

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	百貨店（経理担当）	・売上は4月後半から回復傾向にあり、2～3か月後のボーナス商戦時には、前年10、11月頃の良好であった水準まで回復するのではないかと考える。
		乗用車販売店（従業員）	・消費者には購買意欲がみられる。相場も上がってきており、景気を押し上げている。これからは良くなるという気がする。
都市型ホテル（営業担当）		・景気はどんどん良くなってきている。法人客を中心に宿泊、レストラン、宴会ともに予約が殺到している。	
	やや良くなる	百貨店（企画担当）	・現在は、消費税増税前の駆け込み需要による反動減が大きく影響し、3月には好調だった高額品や化粧品が苦戦している。しかし、6月以降は製造業を始めとする企業ではボーナスが増額すると思われるため、反動減もある程度で収束する。
		百貨店（販売担当）	・大企業に勤める家庭では景気が良いことや政策の効果等により、全体としては景気は下げ止まる。来店客数や購買客数も現状では微減に留まっている。顧客の消費性向は、鮮度の良いものや高品質な商品へのシフトが顕著であり、高額品の低迷による購買単価への影響を緩和する可能性がある。ただし、消費税増税の低所得者への影響は、今後、更に顕著になると思われる。
		スーパー（経営者）	・例年7、8月は来客数の増加が期待できるため、遷宮後の今年も先行きに期待したいところである。
		スーパー（店長）	・まだまだ消費税増税による若干の落ち込みはあるが、あと3か月もすれば落ち込みが解消されて、若干良くなるとの期待を持っている。ただし、生鮮食品や畜産等においては商品価格の値上げなど色々な話が出ており、予断を許さない状況である。
		スーパー（店員）	・大型店がオープンしたが、少しずつ客足は戻ってくることは間違いない。消費税増税前に買いだめした品物もなくなり、これからは通常どおり買うようになる。今よりは売上が少しずつ上がっていく。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税による影響が少なかったため、意外と回復も早いと思われる。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税前に買いだめした在庫がそろそろなくなり、購買意欲がまた戻る頃であると思う。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の買い控えも徐々に解消されてくると考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・高付加価値、高単価商品が少しずつ売れ始めている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・客単価が上がってきているので、これからも良くなっていく。
		家電量販店（店員）	・3月に商品が売れすぎて品薄となり、入荷待ちの状況が続いている。また、配送枠も当面埋まっている。それらが解消すれば、売上は伸びると思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後、客は様子を見ている感じがある。この先、増税後の状況にも慣れて購買意欲が出てくれば景気は上向いてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・大きく落ち込んだ来客数も、ボーナス商戦に向けて多少は改善すると思われる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による販売の反動減は、2～3か月でなくなると予想する。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税の影響はそれ程でもない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・物に対するニーズを理論的に考えれば、必需品だけの買物から、やがては不急不要の商品へと購入欲求は広がっていく。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税が増税となっても、欲しいものは必ず購入される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で来客数は減少したものの、ゴールデンウィークに入って徐々に回復してきている。
		一般レストラン（スタッフ）	・スタッフの人手が確保しづらくなっている。他業種の企業で人材集めが活発になっていて、それは業績が良くなっているためと判断する。
		旅行代理店（経営者）	・現在よりも、受注の増加が期待できる。
旅行代理店（経営者）	・夏休みの家族旅行や年に1回の報奨旅行は、夏季に集中するので、連休明けに問い合わせや予約が来ることを期待している。また、既に見積依頼も入ってきている。		

	旅行代理店（経営者）	・消費税増税後ということで4、5月は少し落ち込むが、6、7月には少し回復すると思う。
