

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	百貨店（販売促進担当）	・今後もインバウンドが売上をけん引していくと予想している。
		スーパー（販売担当）	・これから寒くなるにつれて食欲も増す。鍋物用の食材が売れ始めると購入点数が増える。懸念は、足元の野菜相場が高いことである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の求める商品に対しては購買意欲はみられるので、売上増加につながっていく。
		商店街（代表者）	・季節が変わり寒くなるにつれて、多少は動きが出てくる。
		スーパー（店長）	・この1年にわたって、徐々に良くなっていることを考えると、先行きも悪くなるとは考えられない。
		スーパー（支店長）	・アベノミクスの第2弾への期待と共に、中国経済の減速を契機とする国内産業の再起に期待する。
		スーパー（販売担当）	・年末に向けては、ボーナス支給も見込まれ購買力も高まる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・日本製の商品が売れており、その商品数も増えてきている。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・クリスマス等、年末商戦も控えているため、現在よりも多少は景気も回復すると思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・このままの状態が続くとは思えない。10～11月は客の動きも変わりそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・大きな流れでみると、良くなってきている。古い車や趣味性の高い車の値段が高くなってきている。中古車市場としては、景気は良くなってくる。
		乗用車販売店（従業員）	・12月に待望のフルモデルチェンジを控えている車種があり、予約も含めて、増加が期待できる。
		住関連専門店（営業担当）	・公共工事が減少しているが、住宅のリフォーム関係や住宅以外の商業施設、設備工事等についても大規模改修等が増えている。消費税増税前の駆け込み需要が今後は見込める。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・年末に向けて購買意欲が高まるように感じる。宝飾品に関しては、クリスマスプレゼント等に関する動きがある。
		旅行代理店（経営者）	・秋の行楽シーズンが本格化し、客の動きが活発になってくる。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始に向けての需要の獲得に期待している。
		旅行代理店（従業員）	・インバウンドの増加が止まらない。都市部のホテル客の3割が外国人ということで、週末、連休を中心にホテルの予約がとれない状況が続いている。10～11月の連休も宿泊料が高騰しつつも満室状態で、それでも更に問い合わせが続いている。
		タクシー運転手	・11～12月になると、寒くなりボーナスシーズンでもあるので、もう少し良くなると期待している。
		通信会社（営業担当）	・企業の設備投資と、共同商品の好調さは今後も続く見込みである。
		美容室（経営者）	・年末も近づいており、パーマをかけたりさっぱりと正月を迎えようという客の来店を期待する。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・具体的な根拠はないが、これほどの停滞はいつまでも続かないものと見込む。
		変わらない	
商店街（代表者）	・今後2～3か月は、売上が増加する時期であるが、ぜいたく品までは金が回らない状況から、あまり今と変わらずに推移をする。様々な物価が上昇し家計を圧迫するなかで、生活必需品への支出割合が増えている。		
商店街（代表者）	・感覚としては横ばいであるが、底打ち感が出てきている。		
商店街（代表者）	・今の状況よりも悪くなることはないと期待している。		
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・伊勢志摩サミットで地域には活気が出ると思うが、小売業までの波及は難しい。		
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・日本国内だけでは対応しきれない様々な課題があり、難しい時代である。		
一般小売店〔土産〕（経営者）	・伊勢志摩サミットの知名度アップを、地域経済でもどう実感できるように活用するかが決め手になる。		
一般小売店〔生花〕（経営者）	・当分はこのままの状態が続くと思われる。良くなる要因が見つからない。		
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・街中での外食需要は、まだ回復していない。		

