

## 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）	・アベノミクスが成功し効果をあげている。	
		スーパー（総務担当）	・おせち重詰セットの予約数が前年を上回っている。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費者には購買意欲が見受けられるので、先行きは販売量の増加につながる。	
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・衆議院選挙も終わって世情も安定し、活気が出てくると思う。	
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政権基盤が安定して、これから経済政策等を軌道に乗せるために力を発揮するものと期待している。	
		スーパー（支店長）	・末端ではまだ恩恵が感じられないが、アベノミクスの効果は少しずつ広がってくるものと期待している。	
		スーパー（商品開発担当）	・当地域は自動車で来店する客が多いため、ガソリン価格の高騰によって大規模小売店からスーパーに客足が流れた。ガソリン価格が1リットル当たり20円以上値下がりしたため、今後は、大規模小売店では来客数の増加が見込まれる。	
		コンビニ（企画担当）	・規制緩和が進み、新規参入や起業が増える。	
		乗用車販売店（経営者）	・3月決算に向けて客の動きが活発になる。	
		乗用車販売店（従業員）	・衆議院選挙が終わって政治が安定し、この先は少し上向く。	
		乗用車販売店（従業員）	・経済全体としては、少し動き始めているので、雰囲気としてそろそろ良くなる。	
		乗用車販売店（従業員）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による特需は別として、この先は増販期ということで、エコカー減税終了前の駆け込み需要も多少は見込まれるため、例年並みの販売量は見込める。	
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・衆議院選挙が終わり政局も安定し、消費マインドが良くなる環境が整っている。	
		旅行代理店（経営者）	・衆議院選挙も終わり、来年春ごろからは景気の回復が望まれる。	
		通信会社（サービス担当）	・新サービスの開始で、他社からの乗換えが増えるのではないかと期待する。	
		通信会社（営業担当）	・大手携帯電話会社との連携企画もあり、販売量は増加する。	
		ゴルフ場（企画担当）	・2月は前年同日と同程度の予約が入っている。3月以降は天候によって大きく左右されることはなくなるので、この先2～3か月の業況は良くなる方向である。	
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・企業から年度末に向けての設備投資の引き合いが若干来ている。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客は、必要最小限の金しか使わない傾向にある。
			商店街（代表者）	・客の購入先は大型量販店かネットが主流であり、小規模小売店は見放されつつある。集客のためイベントを実施しても、一過性の効果しかなく来客は定着しない。小規模店は疲弊し、限界に近づいてきている。
商店街（代表者）	・先行きも消費者のマインドが良くなる要素がない。			
商店街（代表者）	・客の様子からは、先行きも客単価が上がるとは思えない。年末の帰省土産を買う際も、何円以内で必要数を購入するというように、総額をあらかじめ決めた形での購買が見られる。			
商店街（代表者）	・地域密着型の家電専門店では、消費が上向いているようには全く感じられない。年配の人にとって魅力的な商品があまりないように思う。			
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・現政権の政治力の発揮に期待する。			
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・年が明ければ多少は良くなるが、販売量の動きから見ると、まだまだ厳しい状況が続く。			
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・この2～3か月で急に景気が良くなるとは思えない。ただし、ドラッグストアでは、処方せん調剤の取扱いやインフルエンザの流行、更にはアレルギー性鼻炎等の流行期が控えているため、落ち込むとは考えられない。			
一般小売店〔生花〕（経営者）	・ぜいたく品に金を回せる余裕のある客はまだ少ない。			
一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・多くの人が景気の回復を実感していない様子なので、年明けも様子見の状況が続くと思われる。			
