

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）	・不動産屋からは、景気が良くなってきたという声を聞いている。
		百貨店（販売促進担当）	・景気が上向きになって半年ほど経過し、今後、好景気が本格的に消費に反映されてくる。
スーパー（経営者）		・当地は遷宮バブルの様相を呈している。	
住関連専門店（営業担当）		・住宅、一般民間建築工事ともに、消費税増税前の来年3月末に完成しようと、9月までに契約する受注がかなり入っている。一方、それ以後に少なくなるのが心配される。	
やや良くなる		商店街（代表者）	・アベノミクスにより一部の企業には上昇気流がみられる。小売・販売関係はそこまで至っていないが、購買意欲はみられる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・業績が好調な企業が多く、これから良くなるという期待感がある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月上旬が遷宮の本番で、そのあたりが参拝客のピークとなる。
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセールを延長しているが、そこで良い商品があれば買う客もいるし、サイズの不揃いなどで定番商品を勧めると購入する客が多い。売り逃しはなく購買欲のある客が多く、売上目標も達成している。
		スーパー（経営者）	・円安は続き、自動車、部品関係の輸出が伸びる。国内景気では、消費税が上がることは確実で、その前に少々高額な商品が買われている。思ったほど消費は伸びていないが、輸出が増加したり、介護と医療関係で需要が伸び人の採用が増えてくることは良いことである。3か月先の景気も、徐々に良くなっていく。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が、少しあるかもしれない。
		スーパー（総務担当）	・お盆期間中、高額な手土産商品の進物品は売れなかったが、売上全体では前年比110%となっている。
		コンビニ（企画担当）	・T P P（環太平洋パートナーシップ協定）により、今よりは規制が減り、人やものやお金の動きがよくなる。
		家電量販店（店員）	・消費税の増税を踏まえ、事前に購入する客が増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・待望の新型車投入が10月にある。来年の消費税増税もあることで市場も活気付く。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が始まるため、瞬間的には今より良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・異常な気象が一段落してさわやかな気候になれば、今は不安になっている国民も財布のひもが緩んでくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響で駆け込み需要が発生する。
		乗用車販売店（販売担当）	・フルモデルチェンジの車が2～3車種デビューするため、年末にかけて期待できる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費マインドは悪くなく、年末に向けて良い雰囲気である。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・金製品がよく出るようになっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・来年の消費税増税に向けて買物客が多くなる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・食欲の秋に期待している。
		都市型ホテル（経理担当）	・式年遷宮の関係で宿泊人員が増加する。
		旅行代理店（経営者）	・9月の消費税の議論、オリンピック開催地の決定などが影響すると思うが、景気は少しは良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・12月末までホームケアセットのキャンペーンで、単価の大きいセット商品の販売がある。
		美容室（経営者）	・7、8月は暑さの影響で業績が悪かった。これから寒くなるまでの陽気がいい時期に客が来てくれることを期待している。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・夏季の減収がピークを過ぎる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・秋になり気候が良くなれば、外出用品の需要が高まる。

	住宅販売会社（従業員）	・住宅販売は、資材の単価が高騰しているため薄利多売となっているが、今のところは好調と考える。先々の消費税増税が、好調さの要因になっていると思うが、増税が正式に決定したあとの4月以降の動向、もしくは増税しなかった時の冷え込みが不安である。
	その他住宅〔室内装飾品〕（経営者）	・今月はお盆過ぎから多数の引き合いが来ている。来月以降の売上に期待ができそうである。
