

## 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	商店街（代表者）	・東京オリンピックの関連事業も期待され、景気は良くなる。 ・この先は年末商戦が始まる。
	やや良くなる	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・前年は遷宮で好景気であったが、その前年と比べても予想したほどは落ち込んではいない。このまま推移すれば良い。
		スーパー（経営者）	・天候も安定し客足、売上とも順調である。先行きは、円安に伴う仕入れ価格の上昇分を価格転嫁せざるをえない状況になった時の不安がある。
		スーパー（店員）	・クリスマスケーキの予約販売の動きが、前年よりもやや良い。
		スーパー（総務担当）	・先行きは、客の購入点数をアップさせる施策を継続的に実施する等、各種キャンペーンの展開で改善を図る。
		コンビニ（エリア担当）	・卒業・入学や異動等のシーズンが近づきギフト需要が増えるため、多少の回復は見込めると思われる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・毎年のものであるが、年明けには今より動きが良くなるので、この先は期待をしている。
		乗用車販売店（経営者）	・年末年始にかけて客の必要とする商品は普段とは変わってくるので、雑貨商品も購買量が増える可能性がある。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税の影響も落ち着いてきており、徐々に身の周りの景気が良くなってきていると感じる。これから先は、製品の販売点数、販売単価ともに伸びていくと考える。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・宿泊需要はインバウンドの取り込みと個人向けの新商品の販売次第である。一般宴会部門では、一見客からのスポット的な大型宴会予約が、予想以上に取れる見込みであり若干ではあるが良い方向へ向かっていくと見られる。
		観光型ホテル（販売担当）	・消費税率10%への引上げが延期になって、年末年始は消費が増える。
		都市型ホテル（経理担当）	・モバイル関係と回線とのセットサービスが始まるので、新規申込が増加すると見込んでいる。
		通信会社（サービス担当）	・1月の入場者予約数は、前年同日の予約数と比べるとかなり増えており、好調に推移している。穏やかな天候が続けば入場者数は一層多くなり、業況も良くなると思われる。
		ゴルフ場（企画担当）	・高齢者の客層では年金受給額が少なくなっているとは言え、12月ともなれば、せめて正月前には髪を切ろうという客が増加する。
		美容室（経営者）	・客の様子からは全体的に明るさが見られるが、依然として全体的な物の流れが悪く、その状況は変わらない。
	変わらない	商店街（代表者）	・贈答用商品ばかりではなく、自家消費の商品に動きが出ないと売上高の増加にはつながっていかない。
		商店街（代表者）	・景気は極めて厳しい状況にある。衆議院選挙後も状況が変わる要素もなく今のままで推移すると思われる。
		商店街（代表者）	・季節的要因でこの先は若干上向くかもしれないが、客の購買意欲が上昇しないことが根本的に大きな要因である。今月よりも良くなるとは思えないが、今が悪い状況であるので、更にこれ以上悪くなることはない。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・田舎では人の流れが少なくなる一方であり、良くても横ばいで変わらない程度ではないかという状態である。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・前年からの好況の余波が続く中で、もうしばらく人出が続くと感じる。
一般小売店〔土産〕（経営者）		・年末年始の売上には期待しているが、消費者は購買意欲が乏しいように感じる。これからインフルエンザの予防接種等で医療機関にかかる機会が増えるので、調剤部門は好調であろうと思われる。	
一般小売店〔薬局〕（経営者）		・原油価格が下がっているが、その程度では景気はまだまだ良くならない。年金が減る一方で物価が上がる状況が続く限り、しばらくは現状のままであると思われる。	
一般小売店〔生花〕（経営者）		・衆議院選挙後から年明けにかけて景況感がどうなっているか、世の中全体で様子見という感じである。	
