

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)		*	*
		商店街（代表者）	・皆の気持ちが前向きになって、どんどん良い方向へ進んでいく。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・来年のインターハイ開催に向けて、地域全体で盛り上げる時期である。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・秋期に入れば例年どおり売上の増加が見込まれる。
		百貨店（経理担当）	・消費に冷や水を浴びせるような突発的な外的要因が発生しない限り、中間所得層のレジャーや外食等サービス産業への消費の拡大が期待できる。
		百貨店（経営企画担当）	・株高が続いており富裕層の活発な購買意欲や、インバウンドにも期待でき、売上は好調が見込まれる。
		百貨店（売場担当）	・秋冬物の定価品が増え商品単価が高くなるため、売上増加を期待している。
		スーパー（店員）	・少しずつ商品の動きが良くなっており、今後の見通しが明るくなっている。
		スーパー（総務担当）	・土用の丑の日は、かば焼きの予約数が前年を若干上回っている。
		コンビニ（エリア担当）	・キャンペーンの効果が感じられ、季節商材のめん類が好調である。糖質が少なく健康に良いとされるブランパンが好調でベーカリーにも改善の兆しがある。
		乗用車販売店（経営者）	・車両販売の見込みが立っている。
		乗用車販売店（従業員）	・客のアクセスもあり、車の相場も全体的に高い。長期的にみても良い方向にある。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・季節の変わり目に入るので、客が必要とする商品が変わってくる。
		高級レストラン（役員）	・夏休みやお盆期間の予約が堅調である。派手さはないが客足の底堅さを感じる。
		旅行代理店（経営者）	・天候にも恵まれ、前年同月比で売上が良い状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	・秋口の旅行申込は順調で、特に国内団体客が好調である。社員旅行を始め創業記念旅行も増えてきており、企業には福利厚生に金をかける余裕が生まれている。
		通信会社（サービス担当）	・ポケットWi-Fi等の普及で家庭での光回線の解約が一時目立っていたが、最近はまだ家庭でのWi-Fi環境を整える傾向にあり、移転等に伴う利用申込が増える。
		通信会社（営業担当）	・今後も今のままの状態が続く。
		美顔美容室（経営者）	・8月からキャンペーンが始まる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げを気にする客も出始めており、徐々に購買客が増えつつある。お盆期間や上半期の決算時期の来場者にも期待ができる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・店舗を拡大して来客数の増加を見込んでいるが、仕入れにも力を入れないと横ばいが続く。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・元請けの動きが鈍化して一時的には見積依頼も減少しているが、前月に見積等を提出した分が2か月先ごろには動き出す。
		商店街（代表者）	・家電専門店の客層である高齢者の購買意欲が下がり続けている。新しい商品の購入はなく、既存家電の買換え需要しかない。
	商店街（代表者）	・夏休みに入ったが、商店街や駅周辺をみても例年より人通りが少ない。都心の地下街や百貨店の来客数は多い。	
	商店街（代表者）	・必要最小限の物しか購入しない状況がここ数年ずっと続いている。自家用の商品がなかなか伸びず、客単価が低く、売上や販売量の回復につながらない。	
	商店街（代表者）	・夏は、あまり暑くなりすぎても客の動きが良くない。	
	商店街（代表者）	・良くなる要素がない。中小企業の経営者からも景気の良い話は全く聞かない。	
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・この景気の悪さはまだまだ続く。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・最近やや上向きになっているように感じるが、客の様子は、まだまだ良くなっているとは見受けられず微妙である。	
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・若者を中心にアルコール離れが進み、飲食店でのアルコール類には販売増加が期待できない。	
	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・先行きも特に変わらない。	

一般小売店 [贈答品] (経営者)	・今の状況のまま客層が二極化する。一部の好調な大手企業や所得の高い客は、件数ではなくより良い物を贈ることを重視する。小ロットの個人や商店等は、お中元をやめて交友関係は一層狭くなる。
