

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（販売担当）	・消費税増税が間近となり買いためをしようとする切迫した心理が高まり、高額品や耐久消費財を中心に消費が活発になる。従来の購買層だけでなく、ほとんどの所得層で駆け込みのように購買が促進されると予想する。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・客1人当たり単価の上昇だけでなく購買意欲が上がっていることに加え、消費税増税前の駆け込み需要も見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・今後は消費税増税を前にした駆け込み需要が期待でき、来年3月までの動きは活発になりそうである。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、マンション、リフォーム工事とも消費税増税前の駆け込み需要が出てきている。また、公共工事、一般のビル設備投資なども増加傾向にある。少なくとも来年3月までは好調が予想される。
		タクシー運転手	・毎年12月は忘年会等で一番人が集まることが多いため、タクシー業は多忙になる。
やや良くなる		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・これから年末、年始に向かっていくなかで、セール等のいろいろな企画が目白押しであり期待したい。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客とのやり取りのなかでは、消費税率が上がる前の年末年始ということもあり、前年よりは売上が上がる様子がある。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・大企業が大分良くなっているが、中小企業はまだ実感できるほどは良くなっていない。今後良くなることを期待する。
		百貨店（売場主任）	・靴メーカーでは売上が悪いので在庫を作らないといっている。また、景気が良いのは高額商品が売れている当地だけという人もいる。しかし、ターミナルでは地方から来る客も多く売上は確保できており、これからも売上は伸びていく。
		百貨店（販売促進担当）	・クリスマスシーズンを迎えると、消費税増税前に身の回り品やし好品を購入しようとするモチベーションが高まる。
		百貨店（営業企画担当）	・来年4月の増税まで高額品を中心とする需要は増え、一時的に売上は好転する。
		百貨店（販売担当）	・季節性のない高額商品は、ボーナスと消費税増税前の駆け込み需要でかなりの伸びをみせる。
		スーパー（店長）	・消費税率アップが決定してからは、高額な耐久消費財の需要が高まっているようである。それにつられて、食品販売も3月いっぱいまでは、売上の伸びが期待できる。
		スーパー（店長）	・一部商品の値上げがあるが、消費税率アップまでは消費は上向きそうである。
		スーパー（総務担当）	・ボジョレーヌーボーワインの予約数が前年より増えている。
		スーパー（営業担当）	・消費税率引き上げはマイナス要因であるが、引き上げ実施までの期間は売上に期待ができる。
		スーパー（営業企画）	・消費税増税が近づいて、消費者心理としては駆け込み需要が増える。ただし、食品等の購買頻度の高いものにはあまり変化はなく、かえって節約傾向となる懸念もある。
		スーパー（商品開発担当）	・消費税増税前の駆け込みも含めて、年末商戦等を経て年度内は消費は良くなるというイメージを持てる。
		スーパー（支店長）	・今は消費税増税前の駆け込み需要で一時的に良いと思われるが、来年度からが心配である。
		コンビニ（企画担当）	・東京オリンピックの決定、リニア新幹線の路線決定、ソチ冬季オリンピックやTPP（環太平洋戦略的経済連携協定）へ向けての規制緩和など、年末からの先行きについては比較的明るい話題が多い。また、話題となった連続TVドラマの影響で各地方の自力での活性化や、おもてなしの取り組みによる訪日外国人旅行者の増加など、人の動きは今より良くなる。
		コンビニ（店長）	・気温が徐々に低下し、特に中華まんや温かい弁当等の動く要素が強まり、冬物商品が動くようになってくる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を前に駆け込みによる購入が増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・12月にかけて車検や点検の来客数が増えてくる。新型車の導入もあるため来場者は必然的に増え、商談の機会も増える。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増えてくるが、目にみえて増えるものではない。
