

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）	・東京オリンピックが開催されるまで、ずっと景気が良いと思う。 ・消費税増税により、一時的には増税前駆け込み需要の反動が出るが、5、6月にかけてアベノミクスの効果で回復する。		
		百貨店（販売促進担当）	・賃金上昇への期待感による。		
	やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・春先の3、4月は人の動きが増えるため、小売業にとっては少し上向きとなる。		
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・4月に消費税増税となるため、その分を見越して3月は良くなる。		
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・バレンタイン商戦は思ったより伸びなかったが、週末の来客数は多く購買意欲はあるので、今後はやや良くなる。		
		百貨店（販売担当）	・この先は暖かくなって人出も多くなるため、来客数も買上点数も増えていくと希望的な見方を持っている。		
		コンビニ（店長）	・新築、分譲住宅や官公庁工事などの3月工期末の完成、消費税増税前の販売完了ということで、職人が不足し工事自体が間に合わない状況が4月以降も続きそうである。その後、5、6月くらいには反動が出て、住宅関連市場は少し冷え込みそうである。		
		住関連専門店（営業担当）	・4月以降は問題であるが、3月一杯は、前年よりも良くなりそうである。		
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税の前に買い置きができるものは買おうという客の心理が働くため、少し売上が増加する。		
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税増税1か月前のラストの駆け込み需要が見込める。		
		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関係者の収入上昇で、旅行代理店では、消費税増税後の旅行を多く受注しており、今後も良い状況が続く。		
		一般レストラン（スタッフ）	・単価の高い商品が売れており、客単価が上昇している。		
		観光型ホテル（販売担当）	・現時点で、年度末最終月と年度最初の月となる3、4月の受注見込みが良い。内容としては、一般宴会で、既存物件の取り込みを確保できたことと、特需として一見客から単発的に受注したことで助けられている。		
		旅行代理店（経営者）	・4月の消費税増税で、一旦景気は横ばいから下降すると考えられるが、1～2か月でまた回復すると思う。理由としては、冬季オリンピックも終了し暖かい季節となり、旅行に対する客のモチベーションが上がってくる。そして、全般的な傾向として、ネット注文から専門家への注文への回帰傾向もみられる。		
		タクシー運転手	・今が悪すぎるため、暖かくなれば客は買物にも行き、夜の街にも出てくる。		
		通信会社（営業担当）	・当面は、設備更改による設備構成の変更が続いて、やや良くなるとみている。		
		ゴルフ場（企画担当）	・予約数は前年比以上となっており順調である。春に向かって気候が回復すれば入場者数は良くなると考えている。2か月先も前年並みに予約が入っており、そんなに大きな変動はないと考える。		
		美容室（経営者）	・1月と比べると2月の方が客足は良く売上も良いが、3、4月は行楽シーズンとなるため、更に良くなる。		
		美顔美容室（経営者）	・3月中旬からキャンペーンが始まるため、新しい客が増えれば良くなると見込める。		
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・住宅、企業設備投資など、見積り依頼が多数ある。		
		変わらない		商店街（代表者）	・4月からの消費税増税を控えてはいるが、法人需要が伸びてきているので、個人需要の落ち込みをカバーできるのではないかとみている。
				一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・来月から4月にかけて消費税増税の前後で変動はあるだろうが、その後の様子がみえない。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・消費税増税前で3月は売上が増加する。4、5月はその反動で売上が減少し、全体的には変わらない。贈答品店でも前倒しに購入するだけで、他のものが売れなくなり、総合的には変わらない。				
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・調剤部門は良いかもしれないが、4月の診療報酬改定でかなりの減額が予想されている。消費税増税後の動向も気がかりである。				

一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは今の状況は変わらない。
百貨店(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要と増税後の反動減が交錯し、向こう2～3か月先は景気が激しく浮き沈みするが、結果的には、現時点の景気水準に落ち着くのではないかと考える。