一般小売店 [薬局] (経営者)	・夏場に売れる商品が多く、期待はもつが、横ばいがいいところである。既に夏休みモードで街中には人がいない。食品スーパーは何となく忙しそうで、食べる物には金をかけるように見受けられるが、ファッション店等、市内の商店街は閑古鳥が鳴いている。
一般小売店 [果物] (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・国内外の政治情勢等が非常に不安定で、先行きがわからない。
百貨店 (売場主任)	・ターミナル駅周辺には様々な店が増え、来訪者も増えており、9月には新規大型商業施設がオープンする。当店も、平日はランチに来る女性の立ち寄りが多い。夏休みで来客数は増えるが、ぶらぶらと歩いてみるだけの客が多く、売上の増加は見込めない。
百貨店 (企画担当)	・インバウンドの売上は大幅な伸びが見込まれる。食品や化粧品等の消耗品や高額品には動きがあるが、衣料品・ファッション雑貨等、主力商品の動きが鈍い状況が続いており、中間層の購買意欲が回復しなければ、全体を押し上げる流れにはならない。
百貨店 (販売促進担当)	・当面は景気が上がる要素が見当たらない。
百貨店 (販売担当)	・これまでと同様、前年実績をなかなか超えられない状況が見込まれる。消費者には、購買意欲を抑えているような気配を感じる。
百貨店 (販売担当)	・株価は前年に比べると大きく上昇しているが、内政、外交共に不透明感が強く、景気の先行きには明るさがみえない。
百貨店 (販売担当)	・新商品の投入もあり期待はもてるが、もう少し先のギフト需要の高まりが始まる時期まで、大きな変化はみられない。
百貨店 (計画担当)	・この先も足元の好況が続くが、これ以上の売上の大きな伸びは見込めない。
スーパー (経営者)	・自然災害が多発し、青果の価格も安定しない。先行きが不透明である。
スーパー (経営者)	・3か月先も人手不足は続いているが、その割には給与が上がらず、景気は変わらない。AIの発達が著しく、大企業では新商品等に活用し成長するが、中小企業で働く人たちは活用する機会もなく、大企業と中小企業の格差がますます開く。
スーパー (販売促進担当)	・客からは景気が良くなる話は聞こえない。天候不順になれば、悪い数字が更に続く。
スーパー (販売担当)	・売上予算を達成できないのでチラシ掲載の売価を下げている。そこそこは売れるが利益がなく、しかも予算は達成できないという状況がしばらくは続く。
スーパー (営業企画)	・政治的に動きがあり先行き是不透明である。まだすぐに消費に影響することはない。
スーパー (販売担当)	・良くなる材料がなかなか見つからない。
スーパー (企画・経営担当)	・良くなる状況にはとても思えない。良くなる要素があるなら教えてほしいほどである。
スーパー (ブロック長)	・農産物の動きが不透明で、水産物も商材の確保が難しくそうであり、店頭で並べるお買得な商品が少ない。
スーパー (人事担当)	・お盆中の消費動向にもよるが、大きな変化はなく推移する。
スーパー (支店長)	・猛暑により客足が鈍化しているため、売上にも影響があり、来月も期待はしづらい。
コンビニ (企画担当)	・猛暑により飲料の売上が伸びる可能性はあるが、全体の売上を押し上げるほどの要因は見当たらない。
コンビニ (エリア担当)	・少し前よりは良くなっていると実感するが、これから更に良くなるような要素は見当たらない。しばらくは変わらない。
コンビニ (エリア担当)	・客のニーズの変化に対応した結果、売上や来客数は増加の兆しがみられるが、同業他社や異業種等との競争で打ち消されてしまう。
コンビニ (エリア担当)	・競争が激化する最中にあり、踏ん張りどころが続く。
コンビニ (店長)	・近くに建設中のビルが完成し、集客力が回復するかどうかで店の状況も違ってくるが、全体的にはそれほど変化はない。

コンビニ（商品開発担当）	・消費意欲が刺激されず買い控えの流れは変わっていない。短期では変化は見込めない。
衣料品専門店（経営者）	・消費者は先買いをしない傾向が強まっているが、この先残暑があると、秋物商材の販売時期が更に短くなってしまふ。
衣料品専門店（販売企画担当）	・輸入品に押されて国産品は厳しい。今後もこのような状況が続く。
衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・アパレルについては、回復の兆しが全くみられない。
家電量販店（店員）	・エアコン以外は盛り上がりがなく、問い合わせも少ない。
乗用車販売店（営業担当）	・良くなる要素がない。現政権の先行きや北朝鮮のミサイル問題等によっては、景気が悪くなる可能性がある。
乗用車販売店（経営者）	・あまり悪くなる要素は見受けられない。
乗用車販売店（経営者）	・変化する要因は見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・需要を喚起する要因がこれといって見当たらない。定期的なイベントで集客を図る。
乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発売も特になく増販が見込める要素がない。現状維持がやっとなのである。
乗用車販売店（従業員）	・秋に向けて主力車種のフルモデルチェンジが予定されている。今後の事前活動で少しでも関心をもってもらうことで、市場の盛り上がりを期待する。
乗用車販売店（従業員）	・半期決算に向けて、これから様々なキャンペーンを行うが、足元の来客数の増加傾向が続けば、販売面ではプラスになる。ただし、工場への在庫数は引き続き減少が見込まれるため厳しい。
乗用車販売店（総務担当）	・夏のボーナスは増えず、消費は盛り上がりには欠ける。人手不足感が強まっており、雇用情勢は全体的に改善するので、長期的には消費の回復を期待する。
住関連専門店（営業担当）	・新築住宅や分譲マンションは鈍化傾向である。小規模なりフォームや大規模改修等は増えており、プラスマイナスでバランスしている。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・現政権も当分は安定期に入り、景気も多少の変動はあるものの、良くも悪くもならず推移する。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・百貨店に足を運ぶ客が減っている状況では、景気が上向くようには見受けられない。もっと興味の湧く催事を増やすことで来客数が増加するように、企画を充実させる必要がある。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・政治の不安定感もあり、好転するような要素がない。
一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・秋になれば客の動きは良くなるが、夏の間は変わらない。
一般レストラン（経営者）	・全くもって不透明で良くなる理由はない。
一般レストラン（従業員）	・団体客の予算等、例年とほとんど変わらない。
スナック（経営者）	・依然として客の財布のひもは固いまま、期待できない。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・何らかの刺激策がないと、何となく時間が経過していくばかりで、景気は良くなりそうにない。
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費者の景気に対する見方には、賃金の上昇や求人倍率の高さにより、一定の安心感がある。
観光型ホテル（経営者）	・団体客の動きが今一つ伸び悩むなかで、特に目新しい情報はなく、足元と同じように前年同期比5～8%減少での推移が続く。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいが見込まれる。
都市型ホテル（経営者）	・不安定、不確定な要素が多く、先が読めない。
都市型ホテル（経理担当）	・先の予約状況は前年並みである。
旅行代理店（経営者）	・全体的に消費の縮小が続いている。ネガティブな報道ばかりでなく、もっと国内消費を盛り上げる報道が多くなれば違ってくる。
旅行代理店（経営者）	・足元の上昇感は一時的な可能性がある。政治的にも不安要素がある。
旅行代理店（経営者）	・東京一極集中とともに、少子高齢化が進んでいるように中小企業も減っている。形の上では完全雇用に近い状況にみえても、金額的にみれば消費額は縮小が続く。

旅行代理店（経営者）	・秋から冬、年始の予約を早めにする客も見受けられる。好調に見えるが最後までわからない。災害等の風評被害があったり、旅行業界は自由化されすぎて内容やサービスよりも価格勝負になっている。客との信頼をどれだけ築けるかが大切となる。
タクシー運転手	・長い間、繁華街は静かな状態である。以前は週末になると人出が増え、明日に向かって期待がもてたが、最近は週末でも良く出ていると感じる日がなくなっている。
タクシー運転手	・先行きも良くならない。今の状態で年末まで続く。
タクシー運転手	・地方では、目に見えて大きな動きはない。
通信会社（営業担当）	・徐々に良くなるが、購買意欲のある若年層が大幅に増えるわけではなく、足元と同じくらいの景気で落ち着く。
テーマパーク（職員）	・前年より広報費を増やしたが、客の動きがそれに伴って増えてはいない。
テーマパーク職員（総務担当）	・良くなると考えられる材料が見当たらない。
ゴルフ場（企画担当）	・現時点で10月の予約数は前年同期を下回っているが、9月の予約数は、各ゴルフ場共に前年をやや上回っている。秋はゴルフシーズンに入ることから、来客数に大きな落ち込みはない。
その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・これといってプラス材料が見当たらない。
その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕 （広告担当）	・海外情勢が不透明である。