	タクシー運転手	・消費税増税前の駆け込み需要で色々出費しているため、今後2～3か月はタクシー利用も控えられると思うが、7、8月の暑い時期になると客が戻ってくると期待している。
	通信会社（営業担当）	・今後については、更新・改修工事の需要が回復し、良くなると思う。
	美顔美容室（経営者）	・消費税増税前にまとめ買いをした人達も2～3か月後には在庫がなくなるため、再び購入してもらえと思う。
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・宣伝活動の効果に期待している。
変わらない	商店街（代表者）	・全体的に輸出量が増えていないため、アベノミクスの効果は今一つであると思われる。
	商店街（代表者）	・法人客は増えているが個人客は減っているため、相対的にみれば現状維持である。
	商店街（代表者）	・贈答品はそこそこ購入されているが、自家用商品や食品に動きが出ないためプラスアルファの部分が伸びず、販売量、販売高の増加に繋がらない。
	商店街（代表者）	・全般的に良いものであれば客は購入する。消費税増税直後売上には繋がっていないが、半年先くらいには若干良くなるような期待が持てる。
	商店街（代表者）	・消費者が消費税増税による割高感にも慣れ、一定の景気回復は見込めるものと思われるが、特段良くなる要素もみられず、現状程度の景気が続くと思われている。
	商店街（代表者）	・消費税増税前は白物家電が好調であったが、それは消費の前倒し部分が多く今は苦戦すると感じている、サッカーワールドカップによるAV商品に期待しているが、まだ需要が伸びそうな雰囲気は感じられない。
	商店街（代表者）	・取扱商品が日用品ではないため、そう簡単には業績は回復しない。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・今月は消費税増税により商品が非常に売れない状況である。まだ少し先までこの状況が続く気がする。
	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・買い控えから消費が戻れば少しは景気は回復するが、どのくらいまで持ち直すかは不透明である。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・2～3か月先も今月とあまり変わらない。贈答品は前もって購入することができるため、消費税増税前に駆け込みで購入された分、売上は下がる。世の中には若干は伸びている企業もあるが、全体から見ると伸びている先と伸びていない先で二極化しており、プラスマイナスゼロである。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・毎年5月の連休の時期は売上が落ちる。恐らく旅行などに出て、帰ってきたら金を使い果たしているため、この先1～2か月は期待できない。消費税増税の影響はさほどはないと思われるが、しばらくは財布のひもが固くなると思われる。株価等も低調で、わずかな利益も出ないほどである。
	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は思ったよりも小さく、景気の変動はあまりないと思われる。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・先行きがどのようになっていくかと様子見の客が多い。我々事業者も商品の仕入れ値が高くなっているため値上げをしたい気持ちはあるが、様子を見る客が多いため動きが取れず、結果として現状から景気は変わらない状態が続くと考えている。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今しばらくは、参拝者数が高止まりすると思う。
	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・まだまだ現状維持という感がある。
	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは現状から変わらない。
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・経済に対する消費税増税の影響がどの程度になるか、また、景気が落ち込まないための経済対策がどの程度奏功するかが分からず、先行きは不透明である。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税後も、厳しいと感じたのは平日の昼間くらいであり、週末には家族連れで来店し買物する客もおり、売場の予算も達成している。4月第2週目には、段々と平日でも売上が戻ってきており、増税の影響はなさそうである。ゴールデンウィークにかけて、百貨店も色々催し物を行うため、増税とは関係なく買物する客も多いと思う。
	百貨店（販売担当）	・消費税の増税は、若年層の客にはあまり影響はない。
	百貨店（経営企画担当）	・消費税増税後の反動減は長引きそうに思われる。夏のボーナスは1つの節目であるが、それまでは環境として厳しいと感じる。

