

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	百貨店（売場主任）	・店頭には、秋・冬物の新作商品が登場し、靴売場は景気とは関係なく売上も上がってきている。客への案内ハガキを出しているが、新しいブランドも増えて客も靴を多くの種類の中から選ぶことができるので、来客数が増えると見込んでいる。
	やや良くなる	百貨店（営業企画担当）	・消費税増税後の反動減から、まだ前年並みには回復していないため、しばらくは緩やかに回復していくと考えている。
		スーパー（店長）	・消費者は、生鮮食品を中心に価値のある商品やおいしいものを求めており、そういった商品は今後も継続して売れていくように感じる。
		スーパー（支店長）	・次の消費税率引上げを見越して、先行きは少し購買動向が上向きになるのではないかと期待している。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・周辺の同業他社の状況を見ても、消費税増税に伴う買い控えは収まってきたように思える。そのため、今後は若干の景気回復が見込めるのではないかと考える。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車種の相次ぐ投入が見込まれており、需要の喚起を期待する。
		乗用車販売店（従業員）	・客の様子や問い合わせ件数など全体的な動きが良い。欲しいものや必要なものには金を支払うという状況である。
		乗用車販売店（従業員）	・9月からは増販期に入り、商談件数の増加を期待している。新型車種の発表もあり、市場の盛り上がりを見込んでいる。しかし、ハイブリッド車でも従来のような活発な商談は見られず、客の財布のひもは非常に固い。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が3車種発表される予定なので、販売台数も自然と増えてくるものと考えている。
		住関連専門店（営業担当）	・民間設備投資の増加に伴って大型リニューアルやリフォーム工事が増加し、冷え込んでいる新築住宅についてもこれからは増加傾向となる。
		高級レストラン（役員）	・秋は毎年、台風や大雨等の影響で予約客の来場に影響が出る可能性はあるが、予約数は堅調に推移している。
		スナック（経営者）	・季節柄、毎年お盆を過ぎた時期から多少予約も入り、先行きは良くなるという期待を持っている。
		都市型ホテル（経理担当）	・レストランの利用客の増加が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・天候不順や災害等の予期せぬ事態が起こらない限り、甲子園の観客数にも表れているように、手近な手段でプチ旅行を楽しむ旅行者が増えると考えられる。秋になり天候が安定する季節に入ると、プチ旅行を楽しむ人が更に増えると思う。
		通信会社（営業担当）	・設備投資が、一時的に増加する。
		ゴルフ場（企画担当）	・各ゴルフ場とも、2か月先の入場者の予約数は好調である。前年同日以上の予約が入っているため、前月や今月よりも良くなると思う。特に遠隔地のゴルフ場で好調なため、見通しが明るい。
		美容室（経営者）	・今月はパーマ、カットの来店がもっとあると期待したが雨で少なかったため、これから3～4か月先の正月に向けては、秋の気候も良い時期を挟んで客足も回復すると思う。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・秋の入学シーズンの新規需要に期待している。
		設計事務所（経営者）	・小さな案件が主流のままではあるが、少しずつ規模の大きな案件も出始めている。
		変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・会社関係や事業所関係等、領収書を求める客が少ないことが、売上の減少につながっている。業務上の進物需要が相変わらず伸びない状況が続く。		
商店街（代表者）	・良い商品は高くても納得すれば購入するという流れが続くように感じる。		
商店街（代表者）	・消費税増税に伴う生活防衛意識が高まり、特に高額品の購入にはちゅうちょがみられる。		
商店街（代表者）	・今月は1か月を通じて受注があり好不調の波は少なくなっている。再び悪化の方向に進む可能性もあるが、このままのペースを持続できれば、2～3か月後もそれほど落ち込みはなさそうである。		
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・次の消費税率引上げへの道標がどう続くのか、見極めたい。		
