

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)	・来年3月までは今の勢いが途切れずに続く。
		百貨店（販売促進担当）	・秋になって消費税増税前の駆け込み需要が加速する。
		スーパー（経営者）	・式年遷宮を経て新年へと向かい、来客数は間違いなく増加する。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・1人当たり客単価が上昇してきているので良くなる。また、東京オリンピック開催決定も、景気上昇の引き金になる。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的な動きが、少し前向きになってきている。販売台数も利益率も、少し良くなっていく。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税を前に、金額の大きな新築やリフォーム工事、商業施設の改装等の需要も出てきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客には購買意欲がみられる。販売量が徐々に増えてくるとみられ、景気も良くなっていく。
		商店街（代表者）	・今後、消費税対応の需要が見込める。また、地デジ化した時の薄型テレビがそろそろ買換え時期を向かえ、買換え需要が見込める。
		商店街（代表者）	・とにかく今月が悪すぎたことと、例年秋は受注量が比較的多い時期であることから、少しは良くなる。
		商店街（代表者）	・気候が寒くなってくると、商品が動き始めるため良くなる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・景況感が好転している。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・今以上良くなることは想像し難いが、外宮前が当地の新しい観光スポットの一つとしてマスコミへの露出が増えているので、まだ伸び代はありそうである。
		一般小売店〔惣菜〕 (店長)	・オリンピック効果による。
		百貨店（売場主任）	・商品を見るだけ、商品知識を聞くだけ、足入れだけの客も、下見だと思えばこれからの売上になっていく。もっと寒くなって冬物のブーツが動き出せば、売上も上がってくる。来月は予算も達成すると思う。
		百貨店（営業企画担当）	・業種としては、今後消費税増税前の駆け込み需要が望めるので、年末にかけて秋冬物の販売には良い影響がある。特に、客単価が上がると考える。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税がほぼ確定し、駆け込み需要は今後さらに顕在化してくるが耐久消費財が中心で、それも一部の高額所得者層や中間層以上に限られる。その他の層では増税に対する防衛を始め、ささやかなプチぜいたく消費の分まで食品や身の回り品に充てる可能性があるため、決して磐石ではない。
		百貨店（販売担当）	・今月も消費税率アップ前には買いたいという声がかえったほどであるため、駆け込み需要はますます増加する。特に高額品には顕著な動きがあると思われる。
		百貨店（経営企画担当）	・賞与も増加することが想定され、消費マインドの改善とともに、クリスマス、年末年始の需要などが見込まれる。
		スーパー（経営者）	・12月になれば年末商戦は少々活発化する。おせち料理など正月ぐらいはぜいたくをとという気持が強まり、弾んで消費も活発化する。ボーナスが上がるサラリーマンが増え、消費には良い結果をもたらす。
		スーパー（店長）	・来年4月から消費税率が8%に上がることがほぼ決定し、食品に関しても一部商品については、駆け込み消費が起こる。
		スーパー（販売担当）	・ボーナス等が出て、引き締めていた購買意欲が高まる。
		スーパー（営業企画）	・オリンピック開催決定による心理的な高揚感に加え、消費税率のアップにより、不動産など高額消費が伸びて景気回復の実感が出そうである。
		スーパー（商品開発担当）	・当圏域の自動車関連での人員増加等もあり、引き続き景気が良くなる感触を得ている。
		コンビニ（店長）	・ボーナスが増えたり、給与が上がったりして、年末に繁華街の客が増えると当店にも良い影響がある。あまり変化がなければ、以前と変わらない状況が続く。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を前に年末には駆け込み需要が期待できる。一方、2013年度明けには反動が出そうな気がする。
		家電量販店（店員）	・消費税増税が実行されていくこともあって購買に若干の拡大要素がある。明るさが出てきている。
		乗用車販売店（経営者）	・主軸商品が来月フルモデルチェンジするので、年末にかけて確実に動きは良くなる。

乗用車販売店（従業員）	・駆け込み需要が少しずつ拡大するため、2～3か月後は少し景気が良くなる。	
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がこれからだんだん増えてくるが、本当の意味で景気が良くなるわけではなく一時的に上がるため、増税後の反動が怖い。	