一般小売店〔自然食品〕（経営者）		・景気は良くなっているが、客の選択肢となる買物場所や購入方法が増えているため、自分のところで買ってもらえるよう努力している店に客足は集まっている。当店でも努力はしているが、それは他店も同様であるため、プラス分はマイナス分を何とかカバーする程度で、合計してみると変わらないという状況が続く。	
一般小売店〔贈答品〕（経営者）		・3か月ほどの間では販売量は変わらない。	
一般小売店〔果物〕（店員）			

一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・衆議院選挙の結果次第で、先行きはどのようにでも変わりそうである。
百貨店 (売場主任)	・客が購入する商品は自分が気に入った物や必需品だけで、余分な物は買い控える傾向が続く。
百貨店 (売場主任)	・購買意欲のある客が少なく、以前ならば履いたら決めて購入する客が多かったが、近頃は履くだけで帰る客が増えているため、売上は厳しい見通しである。
百貨店 (企画担当)	・前年同期でみれば、前年の今頃から消費税増税を前にした駆け込み需要が既に発生しているため、その影響が残る来年3月までは、高額品だけでなく単価の高い衣料品を含めて厳しい状況が続くと思われる。
百貨店 (経理担当)	・消費者は、衆議院選挙と選挙後の政治動向を見極める模様眺めに入っており、消費が上振れするような要素がない。
百貨店 (経理担当)	・消費税率10%への引上げが延期となり今以上には悪くならない。ただし、景気が本格的に回復するには時間がかかるように思う。
百貨店 (販売促進担当)	・消費税増税前の水準に戻るような力強い上昇要因が見られず、期待感が持てない。
百貨店 (経営企画担当)	・今後の動向は、冬のボーナス増加によるプラス効果と実質賃金の減少や消費マインドの落ち込みといったマイナスの影響が極端に現れるため、非常に読みにくくなっている。
百貨店 (販売担当)	・前年に比べて購入単価が下がっている。
スーパー (店長)	・売上高の上昇が1年ほど続いているが、昨今では来客数が大幅には増加していないので、上昇基調は緩やかになると見込まれる。
スーパー (店長)	・来客数の回復要因がなく、客単価も野菜相場価格の低下で下降傾向となっている。一方で、肉の相場価格は高騰状態が続いている。景気傾向は大きくは変わらないと見通している。
スーパー (店長)	・今後も商品値上げや一部商品の不足等が続く模様で、先行きが安定的ではなく不透明なため、衆議院選挙の結果によっては消費者のマインドも大きく変わってくる。年末商戦についても、年々規模が小さくなっており不明確で先が見えない状況である。
スーパー (店長)	・食品業界は景気に大きくは左右されないとされている。消費税の再増税の延期により、当面はプラス要因もマイナス要因も見当たらない。
スーパー (店員)	・来客数の動きには、特に変わる要素が見られない。
スーパー (販売促進担当)	・来月には衆議院選挙があるので歳末のギフト需要の動きにも期待ができず、景気の回復は見込めない。
スーパー (支店長)	・相変わらず、個人需要に増加の兆しが見えない。アベノミクスの効果も大手企業にはあるようだが、中小事業者には恩恵が感じられない。
スーパー (商品開発担当)	・ガソリン価格が下がったとはいえ依然高い水準にあるため、郊外型店舗の多い当社への悪影響はまだ続くと考えられる。
コンビニ (店長)	・消費税の再増税が延期になったので、景気はこのままの状況が続くと思われる。
コンビニ (エリア担当)	・来客数が上向くような材料が見当たらない。
コンビニ (エリア担当)	・先々の生活に対する不安感が払しょくされず、当面は今月のような状況が続くと思われる。
コンビニ (エリア担当)	・客単価、販売量は回復しているが、来客数は変わらず前年割れの状況が続く。消費税増税が遠のいたのはプラスであるが、店舗間での競争は激しくなっており来客数減少につながっている。
コンビニ (店長)	・消費者は無駄な出費をしない。夜遅くまで繁華街にいないので、コンビニ商品も控えめな動きの状態が続く。
コンビニ (商品開発担当)	・消費税増税や光熱費、ガソリン等様々な出費の増加により、普段使う物の消費が鈍化する傾向にある。反面、高付加価値な商品の動きは相変わらず好調で、例えば、市内限定販売の次世代たばこは、高単価であるが品切れとなるほどに売れている。普段使いの品物を節約し、価値のある物に集中して支出する傾向が今後も続くと思料する。
家電量販店 (店員)	・来客数等からも年末に向けての盛り上がりを感じられないので、必要最低限しか購入しないという現状、すなわち底ばいが続くそうである。
乗用車販売店 (経営者)	・客の様子からは先行きも景気が良くなる要素は見受けられない。