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・景気が良くなる材料がほとんど見当たらない。地方の中小小売業ではこのまま厳しい時代が続く。		

一般小売店 [ 電気屋 ] ( 経営者 )	・ 季節的要因もあるのか、この 2 ~ 3 か月は底である。客も支出に関してメリハリをつける傾向があり、家電商品にはあまり金をかけようとはしない。
一般小売店 [ 土産 ] ( 経営者 )	・ 客足が前年に比べて減少する傾向は、今後も続く見込みである。
一般小売店 [ 薬局 ] ( 経営者 )	・ 今後、天候が安定し季節感が出てくれば、多少良くなるかもしれないが、当地の地場産業の不振もあり期待薄である。薬局としては、今後は処方箋調剤や冬に向けて風邪薬等の需要増加を期待する。
一般小売店 [ 贈答品 ] ( 経営者 )	・ 財布のひもは固く、3 か月先を見通しても変わらない。客の中でも業況が良い人は良くて悪い人は伸びない。2 つの客層が混在する状況は 3 か月経っても続く。全体的な底上げにはまだ至っていない状態である。
一般小売店 [ 生花 ] ( 経営者 )	・ 天候不順の影響で切り花が高騰している。売上を伸ばすのは非常に難しい状況が続く。
一般小売店 [ 酒類 ] ( 経営者 )	・ 消費税増税後、金の使い方が慎重になり、その傾向が今後も続く。
一般小売店 [ 自然食品 ] ( 経営者 )	・ 秋に向けて季節的な要因での上昇はあるが、景気の良くなる要因がない。
一般小売店 [ 果物 ] ( 店員 )	・ 3 か月ほどの間では販売量は変わらない。
百貨店 ( 売場主任 )	・ 天候異常で何を着用すればいいか判断しづらいため、衣類の動きは良くない。秋・冬になっても引き続き同じような動きになる。
百貨店 ( 経理担当 )	・ 足元のトレンドから見れば、景気はやや良くなるとの見方を持つが、消費税率の再引上げに関する議論の萌芽がみられる中、慎重な消費行動に起因する押し下げ圧力によって、景気は現状維持にとどまると考える。
百貨店 ( 経理担当 )	・ 消費税増税の影響がようやく薄まってきている感はあるが、まだ先行きは不透明である。
百貨店 ( 販売担当 )	・ 消費税増税に伴う負担の増大と現実の所得の上昇幅とのギャップを実感する中で、夏休みやお盆等のイベントも終了し消費税率 10% への引上げの判断時期が近づくことから、客の消費態度は一段と慎重にならざるを得ない。
百貨店 ( 販売担当 )	・ 冬のボーナスはやや減少傾向とのニュースもあり、なかなか景気回復の実感がわかない。特段のイベントがなければ購買のきっかけにはならず、苦戦が予想される。
スーパー ( 経営者 )	・ 地政学的な問題が発生している。
スーパー ( 経営者 )	・ この 2 ~ 3 か月の状況には大きな特徴はみられないので、現状のままで続くと思われる。
スーパー ( 経営者 )	・ この先、物価は上がるが、生活者の所得が上がらず景気は横ばいが続く。消費税増税の影響は、当初は 3 か月ほどで解消すると思っていたが、その倍近くの期間を要してようやく落ち着いてきた状態である。物価は上がるが、生活者の所得は上がらないため、3 か月先でも景気はなかなか良くならない。
スーパー ( 店長 )	・ 天候不順等で農産物の価格が高騰している。今後も各種商品等の値上げが計画されているので、先行きは不透明である。現状から考えると、好転はしないものの極端に落ちることもないという感じである。
スーパー ( 店長 )	・ 食品スーパーでは、今後予定される消費税率引上げにも、大きく左右されることはないと思う。
スーパー ( 店長 )	・ 肉や野菜の価格高騰はしばらく続くと思える。また、不漁によるサンマの価格高騰も予想される。そのため、売上は確保できても来客数は減少し、厳しい状況がしばらく続くと思える。
スーパー ( 店員 )	・ 客の動きがずっと変わっていない。安いものだけ購入する客が多く、普段の客の流れは良くならない。
スーパー ( 商品開発担当 )	・ 消費税増税後、商品単価は上がっているが来客数、買上点数が減少しており、売上はなかなか回復しておらず、この先も活発な消費が戻っているような実感が無い。
スーパー ( 販売担当 )	・ 日々の変化が大きく先行きが全く分からず、予想もつかない。
スーパー ( 営業企画 )	・ 来客数の伸びがないので現状以上の数値は期待できない。年内は同様の傾向が続くと思われる。
コンビニ ( エリア担当 )	・ 購買意欲はあるものの、無駄なものは購入しない傾向は今後も継続すると思われる。
コンビニ ( エリア担当 )	・ 客の購買意欲は少しずつ上向き傾向であるが、競争店の出店による影響が常に心配される。
