

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	商店街（代表者） 一般小売店〔土産〕（経営者）	・円高が一層進めば、魅力のある商品が更に増える。 ・伊勢志摩サミット効果を持続させる努力を続ければ、先行きも良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者） 一般小売店〔結納品〕（経営者） 一般小売店〔書店〕（営業担当） スーパー（総務担当） スーパー（支店長） コンビニ（企画担当） コンビニ（エリア担当） 家電量販店（店員） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（従業員） その他専門店〔雑貨〕（店員） その他専門店〔雑貨〕（店員） その他専門店〔貴金属〕（営業担当） 都市型ホテル（従業員） 旅行代理店（経営者） タクシー運転手 通信会社（営業担当） その他サービス〔介護サービス〕（職員） その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・客には購買意欲が見受けられ、それが販売にもつながってきている。 ・秋の気配が出てくれば、現状よりは良くなる。 ・例年、秋から冬にかけては受注増加が見込まれる。 ・客単価が若干上昇している。 ・来客数が増加しており、個人消費が良くなりつつある。 ・東京オリンピックに向けて人の動きが多くなる。地元では新しいレジャーランドの開業もあり、マイナス要因は少ない。 ・エリアでの販売施策と地域向け商品の投入で、改善が期待できる。 ・時期的に在庫処分品が増えて価格が下落するので、今まで予算的に見送っていた客の購入が見込まれる。 ・来月に新型車の発表があるので期待したい。 ・販売量の増加にはつながっていないが、引き合いの動きは良い。オークションでも、そこそこ高い価格で売れ、成約率は悪くない。先行きは良くなるのではという感触はある。 ・消費マインドは踊り場ではあるが、今のところマイナス要因はなく、このまま年末商戦に続くことを期待している。 ・季節や気候の変化があるので、生活に必要な物も変わるため、購入が増える可能性が高い。 ・夏に比べて、秋口から冬の方が商品数も増え、売れる時期となる。これから暮にかけては、プレゼント用商品の動きが見込める。 ・予約数から先行きはやや良くなると見込む。 ・悪い材料が何もないので、景気はやや良くなる。 ・今が悪すぎるため、この先は少しは良くなる。 ・今後も、販売量の増加傾向が続く。 ・障害者のグループホーム施設の拡充で、利用者が増加する。 ・景気の先行きは残暑がどれだけ続くによって左右されるが、8月よりも気候が良くなると思われるため、先行きも良くなる。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔土産〕（経営者） 一般小売店〔生花〕（経営者） 一般小売店〔薬局〕（経営者） 一般小売店〔贈答品〕（経営者） 一般小売店〔果物〕（店員）	・現状が底辺にあるため、それ以下にはなりようがない状況が続く。客の様子を見ても、プラスに転じるといふ要素がなく、小売業としては苦しい状況である。 ・安価な商品は順調であるが、千円以上の商品の売行きが非常に厳しい。 ・ネット販売の影響が大きいですが、シェーパーやドライヤー等、比較的低額の商品はほとんど売れず、今後もこの傾向が続く。 ・良くなりそうな要素が全くないので、現状から変わらない。 ・この先3か月ほどでは変わらないが、年末にかけては寒くなるので、動きが出てくる。 ・特にこれといった要因もなく、景気は変わらない。 ・客の購買意欲が伸びない。葬儀や開店祝い等、業務用で花を使う需要が増えない限り、店売りだけでは変わらないままの状態が続く。 ・当地域は深刻な不景気のみである。一部に景気の良い会社もあるが全般的には悪い。とても採算が合うとは思えないが、こんな不景気な町にドラッグストアが数店出店し、競争が激化している。個店は一層窮地に追い込まれ、廃業状態の店が増えている。 ・この先2～3か月には大きなイベントがないため今と変わらない。客は付き合いの範囲を狭め、プレゼントや返礼品の需要は減っていく。家族や自分へのごほうびといった自己消費型の贈答が増えていく。 ・3か月ほどでは変わらない。

一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・円高が進んでいるが、政府の対策がまだ不十分で、景気が良くなるのか悪くなるのかは、わからない。
百貨店(企画担当)	・8月後半の猛暑やリオデジャネイロオリンピックの影響等もあり、一般的に消費は振るわない。不振が続く衣料品や高額品に復調の兆しが見られないことが、先行きの懸念材料である。
百貨店(経理担当)	・製造業の一部には回復の兆しが見られ、雇用情勢も堅調に推移する一方で、為替相場は不安定な動きとなり、景気も一進一退の状況がしばらくは続く。
百貨店(販売担当)	・セール時も動きが良くない。猛暑の影響か、客の様子にも活気が感じられない。
