

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		
	やや良くなる	商店街（代表者）	・地上デジタル放送開始後落ち込んでいたテレビ販売がようやく底打ちした感があり、今後は薄型テレビの買換え需要が徐々に増えてくる。
		商店街（代表者）	・そろそろ景気が上がってくる頃である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での消費者の雰囲気を見ると、強い消費意欲を感じる。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・節電の影響などにより家で食事を作る人が減っている。そのため、惣菜や弁当がよく売れ始めている。
		百貨店（売場主任）	・8月は1週目辺りまでクリアランスセールが続くが、その後売上があまり見込めない。9月は新しい高級ブランドが入ってくる予定である。ネットでチェックした客から問い合わせがあり、今後、少しずつ単価の高い物を買う客が増えてくる。
		百貨店（経理担当）	・今月は、衣料品を中心に売上額が伸び悩んでいる。ブランドによりバーゲン初日が分散した影響による。これは特殊要因なので、来月以降は持ち直す。
		スーパー（総務担当）	・うなぎの蒲焼きの予約販売数は、価格高騰により前年同月よりも少ない。しかし売上総金額は前年同月より多い。
		家電量販店（店員）	・依然、主力商品である映像商品の販売台数の伸び悩みが続く。液晶テレビ・プラズマテレビの買換え需要が起こるまではなかなか軌道には乗れない。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と思われる住宅、マンションの購入、リフォーム等が増えている。また、各企業の設備投資についても順調に増えている。耐震工事ほか環境工事関係も増えている。
		都市型ホテル（経理担当）	・婚礼件数が前期に対し下期以降増加する。
		旅行代理店（従業員）	・今年、岐阜ではぎふ清流国体が実施されるため、宿泊施設や飲食店、交通機関などはにぎわいをみせる。また国体関連の二次需要も見込まれ販売量は確実に増える。
		美顔美容室（経営者）	・来月からホームケアのキャンペーンが始まるので、売上がアップする。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・秋になれば行楽シーズンに入るので、外出用商品の受注増を見込む。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税法案が可決されれば、ちゅうちょしていた人も少しは駆け込みで新築に向けての決断をする。しかし、景気が回復しなければ一時的なものとなり、その後の冷え込みが恐ろしい。	
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・ホテル改装工事やリフォーム工事の見積依頼が来ており受注が見込まれる。	
	変わらない		
		商店街（代表者）	・来客数は変わらないが単価が低い。社会情勢上、客単価が上がるとは思えない。
		商店街（代表者）	・今が底のような状態であり、変わらない。プラスに転じる要素が、今のところ全く見つからない。
		商店街（代表者）	・来客数は減っておらず、これ以上は悪くはならない。ただしこれ以上商品単価の低下が進むと包装資材費率が増えるので、減益の要因になる。
		商店街（代表者）	・家電業界があまり良くなく、メーカーも赤字が続いており、良い材料があまりない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・良い要因も悪い要因も見つからない。このまま続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・良くなる理由も特に見当たらず、おそらく悪い状況がしばらくは続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・心理的影響が収まるまで、今しばらく停滞する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・依然、客の財布のひもは堅い。衝動買いをすることはめっきり減っているし、景気の良い話が聞かれない限りこの状態がしばらく続く。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・政権交代のような劇的なことがまた起これば、期待感で景気が良くなる可能性はあるが、そうでなければ今のまま変わらない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・前年同月と違い、消費税増税が現実味を帯びてきた。電力料金の値上げや食品への放射能の影響など、震災後の消費者の負担も見えてきて、消費行動にマイナス面が増えている。

