

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	都市型ホテル（営業担当）	・消費増税の影響はあまりないと思われる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックに向けたイベントなどの効果がある。
		コンビニ（店長）	・先行きはゴールデンウィークもあり、気候が良くなれば、もう少し人出が多くなって売上も増える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・大手自動車メーカー系の事業者が好調なことから、消費増税後においても大口の旅行受注が入っている。
		旅行代理店（経営者）	・景気が上向きな業種からの受注が期待される。
		旅行代理店（経営者）	・消費税率は上がるものの、夏休みの問い合わせが増えているので、新年度が始まって落ち着けば、前年以上の数字が見込めると思う。
		通信会社（営業担当）	・今後も、現状のやや上向きの状態が続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・5月の入場者予約数は、現在のところほぼ前年並みであるが、今後暖かくなるにつれて前年以上により増加する。この3月に比べれば、2～3か月後は、ずっと良くなると思う。
	美容室（経営者）	・4～6月は行楽シーズンに入る。寒さでパーマをかける時期を逃した客もいるため、4月の声を聞いたら忙しくなるのではないかと楽しみにしている。	
	住宅販売会社（従業員）	・ベースアップ等が各企業で行われるため、ボーナス期には購入意欲も高まるものと思われる。住宅はボーナスの額では買えないが、心理的なプラス要因に働くことと消費税率10%となる前に間に合わせたいと考えている人が動くと思われる。	
	変わらない	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・消費増税の影響でマインドとしては購買意欲が下がる。当面は、増税前の駆け込み需要の反動で、生活必需品にしか目が向かないであろう。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・友達同士や親戚との付き合いによるプレゼントやお祝いに関する消費は、3か月先も現状維持であろう。自分向けの消費が上向きかどうかはわからない。トータルすると3か月後も現状と変わらない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・消費増税の影響が多少は残ると思われるが、当地では世間が言っているほど景気が良くなっているわけではないため、それほど変わらないと思う。一部に良くなってきているところもあるかもしれないが、中小の小売店は悲鳴をあげている。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
スーパー（経営者）		・消費増税で景気が一段下がっても、すぐに回復するものと期待している。	
スーパー（店長）		・消費増税によってどうなるかが全くみえない。若干の仮需要があるため、4月の段階では少し落ち込むが、それが継続するかどうかは全く予想がつかない。	
スーパー（店員）		・消費増税の影響は、4月になってからでないと予測ができない。色々なものの価格が上がるので価格転嫁せざるを得ず、その影響に対する不安はある。	
スーパー（総務担当）	・消費増税による影響が少ないため、先行きもほぼ横ばいの売上で推移すると思う。		
コンビニ（エリア担当）	・4月は消費増税前に購入されたたばこ、酒類の買い控えが発生すると予測するが、ゴールデンウィーク等に向けてのキャンペーン施策等でカバーする予定である。		
コンビニ（店長）	・例年、花見シーズンが近づくとなしかな店内は活気付き、来客数や購入量にも多少の変化があるが、今年はあまり変化がみられない。景気は悪いと思っている客が多い。		
衣料品専門店（経営者）	・消費増税により、生活必需品ではない洋服については、当分消費が回ってはいない。		
乗用車販売店（営業担当）	・消費増税前に、皆が色々なものを購入しているが、4月からどのようになるかはわからない。		
乗用車販売店（従業員）	・ものが良く売れるようになっているが、消費増税の影響による駆け込み需要だけなのか、駆け込み需要がものが動きかけとなったのかどうかかわからない。特に自動車業界ではどのようになっていくのか、足元の動きだけではわからない。		
住関連専門店（営業担当）	・4、5月は消費増税前の駆け込み需要による反動が出る。ただし、3月末までに完成しなかった新築現場やリフォーム現場など伸びが続いているものも多くあり、それほど大きくは減少しないと思われる。		

その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比で8.9%のプラス、来客数は前年比でマイナス2.5%である。2月頃から消費税率引上げ前の駆け込み需要による消費が目立つが、一時的なものであり、数か月のトータルで見なければならない。
スナック（経営者）	・しばらくは消費税増税の影響が大きく、あまり期待できないと考える。
都市型ホテル（従業員）	・消費税率の引上げにもかかわらず、予約が入っている。
