

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（企画担当）	・ 前回の消費税増税時に比べると緩やかと思われるものの、3月までは増税前の駆け込み需要が見込まれ、一時的に景気は上向くと思われる。その反面、4月以降は反動が予測される。
		百貨店（経理担当）	・ 2、3月から消費税増税前の駆け込み需要が発生すると考えているが、今月からその兆しが見られる。年初から更に需要は高まるため、景気は確実に上昇局面となる。
		百貨店（販売促進担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要で購買意欲が高まると予想している。
		百貨店（販売担当）	・ 消費税増税前の3月は駆け込み需要が間違いなく起こり、それまでは特に変化がない。長期保存ができるものや、必ず毎日使用する物に関してのまとめ買いが予想される一方、増税後の家計の厳しさを考えて、余分な物への消費はしないため、食材などの一部ぜいたく品への消費抑制は強くなる可能性が高い。
		百貨店（営業企画担当）	・ 3月までは消費税増税前の駆け込み需要が期待できるため、短期的には景気は上向きと考える。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・ 消費税増税の駆け込み需要の影響で、3月までは単純に売上増が見込める。
		家電量販店（店員）	・ 消費税増税前の駆け込み需要で忙しくなりそうである。
		家電量販店（店員）	・ 消費税増税を目前にしているため、2、3月は駆け込み需要で良くなるように思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・ 今後は消費税増税の影響も重なり、3月までは好調が予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・ 1月にモデルチェンジする車の予約も順調に入っており、消費税増税前の3月までは前年以上の販売増加が見込まれる。
		乗用車販売店（総務担当）	・ 3月までは消費税増税前の駆け込み需要が大きいと思われる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		商店街（代表者）	・ 客の様子からは若干ながら購買意欲の向上がみられ、景気は良くなるように思われる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・ 小売業では、消費税増税前の駆け込み需要で少しは良くなる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・ 今後インフルエンザが流行すると、薬・マスク・栄養剤などの売上が伸びる。ただし、ファッション、書籍などの他業種の店長の話では、地方都市においては、アベノミクスで何の恩恵もないとの嘆きが聞こえる。年末セールも例年に比べ、来客数が減少している。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・ 客の様子では、購買の内容などから先行き明るく感じる。
		百貨店（売場主任）	・ 年明け早々クリアランスセールが始まり忙しくなる。1月から値上げのブランドもあり、客からの問い合わせもある。消費税増税前に購入しておこうという客もあり売上が増加するであろう。
		百貨店（販売担当）	・ 3月半ば頃には消費税増税前の駆け込み需要が最も見込める。逆にそれ以降は大幅に落ち込む。
		百貨店（経営企画担当）	・ 高額品需要に加えて消費税増税前の駆け込み需要もそろそろ動き出し、プラスアルファが見込まれる。
百貨店（販売担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要が見込める一方、買い控えも予想される。増税後は更に厳しくなるので増税前のうちに売上増加を期待したい。		
百貨店（販売担当）	・ クリスマスギフトの需要が思ったよりも大きく、購買意欲はあると思われる。		
スーパー（経営者）	・ 当地は5月くらいまでは遷宮の効果で景気が良いと思う。		
スーパー（店長）	・ 雰囲気としては、良くなっていく感じがしている。ただし、消費税増税後、客の心理がどのように動くかが心配である。		
スーパー（店長）	・ 消費税増税を前に消費拡大の傾向が続くと思われる。食品に関してもほぼ同じと思われる。		
スーパー（店員）	・ アベノミクスの効果を感じはじめている。今のまま好調を維持できると思うが、消費税増税前にメディアで節約を話題とするニュースが取り上げられると、消費者マインドがマイナスに転じはしないかが気がかりである。		
スーパー（総務担当）	・ クリスマスケーキの販売量が、前年を5%程上回っている。		
コンビニ（店長）	・ 発泡酒、第3のビールに比べ、本当のビール類が売上を伸ばしており、少し明るい兆しがある。		

