

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式会社）

（-：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）	・東京オリンピックの開催が近づくにつれて、建設ラッシュとなり、その効果が広く行き渡る。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客のニーズに合う良い商品はそれなりに売れている。購買意欲等もみられるため、先行きは若干良くなる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・伊勢志摩サミットの影響で、この1～2か月は全く人が動かなかったが、サミットが終わり、この先は多少良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・クラフトビールのブームに乗って、販売量は増えつつある。
		スーパー（店長）	・来客数に伸びが感じられる。
		家電量販店（店員）	・冷蔵庫や洗濯機等の下見客が増えてきている。エコポイントの時期にテレビを買った客の買換えの下見もある。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦が近づくので、今後は多少客の動きが良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・大きなマイナス要因となるような出来事が起こらなければ、多少は良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の再延期が確定すれば、消費マインドも少し明るくなる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・入梅や梅雨明け等、季節の変化に合わせて、必要となる商品にも変化が表れる。
		一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・評判の良い出張販売に少し力を入れようと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の再延期がプラスとなる。
		一般レストラン（従業員）	・寒い時期よりも暑い時期の方が来客数は多い。特に今年の夏はリオオリンピックもあるので、相乗効果で忙しくなる。
		スナック（経営者）	・お中元のシーズンが来るので、贈答した客の返礼の来店の増加と、多少の予約も入っており、先行きに期待をしている。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・価格に対する消費者の目は、厳しくなっている。
		観光型ホテル（経営者）	・6～8月の予約に関しては、前年比130%以上で、団体需要は一段と伸びる傾向にある。具体的な要因はわからないが、いろいろな経済、金融政策等の効果が出るまでには時間差があると言われており、効果が少しずつ表れてきているように感じる。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税が再延期になる可能性が出てきたので、景気も少しは良くなる。
		通信会社（営業担当）	・これから下期に向けて、引き続き全体的に良くなってくると思われる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・暑くなると、入浴関連用具のニーズが高まってくる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・7～8月にかけての新築物件を数件受注している。
変わらない	商店街（代表者）	・リオオリンピックの前にもかかわらず、AV機器の動きは良くない。	
	商店街（代表者）	・これ以上悪くなるとは考えにくいだが、良くなりそうな要素もないので、景気は変わらない。	
	商店街（代表者）	・必要な商品以外は購入しない状態がずっと続いている。自分のための商品が売れないうちは、プラスには向かわない。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・伊勢志摩サミットは終わり、県としての経済効果はかなりあったと思うが、関係のない業種では何も変わらない。	
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・伊勢志摩サミットの影響で、県の観光客は増え、関連業種では売上が伸びるが、中にはマイナスの業種もある。ギフト店としては、景気が良い客と節約が続く客がいて、全体的には変わらないという状況が続いている。	
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・これから梅雨に入り、さらに猛暑も予想されるので、先行きにも大きな期待は持てない。また、理由はわからないが、景気の良くない当地にドラッグストアが5～6店開店し、大丈夫かと案ずるほどである。出店で景気が上向けは良いが、変わらないパイを奪い合うだけでは、昔からの地元の店がなくなってしまう。	
	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは現状から変わらない。	