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、厳しかった前年と比較して間違いなく販売増加が見込まれる。	
乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出る予定で、注文を受けている。ただし、自動車は登録に結び付かなければ、注文を受けても利益が上がらない。	
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・今月末にかけて宝飾品の販売予定数が増加している。	
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、これから3か月は販売量が多くなってくると推測する。	
スナック（経営者）	・今年も残りあと数か月ということで、多少は店に足を運んでもらえると期待している。	
観光型ホテル（販売担当）	・来月以降の予約状況が堅調に推移しており、さらに11月には思いがけない大きな宴会を数件受注しているので、徐々に結果が期待できそうである。宿泊も順調な予約の入りとなっているため、今月よりは良くなる。	
旅行代理店（経営者）	・消費税の増税決定だと思うので、当面は消費需要が多くなる。ただし、レジャーは、急な需要ではないので、どこまで伸びるかは不透明である。	
旅行代理店（経営者）	・冬シーズンの問い合わせ、予約状況が好調である。クリスマス、スノーシーズンや年末カウントダウンなどに関する予約が増える予定である。	
旅行代理店（従業員）	・企業等の創業・設立の節目に記念旅行を実施するところが増えており、多少の無理はあっても行事を実施できる環境にまで戻ってきたと感じる。周年旅行を海外へという良い傾向もみられる。	
タクシー運転手	・この時期になると、時期的な要因でやや良くなる。	
タクシー運転手	・11月から12月には、人の集まる機会や動きが良くなるため、今月よりは良くなる。	
通信会社（サービス担当）	・年末に向けて、引越しや電化製品の買換えによって光回線の新規申込が増加する。	
ゴルフ場（企画担当）	・11月の入場者予約数は、前年同月を大きく上回っている。12月以降はまだ分からないが、今しばらくは、良い雰囲気推移する。	
美容室（経営者）	・秋以降は気温が下がっていく。夏は暑すぎて外出できなかった客がパーマをかけに来てくれれば、夏の分を挽回できる。	
美容室（経営者）	・年末にかけてボーナス等の臨時収入が入るため、美容室を利用する客が出てくる。	
その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・販促用の新企画に期待している。	
住宅販売会社（従業員）	・来年3月末までの引き渡し、工事完了での受注が増えそうではあるが、職人の仕事量にも限度があるので対応には限界がある。また、その後の冷え込みも心配でたまらない。	
その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・10月に売上を期待できる見積依頼や問い合わせなどが多数来ている。	
変わらない	商店街（代表者）	・客単価が伸び悩む状況がずっと続いている。客単価が伸びるような客の動きがみえず、この先もこの傾向は続く。
	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・季節的な要因もなく、大きく上がることも下がることもない。例年と変わらない。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・当地の景気はいつもように沈んだままである。一部、買いつぶりの良い客もいるが、大部分は必要な物しか買わない客で、買物の単価が低い。ここ2～3年、景気は底を這っている感じである。夏バテ回復のための栄養補給剤の売上増に期待している。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客は世の中の動きをみており派手な支出はしない。自分に関する消費は増えているが、人との付き合いに係る消費については、しばらく様子見である。この状況は当分は変わらない。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・公共料金の値上げ、円安による輸入原材料の値上げなどがあり、商品を若干値上げする。多数の客は年初からの値上げの動きに対して、自分なりの判断で堅実な選択をしている。現状のように景気の横ばいがしばらくは続く。
	一般小売店〔書店〕（経営者）	・10月に消費税増税の発表があるが、当業種は客単価が低いいため、消費税率が上がろうが下がろうが変わりはしない。2～3か月先に劇的に変わると思えない。

一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどの間では変わらない。