衣料品専門店（販売企画担当）	・商品の注文が入り始めている。
家電量販店（店員）	・消費税増税に向かって日本中が動いていく。身の回りも動いていく。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で3か月先までは景気が良い状況が続くが、その後は不透明である。
乗用車販売店（従業員）	・これからの3か月が勝負どころである。消費税増税前の駆け込み需要の発生で、前年をはるかに上回る注文が入ると思われる。工場への在庫やタイヤなどの部用品の販売も、消費税増税前にかなり増えることを期待している。
乗用車販売店（従業員）	・2～3か月は消費税増税前の駆け込み需要があり、まだ多少良い状況が続く。ただ、消費税増税後の反動がどのくらい出るのかは、怖さを感じる。
乗用車販売店（従業員）	・例年と比べると販売量にしても客のアクセスにしても動きが出ている途中で、漠然とではあるが少し良くなるのではないかと見込む。
乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の顕在化が、実績にも反映してきている。
住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、建築業界全体が、新築物件、リフォーム物件の追い込みに入ってきている。また、個人客のカーテン、リフォーム需要についても、3月までに納品・完成したいという案件が増えている。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要による。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待される。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税を控えて一時的に売上が上昇してくると考えられる。
一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなってきているなか、企業が採用を積極的に行うため、当地区では人材の採用が難しくなっている。
観光型ホテル（販売担当）	・もともと年間を通じて一番ボトムになる時期ではあるが、祝賀会を2件ほど受注することができたため、現時点では予算クリアが望めそうである。
都市型ホテル（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増える。
都市型ホテル（営業担当）	・悪くなる要素は消費税だけで他は見当たらない。中小企業まで少し好景気が回ってきたのかもしれない。
旅行代理店（経営者）	・4月に消費税が増税されるため、3月まではやや上向きになる。
旅行代理店（経営者）	・早くも、ゴールデンウィーク・夏休みの家族旅行先を検討している客が多い。寒い1月や2月は動きが悪いなかでも、連休がらみの週末の海外行きは混雑している。暖かい旅行先が好調である。
通信会社（サービス担当）	・価格の値下げにより加入しやすくなったため、既存のブロードバンドサービスから光回線へ乗換えをする客が増えている。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護ベッドのトップメーカーが新商品を発売する。発売当初からその商品の台数を確保できるため、その商品力で受注量増加を目標に取り組む。
設計事務所（経営者）	・止まったままであった案件が少しずつ動き始めている。
変わらない 商店街（代表者）	・消費税増税の直前には駆け込み需要が少なからずあるはずなので、好調だった今月と同程度くらいに売上も増えると思われている。
商店街（代表者）	・必要以外の物を買わない傾向が続いている。自分のための消費が伸びてこないと販売量、売上高の増加につながらない。
商店街（代表者）	・法人関係の注文が増えてこない状況なので、当面は現状が続く。
商店街（代表者）	・消費税増税前の最後の駆け込み需要があるのではないかと見込む。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・現在の状況がゴールデンウィークまでは持続する。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・大変ありがたいことではあるが、これ以上当地に客が来ても対応できないレベルで推移している。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・年金生活者の客などは、高額商品は買わない。すべての人が景気が良いわけではない。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・地方では工場関係も都心部のように給料が上がらない。事業者ではしばらく様子見が続き、地方に景況の上昇感が表れるのはもう少し先である。