一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・地元の大きな陶器商のほとんどが倒産し、特に若い人の雇用が悪い。なかなか働くところがないと聞く。60才以上の高齢者はお金を持っているが、景気の良かった頃に比べると衝動買いはほとんどしない。
一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほど景況は変わらない。
百貨店(売場主任)	・クリアランスセールを開始日が分散した影響もあり、月全体でピークが分散している。そのため買い控えが見られ、結局買わずじまいという客がいる。
百貨店(販売担当)	・夏のクリアランスセールでは、客は良い物を安く買いたいという気持ちが強い。この先も期待しにくい。
百貨店(販売担当)	・オリンピックによる一時的な気持ちの高揚から消費が増える可能性はある。しかし、不安定要素が解消されるか、何か特殊な与件での景気浮揚策がない限り、上昇する気配はない。東日本大震災以降の不安がじわじわと顧客心理の中に浸透、常態化し、前や上を向きづらい状態になっている。
百貨店(店長)	・固定客は堅調であるため、天候のめりはりで対応商品は順調に見込まれる。
百貨店(販売担当)	・製造業が上向きになり、雇用情勢も好転しつつあるので、引き続き消費も堅調である。
百貨店(営業企画・販売促進)	・政治的不安と社会保障の問題が解決されない限り、消費意欲は高まらない。
スーパー(経営者)	・前月から、客が来ない、買い方がシビア等で極端に悪くなり、その状態が依然として続いている。今後も悪い状態が続いていく。
スーパー(店長)	・スーパーマーケット業界は合理的な購買行動が常態化している中、競合店舗の発生がいまだに続くという異様な状態にある。各社がお互いの首を絞め合っているという状況が続くなかでは、今後も回復は望めない。
スーパー(店員)	・ここ数か月の状況は全く変わらず、良くなる傾向も落ち込む傾向もない。今後は消費税増税によって、変化してくる。
スーパー(店員)	・ここ数か月、同じ動きである。
スーパー(店員)	・うなぎの高騰により土用の丑がどうなるか懸念を抱いていたが、それなりの売上があったので、極端に悲観することはない。かといって良くなる要因も見つからない。
スーパー(営業担当)	・大手自動車メーカーの子会社の人員整理が実施され、厳しい雇用情勢が続いている。
スーパー(販売促進担当)	・天候不順、消費税増税等の要因により客の消費意欲が見えない。暑い夏が続けば改善する。
スーパー(営業企画)	・この先、3か月間は消費がこれ以上冷え込むこともなく、逆に上がる要素も特にない。
コンビニ(企画担当)	・これ以上は悪化しない。
コンビニ(エリア担当)	・今月の状態から劇的な変化はなく、当面同じ状態が続く。
コンビニ(エリア担当)	・夏季の気温には多く左右される。しかし、売上・来客数・客単価共に、多少の変化はあっても全体的には大きく変化しない。
コンビニ(店長)	・暑いなかで、やや来客数の動きが良くなっているが、夜の客の動き、購入の状況から判断して、あまり回復しない。
コンビニ(商品開発担当)	・前年同月よりも残暑が厳しいと予想されるため、構成比の高いファーストフード及び飲料の販売が期待される。前年同月に続き節電需要効果も期待できる。その反面、サービス関連では主にチケット販売の不振が目立つ。現状がこのまま継続される可能性が高い。
衣料品専門店(経営者)	・今年も残暑が厳しいといわれているので、秋物の売上に期待が持てない。
衣料品専門店(販売企画担当)	・消費税増税で、ますます財布のひもが固くなっている。
衣料品専門店(経理担当)	・来客数は前年同月と同じである。販売量は2%減少している。ショッピングセンター協会、百貨店協会、チェーンストア協会の数値もすべて悪い。ショッピングセンターへの来客数が横ばいである要因は、朝7時開店への早朝シフト、節電の気運が高まり手軽に来店する、の2つと推測される。
家電量販店(店員)	・夏場にエアコン・冷蔵庫の売上が増えないようでは他に伸びる要素もない。
家電量販店(店員)	・欧州の信用不安、消費税増税等いろいろあり、客は不安感をもっている。それが購買にある程度影響してくる。当面、徐々に良い方向に向かっているが、足踏み状態の実感はある。

乗用車販売店（営業担当）	・景気が良くなると思える要因がない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなる話題がない。