スーパー(経営者)	・遷宮フィーバーも落ち着き、例年より多少の参拝客の増加を期待している。
スーパー(経営者)	・ここ数か月の基調はほとんど変わっていない。大雪があった点を除けば、現状がそのまま続いていく。
スーパー(店長)	・4月の消費税増税が消費にどのように影響を及ぼすのかわからない。
スーパー(店長)	・3月末に向けた消費税増税前の駆け込み需要による売上増加は期待できるが、4月にはその反動があり、結果としては変わらない。今後は、税率8%の価格に対してひしひしと増税の重みを実感され、より一層の節約志向が予測される。
スーパー(総務担当)	・生鮮食品を主として販売しているため消費税増税の影響は少ないが、雪の被害による農産物への影響が心配である。
スーパー(営業担当)	・消費税増税後に景気は落ち込み、回復には時間がかかると思われる。
スーパー(販売担当)	・消費税増税前に商品を購入し、増税後には抑えるため、変わらない。
コンビニ(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要が多少あるかもしれないが、その後の落ち込みの方が心配である。結果的にプラスマイナスゼロであれば良いと思う。
コンビニ(エリア担当)	・売上の前年割れ状況は、今後も続くと思う。
コンビニ(エリア担当)	・4月の消費税増税を控え3月は一時的に改善されるが、4月以降の買い控えが予想される。
コンビニ(店長)	・消費税増税を4月に控え、客の消費性向は以前と変わらず、駆け込み需要もそれほどには盛り上がらない。
衣料品専門店(経営者)	・消費税が増税となるため、目的なしに来店して購入する客は少なくなり、常連客の来客頻度によって売上が大きく変わるという傾向が続く。
衣料品専門店(販売企画担当)	・消費税増税前だが、あまり影響はなく前年並みに落ち着きそうである。
乗用車販売店(営業担当)	・消費税増税を前に駆け込み需要が殺到しているが、4月から先が読めない。ただ、貯めていた金が動き出しているため、景気が良くなる可能性はある。しかし、増税後また金をしまいこんでしまう恐れもあり、そうになると景気は変わらない。
乗用車販売店(従業員)	・4月になって新車の成約件数は落ちるが、消費税の増税を了承して購入する客もたくさんあり、しばらくは今の流れで持ち堪えとみている。工場への入庫も、メンテナンスパックを購入している客がほとんどで、安定的な入庫が見込まれるためさほど影響は受けないが、車検や部用品では他社との競争が激化するのでは、売上面では厳しくなると見込む。
乗用車販売店(従業員)	・消費税増税前の駆け込み需要で売れているということは、消費税増税後にはどのようなことになるのかという不安がある。具体的に期待できる要素がなく、判断が難しい。車業界に限らず今後の動きに関しては不透明である。
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2.4%のプラス、来客数は同じく1.0%プラスで、久しぶりに売上高・来客数ともに前年を上回ったが、まだまだ動きは継続性や力強さに欠ける。
スナック(経営者)	・消費税増税に伴い財布のひもは、ますます固くなり厳しくなる。
都市型ホテル(支配人)	・季節的な要因はあるものの、消費税増税分を価格に転嫁できるか見極めたい。
旅行代理店(経営者)	・消費税増税に加えて燃料費が上昇するなかで、旅行費用の単価が抑えられている。夏休み以降やハネムーンの間い合わせでも、特に料金には細かい。
旅行代理店(経営者)	・消費税増税は、企業では仕入れ控除が可能であるが、末端の消費者としては、財布のひもを固くせざるを得ない。景気の先行きは、駆け込み需要の終わる4月に給与が上がるかどうかにかかっている。
旅行代理店(経営者)	・消費税増税後から3か月経過すれば、景気は少し落ち着いてくる。ただ、景気が良くなるまでとはいかない。
タクシー運転手	・長い間人出の少ない状態が続いているため、3か月後も変わらない。
タクシー運転手	・4月からの消費税増税の影響でタクシーは少し割高になるため、どのように客に影響するかわからないが、それほどは変わらないと思っている。

	通信会社（企画担当）	・春の異動シーズンを迎えるものの、消費税増税もあり現状程度の状況が続くものと思われる。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込みで受注したものの、期間的、物理的に間に合わない受注が残りそうなので、現状と変わらない。
	テーマパーク（職員）	・春のグリーンシーズンは、近隣県からの客が主体となり、インバウンドが多かった冬期とは違う状況となりそうである。
	観光名所（案内係）	・消費税増税のほかにも値上げが待ち構えているため、景気は良くならない。
	美容室（経営者）	・客は、今は様子をうかがってあまり無駄な買物もせず、節約をしている。当分はこの状態が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・仕事量の増加によって忙しくはなるが、忙しいだけという状況で景気は変わらないと思われる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・これからは、徐々に客単価も来客数も伸びるはずの時期であるが、客単価が現状より低くなる傾向にあるため、やや悪くなる。