一般小売店〔食品〕 (経営者)	・12月は年末の要素で数字が多少上向き、一見景気が良くなっているように感じるが、基本的に賃金は上がっていない状態であるため、年が明けると元の生活に戻る。景気の先行きはまだまだ横ばいの状態が続く。
一般小売店〔書店〕 (経営者)	・都会では、アベノミクスの効果でそれなりにボーナスが出ているところもあるかもしれないが、地方では変わったというイメージはほとんどない。
一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは状況は変わらない。
一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・大企業と自動車産業等一部に向けては販売量がやや上向ってきているが、小売営業においてはまだまだ需要が戻ってきておらず、不安定である。
百貨店(売場主任)	・日用品の購入に関してシビアな姿勢は変わらない。依然として財布のひもは堅く、購買意欲は感じられない。
百貨店(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要に期待はするが、全体の流れは変わらない。
スーパー(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が3月には増える。円安を受け輸出が伸びる自動車産業等は良いが、輸出と関係ない国内市場中心の中小企業との差は大きく、利益の差は更に大きくなる。今後とも弱小中小企業は倒産、廃業に追い込まれ、消費税増税により更に企業の廃業、倒産が増える。
スーパー(店長)	・食品の仕入れ価格が相次いで高騰しているが、簡単には売価に反映ができない。競合店の価格をにらみながら設定する必要があり、利益確保が大変厳しい状況が続いている。今後、消費税増税前の駆け込み需要は考えられるが、ディスカウント販売が更に加速し、利益圧迫は必至の状況となる。
スーパー(店員)	・客の取り合いのため来客数が増えていくことは難しい。購入も必要な分だけという状況であり、なかなか景気の良い状況にはなっていない。
スーパー(営業担当)	・消費税増税のリスクもあり、消費は拡大しているようには思えない。
スーパー(商品開発担当)	・消費税増税までは現状と変わらないと予想する。
スーパー(支店長)	・現場では厳しい状況が続く。中小零細企業は年明けには更に厳しくなるだろう。
コンビニ(企画担当)	・近隣国中国との緊張関係が大きな懸念材料である。しかし、海外からの旅行者や全体的な輸出や輸入などでマイナスの報道をあまり耳にしない。
コンビニ(店長)	・消費税増税まではこのままの状態が続くそうである。直前に多少の需要アップがあるのではと見込む。
コンビニ(エリア担当)	・当面は今月と同様に売上が前年を超える状況が続く。
コンビニ(エリア担当)	・消費税増税による一部商品での値上げ等があり、一時的に改善されるかもしれないが、基本的にコンビニ業界への影響は少なく現状維持が予想される。
コンビニ(店長)	・周りの環境から多少なりとも景気は良くなっているように感じているが、4月には消費税増税も控えており、消費についてはそれほど伸びないと思っている。
衣料品専門店(経営者)	・天候の影響で春の訪れが遅くなると、春物商品の動きが遅くなる。
乗用車販売店(経営者)	・変化要因が見当たらない。
乗用車販売店(経営者)	・特に良くなる要素が見受けられない。
スナック(経営者)	・来年は消費税増税もあるため、しばらくは様子を見る傾向にある。しかし業績向上の企業もあると聞いているため、良くなっていくのではないかと期待している。
観光型ホテル(経営者)	・2、3月の予約状況が、9月に比べて8~10%伸び良くなっている。この状況が持続する。
都市型ホテル(従業員)	予約数の推移から判断して、景気の現状は変わらない。
都市型ホテル(支配人)	・客単価上昇ができるかがカギである。一方、光熱費や輸入食材等の値上げの影響は食い止められず、収益を圧迫している。
旅行代理店(経営者)	・消費税増税前の駆け込みによる特需があまり感じられない。円安の加速も早く先が読めないため、地方が潤うのはもう少し先になる。
旅行代理店(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要よりも、少子高齢化が影響すると思われる。海外観光客の取り込みを中小旅行者者としてどのように行えるのかが今後の勝負である。
旅行代理店(従業員)	・消費税増税による駆け込み需要が多少は見込めるかと思うが、余力が旅行にそれほどまわってこない。

	旅行代理店（従業員）	・初詣の旅行客は遷宮の関係で増加気味であるが、ソチ冬期オリンピックの需要はあまり期待できず、3月の卒業旅行需要も、今のところ大きな増加は感じられない。国内で大きなイベントがあれば関連需要があるが、今期は特にそのようなものもなく、現状維持が続く。
	タクシー運転手	・良くなったという言葉は耳にするが、実際に街なかの飲食店、繁華街の動きは良くない。12月は、木、金曜日には多少人が出て、平日は10、11月の平日と変わらないくらいであり人も非常に少ない。