乗用車販売店 (従業員)	・衆議院選挙を実行しても、国民の期待は大きくないので選挙後も悪い状態が続く。

乗用車販売店（従業員）	・3か月先までに大きな変化がないので変わらない。消費税再増税の延期の影響が出るか出ないかを見なくてはいけない。
乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税前の駆け込み需要が始まってきている。販売台数の4割近くを軽自動車が占めてきているのが良い例である。おかげで新車の販売台数は若干上向くだろうが、量販店との間で車検や自動車部品・用品販売の競争が厳しくなってきたので、収益の悪化は避けられそうにない。
乗用車販売店（従業員）	・具体的に明るい見通しが立たず、先が読めない。
乗用車販売店（販売担当）	・購入者には既存オーナーによる新車種への買換えが多く、堅調である。しかし、新規の来客数が減少している。
乗用車販売店（経理担当）	・耐久消費財に対しては、よほど魅力的な商品でない限り消費者の財布のひもは緩まないで、厳しい状況には変わりない。
乗用車販売店（総務担当）	・新車販売に関しては、消費税増税後の落ち込みから回復する兆しが見えない状態が続いている。
住関連専門店（営業担当）	・公共工事や企業の設備投資等の非居住分野については増加しているが、資材や工賃等の値上がり分が受注金額にまだ十分反映されておらず、厳しい状況である。住宅市場においては、新築住宅・マンションとも件数が増加しておらず、増える気配もないので、住宅業界や建築業界全般において、厳しい状況が続く。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・衆議院選挙の結果が大きく影響する。
高級レストラン（役員）	・この先衆議院選挙が終わって株価は予想よりも低く推移するとの報道があり、客の購買意識にはマイナスに働くのではないかと。先々の新年会の予約状況については、まだ手ごたえがつかめない。
一般レストラン（経営者）	・この先も人の動きは変わらず、良くはならない。
観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況は、宿泊部門ではほぼ横ばい、昼食・夕食部門は前年の80%～75%位で推移している。円安が続く中でスムーズに価格転嫁ができないと企業収益は悪化するが、地場の水産加工業や食品関係業者は大きな影響を受けており、地元の飲食需要は先行きも落ち込んでいくとの懸念がある。
都市型ホテル（経営者）	・消費税増税後の反動減から息切れ状態が続いている。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊予約数や宴会法人予約の件数を見ると、先行きも高稼働な状況で変わらない。今後も大きく落ち込むことはなさそうである。
旅行代理店（経営者）	・衆議院選挙も控えており、来年2月頃にはまだ景気は上向いていない。
旅行代理店（経営者）	・給料が上がらない中で日常での家計負担が増え、その分、旅行を含む余暇費用が削られたり旅行が延期されたりしており、この業界の景気は良くないままで変わらない。質よりも価格的な要因だけで旅行を選ぶ傾向があり、旅行する目的にも個人差がある。また、地震や病気、テロ等の風評被害にも、かなり大きく左右される。
旅行代理店（経営者）	・耐久消費財を既に一通り購入している高齢者にとって、旅行は、時間消費型の商品であることが一番の購入動機である。しかし、その高齢者の動きが鈍くなってきている。
旅行代理店（従業員）	・12月には衆議院選挙があるが、アベノミクスは大企業に勤めている人と資産を持っている人だけにしか恩恵がないので、現状からはほとんど変わらない。
タクシー運転手	・相変わらず繁華街への人出も飲食店の客も少なく、その状況は変わらない。
通信会社（企画担当）	・先行きは衆議院選挙後の政策方針に大きく左右されるが、消費者の節約志向から現状が好転するには、所得増加が必要であり、まだまだ時間がかかるものと思われる。
通信会社（営業担当）	・固定費を削減するため少しでも安価なサービスへ流れていく傾向は変わらない。
通信会社（営業担当）	・当面、インターネット利用の拡大に伴う需要増加が続くと思われる。
テーマパーク（職員）	・これからウィンターレジャーの季節を迎え、若年層の動きがポイントになる。自分子ども達の様子からは、あまり積極的な消費には向かいそうにない。
美容室（経営者）	・明るいニュースがなく景気が良くなるような兆しが見えないので、客の財布のひもは固いままである。

