが沈静化し回復の実感が伴っていない。トラック業界は、燃料価格の高止まりで苦しい経営が続いている。燃料価格の荷主への転嫁が、一部荷主までにとどまっている。先行きが全く不透明である。
	輸送業（エリア担当）	・主要な客先によっては異なるが、荷動きがなぜか緩慢で、耳よりで良い話は聞こえてこない。
	輸送業（エリア担当）	・売上が伸びる会社は、これまで円高の影響を受けていたところだけで、輸入企業では無理である。一方で、輸出は伸びてこないため国全体の利益は上がらず、いかに支出を削るかで四苦八苦している現状である。どの会社でも利益を生むのではなく削り出すことを続けている。
	通信会社（法人営業担当）	・3本の矢・成長戦略が効果を発揮するのはまだまだ遠い先と感じる。それにもかかわらず、年明けの消費税の増税、景気が回復する前に直接家計に響く諸物価の上昇などが心配される。
	不動産業（経営者）	・アベノミクスといわれているが、具体的な効果と身の回りへの波及は感じられない。一時的な経済イベントに終わらないように願いたい。
	不動産業（管理担当）	・名古屋駅前地区の開発案件が多くなっており、事務所の引き合いもあるが、これ以上は開発案件が増える見込みがない。
	広告代理店（制作担当）	・景気が良いのは一部の企業だけで、数か月後の新規受注の予定もあまり出てきていない。
	行政書士	・全体的には変わらないと思うが、建設資材や住宅部材を運ぶ業者は、名古屋駅周辺の建設などで年内は忙しいといっている。
公認会計士	・住宅ローン金利などの長期金利が上がると、中小企業の金利負担が増加し、一段と収益性が厳しくなる。また、円安による原材料高や燃料高が中小企業の収益性を悪化させる。	
会計事務所（社会保険労務士）	・株や為替の動向に一喜一憂しながら、堂々巡りが続いている。	

	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・受注量は上がったたり下がったりの繰り返しで推移しそうな気がする。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・全体的には金融緩和によって安心感と株価高をもたらす良い環境が続くが、利益が出るのはまだ先で、給料が上がるには、まだまだ半年以上の時間が必要である。	
やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・中部地区では段ボールの販売競争で価格低下が見受けられる。取引先からの見積依頼もその多くは既存製品の価格見直しであり、新規品の見積依頼は少ない状態である。	
	印刷業（営業担当）	・自分の会社、協力会社、客先のすべてが悪い状態である。末端をみると相当良くない。ここに目を向けず、何をもって景気が良くなったといっているのか分からない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・円の先行きが不透明で悪化の方向が考えられる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の景気見通しがあまり良くなく、受注量が減り、売上が落ちる。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・スマートフォンの普及も一因として、若者のネット社会に新聞は対応しきれていない。新聞から情報を入手しようとする人は確実に減っている。	
	会計事務所（職員）	・最近の景気動向は、政府の誘導策だけでなく世界の状況に左右されるようになってきている。中小企業にも直接影響するわけでないが、大手企業を通じて余波を受けることは確実である。	
悪くなる	—	—	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・急激な株価上昇があったため売りが先行するなど変動はあるが、取引先の見通しには、緩やかな上昇を期待する発言が多い。
(東海)	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・関東の自動車系顧客で、凍結していたプロジェクトが再開しつつあるとの情報等がある。
		人材派遣会社（社員）	・NISA（少額投資非課税制度）需要に関連した証券業界の活況が見込まれる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・為替の影響を受けるが、今後も状況的には良い方向に進むと予想する。
		職業安定所（職員）	・新規求人は前年同月比で少し増加している。事業主都合による離職者も減少を続けているため、時間はかかるが少しずつ良くなる。
		職業安定所（職員）	・前年と比べ、新規学校卒業者の求人予定の事業所も多くなっており改善が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・期待を込めてであるが中小企業の支援がキーポイントと考えられる。中小企業では景気の回復はまだ実感できておらず、今後の中小企業の動向が、全体的な景気回復を左右すると考える。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・語学等に特化した学部・専攻の出身でも一般採用されるケースが増えている印象があり、底上げ的な雇用回復の兆しを感じる。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・ハローワークに求人を出しても、求職者が出てこない。Webで広告を出しても、応募者は40～50代が多く、求人とのミスマッチが続いている。
		人材派遣会社（社員）	・2～3か月先の予約状況があまり良くない。例年に比べても良くない。
		人材派遣会社（社員）	・求人企業の正社員採用（中途採用）は引き続き堅調に推移している。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連など製造業での特需でここしばらくは増加したが、先行きは横ばいであろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・期待につながるような大きな材料があまりない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・唯一良かった株価も下がり（戻り）、中小企業には恩恵はなく、消費税増税や商品値上げなどマイナス要因も多く不透明で危険な状況といえる。
		職業安定所（職員）	・新規進出企業からも充足可能性の相談がある一方で、20～30人規模の企業整理についての相談もあり、景気が上向くと判断するには、今しばらく様子を見る必要がある。
		職業安定所（職員）	・景気動向は一部で改善との報道はあるものの、中小零細企業については、まだまだ仕事量の増加に至ってはいない。
		職業安定所（職員）	・株価と為替が少し落ち着いている状況ではあるが、製造業の求人に伸びがみられない。参議院選挙の結果によっては状況が変わる可能性もあり、様子見であると思われる。
		職業安定所（職員）	・求人数が伸び悩んでいる。また、正社員の求人数も増加していない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・転職希望者の動きにはそれほど大きな変化がみられず、求人企業とのミスマッチがあり、採用数が増えてきている感がみられない。

やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・身の回りの景気としては、客先のシステム更改プロジェクトの終了と直近3か月に派遣契約から直接雇用への切替えが発生するため、やや悪化することが予想される。
悪くなる	—	—