コンビニ ( エリア担当 )	・ 鶏肉加工品の騒動も収まって売上も回復傾向にあり、加えてキャンペーン等の施策や新商品の好調さで、何とか現状を維持することが可能と思われる。

コンビニ（店長）	・来客数が減り続けていることと、客の購買意欲が回復していない状況で、このまま変わらない。
コンビニ（商品開発担当）	・デザート商品においては、消費税増税後の買い控えから脱却の兆しが見られない。この流れは当面続くと予想される。
衣料品専門店（販売企画担当）	・介護医療用品には、それほど強い需要の伸びが期待できない。
家電量販店（店員）	・新製品が各種登場する時期であるが、どのような製品かは現時点で不明のため何とも言えない。消費税増税後の反動減も収束したように感じるので、前年並みではないかと予想する。
乗用車販売店（経営者）	・マイカーの買換えに積極的な様子はなく、同じ車を長く乗り続ける傾向がうかがえる。
乗用車販売店（従業員）	・この先、夏の異常気象の影響も受けて、あまり景気が良い状況とはならない。
乗用車販売店（従業員）	・客の動きや販売状況からは財布のひもは固く、既存ユーザーに新車購入を促してもなかなか見積提示の段階にまでたどり着かない。新型車種の発売や改良の予定もなく、先行きの増販を見込める要素がない。
乗用車販売店（従業員）	・現状維持がもうしばらくは続く感がある。ただし、軽自動車税の増税が取り沙汰されるようになると、販売量は増えてくと思う。現状でも来店客の7割近くが軽自動車を検討しているので、今後の動きに期待している。
乗用車販売店（従業員）	・今の販売動向を見ていると、先々も変化があるとは考えにくい。
乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税後から2～3か月は影響が緩和していくと感じたが、7月以降は販売現場に失速感がある。
乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税後の反動減は薄れつつあるが、地方では、まだまだ景気は回復基調にあるとは言えない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・経済的に良いニュースをあまり耳にしない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比1.4%のプラスで、来客数は5.7%プラスと、消費税率引上げの影響から脱しつつある。
一般レストラン（経営者）	・来客数等が良くなる要因が見当たらない。
スナック（経営者）	・今より多少は良くなるであろうが、消費税増税で値上がりする商品が多い中で個人消費は下がり続けているので、なかなか景気は良くならない。繁華街に人が戻ってくるにはまだ時間がかかり、売上の増加は見込めない。
観光型ホテル（販売担当）	・遠方からの団体宿泊客の受注は順調に推移しているが、一般宴会の取り込みが弱く、現時点では、現在よりも景気が良くなるとは思えない。
都市型ホテル（従業員）	・地元開催のイベントの効果で引き続き予約がある。
都市型ホテル（支配人）	・宿泊・宴会需要ともに、先の予約数の積み上がりが悪い。
旅行代理店（経営者）	・天候が回復し、世界情勢も安定してくれば、観光業も活発になるのではないと思う。
旅行代理店（経営者）	・今後の景気の動向によって消費税増税が検討されるので、先行きの消費は伸びない。
旅行代理店（経営者）	・客は余裕のある層と予算ぎりぎりの層に分かれており、後者の客層ではインターネット上の安い商品によって価格破壊が起きている。
旅行代理店（経営者）	・客の財布のひもは固い。
旅行代理店（従業員）	・気象庁の中期予報のように例年並みの天候であれば、客の動きは悪くないが、前年のように台風が多数上陸すると数字は大きく変わってくる。
タクシー運転手	・客は、高いタクシーを使うよりも他の移動手段を選ぶ。
タクシー運転手	・夜の繁華街の飲食街には人出が少なく、客の増える兆しがない。景気が良くなった等とマスコミ等では言っているが、街なかには人出が少なく静かである。
タクシー運転手	・2～3か月後もこのままで推移するので、あまり景気には変化はないと思う。
通信会社（企画担当）	・自然災害を始め様々な分野で暗い話題が多く、直接的な要因ではないかもしれないが、心理的な面からも景気が回復する兆しを感じられない。
通信会社（サービス担当）	・携帯電話会社の通話料金一定等の新サービスにより固定電話の解約は増えており、今後も解約が増加する。
通信会社（営業担当）	・年末も近づき、これからの状況には大きな変化はないと思う。

	美顔美容室（経営者）	・キャンペーン商品を購入する客はいつも決まっているので、例年と比べあまり変化はない。
	美容室（経営者）	・ニュース全般を通じてあまり明るい話題もなく、客の消費傾向としては、ますます無駄遣いをしなくなる方向にある。