百貨店（営業企画担当）	・消費増税前の駆け込み需要を目当てに夏物の先行販売を実施したことを考えれば、増税後の反動は、秋物が出る時まで続くと考えられ、3か月程度は低迷が続く。
百貨店（販売担当）	・ベースアップやボーナス増額という声も聞かれますが、3か月までの消費増税前の駆け込み需要の規模を考えると、消耗品以外はしばらく買い控えが続く。
スーパー（経営者）	・7月頃には消費増税の影響は少なくなり、景気は良い方向に向くのではないかと考えている。アベノミクスが効果を表して政権は長期化し、政治が安定するという安心感がある。経済の面でも、人口の50%を占める中産階級以上の人々が安心感を取り戻して消費に積極的になると、経済を引っ張る力も大きいのではないかと考える。
スーパー（店長）	・消費税率がアップしたばかりなので、消費者は、しばらくは消費に対して慎重な姿勢をとる。
スーパー（店長）	・今後は消費増税の家計への影響が、実感としてじわじわ出てくると予測される。消費が拡大することはなく、現況が続くと予測する。
スーパー（店長）	・会社全体としては、売上高、利益ともに増加傾向だが、他社の客が当社に流れているだけであり、基本的には、安いもの、安い店で買おうとする傾向が高い。
スーパー（店員）	・伝染病による品薄で豚肉価格が30%ほど値上がりするので、今後その影響がどう出るか心配である。
スーパー（営業担当）	・景気の大きな回復は見込めないと思われる。
スーパー（販売促進担当）	・前年から続いた大型商業施設のオープンはほぼ一巡しているが、近隣の食品スーパーが価格強調の業態へ変更に、来月にも1店で改装予定があるなど食品は競争が厳しい。
スーパー（商品開発担当）	・まとめ買いされた商品の在庫がなくなって客が戻れば、現状のままで推移しそうな状況である。
スーパー（営業企画）	・消費増税の消費へのマイナスの影響からは比較的早く回復してきており、しばらくは現状の消費水準が続くとみている。
コンビニ（店長）	・消費税率引上げの影響は予想したほどではない。天候次第ではあるが、現状維持は可能ではないと思われる。
コンビニ（エリア担当）	・消費増税のコンビニエンストアへの影響はあまりなく、客数は増加し単価は減少という傾向が、夏まで続きそうである。大型キャンペーン等を継続することで、何とか現状維持が見込まれる。
コンビニ（店長）	・特に周囲の環境が変わるわけではなく、客の動きや金の使い方を見てみるとそれほどの変化はない。
衣料品専門店（経営者）	・消費税率が8%となっても客の来店頻度は変わらず、買い控えはないものの、客層の高齢化とともに来客数は減少しており、廃業も真剣に考えている。
衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・思っていた程の消費増税による買い控え等は見られない。
乗用車販売店（経営者）	・特に変わる要素が見当たらない。
乗用車販売店（従業員）	・消費増税により、客は価格等の数字に対して敏感になっていると感じる。必要なものは買わざるを得ないが、先延ばしできるものに対しては財布のひもが非常に固い。新車の市場環境は、当分の間厳しいと思われる。
乗用車販売店（従業員）	・3か月では上昇は望めない。消費増税前の駆け込み需要が想定以上に多かったと思う。
乗用車販売店（従業員）	・消費増税の影響はまだ当分は続くため、悪い状態が続く。
乗用車販売店（従業員）	・特に売れる要素も見込めず、例年以上に厳しくなると思われる。
住関連専門店（営業担当）	・持家住宅向けの販売は、この先2～3か月は増加が見込めない。しかし、その他の公共工事や民間工事では職人不足が続いており、今後も販売量の増加が見込める。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費増税となった直後からは落ち着いてきているが、まだ皆が買い控えをしており、この先どのようになるかはわからない。
高級レストラン（役員）	・来店予約状況からみた客の数や単価は前年同期と比べて変化はなく、しばらくは現状維持で推移すると思われる。
観光型ホテル（販売担当）	・2か月先までの予約状況を見ると、予算にはあと一歩であるが、現時点で前年実績をクリアできる模様なので、景気は変わらないとみる。食堂の利用は、個人客と法人客はともに冷え込んでいるが、一般宴会の予約が確実に入っている。また、宿泊も横ばいを維持している。
都市型ホテル（従業員）	・予約数より、現状から変わらないと判断している。

都市型ホテル（経営者）	・消費増税により鈍くなった来客数の動きは、そう簡単には回復しないとされる。	
都市型ホテル（支配人）	・法人需要の宿泊の動きに注視しているが、あまり力強さが感じられず不安である。	
都市型ホテル（経理担当）	・インバウンド（訪日外国人旅行）の客が増加しているが、1人あたりの単価が低い。	
旅行代理店（従業員）	・消費増税も時間が経つと影響が少なくなると考えている。従って景気は今のままである。	
