

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） | ・東京オリンピックの開催を控えており、景気は良くなっていく。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・消費税増税後の4月は高額品を中心に売上が前年を大きく割り込んだが、5月はほぼ前年並みの売上まで戻している。先行きも、今月と同様あるいは今月以上になると予測する。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・売上は前月後半から緩やかではあるが一本調子で回復しており、消費税増税後の反動による買い控えは一過性と感じている。景気は、業績好調な企業の夏季賞与の増額によって、1～2か月以内に消費税増税前の水準まで回復すると考える。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・消費税増税から半年が経つため、先行きは消費も落ち着く。特に悪い材料もないため、景気は良くなる。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔高級精肉〕（企画担当） | ・中元商戦は強気の見通しを立てている。 |
| | | 一般小売店〔薬局〕（経営者） | ・これから夏場を迎え、価格の高い栄養剤や日焼け止め・しみ防止効果のある化粧品等の購入が増えるため、景気は上向くと予想する。必要な物の購入を控える人が、最近では少なくなってきたように思われる。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（企画担当） | ・消費税増税の影響により6月までは落ち込むが、その後は回復傾向になると考える。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・ベースアップとボーナス支給による金銭的な裏付けで心理的にも安心感が高まり、消費が促進されると思われる。その一方で、経済基盤の弱い低所得層においては、消費税増税から半年近く経過する頃には、消費税増税と物価上昇の影響、上昇が見込めない所得等による心理的な負担感が強くなる可能性がある。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・消費税増税後の大型連休明けという事で、来客数は前年に比べてかなり減少しているが、土曜日、日曜日の購買意欲は高いという印象である。 |
| | | 百貨店（経営企画担当） | ・ベースアップや夏のボーナスなどの給与増加に加え、消費税増税後の反動も薄れつつあり、特にクリアランスセールやボーナス商戦には期待ができる。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・ボーナス時期という事で、今年はボーナス支給額上昇という話もしばしば聞こえてきており、期待が持てる。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・6月以降のボーナス支給の情勢次第では消費市場の回復が見込まれ、消費税増税後の反動から立ち直るきっかけになると考えられる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・夏休みや長期休暇を迎え、来客数の増加に期待する。 |
| | | スーパー（経営者） | ・2～3か月先には消費税増税の影響はだんだんなくなり、景気は現在よりも少し良くなる。企業は生き残りをかけて戦っており、競争はますます激しくなる。ボーナスは例年よりも少々多くなって失業率も減っているが、物価指数が上昇しており、インフレ傾向が心配である。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費税増税の影響がそれほどあるとは思えないが、家計を預かる身にとっては、増税は重くのしかかっている。同じ商品でも、1品あたり単価は今後下がっていくように感じる。競合先の様子をみても、全体的に単価は下がっていくように感じている。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費者の消費税増税への抵抗感は意外に小さく、むしろベースアップの好影響が大きい。 |
| | | スーパー（店員） | ・豚肉価格高騰の家計への影響を案じていたが、消費者は全く意に介してないようであり、買い渋りという雰囲気を感じない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・売上高は週を追って前年並みの水準に近づいており、上昇傾向である。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・消費税増税前の駆け込みで購入していた物がそろそろなくなり、買い揃えなければならなくなるために販売量が増える。 |
| | | コンビニ（店長） | ・夏に向けて気温が高くなる事で、飲料水の系統が良く売れるようになる。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・高付加価値商品への反応は高いが、日用品での節約傾向は続いている。消費税増税後の反動もひと段落して落ち着きをみせ、景気は緩やかに回復していくと予想する。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・客の間では景気が良くなっているという話が増えている。一方で、かなり厳しいという客もいる。景気が良くなってきていると感じる反面、厳しい人は厳しい状況のようである。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・新型車種の投入もあるので、客の動きがあると予想される。 | | |