		乗用車販売店（経理担当）	・新型車効果と消費税増税前の駆け込み需要で、先行きはやや良くなると思われるが本来の景気回復とはいえない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税を控えて、小売業は一時的に活況化してくるのではと考える。		

	一般レストラン（スタッフ）	・ものの動きや雇用が安定的に動いている。それだけ世の中に動きがあり、景気はプラスに動く判断する。
	スナック（経営者）	・例年11月くらいから年の締めとして忘年会、同期会などがあり、今年も予約申込が出てきている。期待も込めて、来客数は増える。
	都市型ホテル（経理担当）	・ツアー募集で団体数が増加している。
	旅行代理店（経営者）	・地方にも好景気が波及し始めてきたように感じる。
	旅行代理店（経営者）	・期待も込めてであるが、客の様子をみているとやや景気が良くなりそうである。
	旅行代理店（従業員）	・企業の職場旅行が徐々に増えている。周年行事に記念旅行を行う企業も増えていて業績回復の1つの指標のように感じる。アジア近隣諸国との友好関係が良くなれば、さらにアップする。
	タクシー運転手	・1年を通じてこの時期だけは客が羽を伸ばす。
	通信会社（サービス担当）	・パソコンの買換えや電化製品の買換え時等に光回線への変更があれば、景気は良くなるのではないと思う。
	美容室（経営者）	・年の暮れから新年にかけては、今年夏に出足が悪かった分、正月前にはパーマをかけようとする人が増えて良くなる。
	美顔美容室（経営者）	・ホームケアキャンペーンが12月末までのため、キャンペーン期間中にもう1セット購入する客がある。
	その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・年末から年度末にかけて工期の迫っている現場を数件受注している。
変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税に対する需要は今後ある程度は見込めると思うが、感覚的には大したことはないと感じる。地上デジタル移行前のテレビのように単に需要の先取りで終わって、その後の反動が怖い。
	商店街（代表者）	・来月から再来月にかけて大きくてこ入れするので、少しは良くなると思われるが、現状は非常に良くないで、景気の状態としては横ばいで推移して行くのではないかと。
	商店街（代表者）	・年末までは忙しいが、これといった動きがあるわけではない。
	商店街（代表者）	・必要以外のものは見向きもしない状態が続いている。必要なもの以外に興味を示してもらうことが売上高に繋がる。
	商店街（代表者）	・主力商品以外でも1,000円以下の商品の販売比率が上がってきており、この傾向は当面続きそうである。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・個人消費はまだまだ上向きではなく、小売業等では今の状態が続く。
	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・季節的要因もあるが、単価の低下、販売量の減少など難しい状況である。今月が非常に悪いため、これ以上悪くなることはない。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・勢いの良い、人出が多い状態が変わることなく、来春まで続く。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月初旬に遷宮が終わり、今がピークと思っている。早く来年のゴールデンウィーク頃まで、長ければ来年秋の観光シーズンまでは今の景気が続き、その後は緩やかに落ち着いていくであろう。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・地方にはまだまだ良い話は聞こえてこない。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・一部の客ではたくさんの贈答品需要があつて売上が伸びているが、大半の客は現状維持かやや下降気味で、全体的には向こう3か月の状況は変わらない。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・物価の上昇が続いているが給料の伸びがそれに追いついていないため、客は消費を控える行動をしており、景気は横ばいの状態がまだまだ続く。
	一般小売店〔書店〕（経営者）	・男性客の消費がいまだに渋い。なかなか2～3か月でこの状態が変わるとは思えない。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・物価の上昇で、日常の消費を抑える方向にますます進んでいく。