変わらない	商店街（代表者）	・6月ぐらゐから続く客単価の低下傾向は、今後も続くと思われ。
	商店街（代表者）	・企業の挨拶時の手土産が増えないと、販売量、売上高の増加につながらない。
	商店街（代表者）	・涼しくなれば売上もやや上がってくるが、景気が良いとまではいえないので、今と変わらない状態が続く。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・全体的に景気が良いといわれているが、地方には良くなる雰囲気がない。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・来年3月までは増加状況が続く。まち全体に活気のある状況が広がっている。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税率は上がるであろうし、給料はなかなか上がる気配はない。ますます財布のひもは固くなる。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・暑い日がまだ続いているが、これからは台風シーズンであり、最近の降雨も異常で予測がつかない。秋に向かって、多少は気候的にも過ごしやすくなるので、売上が増えるようセールなどに力を入れる。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・一部の客での増加によって全体で見ると売上が変わらない状況となっているが、マイナスの客がたかさんいる。先行き考えても年間を通してほぼ変わらないバランス状態となっているが、客の二極化が進みすぎている。
	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・これまでの傾向として消費税の動向に買物動向も連動しており、消費税増税が議論されている間は、様子見の傾向が続く。
	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）	・アベノミクスの今後の予定がまだ不透明であるため、どちらの方向に向かうのかわからない。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税を控えても、様子見で駆け込み需要がみられない。財布のひもは緩まない。
	百貨店（企画担当）	・春頃にはやや景気の上向き感が感じられたが、7月以降は勢いが感じられなくなっている。購買率が上がらない傾向にあり、来客数は前年を上回っていても、売上が前年を超えない。
	百貨店（販売担当）	・当地の景気は今のところ上り調子であり、今後も株価の大暴落や急な円高にならない限り、消費税率引き上げまでは、安定した状況が続く。
	百貨店（経営企画担当）	・ここまでかなりの伸びで高額消費が続いており、その動きもそろそろ一旦鈍化するのではないかと想定している。
	百貨店（販売担当）	・値上がりするものが多くなり、先々消費税増税の心配はあるが、今のところ変わらない。
	百貨店（販売担当）	・秋物の販売が始まったが、出だしの動きは悪い。
	スーパー（店長）	・可処分所得が上がりつつも、節約傾向が身についていて、食品への支出は回復しない。
	スーパー（店長）	・今後色々な商品の値上げが続く。メーカーの値上げについては徐々に進んでいる状況である。来年に向けて、特に消費税関連のものは、大きく変化してくる。どこまで値上げできるかによって、景気の先行きは変わってくる。
	スーパー（店長）	・9月～10月も一部の食品の値上げが控えており、値上げとともに、マスコミが「値上げ」と声高にアピールする影響で、消費者の購買行動が委縮する。
	スーパー（店員）	・競合店もでき、見通しとしては苦しい。
	スーパー（営業担当）	・夏休みの需要が終わり財布のひもを締めにかかる。消費税論議がどうなるかで消費マインドも変化するであろうが、増税の機運がみられるなか、景気浮揚は難しそうである。
	スーパー（商品開発担当）	・前年に比べて特に目立った動きが確認できない。
スーパー（販売担当）	・景気が上向きになる良い材料がない。	
コンビニ（店長）	・猛暑で良く売れる飲料が売上を押し上げているが、景気全体を押し上げてはいない。消費税の増税も近づいており、特需に期待はしたいが、売ることよりも、一時的な対応に心配がある。	
コンビニ（エリア担当）	・今後も必要なもの以外は買わない傾向が、当面継続すると思う。	
コンビニ（エリア担当）	・安心・安全で美味しい商品の開発が必須と考えるが、それには時間が必要である。	

コンビニ（店長）	・涼しくなり、人出が増えてくると客の購買意欲が高まり、多少良くなる。
コンビニ（店長）	・最近の客の動きをみていると、特に変わった様子はみられない。余計なものは買わない、夜遅くまで出歩かないという行動を徹底している。
コンビニ（商品開発担当）	・景気回復の様子がうかがえず、2、3か月先では来客数と客単価は上昇しない。
衣料品専門店（経営者）	・流行よりも目的や実用性で買う人の方が多い。物価がますます上昇しているため、財布のひもは一層固くなる。
衣料品専門店（販売企画担当）	・日本製のものが動き出しているため、客単価が上がってきている。一方、販売量は少し落ちている。