| | |
|---------------------|--|
| 乗用車販売店（従業員） | ・消費税増税後もそれほど落ち込んでおらず、悪くない。緩やかな回復が続くという印象を受ける。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動は予想以上に小さく、短期間で終わりそうである。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | ・消費税率8%も定着してくると予測される。 |
| 住関連専門店（営業担当） | ・懸念材料として、新築持ち家住宅が前年に比べ2割前後落ち込んでおり、回復の兆しがみえない。マンションについても新築の販売戸数が減っている。プラス面としては、官公庁工事、民間設備工事が増加傾向にあり、職人不足や資材の値上がりなども生じていて景気回復は順調とみられる。 |
| その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・消費税増税後の反動減が緩和し、次の消費税率10%への引上げという連想から、今後は若干駆け込み需要気味になるのではないかと。 |
| その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・消費税増税前に駆け込みで備蓄した物資は消費して在庫がなくなるため、そろそろ再び買い揃える時期になる。 |
| その他専門店〔貴金属〕（営業担当） | ・消費税が増税となったものは仕方ないという感じで、客足は戻りつつある。 |
| スナック（経営者） | ・大型連休が終わり、多少の予約が入っている。先行きは良くなると期待している。 |
| 都市型ホテル（経営者） | ・消費税増税の影響は非常に短期で終わると思う。今後の景気浮上策に大きく期待をし、またその恩恵に浴するよう努力をしたいと考える。 |
| 都市型ホテル（営業担当） | ・法人客では、いったん金額面の理由で利用が減っていった客の予約が増えてきている。 |
| 都市型ホテル（経理担当） | ・宿泊部門が前年に比べて好調である。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・客からの問い合わせや販売量が増えてきている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・円安に転じて輸入産業が潤って来た事の好影響が回り始めて、多少は人の行き来も増えると思う。 |
| タクシー運転手 | ・当地は6～8月にかけて非常に暑くなるため、日中の利用客も多くなり、また、ビアガーデン等でグループで飲食する機会も増えて夜の客も増加する。7、8月はかなり良くなる。 |
| タクシー運転手 | ・今は夜の街へ飲食や遊びに行く事を我慢している客がいるが、そろそろまた客足が出てくる頃である。 |
| 通信会社（企画担当） | ・地元メーカーの業績はさほど落ち込んでおらず、全体的にムードは改善傾向にある。 |
| 通信会社（営業担当） | ・通信機器の高機能化に伴い投資額の抑制が可能となり、その分実施件数が増えて、全体としては良くなると思う。 |
| その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・季節商材の需要をきっかけに基調は上向きになると予測している。 |
| 変わらない | |
| 商店街（代表者） | ・個人の消費単価は下降しているが、法人需要が横ばいなので、当面は変化がない。 |
| 商店街（代表者） | ・相変わらず客単価が伸びてきていないため、先行きも販売量・販売高の増加にはつながらない。 |
| 商店街（代表者） | ・消費者の一部には購買意欲がみられるが単価は依然として低く、あまり良くない状況は変わらない。 |
| 商店街（代表者） | ・サッカーワールドカップの開催に向けてテレビやレコーダーの販売増加を期待しているが、反応が今ひとつである。 |
| 商店街（代表者） | ・今年は冷夏と言われているため、先行きがどのようになるかわからない。 |
| 一般小売店〔結納品〕（経営者） | ・大都市の方では景気が回復しているようであるが、地方の小売店においては、今の厳しい状態が先行きもまだ続く。 |
| 一般小売店〔自然食品〕（経営者） | ・税金や社会保障等の支出増加で生活には負担が増える方向にあり、一般的な生活者としては支出を減らすしかない。 |
| 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・6、7月にはお中元の販売が始まる。客層は二分化しており、ボーナス支給額が増える会社もある一方で、好況の波は地方にまでは来ていない。2～3か月程度では大きくは変わらず、現状維持が続く。 |
| 一般小売店〔書店〕（経営者） | ・当店は立地の問題もあり、今より良くなる状況にはない。消費税増税の影響や、客の嗜好に対応しきれないところもあり、やや悪い状態がこのまま続く。 |
| 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・良くなる要因が見つからず、現状のまま推移する。 |
