

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	良くなる やや良くなる	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・飲食店や飲食店街への来客数が、週末に限られるものの、わずかながら増えており、今後はやや良くなる。	
		百貨店（企画担当）	・百貨店が扱う比較的高価な商品でも、セールによって価格が下がると、価格を上回る価値があると客に認識してもらえるようになり、売上を確保できるようになってきている。数か月前までは、価格が低下しても反応は鈍かったが、最近は明るい兆しが見えつつある。	
		百貨店（営業企画・販売促進担当）	・春物に動きが見られるため、新しいシーズンに向けて、値ごろ感がある商品に対しては購買意欲が高まる。	
		百貨店（販売担当）	・客からは、鮮度やこだわり感のある商品が欲しいとの要望がある。服飾メーカーからも、その兆しがあるとの意見が出てきている。低価格商品と、価格は従来並みであるがより付加価値がある商品への二極化が顕著になり、客の購買行動は今後明確になってくる。	
		スーパー（総務担当）	・年末年始の売上は前年比4.5%減少しているが、商品の平均単価はほぼ前年並みである。正月には手頃な価格のおせち料理の売上が、前年よりも伸びている。以上によって、今後はやや良くなる。	
		コンビニ（店長）	・子ども手当等が消費に向かう可能性もあり、多少は良くなる。	
		衣料品専門店（販売企画担当）	・商品が少し動き始めてきており、今後の注文も少しずつ増えてきている。	
		乗用車販売店（営業担当）	・決算期にあり、販売量は増えていく。	
		乗用車販売店（従業員）	・決算期に向けてキャンペーンを計画中であるが、来客数が増えて政府の購入補助金がなくなるとの心配からか、補助金は間に合うかとの問い合わせが増えており、それが早期受注につながっている。この傾向はしばらく続く。	
		一般レストラン（スタッフ）	・今月の来客数は比較的多く、客単価も高いように感じられた。少し明るい兆しである。	
		設計事務所（経営者）	・企業の計画案件数は、少しずつ増えている。ただし、実施設計にまで進むかどうかは、現時点では不明である。	
		変わらない	商店街（代表者）	・自家消費の購入がない限り、販売量、売上共に増加しない。今後もこの傾向が続く。
			商店街（代表者）	・エコポイント効果は、そろそろ一巡している。これ以上は悪くならないが、良くなるようにも感じない。
			一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・来客数が増えても、客単価が上がる要素がないため、売上の増加は見込めない。
			百貨店（企画担当）	・当面一進一退が続くが、前年11月のような底の状態に戻ることはない。今後半年から長くて1年間ほどは、現状並みの水準で推移していく。
			百貨店（企画担当）	・客の購買意欲は、12月後半にはわずかに上向いたが、年明けには12月初旬の状況に逆戻りしており、今後も変わらない。
			百貨店（経理担当）	・生鮮食料品等を除けば、依然として回復の兆しは見えない。
			百貨店（売場主任）	・購買意欲は相変わらず感じられず、買わないで過ごすスタイルが今後更に定着する。
			百貨店（販売担当）	・極端に良くなる要素はないものの、世の中が不景気に慣れてきているため、今以上に消費を控えることもない。
スーパー（店長）	・低価格競争は依然として続いており、止まる気配は見られない。健康志向からも、質素な食事、低価格で済ます傾向があり、景気は当面回復しない。			
スーパー（店長）	・近隣の競合店舗との価格競争は、まだまだ激しい。際限なく、価格が下がっていく傾向がある。この流れが止まらない限り、上向かない。			
スーパー（営業担当）	・景気回復の兆しは、まだ見られない。買い控えも多く、上向くのはまだ先である。			
コンビニ（エリア担当）	・当面は今月と同様に、より安価な商品を購入する傾向が継続する。			
コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲はわずかに高まっているが、同業種や異業種間の競合は今後も厳しくなるばかりである。			
住関連専門店（店員）	・低単価商品の動きは良いが、高額品の家具は相変わらず悪い。今後も大きく売上が増える気配はない。			

家電量販店(店員)	・テレビの売行きは好調であるが、単価の下落も続く。
乗用車販売店(従業員)	・経済対策を考慮に入れても、今後半年間ほどは変わらない。
乗用車販売店(従業員)	・2月には、小型車がフルモデルチェンジする。デフレ傾向のなか、どれくらい受注を上積みできるかによって、期末決算の成否が決まってくる。
乗用車販売店(従業員)	・決算期に向かうが、販売台数の増加を見込める要素はない。エコカー減税の効果も薄れており、かなり厳しい。