	その他サービス [介護サービス] (職員)	・介護等の福祉分野の仕事が産業化するには、まだまだ年数が必要と思われる。介護ビジネスはまだ10年ほどの実績であり、先行きは未知数である。
	その他サービス [介護サービス] (職員)	・コスト増加分を販売単価に転嫁できない以上、販売量が増える要素がなければ状況は改善しない。
	設計事務所 (経営者)	・案件数の動きは若干戻っているが、単価は抑えられ当方のサービスの仕事が増えている。
	住宅販売会社 (従業員)	・客の買い控えで、当分は横ばい状態が続くと思われる。
	その他住宅 [不動産賃貸及び売買] (経営者)	・衆議院選挙が終わってからの新体制による景気対策に期待するが、あまり変わらないと思う。
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・先行きも消費者のマインドが改善する材料がない。
	商店街 (代表者)	・年末年始は各種団体の手土産の需要期であるが、消費税率8%への引上げに伴う実質予算の縮減で、税抜きでみた販売単価では確実に下がる方向となる。
	一般小売店 [高級精肉] (企画担当)	・過去の経験則から、歳暮商戦期間中に選挙があると業績は悪くなる。
	一般小売店 [酒類] (経営者)	・客の節約志向はより一層強まる。これまでは飲食店でのランチに800~1,000円を払っていた客も、今後は街頭販売の弁当へ更に流れていく。夜の飲食についても、アルコール類を頼まない客が増えるため客単価が上昇せず、例年以上に飲食店の廃業がこれからは増える。
	一般小売店 [食品] (経営者)	・原材料の値上がり、相変わらず続いている。またバター等の必要な材料が品薄で、商売ができる環境が整わなくなっている。このような状況では、景気回復にはつながらない。
	百貨店 (営業企画担当)	・12月は衆議院選挙の影響があり、一番大切な年末商戦に大きな打撃が出ると考えられる。また、選挙後も景気が好転する材料が見つからない。
	百貨店 (販売担当)	・天候にも左右されると思うが、前年は消費税増税前の駆け込み需要が非常に大きかったため、比較してみると落ち込みが大きくなる。
	百貨店 (販売担当)	・物価上昇の影響と消費税増税の影響がますます強く消費者には感じられる一方、それを打ち消すだけの明確な対策が見えない。前年同期は、消費税増税前の駆け込み需要という起爆剤があったが今年は特になく、先行きの不安感しか見えてこない年末年始となりそうである。
	スーパー (経営者)	・欧州、BRICSやアジア圏諸国の経済成長を見ても、伸びが小さくなっているため輸出が思ったほど伸びず、日本国内の工場での生産も慎重になり、働く人達の所得が伸びないため消費も慎重になる。そのためGDPは伸びず、苦しい時期を迎えることになり、景気は下向きとなる。
	スーパー (営業企画)	・4月の消費税率引上げから、時間が経つにつれて消費者は負担の増加を実感し、高額所得者以外の節約志向は、更に強まるものと思う。
	コンビニ (店長)	・景気はあまり良くないと口にする客が多い。スーパーのチラシを見ると、デフレの頃に戻ったようである。
	衣料品専門店 (経営者)	・秋から本格的な冬への移り変わりが遅れているので、バーゲン時期にもコートやセーター等の高額商品が豊富に揃い、来店客にとっては好ましいであろうが、値段設定と予算にはかい離があるようである。
	衣料品専門店 (販売企画担当)	・クリスマスシーズンへ向けても、上向きの兆候が現れない。
	家電量販店 (店員)	・消費税の再増税が延期になっても、円安に伴う様々な物の値上がりが一層顕著に現れているのが、3か月くらい先である。
	乗用車販売店 (営業担当)	・急激な円安によって食料品等の身近な商品が更に値上がりするため、消費は落ち込む。
	乗用車販売店 (経営者)	・物価上昇による家計負担の増加や材料費の高騰による中小企業の負担増加等の一方で、好転の要素は少なく景気の動きはマイナス方向に進むと思われる。
	乗用車販売店 (従業員)	・物価上昇に大きな不安感があり、新車購入に対する財布のひもは、ますます固くなってきているように感じられる。残念ながら強力な打開策は見当たらないが、これから年度末にかけては買換えの対象者数が膨らむので、客に対して積極的に働きかけて、市場を動かしていきたい。
その他専門店 [書籍] (店員)	・年末にはカレンダー、手帳、古いや年賀状関係商品が売れる反動で、書籍類の売行きが悪くなる時期になるが、書籍以外に文具用品も販売しているので、入学式に向けて文具等の売上が期待できる。	