	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは状況は変わらない。
	百貨店（売場主任）	・財布のひもは依然として固く、どんなものを消費税増税前の駆け込みで買うのかを吟味している。
	百貨店（経理担当）	・紳士服、美術宝飾品等は好調で、ヤング向けや婦人服が不調である。全体としての景気は変わらずという印象である。
	百貨店（経理担当）	・今年は暖冬にはならないという予報ではあるが、今後も売上が天候に左右されることが予想される。消費税増税前の駆け込み需要は、増税直前になるまではあまり期待できない。

百貨店（経理担当）	・政府の消費税増税決定の表明以降、消費マインドの低下がみられ、不要不急の物品には買い控えが起きていると感じる。駆け込み需要が発生する来年2月、3月までの間は、景気は後退局面へシフトする。
百貨店（経営企画担当）	・冬のボーナス商戦に期待したいが、各種商品の値上げなどへの防衛意識なども出てくるのではないかと。
百貨店（販売担当）	・消費税増税が決定しているが、今のところ駆け込み需要はみられない。これからは高額品などの駆け込み需要が増えてくる。
百貨店（販売担当）	・加湿器等の季節商材が動きだしている。
スーパー（経営者）	・式年遷宮に続いて新年へと、来客数の維持に期待している。
スーパー（経営者）	・景気は、消費税増税前までは良い状態で、増税後の4月からは下がる。来年1月ごろは駆け込み需要があり、景気としては良い状態である。日本からの輸出も、アメリカ方面は良いが中国及び新興国の景気には以前のような伸びはなく、徐々に影響してくる。そのため雇用にもマイナスの影響が表れる。
スーパー（店長）	・物価の上昇分を簡単には小売価格に転嫁できない状況である。売上も前年比100%を割る状況で、今後ますます利益を圧迫する。景気回復の兆しはみられない。
スーパー（店長）	・消費税増税に備えていろいろな購買が始まる。ただ、大型商品の購買は進むが、一般食料品等については通常と変わらないであろう。増税により全体の消費が落ち込む可能性があるため不安である。食品関係については特に大きな伸びはないと思われ、景気が良くなるとは感じられない。
スーパー（店員）	・年末に向けていろいろな必要なものの買出しが始まる時期となるが、消費税増税のニュースが財布のひもを固くしているような気がする。
コンビニ（エリア担当）	・今月のように前年同期をクリアできない状況が、当面は継続する。
コンビニ（エリア担当）	・売上の伸びは客単価のアップが要因であり、来客数の伸張も多少はあるが、まだ低い。
コンビニ（商品開発担当）	・景気回復は感じられない。プチゼイタクの流行や高付加価値・高額商品の動きは良いが、その反面、通常購入するものを節約する動きは相変わらずである。
衣料品専門店（経営者）	・バーゲンだからといって誰も彼もが買ってくれる時代はとっくの昔に終わっている。
家電量販店（店員）	・家電新製品の発売が続々と発表されているが、特に反応がない。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税を気にする客が増えている。
乗用車販売店（経営者）	・良い悪いのどちらかに大きく振れる材料が見受けられない。
乗用車販売店（経営者）	・新車購入の動きがしばらくはある。
乗用車販売店（従業員）	・基本的にあまり良くない状態が変わらないまま続く。ただ、消費税増税に対する特需がこれから増えてくるが、その反動が目に見えているので、景気は下向きになるのではないかと。
乗用車販売店（従業員）	・ハイブリッド車中心の販売により、まだ店頭の活気は続く。しかし、客との話のなかでは、身の回りの生活用品の物価が少しずつ上がっているため、今後が不安で車の購入どころではという声を聞く機会が多くなっている。段々と市場の動きが重くなっていくように感じる。
乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響もあり来年3月までは好調が続くと思われる。
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7.1%の減少で、特殊要因を除くとマイナス2.4%である。来客数は、前年比で3.6%のマイナスである。
高級レストラン（役員）	・年末年始はかき入れ時であるが、宴会予約は例年と比較して動き出しが遅い。
一般レストラン（従業員）	・周辺では相変わらず低いレベルで安定していて、アベノミクスの効果は全くない。
観光型ホテル（経営者）	・広い地域から集客する宿泊営業はやや良い状況が続く。地場産業の漁業や水産加工業は、原材料費や仕入れ価格の高騰を製品価格に転嫁できず景気が悪くなっており、すぐには改善できないため、飲食部門では停滞傾向がしばらく続く。