	商店街（代表者）	・4月の消費税増税に伴い、消費が冷え込む。
	商店街（代表者）	・消費税増税後しばらくは消費活動が低迷するので、景気は悪くなるとみている。
	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で少しは向上するが、その後の反動がある。消費税率が8%になることによって、増税前に比べ競合店との価格差が一層出たため、更に厳しくなるものと思われる。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・前年の大幅な観光客増加の動きからは、やや落ち着きを取り戻す。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税増税の影響がしばらくは出る。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮景気もそろそろ落ち着いてくる。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・4月に輸入品の小麦粉を始めとする材料費が値上がりするが、消費税増税分と合わせて価格を上げることは難しく、経営的には厳しい状況になる。中小企業では、賃上げにも対応できるほど十分な価格改定ができるとは考えにくいので、景気回復には、まだしばらく時間がかかる。
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・4月からの消費税増税により、一時的に売上が減少する。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響により4、5月は買い控えが予想される。
	百貨店（売場主任）	・ソチオリンピックが終わって家でテレビをみる人が減ったのか、直後の日曜日の売上は増加している。消費税増税を考えてのまとめ買いと思われる。3月になると、そのような客がもっと増えるが、4月からは少し売上が悪くなるのではないかと思う。
	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る売上減が予想される。
	百貨店（経営企画担当）	・ここ1年かなり売上が伸びてきたことの反動は大きいと想定されるとともに、一時的に消費マインドが冷え込み、売上減になると考えられる。
	スーパー（経営者）	・3か月後は消費税が増税となって2か月目で、駆け込み需要の反動のため消費は伸びず、景気は良くない。生活者全体の3分の2以上が中小企業で働く世帯であり、給料はあまり上がらず可処分所得が増えないのに、消費税と物価が上がるため、景気にはマイナスに影響する。
	スーパー（店長）	・3月中～下旬にかけて、消費税増税前の買い置きのため消費の増加が予測される。その反動により4月以降、景気は少し悪くなると考える。
	スーパー（店長）	・消費税増税前には買いだめ等が起きると思われるが、増税後は逆に冷え込み少し厳しい状況になる。
	スーパー（店員）	・農林水産省の発表した「大雪による作物への影響の恐れ」がどうなるか懸念される。また、消費税増税の影響は、実際になってからでないと見当がつかないので、先行きに不安は残る。
スーパー（店員）	・競合店が増えており、消費税も増税となるため、良くはならない。	
スーパー（支店長）	・今は消費税増税前の駆け込み需要で忙しいが、4月以降の見通しが不透明であり、不安である。	
スーパー（商品開発担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てきている。反動が避けられないと考えている。	

コンビニ（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の受け皿は、たばこは別として、大手スーパーや量販店が中心になると思われる。その反動だけは等しく我々の業態にも及ぶので、4月以降の売上減少が心配である。
コンビニ（商品開発担当）	・高付加価値商品の販促が成功し、現在はその波及効果で好調を維持しているが、消費税増税後には、こうした商品の冷え込みを予想する。
家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み購入で、まだ壊れていないのに買換える人が多い。4月以降の反動減は大きそうである。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が落ち着き、その後の消費需要は下がるのかどうか気になる。
乗用車販売店（従業員）	・新型車やハイブリッド車が納期待ち状態のため、登録台数の落ち込みは限定的であると思うが、4、5月の販売見込ユーザー数は、前倒し販売のために相当減ると思われる。かなり厳しい受注活動になるのではと心配している。
乗用車販売店（経理担当）	・2～3か月先では消費税増税後の反動からは抜けきれていない。
乗用車販売店（販売担当）	・現金購入が多いため、何かきっかけがないと購入のタイミングにならない。消費税増税により買い控えが予想される。
高級レストラン（役員）	・消費税増税前の駆け込み消費による反動が、4、5月には表れ、客足は減少すると思われる。