旅行代理店（従業員）	・今年のゴールデンウィークの傾向が「プチぜいたく」と総称されるように、客の傾向は普通より少しぜいたくな旅行を志向している。海外旅行需要が減少している一方、飛行機を利用した沖縄や北海道方面の旅行が増えている。家計にも少し余裕が生じていると思われる。	
タクシー運転手	・今まで長い間、景気の悪い状態が続いており、人出も少なかったことと比べれば少しは良くなっていくと思うが、大きくは変わらないであろう。	
通信会社（企画担当）	・今の経済環境では、企業も昇給を積極的に進めるとは考えづらく、消費者も当面は現状の節約志向が続くのではないかと思う。一方で惜しまずに金をかける部分もあるので、メリハリのある暮らし方が広がるのではないかと。	
テーマパーク（職員）	・現状とそれほど変わりなく推移すると思われる。	
観光名所（案内係）	・様々な値上げの影響が2～3か月先に出てくると考えるため、景気が良くなるとは思わない。	
ゴルフ場（企画担当）	・6月の予約数はほぼ前年並みであるが、今後気候が良くなるに従って予約数はもっと増えると思う。2～3か月は、今の景気のみで推移していく。	
美容室（経営者）	・これから暑くなってくるとパーマやカットの客が増えるので、業況はやや良くなるという希望を持っている。	
美容室（経営者）	・都会では景気が回復しているようであるが、地方はこれから3か月ほどではまだ好景気の波は来ない。あと何年かすれば変わるかもしれないが、3か月前と現在を比較してもまったく変わっていない。	
設計事務所（職員）	・消費増税前の駆け込み需要で受注数が急増したように、今後も政治の動向によって経済は変わる。このまま建築業界が上向きになるとは思わない。	
住宅販売会社（従業員）	・消費増税となるも目立った変化はないが、色々なもので便乗値上げが行われている。高速道路でも割引がマイレージ化され、実質的には割引率の縮減である。これらの動きはじわじわと生活にも影響を与え、消費の落ち込みが懸念される。	
住宅販売会社（従業員）	・この先2～3か月の工事依頼量は、国土交通省が進める「民間住宅活用型住宅セーフティネット整備推進事業」を活用したリフォームや、耐震診断後の補強工事の依頼などでそこそこはあるが、その後の先行きは、明るいようには感じられない。	
やや悪くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・運営効果で足元は過去最高であったが、今後はやや沈静化の様相を示している。
	百貨店（売場主任）	・集客力の高い催事やイベントを仕掛けてはいるが、購買意欲をかきたて消費増税前の駆け込み分の反動を取り戻す程の動きまではみられない。
	百貨店（経理担当）	・食料品や衣料品では、消費増税前の駆け込み需要の反動は小さかったが、貴金属など高額品の売上が回復するのは、もう少し先になる。
	百貨店（販売促進担当）	・消費増税の影響により景況感は悪化し、高額品の購買意欲が消滅している。
	スーパー（経営者）	・現状でも低い消費者の購買単価は、更に悪くなっていくと推察される。
	スーパー（支店長）	・消費増税後は、商品の動きが鈍い。
	コンビニ（企画担当）	・規制緩和が進まなければ金融政策もオリンピックも一時的なカンフル剤に留まる。新しい会社や事業がどんどん起きないと、景気回復は難しい。強大な市場である医療関連で規制緩和が進めば、100万人単位で雇用が創出されるのではないかと。
	コンビニ（商品開発担当）	・消費増税やガソリン、電気、ガス代の値上げなど生活に関する負担増が消費にも影響を与える。来客数は同程度と見込んで、たばこ、デザートなど好品の伸びは現在でも明らかに悪く、今後も購買単価は上がらないと予想する。
	家電量販店（店員）	・2、3月の冷蔵庫・洗濯機・エアコンの受注量から考えると、消費増税の売上への影響は、今年度上期中は続くように思われる。

		乗用車販売店（従業員）	・ 来客数は前年同期の8割ほどで推移している。未確認ではあるが、販売が冷え込む時期を狙っている客も多いようなので、若干の落ち込み程度で推移するような感じを受ける。客の話や単価の動きをみていると、消費税増税前の駆け込み需要の反動も、底打ちが早いように感じる。悪いなりに増税が定着したような動きがみられることは、明るい材料である。
		乗用車販売店（販売担当）	・ 依然として来客数の増加が望めない。
		乗用車販売店（経理担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予想より厳しい。2～3か月で回復する基調にはみえない。
		一般レストラン（経営者）	・ 飲食等の消費に回る金は減っていく。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・ 業態によって違うが、消費税増税前の駆け込み需要の反動など、想像以上に影響がある。
		観光型ホテル（経営者）	・ これまでの予約状況には消費税増税前の駆け込み需要とアベノミクスによる景気の回復感がみられたが、それも5月頃までである。そこから先の状況は前年並みに戻っており、今よりも悪くなる。景気が良くなるような情報は出尽くした感があり、何か新たに景気が持続的に良くなるような話が出れば、波及効果もあるが、予約状況からみる限り2か月先の6月頃は、景気回復も一旦休止のように思われる。