高級レストラン(スタッフ)	・最近の回復の動きは、前年の激減の反動という面もある。傾向的には、底ばいが続いている。
スナック(経営者)	・歓送迎会の時期に入り、繁華街の人出は多少増える。しかし、経費が削減され、給与も減っている企業が多いため、1次会で終わることが多く、2次会等で使われる店では厳しい状況が続く。
その他飲食[仕出し](経営者)	・景気が良くなる雰囲気はあるが、消費者の様子見はまだまだ続く。
旅行代理店(経営者)	・今後生産現場の海外移転が進むため、今後の旅行需要も変化する。
旅行代理店(経営者)	・良くなる方向へと努力はしているものの、効果は現れていないのが現状である。この状況は当然続く。
旅行代理店(従業員)	・旅行業界には、今後良くなる要素が見当たらない。5月からは上海万博、6月からはサッカーワールドカップが始まるが、上積みになるほどの需要は今のところない。
通信会社(企画担当)	・効果を実感できる景気対策はなく、閉そく感が今後も続く。
通信会社(営業担当)	・今後の予定は急激に変わることはなく、今の状態が続く。
通信会社(開発担当)	・年度末を控え、通信会社を変更する契約の増加が見込まれるが、通信回線の全体数に大きな変化はない。
テーマパーク(職員)	・今後も現状並みか、悪くなる方向に向かう。これまでの景気の悪さが、消費者を節約へと向かわせている。本来ならば景気にあまり左右されない若い世代の消費も、更なる節約に向かっている。
ゴルフ場(企画担当)	・今後の予約数は、それなりに順調である。3か月後は気温も上がり、入場者数の変動はあまりない。
美容室(経営者)	・客との会話でも明るい話題はあまりなく、当分低迷が続く。
その他サービス[語学学校](経営者)	・問い合わせ数や新規の入校生徒数から判断すると、今後も現状維持である。
その他サービス[介護サービス](職員)	・需要は増加傾向にあるが、保険を使えない客への低価格サービスが利益率を押し下げたため、運営は厳しくなっている。
住宅販売会社(従業員)	・決算期に向けて上向いてほしいが、起爆剤となるべき住宅版エコポイント制度が今一つ理解しにくいいため、浸透しない恐れがある。
やや悪くなる	<p>商店街(代表者)</p> <p>・周辺では土地、店舗事務所の空物件が急増している。買手、借手は全くない様子であり、景気が上向く要素は見られず、まだ悪くなる。</p> <p>一般小売店[食品](経営者)</p> <p>・大手企業の春闘の報道によると、定期昇給は期待できないとのことで、可処分所得が増加する見込みは薄く、デフレのなか中小企業は更に厳しい状態が続く。大手自動車メーカーのリコール問題などが報道されると、更に水を差す。</p> <p>一般小売店[贈答品](経営者)</p> <p>・客に2~3か月先の予定を聞いても、交際費等が増えることはなく、消費を控える傾向にある。家計、企業共に交際費等の支出を抑えており、贈答品店では贈る品、返礼する品の両方の購入が減ってくる。2~3か月間は、減少傾向が続く。</p> <p>一般小売店[薬局](経営者)</p> <p>・医薬品業界では、昨秋は新型インフルエンザが流行して、売行きが良かった。しかし今年になって、インフルエンザは下火となり、風邪も流行していない。鼻炎もそれほどまん延しておらず、2~3か月先は心配である。</p> <p>一般小売店[高級精肉](企画担当)</p> <p>・このまま萎縮した状況が、しばらく続く。</p> <p>百貨店(売場主任)</p> <p>・今月はずっとクリアランスセールを実施するが、サイズがだんだん不揃いになるため売上はその分減少していき、それが2月下旬まで続く。新作が出てもすぐに購入する客は少ないため、見ているだけの客が多くなり、売上は更に厳しくなる。</p>

百貨店（販売担当）	・初商いからのセールでは、今まで固くなっていた財布のひもが少しは緩むかと期待していたが、期待したほどの購買意欲の上昇はみられなかった。セール価格でも苦戦する状況では、定価品を展開する2～3か月先にどうなるか、かなり懸念される。																
スーパー（経営者）	・輸出関連は徐々に良くなってきている様子であるが、客の8割は利益が増えていない中小企業で働いており、給料は増えておらず家計は苦しくなっている。今後家計の見直しが一段と進んで、3か月先の消費も良くならない。																
スーパー（経営者）	・どうすれば良くなるか、分からない。客単価はどんどん下がりが、来客数は減る。食品業界はますます大変な時代を迎える。																
コンビニ（経営者）	・飲食店の経営者や一般家庭の主婦と話をしていても、暗い話題ばかりである。赤字続きだが働き先がないため仕方なく続けているとか、給料、ボーナスが大幅に減りどうしようとかの話が聞かれる。この状態では、景気が良くなるわけがない。																