乗用車販売店（経営者）	・好転する要因が見当たらない。
乗用車販売店（従業員）	・先行き不安があり、波もある。今月は、全くだめというわけではないが、今一つである。たまたま今月だけなのか、先行きが分からない。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費を担う若年層が外出するよりもひきこもる傾向にある。高齢者のショッピングが増加する。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・特に回復するような要因がない。
一般レストラン（経営者）	・良くなる理由が見つからない。
一般レストラン（従業員）	・景気が低迷している状態が当たり前になってしまったことが怖い。
観光型ホテル（経営者）	・2、3か月の景気見通しは、前年同月比15%増程度で宿泊は埋まっているので、変わらない。今後の景気対策は特に見受けられないが、それほど落ちるような状況ではない。
観光型ホテル（販売担当）	・前月よりは秋口にポツポツと一般宴会の予約や問い合わせが入って来てはいるが、前年同時期と比べるとまだまだ弱い。引き合いはあるものの、成約になかなか至らないのが現状である。
都市型ホテル（従業員）	・予約数が変わっていない。
都市型ホテル（支配人）	・秋は、学会等で宿泊の稼働は見込めるが、宴会などの予約は弱い。
旅行代理店（経営者）	・向こう6か月の受注も悪くないが、欧州の信用不安問題もあり、手離しで喜んではいられない。
旅行代理店（経営者）	・客層が二手にわかれている。休みもお金もある層は通年通りである。
旅行代理店（経営者）	・旅行業界としては、7、8、9月は良くなるので、変わらない。
旅行代理店（経営者）	・消費者心理として無駄な買物はしない。夏休みのシーズンなので旅行は円高も手伝って増えているようには見えるが、格安航空会社も含めて節約志向には変化がない。
旅行代理店（従業員）	・今年の夏は猛暑が予想されるので、8、9月は避暑を兼ねた旅行が多い。ただ、景気の動向は悪いので、付随して売上が伸びるとはあまり期待していない。
タクシー運転手	・長い間悪い状態が続いている。繁華街に飲みに来るといふ無駄なお金を使わず、財布のひもを締めている。人出が少ない状況が続いているので、2、3か月後も現状とそれほど変わらない。
通信会社（営業担当）	・需要の増加と、他サービスの減少により、全体としては現状が続く。
通信会社（サービス担当）	・提供エリアの拡大や新しいサービスの展開により、若干は良くなりそうであるが、他社との競合で、あまり景気は変わらない。
通信会社（営業担当）	・回復に向けての見通し・兆し等明るい話題もなく、国民にも活気を感じられない。
テーマパーク（職員）	・秋に向けての期待できる要素が見当たらない。
ゴルフ場（企画担当）	・来月8月は前年同月と比べると入場者予約がかなり増えている。前年の7、8月は、大企業が節電のため平日を休みにしたこともあり、かなり入場者数が増えた。今年の8月はそれよりも予約が増えている。しかし、9月の予約数は前年同月より悪く、今一つ、景気が良くなっているのかがどうか分かりにくい。
美容室（経営者）	・高齢で歩いて来る客が多いため、10月の頭までは暑いので出足が悪くなり、今と変わらない。
美容室（経営者）	・今はボーナスなどの臨時収入があり、レジャーなどでお金を使う人が多い。現状のままか、もしくは多少お金を使わなくなる。
その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・今のところ営業企画を控えている。
設計事務所（経営者）	・計画案件数は少し戻しつつあるが、単価が全体に絞られている。
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税法案の影響が非常に強く、消費税率が結果的に上がるまでは今後も悪い景気が続く。

	住宅販売会社（従業員）	・受注量が増加する要素が見られない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・今月の売上増加の原因が良く分からないが、それほど長続きはしない。秋にはいつも通りの数字に戻る。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先もマイナス傾向が続く。世の中の不安要素が多いので、消費者は給料が増えない分お金を使わないし、貯蓄をして将来に備える。従って、交際費が伸びず、交際費の勘定科目が多い贈答品店等では厳しい。客とのつきあいが減る傾向が2、3か月続く。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・国内はもとより、世界的に経済が低迷している状態が目立っている。急に農産物の値が上がり、デフレのなかで価格に転嫁することもできないので、この先しばらく厳しい経営を強いられる。景気の低迷がしばらく続く。