	タクシー運転手	・今は12月で活気があるが、またすぐ元に戻る。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み受注のため、3月末まではこのまま変わらない。
	テーマパーク（職員）	・外国人旅行者数は良いものの、中部圏では伸びていない状況なのであまり変化が期待できない。
	ゴルフ場（企画担当）	・2月の入場者予約数は、前年同日を下回っているゴルフ場が多い。寒い日が続くと予約が鈍る傾向がある。今の段階では2～3か月先の見通しは立てづらいが、今月とあまり変わりなく推移していくと考えている。
	設計事務所（職員）	・アベノミクスや消費税増税の影響で、先行きは不透明である。
	住宅販売会社（従業員）	・職人不足により契約単価が高騰している。また職人不足により工期が伸びている。契約金額の高騰で受注の足踏みが懸念される。
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・状況は悪いなりに年明けから繁忙期に入るため、先行きに期待はしている。
やや悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税を前に消費者は金の使い方にますます厳しくメリハリをつけていく。余分な支出となる外食や飲む機会が増えるのは難しい。会社の接待等についても、メリハリをつける傾向がある。外食需要が減るため厳しい状況が続いていく。
	スーパー（経営者）	・ギリ貧状態が徐々に進んでいる。
	スーパー（店長）	・消費税増税を控えて高額な商品が動く。その分食品については厳しい状況になる。いろいろな商品での値上げも絡んでいるため、食品は非常に厳しい状況になる。
	スーパー（販売促進担当）	・平成21年以降、毎年競合店が相次いで出店しており、来客数の減少が止まらない状況である。
	スーパー（営業企画）	・消費税増税に向けて、消費頻度の高い商品については、今後更に堅実な消費傾向が強くなると思われる。高額な耐久消費財は一時的に上向くと思われるが、スーパーマーケットには恩恵は薄い。
	コンビニ（エリア担当）	・売上は少しずつではあるが伸長基調である。しかし、競争店の出店により一定割合の店舗が大打撃を受けることにより、トータルではやや悪くなると考える。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税が増税されるが、コンビニに置いてある商品は駆け込みで事前に関われるということはない。逆に消費税増税後は、商品の値段が高くなってしまい、今まで以上に売れなくなってくる。
	コンビニ（店長）	・例年の傾向であるが、年未年始が終わった後は、買上単価、買上個数ともに落ちる。
	コンビニ（商品開発担当）	・景気回復の兆候がみられない。付加価値のある商品に対する購買意欲は感じられるが、反面、普段使用する商品に対する目や購買行動は厳しい。消費税増税も控えプラス要素が乏しい。
	乗用車販売店（従業員）	・ハイブリッド車両は、消費税増税の影響がほぼそのまま客の負担となる。受注落ち込みの対策として新型車両が投入されるが、実際に消費税増税後の客の動きがどうなるかは読めない。既に人気車両は3月までの登録可能台数を超過しているので、これからの市場環境は非常に厳しくなる。
	乗用車販売店（販売担当）	・決算期を過ぎて、1月から3月は販売量の動きが鈍くなる。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税が控えている。
	高級レストラン（役員）	・消費税増税直前となり、個人消費は耐久消費財への支出のため、高単価な外食には抑制的になると思われる。4月以降は企業接待の増加への期待感があるが、不透明感が強い。
	スナック（経営者）	・例年通りとは期待できない。消費税増税に向けて支出の引き締めがある。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税を前にして、買い込むよりは恐らく買い控えに走ることが考えられる。
都市型ホテル（経営者）	・消費の伸びが今一つである。	

		旅行代理店（経営者）	・消費税増税までは、このまま推移していく。4月以降の受注も発注が間際になる予想をしている。
		タクシー運転手	・2、3月頃は人の集まりや催し物も少なくなり、夜の客も12月よりは少なくなる。今よりは悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・新規加入時の初期費用を無料としているため、消費税増税前の駆け込み需要はあまり期待できない。消費者は増税に備えて毎月の支出を抑える方向に動く。
		観光名所（案内係）	・消費税増税のため、消費者は貯蓄をするなど金を使わない方向に動く。
		パチンコ店（経営者）	・薄利多売の営業形態が業界全体に広がっている。
		理美容室（経営者）	・客との話では、消費税増税を気にする話題ばかりである。