コンビニ（エリア担当）	・ここまで悪いと、全体の景気はこれ以上悪くならないと思うが、個店単位でみると、競合店の増加により更に厳しくなる店も出てくる。																
コンビニ（店長）	・今後厳しさは一段と増す。1,000円以上の商品は、売れにくい。価格を抑えたり容量を少量にして値ごろ感を出しているが、あまり効果はない。																
コンビニ（店長）	・良くなる兆しは、全く見られない。マイナス要素しか見当たらない。																
コンビニ（商品開発担当）	・当地域はこれまで自動車関連産業に支えられてきたが、今は下請、孫請企業が多い地域で売上の減少が目立っている。自動車販売が回復しているとの報道があるが、実感は全くない。																
乗用車販売店（総務担当）	・消費者の所得が増えないため、政府の補助金等の経済対策の効果も今後薄れていく。																
住関連専門店（営業担当）	・客は、特に建築関係、住宅関連に関しては、新政権の政策をもう少し見定めようと、消極的な動きを強めている。																
都市型ホテル（経営者）	・客単価が戻らない。今後まだまだ下がっていくのではないかと。底が見えない。																
都市型ホテル（支配人）	・取引先からの値下げ要請が、一段と強くなっている。また宴会も減っており、今後は更に厳しくなる。																
旅行代理店（従業員）	・レジャーへの支出は、どんどん減っている。これから先、旅行への申込が増えるとは考えにくい。来客数が少ないと、売上は増えない。旅行者が減っているのがつらい。																
タクシー運転手	・景気が底を打ったという実感はない。先々に明るい材料は見つけれず、名古屋経済を大きく支えている大手自動車メーカーのリコール問題等もあり、不安材料のほうが多い。																
理美容室（経営者）	・客との会話では、これからまだまだ悪くなるのではないかと話題が多い。景気が良くなる話は、まだまだ聞かない。																
住宅販売会社（企画担当）	・家は高額であるが、客の年収が減っているため、客は非常に慎重になっている。年収の増加や雇用の安定がない限り、景気は向上かない。																
悪くなる	<table border="1"> <tr> <td>商店街（代表者）</td> <td>・大手自動車メーカーが依然として回復せず、更に悪くなりそうであり、見通しは良くない。</td> </tr> <tr> <td>コンビニ（企画担当）</td> <td>・規制緩和が進まず、新たな活力が生まれない。</td> </tr> <tr> <td>コンビニ（店長）</td> <td>・売れる商品は低単価商品などに限られており、以前よりも幅広く売れなくなっている。賞味期間が長い商品でも廃棄が出るようになっており、今後は一段と厳しい。</td> </tr> <tr> <td>その他専門店〔貴金属〕（店長）</td> <td>・同業者の新年会があったが、年末に1軒廃業し、3月末には2軒が廃業するとのことである。金融面の経済対策は結局間に合わず、どの店も先行きは危機感でいっぱいである。景気の悪化や今後も進む。</td> </tr> <tr> <td>一般レストラン（経営者）</td> <td>・客の財布のひもはますます固くなり、夜11時を過ぎると繁華街の人通りがない状態は今後も続く。</td> </tr> <tr> <td>一般レストラン（経営者）</td> <td>・景気が回復する要因は見られないため、今月景気がやや良くなっているのは、一時的なものである。来月からは景気はまた悪くなる。</td> </tr> <tr> <td>一般レストラン（従業員）</td> <td>・3月には、年度末の決算を乗り越えられない中小企業が倒産する。景気は低い水準で安定してしまい、どうにもならない。</td> </tr> <tr> <td>観光型ホテル（販売担当）</td> <td>・閑散期であるが、年度末を迎える2、3月の受注はさっぱりである。</td> </tr> </table>	商店街（代表者）	・大手自動車メーカーが依然として回復せず、更に悪くなりそうであり、見通しは良くない。	コンビニ（企画担当）	・規制緩和が進まず、新たな活力が生まれない。	コンビニ（店長）	・売れる商品は低単価商品などに限られており、以前よりも幅広く売れなくなっている。賞味期間が長い商品でも廃棄が出るようになっており、今後は一段と厳しい。	その他専門店〔貴金属〕（店長）	・同業者の新年会があったが、年末に1軒廃業し、3月末には2軒が廃業するとのことである。金融面の経済対策は結局間に合わず、どの店も先行きは危機感でいっぱいである。景気の悪化や今後も進む。	一般レストラン（経営者）	・客の財布のひもはますます固くなり、夜11時を過ぎると繁華街の人通りがない状態は今後も続く。	一般レストラン（経営者）	・景気が回復する要因は見られないため、今月景気がやや良くなっているのは、一時的なものである。来月からは景気はまた悪くなる。	一般レストラン（従業員）	・3月には、年度末の決算を乗り越えられない中小企業が倒産する。景気は低い水準で安定してしまい、どうにもならない。	観光型ホテル（販売担当）	・閑散期であるが、年度末を迎える2、3月の受注はさっぱりである。