	美容室（経営者）	・都市部では景気が良くなっているが、地方ではまだまだ良くならない。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉用具レンタル市場は低価格指向に遷移しているため、新商品を出しても従来品の価格水準が維持できず、厳しい状況に陥っている。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護事業に関する制度は、予算面からも変化しているが、人材の力量によるためか、民間事業会社の収益状況は改善していない。
	設計事務所（職員）	・先行き、消費税率引上げが優勢とみられるが、増税に合わせて何らかの対策が求められる。
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・賃貸物件の賃料も売買物件の価格も、低額な物件に反響が集中しているため、景気が上昇傾向にあるとは思えない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・4～8月の動向を見る限り、行楽シーズンの11月までの団体旅行での土産品の購入単価は、確実に下がると予測する。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・輸入原材料の値上がりが相変わらず続いている。消費税増税等に伴う物価の上昇や天候不順による生鮮品等の値上げに実質収入の増加が追い付いていない現状から見ると、景気回復には相当時間がかかる。
	百貨店（企画担当）	・4月以降、月によって前年実績を上下するという不安定な状況が続いており、はっきりとした景気の回復を確信できる要素は見当たらない。消費税増税前の駆け込み需要の反動があるため、トータルで前年実績を超えることは難しくなると思われる。
	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響が消えず、景気が回復する要因も見当たらない。
	百貨店（販売担当）	・夏休みが終われば来客数は下がる。また、お盆の時期の様子から、高額商品はなかなか売れる見込みが立たない。
	スーパー（販売促進担当）	・今秋には、近郊に競合の食品ショッピングモールの出店計画があり、食品部門を中心として厳しい状況となると思われる。
	コンビニ（企画担当）	・新聞紙面から伝わる雰囲気は悪くはないが、実態的には良くならないのではないかと思いつけている。景気回復には、構造改革として根本的な仕組みを変える必要があるのではないか。一例として、為替相場が円安となって関連する一部の産業では利益が出ている。東京オリンピックや震災復興も、一過性のものに終わると考えた方が自然であると思う。
	コンビニ（店長）	・雨続きでイベント中止の影響が出そうである。また、スーパー等での飲料品の格安販売の影響がある。
	コンビニ（店長）	・目的買いの人が多く、余分なものは買わないという節約志向が依然として続く。
	衣料品専門店（経営者）	・客の高齢化に伴い、購買意欲も低下している。これから気候が良くなって外出する機会が多くなることを願っている。
	家電量販店（店員）	・現在の傾向は、まだまだ続くように思える。季節的要因として、あまり暑くない晩夏から秋を経て、あまり寒くない冬を迎えるように思う。気候の影響は、家電消費の冷え込みと直結する。
	家電量販店（店員）	・海外要因としては、輸出の伸びが影響する。国内の要因を考えると、消費税率が引上げとなった一方で所得が横ばいという状態で、実収入が減っていることを実感する人が増えており、節約ムードが今後もずっと続く。
	乗用車販売店（経営者）	・これから年末にかけて出費も増えるため、財布のひもは一段と固くなりそうである。必要最低限の出費だけに抑える傾向にある。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏休み等での特別な動きが終わり普通の生活に戻るため、それほど商品は動かない。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税の影響が解消されていない中で、次の消費税率引上げがどうなるかにかかっている。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・アベノミクスという言葉が先行していて、大手企業等では恩恵を受けているかもしれないが、まだまだ裾野まで浸透するには、相当な時間がかかる。恩恵の有無で格差が広がる可能性を危惧している。
	観光型ホテル（経営者）	・地域経済を意識した景気浮揚策、成長戦略が見当たらない。何らかの政策もなく時間だけが経過しても良くなることはないので、自然な流れとしてやや悪くなると判断せざるを得ない。