一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・政治、経済情勢の先行きが不透明である。
百貨店(売場主任)	・消費税増税が決まるであろうが、まだ駆け込み需要には至っていない。買い控えの傾向は続いている。
百貨店(企画担当)	・東京オリンピック誘致、リニア新幹線の路線決定など明るい話題はあるものの、消費税率アップが確定的となって、消費意欲にややブレーキがかかっているように感じられる。
百貨店(経理担当)	・絵画や宝飾品など高額品の動きは確かに良いが、衣料品等の動きが悪く、全体としての景気は変わらない。
百貨店(経理担当)	・消費税率引上げに関連する報道が出るたびに、消費に対する意欲が減退していく。駆け込み需要期までは、今の状態が続くと予想する。
百貨店(販売担当)	・景気の良い客は値段は関係なく購入するが、物価の上昇などで節約する人も多しと感じる。客の購買行動の二極化が進んでおり、景気の良し悪しはどちらともいえない。
百貨店(販売担当)	・夏休みが終わって来客数が減少し、厳しい売上となっている。
スーパー(経営者)	・ギリ貧状態がストップの感はあるが、中小小売店や飲食店にとっては、悪い状態が今までどおり続く。
スーパー(店長)	・買い置きできる食品や雑貨等の購入価格は、この価格ならば購入と決まってきた。円安による食品類の値上げを販売価格へ容易に転嫁できない。従って、今後もより一層厳しい状況が続く。
スーパー(店長)	・消費税の増税によって大型商品には動きが出てくるが、食品の消費は絞られる可能性がある。各種商品において値上げの発表があり、今後について非常に不確定な部分が多い。景気が良くなる実感はない。
スーパー(店長)	・東京オリンピック誘致が決定し、気分的には高揚しているが、来年4月の消費税増税がほぼ決まるようであり、客も節約モードに入りそうである。
スーパー(総務担当)	・気温が高いこともあり、新秋刀魚やおでん商材など秋物食品の売行きが良くない。
スーパー(営業担当)	・消費税増税前には、一時的に景況感が高まるものの、増税後の景況は、マインドを下げる方向に向かうと思われる。
コンビニ(企画担当)	・オリンピックと増税で、プラスマイナスゼロである。
コンビニ(エリア担当)	・今月同様、当面は前年をクリアできない状況が継続する。
コンビニ(エリア担当)	・客数は減少傾向だが、単価が前年比100%を維持しているため、全体の数値としては、それほど変わらない。
コンビニ(店長)	・弁当等の販売で、販売数量は確保できて単価がそれほど上がっていないので、売上はそれほど変わらない。
衣料品専門店(経営者)	・寒くなったからといって、急に一見客が来店し買ってくれるとは思えない。
衣料品専門店(販売企画担当)	・消費税増税で景気が悪くなるのではと心配する人が多いが、実際は、増税であっても動く物は動き、動かない物は動かず、あまり変わらないのではないかと。
家電量販店(店員)	・これから新製品が出てくる時期だが、問い合わせなどが少なく期待感を持ってない。
乗用車販売店(経営者)	・景気の良い人や企業と、そうではない人や企業の差が、ますます広がってくる。
乗用車販売店(従業員)	・身近な商品の価格上昇が続き、車のような高額品は少々敬遠しなければと客は言っている。客の話では、景気が上向きと言われているが、収入は目立って増えてきていないので、この先、支出ばかりが増えるのでは、と心配する声も多く聞かれる。
乗用車販売店(従業員)	・決算期を過ぎて苦しい状況がしばらく続くが、消費税増税を見越した法人での代替需要の高まりが明るい材料である。一方、個人客は、エコカー補助金や前回の消費税率引上げ時のように間際まで動きが鈍いので、いかに需要を喚起するかにかかっている。これから新車が多数登場することに期待をしている。
乗用車販売店(総務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
乗用車販売店(経理担当)	・物価は上昇傾向であるが、賃金は一向に上がらない。
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1.3%のマイナス、来客数は、同じく6.8%のマイナスである。
一般レストラン(従業員)	・アベノミクスの効果は、生活者の憩いの場である居酒屋には一切ない。

スナック（経営者）	・年末は忘年会シーズンに入るため多少人出が増えるが、それまでは控える傾向に入って飲食の機会も少なくなり、売上はしばらく変わらない。
観光型ホテル（経営者）	・現状がまだ続く。景気回復の恩恵を受けている企業があるため、宿泊に関しては東京、名古屋、大阪から確保できる。しかし、当地は水産加工業が多く原材料の値上がりを製品に転嫁できずに苦しんでおり、それを反映して、地元客が主体の昼食、夕食需要は、やや弱含みで進む。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から現状とは変わらないと判断している。
都市型ホテル（支配人）	・光熱費や食材などの仕入コストの上昇が大きい。
都市型ホテル（経理担当）	・宿泊者数がやや伸び悩んでいる。