| 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・いずれ観光客は新たな観光ポイントを探して行動するであろう。 |
| 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・消費税増税後、通常の飲食等でも消費者の財布のひもはまだ固い。この状態から良くなるための材料が見当たらない。 |
| 一般小売店〔果物〕（店員） | ・3か月ほどでは販売量の状況は変わらない。 |

| | |
|---------------------|--|
| 百貨店（売場主任） | <ul style="list-style-type: none"> ・ゴールデンウィークまではとても忙しく、平日でも予算達成をしていたが、その後は、自社カードのポイントアップや割引優待などを行っても売上増加にはつながらない。景気の良い悪いとは関係なく、欲しい時に購入するという客が多い。6月には父の日があるが、靴は父の日のプレゼントに向けていないため売上にはつながらず、今の状態が続くと思われる。 |
| 百貨店（経理担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・お中元商戦に突入するが、消費税増税の影響がどう出るかわからない。前年並みの売上で推移すれば、景気は良い方向にあるのではないかと。 |
| 百貨店（経理担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税の影響は、月を追って小さくなってきている。 |
| 百貨店（販売促進担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・少なくとも半年間は消費税増税の影響が続く。 |
| スーパー（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・小規模な小売店や飲食店については、特段の変化もなく悪い状況が続いていく。 |
| スーパー（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税の影響がまだまだ続き、当面は買い控えが続く。 |
| スーパー（店員） | <ul style="list-style-type: none"> ・来客数の減少が続いており大変である。なかなか改善しない難しい状況である。 |
| スーパー（販売促進担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・新たな客層を集客するためには、店の改装や新テナントの誘致など、新しい魅力づくりが必要である。 |
| スーパー（営業企画） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税の負担感は、時間とともに増すものと思うため、今以上に消費動向が上向くとは期待しづらい。 |
| スーパー（支店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・政策に世の中が明るくなるような期待を感じない。 |
| コンビニ（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・景気が良くなる要因も、悪くなる要因も考えられない。消費税増税の影響は、思っていたほどではなく、あとは天候次第である。冷夏になると景気に影響があるのではないかと。 |
| コンビニ（エリア担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・当面は各店で売上が前年を下回っている状態が続く。 |
| コンビニ（エリア担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値、高単価の商品が売れるなど、主力の米飯類では回復がみられるが、競争店の出店により大きく売上を落とす店舗もあり、トータルではあまり変わらない。 |
| コンビニ（エリア担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・夏季に向けては、気温や天候が大きく売上を左右するが、今年は冷夏が予測されるため、キャンペーン開催やPR告知等によって何とか現状を維持したい。 |
| コンビニ（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・来客数の動向や客が購入する商品をみていると、まだまだ安い物を購入する客が多く、景気が良いとは感じられない。 |
| コンビニ（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・売上は天候次第であるが、現時点では回復するのかどうか全く予想ができない。 |
| 衣料品専門店（販売企画担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・急激に落ちた売上が持ち直してくる兆しはない。 |
| 衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・この先の景気は、悪くなることも良くなることも思えない。消費税増税後の反動減も、品目によって多少の違いはあるが、一般的には想定より早い段階で落ち着くのではないかと。 |