旅行代理店（経営者）	・4月になってふたを開けてみないと、全く予想がつかない。
旅行代理店（経営者）	・円安の影響等で値上げする商品が増える一方で消費税率が上がることで、4月を境に消費税増税前の駆け込み需要が一服する。コストが増加する一方で、宅配業など他分野での人手不足がダブルパンチで、先行きが不透明である。
旅行代理店（経営者）	・4月から消費税が増税となり、慣れるまでの3か月くらいは様子見である。
タクシー運転手	・節約する時代になっている。
タクシー運転手	・ある一部の人は景気が良くなったと言うが、全体的に悪くなったと言う人もあり、変わらないという人が多い。中小企業や零細企業までは良くなっていない。
タクシー運転手	・この先5、6月頃の景気は今月とあまり変わらない。消費税増税により、タクシーも同じ料金での距離数が少し短くなり、客からすると消費税分高くなると感じるため、その影響が心配である。
通信会社（営業担当）	・半年先は悪くなるように思うが、3か月先くらいはこのままの景気が持続する。
その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・春の需要は一段落する。
設計事務所（経営者）	・案件の全体数は少しずつ良い状況に戻りかけてはいるが、設計料の値下げ要求が厳しくなりつつある。
設計事務所（職員）	・時期的に消費税増税の話題がメインで、景気の良い話は聞かない。
住宅販売会社（従業員）	・消費税の影響はまだ見通せないが、せっかく上向いてきた景気が一気に冷え込むのではないかと懸念される。
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・先行きは不透明であるが、ゴールデンウィーク明けくらいまでには、例年程度の客足が戻るものと思いたい。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・消費税増税があるので、全体的には伸びないような気がする。ただし、2、3月の動向から考えると、商品の直営店では、さほどの影響はないと思われる。
商店街（代表者）	・4月から消費税率が上げられるため、2～3か月先までは増税前の駆け込み需要の反動で悪くなる。売上の減少が景気の悪化に結び付くと考える。
商店街（代表者）	・消費税率が5%から8%に上がることによって、し好品には金を使わなくなるため、3～4か月は若干悪くなる。
商店街（代表者）	・消費税増税後は動きが鈍くなるであろうが、2～3か月も経てば若干ほとぼりが冷めてくると予想している。
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・消費税の増税により、やや悪くなる。
一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税増税により、増税前の駆け込み需要の反動がある。2～3か月は悪い状態が続く。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・古殿地拝観（遷宮後の旧御正殿の中に特別に案内される拝観）の期間が3月末で終わり、当地のにぎわいも沈静化する。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が必ずある。消費税率8%に慣れるまで、しばらくは影響が残る。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・現状が消費税増税前の駆け込み需要であるため、行き渡った商品の消費が進むまでに3～4か月程かかり、その間は景気がなかなか回復しないと考える。
百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、買い控えがしばらく続く。
百貨店（売場主任）	・3連休に家族で買物する客が多かったこともあり3月は前年をクリアするが、4月に入ると消費税増税の影響で少し落ち込むとは思う。しかし、8%の消費税率に慣れてきたら、少しずつ売上も以前と変わらなくなっていく。
百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、3か月以上は景気が悪化する見込みである。
百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で3月に売上が伸びた分、反動減が必ずある。今後2～3か月は戻らないのではないかと。
百貨店（販売担当）	・消費税増税前に駆け込みで購入した商品が多い。

百貨店（経営企画担当）	・消費増税前の駆け込み需要が想定以上であることから、その反動も大きいと想定するが、現況の景況感などから、消費はいったん落ち込んででも緩やかに回復するのではないかと考えている。
スーパー（経営者）	・消費増税に伴い消費者の財布のひもが非常に固くなる。中小小売店は高齢者を相手に商売をしているが、ドラッグストアなど異業種の参入で売上が徐々に減っている。
スーパー（経営者）	・6月頃の時点では、消費増税の影響で、4、5月に比べれば生活必需品の購入は進むが、その他の商品にはまだまだ購入を控えている。パート、アルバイトの時間給はあまり変わらず大半の勤労者世帯では所得が上がらないため、財布のひもは固くなる。失業率は全体的には下がってくる。消費増税で減少する売上を伸ばすため、ディスカウントを行う企業が多くなり、利益は出ず不況に陥るところが増えてくる。