一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・ 過ごしやすい季節になってきたので、9月末には多少は来客数増えていると感じるが、大きな期待はできない。院外処方箋は、医者のお暇が終わり非常に忙しい。ただし、地方の経済は落ち込んだままで、景気が上向くのはまだまだ先になる。
一般小売店〔自然食品〕 (経営者)	・ 客には、購買を控えている様子がうかがえる。この先も堅実な姿勢が続く。
一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・ 2～3か月先の業況は、現状と変わらない。自分に対する消費は増えているが、付き合いを広げたり、人に何かをプレゼントするために使える金は、地方ではそれほど増えていない。
一般小売店〔土産〕 (経営者)	・ 当地の観光需要は、遷宮に合わせて20年周期の波が明確にあるが、今年は、前年のバスツアー料金の一斉大幅値上げによるツアー客激減からの回復も見込まれ、下り坂が続くなかでも、一旦は踊り場を迎える。
一般小売店〔果物〕 (店員)	・ 現状の販売動向からは、3か月ほどでは変わらない。
一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・ 米国の利上げ、中国経済の動向等、不透明な部分が多いので、今後どうなるかわからないというのが現状である。
百貨店(売場主任)	・ これから徐々に寒くなってくると、冬物を目当ての来客数が増加するが、まず服を買ってそれから靴という感じになる。客足は増えるかもしれないが、まだしばらくは厳しい時期が続く。
百貨店(売場主任)	・ 売場改装等の集客の目玉はあるが、効果は一過性である。購買意欲を継続させるような新しい要因は見当たらず、このままの状況が続く。
百貨店(企画担当)	・ 売上をけん引しているのは、現状は富裕層に支えられた輸入品を中心とする高額品で、一般層の購買動向は今一つである。株価も不安定となっており、今後も引き続き高額品が伸びるとは思えない。
百貨店(経理担当)	・ 景気は、7～8月には回復したかと感じたが、9月以降はあまり芳しくない状況が続いている。
百貨店(経理担当)	・ 中国経済の減速や株価の低迷は、我が国の景気悪化を招くほどのマイナス材料にはならないと考えるが、一方で景気が更に上向くようなプラス材料も見当たらず、せいぜい現状維持程度で推移すると考える。
百貨店(経理担当)	・ 免税カウンターを設置するため、インバウンド需要の喚起に期待をしたい。
百貨店(経営企画担当)	・ 免税制度の改正から10月で一回りで、売上高の底上げという観点では寄与が小さくなる。株安等の急激な環境の変動があれば、消費に冷や水を浴びせかねない。
百貨店(販売担当)	・ ボーナス支給や贈答シーズンを控え、事業者としては、購買促進策等のテコ入れを実施する。しかし、特に地方の一般家庭に関しては、国や自治体が生活者の生活防衛意識の変化を促すくらいの安心材料を提供しない限り、停滞状況からの改善は見込めない。
百貨店(販売担当)	・ 客の購買意欲は高いものの、低中価格帯商品が中心の購入状況をみると、先行きも大きく変わることは期待はできない。
スーパー(経営者)	・ 客足の伸び悩みに加え、天候不良や災害等で生鮮品の価格が急騰する等、この先も天候に関して不安が残る。
スーパー(店長)	・ 昔から食品は景気に比較的左右されない商品といわれているが、食品スーパーは、むしろ景気が悪い時でも恵まれている業態である。
スーパー(店長)	・ 商品の値上げが続く一方で自然災害も発生し、物価が上昇している。景気をけん引するような商品が登場しなければ、あまり大きく改善される見込みはない。
スーパー(店員)	・ 限られた商品しか購入されない状況がずっと続いている。景気が上向いていくような状況とは、全く感じられない。
スーパー(販売促進担当)	・ 客の動きには変わりがないため、今までと変わらない数字での推移となる。
スーパー(商品開発担当)	・ 現状からの見込みでは、来客数は前年実績を割る可能性が高い。一方、客単価は順調に推移すると思われる。売上、利益はやや好調ではあるが、来客数が伸び悩んでいるので、現状とさほど変わらないと見込む。
スーパー(営業企画)	・ 中国の経済情勢の不透明感と、原料費価格の高騰によるメーカーの値上げ要請等はあるが、短期的には大きな消費動向への影響はない。
コンビニ(エリア担当)	・ キャンペーンや新商品の効果で客単価が改善し、売上は前年実績をクリアしている。この先もしばらくは企画・新商品頼みの状況が続く。

コンビニ（エリア担当）	・景気が上向くようなプラス材料が見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・今月と変わらない状況が、当面は続くと思われる。
コンビニ（店長）	・客の買物の仕方には特に変化はなく、これからも特に変わらない。