一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・消費税率8%への増税が売上に影響する。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税後は、金銭的にも心理的にも確実に消費抑制が起こるため、やや悪くなる。
観光型ホテル（経営者）	・2～3か月後は消費税の影響で地域経済や個人需要がどうしても弱くなる。景気の良かった余波があるため、急激に悪くなるというよりも、打ち消されてやや悪くなるのではないかと思う。法人には消費税増税は特に関係ないが、仕入れ価格上昇分の転嫁がどこまで適切に進むかという点がある。業績好調な企業の慰安旅行や研修旅行がまたあると思うので、それほど悲観はしていない。
都市型ホテル（経営者）	・消費税増税後の動き、アベノミクスによる成長戦略の動き、雇用のひっ迫や政策的な奨励による賃上げ等の影響などが、まだ不透明である。
都市型ホテル（経理担当）	・4月以降は消費税増税の影響で、1人当たり単価が前年を下回る。
旅行代理店（経営者）	・天候も安定してくると思うので、消費の動きが多少は出てくるのではないかと。
旅行代理店（従業員）	・消費税増税により買い控えもしく出控えが生じるというパターンで旅行業界は厳しくなる。余裕がなくなると旅行はどうしても控えられてしまう。
旅行代理店（従業員）	・消費税増税により旅行代金も値上がりし家計を圧迫するため、レジャーに金を使う人は減るであろう。取扱件数は減少し、売上も減ると予測している。近年は職場旅行が復活するムードであるが、旅行予算は据置きのところが多いため、増税分は縮小した旅行が増えてくるので、全体的には利益も減少すると思う。
通信会社（サービス担当）	・引越シーズンが終わるので、今後新しいサービス等を開始しなければ、現在よりも販売数は減る。
理美容室（経営者）	・消費税増税のため、皆が金を使わなくなる。
美容室（経営者）	・消費税増税のこともあり、まだ何とも言えない状態である。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税増税に伴う多くの影響が予想される。販売面では販売単価の低下や買い控えが生じ、レンタルでは、単価の見直し（総額表示では増税分を転嫁しているようにみえるが、実質は本体価格を一部値下げ）による、売上減少などである。
設計事務所（経営者）	・個人住宅を設計事務所に依頼することがなくなるのではないかと、案件がハウスメーカーや売り建て住宅に流れている。
設計事務所（職員）	・景気が良くなっているという話はマスコミ報道の上だけの話である。消費税増税前の駆け込み需要がクローズアップされているが、それ以降の景気は全くわからない。
住宅販売会社（経営者）	・所得が増えているのは一部の企業である。全体から見ると数%の人の所得しか上昇していないため、今後も厳しい状況である。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前に間に合う最後の最後まで、駆け込みで建物外壁や屋根の塗り替えなどの依頼が出ており、リフォーム需要までも出尽くした状態にあるため、先行きの不安が広がる。

		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・消費増税の影響で、4、5月の景気は停滞すると判断している。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費増税前の駆け込み受注で下請もたくさん仕事を抱えているが、税率が8%から10%になるとどうなるかと、業者のなかでは心配や戸惑いが出ている。
悪くなる		商店街（代表者）	・消費税率が上がるので、買い控えが起こる。
		商店街（代表者）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が必ず起きる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費増税により、消費者は今まで以上にメリハリをつけて支出をするようになる。都市部での飲食業は、非常に厳しくなっていく。
		百貨店（企画担当）	・消費増税前の駆け込み需要の可能性が高いが、ここ数か月は消費者の高額品中心とする購買意欲の向上がみられ、販売実績も上がっている。また、法人需要についても3月までの引渡し物件が多い。その反面、4月以降は駆け込み需要の反動が予測される。
		百貨店（販売担当）	・現状の消費増税前の駆け込み消費は、通常の客の動きとは明らかに異なっており、購買内容や量は、通常の範囲を逸脱している。期限の短いものや急を要するもの以外の購買は、増税後には当面止まる可能性が高く、消費の低迷は免れない。
		百貨店（営業企画担当）	・4月の消費増税を機に購買意欲が大幅に減退し、商況は悪くなると考える。
		百貨店（販売担当）	・消費増税前の駆け込み需要が多いだけに、4月以降は客足が激減するのではないかとと思われる。生活必需品以外は、確実に落ち込む。
		スーパー（営業企画）	・不要なものに対しての買い控えなど、消費増税前の駆け込み需要の反動が予想以上にあるように感じる。
		コンビニ（企画担当）	・消費税率の2段階の上昇は、想定しているより重くのしかかると思われる。しかし、国の借金は減らさなければ、次世代への重荷になる。