		美顔美容室（経営者）	・これから3月末まではこれといったキャンペーンがないため、例年通り売上がダウンする。
		美容室（経営者）	・消費税増税のため、今までの料金より3%分上乘せしなければならず、客は大変になる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・ベテランスタッフが退職する予定であり、マイナスの影響が予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・新築住宅を新たに検討中の客との契約には、消費税増税後の反動と部材や材料の高騰が収まるまでは、営業的に時間がかかると思われる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・どの契約でも客にはかなり慎重な姿勢がうかがえ、全体的に受注単価の上昇はまだ先で、報道で言われるほど景気が回復したとは思わない。
	悪くなる	一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要では、外食等にかかる金は使われない。
		美容室（経営者）	・1～3月は寒いため客の出足が悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅は価格が高いため、消費税増税分の3%が大きなウェイトを占める。それによって売行きにかなりブレーキがかかる。
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。
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・海外競合企業から注文を取り戻した製品は、とりあえず3か月先までの発注見込みを得ているので、売上の伸びが期待できる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・米国はじめ多くの国では1月から新年度が始まるため、例年、新年度予算が組まれることにより設備投資欲が回復してくる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税前の需要の先取りもあり、2013年度中は順調に推移すると思われる。消費税増税後については現時点ではわからない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円安傾向が続けば好影響がある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・現在の環境が非常に悪いので、期待を込めて良くなると思いたい。価格（コスト）だけでなく、提供する品質（パフォーマンス）を重視してほしい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客との話からは、消費税増税前の駆け込み需要で1～3月くらいまでは現状に比べると若干は物が動くのではないと思われる。ただ、販売価格に関しては非常に厳しいものがあり、需要の増加というよりは前倒しになる程度である。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・104円という円安のため、完成車メーカーの輸出が増えていく。消費税増税前の駆け込み需要により、3月ごろまでは景気が良い。
		輸送業（従業員）	・景気が良いのは消費税が現行の3月末までで、それ以降はその反動もありしばらく低迷が予想される。輸入原材料や石油製品が値上がりしており、輸送業界では厳しい経営が続く。高速道路の実質値上げは、観光業界にも影響が大きい。
		輸送業（エリア担当）	・荷物の伸びが安定してきている。今後は経費も調節ができそうである。
		輸送業（エリア担当）	・輸入、輸出ともに増加しているのは、景気が良くなっている証拠と判断できる。
		金融業（従業員）	・自動車産業において生産量に大きな増加はないが、建築関係や小売業に関して、比較的良好傾向にある。
		金融業（法人営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に伴う自動車増産から、当面、素材・部品メーカーでの生産増加が見込まれる。
		企業広告制作業（経営者）	・近隣諸国との関係悪化が問題である。
		会計事務所（職員）	・消費税増税前ということもあり、この2、3か月は年度末とともに消費が活発化し、景気は良くなる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・消費税増税やパソコンの主要OS（基本ソフト）のサポート終了のため、パソコンやソフトの買換え需要が発生する。NISA（少額投資非課税制度）で投資を始めたいという話も耳にする。消費に積極的になる傾向が出てきている。

	その他サービス業〔ソフト開発〕(社員)	・IT投資についても徐々に増えつつある。基幹系システムの再構築など大型案件についても引き合いが発生しつつある。
