

## 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	－	－
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックが近づくにつれて、首都圏ではいろいろな物が整備される。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客の様子から、潜在的には購買意欲があるように感じる。
		百貨店（売場主任）	・初売りで普段は来店しない客層が増える。その中から購入する客が現れて、更にリピーターにつながれば、来客数は増加して売上は増加する。靴のサイズは履いてみないと合うかどうかわからないので、ネット購入のための下見客も多いが、紳士靴は少しずつ売上が増加している。
		百貨店（販売担当）	・前年は消費税増税の駆け込み需要があり、3月まで前年比では確実に落ち込むが、その対策を各部署で行うのである程度のカバーが見込める。この先は消費税増税の余波も一段落し、客の消費マインドも上向きになるのではないかと。
		スーパー（経営者）	・現在は良くない状況であるが、春になり気候が良くなれば来店客が増加することを期待する。
		スーパー（店長）	・生鮮品の動きが良い現況に加えて、更に一般食品での価格競争力の強化を図っているため、この先も良い状態が続く。
		スーパー（総務担当）	・恵方巻の予約数が前年同期を上回っている。
		スーパー（商品開発担当）	・ガソリン価格の低下により、車での買物客が増加する。
		スーパー（支店長）	・大手企業では少しずつ海外から日本へ仕事を戻しているため、需要の拡大と単価上昇が期待される。
		コンビニ（企画担当）	・政権運営が安定して規制緩和が進めば、人の動きが活発化してくる。東京オリンピックの開催や、世界情勢から見て、国情が安定していれば海外から観光以外にもビジネスや医療等でどんどん人が入ってくる。
		コンビニ（エリア担当）	・今月行った販促施策を上回る施策を計画しており、一層の集客が望める。
		家電量販店（店員）	・消費税増税後の反動減が緩和すると考えると、先行きは良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響がなくなると思われる。
		住関連専門店（営業担当）	・新築戸建て、分譲マンションの引き合い件数や、モデルルームへの来客数が増加している。公共工事や一般民間ビルの需要は、引き続きおう盛である。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・春は異動で人の動きが増える時期なので、商品の動きが少し良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・先行きもやや良くなる事を期待するが、材料費の値上げやアルバイト等の人材確保で収益が急激に悪化しており、横ばい減少の危険もある。
		都市型ホテル（営業担当）	・個人需要は横ばいであるが、法人需要の伸びが期待できそうである。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊・宴会利用者の増加が見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・春になって気候が良くなれば、景気が上向いてほしいという期待感がある。
	旅行代理店（経営者）	・これから海外旅行は、商品単価が下がってお買い得感の高い時期となる。4月以降は、原油の値下げで燃油料の商品価格差も縮小するため、より手軽さが高まるのでアピールを図る。	
	旅行代理店（従業員）	・原油価格が下がって4月以降は燃油サーチャージがなくなる見通しであるが、それが決定すれば旅行代金は大幅に下がるので、欧米方面等の海外旅行者が確実に増える。	
	通信会社（サービス担当）	・携帯電話会社との共同開発商品のサービス開始により、新規販売が増加する。	
	通信会社（営業担当）	・今後も、NGN（次世代ネットワーク）関連の設備投資が続く。	
	ゴルフ場（企画担当）	・3月分は前年同期並みの予約が入っている。雪等の天候の影響もあまり受けなくなり、予約数通りに推移するので今よりは良くなる。	
	美容室（経営者）	・3～4月頃には、春になって気候も良くなり、行楽シーズンや入学式等を控えパーマをかける客も増加するため、今よりも良くなる。	
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護施設利用者は増加傾向にあるが、施設職員の確保が難しくなっている。労働条件を改善するため人件費は上昇が見込まれる。施設運営者の利益は減少するだろうが、給料が増えれば、職員の購買意欲も活発になる。	

変わらない

商店街（代表者）	・大企業では賃金上げが見られるが、中小企業等の賃金には動きはなく、売上は変わらない。