スーパー（店長）	・消費増税前の駆け込み需要の反動から、4月は大幅な消費の冷え込みが予想される。増税によって購買意欲の減少も懸念される。
スーパー（店長）	・消費増税前の駆け込み需要の後で、税率3%の増税が響き、消費の落ち込みが予測される。
スーパー（店員）	・大型店が増えていることが大きい。消費増税の影響により3月は駆け込み需要で若干は上がっても、4月になればその分は減少して相殺となる。なかなか景気が上向きとなる要素が見つからない。
スーパー（営業担当）	・消費増税後の売上、販売点数は、減少傾向となる。
スーパー（販売促進担当）	・4月からの消費税率8%の実施で購買意欲が低下する。
スーパー（販売担当）	・消費増税前に購入したため、増税後数か月は買い控えがある。
スーパー（支店長）	・消費増税前の駆け込み需要で上向きとはなったものの、4月以降の冷え込みは既に感じている。夏までは厳しいと感じる。
スーパー（商品開発担当）	・消費増税前の駆け込み需要の反動は確実にある。しかし東海地域の実績は他地区の自社店舗と比較しても良く、時給の高い製造業に人手が流れてパート従業員も集まりにくい状況が以前より強くなっており、長期的には期待できる。
コンビニ（店長）	・消費増税は、少なからず影響がある。
コンビニ（エリア担当）	・4月からの消費増税の影響により1か月程度は悪化すると考える。
コンビニ（店長）	・価格に対する客の目はよりシビアになり、消費増税後の消費の落ち込みが非常に心配である。
コンビニ（商品開発担当）	・消費増税や原油高騰に伴うガソリンの値上げで出費が抑えられる可能性が高い。来客数が変わらなくても客単価に影響を与える可能性が高い。
衣料品専門店（販売企画担当）	・消費増税後は、さすがに販売量が減少すると思われる。
家電量販店（店員）	・消費増税前の最終の駆け込み需要が終わり、前回の消費増税の時と同様に、増税分以上に値下げをせざるを得ないため、しばらく売上は回復しない。あるいは、売上が回復しても利益は出ない。
乗用車販売店（経営者）	・消費増税により支出を抑える動きとなる。
乗用車販売店（経営者）	・3月までに購入を済ませた客は、今後は出費を抑える。
乗用車販売店（従業員）	・ふたを開けてみないとわからないが、消費増税前の駆け込みで車検の入庫があったため、4月は逆に厳しくなる見込みである。
乗用車販売店（従業員）	・4月以降に投入する新型車両・特別車に客がどれだけ関心を持ってくれるかにかかっている。4、5月は消費増税前の受注の前倒しが影響すると思われる。給料アップが本当に広く行き渡っているかどうかで、客の来店状況も変わると思われる。
乗用車販売店（従業員）	・消費増税の影響で駆け込み需要がある程度あったが、それが3か月で完全に終わるとは思えず、もう少しは続く。
乗用車販売店（販売担当）	・消費増税により買い控えが進む。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費増税前の駆け込み需要の反動がある。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費増税によって、売り手側も販売意欲が低下する。
高級レストラン（役員）	・4月の予約件数は前年同月比を下回っている。フリー客も含めて4月以降の客足は落ちるであろう。

一般レストラン（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要はあったが、4月以降はその反動でしばらくは低いレベルで安定する。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税により、今後は買い控えが当分続く。
観光型ホテル（経営者）	・今月と比べると、2～3か月先の宿泊は前年比30%増加といった伸びにはなっていない。前年は、富士山の世界遺産登録という追い風もあったが、1年近く経ち効果が薄れてきている。消費税増税でどのような動きをするか様子見の客も多いため、今後、マスコミ情報等でプラスとなるものがあれば良くなるかもしれないが、やや悪くなるという状況が、既定路線である。
観光型ホテル（販売担当）	・4月期の予算は、消費熱が下がって景気は冷え込むと見込んで少しハードルを下げたため、クリアする見通しである。ただし、2～3か月後の5、6月からそれ以後は、現時点での予約状況がとても悪く、先行きを非常に心配している。
都市型ホテル（経営者）	・消費税増税によりマインドの冷え込みがある。
都市型ホテル（経理担当）	・4月からの消費税率アップによる客の消費動向から、やや悪くなる。
旅行代理店（従業員）	・旅行のパンフレットは4月以降の消費税増税後の金額を反映して作成されているが、客は今の代金からの値上がりと捉えている。増税に慣れるまでは、旅行に関しては冷え込む。
旅行代理店（従業員）	・消費税率引上げによる旅行代金上昇の影響は、かなり深刻である。4月以降の個人旅行は、しばらくの間は落ち込みが予想される。家計が厳しくなると、余暇やレジャーが控えられる。加えて旅行代金が上がれば、なお一層申込は減る。景気低迷は、数か月は続くであろう。