観光型ホテル（販売担当）	・11月は特需もあってかなり伸びるが、年末・年始はこれといった特需もない。一般宴会も件数はあるが中身が薄くて売上に貢献せず厳しい。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から、変わらないと判断する。
都市型ホテル（支配人）	・悪くなる要因は少ない。
都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税の影響がどうなるのかわからないでいる状況、あまり変わらないと思われる。
旅行代理店（経営者）	・クリスマス、年末・年始商戦が早まっていて予約は混み合っているが、ボーナスの支給状況で動きを決める層は、今後の見通しがどうなるかわからない。
旅行代理店（経営者）	・円安による一斉値上げの浸透で、財布のひもは固くなる。輸出型産業には恩恵があるが、すべて輸入に頼る日本は賃上げどころではなくなるとされる。
旅行代理店（従業員）	・旅行市場は、消費税増税による駆け込み需要が期待できないため、販売量が変わることはない。
タクシー運転手	・半年前や3か月前から同じような状況が続いているため、3か月前も変わらない。
通信会社（営業担当）	・今後も、現在の状態が続くように思われる。
通信会社（営業担当）	・消費税増税の関連で、来年2月、3月は多少動きがあると思うが、しばらくは変わらない。
テーマパーク（職員）	・営業面、周辺の状況ともにプラス材料がない。
ゴルフ場（企画担当）	・今月の入場者数は少なく、これから先も冬に入っていくので、入場者数は少なくなる。しかし、予約状況から考えて、通常の天候が続けば入場者は前年以上となる。
美容室（経営者）	・現状は少し景気が悪くなっており、この状態がそのまま続く。消費税増税により、客の来店サイクルは長くなる。
美容室（経営者）	・客と話をすると、まだまだ先がみえず将来に対して不安が残るようである。消費税増税もあって、あまり金は使わない。
その他サービス [語学学校]（経営者）	・秋口の需要が安定して続いている。
設計事務所（職員）	・受注状況にしても、客の話を聞いても、景気が良くなるという傾向はない。
住宅販売会社（従業員）	・現在の仕事量の多さが、消費税率のアップによる駆け込み需要であれば3か月後までが限界であり、その後の需要は下がることが予想される。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が不明であるが、横ばい状況が続く。
その他住宅 [不動産賃貸及び売買]（経営者）	・良くなる要素がなく、厳しい状態が続く。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・例年にない天候不順とともに、砂糖などの原料の高騰、輸入品の値上げ予定などで、非常に厳しい。
スーパー（経営者）	・ギリ貧状態がひと休みであった先月に比べ、さらに状況が悪い。今後もこのような状況が続き、緩やかに悪くなることが見通される。
スーパー（店員）	・単価の安いものの購入が増えているだけで、それ以外のものが売れない状況が続く。
スーパー（販売促進担当）	・近隣に競合商業施設がオープンする11月からしばらくは、客の動きが厳しいと思われる。
コンビニ（店長）	・商品が売れない。購買意欲も上がっていない。
コンビニ（エリア担当）	・電気料金の値上げや最低賃金引き上げによる人件費の増加、他社の出店攻勢などにより売上・利益を圧迫していく。
コンビニ（エリア担当）	・弁当など主要商品の数字が悪く衝動買い用商品も売れなくなってきたり、今もかなり悪い。客は財布のひもを締め、競争店も出てきており、ますます厳しくなる。
コンビニ（店長）	・野菜の高騰などで客は消費を引き締めている。今後もこの状態が継続する。
家電量販店（店員）	・消費税が増税となり収入も増えていないため、景気が良くなるのは難しい。
乗用車販売店（従業員）	・販売単価の動きはそれほど低くないが、値段を安くしても売れず、利益が出ない。来月再来月も動きが良くなると思える自信がない。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前には少なからず販売台数が増えるだろうが、今現時点では増販が見込める要素が少なく、年内はかなり厳しいと思われる。

	乗用車販売店（従業員）	・年末から特別仕様車、新型車が発売されるが、消費税率が上がるタイミングに合わせてどれだけ需要を取り込めるかが鍵になる。来客数が減ってきているので、工場への入庫も含めて、今まで以上にキャンペーンを打つ必要がある。それ程厳しい状況である。
	その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税増税による年度内受注後の売上の低下が影響する。