変わらない	食料品製造業(経営企画担当)	・消費税増税が消費マインドに与える影響を懸念する。特に生活必需品では必要な物しか購入しなくなる傾向が強まる。安定した実績が見込める定番商品のウエイトが高まり、新たな需要を生むであろう新商品が育ちづらい環境となることが予測される。
	紙加工品〔段ボール〕製造業(経営者)	・来年度から仕入れ材料価格が上昇する可能性もあるので、良くなる状況は考えにくい。
	化学工業(人事担当)	・基本的に日本経済は少しずつ良くなっており、多くの会社で賃上げ、ボーナスの増額が期待される。ただし消費税増税があるので、しばらくは現状のまま変わらない。
	鉄鋼業(経営者)	・消費税増税前の駆け込みなども予想されるため、需要は堅調であろうと予想されるが、実際の需要(当社への注文)を持っている客はまだ少ない。
	金属製品製造業(経営者)	・引き合いの量はさほど増加しておらず、ほぼ横ばいの状況である。
	金属製品製造業(従業員)	・上り調子とまではいかないが、受注単価が下がらないなど、少しずつ回復傾向がうかがえる。
	一般機械器具製造業(経理担当)	・受注量、販売量が変わらない。
	電気機械器具製造業(経営者)	・消費税増税前の3月に向けてパーラー業界の設備投資が期待できるために、2、3月も同様の売上が期待できる。
	輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	・客先や自社の社内でも、景気回復の兆しが見えてきている。この状態が春先まで続く。
	輸送用機械器具製造業(経理担当)	・販売予測にあまり変動がない。
	建設業(営業担当)	・県内で当業種はまだ守られている部分があるが、役所など公共施設でも下水道管につながると状況は変わり、大型の清掃業務がなくなっていくため、その部分の需要は減る。山間部では変わらず浄化槽が健在であるため、良い悪いのどちらとも言えない。
	輸送業(経営者)	・3月までは、この調子が続くともっている。
	輸送業(エリア担当)	・荷物が動き出して来たので備車(車両不足等の際に他社から借りる車両)を集めるのに苦労している。燃料となる軽油が高止まりしていて、会社の収支内容は苦しい。
	輸送業(エリア担当)	・原料費や人件費、資材費の値上がりがいっている業種に及んできている。コスト上昇は運賃や品物価格の上昇につながるが、それが利益を生み出すわけではない。コストが上がっているから価格が上がっているだけであり、利益幅は全く変わっておらず、景気回復は全く見込めない。
	通信会社(法人営業担当)	・庶民の財布のひもは堅い。
	金融業(企画担当)	・当面は円安、株高が続くことにより個人の資産は増加していくため、消費も引き続き相応に活発となるとみられる。
	不動産業(経営者)	・不動産売買よりも建設投資が増えると見込まれるため変わらない。
	不動産業(用地仕入)	・2、3か月の短いスパンで景気を左右するような事柄は考えられない。
	不動産業(管理担当)	・中小企業の事務所物件の需要はまだ動いていない。アベノミクスの効果が表れるまで、まだ少し時間がかかる。
	広告代理店(制作担当)	・消費税増税前の駆け込み等で、広告量は多少は増えそうであるが、相変わらず利得的には薄い状態が続くそうである。
経営コンサルタント	・従業員の給料が上がらない状況であるため、消費税増税後の先行きが心配である。富裕層では、株や不動産の資産価値向上の効果もあり消費の面でも二極化が進む。	
公認会計士	・売上高増加やマインド向上はみられるが、中小企業の収益性は向上していない。むしろ材料高や電気料金値上げ等のコストアップ要因が見え始めている。そういう点から、消費等はそれほど増加しない。	
その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	・一層の円安が進んでおり、日本にとって貿易収支の大幅な悪化がとて心配である。原材料の高騰は中小企業にとってダメージが大きく、価格転嫁が難しい企業は倒産となる。より細やかな金融支援が必要である。	
やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	・年初早々原材料の値上げがあり、一方で取引先への価格転嫁は難しく、厳しい状況になる。
	印刷業(営業担当)	・この1年、売上が前年同期を上回った月がない。周囲でも良い話は全くなく、倒産する会社もあとよく聞く。中小企業に関しては全く良い話はない。消費税増税により更に怖い状況になっていく。

		建設業（経営者）	・せっかく景気回復が軌道に乗りつつあるのに、消費税増税で腰折れすることを懸念している。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税増税を前に既に始まっている購読中止をどこで止めることができるかが課題である。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月以降減産することだけは確かであるが、どうなるか全くわからない。ある取引先は半減との情報があり、1割減という話もあったりで、情報が錯綜している。