		コンビニ（エリア担当）	・3月は消費増税前であり、たばこを中心にそれなりの特需は期待している。4月以降は消費増税になるので販売量は落ちる。それに加えてコンビニ以外の競争店も次々と出てくるため、店舗としては厳しい状況となってくる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・消費増税前の駆け込み需要が見込めるのも3月までで、4月に消費税率が8%になると、これまでの反動で、売上も落ち込んでしまう。
		家電量販店（店員）	・4月以降に関しては、エコポイントの時と同様に大幅に来客数が減り、間違いなく売上に影響が出てくる。
		家電量販店（店員）	・海外の景気は今一つ精彩を欠くが、国内は今のところ消費増税前の駆け込み需要がある。しかし、4月に入ると駆け込み需要は無くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降は一気に需要が減るものと予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・3か月後は消費増税後であるため、今より景気は悪くなっている。客の感覚からすると消費マインドは下がっている。
		乗用車販売店（従業員）	・消費増税前に駆け込み需要で売れていたため、増税後は間違いなく反動が来る。
		乗用車販売店（従業員）	・人気車種は軒並み生産が4月以降になっており、消費増税前に納車を求める客は、もういなくなってしまう。4月以降も、増税の影響で車両販売の見込みは厳しいと思われる。
		乗用車販売店（総務担当）	・4月には消費増税に伴う販売の反動減を予想している。
		一般レストラン（経営者）	・消費増税により、外食費などは大きく締め付けられる。
		一般レストラン（従業員）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が4、5月には顕在化する。
	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きは悪くなると判断する。	
	パチンコ店（経営者）	・サービス業は消費増税の影響を受けやすい。	
	理容室（経営者）	・これからも景気は良くなるとは思えない。消費増税が景気回復のネックである。	
企業動向関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の増加による。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・4月の消費増税までは、駆け込み需要で景気が上向く。
	やや良くなる	化学工業（総務秘書）	・これ以上悪くなる具体的材料はあまりなく、景気が良くなるという期待は、確実に良い方向へ向かわせる力があると感じる。

	輸送業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で、3月には過去の消費税増税前と同等に相当量の荷動きがあると見込んでいる。しかし、前回は増税後に落ち込んだ物量が元に戻るのに1年以上かかっており、今回も懸念をしている。物流業界は、円安と原油価格の高騰、ドライバー不足で、決して経営環境は良好とは言えない。
	輸送業（エリア担当）	・荷主から適正な配送単価を得られるように動き出している。人件費、燃料費のダブルコスト高も解消していく。
	輸送業（エリア担当）	・緩やかではあるが、当地区における企業の業績改善と円安レートが定着し、輸出輸入ともに上昇傾向は続く。
	金融業（従業員）	・自動車産業など大手企業では業況が比較的良くなっているなかで、少し遅れて中小企業も良くなるという流れがある。今までは、あまりそういった繋がりがなかったものの、今後は多少見込めるという話をよく聞く。
	企業広告制作業（経営者）	・消費税増税の影響次第であるが、全体的には明るい兆しが見られる。
	行政書士	・貨物量が増えている。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新年度を迎え、各企業ともIT投資が活発になると思われる。
変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税後の消費マインドの冷え込みによる影響はあるものの、全体的な底上げが着実になされていると期待され、大きな落ち込みとはならないと思われる。
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・大企業では景気回復が顕著であるが、中小規模の陶磁器メーカーでは、継続の仕事を手元発注先から突然キャンセルされるなど受注量が急減しているところもある。
	化学工業（人事担当）	・消費税率が8%となると、多少は購買が控えられるかもしれないが、景気自体には大きな変動はないと思われる。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・前月の受注再開品については5月頃まで現状の数量を確保できそうとの情報が入っている。その他の製品は、全体的に横ばいの予想である。