乗用車販売店（営業担当）	・景気が良くなっている人と、悪くなっていると話す人が半々くらいであり、どちらともいえない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素はみられず、景気が回復しても給料が上がる感じがしない。
乗用車販売店（従業員）	・将来について明るい材料があるわけではない。今のところ何ともいえない。将来的にはまだわからない。
乗用車販売店（従業員）	・新車の販売もなく、増販が見込める要素がない。販売台数を維持するために、大幅値引きや高く下取りすることで何とか新車を販売しているのが現状である。
乗用車販売店（従業員）	・客との話のなかで、身の回りの物価は段々と上がってくるが、収入は全然増えないとよく聞く。生活に余裕がなくなることは新車販売に大きく影響するので、今の状況が続くのは厳しいと感じる。
乗用車販売店（経理担当）	・新型車が発売開始となり期待感はある。反面、新型に注目が集まり既存車の売行きが落ちてしまうので不安も残る。
その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・売上高は前年比2.0%プラスで、来客数は前年比8.9%のマイナスである。景況判断の参考としている数値は売上高ではあるものの、来客数の落ち込み幅は、この10年間で最大となっている。
高級レストラン（役員）	・いよいよ消費税の方向性が決定されるにあたって、消費者の購買意識は保守的に動くと思われる。
一般レストラン（従業員）	・庶民の憩いの場である街なかの居酒屋では、アベノミクスの実感は全くない。
スナック（経営者）	・物価が徐々に上昇してきており、来年度からの消費税率アップ等を考えると、消費者は財布のひもを緩めようがない。飲食代は削られる方向に進む。景気が良くならない限り、まずは生き残るのに必死である。
スナック（経営者）	・年配の客が多く、海外の問題や消費税問題と明るくはないニュースがあるなかで、期待はできない。
観光型ホテル（経営者）	・宿泊者数は5～6%伸びているが、昼食・夕食は10%の減少傾向にある。昼食・夕食といった会食需要は地域経済が影響する。宿泊客は関東や関西から来るが、会食は地元や中部圏の客を中心とするため、地方では景気回復が遅れている気がする。
観光型ホテル（販売担当）	・2～3か月先も今と変わらず景気が良くなる材料は見当たらない。特に一般宴会の予約状況が悪く、さらに消費税増税の有無や税制の内容がつかめないなかで、我々の業界でも周りの出方を様子見する状況で、それぞれがこれから先の対応に苦悩している。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと判断している。
都市型ホテル（支配人）	・先の宿泊予約の取り込みペースが遅い。宴会予約も動きが鈍い。
旅行代理店（経営者）	・天候の関係や石油価格の動向によるので今後の予測は難しいが、まだまだ、今の状況が続くのではないかと思う。
旅行代理店（経営者）	・今年も残り4カ月というなかで、先行きは、わからない様子である。
旅行代理店（従業員）	・中流家庭や中小企業が上向きにならないと旅行需要は劇的に増えない。また、アジア諸国への渡航が増えないと業績も良くならない。今のところ旅行需要が増える要素が乏しいため、景気はやや悪い状況がしばらくは継続する。
旅行代理店（従業員）	・シリア情勢によって景気の動向は変わってくる。原油、ガソリン価格が上がると旅行者も減る。
タクシー運転手	・今の情勢でいくと、このまま横ばいで推移する。
通信会社（サービス担当）	・期間限定割引が終了すると新規申込は減るが、キャンペーンが継続されれば今と変わらない。
通信会社（営業担当）	・今の状態が、当面は続くと思う。景気が回復するため、新たな通信サービスの登場を期待したいが、今のところ見当たらない。
テーマパーク（職員）	・大都市圏からの集客が今一つ増えておらず、今後の苦戦が予想される。

	観光名所（案内係）	・ガソリン等の価格がこれから安くなるという目処が立たないなかで、良くなる企業はない。
	ゴルフ場（企画担当）	・8、9月の暑い時期が終わり10月はゴルフシーズンに入るが、10月の入場者予約数は前年をわずかに上回っている程度である。これから2、3か月先は今とあまり変わらず推移するとみている。
	設計事務所（職員）	・官庁の仕事では平成25年度の建設単価が非常に高くなっている。人件費等に反映されればと思っているが、反映されるのはかなり先になる。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税まで、駆け込み需要で横ばいが続くと思われる。
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・例年は年末に近づくほど客の動きは悪くなるため、この先好転するとは思えない。
やや悪くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・販売価格や小売物価が上がっても、それに合わせて手取り給与が上がるわけでないため、財布のひもは固くなる。この先景気が良くなるとは思えない。