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・来客数は減少しているが一部の優良企業の大量購入で売上は増加しており、先行きも全体としては変わらない。ただし、取引先の幅は狭まっている。			
一般小売店〔土産〕（経営者）	・式年遷宮が終わり前年に比べると静かな年の初めとなるが、平年よりはにぎわっている状況が続く。			

一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどの間では販売量は変わらない。
百貨店(売場主任)	・12月上旬の選挙の影響のためか、お歳暮の注文が下旬まで続いている。周囲を気にしながら最低限の出費だけを支出するというスタイルは、先行きも変わらない。
百貨店(売場主任)	・クリスマスプレゼントを買う客で来客数は増加しているが、売上は減少しているのが景気は回復していない。
百貨店(企画担当)	・これから3月までは、前年の消費税増税前の駆け込み需要で売上が大きく伸びた時期であるため、前年実績並みの売上確保は困難である。また、景気が上向く要因も見当たらないため、このままの状況で推移すると予想している。
百貨店(経理担当)	・衆議院選挙の後も消費者の心理や行動には大きな変化は見られず、当面はこれからの政治の動向や暮らし向きの方向性を見極めようという慎重な姿勢がうかがえる。
百貨店(経理担当)	・外商客の消費マインドは消費税増税前の水準に戻ってきているが、全体的には依然としてまだ停滞し、好転するような雰囲気にもなっていない。
百貨店(販売促進担当)	・景況感を改善する要因が見えないため、現状から景気が良くなると思えない。
百貨店(経営企画担当)	・購買意欲が上向きとなる材料が乏しい。高額品は好調が続くものの衣料品等を中心に日用品は厳しく、トータルでは変わらない状況が続くと見ている。
百貨店(販売担当)	・11月頃よりは活気が出ているが、やや客単価が下がっている。
スーパー(経営者)	・景気が良くなる要因が思い当たらない。
スーパー(経営者)	・4月の消費税増税の影響も来年3月ごろには終息し、原油安の影響でエネルギー市場全体で価格も低下する。原材料の値上がりも一段落し、メーカーにとっては大きなプラス要因となる。消費者にとっても、光熱費を始め一般消費財で値下がりする物も出てくる。企業は増益となって春闘相場も良い方向で進み、景気にとってはプラスに働く。
スーパー(店長)	・各商品において値上げが発表されている。値上がりによって売上は増加するが、客の財布のひもは固いので、購入点数は更に減少する。景気の動向については、あまり良い方向でもなく現状維持と見込む。
スーパー(店長)	・アベノミクスの恩恵を受けるのは一部の人間だけである。消費税の再増税は延期されたが、今以上に景気が良くなるとは考えにくい。
スーパー(店員)	・概ね現状維持が見込まれるが、ほうれん草やレタス等の葉物野菜の価格が大雪や日照不足で高騰する気配がある。その影響がどこまで長引くかが心配である。
スーパー(店員)	・商品は限られたアイテムにしか動きがなく、販売数量は変わらず単価的にも低い状況が続く。
スーパー(販売促進担当)	・衆議院選挙が終わって一息となっているが、しばらくはこのまま景気が良くなるまま推移しそうである。
コンビニ(エリア担当)	・当社会員向けサービスの強化や野菜・果物や日用品等の販売強化を図っており、売上増加を期待する。主要客層に対してはお買得感のある商品の販売によって、客単価アップと購入点数の改善を図ることで現状を維持する。
コンビニ(エリア担当)	・大きく悪くなる材料はないが、良くなる材料も見当たらない。
コンビニ(エリア担当)	・今後は様々な商品の値上げにより、客の買い控え傾向は更に強くなる。
コンビニ(エリア担当)	・客単価は回復基調にあるが、来客数の前年割れが続くので相殺されて売上自体は増加も減少もしない。競争店が出てくるので、既存店としては、先行きは厳しくなる。
コンビニ(店長)	・ここ3か月、来客数が前年同期を下回っている。これから先も、良くなる兆しは見られない。
コンビニ(商品開発担当)	・日用品の消費だけでなくイベント時の反応も鈍くなっており、クリスマス関連商品の動きが例年以上に思わしくない。消費者の財布のひもは固く、当面はこの流れが続くものと思われる。
衣料品専門店(経営者)	・季節を先取りして衣服を買う客が減少している。寒い時期が後にずれ込むと、春物の購入時期がますます遅くなる。
衣料品専門店〔紳士服洋品〕(売場担当)	・アベノミクスの恩恵を受けているのはほんの一部の業種であり、我々のような小売業には、あまり影響がないように思われる。
家電量販店(店員)	・政府は、賃上げ促進や優遇政策等、経済対策に取り組もうとはしているが、実現は難しい。消費者には将来に対する不安があり、この不安が消えない限り、物を買って豊かな生活を送ろうという願望に対するブレーキがかかり続ける。

乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界としては、来年4月からの軽自動車の増税や取得税・重量税のエコカー減税終了を前にした駆け込み需要が予想されるため、今よりも悪くなるという見方はない。ただし、駆け込み需要が大きければ4月以降の反動減が予想される。
乗用車販売店（経営者）	・現政権が衆議院選挙で信任を得たことで、より一層の景気対策への期待感はあるものの、数か月では目に見える成果は得られない。
乗用車販売店（従業員）	・来年の春になってベースアップ等が実施されれば状況が変わるかもしれないが、今のまま大きな変化がないと考えれば、3か月先も現状とは変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・1月からの決算セールで、これまで模様眺めをしていた客をどれだけ取り込めるかが鍵になる。消費税再増税の延期に合わせて軽自動車税の来春からの増税も延期になったと誤解している人が多いが、今後、マスコミ等の報道次第では誤解が解けて、少し遅れての増税前の駆け込み需要の発生が見込まれる。自動車業界でも周知徹底を図っており、先行きの販売は上向きとなる可能性もある。
乗用車販売店（従業員）	・例年ならば3月決算に向けて市場も盛り上がる時期を迎えるが、車検の入庫台数の動きを見ると、車検を機に買換えを行う割合が例年よりも少なく感じる。客の財布のひもは固く、なかなか緩む気配は感じられない。
乗用車販売店（経理担当）	・物価の上昇が賃金の上昇を上回っているため、景気は良くならない。
乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税後の4月以降、目に見えて販売状況が悪くなっている。来春の賃金ベースアップ等で個人の可処分所得が上がらないと、消費は上向かない。
住関連専門店（営業担当）	・新築戸建て住宅や新築マンションに対する需要や受注件数には、まだ増加の動きがない。建設業界全体では、倉庫、オフィスや商業ビル等の新設需要が増加している。また、大規模改修工事等も増加している。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・12月にはボーナス等の臨時収入があったが、この先にはそれに当たるものが望めない。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・期間限定のバーゲン等では、来客数、商品の購入単価ともに上々の数字であったが、通常の販売ではそういった数字の動きがないので、数か月はこの状態が続くと予想する。
高級レストラン（役員）	・新年会等の予約客数を見ると、前年割れとなっている。
一般レストラン（経営者）	・人の動きには変わりはなく、良くなる理由がない。
観光型ホテル（販売担当）	・2～3か月先の一般宴会の予約を思いのほか好調に受注しているため、予算達成に向けてまずまずの状況である。ただし、秋以降伸び悩んでいる宿泊は、この先も前年同期比で予約者数を見ると思わしくないため、全体としては変わらないと見ている。
都市型ホテル（支配人）	・来客数の増加が客単価の上昇につながりつつあり、特に、週末の個人客の動きが良い。しかし、飲料・食材や客室アメニティーの仕入れに関しては、円安で15～50%の値上げを要求されており、価格に転嫁できなければ経営は厳しくなる。また、スタッフの求人難が深刻化している。
都市型ホテル（経理担当）	・客単価が伸び悩んでいる。
旅行代理店（経営者）	・1～3か月分の問い合わせは多いが、客は海外情勢に敏感になっているので、予約が確実となる年始からの動きに期待する。
旅行代理店（経営者）	・円安が更に進み、年明けからは様々な商品が値上げされる。輸出の追い風といっても一部の企業以外では恩恵を得られない。
旅行代理店（従業員）	・このまま円安が続けば海外旅行の需要増加は望めないもので、旅行業者としては厳しい。
旅行代理店（従業員）	・燃油価格が下落し燃油サーチャージも2月からは下がるが、海外旅行需要には持ち直しの気配がなく低空飛行の状態である。4月の消費税率上げや交通機関の運賃値上がり等で、国内旅行も以前のような激安ツアーを企画できない環境であるため、急激な増加は見込めない。
タクシー運転手	・12月には乗車客が増えても、すぐ元の状態に戻るため先行きも良くはならない。
タクシー運転手	・3か月後も、人出は今と変わらない。
テーマパーク（職員）	・ウィンターレジャーの本格シーズンに突入するものの、当地域では豪雪の影響等、環境的にあまり良い状況ではない。

	その他サービス [介護サービス] (職員)	・施設経営では将来的な収益環境にも改善は見込めないが、ホームヘルパー等の在宅介護業務を行えば、収益性は改善する可能性がある。
	その他サービス [介護サービス] (職員)	・改正介護保険法の施行前となるが、通常の年度末と変わらない業績を予想している。