百貨店(販売担当)	・2～3か月前から、少しずつではあるが来客数の増加や売上の伸びがみられる。大きく好転する要因はみられないが、このままの購買意欲が維持されれば、悪化する要因もあまりない。
スーパー(経営者)	・災害を含む悪天候による農作物への被害が大きく、野菜の価格が高騰しており先行きへの影響が懸念される。近頃は、常に天候不順による不作が言われている。
スーパー(経営者)	・米国経済は良いが、欧州や中国を中心とする新興国もまだ景気が回復しないため、我が国の輸出も伸びない。我が国の最低賃金は徐々に上がってはいるが、消費額は伸びず、国全体の景気も良くない。景気が良くなる要素が少ないため、先行きの景気もあまり良くないままである。
スーパー(店長)	・客は、先行きが不安なために、必要な物は購入するが不必要な物や先々に必要な物の購入は控えている。必要と感じる物は購入するので、景気が悪化しているわけではないが、需要を掘り起こす努力が不足している。
スーパー(店長)	・景気の雰囲気はちょっとした要因で変わるが、円高が進んでいるため、客層である近隣の自動車関連企業の従業員においては、景気に対するムードが良くない。
スーパー(店員)	・買上点数も増えず、価格的にも最安値の商材しか動かないという、同じような状況がずっと続いている。
スーパー(販売促進担当)	・経済的に良くなる要因がない。欧州等の世界経済もアベノミクスによる我が国の経済や地方経済にも、改善の兆しがない。
スーパー(販売担当)	・安い商品は売れるが利益が少なく、下手をすると赤字となる。先行きも、その傾向は変わらない。
スーパー(企画・経営担当)	・需要が増える要素がないなかで、産地での気象災害もあって仕入れ単価は上昇し、販売量が上がる見込みが少ない。
スーパー(ブロック長)	・生鮮食品に関しては、足元もやや悪い状況であるが、この先も、良くなる要因より天候不順による値上げといった要因の方が強い。
コンビニ(店長)	・特に変わる要因がない。
コンビニ(企画担当)	・はっきりとした要因が特定できないが、やや悪い状態がしばらく続く。良くなる要素が見当たらない。
コンビニ(エリア担当)	・客単価は上昇しているが、来客数が上向く材料が見当たらない。
コンビニ(エリア担当)	・足元のような状況が、当面は続く。
コンビニ(店長)	・客の様子を見る限り、特に変化はなく控えめな購買意欲が続く。為替等の外的な要因もあり、全体的な景気も良くはならない。
コンビニ(商品開発担当)	・年金支給日や給料日は売上が見込めるが、それ以外の日は客足が鈍い。客の財布にゆとりはなく、今の状況は当面変わらない。
衣料品専門店(経営者)	・なじみ客が相手なので、来店が増えれば購買につながるが、売上は年を追って大幅な減少傾向にある。
衣料品専門店〔紳士服洋品〕(売場担当)	・この数か月間の決して良くはない流れが、今後も変わるとは思えない。クリスマス商戦も迫ってくるため、回復を期待したい。
家電量販店(店員)	・2009年の家電エコポイント実施から7年が過ぎたが、冷蔵庫、エアコンやテレビの買換えは増えていない。故障や買換え需要が増えれば家電全体のけん引役になるが、まだ当分は現状のまま推移する。
乗用車販売店(経営者)	・特に良くなる要素も、悪くなるも要素も見当たらない。
乗用車販売店(従業員)	・リオデジャネイロオリンピックの余韻がまだ続き、東京オリンピックという将来的な楽しみもある等、盛り上がる要素もあるので、自然災害等が起きない限り、今のやや上向きのムードが年内くらいは続く見込みである。

乗用車販売店（従業員）	・これから秋の商戦が始まり、各社で新型車種が投入される。客の新車への興味の高まりを期待するが、客も将来的な収入増加が見込めないなかでの商談は、これまで以上に厳しく、新車に買換える効用をいかに説明できるかが重要となる。
乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発売予定もなく、既存の車種を地道に販売していくしかない。
乗用車販売店（従業員）	・新車販売は横ばいが続く。ガソリン価格が落ち着いているので、ハイブリッド車の動きも鈍い。全体的に買い控えの印象を受ける。車検は引き続き好調で、目標を上回る数値で推移しているが、新車への買換えが減っている表れでもあり悩ましい。このような傾向がここ半年続いており、しばらくはこの状況が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・夏のボーナス商戦の盛り上がりもなく、自動車のような大型耐久消費財に関しては、購買意欲の盛り上がりは当分期待できない。
乗用車販売店（経理担当）	・景気刺激策が打ち出されていない。企業努力だけでは限界がある。
乗用車販売店（販売担当）	・10月から全車種で3%程度の値上げ予定となっている。9月までは駆け込み需要もあるが、その後どうなるかは、不安定な状態である。
住関連専門店（営業担当）	・客の声を聞いても、住宅一般の新築工事、官公庁物件共に、横ばいである。
その他専門店〔書籍〕（店員）	・全体的に小売業の売上が落ち込んでいるという話をよく耳にする。客の財布のひもは固く、必要以上の物はなかなか購買しないように見受けられる。景気が良くなる要因もないので、しばらくは現状維持がやっとである。