コンビニ（商品開発担当）	・客は、一部の高付加価値商品への反応もあるものの、安価な商品あるいはセール品を購入しようという意識が強い。節約志向のため、ふだん購入する商品に関しては単価が上がりにくい。当面はこのような動きが続く。
衣料品専門店（経営者）	・購入予算を抑える客が多くなってきている。冬物商品は単価が高いので、冬物を購入する客としない客では、客単価が大きく変わってくる。
家電量販店（店員）	・特に人気を呼びそうな商品がない。
乗用車販売店（営業担当）	・株価の下落により景気が悪化すると思ったが、今のところ目にみえる影響は感じられない。しかし、良くなる材料も見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・国の景気対策への期待感は薄れ、現状の消費スタイルへの慣れも出てきている。一般家庭が支出を抑える傾向は変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素が見受けられない。
乗用車販売店（従業員）	・自動車業界では東京モーターショーによる需要の盛り上がり期待する面もあるが、直接的な効果は少ないと認識している。
乗用車販売店（従業員）	・特に好材料もなく客の購買意欲も低いので、しばらくは横ばいと感じる。ドイツの自動車メーカーでディーゼル車が問題となっているが、国産車はガソリン車、ハイブリッド車もあるので、特に心配はしていない。客との話でも、国内ではディーゼルエンジンの乗用車が少ないので、あまり身近に感じないようである。例年これからの時期は、販売量、工場への入庫量共に減るので、少ない客をいかに逃さないかが重要になる。
乗用車販売店（従業員）	・年末にかけて、ハイブリッド車種のモデルチェンジが予定されている。最近では記者発表前に受注活動がどれだけ盛り上がりを見せるかが非常に大切になっている。客の関心が高い時期となるので、市場の盛り上がりには期待したい。
乗用車販売店（従業員）	・この先すぐに景気が良くなる要因があるとは思えない。この状況で消費税率が再び上がると、更に厳しくなり一層景気は悪くなる。
乗用車販売店（総務担当）	・世界的に景気の先行きには不透明感があり、消費者も大きな買物には慎重になってきている。
乗用車販売店（経理担当）	・年末発売予定の新型車種への期待感はあるが、それ以外はあまり期待できない。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・良くなるという要因も、悪くなるという要因も見当たらない。
その他専門店〔書籍〕（店員）	・活字離れの傾向もあり、書籍やコミックの売上が減少しているため、文具の売場を増やし何とか売上を維持している状態である。書籍販売だけでは厳しい状況が続く。
高級レストラン（役員）	・例年、そろそろ年末年始の宴会予約が動き出す時期ではあるが、今年はまだ動きが感じられない。
一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。生鮮食料品に関しては、もともと品薄状態であるが、風水害等で悪い状況が更に続く。
スナック（経営者）	・客から高齢となった親の介護の話をする耳が多くなっている。客は皆疲れた様子で、この先も期待はできない。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・大型連休で社会経済のペースが変わり、今一つ流れに乗れない雰囲気がある。
観光型ホテル（販売担当）	・今後1～2か月は現状と同様で、一般宴会において前年割れが続く見込みとなっており、それによって全体を押し下げたため、良くない状況としては先行きも変わらない。
都市型ホテル（支配人）	・現状と大きく変わらないが、中国からのインバンド需要はやや弱くなっている様子である。
都市型ホテル（営業担当）	・客先の業界によって利用頻度に差が出てきている。全体としては変わらない。
旅行代理店（経営者）	・特に大きな災害が起きなければ、景気はやや上向く。

旅行代理店（経営者）	・マイナンバー制度開始の心理的な影響、中国景気等の不透明感が強まるなかでの株価の推移、少子高齢化による購買力の縮小等が懸念される。大型スーパーの撤退や合併が実施され、実態としてもムードとしても一層落ち込むが、インバウンド頼みながらも、そこそこの売上を確保できているので、景気は下降傾向ではあるが横ばいと思われる。	
旅行代理店（経営者）	・個人客の動きの鈍い状態が相変わらず続いている。前年4月の消費税増税の影響が、ボディブローのように効いている。	
旅行代理店（従業員）	・景気が良くなる要素は何もなく、現状のままである。旅行業は天候にかなり左右されるので、好天が続くことを期待している。	
タクシー運転手	・繁華街の人出が少ない。人が出てくれば売上も増加してくれるが、とにかく人出が少ない。	
通信会社（企画担当）	・年末に向けて多少は景気も上向き時期と思うが、政治、経済共に先行きが見通しづらく、当面は今のような状況が続く。	
通信会社（営業担当）	・安価な商品への流れていく傾向が続いている。	