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・特に、欧州の信用不安等で先行きが非常に怪しいので、景気は良くならない。
	百貨店（企画担当）	・現状、景気は決して良くない。今後数か月で上向く材料も見当たらない。政治の混迷、消費税増税など景気に対してマイナスに作用する要因の方が多い。
	百貨店（経理担当）	・円高、消費税増税等の報道が過熱していくと消費意欲が後退していく。
	百貨店（販売担当）	・クリアランスセールは出だしの来客数が少なかったこともあり、動きがあまり良くない。
	百貨店（経営企画担当）	・欧州の信用不安、円高ユーロ安などの影響が今後さらに企業業績を圧迫し、賞与などの所得減となり、消費を縮小させる方向につながりかねない。
	スーパー（経営者）	・3か月先は、欧州の信用不安が確実に欧州各国の景気を悪くする。中国を中心とする新興国は、欧州への輸出が減少する。新興国の景気はそれぞれ徐々に悪くなっている。そのあおりで先進国、米国、日本にも影響があり、景気は徐々に悪くなっている。
	スーパー（店長）	・周辺競合店の価格競争はさらに厳しくなる。
	スーパー（店長）	・製造業は国内生産から海外生産へとシフトしてきたが、海外での生産も今まで以上の厳しい競争が続く。
	スーパー（販売担当）	・まだまだ安売り店が広告をしていくので、厳しい。
	スーパー（商品開発担当）	・競合他社もE D L P（年間を通じた低価格商品）を強化し、一段と価格に対しての価値観が強まってきている。所得の低下、将来への不安の表れで、節約できるところは節約しようという雰囲気が一層高まっており、景気は悪化する。
	コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店がなお激しくなる。
	乗用車販売店（従業員）	・政治の不安定に尽きる。
	乗用車販売店（従業員）	・前回のエコカー補助金終了後は、受注先食いの反動により、大きく受注が減少した。今回はその経験を踏まえ、相次いで新型車を投入し、新車効果を期待している。しかし、客の財布のひもはかなりきつくなる。
	乗用車販売店（経理担当）	・実質的には、エコカー補助金は終了しているので販売台数の減少が見込まれる。前回の補助金終了後の落ち込み同様の結果になるのかは不透明である。
	乗用車販売店（総務担当）	・新車販売においてエコカー補助金が8月半ばで終了予定のためやや悪化する。
	乗用車販売店（販売担当）	・車のエコカー補助金がなくなるため悪化の予想が立つ。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・欧州の信用不安と国内の政局の不安定により悪化する。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏休みに財布のひもが緩んだ分を引き締めにかかる。	
スナック（経営者）	・夏休み、お盆、連休は予約が少なく、あまり期待できない。	
スナック（経営者）	・今まで接待費等で来店していた客が、自費で来店することは少ないため、個人的な消費が見込めない。現状では景気が回復しない以上、団体客を見込めることもないため、売上が伸びる要因がない。	
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・国の財政云々よりも、実際の消費者の財布の状況から、消費税増税のストレスは厳しい。当然、販売、単価等に悪影響が出てくる。	
都市型ホテル（経営者）	・企業の海外流出、円高を含めた景気の低迷、少子高齢化がじわじわと景気を悪化させる。	

	タクシー運転手	・例年、お盆休み明けは売上が低迷する時期である。自動車業界の明るい材料はあるものの、連休後の財布のひもは固く、一時的に落ち込む。
	タクシー運転手	・毎年7、8月は旅行やお盆の帰省、スポーツの大会など非常に人の動きがある月なので、9月になるとどうしてもやや暇になる。
	通信会社（企画担当）	・野菜やガソリン価格こそ落ちてきたものの、消費税増税など、先行き不透明感は強い。
	観光名所（案内係）	・暑さが続きそうで、冬が短くなる。冬物製品の販売が、あまり伸びないので、景気はそれほど良くならない。
	パチンコ店（経営者）	・業界が低貸の方向へ進んでいて今が過渡期である。
	理美容室（経営者）	・景気が悪くなるという話をしていると客がお金を使わなくなる。
	設計事務所（職員）	・円高が続く中、これといった景気対策が出る可能性がなく、回復の糸口がつかめない。