高級レストラン（役員）	・リオデジャネイロオリンピックが終わっても、日々の営業状況や来月以降の予約状況には、あまり変化がない。
一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・他の業種の人に聞いていても、あまり景気のいい話は聞かない。現状維持の状態が見込まれる。
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円高差益を値下げの原資とする流れがみられる。販売数は伸びるが、人件費に回らないと、採用を控えたり給与の上げ幅を抑える方向となる。
観光型ホテル（販売担当）	・秋のハイシーズンを迎えるが、相変わらず婚礼の受注減少と宿泊宴会の不振が続く、回復の見込みは薄い。
都市型ホテル（営業担当）	・為替やインバウンドの需要が落ち込まない限り変わらない。変化があるとしても来年以降である。
都市型ホテル（経理担当）	・前年並みの予約状況である。
旅行代理店（経営者）	・お得感のある商品でも売れなくなっており、消費に対して全体的に消極的な傾向がうかがわれる。
旅行代理店（経営者）	・特段、変化する要因に欠ける。
旅行代理店（経営者）	・秋の連休が終われば、年末年始向けの問い合わせも、動きも良くなる見通しである。既に問い合わせはあるので、期待をしたい。
タクシー運転手	・良くなる要素が見当たらない。
タクシー運転手	・当分の間は、今の状態が続く。
通信会社（企画担当）	・世界経済や国内、地域経済のどの局面をみても、景気回復の材料が見当たらない。
通信会社（サービス担当）	・1人1台のスマートフォンの普及により、固定電話の必要性がなくなりつつあり、固定電話の解約は変わらず続く。
通信会社（営業担当）	・個人客のシビアな商品選びは、この1年ぐらいい変わらない。3か月先も、特に新たな商材が増える予定はない。
テーマパーク（職員）	・現状からの変化が期待できる事柄がない。
テーマパーク職員（総務担当）	・好転する要素が見当たらない。
ゴルフ場（企画担当）	・10月の予約数も、前年同期を超えており順調である。これから2～3か月はゴルフシーズンとなり、来客数は、天候がよほど悪くならない限り減少しない。
その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・良くなりそうな要素もないが、極端に悪くなる要素もない。
美顔美容室（経営者）	・ホームケアキャンペーンが12月末まで続くので、セット商品の購入が引き続き見込まれる。
美容室（経営者）	・客の話を聞いていると、何事にもなるべく金を使わないように節約をしている。当分、景気は変わらない。
美容室（経営者）	・例年秋に向けては、夏にはパーマをかけなかった客の来店がある。

	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・レンタル機器の中古販売処分や、秋の行楽向け用品の販促に取り組まないと、売上の増加にはつながらない。
	設計事務所（経営者）	・業務量が少ないままで横ばいが続いている。個人住宅の案件は皆無の状態である。
	住宅販売会社（経営者）	・売り物件が少なく買主も少ない状況が、まだ続く。
	住宅販売会社（従業員）	・先行きにも大きな変化はみられない。
やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・靴を自分で手入れする人も修理をして履く人もほとんどいないため、販売も厳しいが、ケア用品セットの売上は一層厳しく、修理コーナーも暇な日が続いている。靴よりも他の買物を優先している様子である。紳士靴の売場はとにかく厳しい。
	百貨店（販売促進担当）	・インパウンドの売上減少と共に、一般客の販売量も減少が見込まれる。
	百貨店（販売担当）	・購買意欲を刺激する要因が乏しく、為替や株値の先行きにも不透明感があり、高額所得者も消費を控えるおそれがある。
	百貨店（経営企画担当）	・衣料品の落ち込みに加え、インパウンドの急減もあり、売上増加を期待できる要因が乏しい。
	百貨店（計画担当）	・現状も来客数の減少等がみられるが、これからの催事に向けた集客状況にも、改善の気配がみられない。
	スーパー（店員）	・東日本や北海道では荒天による作物への影響が心配される。特にたまねぎが高騰しており、台風の影響次第では、一層の価格上昇を懸念する。
	スーパー（商品開発担当）	・上期は、来客数がほぼすべての月で前年同月を割っている。来客数の回復を図るためにあらゆる手段を講じているが、成果がなかなか表れず、この先も苦戦が見込まれる。
	スーパー（営業企画）	・消費者ニーズの低単価商品へのシフトは、まだしばらくは続く。
	スーパー（人事担当）	・ドラッグストアが生鮮食品を扱うようになり、競合環境の変化がじわじわとボディブローのように効いている。来客数も少しずつ減少してきている。
	コンビニ（エリア担当）	・客単価の下落が続いている。セール品はそれなりに売れるが、通常の値段に戻すとパツパツと売れなくなる。競合店ができるので、先行きには来客数にも影響が表れそうで、更に厳しくなる。