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・先行きには不透明な部分が多すぎて、どうなるのかわからない状況である。	
	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・夏に向けては、例年並みの注引量が期待される。	

百貨店（売場主任）	・時間つぶしや待ち合わせの合間等、ついでの来店客が多く、購買意欲のある客が減っている。来客数は多いが、なかなか販売には結び付かない。給料日ですら購入目的の来店客はいないので、2～3か月先も、厳しい状況が続く見込みである。
百貨店（企画担当）	・消費税増税の再延期の行方にもよるが、高額品の動きの鈍化に加えて中間層の購買意欲が低いこと等から、先行きは非常に不透明に感じられる。
百貨店（経理担当）	・足元で景気が上向く要素は全く見受けられず、引き続き消費者には慎重な姿勢が続くと考える。
百貨店（販売担当）	・今後の施策の効果やボーナスで集客増加が見込め、引き続き購買率は上向く。大きな好転は期待できないが、悪化する要素は少ない。
百貨店（販売担当）	・個人消費を刺激する要因は乏しく、先行きにも不透明感がある。
百貨店（計画担当）	・足元では前月からの一層の悪化は感じられず、今夏の酷暑予想もプラス方向に作用すると思われる。
スーパー（経営者）	・当分は円高が続く、輸出産業は大幅な減益となる。しかし原油価格の上昇は産油国にとってはプラスなので、我が国からの輸出も徐々に良くなる可能性はある。年金生活者が増えるが、年金支給額は生活費とトントンであり、60歳以上が、我が国の消費額の半分を占める状況は問題が大きい。60歳以下の消費が伸びないといけない。8月ごろはまだデフレ傾向が続く、景気は一向に良くならない。
スーパー（店長）	・ボーナスの状況次第であるが、先行きへの不安が強く、多少の増額では、消費拡大に回るとは思えない。先行きも景気が好転するような状況ではない。
スーパー（店員）	・客の購買量は少ないままで変わらない。この状況がずっと続いているので、業況もなかなか変わらない。
スーパー（総務担当）	・生鮮食品の動きをみると、季節商品や旬の商品の売行きが、前年比で横ばいが続いている。
スーパー（販売促進担当）	・経営環境の変化に店の対応が進んでいない。
スーパー（販売担当）	・客の様子からは、これから先も良くなる材料が見当たらない。
スーパー（販売担当）	・暑くなると利益の少ない飲料やアイス類ばかりが売れる。競合店対策の販促を始めたが、その効果も今一つである。
スーパー（企画・経営担当）	・周りの経営者の話でも、悪くなる要素も良くなる要素もないと聞く。建設業では伊勢志摩サミットの特需もなくなり、見通しは良くない。
スーパー（商品開発担当）	・客単価や1品単価は順調であるが、来客数が依然として回復しない。売上に及ぼす来客数の影響は明確であり、来客数を回復しなくては、現状打破は難しい。
コンビニ（企画担当）	・暗い話題が多く、停滞感が漂っている。参議院選挙が終わるまでは、現状のままが続く。
コンビニ（店長）	・消費税増税の再延期で購買意欲が上向くことを期待する。
コンビニ（エリア担当）	・節約志向は当面は続くと思込まれる。
コンビニ（エリア担当）	・6月以降に全社的な売場改装と販売施策を実施する予定で、特に日配品や総菜類の伸びが見込まれる。
コンビニ（店長）	・消費税増税の再延期がプラスに働く面もあるが、足元では来客数、売上共に減少が続いており、先行きも良くない。
コンビニ（商品開発担当）	・毎月中旬から給料日前までの買い控えと、セール品に絞った購入が顕著となっている。プラスに転じる要素は感じられず、このままの状況が当面続く。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が再延期となりそうだが、衣料品を購入しようというほどの購買意欲の改善には、まだ時間がかかりそうである。
衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・集客自体も減少しているが、客には購買意欲がなくなってきたように感じる。
家電量販店（店員）	・気候の影響を考慮しなければ、足元の状況から変化はないと見込む。今年はラニーニャ現象で暑くなると予想されているので、エアコンや冷蔵庫等の夏物商品が売れそうな期待もあるが、今のところはわからない。
乗用車販売店（営業担当）	・燃費不正問題のあった大手自動車メーカーの工場が近くにあり、今後も関連部品会社には減産等の影響が続くと思われる。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の再延期で、増税に備えての買いだめや買換えの前倒しの必要がなくなったので、現状と変わらない。

乗用車販売店（経営者）	・景気が減退するような要素が見当たらないので、このままやや良い状態が続くと思われる。
乗用車販売店（従業員）	・先の見通しが暗いわけではないが、明るい要素もなく、判断が難しいところである。具体的に悪い要素はないので、現状からの流れが続く、このまま変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・新型車種の販売予定もなく、販売台数の回復が見込める要素はない。景気の先行きも全体的に不透明であり、熊本地震の影響による消費の自粛モードも続く。