通信会社（サービス担当）	・移転シーズンが終わるので、今よりも悪くなる。
テーマパーク（経営企画担当）	・消費税率が8%となる影響がある。
観光名所（案内係）	・報道は景気回復をあおっているばかりで肝心なところが抜けている気がする。注意する必要がある。
理美容室（経営者）	・消費税増税で色々なものの価格が上がるため、景気は悪くなる。
美顔美容室（経営者）	・消費税増税を前に先買いした客の購入が、しばらくはなくなる。
美容室（経営者）	・消費税が増税となるため多少出費を控える客は増える。
美容室（経営者）	・消費税増税の影響が大きい。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費が冷え込むことが想定されるため、介護サービスにも少なからず影響があると考えられる。
住宅販売会社（従業員）	・些細なりフォームくらいならという感じで、消費税増税前に間に合う時期の最後まで駆け込みでの受注があり、将来の分まで需要が出尽くしてしまった感が強くある。
その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・活気が戻るにはまだ時間がかかる。消費税増税前に残っていた仕事が終わっても、新規契約の話が入らないため、先行きの売上が心配である。
悪くなる	
商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要は、ほとんどが消費の先取りと感じられる。したがって、その後は反動で消費の落ち込みがあると考えられる。
商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動があると思う。特に日用品でないものは影響が大きい。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税により、普段の外食等には予算を抑えたり、控える傾向が続くと考えられる。
百貨店（企画担当）	・消費税増税による反動減が大きい。3月の売上が前年比で2割以上増加しているため、その反動として、4月以降は数か月間マイナス傾向が続くと思われる。
百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により、個人消費は少なくとも2～3か月先までの間は確実に落ち込み、景気の一時的な後退は避けられないと考える。
百貨店（販売促進担当）	・これから数か月は、消費税増税前の駆け込み需要の反動が続くと想定する。
百貨店（販売担当）	・実際の懐具合よりも消費税増税に対する心理的な影響が大きく、生活防衛本能が働いて財布のひもをきつく締める可能性が高い。また、3月までに当面必要なものへの支出を終えており、夏季又は冬季賞与までは、ものを購入するモチベーションを高めることは困難で、特に高級・大型な耐久消費財の動きは厳しくなる。
百貨店（営業企画担当）	・消費税増税で一気に消費意欲の減退が起こり、来客数、客単価とも大幅に減少する。前回の消費税増税時と比べても大きなマイナスが起こると考えられる。

	百貨店（販売担当）	・記念日のギフトの1年前倒しなど、消費税増税前の駆け込み需要が大きい分、反動も相当あるものと感じる。客からもこれで当分は買えないという声をよく聞いている。
	スーパー（店長）	・消費税増税前の売上増加がこれほどまで大きいとは予想をしなかったが、前倒しの消費なので、4月以降は大きく売上が落ち込むことが予想される。
	スーパー（営業企画）	・マスコミ報道や小売業者の盛り上げによる効果もあって、消費税増税前の駆け込み需要は想定以上にあると感じる。一方で、増税後の反動も当初の想定以上ではないかと推測される。
	コンビニ（企画担当）	・TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）や規制緩和に関する話題が乏しく、消費税増税後のばらまき政策の話題だけが聞こえてくる。東京オリンピックに向けた景気回復への期待はあるものの、弱含みではないか。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により今まで以上に財布のひもが固くなる。増税前には多少なりとも駆け込み需要があったが、微々たるものであり、落ち込み分を補うほどは売上が上がっていない状況である。
	衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動と4月からの増税が、6月くらいまでは景気に大きく影響する。特に小売業界では売上が悪化すると思われる。
	家電量販店（店員）	・先行きは、過去のエコポイントの駆け込み購入の後に売上が落ちた状態の再来となる。
	家電量販店（店員）	・山があれば谷があるということで、前年11月から売上が上昇し始めて消費税増税の影響で上りつめたので、これからは下りになっていく。状況的に4月以降はエコポイントの終了時と同じようなことが起こりそうな気がする。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は、やはり大きいと思われる。4～6月はかなりの落ち込みが予想される。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わった後であり、間違いなく消費は冷え込む。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税の増税もあって市場が冷え切ってしまうため、ただでさえ厳しい4、5月が更に厳しくなる。