商店街（代表者）	・小規模企業からの受注が全くなっているため、その客層が回復しないうちは、先行きもプラスには転じない。
商店街（代表者）	・大企業優先の経済政策では現状を変えられない。しかし、大手企業では生産等の国内回帰の動きも出ているようなので、2～3か月では波及効果は現れないと思うが、先行きには期待をしたい。
商店街（代表者）	・いろいろな商品が値上がりするため、消費者のマインドが非常に悪い。
商店街（代表者）	・現状から変わる要素がない。商店街等で年末年始セールに配ったスクラッチカード（当たり金券）の換金量が、例年に比べて非常に少ない。
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・販売量の動きから見ると、地方の小売店では、まだまだ苦しい環境が続いている。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・おかげ年（式年遷宮の翌年）も終わって遷宮効果は一段落し、例年並みの状況に戻る。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価も上がっている中で、給料は上がっていない人が多い状況では景気が良くなるとは考えられず、先行きも変わらない。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・調剤部門では、来客数は横ばいでも売上を確保できるが、小売部門は、週末の客足の鈍化等で非常に良くない。先行きも、小売業は2月、8月が厳しいと言われるように、上向きになるとは考えられない。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先も売上は変わらないが客先の中身は変わる。裾野が広い客層では財布のひもは固く、市場としては縮小しているが、一部には伸びている会社や客層等があり、売上が増加する部分もある。全体で見ればフラットになり、何とか現状維持が見込まれる。
一般小売店〔書店〕（経営者）	・現状のやや良い状態がこのまま続く。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・食料品関係を始めとして、この先また値上げがあると聞いている。一方、一部の大手企業を除けば給料が上昇するところは少ない。そのような状況では景気の回復は難しい。
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。
一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・現政権の経済政策である第3の矢の効果が出るのかどうか、先行きもはっきりしない。
百貨店（売場主任）	・先が読めず良くなる要素が見当たらないため、現在の状況がこのまま続く。
百貨店（企画担当）	・初売り以降、食品や服飾雑貨の動きは良いが、衣料品の動きが男女ともに悪い。例年より商材の供給量も少なく、メーカーが製造を絞っている様子が見受けられ、この傾向は今後も継続すると見込まれるため、景気の好転は期待できない。
百貨店（経理担当）	・先行きが良くなる要因は見当たらないが、貴金属品や時計等、高額品の需要はあるので、そこを取り込む対策が必要である。
百貨店（販売促進担当）	・中国からのインバウンドで多少の売上増加は見込めるものの、それ以外に改善につながる要因は見当たらない。
百貨店（営業企画担当）	・減少の続く来客数には上向き気配がなく、単価の面でも苦戦が予想される。一方で、超高額商材の動きは悪くはなく、大口取引がある程度の売上を支えてくれる可能性がある。
百貨店（経営企画担当）	・衣料品では厳しい状況が見込まれるが、引き続き、高額品やインバウンド、特に春節は期待できると考えられる。地合いが悪い中でも、これまでと変わらない推移を想定している。
スーパー（経営者）	・以前は、春には中小企業の景気が良くなると思っていたが、恐らくまだ良くはならない。輸出が増加しないため国内工場の生産量が増えず、中小企業も生産量も変わっていない。中小企業では、電気代等を含めてコストが上昇し利益が確保できないため、3か月先の景気も良くなる見込みはない。原油価格の下落は良い事であるが、その効果が企業のコスト削減に寄与するまでには、相当な時間がかかる。
スーパー（店長）	・食品スーパーは、日々の食品や日用品の販売で成り立っているため、経済の大きな動きにも敏感に反応する事は少ない。
スーパー（店長）	・消費者の買物行動からは、景気回復が食品業界まで届いているようには見えない。この先も来客数が増える要因はなく、現状での推移が続く。消費税増税により販売価格が上昇したことで前年比の売上は増加していたが、増税から間もなく1年となりその効果がなくなるため、その先は厳しい状況が予想される。

スーパー（店員）	・アイスクリーム、乳製品やハム等の仕入先から値上げ要請があり、近々商品価格を変更しなければいけない状況であり、それが売上にどう影響するかを注視する必要がある。