	設計事務所 (経営者)	・ホームエレクトロニクスが進んで住宅はますます家電化し、個人住宅を設計事務所に依頼する人は大幅に減少している。企業案件は少し希望が持てそうだが、これまでの赤字分の解消までは期待できない。
	住宅販売会社 (従業員)	・販売量に関しては、先行きも大きな動きは見られない。
	その他住宅 [不動産賃貸及び売買] (経営者)	・年明けから年度末までは例年と変わらない動きであると思うが、繁忙期を過ぎてその先以降が心配である。
やや悪くなる	一般小売店 [食品] (経営者)	・原材料の値上がりが続いており、小売価格も上昇している。それに対して、消費者の実質的な収入は上昇していない。このままでは売上は増加しないので、景気の回復も当分は難しい。
	百貨店 (営業企画担当)	・消費税の再増税は延期となったものの、衆議院選挙で感じた冷めたムードが続いており、景気回復への期待感が持てない。更に、前年同期にあった消費税増税前の駆け込み需要による盛り上がりを見ると、今後は更に厳しくなっていく。
	百貨店 (販売担当)	・年末商戦でさえ厳しい状況では、セールが終わった後には商品を買う理由は何もなく、一層の落ち込みが予想される。前年同期は消費税増税前の駆け込み需要で盛況であったため、前年比で見ると相当の落ち込みとなる。
	百貨店 (販売担当)	・一部の好況企業から好影響の波が広がり、大多数を占める業況の厳しい企業にまで届かない限り、年末年始の一時的な活況の後には消費の引締めが強まる。前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動も大きく響くため、企業業績の悪化に伴って客足がますます遠のく可能性が大きい。
	スーパー (店長)	・今年の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要があったので、来年に入れば、前年比で見ると売上は徐々に悪くなりそうである。また、円安の影響で値上げとなる商品が多く発表されている。消費者の生活防衛によって、購入単価や購入点数は下向きとなりそうである。
	スーパー (店長)	・消費税増税から1年近くとなり、前年の増税前の駆け込み需要の影響で売上の数字的には苦戦が予想される。また、値上がりする食品等は多いが、競合他社の安売りも激しくなってきたり、利益確保も厳しくなる。
	スーパー (販売担当)	・先行きも販売量が減少する。
	コンビニ (店長)	・食品をメインに扱っているが、円安の影響で値上げとなる商品が多く消費への影響が出ると思われる。
	コンビニ (店長)	・お歳暮用品や正月用品の売行きは低調さから、まだまだ財布のひもは固いと感じる。
	衣料品専門店 (販売企画担当)	・物の動きが全体的に悪い。
	家電量販店 (店員)	・来客数が減少しており下見客もないことから、今後売上が伸びる要素がない。
	乗用車販売店 (販売担当)	・時期的に1月に入ると販売量は減少する。
	一般レストラン (スタッフ)	・今月は寒さが厳しく、このままの天候が続くと客足が鈍る。
	その他飲食 [仕出し] (経営者)	・消費税率8%の重みが消費者の心理に影響し、年度末に向けて支出をする際も財布のひもは更に固くなる。
	観光型ホテル (経営者)	・3か月先の予約も、前年同期比で80%を下回る状況が続いているので、先行きは悪くなる。
	都市型ホテル (従業員)	・先行きの予約数が少ない。
	都市型ホテル (経営者)	・来客数や予約数の動きから見ると、景気は後退局面に差し掛かっている。
	旅行代理店 (経営者)	・選挙が終わり現政権が再始動しているが、明確な景気刺激策がない限り今後も良くはならないと思う。
	タクシー運転手	・年金暮らしの客層では、食料品等の物価上昇や消費税率の引上げにより生活が厳しくなっている。昼間の乗車客が減っている。
	通信会社 (企画担当)	・業界競争の一層の激化が予想される中、年度末は転居解約も増える時期なので、更に厳しい環境になる。
通信会社 (営業担当)	・物価が上がっていると感じる客が、電話料金等の固定費の見直しを行う。	
理美容室 (経営者)	・ボーナス支給額が増えない中で物価が上昇しているため、生活者は苦しくなっている。	

		美容室（経営者）	・今が一番忙しい時期であるので、3か月先は今より減少するか、良くても今と変わらない状態である。
		美容室（経営者）	・一般の消費者においては、景気は良くない。
		美顔美容室（経営者）	・寒さが厳しいと来店を控える客がいる。
		住宅販売会社（従業員）	・下請業者の活気がなくなってきているように思える。リフォーム需要も出尽くした感があり、来年後半以降の見通しが立たない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・輸入材料も国内製品も値上がりし、利益が確保できない状況が続く。
	悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・廃業して生活保護を受けた方が良いという声もあり、廃業を検討する飲食店からの相談件数が例年以上に多くなっている。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要が、年明けから3月までは大きな影響を及ぼす。
		スナック（経営者）	・地方の経済は年々厳しくなり、客の財布のひもは固くなる。
		旅行代理店（経営者）	・客の様子や予約の状況から見ると、先行きは減少していく。
		テーマパーク（職員）	・12月の大雪の影響が、まだ残りそうである。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が、低価格での単価競争に陥っている。
		美容室（経営者）	・12月の来店でパーマもカラーリングも終わっているの、これから3月までは暇になる。
		理容室（経営者）	・年が明けても地方は景気が良くなる。消費者はまだまだ余計な金は支出しない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅購入者層の所得が実質的に上昇していない。物価が上昇する中で、新たなローン返済の負担までは厳しい状況である。
企業動向関連	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数が増加している。
		企業広告制作業（経営者）	・衆議院選挙が終わり安定した政権基盤を背景に、景気の高揚感が演出されるはずである。
(東海)	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税の再増税が延期され、現政権に対する期待も込めて消費が上向くことを見込む。食品産業においても、付加価値の高い商品には需要も増えてきており、徐々にデフレ脱却の動きも芽生えつつある。
		化学工業（総務担当）	・原油価格の下落により、原材料の価格が下がる見込みである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車やインフラ設備等の電子化が進んでいるので、電子部品の需要は増え続ける。また、為替相場も円安基調を維持しており、海外との価格競争力も保っている。
		輸送業（従業員）	・物流業界を始め石油価格下落の恩恵を受ける産業が多くあるほか、マイカーでの旅行・レジャーや外出も増えるため、景気に上向き感がある。自動車に対する買い控えムードもやや緩み、輸出での好調と相まって、関連産業の広い自動車産業の活性化が景気的好循環につながるのではないかと期待する。
		輸送業（エリア担当）	・衆議院選挙も終わり、その間の物流を控えた分、先行きは荷物の動きが活発になると思う。
		金融業（法人営業担当）	・原油価格の低下等を背景に、取引先の製造業全般で原材料コストの低下が見込まれる。
		金融業（企画担当）	・住宅ローンの申込が増えてきており、消費は上向いているように思われる。
		不動産業（管理担当）	・業種的には横ばいであるが、他業種の求人パートが流れているので作業スタッフは集まりにくく、世間全般としての景気は良くなっている。アベノミクスの効果が徐々に現れていると感じる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・大企業の決算見通しが良さそうなので、決算前に支出する広告費が増加して折り込み広告は増えると思う。
		会計事務所（職員）	・結果的に消費税再増税の延期は良かったと見られる状況で、事業者も生活者も安定的に消費活動を行い、消費税抜きの実質ベースでも売上増加が見込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円相場は、この先1ドル100円、1ユーロ120円という水準に向かっていくと見込む。原油価格が落ち着いていけば、日本としては良い状態が続く。1バレル当たり50ドル程度で安定すればもっと良い。業績としては、当面半年間は、現在の好況が続くと見ている。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・景気が良くなる要因がないため、今後もこのような状況が続く。
		化学工業（総務秘書）	・景気は悪くはならないが、昇給検討の時期となる年度末には、それほど景気が良い雰囲気とはならない。企業は、円安等の恩恵も多分にあつて好決算を残すだろうが、慎重な姿勢を崩さない。

化学工業（人事担当）	・多くの商品が値上がりしている現状で、景気が上向くためには給与を上げるしかない。先行きの判断ができるのは、春闘以降である。	
窯業・土石製品製造業（社員）	・現状の円安状況では、客は先の購入契約をすぐには結ばない。受注してから納品には約3か月かかるため、現在の受注水準が3か月程度は続きそうである。	
鉄鋼業（経営者）	・中小企業を意識したアベノミクスの施策展開には期待するが、その他には景気が回復する要因が見受けられない。電気代や物品コストの上昇を相殺できるほどの売上増加要因はない。	