	一般小売店〔書店〕（経営者）	・書店業界では、8月は1月に次いで売上が伸びる月であるが、いま一つ売上が伸びない。ずっと期待していた割には、以前のような売上が確保できなくなり、まだまだ厳しい状況が続く。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・客の金の使い方はますます賢くなっている。使い方にメリハリをつけるので飲食店の経営はさらに難しくなっている。人出があっても続かないのが現状である。景気の良い業種もあるかもしれないが、飲食店においては、そこからの良い影響を受けていない。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・春から原材料の値上げが続いているが、販売価格をなかなか値上げできない。9～10月から小麦粉をはじめ再値上げの連絡が来ている。働く人の給与は上がっておらず、この値上げでさらに景気が悪くなる。
	百貨店（経理担当）	・厳しい残暑が予想され、秋物衣料品の動きも鈍くなる。客の来店を促すような販促策を仕掛けなければ、今後も厳しい状況が続く。
	百貨店（経理担当）	・政府の消費税増税の最終判断結果によるが、平成26年4月より増税が実施される可能性が高いと考える消費者が多く、年明けからの駆け込み需要前に、一旦買い控えが生じるものと考えられる。
	百貨店（営業企画担当）	・国際情勢の不安定さを受け、高額商品の動きが鈍化することが懸念される。高額商品の動きが悪くなると売上減少に直結する状況であるため、今後景気はやや悪くなると考える。
	スーパー（経営者）	・前年同期を若干上回る小売店も出ているが、総じてじり貧状態から抜け出していない。特に飲食店は悪い。
	スーパー（店員）	・商品を入れるトレーの卸価格上昇など値上げラッシュが続いている。企業努力だけではさすがに限界があり、値上げをせざるを得ない状況にきている。しかし、消費者も値上げには敏感に反応する。
	スーパー（販売促進担当）	・競合店のオープンが11月にも控えており、今期は前年実績をクリアするのは難しい。
	スーパー（営業企画）	・消費税率引上げに関する報道が増えるにつれて、消費に関する心理的な防衛意識が働き、日常の買物にも節約傾向が表れる。
	コンビニ（エリア担当）	・客の購買意識の向上を期待できるような材料がないうえ、電気料金値上げや最低賃金引上げによる人件費の増大で、コンビニ店ではひと月およそ10万円の稼ぎが減ってしまうため、様々な取組へのモチベーションが上がらない。
	コンビニ（エリア担当）	・競争店ができて、客数がさらに厳しくなる。また、弁当やドリンクも高いものは売れなくなってきており、それだけ金を自由に使ってもらえない状況では、景気の先行きは厳しい。
	コンビニ（店長）	・ガソリン等の値上がりにより、財布のひもがさらに固くなっている。
	家電量販店（店員）	・猛暑の影響でエアコンの買換え等出費がかさんだ反動等で、消費はしばらく冷え込むのではないかと。
家電量販店（店員）	・夏が過ぎて在庫も一掃された。海外の景気は今一つで、海外に依存する日本経済もそれで終わりである。アベノミクスも真価が問われる。	
乗用車販売店（経営者）	・政府の景気対策も勢いを失い、景気に停滞感が現れ出したように思われる。	

		乗用車販売店（従業員）	・決算期に向けて各社がキャンペーンを打つが、問題は消費者にどこまで響くかである。最近ハイブリッド車が人気だが、ランニングコストとトータルで損得を考える客が増えているため、単に燃費が良いだけの車は売れなくなってきている。客のニーズにいかにか沿えるかが鍵となるが、模索状態の現状では厳しい状況がしばらく続く。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・店舗においては、この手があつたというような、具体的な案がない。
		一般レストラン（経営者）	・ガソリンが徐々に値上がりしている。生活必需品が値上がりすると、外食等にまで金がまわらない。
		都市型ホテル（経営者）	・景気に対する期待感がまだ先行しており、実態が伴っていない。
		都市型ホテル（営業担当）	・消費税の増税を前に予約は多くなるが、その後の反動を加味すると悪くなっていくと思われる。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は年末から減り始め、一方で物価上昇が浸透すると財布のひもは、ますます固くなる。海外からの旅行者への販売やサービスは盛り上がるだろうが、それに乗り遅れると経済的には悪くなっていく。
		旅行代理店（経営者）	・円高に歯止めがかかって業績が向上するのは大手企業だけであり、中小企業はその逆である。新たな景気浮揚策が出てこない限り、景気は悪化する。
		通信会社（企画担当）	・消費税の増税がちらほら見え始め、ガソリン価格の上昇もあいまって、しばらくは節約ムードが広がっていく。
		通信会社（営業担当）	・9月決算期に向けて活発であった動きがとまる。
		テーマパーク（経営企画担当）	・アベノミクスの効果が実感できない。消費税増税も懸念される。
		パチンコ店（経営者）	・遊技業界では、低価格販売が固定されてきている。
		理美容室（経営者）	・客との話では、色々なものの価格が上がり、だんだん生活が苦しくなるようである。