	一般レストラン（経営者）	・消費税増税を控えて一時的には良くなるかもしれないが、基本は変化ないので変わらない。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税が近くなるにつれ、落ち込みは必至である。
	都市型ホテル（経営者）	・消費税増税でどのような変化が表れるか疑問がある。
	旅行代理店（経営者）	・客の目線が消費税増税の影響を受ける商品に向いている感じがある。業界によって一長一短だが、とりあえず4月を迎えないと先が読めない。
	通信会社（企画担当）	・消費税増税を決定した影響か、当社のように毎月恒常的に料金のかかるサービスを手始めに、節約ムードが高まっているのではないか。
	テーマパーク（職員）	・外国人の客は多いが日本人は少ない。
	観光名所（案内係）	・物価上昇などで、良くなる理由が見つけられない。
	パチンコ店（経営者）	・業界全体が低価格競争に向かっている。
	理美容室（経営者）	・世間では景気が上向いていると聞くが、客の話では、この地域では景気が上向きとは思わないとのことである。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・仕入れコストの上昇を販売価格に転嫁しづらい市場環境にあるため、メーカーの価格改定が増えてくると、利益への影響が心配される。
	設計事務所（経営者）	・企業案件は相変わらず低調なうえに規模が小さくなっている。個人住宅案件は少ないままである。消費税の関連で特別な動きはない。
	住宅販売会社（経営者）	・現在完成している建物や平成26年3月末までに引き渡せる物件はまだ売れるが、それ以降となる物件については先行き不透明である。
	住宅販売会社（従業員）	・年末の忙しい時期に入ること、注文住宅は現行の消費税率となる年度内完成には完全に間に合わない時期となることで、客足がさらに減少すると考える。
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・この先、事業の縮小、廃業で年を越せない企業もありそうで、先がみえない。良い方向に向かっているとは思えない。
	悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者） 理容室（経営者）
		・生活者の暮らし向きが苦しくなるため、小売業も苦しくなる。 ・財布のひもはこれからもなお固くなる。
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）
		・新設住宅着工件数の増加による。
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）
		・企業の業績回復による賃金アップは、多少の差はあれ全体的な底上げが期待される。さらに消費税増税を控え、駆け込み需要の期待も強まることから、年度内は比較的明るい材料の方が目立つ。
		化学工業（人事担当）
		・来年4月に消費税率の変更があるので、今から2、3か月後には高額品の購入が増え、少し景気が良くなる。
		化学工業（総務秘書）
		・長い不況で失ったものを、これから取り返すというマインドが国内を覆っている。政権交代から、東京オリンピック招致の成功やリニア新幹線計画など景気回復に向けた上昇指向を、当面途切れさせたくはないという気持ちがみなぎっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）
		・米国の金融引き締めが先送りの見通しができたので、ここ数か月間は受注も堅調に推移すると思われる。
	電気機械器具製造業（経営者）	
	・パーラー業界の取引先の景気が良くなっており、それともなって当社製品のパーラーチェアの売行きが見込める。	
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	
	・客先の生産計画が増産傾向に向かってきている。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	
	・工場ラインの増設による。	
	輸送業（従業員）	
	・アベノミクス効果で消費税率増税までは景気上昇のムードが高まっているが、物流業界としては依然として高止まりの燃料費が懸念材料である。ガソリン価格は高止まりで、荷主に要請している燃料サーチャージに対して、以前に比べ理解度が上がっており徐々に収益が増えている。	
	輸送業（エリア担当）	
	・到着荷物はさらに伸びているため、時給を上げてそれに対応する人員を募集している。	

	輸送業（エリア担当）	・荷物が動き出して来たためか、備車（車両不足等の際に他社から借りる車両）を集めるのに苦労している。