乗用車販売店（従業員）	・足元ではワンボックスカーの受注比率が高く、夏の長期休暇に合わせた受注の伸びを期待する。ボーナス時期は販売促進策が各社で展開されるので、いかに客の関心を集めるかが鍵となる。
乗用車販売店（経理担当）	・ボーナス商戦への期待はある。
乗用車販売店（販売担当）	・新型エンジンを搭載する新型車種がデビューしたので、今後にも期待が持てる。
住関連専門店（営業担当）	・消費税増税の再延期で、持家住宅の駆け込み需要は見込めなくなったが、景気全体の回復と共に、先の見通しが立てやすくなったため、リフォーム工事、商業施設の改装工事や設備投資等には、動きが出てくる。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・購買意欲を刺激する要因が見当たらない。
その他専門店〔書籍〕（店員）	・夏休みに入り学生等の来客数が増える。店内イベント等を増やして、来客数を確保したい。書籍の売上は下がる一方なので、話題となっている文具等、書籍以外の商品でのカバーが必要である。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・1～2か月の間では、それほど回復を見込める気配はない。為替も金相場も変動はあるが、それに合わせて宝石の単価も上がるとは思えず、金製品の方が、売上の伸びが見込まれる。
高級レストラン（役員）	・来月以降の予約客数には勢いが感じられない。消費税増税の再延期のニュースも、むしろ財布のひもを固くする可能性がある。
一般レストラン（経営者）	・先行きも良くなる理由が見当たらない。
観光型ホテル（販売担当）	・宿泊客数は今後も堅調に推移をしていくが、一般宴会や夏期の催事宴会は、2～3か月先の見込みがまだ立たないので、業況としては変わらない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと見込む。
都市型ホテル（支配人）	・先行きは不透明である。宿泊客の客単価が上がらない。
都市型ホテル（経理担当）	・予約状況から前年並みと見込む。
旅行代理店（経営者）	・ターミナル駅前の高層ビルに、東京発のセレクトショップが鳴り物入りで出店したが、購入客が持つ店の買物袋は見かけない。駅前立地でも、客単価の高いお店は敬遠され、飲食店の客の入りには差がある。高齢者層と若者世代との懐具合の差も、拡大しているように見受けられる。
旅行代理店（経営者）	・既に夏のような暑さで昼間の客足は悪く、涼しくなる夕方の客足もあまり期待できない。検討材料としてパンフレットは持ち帰るが、予約にはつながらない。
旅行代理店（従業員）	・インパウンドは増えていくと思われるが、身の回りには直接的に影響する要素はなく、むしろ、ホテルや航空機の予約が取れない等、国内旅行への阻害要素の方が多い。ただし、それほど大きな影響ではないため、現状維持の感がある。
タクシー運転手	・良くなる要素が見当たらない。
タクシー運転手	・夜の繁華街を専門に仕事をしているが、人出の少ない状況が長く続いており、急には変わらない。今後3か月から半年間も上向き気配はないが、期待はしている。
通信会社（サービス担当）	・旧回線のサービス終了に伴い、今後、事業所関係の固定電話の光回線化が進めば、業況も良くなってくる。
通信会社（営業担当）	・ボーナス時期にもかかわらず、客には動きがない。
テーマパーク（職員）	・熊本地震の影響や参議院選挙等があり、消費が活発化しづらい状況である。
ゴルフ場（企画担当）	・7月の入場者予約数は、前年同日比では良い方向に進んでいる。今と違って7～8月は暑さが厳しい時期となるが、それほど現状とは変わらない推移が見込まれる。
美容室（経営者）	・暑くなってくると、高齢者層の客足が遠のいてしまう。
美顔美容室（経営者）	・7月末までキャンペーンが続く。

	美容室（経営者）	・伊勢志摩サミット等、世間の話題になるニュースはあっても、客は冷静に構えており、浮かれた様子等はない。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・職員の不足感はあるものの、利用者数には大きな増減は見込まれず、身の回りの景気には変化がない。
	設計事務所（経営者）	・小さな案件が増えて、大規模案件は減少が続く。規模とは関係なく仕事の手順は一緒の部分があり、手間ばかりが増えて効率の悪い状況から抜け出せない。
	住宅販売会社（従業員）	・外壁や屋根の塗装の案件が多く、受注実績としては上向きだが、本来の業務である新築住宅の話が少ない。
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・現状からの横ばいが続いている。現状を打破する方策がなければ、販売増加は望めない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客には節約志向が強い。2～3か月先はどんどん暑くなる時期なので、インテリア業界としてはマイナスである。
	百貨店（販売促進担当）	・インバウンド関連の売上が徐々に減少する。
	百貨店（販売担当）	・ゴールデンウィーク中の売上は良かったが、それ以降は来客数が一気に下がっている。モチベーションがないと、なかなか購入してもらえないと実感している。