		美容室（経営者）	・今月は夏休みやボーナス消費など色々な面で金を使うことが多かったが、これから年末にかけてはそうではなくなる。
		設計事務所（経営者）	・景気が良くなる気配は微塵もない。設計事務所に依頼する個人住宅に関しては、特に動きがない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。各メーカーでキャンペーンなどを打つであろうが、年明けまで低調に推移すると思われる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・問い合わせは増えているが契約には至っておらず、アベノミクスに期待感が高まるものの、実際の景気回復には時間がかかる。
	悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税の増税が決まれば、景気が冷え込む。
		テーマパーク（職員）	・日本人観光客が伸び悩んでいる。
		美容室（経営者）	・将来の不安や老後のことを考え、金を使わなくなっている。アベノミクスは個人的には全く影響がない。
		理容室（経営者）	・景気が良くなるとは思えない。消費税増税の話が出てきて、みんなの財布のひもが固くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・客が消費税議論の動向をみている様子で、売上が今一つである。
企業 動向 関連  (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の増加による。
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・景気が上向き感じはするものの、実態が伴わず、期待疲れが心配される。ボーナス支給額の大幅増に期待する。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末年始に向けて、広告掲載が増える時期である。
		化学工業（総務秘書）	・消費増税の議論がメディアをにぎわしているが、識者や世論がおおむね受け入れる覚悟をしており、駆け込み消費が目に見えて起こる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・今月末から新素材開発に協力して進めていた客の設備が稼働するため、新規需要が見込める。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・秋以降に発表される成長戦略次第ではあるが、实体经济も動き始めているので、大きな外部要因がない限り、経済状況も順調に推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて、パチンコ業界が新店・設備投資に力を入れるということで、受注量が増える。
		輸送業（従業員）	・4月以降の荷動きが増加し、前年同期を上回っている。景気のパロメーターである求人倍率が上がり、ドライバーの応募者が減っている。例年、年末は繁忙となるが、この繁忙期での欠員が心配される。また、原油価格の高騰でトラックの燃料費が大幅にアップし、経営を圧迫する要因となっている。

	輸送業（エリア担当）	・通販市場へはまだ参入したばかりであり、これから体制を整えながら発着量ともに伸ばしていく。
	通信会社（法人営業担当）	・希望的観測も踏まえて、景気が良くなってもらいたい。庶民は必死で頑張っている。政治家の仕事に期待をする。政治主導と唱えるなら、政治家の意識改革があるべきではないか。目の覚めるような強力なリーダーシップが今こそ必要である。
	金融業（従業員）	・業種によって良いところも、良さが出ていないところもある。今後は、悪くなるより多少は良くなる方向に向く。
	金融業（法人営業担当）	・消費税率の引上げを見越しての個人住宅投資が増加しているほか、自動車関連部品メーカーの従業員の残業代が増加し、個人消費も堅調に推移するとみられる。
	企業広告制作業（経営者）	・ムードばかりでなく賃金を実質的に上らなければ、大きくは変わらない。冬のボーナスに関して、今の段階から楽観的な見通しを宣言すべきである。
	経営コンサルタント	・法人による不動産の取得や売買の動きが盛んになってきている。法人を関係とした商業地では強気の地価の予測もあり、景気は多少上向きになってくる。
	会計事務所（社会保険労務士）	・消費税増税に備え、駆け込み消費が増えるのではないかと。耐久消費財や高額な機械の購入を前倒しで検討する会社が見られる。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・季節的要因とともに、販売努力が少しは報われると期待している。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国の動向が鍵になる。日本との関係がギクシャクしている面が、輸出品の足止めなど停滞を引き起こしている。金融面では引き続き、緩やかにしてもらいたい。
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・例年は秋の特需があり、受注、販売が活発になる時期であるが、今年は取引先で特需の雰囲気は全くなく、現在のまま推移する。