都市型ホテル（経営者）	・新たな消費税増税に対する懸念や心配が、景気回復の重石になっている。	

		テーマパーク（職員）	・日本中で自然災害が多く、秋になっても旅行シーズンが来たようには感じられない気がする。
		テーマパーク（職員）	・高速料金の改定や天候不順などで、先行きも良くなると期待できる材料がない。
		観光名所（案内係）	・5～8月にかけて徐々に悪くなっているが、この傾向がそのまま年内は続く。
		理美容室（経営者）	・客との話の中では景気が上向いているような話も聞くが、給料が良くならなければ景気は良くならない。
		住宅販売会社（経営者）	・低価格の物件しか売れず、客も減少している。
		住宅販売会社（従業員）	・受注残が減少しているため関連事業者も不安になっている。客は消費税率が3%上がった分の負担増加を思った以上に大きいと感じるようで、住宅を購入するよりも修繕や改築で我慢する傾向がより強くなると思う。
	悪くなる	スーパー（店員）	・大雨による影響でレタス等の葉物野菜の価格が通常の約2倍になっており、この状況がしばらく続くと考えている。さすがにこの価格では購入意欲は低下すると思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・先行きは来客数が伸びない。コンビニは他の小売店と比べれば割高な点があるので、そういう部分がかれまで以上に敬遠されている。単価の高い商品の売上は厳しく、これからもそういった状況が更に続く。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で低成長下における低単価志向が浸透している。
		理容室（経営者）	・個人消費が大幅減となり、余分な金は使わないようである。
企業動向関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・主力製品の受注が急回復したことに加えて、新規大口受注も決定し、3か月くらいは多忙となりそうである。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・秋の需要期に向けて農産物、果実関連製品の受注量、販売量が増加する。
		化学工業（総務秘書）	・仕事が増え賃金も上昇傾向にあるため、強気の商売、大型取引の増加という好景気への動きが進むと思われる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・安全保障の面や中国の景気等に不安はあるものの、それ以外は安定しているため、この先数か月は緩やかな成長が続くと思われる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・パチンコ業界では、年末に向けて設備投資の期待が高まっている。新設店、改装店向けの需要が期待できる。
		輸送業（エリア担当）	・今後も荷物量は増え、配送単価も回復しつつある。輸送業界としてはこの流れを守っていきたい。
		金融業（従業員）	・2～3か月で大きく動くような話はなかなか耳にしないが、製造業等では多少なりとも良くなる見込みがある。
		金融業（法人営業担当）	・個人消費では消費税率引上げ後の反動減が緩和し、国内自動車販売の持ち直しが期待される。
		金融業（企画担当）	・個人の資産運用は海外資産への投資が多く、円安による資産増大効果が大きい。法人決算も予想は控えめながら、増益基調にある。
		会計事務所（社会保険労務士）	・年内の仕事は確保したという事業所や受注量が以前より増えてきている事業所等、売上が伸びているところが多い。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・当面、生産能力を超えて大変忙しい状態が続く。次の新製品開発にも取りかかっているため、一層の繁忙が考えられる。金融面における公的な支援が、更に必要と感じる。
	変わらない	食品製造業（経営企画担当）	・次の消費税率引上げに関する議論も激しくなる中で、消費者の生活防衛意識は更に強くなるような気がする。
		化学工業（人事担当）	・少しは良くなるのではという期待感はあるが、その理由となる事象が見当たらない。
		鉄鋼業（経営者）	・年間の仕事量全体は標準化して、さほど大きな伸びは見込めないと感じる。前年比では1～3月の受注は良かったがそれ以降はほぼ前年並みで推移している。今後もこの流れで推移しそうである。