ゴルフ場（企画担当）	・最近の来客数は、景気による変動はあまりないと感じる。天候の良し悪しで客の動きは変わるが、2～3か月先においても入場者数の変動はそれほどないと考えている。	
美容室（経営者）	・明るいニュースや話題がなく、客には購買意欲がみられない。	
美顔美容室（経営者）	・12月までホームケアキャンペーンが続く。	
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・グループホーム等の入所希望者は増加しているが、職員が不足している。特に重度化、高齢化していく利用者に対応できる人材の採用が難しい。利用者数の増加に対応できない状態が続いていく。	
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・年末にかけて介護用品等の販売量増加は見込めるが、それ以外の例年と異なる特別な要素は見込めない。	
設計事務所（経営者）	・以前は法人案件が個人住宅案件よりも圧倒的に多かったが、企業案件が減り個人案件が伸びている。全体としては、これまでとあまり変化はない。	
住宅販売会社（従業員）	・先行きに大きく変わる要素が見受けられない。	
住宅販売会社（従業員）	・下半期の決算セールが終わり、年末に向けて客足が遠のく例年通りの動きとなる。9月の大型連休も不発であったので、その時の結果が関係する時期として例年通りとなる。特に起爆剤となる材料もないため、先行きへの期待は低く変わらない。	
やや悪くなる	百貨店（販売担当）	・中国経済の減速から、インバウンド需要の縮小や株価下落による富裕層の消費減退等の影響が出る可能性があり、先行きに不透明感が増している。
	スーパー（経営者）	・12月ごろの景気としては、中国、新興国、欧州の景気が良くないため輸出は増えない。当地域は大手企業の下請工場が多いため、輸出が伸びないと仕事が減り、年末のボーナスも大手企業では良くても地域で働く人は増えない。将来に不安を感じるため、景気に対してはマイナスの影響が大きく、先行きはあまり良くない。
	スーパー（店員）	・大雨の影響で野菜等の価格は、しばらくは高値のままで推移する。その影響を吸収できるほど景気の良くなる要素が見当たらない。
	コンビニ（店長）	・客の高齢化により、販売量が低下している。新規客の開拓が進まない。
	コンビニ（エリア担当）	・客単価は上昇基調にあるが、来客数が減少している。かなり厳しい状況が続く。
	コンビニ（店長）	・野菜の価格高騰等で、財布のひもが固くなっている。
	家電量販店（店員）	・景気全体が冷え込んでいるようで、財布のひもが緩まない状況である。客単価も前年に比べて下がっており、現状からは2～3か月先に良くなる要因は見受けられない。
	乗用車販売店（販売担当）	・ドイツの自動車メーカーを筆頭にディーゼルの問題が出てきている。ドイツの他のメーカーにも飛び火している模様で、今後の販売動向に影響が出てくる。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・中国経済の減速と先行きへの不透明感が、消費マインドに悪い影響を及ぼす。
	一般レストラン（従業員）	・現政権は、対中国政策、東京オリンピックの諸問題、災害対策、安保改正等の問題が山積みで、景気対策が後回しとなっている。今月中旬以降は野菜価格が高騰し、仕入れがシビアになっている。ラグビーワールドカップが開催されているが、日本代表が活躍すれば日本全体が明るくなっている。その明るさに便乗して、景気も上向けばと願う。

		観光型ホテル（経営者）	・景気を押し上げるような要因が全くない。高齢化が徐々に進み、労働力不足等もあって企業が少しずつ疲弊している。地方へ人や企業が来る環境が整うか、外需によって地元企業の稼働が高まるようなことがなければ、緩やかに景気が悪くなっていくと懸念する。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の状況がやや悪くなっている。
		都市型ホテル（経営者）	・景気が安定して良くなっているとは思えない。良くなったり悪くなったりで、変動が大きい。
		都市型ホテル（経理担当）	・宴会件数や来客数が減少している。
		観光名所（案内係）	・景気が良くなる理由が全くない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体の来客数がここ数年減少しており、更に低単価傾向が続いている。
		理美容室（経営者）	・物価が上昇し、だんだんと景気が悪くなる。
		美容室（経営者）	・県内には政令都市もあるが、人口は若い女性を中心に県外へ大量に流出している。女性相手の仕事である等業界の先行きは良くない。