スーパー（店員）	・前年と比べると大きな変化はないが、販売量、来客数が若干増加する傾向にはある。
スーパー（販売促進担当）	・一般消費者の購買意欲をかきたてるには、大きな景気のターニングポイントが必要である。
スーパー（販売担当）	・先行きも売上が良くなるような材料が見当たらない。
コンビニ（店長）	・消費税増税の影響も薄れつつあり、これ以上景気が悪くなる事はないと思われる。燃料価格の低下で運送コストは抑制できるが、円安による商品の値上げも多く、差引きするとあまり変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・現在の厳しい状態は、今後も当面は継続する。
コンビニ（店長）	・消費の動きについては、当分変わらない。
コンビニ（商品開発担当）	・来客数の減少に加えて、季節イベント商品の販売も芳しくない状況が続いており、当面はこの流れが予想される。
衣料品専門店（経営者）	・景気は良くないので、客に来店のきっかけを作る必要がある。
衣料品専門店（販売企画担当）	・原料安で価格が下がるはずの商品があるが、実際にメーカーから値引きの話が来ないため、このままで推移して変わらないと思われる。
家電量販店（店員）	・4Kテレビ等、一部の単価が高い商品は売れているが、全体への波及効果はまだ限定的である。
家電量販店（店員）	・大企業でも、先行きは特に輸出関係かそうでないかで明暗が分かれてくる。小売業に関しては、もうしばらくは今のよう現状が続く。
乗用車販売店（経営者）	・これから年度末を迎えるが、特段良くなる要素が見受けられない。
乗用車販売店（従業員）	・3か月先の見通しが立たない。
乗用車販売店（従業員）	・春先のペースアップが進めば変わるかもしれないが、今の状況では何も変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・軽自動車は既に納期が4月以降となっており需要の高まりを感じるが、普通自動車の売行きが滞っており明るい材料がない。これから決算期に入るので、販売量は増加が見込まれるが、収益的には厳しい状況に変わりはないと思う。
乗用車販売店（従業員）	・年度末の商戦に向けて、各社が市場を盛り上げるための施策を展開すると思われ、少しでも客が新車に興味を持ってくれる事を期待したい。既存オーナーにはこの時期に購入した人が多く買換えを促すタイミングでもあるので、店頭を活気付ける努力が必要と感じている。
乗用車販売店（経理担当）	・厳しい受注状況で推移している。県内に市場が限られている企業では、見通しが暗い。
乗用車販売店（営業担当）	・4月以降、エコカー減税の制度が変わりガソリン車の税率が上がるため、該当する車種は売れなくなる。現在もハイブリッド車を検討する商談が多数を占めており、その中から4月以降の販売にどれだけつながるかであるが、大きな変化はないものと思われる。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費全般のマインドが良くなるには、もう1年くらいは必要である。
その他専門店〔書籍〕（店員）	・新入学に関連する教材が売上を伸ばす時期であり、売場のレイアウト変更や来店者への勧奨等で売上アップを目指す。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・店頭への来客数や販売単価があまり動かない時期となるので、この先数か月の業況は変わらないと予想する。
高級レストラン（役員）	・2～4月にかけては歓送迎会等の予約が入る時期であるが、足元の予約状況は前年並みとなっている。
一般レストラン（経営者）	・人の動きが良くなる理由が見つからない。
スナック（経営者）	・景気低迷で客には先行きへの不安感が根強い。付き合いの飲食も減少し、期待できない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きに変化がない。
旅行代理店（経営者）	・依然として生産工場の海外移転は続き、少子化により国内市場の縮小も進行している。その一方で供給過剰な生産物、商品等があるので、デフレ傾向は続くと考えられる。地元でも、大規模ターミナル駅周辺等にはぎわってはいるものの、郊外はどんどん寂れている。
旅行代理店（経営者）	・より具体的で中小零細企業に効果のある景気刺激策が行われないと、状況は変わらない。

	旅行代理店（従業員）	・4月以降の申込受付を開始しているが、例年に比べ受付件数は減少している。しかし、国内屈指のテーマパークが順調なので、業況は変わらない。
	タクシー運転手	・今の悪い状況からは、急には良くならない。
	タクシー運転手	・夜の繁華街は、人出の少ない状況が長い間続いている。客の財布のひもは固くなっているため、この先もほとんど変わらない。
	タクシー運転手	・給料が上がれば景気は上向きになるが、現状のままでは変わらない。