	スーパー（店長）	・ガソリン価格が上昇しており、その影響が大きく出てくる。
	スーパー（店員）	・これから夏に向けては、食材の中心が、肉や魚から麺類等の比較的単価が安くあっさりした食品に変わる。品質の面から、必要以上の買い置きもしない。
	スーパー（人事担当）	・買い控えの動きが少し見受けられる。
	コンビニ（企画担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題等、悪いニュースが続いており、景気の先行きには不透明感があり、消費の抑制が見込まれる。
	コンビニ（エリア担当）	・日常的な商品の動きが厳しくても、以前ならばセール品は売れていたが、最近はセールでもあまり売れず、消費は一層シビアになっている。
	コンビニ（店長）	・ユニークなたばこ商品のように、高くても需要がある物もあるが、そのような商品は限られており、ほとんどは低調である。
	衣料品専門店（販売企画担当）	・財布のひもは、一段と固くなってきている。
	乗用車販売店（従業員）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題が報道され、同業界として、消費者の心理面に影響する可能性は否めない。
	乗用車販売店（従業員）	・団塊世代の車からの卒業と、若い世代の車離れが進む中で、どれだけの客を取り込めるかが大きな課題となっている。ボーナスシーズンとなるが、最近はボーナスを当てにする客もあまりないので、現状のままである。販売部門が低迷する中で、工場入庫の促進に一段と力を入れている。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・アベノミクスの恩恵には実感がなく、効果が全く伝わってこない。大企業だけが恩恵を受けている印象で、景気は更に下降する。
	都市型ホテル（経営者）	・インバウンドの動向が気がかりである。絶好調であった前年同期と比べると陰りが表れているように感じる。
	都市型ホテル（営業担当）	・為替の影響で、製造業を中心とする法人利用は、必要最低限となる気配である。
	旅行代理店（経営者）	・客からは、あまり景気の良い話が出ない。
	旅行代理店（経営者）	・当分は、伊勢志摩サミット開催の影響が残ると思われる。
	旅行代理店（従業員）	・客は、景気が良くなったという実感がないので、特にレジャーに支出する際は、質に対する要求がかなり厳しくなる。
	通信会社（企画担当）	・自動車関連企業の多い当地では、大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響が少なからずある。消費税増税の再延期も、短期的にはマイナス方向に働く。
	観光名所（案内係）	・いまだに台風の発生がなく、このままでは夏場の雨が多くなるという話もあり、景気は良くならない。
パチンコ店（経営者）	・2年前の消費税増税後は、サービス業での消費が控えられており、当業界でも薄利多売の方向に進んでいる。	
その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・人口の増減が景気を左右する。大都市に比べて周辺地域では減少傾向にあり、客足にも陰りがみえる。	
理美容室（経営者）	・客との話では、あまり所得も増えないようなので、徐々に景気も悪くなっていく。	
美容室（経営者）	・当地は人口流出が多く、女性の就職先もない。女性相手の仕事なので、大きく響いてくる。	

		設計事務所（職員）	・円高傾向に加えて、伊勢志摩サミットでも言われたようなリーマンショック前と似た状況ということで、あまり良い話は聞かれない。
		住宅販売会社（従業員）	・金利低下による建築意欲の高まりで、来場数の伸びを期待したいが、消費税増税の再延期で、駆け込み需要が見込めなくなり、やや落ち込むと思われる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・公共案件も民間案件も、発注内容が細かくて低価格の取引が多く、売上の伸びる要素がない。
	悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での外食が減る傾向は、今後も確実に続く。
		一般レストラン（経営者）	・客が金を使うような要素が見つからない。報道を通じて、世界経済に対する不安感が増しているように感じる。
		住宅販売会社（経営者）	・金融機関の住宅ローン申込に対する審査が厳しく、購入に至らない場合が多い。
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）	・伊勢志摩サミットも無事に終了し、地元経済ではこれからへの意気込みが感じられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先のリニューアル投資が、9月ごろまで期待でき、予定よりも多くの製品が出荷できる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客の操業度が、これからは上向く。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・熊本地震の復旧が進み、生産台数も元に戻ってくる。スクラップ価格の相場が4月以降は上がっているため、景気は良くなる。