金属製品製造業（従業員）	・工場の稼働状況がここしばらく良いので、新たな投資をしようかという機運はある。一方で、会社によっては次年度の仕事がないという声も聞く。	
一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が高水準を維持し続けている。	
電気機械器具製造業（企画担当）	・在庫商品と品薄商品が入り混じった状況で、先行きの方向性が見極めにくい。当面は、安定して横ばいで推移しそうである。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・円安の好影響が続けば良い。	
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・海外向け販売が回復しない。国内景気が低迷して国内売上も伸びないので、現状からは変わらない。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・しばらくは円安による恩恵を受ける見通しである。	
建設業（経営者）	・ごく一部の大きな企業では、多少の変化があったかもしれないが、庶民の感覚としては変わらない。	
輸送業（経営者）	・トラック燃料の軽油単価は下がってきたが、人手不足は変わらない状況である。生産財メーカーの物量は、4月の消費税増税以降、回復の兆しはない。	
輸送業（エリア担当）	・輸出货量と輸入量の増減は、為替の影響で相反する状況である。市場全体が拡大することが望ましいが短期では難しいと考える。	
輸送業（エリア担当）	・軽油価格は前年比で1リットル当たり約8円下がっているが、まだまだ高止まりのため、しばらくは今の状況が続くと思われる。	
通信会社（法人営業担当）	・米国経済の動きが日本経済に直接的に反映するので、先行きは見通しづらい。政府の経済施策も手詰まりのように感じる。	
不動産業（用地仕入）	・景気を左右するような要因も変化の兆しも見当たらない。	
広告代理店（制作担当）	・消費税増税に続く物価上昇で、現状維持も難しくなっているとの声も聞かれ、もうしばらくは様子を見る状態が続きそうである。	
公認会計士	・今後も経済や市況が良くなるようなニュースが見当たらない。円安がまだ数か月は続くものと見ている。	
行政書士	・貨物の動きは良く、現状より良くも悪くもならない。	
経営コンサルタント	・大手企業を中心に収益構造が改善している状況で、設備投資等も活発に見られるようになってきているが、大手以外の中小関連と地方では消費が増加していないので、貧富の差が激しくなっていくようである。	
会計事務所（社会保険労務士）	・景気が大きく変動するような材料が見られない。	
その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・今期分の案件については、既に見通しが立っている。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業本部長）	・円安による物価上昇の急激さに、賃金の上昇が追いついていない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が減少しており、全体的に悪くなっている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・先行きは、取引先でのパーラー用チェアへの設備投資が減少する。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の生産計画が減少傾向である。この先1年程度は減少傾向が続く見込みである。
	建設業（経営者）	・仕事が多く追い風が吹いている建設業とは対照的に、不動産開発業では建築費の高騰を吸収できない等、業種によって景況感のばらつきが非常に大きい。
	建設業（営業担当）	・現政権が政策運営を継続する中、現状では富裕層止まりとはいえ、景気の良い部分が出てきたということは、今後の政策によって、いずれは景気の良さが自分にまで広がってくるのではないかとこの順番待ちの心境である。

		輸送業（エリア担当）	・円安の効果を受けるのは一部の輸出関連企業だけであり、多くの企業では、輸入製品、原料や資材の調達にかかる費用の増加が避けられない。物価が上がって、客の財布のひもはますます固くなる。そのような背景で景気が良くなる要素は見出せず、景気はまだ停滞する。
		金融業（従業員）	・自動車部品については、仕事がどんどん海外にシフトしているので、あまり良い方向には向いていない。
		不動産業（経営者）	・客は様子見という感もあるが、円安、首都圏や復興特需による材料費並びに人件費の高騰が足かせとなり経済の活性化は厳しい。
	悪くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・利益を確保するには制約となるほどの円安が、この先も続くと思込んでいる。