	金融業（従業員）	・為替相場や株価の状況から、景気は若干上向き傾向にある。
	金融業（法人営業担当）	・消費税率引き上げ前の駆け込み需要を見込み、自動車が増産体制に入っており、部品メーカーも当面生産が増加する。
	行政書士	・荷動きがやや良くなるとの期待がある。しかし、燃料や労務費の増加、受注単価の改善が厳しいため伸び悩みがある。
	会計事務所（職員）	・来年4月からの消費税増税の決定が景気を押し上げ、消費者心理をあおるので、来年3月までは事業者としては景気上昇の感がある。しかし、年金生活者やサラリーマン等の労働者にとっては預貯金の切り崩しや借金などで賄うしかないのが厳しくなる。
	会計事務所（社会保険労務士）	・取引量が増えている顧問先が多く、設備投資も増えてきている。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新規案件のために活動中で、候補案件が多少なりとも発生している。
変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・飲食店の集客が、やや増加しているとの話は聞くが、当社の受注にまでは至るかどうかわからない。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・新規顧客の開拓で明るい材料もあるが、価格競争の激化、中国製品の浸透などマイナス要因も多い。
	鉄鋼業（経営者）	・受注量や販売量に上向きムードはあるものの、メーカーからの原料や仕入れ単価は既に大幅に値上げをされており、粗利率は低下している。競合先の単価が上がらないため値上げ分を客へ転嫁することができず、厳しい状況となる。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いは低調であり、今後は横ばいの状況である。
	金属製品製造業（従業員）	・供給サイドが不足しているためか、それなりには忙しい。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注動向からみて、年内については高水準を維持する。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・年末年始は世界各地で大型の休暇があり、毎年10月から1月にかけて設備投資の動きは鈍くなる。しかし、為替相場はまだ円安傾向にあるため、商品の売行きは悪くない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな変化の見込める要素がない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量が全体的に減少しているため現状より良くなる見込みはない。消費税増税前までは現状を維持できる。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーの内示から今の好調さが2～3か月後までは続く。メーカーが市場とするアメリカもASEANも今の状態が2～3か月後までは続く。
	建設業（経営者）	・アベノミクスの効果は、一般市民にはまだまだ程遠く当社の客には効果がない。工事量も全く増えてきておらず、先の見込みも難しい。
	建設業（営業担当）	・月全体では仕事量が増減するため、消費税増税後までは何ともいえない。
	輸送業（経営者）	・消費税増税の来年4月までは、実需、在庫とも現状の水準を維持する。
	輸送業（エリア担当）	・経済の先行きが不透明なこととアジア新興国との競争から、企業は慎重な姿勢である。
	輸送業（エリア担当）	・景気が上向いているような印象はない。消費税増税により荷物の量は増えてくるが、それは購入や消費の前倒しであって景気の上向きさを反映しているわけではない。消費税が増税となる来春には荷物の量が減るのではないかと。
	金融業（企画担当）	・引き続き不動産の物件は動くと思われるが、米国の金融緩和も遠のき、しばらくは株も円も動かない。今後の企業の決算動向によっては株価上昇がありうるが、大きく景気が良くなるとは思えない。
	不動産業（経営者）	・今後は引き合いが多くなるが、案件はそれほど以前と変わらない。
	不動産業（管理担当）	・オフィス仲介の引き合いがこれから先もないため、変わらない。
	広告代理店（制作担当）	・消費税率が上がる前の駆け込みで、広告出稿は少しずつ出てきてはいるが、景気自体に影響はない程度である。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・まだ景気の盛り上がり弱い感じがする。実際の売上増加に結び付いていない。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・国内の仕事が外国へ移す傾向が強くなっている。国内に留まる企業にはより一層の努力が求められる。中小企業の倒産により、商品のゴミ化が起こっている。新しい仕事を作る必要がある。	