旅行代理店（経営者）	・消費税率の改定をにらみ、秋の需要が増える可能性もあるが、一方で、人口減少の影響で過去のような量的な拡大は見込めない。
旅行代理店（従業員）	・旅行業は、消費税率のアップで駆け込み需要が増える業種ではないため、大きく動くことはない。
タクシー運転手	・繁華街では長い間同じような動きをしているため、3か月前に良くなるとは考えられず、今の状況が続く。
通信会社（営業担当）	・基本的な設備は大体でき上がっているため、急激な増加は望めず、今の状態がまだ続く。
通信会社（営業担当）	・給料は増えず、まだまだ安い物が売れている。
テーマパーク（職員）	・景気が急に良くなるとは考えにくい、緩やかに良くなるか横ばいで、急に悪くなることもない。
テーマパーク（職員）	・景気が好転する要素がない。
美顔美容室（経営者）	・年末までホームケアセットの販売があるため、例年通りで変わらない。
設計事務所（経営者）	・純粋な設計業務としては、相変わらず案件は増えていない。しかし、ほんのわずかながら設計関連業務の引き合いがある。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、さらなる買い控えが懸念される。
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・良くなる要素がない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・下町商店街の雰囲気を見る限りでは、客の購買意欲は強く感じられない。
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・消費税率が来年4月に上がる見込みである。また、生活関連商品が値上がりしているため、消費にまわる金額が非常に少なくなる。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・10月、11月も9月と同じく連休があるため、行楽等に消費が向かう傾向が続くと予測している。
一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・企業収益が上がっても、とにかく個人収入の増加が伴わないことには購買意欲は出てこない。
百貨店（経理担当）	・10月の消費税増税の政府表明を境に、消費マインドの低下による買い控えが予想されるため、緩やかではあるが、景気は後退局面を迎える。
スーパー（販売促進担当）	・近隣の地元食品スーパーも苦しい状況で、11月の競合店出店に向けて、改装を実施したり業態変更してEDLP（エブリデイロープライス）化を図っている。
スーパー（支店長）	・消費税増税に伴って今よりも減少する。
コンビニ（店長）	・来春からの消費税増税が決定的で、駆け込み消費を期待したいが、食品や身の回り品では期待できない。住宅や車など高額品が優先され、我々が扱う物は、かえって消費が減退すると思う。
コンビニ（エリア担当）	・消費税率引上げが確定すれば、今現在も上向いていない一般消費者の消費マインドは下がる。また、加盟店も電気料金の負担増大、最低賃金アップによる人件費増加に加えての消費税増税による逆風で、モチベーションが高まらずに思い切った取組ができず、さらにマイナスに働く。
コンビニ（店長）	・売上減少にやや歯止めがかかってきており、底入れが近い。しかし、消費税増税を控え、先行きが非常に不透明である。
コンビニ（商品開発担当）	・来客数の低下に歯止めがかかっておらず、今後も厳しい状況は続く。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込みで新車販売が好調になると考えると、整備業界は停滞すると考えられる。
高級レストラン（役員）	・秋から年末にかけての宴会予約の受注状況が低調である。会社関係の宴会では、予算を下げたいとの声が目立つ。

		一般レストラン（経営者）	・景気と経済の先行きに対する不安があるため、消費が落ち込む。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税が決まれば、合わせて実施される個々の減税よりもインパクトが大きいと、心理的に消費は落ち込む可能性がある。
		都市型ホテル（経営者）	・来客数の増加や客単価上昇による売上増加を上回って、コスト増加が問題となり始めている。消費を煽りながら、市民の生活が苦しくなっていく気がする。
		旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる要因が考えにくい。消費税増税の駆け込み需要がある業界ではないため、他の業界へ支出が流出しそうな感じである。
		通信会社（企画担当）	・地方では東京オリンピックの効果をあまり期待できない。消費税増税を控え、日用品に対して客はシビアになってきていると感じる。
		パチンコ店（経営者）	・娯楽産業は、消費税増税の影響を実施後から受けそうなことと業界全体での低単価競争の影響とで、収益は厳しくなることが予想される。