その他飲食 [仕出し] (経営者)	・衆議院選挙後の政権の安定具合によって、社会的な不公平感等が更に意識されるようになり、景気は悪くなる。	

		都市型ホテル（従業員）	・先行きは予約数が減少する。
		都市型ホテル（支配人）	・これからは閑散期に入るが、団体予約の問い合わせが弱含みである。
		旅行代理店（経営者）	・衆議院選挙の結果によっては、景気減退があるかも知れず不安に感じる。
		旅行代理店（経営者）	・今回の衆議院選挙も論点はあやふやで、本当にこの先に景気は回復するのかと疑いたくなるような状態である。円安で大手企業だけが潤うような景気対策ではなく、中小企業まで潤う対策を実施しないと、今後ますます悪くなると思う。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の旅行申込が伸び悩んでおり、特に海外旅行を計画する人が減少している。円安、消費税増税、世界的な情勢不安や感染症の懸念等マイナスの要素が多すぎる。空港に足を運んでも、以前には考えられない程利用者が少ない。アベノミクス第2幕の劇的な方針や政策によって、国内政治がしっかりしてこないとしばらく景気は回復しないと考える。
		タクシー運転手	・最近のニュース等では冷凍食品等の値上げが目白押しとなっており、その影響で財布のひもが固くなるのが懸念される。
		観光名所（案内係）	・これから寒くなる時期に向かうこともあり、特に良くなるという見込みはない。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税の影響が続き、業界全体の低単価傾向もあり中小型店舗には不利な状況である。
		理美容室（経営者）	・この先は物価も上昇し、景気は悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・都市部では景気が良いと聞かすが、地方には特段の恩恵もない。これから先にまた消費税が増税となれば、景気が良くなる兆しは見えない。
		美顔美容室（経営者）	・毎年のことではあるが、12月には、キャンペーン中にホームケアセットをもう1つ購入するという客もいるが、1、2月はその反動で購入が極端に減少する。
		設計事務所（職員）	・ここしばらく、衆議院選挙等で実態的に景気対策は行われず、アベノミクスに関しては消費税再増税の話ばかりに終始しており、景気が良くなる要素がない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税を前にして、駆け込み需要が発生する時期に差し掛かったところで延期が決まり、年内は購買意欲にも先送りが起こるのではないかとと思われる。再増税が延期となった分、職人は仕事を急がなくてよいと、家づくりを丁寧に行える時期でありそれに気付く客が増えることに期待したいが、現実には少数であり厳しい。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・見積依頼の数や元請企業の状況を見ると、年末需要も一段落し年明けは動きも少ないように思われる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕事内容と利益が安定するまでにはまだ時間がかかりそうである。景気の回復はまだ先になる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・夏以降、家電製品の動きが非常に悪い状態が続いており、今後もこの傾向は続きそうに感じる。消費税再増税が延期された程度では、改善するとは全く感じられない。
		コンビニ（企画担当）	・政策として農業を守る、医療を守る、規制を守る等、守るばかりで1千兆円もの借金の返済の道筋はどうするのだろうか。先行きに対する不安で一杯である。
		家電量販店（店員）	・前年の今頃から、消費税増税前の駆け込み需要で市場は非常に活気付いており、購入客数、購入単価並びに売上高も伸びていた。エコポイント制度の頃と状況が非常によく似ており、3か月先には間違いなく反動で家電市場は厳しくなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・現状、新型車の投入やモデルチェンジを行っても効果は薄く、前年同期には消費税増税前の駆け込み需要もあって大幅に販売台数が伸びていたことも考えると、この先はかなり厳しい見通しになると思われる。
		スナック（経営者）	・衆議院選挙を控えているが、毎回選挙前後のしばらくは、売上が伸びることがないので、先行きに期待を持ってない。
		理容室（経営者）	・まだ当分景気は良くならず、客は安い店に流れていく。