商店街（代表者）	・大手自動車メーカーが依然として回復せず、更に悪くなりそうであり、見通しは良くない。																
コンビニ（企画担当）	・規制緩和が進まず、新たな活力が生まれない。																
コンビニ（店長）	・売れる商品は低単価商品などに限られており、以前よりも幅広く売れなくなっている。賞味期間が長い商品でも廃棄が出るようになっており、今後は一段と厳しい。																
その他専門店〔貴金属〕（店長）	・同業者の新年会があったが、年末に1軒廃業し、3月末には2軒が廃業するとのことである。金融面の経済対策は結局間に合わず、どの店も先行きは危機感でいっぱいである。景気の悪化や今後も進む。																
一般レストラン（経営者）	・客の財布のひもはますます固くなり、夜11時を過ぎると繁華街の人通りがない状態は今後も続く。																
一般レストラン（経営者）	・景気が回復する要因は見られないため、今月景気がやや良くなっているのは、一時的なものである。来月からは景気はまた悪くなる。																
一般レストラン（従業員）	・3月には、年度末の決算を乗り越えられない中小企業が倒産する。景気は低い水準で安定してしまい、どうにもならない。																
観光型ホテル（販売担当）	・閑散期であるが、年度末を迎える2、3月の受注はさっぱりである。																

		理容室（経営者）	・景気の良い話は聞かれず、客はお金を使わない。また、客はより安い店に流れてしまうため、どうしようもなく悪い状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産の価格はまだ下がるのではないかと、様子見が続いており、売行きは悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・大手企業が赤字となり、経営不振となると、住宅業界全体のイメージが悪くなる。住宅市場はより冷え込む。
企業動向関連	良くなる	不動産業（開発担当）	・これまで買い控えてきた分、住宅購入意欲は高まってきている。工事費が下落しており、来年度は値頃な物件が増えるため、客は戻ってくる。
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・有料発行している月刊タウン誌を、来月から無料マガジンへと変更する。サンプル版に対する取引先からの評価は高いため、出稿量が増えている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・来月あたりから、そろそろ動きがある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・1～3月の業績は下方修正するが、取引先の計画によると、特に中国向けの輸出製造業を中心に、今後は回復が見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の計画によると、今後は生産量が増加する。
		輸送業（エリア担当）	・今後はアジア地域の回復がけん引する。
		通信業（営業担当）	・来期に向けた引き合いが多いため、3月の決算までは我慢が続くが、新年度はやや良くなる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・金融機関からの潤滑な資金供給はなく、景気の上昇にはなかなかつながらない。ただし、良い会社ではピークの80%程度にまで戻ってきており、かなり明るくなってきている。今の状態が半年ほど続けば、設備投資の動きも活発になる。為替動向が問題である。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量、販売量共に、大幅に増加する状況にはない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界をリードしてきた住宅着工件数は依然として低迷しており、今期は80万戸を下回る予想が出ている。地場産業が回復する目処も立たないため、業容を転換する計画を立てている。