	乗用車販売店（経理担当）	・前回の消費税率が3%から5%に増税された時ほどの落ち込みはないと予想されるが、消費税増税前の駆け込み需要の反動減は避けられない。
	乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響が、3か月は続くと思われる。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前で3月は1人当たりの購買数が増えているが、消費税増税後の来月は買い控えに転じる。
	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・4月からの色々な値上げや消費税増税などで、客足が鈍くなる。
	一般レストラン（経営者）	・消費税増税前に駆け込み需要等で金を使っている人が少なからずいる。その分、外食等に使う金は抑えられる。
	通信会社（企画担当）	・過熱気味といえるほど消費税増税前の駆け込み需要があると感じる。4月以降、どこまで買い控えが起こるのか、かなり不安である。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響で客の動きは悪くなる。
	パチンコ店（経営者）	・消費税増税により客の支出が減少する。
	理容室（経営者）	・財布のひもが固くなるばかりで、景気が良くなるとは思わない。
	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税でどれほどの影響があるか、4月に入ってみなければわからない。
企業動向関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・アベノミクスの効果による賃上げから、失業率低下による本来的な賃上げへと移行しつつある。この過程を経て、景気はやや良くなっていくと思われる。
	化学工業（総務秘書）	・漠然とではあるがアベノミクスの効果を感じ始めるなか、春には多くの企業においてベースアップが実施され、初めて暖かい季節を迎える。良くなると考えるのが普通である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・4月に消費税率の引上げが予定されているものの、輸出産業には大きな影響はないと思われる。国内景気についても対策が練られているので、回復に足踏みがあったとしても短期で上向きに転じると考える。
	電気機械器具製造業（経営者）	・4、5月の消費税増税後は悪くても、6、7月には主要取引先での設備投資が期待できる。
	輸送業（エリア担当）	・適正な運賃に改定する交渉を進めているが、客も納得し、単価は順調に上がってきている。
	輸送業（エリア担当）	・トレンドとして輸出貨物が増加する雰囲気である。
	行政書士	・荷物の出荷量はあるものの、ドライバー不足である。

	会計事務所（社会保険労務士）	・4月から消費税率は上がるが、仕事の上では、増税分は購入先へ支払うか税務署へ納付するかの違いと考えてか、駆け込み購入の動きはあまりみられない。4月以降も、設備投資等は必要に応じて行われるだろう。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・上期は上流工程での動きであるが、その後工程により作業要員も増員となり、売上も増加する。
変わらない	化学工業（人事担当）	・消費者としては、今後2～3か月は購買は控えることになると思う。ただし、無駄なものは買わないという姿勢が強くなるだけで、景気そのものが弱くなるということではない。
	金属製品製造業（従業員）	・関東方面では動きが活発だと言われ、地元業者は横目で見ながら仕事が回ってくることを期待している。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・円高が解消して製品の価格競争力は戻ったが、一時期のスマートフォンの爆発的な生産増加も一段落し、今のところ海外の大手EMS（電子機器受託製造サービス）事業者では、大規模な設備投資を実施する要素が見当たらない。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量に変動がない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・消費税増税後の売上減少を予想する業界もあるが、ケーブルテレビ、インターネット関連業界では、消費税増税前の駆け込み需要はなかったため、逆に落ち込むこともないであろうと予測している。
	建設業（営業担当）	・消費税増税には良い点も悪い点もあるが、実感できるほどの景気の回復とは言えない。必要な増税であるため、その影響が今後どうなるかを見ていけば、本当に景気が回復しているかどうかの答えは出てくると思う。
	輸送業（エリア担当）	・消費税増税の影響でしばらくは今の状態が続くのではないかと思う。