	コンビニ（店長）	・当店は大手チェーンではないため、特に最近では、商品力の格差やポイント制度を含めたシステムの差が、売上減少の要因となっていると強く感じる。
	衣料品専門店（販売企画担当）	・新しい商品も、動きが悪くなってきている。
	乗用車販売店（経営者）	・一過性の要因を除くと、根本的には景気を後押しするような要因は見つからない。
	乗用車販売店（従業員）	・円高が進んでいることから、先々は消費に影響が出てくる。
	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素がない。
	一般レストラン（スタッフ）	・夏には来客数の伸びを期待したが期待外れとなり、消費者はかなり支出を抑えていると感じる。
	一般レストラン（従業員）	・年末までは厳しい状況が続く。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・景気浮揚のきっかけが見当たらない。
	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約は、前年同期比90%前後と、現状よりもやや悪い。新たな景気の下支え策もなく、インパウンドにも以前ほどの勢いが無い。来年は当地を舞台とする大河ドラマがあるが、今のところ特段の影響もなく話題性に欠けるため、先行きはやや悪く見込まれる。
	都市型ホテル（経営者）	・景気の後退局面も、現実的に頭におかなければならない状況にある。
旅行代理店（従業員）	・海外旅行者の減少が大きく響いている。好調だったシンガポールも、ジカ熱の発症で今後の動向が気になる。欧州は依然としてテロ関連で渡航を控える客が多い。個人の旅行単価が下がっているとの発表もあり、総合的にみて良くなる要素は、今のところ見当たらない。	
タクシー運転手	・東北、北海道への台風で、かなり大きな被害が出ており、その影響を懸念している。	
テーマパーク（職員）	・インパウンドも今後の見通しがつかない。	
パチンコ店（経営者）	・業界全体で低単価による薄利多売志向が定着している。	

		理美容室（経営者）	・客との話では、あまり給料も上らず、このまま段々と景気は悪くなっていく。
		設計事務所（職員）	・円高傾向にあるが、それに対しての政策がみえない。
		住宅販売会社（従業員）	・マイナス金利について9月に話し合われると言われているが、もし見直しになると、消費税増税の再延期で住宅業界としては後押しがなくなり、下降の一途をたどる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・住宅等の新築工事の見積依頼が減少している。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・受注量はあるが発注価格が低く、原価上昇のため利益が出ない。全体的に発注価格の上昇はまだ先で、景気が回復しているとは思えない。
	悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・外食に対する財布のひもが緩む材料がない。日常生活での金の使い方は更にメリハリが付き、外での飲食の機会は減る一方にある。
		一般レストラン（経営者）	・消費を抑える傾向が定着し、特に外食や嗜好品に対する支出を抑える傾向が大きい。
		理容室（経営者）	・まだ景気が良くなるとは思えない。特に地方ではそう感じる。
		住宅販売会社（従業員）	・造成工事等に携わっている業者の話では、不景気感が強い。この先、新築住宅の着手にまで進まないという見方もあり、先行きは悪くすると見込む。
企業動向関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・取引先の様子からは、非常に良くなるというほどではないが、例年、秋の特需がある時期となるため、今よりは良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界の今後の展開は良くわからないが、年末に向けては若干の期待が持てる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・かなり不透明感はあるものの、工作機械関係、電気機器向けや自動車関連等で、足元の受注量が大幅に増えており大変好調である。減少傾向の製品もあるが全体的には増産となり、先行きは良い状態が見込まれる。
		建設業（営業担当）	・今の取組みを続けていくことで、数字や給与となって表れるのはまだ先の話だが、目に見えない部分からでも、景気は少しずつ良くなっていく。
	変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	・購買意欲が急に高まるような要因は感じられない。むしろ原料価格の高騰等、コストアップ要因の方が気になる。
		化学工業（総務秘書）	・大きな景気変動を促すような材料は見当たらない。
		化学工業（人事担当）	・国内企業の業績や社会情勢は安定しており特に問題はないが、米国の利上げや大統領選の行方、中国の景気動向等、海外情勢には気掛かりな材料が多い。我が国の景気の方角性も、それらの影響によって決まる。