雇用 関連  (東海)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・例年3～4月は人が流動化する時期で、求人数や求職者が増える。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数、採用数ともに前年比で見ると堅調に推移しているため、これまでと同様に売上は拡大傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	・衆議院選挙が終わり現政権が再スタートし、今後の経済政策にも期待できる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・年度末に向けて新車販売や新型車種の動きが良くなる。
		職業安定所（所長）	・中小企業でも徐々に賃上げを行いつつある。アベノミクスの恩恵が零細企業にまで行き渡り、新規の雇用対策が施行されれば、消費が活発化し景気が浮揚するのではないかと期待している。
		職業安定所（職員）	・引き続き非正社員の求人増加の割合が高いものの、正社員での求人も前年同月比で3か月連続して増加しており、良い方向に向かっている。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比で増加している一方で、求職者数が前年同期比で減少している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・来期の採用予算を決める企業が増える時期となるが、今期中に予算を使い切りたい企業も出てくるため、当期中の採用人数も増加が見込まれる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・インターンシップの受け入れ企業では、対象者が大学3年生以外にも拡大しており、採用に向けての企業の積極性がうかがえる。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・求人に対して供給可能な人材が不足しており、企業の採用計画に停滞が出ている。
		人材派遣会社（営業担当）	・エンジニアの稼働状況は2～3か月先まで見通しているが、当面はエンジニアの不足する状況が継続する。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年これからの時期は、来年度に向けて予算確定をする企業が多く、年度内の新規採用を控える傾向が見られる。製造業各社で海外へと販路を広げる動きが加速しており、国内での動きは鈍ると思われる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・費用をかけても採用できる見込みがないため、人手は不足しているが求人を控えるという企業が、相変わらず多い。
		職業安定所（職員）	・円安の影響がどのように響いてくるかが見通しづらい。中小企業では、賃金引上げがあまり進んでおらず、しばらくは現状維持ではないかと思われる。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が16か月連続で1倍を超える等、管内の雇用情勢は改善している。窓口では、求人者の採用意欲がやや低下しているように感じられる。企業における人手不足感を背景に、雇用情勢の緩やかな改善の動きは続くものと思われる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・大手企業では、新卒採用活動時期が後倒しとなったことから、中途採用の前倒しも検討され始めており、採用数は1～3月も変わらないと思われる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税の増税の動きに先行きは左右されると思われる。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・12月が好調であったため、先行きはやや悪くなりそうである。足元の予約状況もあまり良くない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行きは不透明で、相変わらず明るい話題が聞こえてこない。
		職業安定所（職員）	・プラス要因としては、海外に生産拠点を持つ大手メーカー等では、円安による悪影響は見られない。マイナス要因としては、下請先の中小企業では仕事は増加しているものの加工賃は上がらず、円安に伴って材料費は上昇する中で、賃上げが難しい状態が続いている。求人は増加傾向にあるが、正社員よりもパートでの求人の増加が目立っている。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・景気が良くなると言われ続けているが、実感が全く湧かない。
悪くなる		—	—