	住宅販売会社（従業員）	・国会の動きが最近さらにわからない。動向を見守る人が増えそうで買い控えが進む。
	その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・客の話では、正規雇用がかなり減っている。正規雇用を増やすような政策をしていかなければならない。
悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・有効な景気対策がないままに消費税増税だけが決まると、景気が悪くなる。
	コンビニ（店長）	・消費税増税が現実的になって、消費の落ち込みが懸念される。今まで景気に左右されなかったたばこや宝くじの販売量が減っている。
	コンビニ（店長）	・ただでさえ売上増が期待できないなか、競合店の出店は今後の売上にずっと影響し続ける。
	乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が終了することで一気に購買意欲が失せ、販売需要は停滞する。
	乗用車販売店（従業員）	・8月にエコカー補助金が終了すれば前回同様に大幅に販売台数は減少する。
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	・来客数、客単価共に前年同月との比較では大幅に落ち込む。生活防衛の意識が高まって、景気が上向き気配が全くない。
	高級レストラン（スタッフ）	・大震災復興需要の効果はほとんど実感されない一方、公的負担の増加やボーナスの減少、企業の海外移転など、雇用・所得・消費の環境は逆風ばかりである。先行き明るい材料が見当たらない。
	テーマパーク（職員）	・しばらく関東方面や九州方面への人の流れが続く。
	美容室（経営者）	・客がお金を使わない。次のヘアカットまでの間隔も、1か月から2か月、3か月へと伸びている。
		理容室（経営者）
企業動向関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の発注元が増産傾向になっているため、今後しばらくは忙しくなる。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーが海外での生産数量を増やすと聞いている。ノックダウン生産の形で、当社の部品が完成車メーカー経由で輸出される数量が増える。
	建設業（経営者）	・消費税増税の影響が少なからずあると思うが、全般的に景気回復している。
	金融業（従業員）	・例年に比べて横ばいながらも、今後は少しオリンピック等の活性化もあり、景気が上向きになる。
	不動産業（開発担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の始まりが本格化する。
	食料品製造業（経営企画担当）	・劇的な消費マインドの回復は期待できない。当面は徹底的なコストダウンで収益を確保することを考える必要がある。
変わらない	化学工業（企画担当）	・今後3か月間の売上予測からは特段低調な傾向は認められない。しかし、スペインの信用不安やロンドンの銀行間取引金利の不正操作問題による世界経済への影響などで、円高ユーロ安や株価低迷が進行することが予測されることから、売上に影響してくる可能性がある。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・長引く構造不況下にあって、なす術がない。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・欧州市場での販売不振が原因となって、北米自動車メーカーが設備投資を減少させるのではないかと懸念する情報が北米市場の代理店から入っている。しかし、実際の引き合いの量や受注金額に大きな変化はみられない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・円相場が不安定で先行きが見えない。
	電気機械器具製造業	・日本全体に停滞感がある。この先何がきっかけで上下するかわからないこと自体に不安がある。

建設業（営業担当）	・ ぎふ清流国体等が始まるからといって、売上もしくは受注が増える業種は限られている。2、3か月で景気が良くなるとは判断しづらい。今は我慢のときである。
輸送業（経営者）	・ 製造業の客の生産予定がしばらくは安定的に推移する。
輸送業（従業員）	・ 全国的な猛暑で飲料やドリンク類などの荷動きが活発である。その他夏物関連の商品の製造販売が活発になる。また、今年のお盆はカレンダーから例年より休みのところがやや多く、盆前の荷動きが例年以上に多くなると予想している。業界としては依然高値ながら原油価格がやや落ち着いており、一服感がある。