		旅行代理店（経営者）	・ 2～3か月は消費税増税の影響が続くと思う。税率8%に慣れてくると、販売面でも上向きの反応が出てくる。
		通信会社（営業担当）	・ 例年と同様であるが、繁忙な状況もゴールデンウィーク後は落ち着いてくると思う。
		通信会社（サービス担当）	・ 現在は、連日1,000件近い電話がかかってくるが、引越しシーズンが一段落すれば申込は減少する。
		テーマパーク（経営企画担当）	・ 消費税増税による影響で、やや悪くなる。
		理美容室（経営者）	・ 客の話では、消費税増税で色々なものが値上がりする一方、小遣いはあまり上がらないため、なかなか来店できないとのことである。
		美容室（経営者）	・ 客の意識としては当分節約ムードが続く。無駄な金は使わない傾向があり、今後は厳しくなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・ 競合先に客を奪われないよう対応をとらざるを得ず、厳しい環境になる。
		設計事務所（経営者）	・ 設計料の値引き要求が激しい。追加分の設計料の請求に応じてもらえない状況であり、先行きも業況はやや悪くなる。
		設計事務所（職員）	・ 当地域に関しては、特段景気の良くなるような話は聞かない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・ この先もまだ厳しい状態が続く。受注単価が上がれば明るさもみえてくる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・ 連休明けからの受注工事や見積依頼などの引き合いがほとんどない。
	悪くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・ 3月は消費税増税前の駆け込み需要で非常に良かったが、4月は過去最低の売上である。これ以後5、6月も消費税増税の影響で消費は冷え込むと考えるため、先行きは悲観的な見方が強くなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 行楽地や観光地の立地ではない飲食店では、今後、更に来客数が悪くなると考える。
		コンビニ（店長）	・ 消費税増税の影響なのが買い控えがみられ、今後も売上の低迷が続くそうである。
		一般レストラン（従業員）	・ 3月下旬は消費税増税前の駆け込み需要で忙しかったが、4月になってからぱったりと客が来ない。しばらくはこのような状態が続くと思う。
		スナック（経営者）	・ 客には年金生活者が多いため、ゴールデンウィーク明けから財布のひもがまた固くなる。
		テーマパーク（職員）	・ 消費税増税やゴールデンウィークの日並びの影響で、客の動きがない。
		パチンコ店（経営者）	・ 消費税増税で様子見の客が多く、業界全体で低単価競争が生じている。
		理容室（経営者）	・ 誰も余分な金は使わないため、これからも景気が良くなるとは思えない。
		住宅販売会社（経営者）	・ 物価の上昇や住宅ローンの返済が厳しくなっている状態で、これからの住宅購入は見合わせる客が多いようである。
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）	・ 数か月後にはウクライナ等の情勢が落ち着き、欧州圏や豪州などの景気回復が鮮明になることなどが期待できる。
		化学工業（総務秘書）	・ 不安材料は特に見当たらない。全国的に長かった不景気をしばらくは忘れたい感覚があるので、そのような方向に進む。

	化学工業（人事担当）	・海外の情勢次第で国際経済が悪化するリスクはあるが、国内の景気に関しては、ほとんどの業種で上向いており、消費税増税のショックが落ち着いて、これからは徐々に良くなっていくと思われる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・アジア地域での景気後退の懸念はあるが、欧米の状況は以前と比べ安定しているため、短期的には緩やかな上昇が続くと考える。
	輸送業（エリア担当）	・荷主から適正な運賃を得られるようになってきている。人件費、燃料費のダブルコスト高も、5月ごろから改善が見込まれる。
	金融業（法人営業担当）	・消費税率引上げ後の国内自動車販売台数の減少は想定範囲内であり、今後は新車種投入効果により徐々に持ち直してくると予想する。
	経営コンサルタント	・大手企業を中心に、特に自動車関連では忙しくなっており残業の動きもみられる。企業収益としては絶好調に近い。今後、設備投資に金がまわれば不動産も回復基調となってくる。地価の水準は、既に商業地の立地の良いところや住宅地でもプラスに転じているところが出始めている。
	会計事務所（社会保険労務士）	・消費税の増税は、日々の生活面ではあまり影響がないように思う。むしろ、昇給を実施する会社が多いことの影響により、マインドは上向きとなるのではないかと。