		理美容室（経営者）	・消費税率が上がれば、誰もが金を使いたがらなくなる。
		美容室（経営者）	・今は料金を引き下げたりしているが、消費税率が上がれば料金を上げなくてはならない。仕入れも大変ではあるが、それでも料金を上げることは考えられない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・2015年からの介護保険改正方針が決まれば、運用面でも緊縮感がより高まり、必要なサービス提供も提案しづらくなる。
		設計事務所（経営者）	・駆け込み需要が終わって冷え込む。
		設計事務所（職員）	・このままいくと貧富の差がどんどん広がるような社会となる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・管理の契約件数は増えているものの、1件当たりの単価が上がらず景気が良くなっているとは感じられない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・もうじきパブルがはじける。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税の増税が決定されると、消費が冷え込む。
		スーパー（店員）	・高騰した商品の価格が落ち着く気配が感じられない。さらに値上げせざるを得ない状況になると予想している。
		観光名所（案内係）	・観光客の行動からは、良くなる傾向は何も見受けられない。
		住宅販売会社（経営者）	・所得が上がらず物価が上昇し、生活が厳しくなっているため、住宅購入の資金までまわらない。
			・新設住宅着工件数の増加による。
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）	
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・今の状況が年末年始にかけても継続すると期待される。希望的に観測すれば、消費税増税を控えて不安材料はあるものの、増税前の駆け込み需要も含め、少なくとも年末までは活発な消費活動が期待できる。
		化学工業（人事担当）	・ここ数年にはなかった環境変化が起きている。現時点で日本経済にネガティブな影響を与える現象はあまり見受けられない。東京オリンピックの開催も決まり、心理面では上向きであろう。
		化学工業（総務秘書）	・東京オリンピック開催、リニア新幹線路線の決定は、景気回復への期待感を大いに高揚させる。外交での首相の発言は、成功の約束を強くアピールしており、久しぶりに日本の進む方向がみえているような一体感を覚える。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税、欧州や中国の景気後退、米国の金融引き締めなどの懸念はあるものの、受注は安定的に増加している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・年間の利益見込みが、当初見込みを上回っている。
		建設業（営業担当）	・月当たりの受託件数は変わらないが、それに付帯する仕事も取るよう心掛ければ、何もしないよりは良くなる。その反面、当社の事業は下水道整備とのつながりもあるため、プラスマイナスがある。それほど良くなるとは思えないが、上がる方向感である。
		輸送業（経営者）	・物流用の不動産の物色がおう盛で、関東、中部、関西とも既設大型物件の空きがなかなか見つからない状況である。
		輸送業（従業員）	・物流企業としては、燃料の高騰が先行きの不安要因である。景気が好転するとドライバーの採用が難しくなり、年末の繁忙期や来年の消費税増税前の駆け込み需要への対応で人手の確保が心配である。
		輸送業（エリア担当）	・円安、株価高でモノの動きが徐々に活発になる。
		輸送業（エリア担当）	・順調に荷物が増えて安定してきている。
		金融業（従業員）	・二極化が進んでいると感じる状況は多いが、先行きとしては、多少でも良くなりつつある。

	金融業（法人営業担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要で、自動車生産の増加が見込まれる。このため、自動車関連部品や素材メーカーの増産が期待される。	
	金融業（企画担当）	・消費税増税を見越して個人の住宅購入意欲はおう盛である。今後も個人を中心とした不動産取引が今まで以上に動く。	
	行政書士	・荷動きが多少活発化する。	
	経営コンサルタント	・オリンピックが決まり、徐々に地方経済にも効果が出てくると誰もが思い始めている。消費も徐々に上向いて、景気が良くなりそうな感触を得ている。	
	会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先に今後の見通しを尋ねると、しばらくの間順調に仕事が入ってきているとの回答が多い。	