	輸送業（エリア担当）	・マスメディアを通して春闘の動きをみていると、ベースアップあるいはボーナス増額を回答する企業が目立つように感じるが、それが消費拡大につながるとは思えない。高額な腕時計が百貨店では売れていると聞くが、それは一部の動きであり、全体の消費を押し上げるような動きではない。人々は賃金の増額分を消費ではなく貯蓄に回し、節約する生活習慣は変わらない。
	金融業（企画担当）	・景気が回復するためには、一層の円安、株価上昇による個人資産の増加が必要と思われる。
	不動産業（用地仕入）	・現状に鑑みると、2～3か月程度で景気が良くなるとは思えない。
	不動産業（管理担当）	・中小企業においては、今後ともオフィス仲介の需要はおう盛ではないと判断している。
	企業広告制作業（経営者）	・基本給をアップさせた企業は大企業だけで、二次・下請の零細がそのしわ寄せ分を負担する。この構造が変わらない限り、景気回復の高揚感はない。
	広告代理店（制作担当）	・取引先の企業からは、これといって明るい話が聞かれず、今と同じ状態が続くように思われる。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・大企業では、円安による増益で賃金上昇等が起きているが、中小企業にまで回って来ていない状態である。当社では、新製品を作り続けるため、チャンスを待つ覚悟である。	
やや悪くなる	食品製造業（経営企画担当）	・消費税増税後は、梅雨明けくらいまでは、駆け込み需要の反動による消費の落ち込みが確実にあると思われ、すっきりしない天気のような状況となるのではないかと。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・消費税増税で受注量・販売量は恐らく減少し、景気はやや悪くなる。
	印刷業（営業担当）	・4月から消費税が増税となるため、その影響が出てくる。発注を控えるような動きがあり、今の状況よりは悪くなると思う。
	化学工業（総務担当）	・消費税増税後には、駆け込み需要の反動による売上減少や、電気料金の値上げ等により厳しい状況になると思われる。
	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の減少により、やや悪くなる。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要によって売上が増加しているため、増税後には反動が予想される。
	鉄鋼業（経営者）	・3月の実績に対しては、消費税率引上げの影響を含めてややダウンしていく見込みである。
	金属製品製造業（経営者）	・この先は端境期に入るので、受注量、価格とも低下傾向である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動だけでなく、純粋な売上減少も考えられる。

		電気機械器具製造業（経営者）	・輸出品については攻勢が続くという現状から、この先2～3か月は変わらない。ただ、消費税増税で国内消費が落ち込む見込みも、徐々に感じられるようになってきているため、若干の落ち込みを加味すると、現状とほぼ変わらないあるいは若干悪くなるという判断である。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わる。駆け込みの需要があった分、先行きの状況は変わる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・円安により材料コストが高騰しているところに、消費税増税後の販売数量の落ち込みとベースアップによる人件費増加が重なるため固定費負担を吸収しきれず、利益水準の大幅低下は不可避の見通しである。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・消費税率引上げの影響が出る。また、クリミア半島の問題で世界景気が悪化する可能性がある。
		輸送業（経営者）	・荷主の見通しでは、前回の消費税率引上げ後ような消費の落ち込みはなさそうだが、一方で、他産業での好景気が持続するため、運転手の確保が更に困難になりそうである。
		金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わり、この先2～3か月は、比較的良くない客の動きとなる。
		金融業（法人営業担当）	・消費税率の引上げによる個人消費の落ち込みは避けられず、とりわけ観光サービス関連での売上減少が懸念される。
		不動産業（経営者）	・消費税増税後は、最低限必要な案件のみに絞りこまれ、不動産市況はやや低迷する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読の中止がこの先どれほど出てくるか予測がつかない。
		公認会計士	・燃料費の高騰や消費税率引上げによる消費の縮小等が、中小企業の業績に直接的な影響を与える。