		設計事務所（職員）	・景気に対する政府の方策は、具体的にはあまり効果がない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・年末に近づくにつれて、来客数が減少する可能性がある。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・発注価格が低い状態が続いており、これから先も厳しい状況が見込まれる。先行きに明るさがみえない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・客は、相変わらず必要な商品以外には、見向きもしない状況である。当然、客単価が低くなっている状況で、先行きも良くなっていく兆しは全くない。
		コンビニ（企画担当）	・企業グループで合併の動きがあり、方向性が決まる来年の2月までは、当社を取り巻く環境は厳しい。
		理容室（経営者）	・消費者は余分な金は支出せず、景気が良くなるような気はしない。
		住宅販売会社（経営者）	・売れない原因がはっきりわからない。購入希望者の動きが悪く、契約まで容易には進まない状況が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・大工等の取引先の職人からも、今までと比べ工事の予定が少なくなってきたので、不安が大きいと聞いている。
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）	・大型の設備投資が進行中である。省エネ、省人化や生産性向上の効果を期待でき、有効な投資としたい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・例年10～12月は、受注量、販売量共に非常に増加する時期である。取引先からも不安な情報もあまりなく、先行きはやや良くなる。
		化学工業（総務秘書）	・長かった安保改正の議論が一区切りし、秋冬に向けて消費は伸びる。安保の議論を通じて、経済が強くなれば外交でも負けることを認識し始めた人も多い。一見無関係のようではあるがラグビーワールドカップでの歴史的勝利や有名芸能人の結婚ラッシュ等は、国民のムードを良くする。また、ドイツの自動車メーカーの不祥事は、日本車メーカーのイメージを相対的に押し上げる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・年末から年度末にかけて商談が活性化し、売上も伸びていくことが予想される。短期的には売上も堅調に推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末にかけて、客先の業界での設備投資が期待できるため、11～12月は業況が良くなってくる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・消費税増税の前に、駆け込みで高価な商品を買おうとする動きが出始めている。
		通信会社（法人営業担当）	・税収の伸びや年金基金への積立金の上昇等、希望を感じる要素もあり、強く期待している。
		金融業（法人営業担当）	・当面は、原材料価格の下降によるコスト軽減効果が持続すると見込まれる。
		企業広告制作業（経営者）	・国際関係が景気の上昇感にも影響する。近隣諸国との経済協力や外交関係を改善しなければならない。
		行政書士	・活発な荷動きが出てきそうである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・12月までは今年度の受注案件が引き続き発生する見込みである。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・世界的にはドイツの自動車メーカーの不祥事が、どのように進展するか注視する必要がある。当社においても、今以上に真面目に取り組み、新製品の開発を怠らず続けていくことが必要と考える。
	変わらない	化学工業（営業）	・売上や収益の面ではやや悪くなっているが、ナフサの価格が下がったことにより、原料の購入費が安くなっている。

窯業・土石製品製造業（社員）	・売上の半分を占める商品に関して、客からは3か月先まで受注量が変わらないと聞いている。全体の受注量は減少傾向であるが、大幅な落ち込みはなさそうである。	
鉄鋼業（経営者）	・今年中は良くなる見通しが立たない。	
金属製品製造業（経営者）	・引き合いは多くなく、受注量も変わらない。	
金属製品製造業（従業員）	・忙しい状況が続くが、収益的には厳しい単価水準も続きそうである。	
一般機械器具製造業（営業担当）	・例年夏から冬にかけては、スマートフォン向けの設備投資が減少する傾向にある。その落ち込みを補うような、他業種向けの投資も見込めない。	
一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、販売量共に、水準的に変わらない。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・あまり変化の見込める要素がない。	
電気機械器具製造業（経営者）	・生産性向上に役立つ設備に対する減税措置が行われているため、ここ2～3か月は、好調な受注を維持できるそうである。	