変わらない	食品品製造業（経営企画担当）	・アベノミクスにもそろそろ閉塞感が感じられる。一部企業を除いて給与所得が思ったように上がらない状況で、お中元など夏場に向けた消費にも勢いが感じられない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現状の景気もあまり良くないが、消費税増税により先行きもこの状況が続くものと思われる。
	鉄鋼業（経営者）	・消費税増税後の落ち込みで、荷動きは様子見の模様となっている。5月一杯はこの状況が続くと思われ、しばらくは上昇基調にはない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合い数は減少しており、客先によって今後の販売価格を見極める状況ではないかと思う。
	金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトも動き出すので仕事量に不安はないが、材料高などにより収益に繋がるかが心配である。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が底堅く推移している。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要はなかったが、増税後の落ち込みもなく受注量は変わらない。ただ、案件獲得競争は厳しく、利益がなかなか得られない環境は、今後も変わらない。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・消費税増税とともに落ち込んだ発注数が、向こう3か月間で元に戻るとは思えない。
	輸送業（経営者）	・荷主からの輸出入の依頼は、前年並みかそれ以上の状況が続いている。
	輸送業（エリア担当）	・特に変化する要因がないので、現状のままで推移すると思われる。
	輸送業（エリア担当）	・トラック荷物の動きが良くなってきたので、備車（他の業者から借りる車両、ドライバー）を集めるのに苦労をしている。軽油価格が高止まりしており、サーチャージの交渉を始めているがどこまで話が進むかは不明である。
	通信会社（法人営業担当）	・ベースアップはあったものの、消費税増税前の駆け込み消費の反動が心配である。
	金融業（従業員）	・現在は比較的忙しい業種でも、段々と落ち着いてくる傾向にあり、ほとんどの企業においては今後の見通しが読みづらいため、景気が良くなるか悪くなるかの想定が非常に難しい状況である。
	金融業（企画担当）	・企業の決算や消費税増税の影響がある程度落ち着いた状況をみてからでないと、個人も動きづらと思われるため、6月頃までは現状が続くとみている。
	不動産業（用地仕入）	・景気が良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
	不動産業（管理担当）	・中小企業では、消費税増税に伴う今後の景気動向を各社ともまだ見定めていない段階である。ここしばらくは、このままで推移する。
	広告代理店（制作担当）	・夏に向けて積極的な広告展開を考えるクライアントがあまり出てこない。消費税の増税がその状況に輪をかけている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は年度末に20%近く減少しているが、消費税増税後の売り出しに期待したい。
	行政書士	・この先も荷物の出荷量は変わらない。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・プロジェクトが立ち上がるのはこれからという第1四半期の間は、現在の状況が続くように思う。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・全体的には物価のみが上昇し賃金はなかなか上昇しない状態が続く、景気の高揚感はない。ただ、円安が定着して企業においては切迫感が薄らいでいるのは事実である。	

	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・単一品目、客先で売上の4分の1を占める製品があるが、来月から使用量を半減するとの連絡が入っている。他の製品での穴埋めは難しい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・この先数か月は消費税増税の影響が出る。
		建設業（経営者）	・消費税増税後の一時的なものと思われるが、今しばらくは景気は停滞気味に推移する。
		輸送業（従業員）	・企業の好決算により賞与が増えて一時的に景気は良くなるが、高速道路の割引が縮小されることで、ガソリン価格の高止まりと合わせて、ドライブや観光等の遠出の活動に影響が出ると思われる。
		輸送業（エリア担当）	・現段階で荷物の量がさほど多くないということは、マインドとして一層先行きのみえない状況である。企業の生産量の減少や見通しの悪さから、これからも悪い方向への湿っぽいムードが続くと思う。
		不動産業（経営者）	・大都市圏では不動産取引が活発になると考えられるが、地方都市では、消費税増税に加えてのオリンピック関連特需による建築部材や人件費の高止まりで経済環境は悪化する。