		鉄鋼業（経営者）	・例年は9月からは受発注が多くなるが、今年はその動きがみえない。多少は増えたとしても、季節要因を上回るほどではない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも少なく、引き続き全般に低調な推移が見込まれる。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量はともかく、価格の下落が続く懸念をぬぐえない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、販売量共に横ばいが見込まれる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・不確定要素を除くと、業績に対するプラス・マイナス要因は同程度で、全体としては現状の想定範囲内で推移する。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円相場の動きによるが、横ばいが見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・為替やスクラップ相場の動きをみているが、特に大きな変化があるとは思えない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・円高による為替の影響は、足元と同程度と見込むため、低調なままの推移は変わらない。
		輸送用機械器具製造業（デザイン担当）	・円高が進んでいるので不安があるものの、大きくは変わらない。
		輸送業（経営者）	・軽油価格の安い状況が続いているが、現業社員の採用は厳しく、採用コストが大幅に増加する。
		輸送業（従業員）	・消費が落ち着いており荷動きは横ばいで、例年と変わりがない。燃料価格はやや値下がり傾向で、経営的には一服であったが、下げ止まりとの見方が出ており、今後の動向が心配である。
		輸送業（エリア担当）	・為替相場が不安定である。
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主からは、相変わらず明るい話が聞こえてこない。

	輸送業（エリア担当）	・内閣が新しくなって新しい経済対策を期待したが何も無い。アベノミクスの効果は、生活面での実感がなく、企業活動でも感じられない。荷物の量が増えて活性化するような動きが、実際には全くないことを考えると、日本経済は行き詰まっている。	
	通信会社（法人営業担当）	・もう一段のマイナス金利もあり得るといふ日銀総裁のコメントもあるが、これだけ長期に景気低迷が続くと、期待ほどの効果はないと気付くべきである。いかに持続可能な経済にするかという視点が大事である。	
	金融業（従業員）	・今後の見通しに明るい材料があるわけでもなく、特に自動車関連企業は、限界ぎりぎりで行っているという話をよく耳にする。これまでと同様に目立って良くなる傾向にはない。	
	金融業（企画担当）	・個人投資家の含み損が解消できれば、消費にも大きく影響する。円安、株高の進展が期待される。	
	不動産業（用地仕入）	・英国のEU離脱問題の影響はあまり表れてない。それ以外には、今後の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）	・秋に向けての新しい企画も、今一つ盛り上がりせず、具体的には決まっていない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・客の節約志向に依然として変化はなく、広告が増えない。	
	行政書士	・利益は少ないが、引き続き現状維持である。	
	会計事務所（職員）	・冠婚葬祭業には変化が生じており、特に葬祭では家族葬への関心が広まり、僧侶や神主との付き合い方も減る。コンビニと同じく、加速すると一気に広まる可能性があり、支出が縮小傾向となれば、景気上昇は見込めない。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・来年1月以降の案件の受注次第であり、見込めない場合は、代替案件の仕込みが必要となる。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・1ドル100円程度の円高は、我が国経済にとって影響は小さいが、海外に移転するか国内で続けるか経営者は迷う。設備投資が増えなければ、全体的には良くならない。生活様式のあり方を考える時であり、欧米のような1か月程度の休みを取るべきである。	
やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・年間を通じて受注量、販売量共に減少している。年末に向けての見通しも厳しい。	
	出版・印刷・同関連産業（代表）	・客先の小売店主からは、給料がなかなか上がりず財布のひもも緩まないという声が多くなっており、広告料の値下げ要請も強い。	
	化学工業（営業）	・競合先による販売攻勢があり、客の一部には切替えの可能性もある。	
	一般機械器具製造業（営業担当）	・円高でも製品価格は変更できないため、収益を圧迫している。自動車部品メーカーでは、設備投資計画の縮小や延期がみられる。	