	鉄鋼業（経営者）	・4月の消費税増税前に駆け込み受注があるとは思いますが、足元の受注量は徐々に落ちてきているので、販売量が全体として伸びるほどとは思えない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が増えておらず、先行きは横ばいではないかと考える。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・受注金額はようやく平年並みに回復したが、一度値崩れした後はコスト競争が激しく、大幅な値引きをしないと受注ができない案件が増えている。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・客からのフォーキャスト（発注計画）から判断すると、景気の先行きは横ばいである。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・米国の金融引き締め、欧州の景気回復の足踏み、近隣諸国の金融問題並びに国内の消費税増税など不安定要素が大きく、景気が上向きとなる要因が見当たらない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・現状の為替相場の傾向から変わらなければ、大きな変化はないと思われる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・インターネットによる放送、通信の拡大が見込まれるなか、通信、放送業界では、インフラ強化がますます重要になっている。新技術への対応のためソフト関連業では活況となっているが、業界全体では受注競争の激化が続き、利益が得られない状況がまだまだ続く。
	建設業（経営者）	・アベノミクスは、一般市民には全く関係ない。まず大企業の景気が良くなり、その後に大企業の従業員、それから一次、二次、三次の下請企業へとなる。小規模な工務店が対象とするのは一般市民の人々であり、この人達の給料が上がらないと仕事が回ってこない。アベノミクスの効果が零細企業にも出始めるのは、3～5年後である。
	建設業（営業担当）	・消費税増税により部品等は高くなる。給料については、上がる場所もあるが、そうではない場所もある。その辺がしっかりしていない分、物価が上がると、仕事量の増減とは関係なしに、単純に景気は下向きとなる。
	輸送業（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は増えている。住宅建設用の袋入りセメントの輸送も大幅に増えているが、4月以降の需要はまだみえていない。また、軽油の価格も高止りしたままである。
	輸送業（エリア担当）	・現在の一時的に景気が回復したようにみえる動きは、円安による効果であり輸出業者、とりわけ自動車産業に限られた話という認識である。その他の製造業や卸・小売業の世帯では財布のひもは固い。輸出業者が輸出で儲けているだけであり、それが広く還元されていないのが実態である。
通信会社（法人営業担当）	・賃金が変わらないなかで、消費税の増税や物価上昇が先行している。	

	金融業（企画担当）	・消費増税の影響がどれくらいかわからないので、景気が良くなるとは言いがたい。	
	不動産業（経営者）	・消費増税特需も一段落し、以前と変わらない水準へ戻ると予想される。	
	不動産業（用地仕入）	・長期スパンでは景気は上向きと考えるが、短期的には大きくは変わらない。	
	不動産業（管理担当）	・中小企業向けのオフィス賃貸事業は停滞したままで、今後も良くなる兆しが無い。	
	広告代理店（制作担当）	・消費増税後の先行きがよく見通せないこともあり、新年度の広告予算は、減少するか良くても現状維持といったところである。	
	経営コンサルタント	・地価について、駅に近いところを中心に盛り返しの兆しがみえたが、ここにきて失速気味となっている。消費増税による影響で先行きは不安定であり、判断としては横ばいである。	
	会計事務所（社会保険労務士）	・消費税率が上がるので、一時的には消費を手控える動きもあると思うが、新年度のスタートであったり、ウィンドウズXP（パソコンの基本ソフト）のサポート終了でパソコンの買換えが必要になるなど、状況に押されて消費は続くと思う。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中小企業にとっては新製品開発の時間と労力の負担が大きい。開発は続けているが、受注するのは、簡単ではない仕事ばかりである。また、他の中小事業者が作った機械が廃業によって廃棄物化している状況であり、この課題をなんとかしなければならぬ。	
やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・消費増税や原材料等の値上げがあるため、受注量、販売量とも低調になり、景気は悪くなる。	
	印刷業（営業担当）	・現状では景気が良くなる材料が見当たらない。消費増税によって景気は悪くなっていく。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・今が良いのは、消費増税前の一時的なものと思われる。自動車や高額商品については、3月末で受注が落ち込むのではないかとされる。また、工作機械等についても、消費増税により先行きは減少が考えられる。その一方で、従業員等の給料が増税分に見合って3%近く上昇するかというと、見通しは非常に暗い。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・消費増税前の駆け込み需要の終了によるため、悪くなる。	