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・問い合わせや見積等の動きが出てきているので、実際の受注に結び付くことを期待している。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・忙しい会社とそうでない会社とに二分されている。時代の流れにうまく沿っていかないと、市場から放り出される気がする。新しいものを積極的に作成し、前向きに行動することが非常に大事である。	
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・11月から12月は年間を通じて最も受注、販売量が多い時期であるにもかかわらず、増加する見込みがない。景気はこのまま変わらない状況が続く。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・これからは忘・新年会シーズンとなるが、今年の歓送迎会シーズンには多くの店舗からの受注が前年同期比で減少したので、見通しが立たない。	
	窯業・土石製品製造業（社員）	・徐々に受注量が回復しつつあるが、非常に緩やかであり、3か月程度では大きな変化は見込めない。	
	鉄鋼業（経営者）	・製造メーカーの下請企業等が製品価格を上げられる状況にならないと、中小零細企業の利益にはならず、受注量や販売量の増加には繋がらない。すぐ目の前に明るい兆しがあるわけではない。	
	金属製品製造業（従業員）	・例年、年末から年度末にかけて忙しくなるはずだが、今年はさほど動きがない。ただし、同業者では忙しくなる期待感が強い。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・景気悪化という兆しもないが、極端に良くなる状況でもない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・今年度末までパーラーチェアの設備投資が続くので良い。	
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先における今後の生産計画が上向きではない。	
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・足元の景気はやや良い状況である。アメリカの景気が堅調で、現地の完成車メーカーからの部品発注量から、この状況が3か月先も続くと思われる。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・受注状況を見ると、現状から大きな変化はない。	
	輸送業（エリア担当）	・9月後半になって荷動きが活発となってきている。備車（車両不足等の際に他社から借りる車両）を集めるのに大変苦労をしている。	
	輸送業（エリア担当）	・パブルがはじけて20年以上経ち、物価の上がらないデフレ状態に慣れている。アベノミクスで景気が上向き賃金がアップしても、我々の消費力がしぼんでいて、金が出回ることはない。景気はずっと横ばいである。	
	通信会社（法人営業担当）	・財布のひもはまだ固い。消費者、企業経営者のマインドを変えない限り、希望がみえない。	
	不動産業（経営者）	・実体経済への影響はまだまだ先のことになる。	
	不動産業（管理担当）	・引き合いは来ているが、成約という結果を得られていない。希望的には上向きと捉えたいが、結果から判断すれば、変わらない。	
		広告代理店（制作担当）	・企業側に提案中の企画案件が、コスト等の面でなかなか決まらず、全体的にあまり変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・若年層の新聞離れが深刻である。
	公認会計士	・コストアップなどの収益性圧迫の要因はあるが、消費税率引上げ前の駆け込み需要等もあり、当面は、底堅い状況が続く。	
	会計事務所（職員）	・消費税増税に加え、電気料金、石油製品、食品等の値上げが続いており、消費者の財布のひもはますます固くなっていく。しかし、消費税増税前の駆け込み需要は早くから一部であり、いつまで続くのか見当がつかない。消費者以外のところで恩恵を受ける者がいるのかもしれない。	
やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・主要取引先への販売量は、数か月先の内示をみても増加傾向にはない。食品関係向けの販売量も思うように増加せず、今後は季節的要因もあって減少していく。	

	印刷業（営業担当）	・消費税増税前に特需があるようだが、現状はその傾向にはない。増税が行われると景気が悪くなっていく。景気が良くなるという方向性が全く見当たらない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いの件数がやや減少しており、今後やや悪くなるのではないかと予想する。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・通常下半期は大手EMS（電子機器受託製造サービス）ユーザーでの設備投資の勢いが衰える。また、大手携帯電話メーカーが大幅な減産を指示したことにより、中国で受注を見込んでいた大型プロジェクトが中止になるなど、影響がある。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規案件は増税前の駆け込み需要という面もあり、今後、好転する要素が見当たらない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼メーカーの値上げが決定し、今月ないし10月から実施される。環境としてはそれを販売単価に反映できない中、実施した場合売上の減少が見込まれる。今後、生産拠点の海外移転等が一層進むため、国内での生産は減少すると思われる。