窯業・土石製品製造業（社員）		・低価格化の流れは変わりそうになく、仕事が忙しくても売上は増えない傾向は、今後一段と強くなる。	
金属製品製造業（従業員）		・仕事量は、今後も増えない。そのため、安売りも変わらない。	
一般機械器具製造業（経理担当）		・取引先ではこれから来期の予算編成に入るが、明るい話題は聞こえてこない。	
輸送用機械器具製造業（財務担当）		・減税効果は引き続き見込まれるが、生産を増やすほど需要が増えるとは、とても思えない。	
建設業（経営者）		・自動車産業の一部に持ち直しの動きがあるが、まだまだ弱い。	
輸送業（経営者）		・荷主からのコスト削減要請は、今後も引き続き行われる。	
輸送業（エリア担当）		・年頭の挨拶で主要な取引先を訪問したが、今後に向けた明るい話題はほとんど聞けなかった。	
輸送業（エリア担当）		・荷物が増えれば運賃は上がるものであるが、それがみられない。運賃はデフレの影響を強く受けており、荷物は動いても単価は安くなっている。このような状況では、景気の回復にはつながらない。	
輸送業（エリア担当）		・単価は、まだ若干下がるかもしれない。ただし、荷物の減少には限界がある。	
金融業（企画担当）		・企業の業績が回復していないため、個人の収入にも影響があり、個人消費は冷え込んでいる。今後良くなる要素は見当たらず、不景気は当面続く。	
新聞販売店〔広告〕（店主）		・流通業には、回復の兆しが見えない。そのため、チラシの減少は今後も続く。	
やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・当社を含めて、全体的に販売価格の低下が続いている。販売数量は伸びていないため、企業収益は減少している。このため個人消費も低迷しているが、このような状況は今後も続く。	
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・消費者の買い控えは、今後一層進む。それによって、受注量を確保するため、価格競争が始まる。受注量の減少に、価格低下に伴う売上減少が重なり、悪循環になりつつある。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・4月以降の業界の設備投資動向は、あまり良くない。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3月はまずまずの受注量があるが、4月以降の注文の見込みはまだ立たない。	

		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーからは、4～9月ごろまでは数量が伸びず、3月をピークに減少するとの情報を得ている。
		輸送業（従業員）	・円高にもかかわらず、原油価格は上昇している。前年12月の軽油単価は、前々年を上回って再び上昇しており、今後は厳しい経営を強いられる。フェリー料金にも調整金がかかるが、運賃に転嫁ができないため厳しい。
		金融業（従業員）	・今後の見通しは良くない。給料が増えず、ボーナスカットの話題も多いため、数か月後には悪くなる可能性が高い。
		広告代理店（制作担当）	・先の見通しが立たないため、受注量が増える予定はない。それに加えて、企業からは値下げ要請があるため、厳しい状況が続く。
		会計事務所（職員）	・給与等の削減の影響により、税金の還付が多くなり、源泉徴収税の国納付分は明らかに減ってきている。個人事業者の21年度所得税納付も、帳簿の作成時点で減少している。以上によって、今後は一層厳しくなる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・休業を続ける企業は相変わらずであり、役員報酬を減らす企業も増えている。収入が減っていくと、出費を減らす消費者も増え、景気は下向きになっていく。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・1～3月期の仕入れ単価は、5%以上上昇することは確実である。しかし、取引先からは30%のコスト削減を要請されている。非常に厳しい状況が今後も続く。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数は引き続き減少する。
		不動産業（管理担当）	・事務所のフロア単価は、低くなっている。名古屋地区では、共益費込みで月坪12,000円である。無料賃貸期間も、半年間ほど付く。このような市況は今後も続く。
		企業広告制作業（経営者）	・大手自動車メーカーの米国でのリコール問題は大きい。国内の景気をけん引する役割を担っているだけに、信頼の失墜は様々な分野に影響を及ぼす。
		公認会計士	・自動車産業の操業度は、4月以降低下する見込みである。新政権の経済対策は不十分である。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・当座の案件を模索しているばかりであり、仕事の規模は小さい。そのため、目標利益には到達しない。