		輸送用機械器具製造業（デザイン担当）	・熊本地震の影響も落ち着いてくると思われる。
		通信会社（法人営業担当）	・消費税増税の再延期が話題となっており、消費者の財布のひもも緩む。景気にとって、ムードの改善による消費は、増税前の駆け込み需要よりも、はるかにプラスである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・開発工期が年度後半までかかる案件が多いので、当面は案件確保に注力する必要がない。
	変わらない	食料品製造業（営業担当）	・景気回復の兆しがみえず、上向く要因もないため、このまま現状維持の方向に感じられる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・足元の景気はやや悪く、2～3か月後もあまり良くはならず、今のままの状況が続く。
		化学工業（人事担当）	・2～3か月後に景気が良くなるという根拠が見当たらない。
		化学工業（総務秘書）	・消費税増税の再延期がニュースとなっているが、目先の景気に影響はない。しかし、最近では求人募集をしてもなかなか良い人材が見つからないので、景気はじわじわと良くなっているのではと感じる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・1アイテムで売上の3割以上を占める製品があるが、客からは今後3か月は現状の発注量を維持すると言われており、しばらくは堅調な状況が続く見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、引き続き悪い状況が続くと考えられる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円高で競争力が落ちているところに、外注費や材料費の値上がりが続く、利益の出ない案件が増えている。自動車製造向け設備は、引き合い自体が少なく、大型案件もない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注、販売共に、底堅い推移が見込まれる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状より改善する見通しが立たない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量、販売価格共に、ほぼ横ばい状態が続いている。新規の問い合わせや見積依頼等が現時点では全くないため、今後2～3か月に業況が大きく改善することはない。
		建設業（経営者）	・消費税増税が再延期となれば、現状維持での推移が見込まれる。
		建設業（営業担当）	・現状の仕事のままでは変化がなく、整備・点検を行う施設はいずれ減っていくため、会社では今のうちから付帯工事や点検等に、幅広く取組む方針が出ている。仕事の方向性が合えば、業況も良くなってくる。
		輸送業（経営者）	・軽油価格の上昇によるコストアップや、運転手等の現業スタッフの不足といった不安要素はあるが、先行きも大きな変化はないと思われる。
		輸送業（従業員）	・前年度は原油価格の下降で燃料費やフェリーの輸送コストが下がり、好業績の一因となったが、新年度に入って石油製品の価格がじわじわと上昇していることから、この先も苦しい経営を強いられそうである。

	輸送業（エリア担当）	・軽油単価が前年より1リットル当たり20円近く下がっており、非常に助かっているが、貨物の荷動きは、今一つ緩慢である。なかなか良い情報が聞こえてこない。	
	輸送業（エリア担当）	・新年度になってから重量当たりの輸送単価が伸び悩んでいる。前年度中はわずかながら伸びていたが、4月以降は、むしろ下降気味である。こうした状況では、まだ先行きも回復の見通しは立たない。	
	輸送業（エリア担当）	・引き続き経費の増加が収入の増加を上回っている。しかし、その差が更に広がっていくような感じではない。	
	通信会社（法人営業担当）	・個人消費の増加、経常黒字の倍増、企業倒産の低水準等、景気回復への好材料があるようにも見受けられ希望を持ちたいが、消費マインドは、まだまだ冷めているように感じる。	
	金融業（法人営業担当）	・為替相場は円安傾向で推移し、株式市場も落ち着きを取り戻しつつある。取引先の先行き見通しでも、不安感が薄らいでいる。	
	金融業（企画担当）	・個人投資家の資産効果が期待できず、給料も上がらないため、景気は引き続き現状のままの推移が見込まれる。	
	不動産業（用地仕入）	・今後2～3か月に景気を左右する大きな要因は見当たらない。不動産業に消費税増税の再延期の影響が表れるのは、もう少し先になりそうである。	
	企業広告制作業（経営者）	・安倍首相は、伊勢志摩サミットで経済的な危機感をあおったが、各国メディアの反応は冷静で、消費税増税を再延期するために利用したと報じるものがほとんどである。アベノミクスはうまくいっているが経済はリーマンショック前と同じという主張は、説得力を欠く。アベノミクスには、国民が感じている経済格差の広がりに対する具体策がない。	
	広告代理店（制作担当）	・夏に向けての企画案件は前年に比べて微減となっており、他に決め手となる材料も見つからない。	