	輸送用機械器具製造業（研修担当）	・自動車の生産量に比例して加工量も増えてはいるが、一時期の円安と比べるとはるかに円高となっており、先行きには不安を感じる。	
	建設業（経営者）	・円高が定着化してきており、自動車産業を中心とする地域では、消費者マインドの冷え込みが懸念される。	
	輸送業（エリア担当）	・取扱量は増えているが、単価が安い。最低賃金が上がると人件費も増えるため、収支は悪化する。	
	通信会社（法人営業担当）	・行政には、次年度の予算確保に向けた提案を行い、民間には、お盆期間の製造業以外への新たな提案に向けたヒアリングや現場調査を行っている。ここから新年度までは、行政・民間向けとも比較・検討の時期に入るため、金が動くのは少し先になる。	
	不動産業（経営者）	・このまま円高が続くと、積極的な設備投資は考えられなくなり、一層の価格競争によるデフレを誘引しかねない。	
	公認会計士	・円高により輸出型の大企業で業績が悪化し、それが中堅・中小企業にも大きく影響する。	
	会計事務所（社会保険労務士）	・新規に社会保険へ加入する法人は、新たに負担が増えるため、昇給停止や賞与の不支給を考えるとところが多い。手取りの収入が増えなければ、消費には金が回りにくい。	
	悪くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・主力商品について、客が9月以降は低価格品にシフトし受注が半数以下になるため、売上が20%程度減少する。
雇用関連 (東海)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・派遣契約の更新が集中する9月も、派遣契約終了者は前年同月の8割に抑えられ、求人数も堅調に増加しているため、景気は良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・8月があまり良くなかったため、今後のスタッフの予約状況は良くなっている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車大手メーカーが下期に向けた求人募集を行い、生産体制を強化する動きがある。
	職業安定所（職員）	・新規求人の増加において、正社員の割合が上昇している。	

変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・明確な変動材料はない。
	人材派遣会社（営業担当）	・人材採用の観点では、有効求人倍率は高くはなっているが、派遣の動きに関しては、それほど大きく変わることはない。
	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな材料が見当たらない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一部の企業では工場増設等の動きも出ているが、円高基調に反応して、全体的には動きが慎重になっている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・リオデジャネイロオリンピックが終わり、いよいよ東京オリンピックといった機運が高まる。それが東京だけでなく全国の景気に影響することを期待はするが、一般消費者が実感できる時が来るのか、全く予想が立たない。
	職業安定所（所長）	・10月に最低賃金の引上げが予定され、中小企業の経営環境は厳しくなる。雇用面での拡大が期待できない。
	職業安定所（職員）	・企業からは人手不足の声も聞かれるが、英国のEU離脱問題や欧州でのテロ等、世界情勢の影響で為替や株価の動きも先行き不透明となり、大手企業等の投資が鈍化することが懸念される。
	職業安定所（職員）	・求人数は微減だが、求職者は10%以上の減少である。求職者が減少し、景気がそれほど悪いという印象はなく、このまま推移していく。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒社員が慣れ始めてくる時期となり、組織内のマンパワーは充足した企業が増えるため、キャリア採用に関しては、即戦力を求める傾向がより強まる。
	民間職業紹介機関（窓口担当）	・今のところ求人募集案件に大きな動きはみられず、すぐには景気の回復につながらない。
	民間職業紹介機関（支社長）	・求人は、中堅・中小企業からの募集がやや少なくなっている。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・この時期に新規や追加で開催される企業説明会等はなく、前年と比べると、採用の動きには落ち着きや充足感を感じる。
その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・ここ半年ほどはあまり変化がなく、今後にも変化を感じられない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人活動を続ける企業では、思うように中途採用が確保できず、生産性が落ち込む可能性がある。
悪くなる	-	-