雇用関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・今後も引き続き、人材ニーズは増えてくる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数の増加は、落ち着きつつある。また、新規求人数は前年比で減少が続いているものの、就職件数は前年を上回っている。以上によって、今後は良くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・大手企業からの求人数が増えつつあるため、今後は中小企業にも順次波及してくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・部品メーカーを中心に、業績は上向く傾向がうかがえる。それに応じて、求人も入ってくる。半年前の企業の雰囲気とは、かなり違いを感じる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今後も、現状とほとんど変わらない。求人があっても条件が非常に高く、求職者は多いがミスマッチになるという状況はまだ続く。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・派遣先企業からの派遣社員の増員注文は、現状維持となっている。製造業関係の派遣先企業では、4月以降の生産計画が立っておらず、先行きは不透明である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・製造業関係の増員に動きが出ないため、求人需要は全体的に弱い。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数に大きな変化はみられず、今後も変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新卒募集は大幅に落ち込んでおり、見通しも暗い。しかし、一般求人には下げ止まりが見られるため、少し落ち着きを取り戻しつつある。最悪期は脱したが、予断を許さない状態は今後も続く。
		職業安定所（所長）	・雇用調整助成金の休業等実施計画届及び支給申請書の提出件数は、横ばいである。新規提出件数は減少したが、前年から継続して提出している事業所が多い。
		職業安定所（職員）	・製造業関係の仕事量は増加しつつあるものの、雇用するまでにはならない。
		職業安定所（職員）	・雇用は前年同期と比較するとかなり少なくなっているが、まだ余剰感があり、人員整理の相談をする企業がある。雇用調整助成金の申請も高水準で推移しており、新たな相談も多い。
		職業安定所（職員）	・企業の先行き不透明感は強く、求職者数の横ばいもまだ続く。

	職業安定所（職員）	・現在の求人、求職の動向が、今後も続く。製造業を中心に、求人は低調である。小売業、飲食サービス業関連の個人消費の低迷も続いており、求人は少ない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業は、新卒採用を減らすことによって年代別人員構成がいびつになる不安を持っているが、直近の業績が回復していないため、採用を抑えざるを得ない。
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・自動車メーカーや製造業関連企業では、来期に更なる予算削減を予定している。派遣社員も、3月末を目処に、4割以上削減するか、契約満了者を全員雇止めする予定である。その一方で、官公庁関連の緊急雇用創出事業等に伴う求人は、2月以降に本格的に増加していく。
	人材派遣会社（営業担当）	・東海地域の主要メーカーの設備投資には、まだ十分な予算配分がされていない。求人も、大きく増える見込みはない。
	人材派遣会社（営業担当）	・業界再編などに伴い、中小の同業者は今後更に淘汰されていく。
	人材派遣会社（社員）	・2月前半の予約状況は好調であるが、それ以降はあまり良くない。
	人材派遣会社（社員）	・求職者数は、今後ますます増える傾向にある。しかし正社員の求人が少ないため、今後は失業者が増える。
	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金等の活用等により、これまで雇用は何とか維持されてきた。しかし、ここに来て、事業所の廃止や工場閉鎖など正社員が解雇される事案が散見されている。年度末を迎えると、景気は悪化する。
悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・大手自動車メーカーのリコール問題によるマイナスの波及効果が、今後地域の周辺企業に少なからず出てくる。その結果、雇用の削減や採用数の減少につながる。