	行政書士	・航空関連企業に出入りしている物流業者は、出荷量が多い。	
	公認会計士	・消費税増税が再延期となり、景気に対する悲観論は抑えられるが、景気回復の決定打もないため、先行きも大きな変化はないと思われる。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円高でも貿易収支の黒字が続いていることを、考慮する必要がある。米国の景気も、それほど低下はしない。そのため、為替相場は現在の水準がしばらくは続く。	
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・景気が良くなる材料は全くなく、金を使わないムードが染み付いている。このような状況がずっと続いていく。
		鉄鋼業（経営者）	・世界や中国の情勢による製品単価の下落が止まらない。販売量も減り、製品によっては単価が2～5%下落しており、先行きが非常に不安である。
		金属製品製造業（従業員）	・今年度の仕事量については、あきらめムードすら漂っている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売台数は増える傾向だが、それを上回って円高の影響を受ける見込みのため、しばらくは、業績としては下り坂となる。
		金融業（従業員）	・生産量が低下したまま当面は回復の目処が立たず、落ち込みがずっと続くような印象となっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・小売業の折込チラシの減少が著しい。
		会計事務所（職員）	・消費者が敏感になり、良品を求めて無駄な消費をしない傾向にある。
		会計事務所（社会保険労務士）	・夏ごろまで、これまでと比べて売上が減少するという顧問先が多い。設備投資も控えることになると思われる。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（代表）	・売上が落ち込むと価格を下げざるを得ないという悪い循環に陥りつつある。消費者の購買意欲の低下が懸念される。
雇用 関連 (東海)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・イベントへの派遣も始まり、5月が悪すぎたので、今後は良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・四半期ごとの採用枠の拡大や、派遣人材スタッフの契約更新期を迎え、求職者や求人活動が動き出すのではないかと考える。
		人材派遣会社（支店長）	・長期派遣労働者の総数は、前年同期よりも2けた近くの拡大を続けており、この傾向は今後も業界全体で続くものと考えられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・今後は、夏季賞与支給後の転職活動に力を入れる求職者が増える。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新規求職者の登録数の減少や、要望に合う人材の不足により、企業に人材を紹介できない状態が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・足元の景気はやや上向きとを感じるが、2～3か月後に更に上向くような要素は見受けられないため、現状維持となる。

人材派遣会社（営業担当）	・景気を左右する材料が見当たらない。
アウトソーシング企業（エリア担当）	・4月までは求人数にも増加がみられたが、5月以降の求人数の動きをみると、募集ストップや若干名の募集にとどまる等、動きが鈍くなっている。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・参議院選挙を前に経済の動きはいったん停滞する。消費税増税は再延期となるが、増税があれば、良くも悪くも駆け込み需要が期待できる。その後の反動減は心配だが、全く消費に動きのない閉塞感が続くこともつらい。
職業安定所（所長）	・企業からは業績改善という声は聞かれない。
職業安定所（職員）	・新規求職者は前年同月比で2けたの減少が続いている、新規求人への意欲は、医療・福祉業やサービス業等、人手不足の厳しい業種ではおう盛であるが、他の業種では停滞気味である。
職業安定所（職員）	・求職者数は、ここ3か月ほど減少が続いている。
職業安定所（職員）	・求人状況等を考えるとしばらくは横ばいと見込まれる。
民間職業紹介機関（窓口担当）	・求職者は高年齢層と若年層に二極化し、希望する年齢層では、求職者不足が変わらない。
民間職業紹介機関（支社長）	・企業の新卒採用意欲は相変わらず高いと感じる。中途採用では、大手企業において、次世代技術競争のための即戦力を求める傾向が強くなっている。
学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用に積極的な企業の説明会はピークを過ぎ、新規企業による開催より、同じ企業での実施回数が増えているという印象である。
その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・先行きにはあまり期待が持てない。
やや悪くなる	
悪くなる	-