| 家電量販店（店員） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税前の駆け込み需要による反動減もあまり目立たなくなり、先行きは、前年同様となりそうである。 |
| 家電量販店（店員） | <ul style="list-style-type: none"> ・国民の金回りが特別に良くなっているとも感じなく全体的には安定している。客の動きは、商品が安くなれば来客数が増え単価を上げれば減るが、そうでなければ通常の買換えサイクルで来店するので、横ばいで推移する。 |
| 家電量販店（店員） | <ul style="list-style-type: none"> ・先行きもあまり変わらないように思うが、エルニーニョ現象で今年は冷夏と言われているため、季節商材には若干の不安がある。 |
| 乗用車販売店（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・先行きに良くなる要素が見当たらない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税の影響は薄れたものの、好転材料は少なく、変化は起こりにくい。 |
| 乗用車販売店（従業員） | <ul style="list-style-type: none"> ・客との会話の中では、まだこの先給料が上がるかもしれないとの冗談交じりでの話もあり、夏のボーナスシーズンに客の気分がどうなっているかが気になる。インパクトのある新型車種が登場して市場が盛り上がる事が一番であると感じる。 |
| 乗用車販売店（従業員） | <ul style="list-style-type: none"> ・これから2～3か月の間では、消費税増税前に先食いした需要が戻ってくるとは考えにくい。 |
| 乗用車販売店（従業員） | <ul style="list-style-type: none"> ・景気が良くなるという要因がない。 |
| 乗用車販売店（従業員） | <ul style="list-style-type: none"> ・新型車種の投入など車両の販売台数が増加する要素がなく、現状維持が精一杯である。 |

| | |
|-------------------------|---|
| 乗用車販売店（従業員） | ・3月までのバックオーダーがなくなるので、これからが正念場である。工場への入庫も極端に少なくなってきた。ガソリン高騰の話題も随所に聞かれ、良い材料はあまりないので、このまま厳しい状況が続く。 |
| 乗用車販売店（経理担当） | ・消費税増税後の反動減がもうしばらく続く気配である。消費者にとって、どうしても買いたくなるような魅力的な商品が発売されれば状況は変わると思われる。 |
| その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動は、秋口くらいまでもう少し残りそうである。 |
| 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10.0%のマイナス、来客数は前年比5.8%のマイナスである。それぞれ大きく減少はしているが、消費税増税の反動減であり想定内の水準である。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当） | ・売上回復がいつ頃になるのか目処の立ちにくい状況である。 |
| 高級レストラン（役員） | ・来月以降の宴会席の予約は、引き続き前年並みで推移している。6、7月のボーナス時期を過ぎると、その先の景況感には変化があるかもしれないが、現段階では予測がつかない。 |
| スナック（経営者） | ・アベノミクスで夏のボーナスが多少はアップしても、それほど期待できない。夏休みもあるため8月は例年繁華街の人流が少なくなるなど、先行きに良くなる材料は全くない。 |
| 都市型ホテル（従業員） | ・予約数から先行きも現状と変わらないと判断している。 |
| 都市型ホテル（支配人） | ・客は様子見の状況である。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・ボーナス支給となる6月に入れば、国内旅行の予約の動きがさらに活発してくる。お盆休みや海の日の連休の時期は既に混雑気味であり、その他の週末がらみの日程も、家族のスケジュールが決まるとともに、これから取り込める予定である。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・今回の消費税増税の影響は、前回の時よりも少なく、夏の旅行にはそれほど影響ないと思う。しかし気象庁では今年は冷夏と発表しているため、それが気がかりである。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・6月くらいから夏休みやお盆休暇の旅行を計画する客が増えてくるが、著しい増加となる要因は思い当たらない。旅行申込が増減する要素が取り立てて見当たらないので、しばらくは今の状況が続くと思う。 |
| タクシー運転手 | ・夜の繁華街に飲食に来る人数が少ない。街への人出が増えなければ良くはならない。売上が多少は増えているのは、客数ではなく単価が良くなっているためである。人出が増えなければ先行きも良くなるとは思えない。 |
| 通信会社（サービス担当） | ・引越しシーズンも終わり人々の移動がないので、新しいサービスの導入やサービスエリアの拡大等がなければ、今とあまり変わらない。今後は、現在契約している客へのサービス向上に努め、他社への乗り換えを阻止できれば、今よりも悪くなる事はないと思う。 |