美容室（経営者）	・客の意識には節約ムードが強く、景気は変わらない。
美容室（経営者）	・今年の夏は例年になく暑く、客足は悪いままである。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・秋ごろは季節要因で受注が見込める以外、上向きとなる要素は見当たらない。来年度の改正介護保険法の施行でレンタル価格の上限が設定される影響を想定し、対策を考えていきたい。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・放課後デイサービス事業所が増加傾向で、競争相手が増えるものの、利用者数の変化は見受けられない。
住宅販売会社（従業員）	・当分は横ばいが続く状況である。
一般小売店〔電気屋〕 （経営者）	・夏物商材が売れる季節要因がなくなり、販売量は減少する。
一般小売店〔土産〕 （経営者）	・平成25年の遷宮から伊勢志摩サミット、全国菓子大博覧会と続き、地域への来訪者は高止まりしていたが、今後は遷宮の谷間の時期に入り、次第に減少していく。米国では30年続いたクラフトビール業界の拡大も、今年上半期で伸びが止まり、我が国でも数年で同じ状況を迎える。
スーパー（店長）	・秋には超大型店の出店が決まっており、客の奪い合いになるのは必至である。
スーパー（店員）	・夏休みやお盆を迎えるが、異常気象の影響が、これからが旬の桃、ブドウやスイカ等の入荷量が少ないと市場では予測している。商品が少ない状況ではどうすることもできない。
スーパー（商品開発担当）	・来客数は足元でも100%を切っている。売上も100%を割り続け、厳しい状況が続く。
コンビニ（企画担当）	・セルフレジ導入で人件費が抑制できるという考え方は、金の流れ方や方向感を見誤っており、ひいては信用低下等の影響が懸念される。生産性を改善するための設備投資と考えるべきである。
コンビニ（店長）	・主な客先で売上減少が見込まれ、当店の業況にも影響する。
コンビニ（店長）	・ビール類の売上減少に対してチューハイ等が大きく伸びている。単価の低い商品にシフトしており、節約志向が強い。
家電量販店（店員）	・足元の数字は季節的要因が大きいいため、次月以降は落ち込み、4～6月の水準に戻る。
乗用車販売店（従業員）	・政治への不信と、この先も起きる可能性がある自然災害により、まだまだ景気は悪くなる。
乗用車販売店（営業担当）	・例年8月はお盆休みがあって落ち込む。今年はその後の時期に量販タイプの新型車種の投入がないため、9～10月も厳しい。
一般レストラン（経営者）	・例年、9月以降は当面暇になる。
観光型ホテル（販売担当）	・2か月先は、宿泊宴会はスポットの団体予約が連日入り、売上が5割ほど伸びるが、母数の大きい一般宴会が2割以上落ち込んでいるため、差し引きでは前年同期を若干下回る見込みである。

	都市型ホテル（支配人）	・光熱費やアルコール類の価格上昇や人材不足の一方で、客の低価格志向は強まっており、営業環境は厳しくなっている。	
	タクシー運転手	・7～8月は人の動きが活発になり、タクシーの利用客も多い。9月はそういった傾向がなくなるので売上が減少する。	
	通信会社（企画担当）	・当地域は大河ドラマ関連の商品やサービスが増えており、全体的としては元気があるはずだが、自社のサービスをみると逆の傾向である。一部の業界だけではなく企業全般の業績改善、更には家計の改善がなくては、景気の回復は厳しい。	
	観光名所（案内係）	・メディアや報道では景気回復といているが、良い部分のデータだけ集めているのではないか。仲間内や一般の人に聞いても、景気が良いと感じている人は誰1人いない。若者はローンで目先を楽しんでいるように感じられ、近い将来に反動が出ないか心配している。	
	理美容室（経営者）	・あまり景気の良い話も聞かないため、3か月後も良くはならない。	
	美容室（経営者）	・当地では地方自治体間の連携に課題がある。こんなことでは地域経済は良くはならない。	
	設計事務所（経営者）	・案件が重なり忙しい状態であるが、恐らく7月一杯で落ち着く。それ以降の種まきができていないので、先行きは案件数が激減する。	
	設計事務所（職員）	・政治的には国有地売却関連で大変になっていることもあり、景気に対する政策等は何も聞かれない。景気が良くなることは何もない。	
	住宅販売会社（従業員）	・消費者には所得が増えているという実感がないため、新築でもリフォームでも、住宅関連の支出が見込めない傾向が強まっている。	
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・受注はあるが、各地での災害復旧により材料費も人件費も高騰しているため利益が薄い。まだまだ厳しい状態が見込まれる。	
	× 衣料品専門店（店長）	・当面の課題は集客に尽きるが、今以上に期待できる対策があるとは考えられない。8月は閑散期のため、しばらくは良くならない。	