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・自動車輸出については、円相場が102円くらいで安定しており米国景気も堅調のため問題はないが、国内需要が消費増税の影響で落ち込むため、トータルでは悪くなる。	
	輸送業（経営者）	・消費増税の影響が不透明であるが、4月以降は、少なからず物流量が落ちると想定している。	
	金融業（法人営業担当）	・消費税率引上げ後の自動車販売の減少を受け、地域の自動車部品関連メーカーの受注減少が見込まれる。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費増税の影響は、既に始まっている。	
	公認会計士	・円安による材料価格の上昇や電力料金引上げによるコスト増加が、中小企業の収益性を圧迫する。また、消費増税前の駆け込み需要の反動があると考えられる。	
	会計事務所（職員）	・消費増税で消費の冷え込みが予想される。中小企業では賃上げが実施されるところが極めて少ない。	
悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の状況などから、消費増税後の受注量はかなり減るとされる。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・来年度の見込利益を受けて、社内予算が厳しくなっている。	
	建設業（経営者）	・消費者はかなり現実的であり、先行きに対して非常に不安を感じている。消費増税が、消費者心理に暗い影を落としている。	
雇用関連 (東海)	良くなる	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・正社員採用の求人件数が伸びている。
		人材派遣会社（営業担当）	・新年度に向けての求人、求職者は毎年大きく動く時期であり、一時的に活発化する可能性がある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・自動車産業を中心としたマーケットは比較的堅調であり、今後も裾野産業を含めて体制強化のための人員増強に動く会社が増えてくる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数は増えているものの、求職者が派遣という雇用形態を選ばない傾向には変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費増税の影響が見通せない。
		職業安定所（職員）	・4月の消費税率引上げの影響を懸念して、求人者には様子見の傾向がある。

	職業安定所（職員）	・求人数は前年同期と比較して増加傾向にあるが、求人者には近い将来に対して悲観的な見方が多い印象である。
	職業安定所（職員）	・引き続き介護関係、建設関係の求人はあるものの、充足が難しい状況にある。製造業全体でみて増加しているものの、企業においては、円安や原材料の高騰により収益が落ちているという情報もある。
	職業安定所（職員）	・今のところ、求人増加、求職者減少の好循環が続いており、基調は変わらない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税後の動きが見通せず、現状のままで様子を見る傾向に動くと考えられる。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・景気が良くなるようにも、悪くなるようにもみえる気がする。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・3月の送別会等の予約状況は好調であるが、その先の予約状況はあまり良くない。
	人材派遣会社（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。当エリアは、関東・近畿の派遣求人動向と比べて2～3か月遅れての推移を示すため、減少は緩やかなものにとどまると予測している。
	人材派遣会社（営業担当）	・この先2～3か月の予想としては、消費税増税の影響で下向きとみる。第二四半期あたりからは、回復傾向になると予想する。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・国内新車販売数は、4月以降の消費税増税と駆け込み需要の反動で落ち込むものと予想する。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中小企業の求職件数の動向が、4月以降は景気の影響をどう受けるのか全く不透明である。
	職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、しばらくの間は消費が落ち込むと思われる。
	職業安定所（職員）	・消費税率が8%に引上げられ、消費が落ち込むと予想される。
	職業安定所（職員）	・求職者はこここのところ数か月連続で減少しているが、年度末に人員整理予定の企業が複数あることや、駆け込み需要の生産増加等に対応した非正規雇用者の契約打ち切り等が危惧されることから、2～3か月の先の雇用状況には不安がある。
悪くなる	—	—