| 観光名所（案内係） | ・マスコミ報道などに勢いついて、ある程度は景気が上向くかもしれないが、基調としては誰もが先行きを警戒して金を使わないようにしている。このような状態がこれからもしばらくは続く。 |
| ゴルフ場（企画担当） | ・7月のゴルフ場の予約数は、前年をやや下回る水準で推移している。今後、梅雨の時期から真夏に入るが、景気としては今のまま良くも悪くもなく推移するとみている。 |
| 美顔美容室（経営者） | ・夏休み前は、来店も化粧品品の購入も控える人が増える。 |
| 美容室（経営者） | ・正月過ぎにパーマをかけた客が、この先2～3か月後には来店して欲しいが、真夏は客足も悪くなるため、それほど現状からは変わらない。 |
| 美容室（経営者） | ・消費税率が10%に上がるまでは、今の状態が続く。 |
| 設計事務所（職員） | ・建築業界の動きでだいたい2～3か月後の景気がわかるが、あまり明るい見通しではない。最低の時期よりは、少し良くなっているかもしれないが建築事務所や業者の売上をみると、良い状況とは言えない。 |
| 設計事務所（職員） | ・消費税増税後の反動減からは、まだ回復していない。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・相変わらず職人不足、材料高騰の状態であり、当分はこの状況が続く。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・消費税増税後には建築物への支出を控える人が多くなると思っていたが、意外にも影響が少なかった。しかし次の増税前に増改築を考えるという人も特になく、消費税増税が話題となる以前と比べて大して変わらない状況である。 |

| | | | |
|--------|-------------------|---|--|
| | | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者） | ・良くも悪くもしばらくは現状のまま続くと思うので、新規の事には手を出さないように考えている。 |
| やや悪くなる | | 一般小売店〔食品〕（経営者） | ・客の収入は思ったほど伸びていないようである。客が買物をする際、何となく抑えた買い方になっている。消費税増税の影響が落ち着くまでもう2～3か月、景気は低迷した状態になる。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・遷宮に伴う景気も今後は次第に落ち着き、2～3年のうちには平年並みに戻っていくと思う。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・財布のひもはまだ固く、消費税増税前の水準までの回復にはもう少し時間がかかる。 |
| | | スーパー（店長） | ・この夏はエルニーニョ現象により冷夏との予報が出ている。売れるべき物が売れなくなれば、全体の売上にも大きく影響すると考える。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・景気の動向とは関係なく余分な物は買わない傾向が強くなる。ついで買いや衝動買いが減り、余裕がなくなると思う。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・販売量は戻ってきている印象であるが、前年の売上には届いていない。店舗ごとにみても競争店の影響で厳しくなっているところが多く、今後も景気が良くなるとは考えづらい。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・3か月後も例年のような残暑が続いていると、客は外出を控える恐れがある。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・良くなる要素が見つからない。ボーナスも支給されるかどうかさえわからない。 |
| | | 観光型ホテル（販売担当） | ・もともと7、8月は一般宴会需要の少ない時期であるが、今年はそのに加えて、数は少ないが毎年恒例の重要な大型宴会を受注していない事と、夏のイベント企画も今のところ集客が伸び悩み見通しが非常に暗い状態のため、やや悪くなるとみている。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・消費税増税の影響は予想以上に大きいと感じている。あと2か月ぐらいは続くものと予想している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・例年、夏頃は販売数が減少する事に加えて、消費税増税から持続している販売の好調さにも半年過ぎぐらいから増税の影響が出るのではないかと見込む。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・消費税増税の影響も含めて、今後とも消費者への救済が期待できない。 |
| | | 理美容室（経営者） | ・物価が少しずつ上がり、誰も金を使わなくなる。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・客からの設計料の値下げ要求が厳しい。 |
| | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | ・景気の回復を期待しているが公共事業がいつ発注されるかがわからず、官民の顧客バランスが良くない企業からは、悲鳴が上がっている。 | |