	× パチンコ店（経営者）	・監督官庁による規制強化で、今以上に低単価の方向に向かう。	
	× 理容室（経営者）	・周囲では景気が良くなるような話はない。	
	× 住宅販売会社（経営者）	・生活必需品等の値上がり、住宅購入にも大きく影響している。	
企業 動向 関連 (東海)	-	-	
		食料品製造業（経営企画担当）	・下期に向けて、販売店の拡大や新付加価値商品の発売等が予定されており、前年よりも良くなる。
		食料品製造業（営業担当）	・飲料業界では1年間を通じて夏場が最も需要が伸びる。気温次第ではあるが、2～3か月先の受注量は多くなる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規製品の見積依頼や成約が増えており、今後期待できる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・輸出が安定的に伸びている。特段悪くなるような要素はなく、最低でも現状維持程度は見込まれる。
		輸送業（従業員）	・石油製品の価格が安定してきたことが、物流業界には朗報である。当業界に限ったことではないが、将来的にはドライバー不足による人件費の増加が懸念される。
		輸送業（エリア担当）	・貨物の荷動きが良くなり、燃料の価格も落ち着いており、やや明るさがみえてきている。
		輸送業（エリア担当）	・業界としては、サービスを維持するために適正な運賃を求める方向になっているが、民営化企業が低単価で荷物を集めていることが不安である。
		金融業（従業員）	・目に見えて良くなっている感覚はないが、比較的回復ムードにあるような印象である。特に建築関係や自動車関連業界に関しては、やや上向きの傾向が見込まれる。
		不動産業（用地仕入）	・若干の回復基調を感じる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・客先では、利益が確保でき設備投資や従業員の福利厚生の充実を考える会社が増えてきている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・来年5月までは安定して受託案件が見込まれる。
		化学工業（総務秘書）	・相変わらず景気を大きく上下させるような話題はない。与党以外には政権運営能力はないため、与党の支持率低下に将来的な不安を感じる。
		化学工業（人事担当）	・特に良い材料も悪い材料もない。企業もそれなりに努力しているが、グローバル企業の国際競争力は以前と比べて全般的に低下していることが心配である。
	鉄鋼業（経営者）	・受注量、見積量は例年よりも10%ほど少ないままで推移しており、先行きも伸びが期待できない。	

金属製品製造業（経営者）	・天候の影響もあるが、引き合い件数は低下傾向にあり、これまでの受注量からは横ばいで、先行きもさほど変わらない。
金属製品製造業（従業員）	・仕事量と受注価格のバランスに悩む状況が続く。
一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、販売量共に高水準で安定している。
一般機械器具製造業（営業担当）	・新設や増設案件の話は少ないが、特に円高でもなく自動車減産という話もないので、現状レベルの受注量は確保できる。
電気機械器具製造業（企画担当）	・災害やテロ等の外部要因によって国内市場が影響を受けなければ、短期的には現状維持で推移する。
電気機械器具製造業（営業担当）	・円相場が安定している。
電気機械器具製造業（経営者）	・国内市場が良くなっているという感覚がないため、中国等海外市場の変化による影響は非常に大きい。海外情勢によっては急激な落ち込みの可能性も含んでいる。
電気機械器具製造業（総務担当）	・市場は活況となりつつあるが、システム構築のための工事技術者不足の懸念や、機器販売においては値引き圧力が大きく、適正な利益を得ることが難しい。
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先での新機種の立ち上がりで、しばらくはこのまま良い調子が続く。
建設業（経営者）	・住宅業界としては客の反響や動向はこれまでと変わらず、上昇感も下降感もない。自動車関連企業の客が中心で安定している。
建設業（営業担当）	・業種や規模にかかわらず仕事をしていく上では、コストの見直し、意識のあり方、客商売としての接客や話し方等の改善から得られる小さな利益と、企業としての大きな利益には境はないと考えていかないと、その先の景気の改善にはつながらない。
輸送業（経営者）	・運転手、作業員共に人手不足感が強いことが、客にも認知されてきており、安易な契約条件の変更は減少してきている。
輸送業（エリア担当）	・為替相場の先行きには大きな変動要因がない。
輸送業（エリア担当）	・日中関係に微妙な課題があり、中国との経済活動が停滞とまではいかないにしても足踏みをしている。この状況はまだ続く。
通信会社（総務担当）	・経済活動は現状維持が精一杯で、一層の好景気は期待が薄い。新型スマートフォンの登場による様々な業界への波及も、限定的である。