電気機械器具製造業（総務担当）	・国内市場のみを対象とするITインフラ構築事業は、特段の技術革新がないと頭打ちになり、受注価格もどんどん下がっていく。これらを主要事業とする企業は、新市場への転換を早めに進めなければ、いずれはとう汰される。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・修正後の下期利益計画は、当初予算と比較して悪化するが、販売量としては、当初から大きく変わらない。	
建設業（経営者）	・大企業の業績が伸びて利益は増えても、労働者への実質賃金は数%しか上がらず、円安等による諸物価の上昇は、現実的に消費増加を抑制している。企業向けと生活者向けの政策を、もっとバランスをとって実行すべきである。	
建設業（営業担当）	・公共施設の耐震補強、学校施設や避難所関係等で、予算が見直される見込みであるが、それらの工事にかかる事業費は金額が大きいので、当社で対応できる案件かどうかのめどが立たない。	
輸送業（経営者）	・軽油価格が一時期に比べて安値で安定していて助かるが、人材採用コストの増加や荷量の減少で帳消しである。	
輸送業（従業員）	・ガソリンを始め石油製品の価格低下が、消費や生産に対する唯一のプラス材料である。9月の大型連休は、好天続きではあったが消費には大きな貢献はなかったようで、これまでの動きと違ってきている。今後は一般消費財への購買意欲が低調に推移しそうで、景気が浮揚できるか不安である。ガソリン・軽油価格が落ち着いているので、旅行や外出が増えて消費拡大にもつながることを期待したい。	
輸送業（エリア担当）	・順調に推移している現在の流れが、このまま続く。	
輸送業（エリア担当）	・中国や欧州の経済情勢が不安定なので、国際物流に影響する可能性がある。	
輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油価格が前年比で約36円も下がっているため、非常に助かっている。しかし、貨物の荷動きは、今一つ緩慢な状況が続いている。	
輸送業（エリア担当）	・10月から年末に向かっては荷物の量が増える時期であるが、9月の段階では、まだ、先の見通しが立たない。荷物の量が増えるとしても例年並みであり、景気は変わらない。	
金融業（企画担当）	・個人消費はやや慎重な動きになりつつも、これまでの資産効果も大きいことから、客には自動車等を購入する人も多く、景気の状態は当面は変わらない。	
不動産業（経営者）	・現状維持の状況が先行きも続く。	
不動産業（用地仕入）	・中国の株価動向等も落ち着いてきており、景気を左右するような要因が見当たらない。	
広告代理店（制作担当）	・インターネットの広告が少しずつ増えているが、短期間の案件が多いため、全体的には良くなるとは考えられない。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折り込み広告が増えるような雰囲気ではない。	
公認会計士	・中小企業向けの施策として効果的なものがない。そのため廃業や会社の売却が続く。	
会計事務所（社会保険労務士）	・プレミアム付商品券がどの自治体でも販売されているが、使用期限が11月から来年1月となっている。購入者が、何かの支払で商品券を使っている間は、消費が大きく控えられることはない。	
やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・先行きの景気が回復しそうな要因がない。
	出版・印刷・同関連産業（代表）	・広告主の出稿予算はかなり絞られており、媒体選択の目が厳しくなっている。媒体のバランスをとるような出稿は、全くなくなっている。

	印刷業（営業担当）	・周囲全体で、あまり景気が良くない状況がずっと続いている。景気が良くなるような材料はないので、更に悪くなると見込まれる。		
	化学工業（人事担当）	・中国経済、米国の利上げ見通し、ドイツの自動車メーカーの問題等、海外情勢の不透明感が増大している。		
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・指標となるスクラップの単価が、8月中旬以降ずっと下がっている。前年7月に比べると単価的には4割以上下がっている。将来の景気は悪くなると見通している。		
	建設業（経営者）	・若年層では自分が戦争に行く危険があると考えているので、不安感が非常に高まっている。自衛隊の武力使用や徴兵制度が、従来よりも身近な話題となっている状況で、経済が安定するとは思えない。		
	金融業（従業員）	・この先数か月で、特段、改善のきっかけとなるような案件もないため、比較的厳しい状況が続く。		
	会計事務所（職員）	・消費税増税により国等の税収は増えているのに、賃金等は8%アップには到底至らない。プレミアム付商品券も、地元経済の活性化には、あまり役立っていない。		
	悪くなる	-		
	良くなる	-		