	建設業（経営者）	・消費税増税が見込まれるため、建築費等が高騰している。この傾向は他業種にも広がり今後大きく影響してくると思われる。今の景気回復は一過性で本質的なものではないため、増税後はかなり厳しい局面になるのではないかと。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・受注のための金額の叩き合いでは、結果的に業界全体の収益が悪化する恐れがある。
	悪くなる	—
雇用 関連 (東海)	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当） ・自動車生産に関しては、為替相場が円安傾向に推移し、10月以降下期に向けて増産予定である。しかし、その結果求人募集に関しては、必要人数の確保ができず苦労している。 民間職業紹介機関（営業担当） ・行政による中小企業への支援が拡大すれば、それに連動しての景気回復が大きく期待できる。ただ、消費税増税前の駆け込み需要に終わらないよう注意する必要がある。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画） ・オリンピックの決定もあり、ムードが高まり、より上向きになっている印象である。 人材派遣会社（社員） ・10月の予約状況は良く、その先は忘年会シーズンに入るのでパースタッフの派遣は良くなる。 人材派遣会社（社員） ・正社員採用の求人受注が引き続き好調である。 人材派遣会社（営業担当） ・人材採用において、派遣にするか正社員で採用するかを考えあぐねる企業が増えており、そういう問い合わせが増えてきている。派遣、中途採用にかかわらず、今後は、採用が少しずつ増えていくであろう。 人材派遣会社（支店長） ・派遣先からの求人数は前年比で15%増加しており、堅調な推移をみせている。また、1人当たりの採用コストも2けたの伸びを示しており、全体的に景気が回復傾向となっている。 人材派遣会社（営業担当） ・消費税増税前の駆け込み需要が増えるといった話題が、営業の現場でも話されている。 新聞社〔求人広告〕（営業担当） ・消費税増税が決定すれば、来年3月まで先食いが見込まれる。 職業安定所（職員） ・管内への新規進出企業の動向もあって、医療福祉とともに卸・小売業及び製造業で設備投資や雇用拡大が見込まれる。 職業安定所（職員） ・製造業においても、少しずつではあるが、受注が増え始めている企業が増加している。 職業安定所（職員） ・建設業を含む派遣・請負業求人数が、依然として増加傾向である。 職業安定所（職員） ・求人数が徐々にではあるが増加し、新規求職者が減少している。 職業安定所（職員） ・第1四半期の収支は、ほとんどの企業で前年同月比5%程度の増収・増益で推移している。 学校〔専門学校〕（就職担当） ・新卒採用枠で春に続き秋からもエントリーを受け付ける企業が、前年と比較して増えている。 その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当） ・求人広告が大幅に増えているわけではないが、減少もしておらず、企業からは、これからも採用に向けて継続的に求人広告を出していくという前向きな話を受けている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者） ・求人状況はゼロではないが、ピンポイントの要求が多く人材が対応できていない。派遣業にとって、適材がないことは非常に厳しい状態である。売上がほとんど変わらない状態が、ここ半年から1年続いている。 人材派遣会社（社員） ・特段の動きが感じられない。 人材派遣会社（営業担当） ・オリンピックも決定し前向きな雰囲気もうかがえるが、すぐには大きな変化はない。 新聞社〔求人広告〕（営業担当） ・地方の景気回復は、順調に推移しても大都市圏より半年から1年遅れと予想している。

	職業安定所（職員）	・円安の影響で原材料費や燃料費が上がっており、中小企業においてはなかなか収益改善にはつながっていない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は増えているが、転職希望者の動きは例年とそれほど変わらない状況である。引き続き即戦力の経験者を求める動きが強く、雇用のミスマッチの増加を感じる。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・今後の経済政策の内容次第であるが、有効求人倍率は低下傾向となっている。
悪くなる	—	—