		住宅販売会社（経営者）	・衆議院選挙が終わらないと先行きはわからない。今後も景気は良くなることはなく、むしろ悪くなっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の工事着手が少ないため、この先決算期の売上高という点ではかなり不安を感じる。
企業 動向 関連  (東海)	良くなる	化学工業（総務秘書）	・衆議院選挙で与党が優勢となりアベノミクスの支持が確認されれば、株価も上昇する。
	やや良くなる	化学工業（総務担当）	・先行きは、原料価格も値下がり見込みである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・例年は受注・引き合いともに減少する時期であるが、今年は引き合い件数も多く、また受注確度も高そうである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・年末年始の需要増加により売上も膨らむと思われるので、この先数か月については、腰折れの不安はない。

	輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・来年1月頃には納品先の完成車メーカーの部品在庫調整が終わるので、先行きは多少良くなる。
	金融業 (従業員)	・将来に向けて大きく変動するような要因はないが、特に自動車産業等については、ある程度の見込みがあることから、ほぼ横ばいか、若干は良くなりそうな流れである。
	金融業 (法人営業担当)	・取引先の自動車部品メーカーでは、年末から年明けにかけての受注量が増加してきている。
	その他サービス業 [ソフト開発] (社員)	・IT投資に関しては、各企業とも引き続き積極性が感じられる。
	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	・米国の株価は市場最高値であるが、どこまで上がるか不安である。日本においても株価は高い状態であるが、経済の足元は万全ではなく、企業としては利益は出ていない状態である。中小企業の多くはこのような状態である。半年も今の円安水準が定着するとまた何か起こる可能性がある。ガソリン価格がもっと低下してほしい。
変わらない	食料品製造業 (経営企画担当)	・業種によって回復のスピードは様々で、食品業界においては、デフレ脱却はまだまだ遠い先の話のように思われる。まずは給与所得が確実に目に見える形で上昇していくことを期待したい。
	出版・印刷・同関連産業 (営業本部長)	・衆議院選挙で消費マインドがいったん切れたように思われる。1月以降の動向は、その時点にならないと消費者の動きもわからないが、現状から大きく好転するとは思えない。
	化学工業 (人事担当)	・身近な範囲では購買意欲にそれほど大きな変化はないであろうが、一部の資産家や投資家にとっては、株価高の恩恵で高額商品等の購買意欲が高まるであろう。ただし景気全体が良くなるころまではいかないと思われる。
	窯業・土石製品製造業 (経理担当)	・新設住宅着工件数の動向による。
	鉄鋼業 (経営者)	・現状から先行きを見通すと、受注量は上にも下にも動く要素がない。
	金属製品製造業 (経営者)	・引き合い件数が減少しており、この状況は変わらないと思われる。
	金属製品製造業 (従業員)	・大型プロジェクトは比較的継続して動いているので、仕事量の確保はあまり心配していない。
	一般機械器具製造業 (経理担当)	・受注量が高い水準で安定している。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・消費税の再増税を先送りしたところで、現在の状況からは改善されないと思われる。
	電気機械器具製造業 (経営者)	・売上や受注状況等を見ると、円安の影響で海外向け物件では良い状態が続いている。一方、国内市場に目を向けると、横ばいしないしは収益が伴わない低位安定状態である。為替相場の動きによっては、今後もしばらくは現状維持か海外向けは良いという状態が続く。
	電気機械器具製造業 (総務担当)	・先行きも円安傾向が続くと思われる。原材料等の輸入割合が高く、国内向けに製品を販売している企業にとっては、厳しい状況が続く。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・販売量が横ばいという予測を立てており、利益見込みも今月とは大きく変動しない。
	建設業 (営業担当)	・衆議院選挙やGDPの推移は、中小企業とは関係のないところで動いているように感じる。消費税の再増税が近づけば、また駆け込み需要は生まれるが、景気が確実に良くなるということはない。