輸送業（エリア担当）	・ 経済状況が変化する要因がない。
輸送業（エリア担当）	・ 主要荷主からも仕事が増えるというような明るい話題が聞こえてこない。
輸送業（エリア担当）	・ 軽油の単価が下がり続けているが、8月に元売り各社で在庫調整があるので、今度は上げに転じてくる。ただ、産業そのものが活性化されるかというところではなく、軽油は相変わらず横ばい、又は売れないので下がる。産業復興の兆しが見当たらないという点で、景気はまだ横ばいである。
輸送業（エリア担当）	・ お中元は若干減少しているが、取引先は品質を重視してきているため、当社の強みがいかせる。
金融業（企画担当）	・ 欧州の信用不安は抜本的な対策、米国、新興国の景気は改善指標が出てこない、動きづらい状況が続く。当面は改善の見込みはない。
不動産業（経営者）	・ 底値低迷で動きがほとんどない。
不動産業（管理担当）	・ 不動産会社でオフィスの仲介を担当している。とにかく何も動きがないことから、景気は上向きでも下向きでもなく、変化がない。
広告代理店（制作担当）	・ 客からの問い合わせはあるが、なかなか受注までに至らない傾向があり、こういった状況はしばらくは続く。
行政書士	・ 良くも悪くもない。
会計事務所（職員）	・ 仕事量は増えているが、単価が安い、期間が短い、ロット数量が少ないなど企業にとって利幅の薄い仕事が多い。
会計事務所（社会保険労務士）	・ 業績が回復してきても、これまでの赤字を埋めるところまでで、従業員の給与や賞与に還元されるのはもう少し後になる。
その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・ 案件があっても体制がつかず、受注につながらない。
その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・ 季節的要因以外、今のところ変化する要因が見当たらないので当面現状維持のままである。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・ 前年のタイの洪水から1年経ち、少しずつ国内の仕事がタイへ戻るようになっている。国外への仕事の流出は、避けられない。
やや悪くなる	
紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・ 段ボールケースの販売先が、価格競争の激化により売り負けし、他社から購入するケースが増加傾向にある。
印刷業（営業担当）	・ 身の周り全体に、あまり良い話を聞かない。一次会社、客、協力会社、どの会社を見てもあまり良くない。緩やかに景気が良くなっていると聞くが、末端までには及んでいない。
化学工業（人事担当）	・ 一番大きな影響は欧州、特にスペインの信用不安の動向である。為替レート（円高）にも反映するので、この問題が払しょくされるまで景気の低迷は継続する。
窯業・土石製品製造業（社員）	・ スマートフォン関連は、価格より部品供給を間に合わせることに主眼が置かれていたが、そろそろ供給が安定し、価格競争の段階に入りつつあり、値下げ対応を迫られることになる。
鉄鋼業（経営者）	・ 円高により、ものづくりの海外流出、電力などの原料高、エコカー補助金の終了により、自動車販売台数の落ち込みが予測される。復興も一向に進まない状況で回復していく要素が見当たらない。
金属製品製造業（経営者）	・ 引き合いは相変わらず増加していない。販売価格も低下傾向である。
金属製品製造業（従業員）	・ プロジェクトの動きが鈍く、仕事量の確保への心配がある。同業間でもその話を聞く。
一般機械器具製造業（経理担当）	・ 中国の景気刺激策等の効果は、秋以降である。欧州、米国景気は、しばらくはガラガラと横ばいである。一部自動車関連は、下降傾向との情報もある。今後2～3か月は悪化傾向である。
電気機械器具製造業（企画担当）	・ 欧州の信用不安の影響がアジアまで広がると、欧州の下落分をアジアで補うことも難しくなる。

	電気機械器具製造業（経営者）	・産業用機器に使われるトランス関係あるいは設備用トランス関係が、全く動いていない状態が続いているため、まだ悪い状況は続く。今後、ますます悪くなる。一部自動車関係については好調な機種もあるが、まだまだ予断を許さないという状態で、増産、良くなる傾向はまだ見えてこない。	
	建設業（経営者）	・景気が良くなる材料が全く見当たらない。特に政治家は自分の選挙のことしか考えず、国民のことを何も考えていない。大企業、電力会社も自分たちのことしか考えていない。国民全体でがんばっていかうという気概が、国民にも薄れてきている。	
	通信会社（法人営業担当）	・円高、株安、貿易赤字と過去最悪の条件である。欧州の信用不安の影響、消費税増税により消費マインドが落ち込む。	