	通信会社（企画担当）	・春の引っ越しシーズンで多少の需要は見込めるものの、景気が回復するほどの要因は見当たらず、業界では競争激化、低価格化が更に進む。
	通信会社（営業担当）	・客は少しでも安価な商品へと流れていくので、景気が良くなるとは思えない。
	美容室（経営者）	・客からは、経済に関する話題でも良い話を聞かない。このような状態がこれからも続きそうである。
	設計事務所（経営者）	・小さな案件が積み重なって忙しだが、収入増加には全くつながっていない。その案件数も、このまま続くかどうかはわからない。
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・客の動きは、少しずつではあるが活発になっているので、良い方向には向かっていると思う。
やや悪くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮から1年以上が過ぎ、門前町にはまだにぎわいがあるものの、市内でも他の地区は随分と閑散としてきている。今後しばらくは、落ち着いていく方向となる。
	百貨店（経理担当）	・可処分所得の増加等を通じて、中間所得者層の購買意欲が高まらない限り、景気は回復する事はない。
	百貨店（販売担当）	・高額所得者層の購買には特に変化はないと思うが、中間層以下のボリュームゾーンで所得が向上し、消費マインドが改善しない限り、景気が上向き材料とはならない。生活状況が改善しないと、少しずつ購買意欲が減退し、その状態が当たり前となる危険性が十分にある。
	スーパー（店長）	・この先に給料が上がると感じられる明確な材料があれば良いが、見当たらない。加えて、生活に密着した商品がこれから値上がりする事を危惧している。一方で、女性は自分のための買物には寛容な面があるので、パレンタインのチョコレートは売れる。
	コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が更に厳しくなる。
	コンビニ（エリア担当）	・客単価が上がっていても、主力商品の弁当やおにぎり等が伸びているわけではなく、プリペイドカード類等が伸びているので、景気が回復しているという手ごたえはない。競争店が更に出てくるので、厳しい状態が続く。
	コンビニ（店長）	・最近のドラッグストアは、食品や飲料の品揃えを充実し低価格で販売しているため、新たな競合先として大きな存在となっている。
	衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・前年同期は消費税増税前の駆け込み需要で大きく売上を伸ばしているため、今年は反動が顕著に現れると思う。また、最近の状況を考慮すると、小売業の業況は厳しくなっていると感じる。
	乗用車販売店（営業担当）	・4月からの軽自動車の増税や、エコカー減税の縮小による取得税、重量税の負担増で、販売台数が減少する。
	乗用車販売店（経営者）	・軽自動車増税前の駆け込み需要も来月いっぱいとは予想される。3月以降は落ち着いてくると思われる。
	乗用車販売店（従業員）	・国情が安定する要因がないので、その影響で景気も悪くなる。
	乗用車販売店（従業員）	・3月にエコカー減税が終了し、4月から税負担が増える車種が大半であるが、駆け込み需要のような客の反応はほとんどないため、厳しい販売状況が続くものと思われる。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・年度末を控えて、若干買ひ控えの傾向が強まる。
	観光型ホテル（販売担当）	・前年3月頃は、消費税増税前の駆け込み需要というほどではないが、新商品企画による来客数の増加で良い結果を残しているため、この先しばらくは前年実績を超える事が難しいと見ている。
	都市型ホテル（経営者）	・予約数の変化や当日の予約なしの客の動きから、この先行きはあまり良くないと判断している。
	テーマパーク（職員）	・物価が高騰しているため、旅行客は減少傾向にある。
	観光名所（案内係）	・ガソリン価格の下落は歓迎であるが、高速料金が高いままで推移しているため、景気の先行きは良くない。
パチンコ店（経営者）	・業界全体が低単価重視の傾向にある。	

		理美容室（経営者）	・いろいろな商品が値上がりしており、景気は良くならない。
		美顔美容室（経営者）	・これといったキャンペーンを行う予定もないので、来客数、販売数ともに減少する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・資材の仕入価格高騰に加えて、介護保険制度の改正に伴う価格競争の激化が想定される。
		設計事務所（職員）	・景気が良くなるような政策や金融に関する話も耳にしない。
		住宅販売会社（従業員）	・リフォーム需要があるので、売上という面では多少は確保できているが、先の見通しは厳しい。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕事があっても利益率の低い案件ばかりで、厳しい状態が続いている。景気の回復はまだ先である。
	悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・世の中で、外食の機会が増加するような理由やきっかけが見当たらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・取扱い車種では、現在は自動車取得税が80%から免税の減税対象となっているが、この先は減税対象が厳しくなるので、販売台数は減少する。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税の延期により駆け込み需要がなくなったので、物の流れが停滞し景気も悪くなる。人手不足や輸入品の値上がり等のある一方で、良い材料は見当たらないので、景気を下支えするような政策等がないとかなり悪い状況に陥る恐れがある。
		旅行代理店（経営者）	・例年と比べて客足が鈍く、今後の見通しが全く立たない状況である。
		美容室（経営者）	・給料が増えている人もいるであろうが、末端ではアベノミクスによる景気の良さは実感できない。この先、消費税は再び増税されるが、また、給料は上がらずに物価は上昇する。美容院での髪の手入れも、1か月に1回から3か月に1回となる。
		理容室（経営者）	・これからも景気は良くならない。消費者の財布のひもは、より一層固くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・物価が上がり続けて生活が厳しくなる中では、住宅購入はなかなか難しい状況である。
	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。
企業動向関連 (東海)	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・期待通りの賃上げが実施されれば、消費も一層上向くと思われる。全体の底上げにつながるような、平均的な賃上げの実現を期待する。
		化学工業（営業）	・ナフサの価格下落が、運送業界での燃料費ダウン、石油化学や樹脂加工メーカーでの原料費ダウン等、様々な業界に恩恵をもたらす。
		化学工業（総務秘書）	・賃金引上げを実施する企業が出てくれば、購買意欲につながっていくものと思われる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・為替相場が円安で安定し価格競争力も維持されており、例年に比べて、引き合い件数・内容も高い水準が続いている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量及び受注見込量が、増加傾向にある。
		輸送業（経営者）	・消費財の物量は、年末以降回復傾向にある。また、円安にもかかわらず、輸入品の物量もこれまで絞すぎた反動で、少しずつではあるが増えている。
		輸送業（従業員）	・石油製品の値下がり関係業界ではコストが下がり、景気回復の兆しが見える。円安により食品を始めとする物価が上昇する一方、ガソリン価格が下がっており、遠出や旅行の増加による消費の拡大や景気全体の回復が期待される。しかし、物流業界としては、景気回復に比例してドライバーや物流現場要員不足が深刻となり、今以上に採用が困難になるのが心配である。
		輸送業（エリア担当）	・円安基調が安定して続き、輸出の増加につながっている。
		輸送業（エリア担当）	・燃料となる軽油の価格が前年比で30円近く下がっており、荷動きも心なしか良くなってきている。
		輸送業（エリア担当）	・配達サービスの新商品の発売で、今までは他社に流れていた効率のいい荷物の配送が取り戻せる。
		金融業（法人営業担当）	・取引先の中小製造業者は、これまでエネルギー・原材料コストの増加に苦しんできたが、原油安によりコストの軽減が見込まれる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・原油安のおかげで配達コストが下がる。また、自動車の減税関連等で新聞折り込み広告の増加が見込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・為替相場の動向をどう読むかに、先行きがかかっている。円の実力は1ドル100円程度と見ているが、このまま2年先でも120円程度であると、海外移転を見合わせている企業には悪影響が出て、受注が減少する恐れがある。

変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現状はあまり景気が良くない状況であるが、今後もこの状況から変化はない。
	化学工業（人事担当）	・景気がどちらの方向へ向かうかははっきりせず、世界情勢によって方向性が決まる。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・客先で先行きの見通しを聞くと、ほとんどが横ばいから若干の上向きという回答である。売上高の大幅増加は難しいが、横ばいから微増くらいは維持できそうな感触である。