		会計事務所（職員）	・トナーカートリッジ等の高額消耗品の大量注文が行われ、納入時期のずれ込みや買い控えなど、3月売上の反動が2～3か月は続く。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・電気料金が8～10%程度の値上げで、消費税の増税分3%が上乗せとなると、経費は10%以上の増加となる。さらに油やLPGの値上げや人手不足によるトラック配送料の上昇も見込まれ、6月以降は非常に心配な状態と想定される。住宅の受注量は前月より20%以上減少しており、クレーン、ブルドーザーなどの特殊免許が必要な油圧系車両の需要も減少傾向が顕著である。また、業界においては、特殊車両の免許を持ったオペレータの不足、職人など建設現場の人手不足で増産の見込みはないとの話である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・消費税増税に伴い、販売量の減少が見込まれる。
		建設業（経営者）	・地価の上昇、建設価格の高騰により、今後のマンション、戸建住宅の大幅な価格上昇は確実であり、年収が伸びないなかでの住宅取得はますます難しくなる。消費税増税と相まって、将来の景気は確実に停滞すると思われる。
		輸送業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動と増税後の買い控えで、消費財関連の荷動きはしばらく低調になると予想される。3～6月は前年同月を下回るのではないかとみている。
雇用 関連 (東海)	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2016年大学卒業予定者向けのインターンシップ受け入れ企業の問い合わせが増加しており、採用意欲の高まりを感じている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・引き続き求人件数は増加傾向でその案件に対応する求職者が不足している。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年は3、4月に求人数のピークを迎えるため、その後の2～3か月は、動きがいったん少なくなる見込みである。
		人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率は1倍を超えてきてはいるが、消費税増税の影響を考えると、今後はあまり変化がないように感じる。
		人材派遣会社（支店長）	・既に4月中旬から5月初旬が就業開始の求人案件も出ており、これまでと変わらない求人動向となっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、顕著な増加ではない。消費税増税後の影響を考えてなのか、正社員求人数が伸びないため、先行きは変わらないとみる。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同月比では増加しているが、前月比では減少している。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が心配されるが、求人は各産業で増加傾向にある。ただし、有期雇用の社員やパートでの雇用形態が多いため、先行きにはまだ不安が残る。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・中途採用は積極的な状況だが、一部の就職希望者が内定を多数獲得しているため、内定辞退となるケースも散見される。1人の候補者を複数企業が奪い合っている現状であり、採用枠は満たされていないと感じる。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要に対する反動がある。	

	人材派遣会社（社員）	・3月が良かった分、先行きはやや悪くなると思われる。予約状況もあまり良くない。
	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響により、消費はいったん停滞することが予測される。その感触が、B to B（企業間取引）にも少なからず影響を与え、引き合いが減るものと思われる。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・2～3か月先に消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てきそうである。
	職業安定所（職員）	・中小企業の事業所からは、景気回復の好影響をまだ受けないうちに消費税増税に伴う景気停滞の影響をまともに受けるのではないかと危惧する声を多く聞く。
	職業安定所（職員）	・月間有効求人数が、45か月ぶりに減少に転じている。
	職業安定所（職員）	・3月に入って一段と消費税増税前の駆け込み需要が増えたので、4月以降にその反動が出て一時的に消費が落ち込むと思われる。
	職業安定所（職員）	・消費税率が3%上がれば、消費の冷え込みが予想される。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税後の消費の落ち込みによる影響が懸念される。ただ、増税対策を行っている企業も多くあり、影響は最小限に留まると予測している。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・企業の売上見込み等が前年を下回っており、企業では、売上を伸ばすというより支出を減らすことが求められているようにみえる。
悪くなる	-	-