	やや悪くなる	紙加工品 [段ボール] 製造業 (経営者)	・夏場に多かった食品向け段ボール箱の需要は、冬場に向けては確実に減少していく。
		パルプ・紙・紙加工品 製造業 (総務担当)	・景気は悪い状況がこのまま続き、受注量・販売量の動きはやや悪いであろう。
		印刷業 (営業担当)	・原材料は高くなり、一方で客からは値下げの依頼があり、あまりにもバランスが悪い。前よりもひどい状態になっており、このまま続くと大変なことになる。
		電気機械器具製造業	・周りでは消費税の増税による駆け込み需要はみられない。電気料金のアップもあり、むしろ、4月以降の景気の先行きがどうなるかの模様眺めが続き、経済としては停滞が続くのではないかと思う。
		建設業 (経営者)	・消費税増税後が不透明であるため、消費者マインドは下降気味である。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・消費税増税が決まり読者の負担が増えることで購読状況が確実に悪くなる。
		公認会計士	・中小企業従業員の給料は上がる見込みがない。また、燃料、原料高の影響で、中小企業の収益性は低下する見込みである。さらには、消費税増税の駆け込み需要の反動が予想される。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (東海)	良くなる	民間職業紹介機関 (営業担当)	・遷宮による観光客の増加が継続するなど、当地区に関しては今後も景気の回復が期待できる。また、消費税増税前の駆け込み需要に向けた自動車の増産等も期待される。
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・派遣先では法人利用も戻り、プライダル関係も好調で良くなる。
		人材派遣会社 (社員)	・有効求人倍率の上昇傾向がまだ続く。
		人材派遣会社 (営業担当)	・企業が中途採用を増やしてきている。
		人材派遣会社 (支店長)	・本年度末まで大手自動車メーカー各社の生産台数計画は増加が見込まれている。増産等にもない求人数も比例し、引き続き回復に向かうと考える。
		人材派遣会社 (営業担当)	・例年、下期のシステム開発案件は上期に対し増加傾向にあり、今年度は例年より立ち上がりやすいように感じる。
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・国内自動車生産は今後も増産体制が続き、忙しい。
		職業安定所 (職員)	・新規求人全体に占める正社員の割合は今年度に入って40%前後 (8月は40.6%) であったが、9月には43.9%まで改善している。前年同月比では、8.1ポイントの改善である。
		職業安定所 (職員)	・製造の請負業を中心に求人が出始めている。企業もまだ様子見で直接雇用には至っていないが、景気は上向いている。
		職業安定所 (職員)	・年末年始を迎えることと消費税増税に関する駆け込み需要が若干予想されるので、一時的に良くなる。
学校 [専門学校] (就職担当)	・前年まではみられなかった傾向として、文系 (語学系) 学生でも、システムエンジニアやシステム開発職種などで採用されている。		
変わらない	人材派遣会社 (経営企画)	・大きく景況感に影響する材料は見当たらない。	
	人材派遣会社 (経営者)	・求人はほとんどなく、あってもニーズがピンポイントで、それに対応する人材がない。マッチングが非常に難しい状況のためビジネスにならず、売上が全く増えない状態が1年ほど続いている。	
	人材派遣会社 (社員)	・引き続き、中途採用に資する有能人材に対する人材紹介ニーズが高い。	
	職業安定所 (職員)	・求人数が増加傾向から横ばいになりつつある。	
	職業安定所 (職員)	・新規求人数及び求職者数に、あまり変化がない。	
	職業安定所 (職員)	・求人数はピークを打ったようだが、月末時点の雇用保険被保険者数は、前年比で増加傾向となっている。	
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・転職希望者の推移には、これまでとそれほど大きな変化はない。	
	その他雇用 [広告代理店] (求人広告担当)	・良くなったり悪くなったりの繰り返しで、結果的には変わらない。	
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・いろいろな値上げが多いが電気料金の値上げは決定的に影響するであろう。そのうえで消費税率が増税となる4月からは、大変なことにならないかと思う。	