| | その他住宅〔室内装飾業〕（経営者） | ・住宅建設でも企業の設備投資でもあまり引き合いが来ない。客の動きが急になくなってしまったようである。 | |
| 悪くなる | | 商店街（代表者） | ・消費税増税で財布のひもは固くなっていると感じる。大手資本や巨大企業に金が流れる仕組みが確立されてきており、中小零細事業者にとっては厳しい状況が続いていく事には変わらない。昔のように中小企業や自営業にも金が流れるようなシステムでない限り、景気回復はないと思う。 |
| | | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | ・消費税増税の影響はそれほど感じないが、金を使うところと使わないところの選別が強まり、業種によってはかなり厳しくなる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・7月上旬から下旬にかけては法人需要がなくなり、7、8月は個人客が中心となる。個人客は実際に予約が来るため先行きは不確かではあるが、予約状況は前年比80%程度であるため悪くなると判断する。消費税増税後の景気動向に注目が集まっており、世間の情勢が消費者心理にも影響するためマインドを冷やささないような政策等を期待している。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・消費税増税の影響で来客数や単価の動きは、業界全体で低迷している。 |
| | | 美容室（経営者） | ・景気が良くならない一方で消費税率は上がり、これでは景気がさらに悪くなる。 |
| | | 理容室（経営者） | ・余分な金は使わないため、まだまだ景気が良くなるとは思わない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・食品やガソリン、その他の商品も値上がりしているが、その一方で所得は増えていない。したがって住宅購入には資金がまわらない状況である。 |
| | | 企業動向関連（東海） | 良くなる |
| やや良くなる | | 食料品製造業（経営企画担当） | ・夏のボーナスが前年に比べて増額という期待感がある。賃上げが話題になる一方で、給料が増えたという実感はなく、この先息切れが心配される。 |
| | | 化学工業（総務秘書） | ・心情的には誰もが経済の活性化を願っており、アベノミクスを成功させたいという機運が高まっていると感じる。 |

| | |
|------------------------|--|
| 電気機械器具製造業 (企画担当) | ・今後も円安基調が続けば売上損益とも堅調な推移が予想される。海外における政情不安や途上国の景気後退は懸念要素ではあるが、全体として景気は緩やかに回復すると思われる。 |
| 輸送用機械器具製造業 (品質管理担当) | ・夏のボーナスシーズンが来るため、多少は景気が上向く。 |
| 輸送用機械器具製造業 (総務経理担当) | ・2～3か月先には国内向け販売が多少良くなる見込みである。海外向け販売は、現在の為替相場の水準であれば堅調に推移するであろうから、トータルでは多少良くなるものと予想する。 |
| 建設業 (営業担当) | ・具体的な目処や感触があるわけではないが、この先は梅雨入りなど季節的な要因による水処理施設等の工事や水害が発生した場合の復旧工事等で、少しは受注が増えるのではないかと思う。 |
| 輸送業 (従業員) | ・消費税率引上げの影響で、今後も節約志向が定着すると予測するが、景気の緩やかな回復により大きな影響はないように思われる。物流業界では、石油燃料の高騰と運転手不足の影響で、中小業者にとってはさらに厳しい経営環境が続く。 |
| 輸送業 (エリア担当) | ・先行きは消費増税の反動減は収まり、販売数が伸び始めると思う。 |
| 通信会社 (法人営業担当) | ・消費税率8%への引上げは家庭や中小事業所に打撃を与えている。一方で、円安や株価上昇の恩恵はない。政府には、外交的な政治課題ばかりに注力せず、東日本大震災からの復興と景気回復を最優先に進めて欲しい。 |
| 金融業 (法人営業担当) | ・取引先企業の半数以上では賃上げが実施されており、夏のボーナス支給額も増加が見込まれる事から、当地域での個人消費は改善するものとみられる。 |
| 金融業 (企画担当) | ・消費増税の影響も見通しが立つ事から、今後は、企業業績に注目して株価上昇が進むとみられ、個人消費も拡大へ向かうと思われる。 |
| 経営コンサルタント | ・リニア中央新幹線整備への期待もあり、都心部ではファンドの影響もあって不動産価格が上昇傾向に転じている。しかし、その動きは中核都市の中心部だけであり、他のエリアでは下落もしくは横ばい傾向である。また、全体としてみれば景気はやや回復傾向にあると言いつつも、地方部では、住宅地などまだ地価の下落が続いている。 |
| 会計事務所 (職員) | ・事業者にとっては消費税率3%の引上げは大きい。免税業者や簡易課税業者にとっては収入増となるため歓迎されている。ただ、増税分を価格に転嫁できない業者も多い。 |
| 会計事務所 (社会保険労務士) | ・新規採用や中途採用を行う企業があり、ハローワークでは求職者が減少している。 |
| その他サービス業 [ソフト開発] (社員) | ・案件が少しずつ動き出しているとの情報もあり、上期後半に向けて作業量が増えてくるのではと推測される。 |