	鉄鋼業（経営者）	・上昇要因が見当たらない。客の話からも住宅関連や自動車関連を含めて、新規の仕事の動きが今のところ全く見えない。
	金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが続き、関連のある当社では忙しさが続くと思うが、全体的には仕事が出ていないので、取引先からは、先行きは暇になると心配する声が聞かれる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・以前の状況と比べれば景気は回復していると感じるが、環境変化の波が大きすぎるため、2～3か月先の状況は見通しづらい。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が好転する要素が見当たらない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・今動いている案件は輸出関連で年度末等も関係はないが、生産能力の限度に達しているため、これ以上の伸びはない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・景気が良いのは大手で海外展開を中心に行っている企業であり、国内を市場とする業態は、国内景気が好転しない限り業績は向上しない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売台数が微減となる予定であることから、増収増益は期待できない。
	建設業（営業担当）	・売上の見通しを立てやすいのは、公共関係事業の入札案件であるが、予算はだんだん削られていく傾向である。その反面、地元でも整備後に時間が経って老朽化が進む施設・設備等があり、そういった方面からの受注はあるので、はっきりと先行きが上向きか下向きかはわからない。
	輸送業（エリア担当）	・荷物量はここ3年で最も良くないが、為替の影響により円建てで見た単価は上昇しているため売上は悪くない。しかし、社会全体としては荷物の量は増加していないので、実態的な景気の良さが現れているわけではない。物価や運賃が上昇しているのは、物の価格がただ上がっているだけであって景気の良さを反映するものではない。このような状況がこれからも続く。
	通信会社（法人営業担当）	・状況が変わる要素が見当たらない。法人税減額のメリットは、一般市民にまでは届かない。
	金融業（従業員）	・自動車関連等の事業所では、海外に進出している部門もあり、業況は進出先の要因にも影響されやすいため、今後の見通しを立てづらい。
	金融業（企画担当）	・資産を保有する個人ばかりでなく、保有していない個人の状況も良くならなければ景気は良くならない。それには給与アップが必要であり、その動きが見えてこない、景気は回復しない。
	不動産業（用地仕入）	・景気を左右する要因が見当たらない。
	企業広告制作業（経営者）	・前年の消費税率の引上げは購入意欲を押し下げ、景気の回復感に影を落としている。
	広告代理店（制作担当）	・消費税増税や円安の影響のためか、広告出稿では電波媒体も紙媒体も受注料等が微減する見込みである。
	行政書士	・先行きも現状維持が見込まれる。
	公認会計士	・中小企業の業績が好転するような要素が見当たらない。
会計事務所（職員）	・中小企業でもとうとう汰が始まっている。企業間の格差は次第に広がり、弱肉強食の時代に突入するが、それが日本全体での景気上昇につながるかは判断がつかない。	
会計事務所（社会保険労務士）	・現在は好調な顧問先でも、先行きを楽観視していないため、できるだけ内部留保に充てるので景気回復にまではつながらないと思われる。	
その他サービス業 [ソフト開発]（社員）	・消費税率の再引上げが延期となり、当面は急いで対応する必要がなくなっている。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業本部長）	・消費税の再増税が延期となり、当面のマイナス基調は回避できたが、円安の影響で食品や原材料が値上がりするので、賃金がそれを上回って増えない限り、春以降は更に厳しくなるのではないかと。
	印刷業（営業担当）	・景気が良くなりそうなムードは全くない。経費節減の意識が染みついており、景気が良くなるのが悪くなるのが、金に対してはどこでもシビアである。
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月前と比較して、引き合い件数が増加していない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・3月を過ぎると設備投資が一段落し、金額的には減少する。

		輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・客先の生産計画から、減産傾向に向かうという見通しである。