	化学工業（人事担当）	・外部環境の不確定要素が高く方向性がわからない。為替相場だけでなく、オリンピック開催地がどこに決まるか、シリア情勢等により方向性が大きく変わるため、庶民は安心して購買に動くことができない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも横ばいで、それほど良くなるとは考えられない。
	金属製品製造業（従業員）	・多少は忙しくなるだろうが、納期がなくなって忙しいだけかもしれない。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・円安、株価高による特需にはもう期待できない。また、スマートフォンやパソコンは廉価版が売上を伸ばしているため、大手EMS（電子機器受託製造サービス）各社の設備投資に対する値引き要求は、さらに苛烈になることが予想される。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・年内の受注量は、大きな変動がない。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先では設備投資の増加がしばらく続く。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・4月から7月にかけては自動車部品の注文が2割くらい増えたが、10月、11月は7月と変わらない程度の発注数になると、完成車メーカーから聞いている。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・下期予算をみると、上期から大きな変動がない。
	建設業（営業担当）	・下水道への切替に伴い清掃請負の解約が進んでいるが、大きい店舗で工事が忙しく切替がうまくできず、引き続き発注というところがある。今ある受注先のすべてが、急に下水道に切り替わることはない。
	輸送業（経営者）	・新興国の伸び率が鈍化といわれているが、いまだに日本以上の伸びが予測され海外需要は増えると思われる。それに伴い、国内での消費意欲も、引き続き現状を維持するものと思われる。
	輸送業（エリア担当）	・景気が回復しているようだが、一部の企業に留まっている。
	輸送業（エリア担当）	・荷物の動きは少し増えてきているが、燃料価格が高止まりして下がる気配がない。
	輸送業（エリア担当）	・産業活動の元となる油が売れず、一般消費者が油を使わない状況がすべて密接に絡んでくる。取り扱う荷物量は前年よりも増えているが、これが景気回復によるものかは判断できない。産業界も一般消費者も、新しい需要が生まれていない感じがする。景気は横ばいである。
	金融業（企画担当）	・アメリカの景気回復がやや鈍化し、新興国の停滞、国内では消費税の動きが不明確なことから、個人も法人も様子見が広がっている。当面は、現状の景気が継続すると思われる。
	不動産業（経営者）	・現状維持が課題であるが、故に早急な変化は考えにくい。

		不動産業（管理担当）	・アベノミクスの効果が表れているのが業種的には限定的で、不動産業界にはまだない。
		広告代理店（制作担当）	・多少の新規受注はあるが受注量としては少ないため、全体的にはほとんど変わらないという状態が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新築住宅に入居する若い年代層には、新聞を購読してもらうのが極めて難しい。
		行政書士	・物流業者は燃料高騰でも転嫁できるところがなく、景気が良いとはいえない。
		公認会計士	・景気が上向きになったとはいえ、かなりひどい状態から少しひどい状態に戻っただけである。中小企業向けの景気対策が不足している。消費税増税を控えて、本格的な景気回復はまだ先と考えられる。
		会計事務所（職員）	・円安、円高どちらも好まない日本にとっては内需拡大しかなく、政府の予算が手一杯の状況では、現状から変わりようがない。
	やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・段ボールなど梱包資材について、数か月先の受注量の内示はマイナスである。中部圏では同業者全体の販売量がマイナス傾向であることとその原因が明確でないことから、景気は悪くなると思われる。
		印刷業（営業担当）	・景気が良くなる兆しは全くみえていない。ここ何年間、ちょっとずつ悪くなっている。さらに消費税増税で今後影響が出てくるかもしれない。中小企業を中心にみると、良いところは全くない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の回復等がみられないなかで、鉄鋼メーカーの値上げが実施されようとしている。かなり強硬に実施された場合、価格の問題が生じ、仕事の受注量に影響する。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・本来は下期に向けて案件がみえてくる時期であるが、具体的な案件がない。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・中小企業の受注や販売を守る施策がないと、大手企業のみ利益を上げ中小企業は細っていく構図ばかりが大きく進行する。大多数を占める中小零細企業の雇用と仕事量を確保できる仕組みがないと、国内産業自体の衰退にしかつながらない。