	輸送業 (経営者)	・製造業の原材料の確保状況や在庫状況を見ると、この先も国内での需要増加を見込んでいるとは考えにくい。
	輸送業 (従業員)	・金融緩和策や景気浮揚策の成果が今後注目されるが、いずれも特効薬とはなっていない。原油価格の下落傾向は、物流業界にとっては非常にプラスであり、この恩恵を受ける業界にとっては、景気浮揚の呼び水になるのではないかと。また、車での外出や旅行・レジャー需要に関しては、良い方向となる。
	輸送業 (エリア担当)	・円安基調は安定しているが、実際のビジネスにおいてこの先も変化があるかは疑問である。
	輸送業 (エリア担当)	・燃料となる軽油価格は前年比で1リットル当たり約3円下がっているが、まだまだ高止まりであるため、しばらくは現在の状況が続く。
通信会社 (法人営業担当)	・株価上昇が企業の設備投資を促し、更には年金基金の運用益を増加させて年金受給額の物価スライド上昇で市民の懐も潤うというシナリオは、まだまだ道半ばであり、実現には時間が必要である。消費税再増税の延期は、市民にとっては賢明な判断である。デフレ脱却は3年後の消費税率10%引上げ時まで期待できず、それまでは辛抱を重ねるしかない。	

		金融業（企画担当）	・冬の賞与の増加や給料の上げがないと、個人全体に景気が良くなっているという実感は出てこない。個人資産を有していても、今は様子見という人が多い。
		不動産業（用地仕入）	・景気を左右する要因が見当たらない。
		広告代理店（制作担当）	・年末年始にかけて新しい動きは見られず、特に大きい案件もないので、厳しい状態が続くものと思われる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・紙媒体の新聞は、以前よりも必要とされていないように感じている。新規購読者の獲得は期待できず、現在の客の維持が、売上としても限界とを感じる。
		公認会計士	・衆議院選挙により、政策実施に空白が1か月以上生じる。また、現場を理解していると感じられるような具体的な中小企業施策が見られない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・業績が上向きな顧問先が多くなってきているが、極端に上向いているわけではないので、現状から変わらないままと考える。
	やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・衆議院選挙の結果によっては変化するが、受注量、販売量ともに大きく増加する気配がない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・業界全体で閉塞感が漂う中、受注価格は低下傾向にある。その一方で、円安を受けて原料価格値上げの話が出ており、板挟みの状況となっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・オリジナル商品のパーラー用チェアの販売見込みが、まだ2～3か月先の分は目途が立っていない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・4月の消費税増税後には給料等が上がるような話であったが、実際には上がっていない。このまま景気が良くない状態が続く。
		建設業（経営者）	・業種によって景気の良し悪しにばらつきがあるが、日本経済を支えている中小企業にとっては、総じて厳しい経営環境である。消費税の増税の延期は、賢明な判断であったと思う。
		輸送業（エリア担当）	・衆議院選挙が急に決まり、荷物の動きが少なくなる。
		不動産業（経営者）	・取引時の成約価格は下降気味に推移すると考えられる。中小企業の設備投資は控えめで、成約状況は低調となりそうである。
		行政書士	・貨物の出荷量が減少している。
		会計事務所（職員）	・消費税増税の影響が残っている中で、中小企業は、大企業とは異なり人件費等の経費増額分を十分に価格転嫁できない状況である。
	悪くなる	印刷業（営業担当）	・今年に入ってから売上が前年同期を上回る月がなく、今後もその状態が続く。一部の企業では景気が良いかもしれないが、中小企業においては、全くそういった恩恵を受けていない。
		輸送業（エリア担当）	・製造企業の生産拠点は海外に移転しており、まだ国内に残っている産業において、動力源である軽油が売れないという事は我が国の産業の停滞を示している。世界の経済状況も悪くなっており、回復の兆しが見えずこのまま沈んでいく恐れがある。衆議院選挙が控えているが、その結果によっては、ますます景気が停滞する。