		金属製品製造業（従業員）	・材料値上げや現場の人員不足から計画の見直し・延期が生じ、かえって仕事量の急な減少につながらないかという懸念はある。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・3月頃のような高いレベルではないが、受注量はほぼ前年並みであり、為替相場の水準も悪くはない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・販売量、受注量の維持が見込まれる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が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）	・消費税増税等に伴い国内景気は完全に停滞あるいは減退している。企業の中でも輸出関連企業は、国内減少分を輸出と為替差益でカバーできるが、国内だけの経済環境を考えると悪化している。

		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量は増加し、売上也伸びているが、まだ順当に利益を確保できるまでには至らない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・景気が良くなるという話も悪くなるという話も聞かないので変わらない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・やや良いという状況が今後も続く。足元の為替相場からも輸出は安定しているであろうし、米国の景気も底堅いと聞いているので、輸出向け引き続き良い。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・上半期を通じての売上高は、年初予算とほぼ変わらないという予測である。
		建設業（営業担当）	・抜本的な改革や積極的な予算措置がないので、まだすぐには変わらない。
		輸送業（経営者）	・多少荷動きが良くなったとしても、人手不足と燃料費高騰によるコストアップで苦しい状況が続くものと思われる。
		輸送業（従業員）	・海外の政情不安で輸出に陰りが出たり、原油価格の高止まり傾向が続くなど懸念材料が多い。
		輸送業（エリア担当）	・特に景気が変動する要因が見当たらない。
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主等からは、明るい話が聞こえてこない。
		輸送業（エリア担当）	・生活者の身近にあるタクシー業界で回復の動きがないということは、財布のひもが固いということである。儉約指向が続き、すっかり染みついてしまっているのではないかと。多少景気が上向いても財布を開かない状況が続いているので、景気には伸びがない。
		通信会社（法人営業担当）	・先行きには、消費税率を更に引上げるかどうかの決断が控えている。引上げる際には十分な対策をしないと、景気は落ち込むだろう。
		不動産業（経営者）	・個人の買い控えの動きが気になる。また、消費税率引上げの動向を注視している。
		不動産業（用地仕入）	・2～3か月の間には販売価格が上昇・下降するような材料が見当たらない。
		不動産業（管理担当）	・受注量が伸びない一方で人員募集のコストがかかり人件費は高騰している。将来的には景気が良くなるかもしれないが、すぐには変わらない。
		広告代理店（制作担当）	・新規受注がやや増えそうだが、紙等の原料代が値上がり傾向にあるので、数字的にはほとんど変わらないと思う。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・朝刊の購読中止の流れは止まったが、消費税率の引上げが実行されると、夕刊やスポーツ紙は壊滅状態になる。
		公認会計士	・先行きの消費税率引上げによる消費の減少が予想される。電力料金値上げに際しての電力会社の経営改善が見られない。また、経営改善支援補助金等の中小企業向けの施策が表面的・形式的であるため、それを担う会計事務所やコンサルタントは表面的、予算消費的なサービスしかできない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・人手不足により作業要員が確保できないと仕事そのものが受注できず、先行きは微妙な状況になってきている。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・取引先や協力会社が廃業になるなど良い話を聞かず、中小企業にとってはかなり悪い状況となっている。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数も減少しており、頭打ちの状況が続くと考える。
		建設業（経営者）	・景気対策が現実的な課題とのバランスを欠く部分があり、特に不動産・建設業が受けており、何らかの実効的な対策が急務である。