		電気機械器具製造業	・受注量や売上高が増加しても利益が伸びない状況が続き、会社も社員も疲弊しつつある。もうすぐ明るい未来が来ると鼓舞するのも限界にきている。
		建設業（経営者）	・景気全般に持ち直しの動きがあるが弱含みであり、消費税増税による腰折れは確実と思われる。手続きの面で様々な問題があるとしても、1%毎の増税など考慮する必要がある。
雇用関連	良くなる	—	—
(東海)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今後も、派遣法改正の動き、「今後の労働者派遣制度の在り方に関する研究会」の動向が影響する。
		人材派遣会社（社員）	・先月、今月と悪かったので先行きは良くなり、予約状況も例年並みになっている。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣先企業からは、増員での依頼割合が全体の40%を占めるなど景気回復の雇用への波及効果がみられるため、しばらくは回復傾向は続くものと考えられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・工場の間接部門では純増員で求人数が増えており、しばらくは生産関係の好調さが続くかと考えている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・アウトソーシング先では、今後も輸出増加が見込まれ生産台数は増加傾向にあるが、求人募集数に対する採用数が足りないため、人材確保に悩まれている。
		職業安定所（職員）	・派遣、請負関係と建設関係業種での求人数が、依然として増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・劇的に良くなることはないが、消費税増税前の駆け込み需要等も含めて消費が増えると思われる。その結果、景気が良くなったという感触は得られるのではないかと思う。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比較して、この時期に再エントリーの受付を開始した企業が増えていることから、雇用の回復を感じる。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・シリア情勢など先行きの不安材料はありながらも、個別業種や企業への影響は小さいと予想する。
		人材派遣会社（経営者）	・人材派遣のオーダーはあるが、要望がピンポイントのため適した人材が紹介できず、客の判断で弾かれる状態が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・求人企業からは、引き続き正社員採用での求人が増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	・円安感が一段落した今、日本経済を支える製造業において明るいニュースもなく、伸びる感じがしない。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復につながるような前向きな材料が少ない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気としては本格的な好況とはまだいえず、消費税増税となれば悪化が懸念される。

	職業安定所（職員）	・ 求人は増加傾向にあるが、製造業を中心に海外へ流出した仕事が国内に戻るのには難しいという声が多い。先行きに不安を抱えている企業が多く、景気が良くなるという判断はまだできない。
	職業安定所（職員）	・ 管内には中小企業が多いため、仕事は若干増えているが収益が伴っておらず、まだ現状維持が続くとみられる。
	職業安定所（職員）	・ 求職者数は徐々にではあるが減少しているが、求人数は増加していない。
	職業安定所（職員）	・ 製造業を離職する人が一定数を占めるなかで、製造関係の求人が増加するかどうか、求職者希望の職種転換等がスムーズに進むかなど、まだ不透明な状況にある。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 求人件数は、企業の業績の動きから今後も増強の動きがみられると思うが、転職希望者の動きはそれほど変わらないと思われる。最近では建築業界で積極的な採用の動きがみられるが、決定件数はそれほど上向いていない。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・ 求人広告やそれ以外の広告も同様であるが、増えてはいないが減っているわけでもない。求職者が求めている仕事と募集内容が一致していない。
やや悪くなる	—	—
悪くなる	職業安定所（職員）	・ 中小企業では価格転換が進まず経営状態が悪く、今後予定される消費税増税に伴って倒産が増える。障害者の雇用率改定、消費税に伴う駆け込み需要などの特殊要因で跳ね上がった求人倍率は、一挙に低下に向かう。