		建設業 (経営者)	・不動産開発業が失速気味であるのに対して、建設業では利益の高い仕事のみを受注する等、関連産業の中でも格差が著しい。
		不動産業 (経営者)	・ここから半年は生活関連製品の値上げが続き、消費者はより一層神経質になると思われる。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・スクラップの単価を先行指標で見ているが、単価がどんどん低下している。スクラップ業者の話では、この先も単価はまだ低下するとの事である。
雇用 関連  (東海)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・年度末には人事異動が多くなり、求人・求職者マーケットが活発になる。
		人材派遣会社 (営業担当)	・この先3か月ほどは今の状況が続くのではないかと思われる。労使の賃金交渉等、求職者が興味を引く動きもあり、就職活動も活発化するように感じる。
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・新型車種の受注増加と年度末に向けた新車販売台数の伸びに期待をしている。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・人手不足が待ったなしで深刻化しているため、コストをかけてでも採用に踏み切る企業が増えてくるのではないかと、期待を込めつつ見通している。
		職業安定所 (職員)	・前月の有効求人倍率が1.31倍と改善する等、景気は弱い動きではあるが回復基調にあり、企業における人手不足感を背景に、今後も緩やかであるが改善の動きが継続すると思われる。
		職業安定所 (職員)	・求人数は前年同期比で増加傾向にあり、前月比で見ても増加している。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・これから3月までは求人、求職の動きが更に高まる時期である。企業側も今期中に採用を決定するためスピード感を持って対応する事が予想される。
		民間職業紹介機関 (支社長)	・国内生産の回復に伴って、製造にかかわる求人がやや増加していくものと思われる。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・中小企業支援施策に関する補助金や、原油価格の下落による企業のコスト縮減が効果をあげて、景気が良くなると期待を持ちつつ想定している。
		学校 [専門学校] (就職担当)	・将来的な採用を意識した、企業の低学年向けイベント等が増えている。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	・引き続き企業では正社員採用のニーズが高く、供給可能な求職者が不足している状況が続く。
		人材派遣会社 (社員)	・足元では法人関係の宴会利用が多く好調であったため、先行きも歓送迎会での利用がどこまであるかで変わってくる。
		人材派遣会社 (営業担当)	・景気にインパクトを及ぼす前向きな材料が見当たらない。
		人材派遣会社 (支店長)	・求人数は前年同期を常に上回っており、底堅く堅調に推移しているため、先行きも変わらない状況が続く。
		人材派遣会社 (営業担当)	・年度内は現状の好調を維持し、来期も継続する勢いがある。
		職業安定所 (所長)	・衣料品関係では、前年4月の消費税増税後、ブランド物の高級品は伸びを維持しているが、一般衣料品では10~20%も売上が落ち込んでいる。中間層以下の所得が伸びていない状況は変わらないので、大きな変化はなく、このまま推移すると思われる。
		職業安定所 (職員)	・求人数は高水準を維持しているものの、福祉・医療では4か月連続で前年同期を上回っているが、建設、運輸等は2か月連続で前年を下回っており、業種でばらつきが現れている。
		職業安定所 (職員)	・求人数が増加する中、正社員の求人も徐々に増加しているので良くなっていると思われるが、中小企業では依然として、思うようには賃上げができない状況なので、先行きも大きくは変わらないと思われる。
	職業安定所 (職員)	・海外に生産拠点を持つ大手メーカーは、あまり円安の影響を受けていない状況である。マイナス要因としては、下請企業では、仕事は増加しているが加工賃は厳しい状況は変わらず、円安で材料費が上昇する中で賃上げが難しい状況が続いている。一方、流通関係においては円安によりガソリン代の負担が減少し、改善の傾向が見られる。求人数は増加傾向ではあるものの、先が読めないため正社員よりもパートでの募集が目立っている。	
	その他雇用 [広告代理店] (求人広告担当)	・ここ数年、景気が良くなると言われているが実感はないので、恐らく今後もそうであろうと思われる。	
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—