| その他非製造業 [ソフト開発] (経営者) | ・2月から開発をしていた物件がほぼ完成し、次の展開に移行している。いずれにせよ中小事業所では新しい物を作成して世間に提供しなければ生き残る事ができず、一層の努力が必要と考えている。 |
| 変わらない | |
| パルプ・紙・紙加工品製造業 (総務担当) | ・消費税率引上げの影響はあまりなく、現状の景気が変わらず続くものと考えられる。 |
| 化学工業 (人事担当) | ・ウクライナ等の海外情勢や為替相場次第であると思うが、しばらくは現状から大きく変わる事はないように思われる。 |
| 窯業・土石製品製造業 (社員) | ・取引先でも生産量の増加につながりそうな話が少なくなっている。廃番商品が出て、その生産装置を何か他の製品の生産に利用できないか模索しているという話をよく聞く。 |
| 鉄鋼業 (経営者) | ・本年度の需要見込みとしては先行きは良くなると思っているが、まだ具体的な受注や見積りまでには至っていない。 |
| 金属製品製造業 (経営者) | ・引き合い件数が増えていないため、先行きにもそれほど変化がないと考えられる。 |
| 金属製品製造業 (従業員) | ・大型プロジェクトが動き出すため、忙しくなりそうである。 |
| 一般機械器具製造業 (営業担当) | ・円安が続いており前年に比べてマイナスの要因はないが、相変わらず価格競争は厳しいため受注金額が大きく増える要因も見当たらない。 |
| 一般機械器具製造業 (経理担当) | ・上半期分の受注量については、現状とほぼ変わらない水準で確保できる見通しである。 |
| 電気機械器具製造業 (営業担当) | ・変化の見込める要素が見当たらない。 |
| 電気機械器具製造業 (経営者) | ・今年の秋以降にパーラー業界での設備投資が見込まれるが、現在のところ2～3か月先までは同じような状況が続く。 |

| | | | |
|----------------------|-------------------|---|---|
| | 電気機械器具製造業 (経営者) | ・今のところ特に新しい案件等もなく為替相場等も安定しているため、さほど変動がない。ここ1～2か月で景気が回復する、または良くなるという見通しは立たない。 | |
| | 電気機械器具製造業 (総務担当) | ・受注量の増加を景気の判断要因と捉えれば、好転していると言えるが受注獲得競争の厳しさは変わらず、利益幅が薄い状態が続くそうなので現状からは変わらないと判断する。 | |
| | 輸送用機械器具製造業 (経理担当) | ・消費税増税の影響で大手得意先向けの販売が減少しており、向こう2、3か月はその影響を受けると予想している。 | |
| | 建設業 (経営者) | ・消費税増税の影響は限定的であるとしても、消費者マインドが改善する見込みもなく、しばらくはこのままで推移すると思われる。そういう状況での消費税率10%への引上げは考えられない。 | |
| | 輸送業 (経営者) | ・空き倉庫のニーズは、関東・中部・関西ともに衰えていないので、引き続き荷動きは活発であると見込んでいる。 | |
| | 輸送業 (エリア担当) | ・現在のような貨物量の増加が先行きも見込まれるが、様子を見ながらの緩やかなものと思われる。 | |
| | 輸送業 (エリア担当) | ・主要荷主からは良い話は聞かず、燃料の軽油価格は高止まりで推移し上昇の気配もある。高速料金も割引等が大幅に低下している。 | |
| | 輸送業 (エリア担当) | ・消費税増税前は駆け込み需要で荷物量が多かったが、景気が上向きというよりも社会現象のようなもので、4月に入ってから荷物量は大幅に減少している。5月に入り消費税増税の影響がなくなったのか、荷物量は前年と同じくらいである。これが本来の姿と思うので、この先もあまり変わらないと考える。 | |
| | 金融業 (従業員) | ・多くの業種で、全体的には少し落ち着いてきていると耳にするが、海外向けの自動車部品等に関しては今も忙しく、繁忙には業種の開きが大きい。 | |
| | 不動産業 (用地仕入) | ・少なくとも当地域においては、景気が良くなるような要因が見当たらない。 | |
| | 不動産業 (管理担当) | ・中小企業向けのオフィス仲介には需要がない。客との話では、アベノミクスの効果に対する懐疑的な声が多い。これからも現状維持で推移する。 | |
| | 広告代理店 (制作担当) | ・大都市と比べて地方にはあまり景気回復の実感はない。売上が伸びてもコストの増加で利益の削られる事が多そうである。 | |
| | 新聞販売店 [広告] (店主) | ・サービス業向けのチラシ印刷は前年並みの需要になっている。今後は、流通業の需要回復を待ちたい。 | |
| | 行政書士 | ・貨物量が今のところ安定している。 | |
| | やや悪くなる | 不動産業 (経営者) | ・建築資材や人件費等が高騰しており、受注案件も着手が先延ばしとなって、いつになるかは見通しが立たない。 |
| | | 公認会計士 | ・原料価格や燃料価格の高騰によるコスト増加が企業収益を圧迫する。 |
| | 悪くなる | 窯業・土石製品製造業 (経理担当) | ・新設住宅着工件数が減少しているため、受注量は減少するとみている。 |
| 雇用 関連 (東海) | 良くなる | — | — |
| | やや良くなる | 人材派遣会社 (社員) | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動が一段落し、今後は回復に向かう。 |