		公認会計士	・消費税率引上げによる需要減退、原材料費のアップなどにより、中小企業では収益性の低下が予想される。
		会計事務所（職員）	・4月には思ったほど消費税増税の影響は少なかったが、この先は業種によって変化が出てくるとされる。価格転嫁のできない小規模事業者にとっては、回復どころか先行きは落ち込むとの予想で、賃金上昇という声は聞かない。
	悪くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の減少により、先行きは悪くなる。
雇用 関連  (東海)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・6月のボーナス支給後に退職する社員の補充のために、派遣需要が見込める。
		職業安定所（職員）	・消費はいったん冷え込んだが、本体価格を下げて税込価格を消費税増税前の水準に戻すような動きがあるので、回復すると思われる。また、増税に対しても、時間が経てば慣れてしまうのではないかと思う。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人数は引き続き増加すると思われる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ゴールデンウィーク以降、今年度の中途採用を開始する企業が増えると予想するとともに、夏季賞与支給後の転職を目指して動き始める人の増加が見込まれる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・若干ではあるものの、消費の回復が予想される。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用する企業側からは、体育系の学生や留学生に関する問い合わせが増えてきており、採用区分が多様化していると同時に、採用数も増えてきている印象である。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・大企業等では状況が良くなっているようであり、メディア等でも景気が良くなっていると報じているが、実感はできない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・有能な人材に対する中途採用ニーズは引き続き高く、提供できる人材の不足状態が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・時期的な要因もあって一時的に求人は増えたが、いったん落ち着いてしまえば変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復に向けたインパクトの大きい材料が見当たらない。
		人材派遣会社（支店長）	・長期就業の派遣労働者数は堅調に増加している。今後数か月にわたって、堅調に推移すると見込む。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響が懸念されたが、4月以降も企業からの引き合いは衰えることなく、好景気感が持続している。当面は現状を維持すると思われる。
		職業安定所（職員）	・求人数は、前年同月比では依然として増加をしているものの、3月に引き続いて前月比では減少しており、少しブレーキがかかっている。
		職業安定所（職員）	・正社員有効求人倍率は、3月には0.76倍と前月比で0.04ポイント下がってはいるが大きな変動ではなく、新規学卒求人や正社員求人の状況は、継続・維持できるものと思われる。
		職業安定所（職員）	・企業からの声では、消費税増税の影響を懸念するものと、消費税の影響は軽減で、むしろ好景気が続くことによる人手不足を懸念する声とに分かれている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・4月は好調であったので、それに比べればやや悪くなるが、好調を維持する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産関連の雇用においては、4月以降の販売数の減少に伴い、6月以降に影響が出ることが予想される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税の増税により、やや悪くなる。

	職業安定所（職員）	・1月以降、消費税率引上げを控えて前倒しでの求人、採用があったが、4月から2～3カ月は、生産活動も停滞すると思われる。しかし、TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）交渉の進展など他の要因の影響があるので、思ったよりも落ち込みは少ないと思われる。
	職業安定所（職員）	・家電、自動車販売等では、消費税増税前の駆け込み需要で大きく業績を伸ばしたが、4月以降は、消費税率が8%となり売上がかなり落ち込んでいる状況である。
悪くなる	-	-