通信会社（法人営業担当）	・世間ではAI等の最新技術を駆使した製品が話題となっているが、通信業界には新しい技術や新しい制度等、話題性のある出来事がなく、官公庁向け、民間企業向け共に需要を掘り起こす材料に乏しい。
金融業（企画担当）	・株価には天井感があり、為替もボックス圏での動きで個人投資家の資産効果は大きくは見込めない。投資家以外の個人は、賃金が上がらないと消費が拡大しないため、期待できない。個人消費が増えなければ、景気は変わらない。
不動産業（経営者）	・8月前半は例年よりも晴天の日が多いという予報で、当面は足元の良い状態が続き、売上も前年比100%以上の推移が見込まれる。
不動産業（経営者）	・今後数か月も、今と変わらない状況である。
広告代理店（制作担当）	・広告の受注量はほぼ前年並みで、秋に向けてこれといった打開策もないため、現状維持が見込まれる。
公認会計士	・中小企業支援の具体的策は実効性が乏しい。地域金融機関は、自身の規模拡大や健全性のみを追求し、融資先の中堅中小企業の支援には本腰を入れていない。
会計事務所（職員）	・客先では夏までは工事受注等も順調であるが、秋以降が不透明である。近年は発注サイクルが非常に短く、先の見通しが立てにくい。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の信用が薄れており、為替相場はもう少し円高を見込んでいたが、北朝鮮に関係するリスク回避でドルが買われている。
印刷業（営業担当）	・景気が上向きとか一部の大手企業では景気が良いという報道があるが、企業の大半は中小企業である。中小企業では厳しい状態が続いており、景気が良くなるという雰囲気は一切感じられない。
化学工業（営業）	・プラスチック原料の一層の入手制限で、生産面にも支障を来す恐れがある。

	電気機械器具製造業 (経営者)	・客先業界が相変わらず低調なため設備投資が減り、これから先はあまり期待できない。新製品によりある程度持ち直し てくれればと期待をもっている。
	新聞販売店 [広告] (店主)	・折込チラシの受注量が減少する。
	行政書士	・貨物量がやや減る。
x	建設業 (経営者)	・連日テレビでの政治家の答弁をみていると、この国の先行 きはどうなってしまうのかと真剣に思う。
雇用 関連	-	-
(東海)	人材派遣業 (営業担 当)	・求人数の増加とともに採用者数も増加し、企業の戦力強化 につながる。
	人材派遣会社 (社員)	・上期から下期への人材の入れ替わりにより、求人数が増加 する。
	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・海外輸出の先行きが上向きとの予想であり、今後発売され る新型車種の受注数にもよるが、生産現場は多忙が見込まれ る。
	職業安定所 (所長)	・企業の来春卒業予定者の採用計画には、拡大が見受けられ る。
	職業安定所 (職員)	・人手不足感がより一層強まり、求人条件を見直す事業所も 増えてきている。少しずつではあるが、労働条件の改善が見 受けられる。
	職業安定所 (職員)	・前月より新規求人数が12%増加し、新規求職者数は5.2% 減少し、新規求人倍率は前月より0.37ポイント上昇してい る。
	民間職業紹介機関 (窓 口担当)	・求職者数、求人数共に前年比で増加が続き、実績が安定し ている。景気上昇は一過性のものではなく、今後の見通しも 明るい。
	学校 [専門学校] (就 職担当)	・インターンシップ受け入れ企業のほとんどで、入社意思 を問われ、採用試験の受験を勧められる状況にあり、売手市 場を実感している。
	人材派遣会社 (社員)	・予約状況は例年並みで変わらない。
	人材派遣会社 (社員)	・正社員採用のニーズはあるが、求職者不足で適当な人材が 紹介できず、採用が滞っている企業が増加している。
	人材派遣会社 (営業担 当)	・自動車関連企業の活況に後押しされ、当地区の景況感は上 向きであるが、2～3か月先は更に良くなるという具体的な 情報はないため、足元の好況が持続する。
	人材派遣会社 (営業担 当)	・現在の人材採用の動きはしばらく続く。
	人材派遣会社 (営業担 当)	・求人数は多いものの、実生活で好景気を感じられるほどの 変化はない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・新卒者の採用活動が終わるが、中小企業では即戦力の中 途人材を求めており、引き続き人材確保にエネルギーも時間 も割かれる。企業が本当に疲弊する前に、根本的な解決策を 国が示すべき局面である。
	職業安定所 (職員)	・正社員の求人数は3か月連続で前年同月を下回っている。 キャリアアップ助成金の申請件数は、前年同期の3倍に増 え、従業員の労働条件は改善が進みつつある。
	民間職業紹介機関 (営 業担当)	・10月転職を目指す転職希望者が動き出す時期であるが、 景況感も悪くないため、転職の必要性を感じる人はそれほど 増えない。
	-	-
x	-	-