		行政書士	・燃料費が高くなる一方で、運賃が上がらない。
		会計事務所（職員）	・消費税の負担増加に加えて石油製品や輸入商品の価格上昇により、生活は苦しくなる。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費税増税の影響で徐々に景気が減速している感じがある。
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・下期の引き合いが増えている。
(東海)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・来月からは良くなるが、派遣先の予約状況は例年並みで特別良いというわけではない。
		人材派遣会社（支店長）	・新規採用者数は変わらないものの、退職者数が3か月前と比べて80%と減少していることから、今後は売上・利益ともに回復に向かうものと考えられる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・消費税増税後の反動による新車販売の落ち込みは限定的なものと考え、今後は緩やかではあるが右肩上がりと推測する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・集中豪雨等の自然災害が頻発しており、復興に伴う建設系の求人はより活発化するであろう。人材募集は困難を極め、その解決策として正規雇用での採用を増やす企業の増加が見込まれる。
		職業安定所（所長）	・円安傾向が緩やかに続くと思われるため、輸出型企業が多い地域にとって良い傾向である。当管内の雇用情勢も同じような傾向になるとと思われる。

	職業安定所（職員）	・海外景気が引き続き好調で、オートバイの需要が持ち直しつつあることが好影響となる。また、為替相場も安定した状態を維持している。
	職業安定所（職員）	・一般求人も新卒者を対象にした求人も前年同月比で増加している。ただし、一般求人は、給与の高い製造業や情報産業から、内需関連の介護、サービス業等の低い給与の業種にシフトしているため、今後、影響が出てくるかもしれない。
	職業安定所（職員）	・求職申込が減少傾向で安定している。新規求人の申込数には増減があるが、建設業等で初めての企業からの求人が増えている感じがあり、全体として増加傾向にあると思われる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・企業全体では慎重な動きが想定されるが、補助金等を活用した中小企業が人材獲得に成果を出し始めることを期待する。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・文系学部の学生に対して、前年には見られなかったIT関連や技術系企業からの求人が増えてきている。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・採用に関して積極的な企業が増えてきているように思う。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・引き続き人材不足の状態が続いており、急には改善しない。
	人材派遣会社（営業担当）	・当地では企業の採用意欲が止まった感がある。派遣人材に関して増員要請は少なく、契約更新時の入替えのみで推移している。
	人材派遣会社（営業担当）	・国内での自然災害や世界情勢を見ても紛争等が多く、良い材料があまり見当たらない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気回復の期待感はあるものの、大きく動きそうな要因が見当たらない。
	職業安定所（職員）	・消費税増税の影響はほとんど残っていないが、消費者の購買意欲は若干落ちてきている。また、原油価格が高止まりし、企業収益がなかなか上がらない。しかし、管内の製造業などは忙しい状況がまだ続くとのことで、全体の景気としては、現状維持になると思われる。
	職業安定所（職員）	・求人数は前月比では減少しているが、前年同月比では増加している。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・中途採用ニーズは旺盛であるが、企業の採用要件の高さはそれほど変わっていないと考えられるため、人材需給のアンバランスさが引き続き課題として残る。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今後も、退職した派遣スタッフの業務については、派遣スタッフの発注ではなく自社社員で担うケースが増える。
悪くなる	-	-