雇用関連	良くなる	—	—
(東海)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・12月は忘年会の利用があり、例年よりも良い状況が見込まれる。2～3か月先については、例年並みの動きである。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・新型車種の販売開始や年度末に向かうこともあり、国内での新車販売数の増加を予想する。それに比例して生産台数も増加する。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は増加しているものの、事業主都合による求職者は増加していない、また、今月に入って新規求人数が前年比でみて増加しており、特に、建設業、製造業や運輸業で動きが出てきている。
		職業安定所（職員）	・消費税の増税が延期になって消費者に安心感が見られることと、年末年始になるので消費が若干は活発化すると思われる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・賞与を受け取ってから年末に退職し、4月入社を目指す転職希望者が活動を始める時期であるため、今後、採用決定数が伸びるものと見込まれる。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・周囲には特に変動要素が見られない。
		人材派遣会社（社員）	・派遣法改正案の廃案というマイナス要素はあるものの、3か月先は年度末で人事部門が活発になることから、派遣依頼が増える見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・求人企業の採用意欲は高いものの、それに見合う人材が不足していて雇用促進につながらない。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は前年比で10%強の伸びを続けており、今後も堅調である。

	人材派遣会社（営業担当）	・衆議院選挙の影響で、景気の先行きがどちらに転ぶかが読めない。
	人材派遣会社（営業担当）	・年度内は、エンジニア不足が続く現在の高い業績水準が続くと思われる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・衆議院選挙が終了して政治情勢が落ち着くまで、様子見になるように思われる。
	職業安定所（所長）	・消費税増税の影響により実質賃金が低下し、購買力が若干弱めとなっている。円安傾向に歯止めがかかり、雇用対策を早め実施して中小企業に活気が出れば、再び上向き可能性はある。
	職業安定所（職員）	・前年同期比で見ると求人数は増加しているが、景気が回復する程の力強さは感じられない。
	職業安定所（職員）	・事業主都合離職者は減少している。受給資格決定件数は、前年同月を12.9%下回り、18か月連続の減少となっている。一方、新規求職者は減少傾向にあるものの、自己都合離職者の減少幅は小さくなっている。
	職業安定所（職員）	・プラス要因としては、円安が大企業の製品出荷に効果を出しており、海外景気も引き続き好調である。マイナス要因としては、下請が多い中小企業では、仕事量は増加しているものの、加工賃は上昇せず材料費は上昇している。その結果、賃金を増やせず採用枠の拡大までには至らない企業が多い。引き続き求人数は増加傾向ではあるが、正社員よりもパートでの募集が目立っている。また、今後、消費税率が10%に引上げられた場合、中小企業の経営を圧迫するとの声も多い。
	民間職業紹介機関（支社長）	・年末まではあまり状況は変わらず。年明けの動向はまだ読めない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・衆議院選挙の結果により今後の見通しも大きく変化する。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・学生インターンシップの受け入れ企業件数は、累計では前年同期より増えているものの、新規企業の伸び率が、秋口以降停滞してきている。
やや悪くなる	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・取引先企業でも来期予算についての話が出ているが、広告予算を増やす方針の企業は今のところなく、減らす方向で進んでいるという話しか耳にしない。
悪くなる	—	—