雇用 関連 (東海)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法が成立し、企業の派遣活用での停滞状態が解消してきている。また、ターミナル駅前の新ビル建設ラッシュに伴う企業移転等も活発化し、求人数が増えてきている。	
		人材派遣会社（社員）	・今後は忘年会等の派遣利用で繁忙期になる。予約状況も順調で、先行きは良くなる見込みである。	
		人材派遣会社（営業担当）	・改正労働者派遣法で製造業派遣が活況となり、人材の流動性が高くなりそうである。また、今まで無期限で派遣就業していた専門職種の人材に関しては、派遣雇用への不安から正社員への志向が高まり、中途採用市場が活発化しそうである。	
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・人気自動車の新型車種の発売に期待する。先行きは海外輸出も上向きと見込まれる。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・10～11月は、年明け又は新年度の就業を目指す活動が更に増えることが想定される。賞与支給後の転職希望者の動きも活発になると見込む。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度以降を見据えた企業の採用活動で、現在大学3年生以下を対象とするインターンシップの受入れがみられ、長期にわたって積極的な採用が期待できる。	
		変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・特に大きな変動要因は見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用での求人数は増加傾向であるが、それにマッチする人材が不足している。	
	人材派遣会社（支店長）	・求人数は前期比で10%増加しているものの、前年同期比では10%強の減少となっている。改正労働者派遣法の成立を見越し、競合他社では事前に契約更新の際に期間調整を行っていた可能性もあるため、検証を行う予定である。		
	人材派遣会社（営業担当）	・例年、下半期に入るとエンジニアの派遣ニーズは一層増加し、今年も同様の動きが見込まれる。		
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気が回復するような出来事や話題がない。ドイツの自動車メーカーの偽装問題や介護施設での問題等の風評的な影響も含め、業界全体がマイナスイメージにつながる話題が多い。そういった業界においては、営業活動や採用活動にも影響がある。		
	職業安定所（所長）	・株価が下がっている影響もあるが、管内については、航空宇宙産業関係の補助金の効果や、中小零細事業者ではプレミアム付商品券の影響で販売関係の求人も出てくるようになったので、相殺して横ばいの状態が見込まれる。		
	職業安定所（職員）	・建設業、運輸業、小売業、飲食サービス業及び医療・福祉等の業種では、求人者からの相談や紹介窓口に対するリクエストが多いが、新規求職者の減少もあって、充足数は伸び悩んでいる。		
	職業安定所（職員）	・建設関連の求人数では前年同期を上回る状況が続いているが、小売サービス業の求人数が減少し、動きが弱くなっている。今後の景気対策に期待したい。		
	職業安定所（職員）	・主に大手企業では業績好調であるが、中小企業に勤める多くの人の家計は、引き続き厳しい状態である。マイナス要因として、企業ではリストラチャリングが続いている。一方で、中国経済の減速に伴う影響は、現時点では出ていない。求人数は引き続き増加傾向にあるものの、正社員よりもパートでの求人募集の伸びが目立つ。また、改正労働者派遣法の成立により、派遣事業者の動きも目立ってきている。		

	職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比で若干の減少傾向であるが、求職者数は依然として前年同期比で減少しているため、身の回りの景気としては変わらないと思われる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ドイツの自動車メーカーの問題、安保改正や東京オリンピック等、今後の影響が不安視される事案もあり、しばらくは停滞状況が続くと見込んでいる。
	民間職業紹介機関（支社長）	・良くなる要因が今は見つからない。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・ここ1年以上、あまり変化は感じられない。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・中国経済減速の影響が続く。
	職業安定所（職員）	・中国経済の影響もあり先行きは不透明である。スーパー等では売上は増加しているが、人件費を含むコストは引き続き抑えられている。求人倍率が高いようにみえても中身が問題であり、正社員が増えてなければ、あまり良い傾向とはいえない。
悪くなる	-	-