	金融業（法人営業担当）	・エコカー補助金の終了による自動車国内販売の反動減、海外景気の悪化に伴う輸出の減少や円高進行など、先行きの景気下振れリスクが懸念される。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者が減りつつある昨今、さらに消費税増税の影響が出てくるのが怖い。	
	経営コンサルタント	・企業の雇用がまだ回復していない状況のなかで、工場を売りたいという話も出ている。設備投資は、まだ盛り上がっていない状況である。雇用改善がなされない状況のなかでは、住宅購入の動きも見られないし、地価の下落傾向もまだ続いている。	
	公認会計士	・スペインを始めとする欧州の信用不安がある。中国経済が弱含みである。円高、国内空洞化等に対する政治的な政策がない。	
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状好転する業界が少ない。車業界も減産方向に向いている。
雇用 関連 (東海)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・今後も研究開発需要は堅調と見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・来月はイベント、同窓会、2～3月先は婚礼、法人関係の予約状況が好調である。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産に関して9か月連続して増加しており、今後もしばらくは増加する。
	職業安定所（次長）	・新規求人が好調さを維持している。内容では正社員求人が依然として少ないが、求人数自体は増加している。	
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人の動きが良くなっているのは事実である。ただ、求職者がほとんど出てこないの、売上が上がらない。求職者が出てきたとしても、キャリアのある人間がいない、年齢が高いため、人を派遣できない状態が続いている。	
	人材派遣会社（社員）	・海外進出する企業が増えて、国内の雇用が頭打ち傾向にある。	
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数はここ最近では多かったが、日経平均は8500円前後を行ったり来たりしているため、景気回復はあまり期待できない。	
	人材派遣会社（営業担当）	・エコカー補助金の打ち切りが生産減につながり、それに伴って雇用も減少していく。	
	職業安定所（職員）	・求人数は増加しており、景気の回復が見られる分野もある。しかし中小企業においては引き続き休業や人員削減等が見られ、ばらつきがある。	
	民間職業紹介機関（支社長） 学校〔専門学校〕（就職担当）	・欧州の信用不安など、マイナス要素も残っており、環境が好転するとは思えない。 ・マーケットを同じくする同業他社も業績不振により採用を控えている。弊社もいい人材のエントリーがあれば検討するといった消極的な採用計画が続いている。	
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・エコカー補助金の終了に伴い、生産計画も反動で減少しているため、派遣活用を頂いていたクライアントとの派遣契約満了がすでに増えている。	
	職業安定所（所長）	・介護・福祉関係の求人は増加するものの、自動車部品等の製造事業所ではエコカー補助金の終了により生産量はやや減少し、新規求人も同様に減少する。	
	職業安定所（職員）	・企業の方から、3か月先の予定が立たない状況であるという声がよく聞こえており、景気が良くなっているとは思えない。	
	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の計画件数が、6月ごろから若干増加傾向にある。このような場合は、企業の求人意欲が薄れることが多いので、やや下降する。	
	職業安定所（職員）	・最近、中小規模事業所の廃業、規模縮小による離職者が増えている。	

悪くなる	人材派遣会社（営業担当） 職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・エコカー補助金の終了に伴い悪化する。自動車購買数値の低下、ならびに欧州の信用不安の影響が懸念される。 ・エコカー補助金が終了することで、下請を含む自動車関連の景況感が一段落する。これが、運輸・郵便業、飲食店・宿泊業、卸売・小売業、派遣業に間接的に影響を及ぼす可能性がある。
------	---------------------------	--