| | | 職業安定所 (所長) | ・消費税増税前の駆け込み需要等による反動減も改善され、自動車販売台数も予想よりは落ち込んでいる。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・前月は消費税増税後の反動で若干消費が落ちたが、5月になってからは生活用品を中心に消費が動き出している。自動車や家電など高額な物の動きはまだ鈍いが、これから動き始めると思われるのでそれに伴って若干景気が良くなると思う。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・消費税増税に伴う一時的な消費の冷え込みが見込まれるが、北米を中心とした海外景気の好調さがうかがえるため、受注の増加に伴って先行きも安定した状況である。円相場の動きも一定水準で安定している。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・求人窓口では、新たな求人事業主が増えているという感触と、消費税率引上げによる求人の見合わせが解消されたように感じられることから、景気はやや良くなると思われるが、どの程度のものかは注視する必要がある。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・建設、福祉・介護、サービス業の求人が堅調で、消費税増税の影響はみられない。 |
| | | 民間職業紹介機関 (営業担当) | ・即戦力採用の動きは引き続き強い。また、新卒採用が一段落し、配属先に人員が配置された後にさらに必要な人材を求める企業が引き続き多いものと推測される。 |
| | | 民間職業紹介機関 (支社長) | ・賞与の時期を迎えること、株価も堅調であることから家庭の出費も増える。また企業の設備投資も堅調である。 |
| | | 民間職業紹介機関 (営業担当) | ・アベノミクスによる効果も徐々に表れ、消費回復へ進むものと想定している。 |

| | | |
|--------|----------------------|---|
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・前年同期と比べて大学4年生における内々定の報告が多く、また時期的にも早い。 |
| | その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当） | ・求人広告の件数や就職イベント等での出展数は増加しており、問い合わせなども多く、今後も増えていくと期待感を持っている。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（経営企画） | ・身の周りでは、景気が上下する要因が特に見当たらない。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・求人は増えているがそれに見合う人材不足のため紹介ができず、派遣業務が停滞する可能性がある。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・来月の予約状況は例年並みであるが、その先の予約状況が、現時点ではあまり良くない。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・堅調な状態は維持しているものの、新規開発などの面で動きが弱く、良くても現状維持と感じる。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・有効求人倍率は上昇傾向にあるが、身の周りの景気に効果が出るまでにはまだまだ時間がかかる。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・求人数、採用数の動きが例年並みで推移している事に加えて、自動車メーカーにおける生産計画も安定しているため、継続すると予想している。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・上半期の9月までは、各企業での人事方針が変わる事は考えにくいため、今の状態が続く事が予想される。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・平均で見れば変わらないかもしれないが、好調な先とそうでないところの上下の格差が大きくなる。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・有効求人倍率には改善がみられるが、本格的な景気回復に向けての材料が見当たらない。 |
| やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・求人数は前年同期に比べて少し増加はしているが、増加率で見ると横ばいとなりつつある。 |
| | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・4月以降も消費税増税前の駆け込み需要の受注残で、自動車生産の落ち込みは少なかったが、増税後の新車販売台数の落ち込みにより、来月以降は生産台数の落ち込みが予想される。 |
| 悪くなる | 職業安定所（職員） | ・メーカー系企業の話では、消費税増税前の駆け込み需要に伴い受注した仕事の残量は6月くらいまで、その後の生産がどうなるかは不透明とのことである。 |
| | 悪くなる | — |