雇用 関連 (東海)	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、国内の新車販売数も増加の予想である。生産体制も年明けから増える見込みである。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求職者の再就職するスピードが以前より早くなり、企業の採用が活発になっている。
		人材派遣会社（支店長）	・自動車メーカーや自動車部品メーカー各社の人事担当者からの、業務繁忙による人材の引き合いは今後も継続する見込みという話や、例年の年間での求人動向からも回復に向かって動くと考えられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・株価は数か月先の景気を表すとも言われており、期待も込めてやや良くなるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と株価上昇を受けてやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・大型スーパーの出店や野菜カット工場の進出等に伴う従業員の確保のため、求人活動全体が活発である。採用条件の改善など求職者に有利になることが考えられ、現従業員にも少なからず労働条件改善等の兆しがある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が増加する一方で新規求職者数が減少している。若干ではあるが正社員求人数が増加している。
		職業安定所（職員）	・底堅い消費を反映して、宿泊・飲食業の求人が前年同月比で4か月連続増加している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・今後1～3月にかけて採用活動を強化して4月1日入社に間に合わせたいと考える企業が増えている。この時期には即戦力となる中途入社を採用を求める企業が増える傾向がある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により景気が上向き可能性が高い。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・2015年度卒業生の採用活動が始まっている。前年のこの時期には、まだまだ前年の就活生がたくさんいたが今年はさほどみられず、採用枠の拡大を感じる。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・求人広告やその他の広告に関しても、急激に増えることは当面ないと思うが、転職イベントなどについては、出展社数も以前に比べると増えており、好調のようである。	
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・同業者の話でも、派遣登録する人がほとんど集まらないとのことである。提供できる人材が不足しているため売上が増加しない。企業でも人を育てるという意識が欠けており、ピンポイントの条件の募集しか行わないという状況が続いている。	
	人材派遣会社（社員）	・有効求人倍率の上昇から雇用が増えてきているが、消費税増税による消費の落ち込みが懸念される。	
	人材派遣会社（営業担当）	・今年度中は現状維持と見込まれる。一方、来年度は消費税増税に伴う景気回復の足踏みを懸念する声や、商談の場でも話題に上がっている。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気が好転するような兆しが見られない。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同期比で2けた増加しているが、前月比では横ばい状態である。	
	職業安定所（職員）	・新規求人において、賃金は前年度と比較すると建設業・製造業の一部でしか上昇していない。また、パート求人においては、全業種で比較すると前年度から40円程度、時間給の落ち込みがある。	
	職業安定所（職員）	・大手企業は円安の効果で良くなるかもしれないが、当所の管内は中小企業が多いので大手ほど収益を上げておらず、現状維持が精一杯の状況である。	
	職業安定所（職員）	・基幹産業である製造業は、消費税増税までの期間は生産量を増やしており、臨時、派遣スタッフを雇用しているところもあり、求人増加の要因となっている。4月以降の反動がどれくらいかを予想するのは難しいが、このまま景気回復につながると感じている企業は少ない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今の時期が良すぎたせいか、少し悪くなるように感じられる。	
悪くなる	-	-	