

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）	・オリンピックの開催が決まり、その効果で景気はどんどん良くなる。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が発生するのは2、3月からと考えていたが、年末あたりからその兆しがみられ、年度末に向けて需要は更に高まり、景気は確実に上昇局面となる。
		百貨店（販売促進担当）	・3月末まではアベノミクスの効果や消費税増税前の駆け込み需要による好景気が続くと予測している。
		百貨店（販売担当）	・3月中は消費税増税前の駆け込み需要が高まり、これまでの高額な耐久消費財よりも、むしろ日常使用するものの購買が活発になる。特に女性には生活防衛本能が働き、支出すべきものと抑えるものが区別され、売れるものと売れないものの差がはっきりと表れる。
		スーパー（販売担当）	・4月から消費税が増税となるため、駆け込み需要が見込める。
		コンビニ（店長）	・暖かくなって人出が増えてくる。新入学生や新入社員等がいるため、希望的観測を含めて良くなるとみる。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・2、3月に関しては、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化するため、前年をはるかに上回る販売台数を記録する可能性がある。フェアの期間に関係なく、新車を検討している客の来店が多くなっている。また、中古車市場が高騰しているため、新車を購入する客が増えてきているのも最近にはなかった状況である。
	やや良くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・消費税率が上がる前に駆け込み需要があるという声の一方で、変わらないという声もよく聞く。冷静に判断している消費者も多いようであり、消費税増税前の駆け込み需要は考えていない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・1～3か月先は、消費税が増税となるため自分のためのプレゼント需要は増える。しかし、反動による落ち込みもあるためプラスマイナスでは変わらない。自分への消費は増えているが、全体的なプレゼント需要は減っている状況である。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税前までは引き続き単価の上昇傾向が続き、売上は好調に推移する。
		百貨店（経営企画担当）	・少しずつ消費税増税前の駆け込み需要などを感じられるようになってくるとともに、紳士物を中心に衣料品の動きも例年になく良い。良くなる伸びしろがあると感じる。
		百貨店（販売担当）	・正月の来店客数は予想より多く、客からは購買意欲を感じる。
		スーパー（店長）	・消費税率が上がるまでは、このままの良いムードが更に良くなっていくように感じられる。
		スーパー（店長）	・当地は自動車産業の城下町であるが、春闘ではペースアップも予想され今後の景気に好材料と考えられる。
		スーパー（店員）	・消費税増税後の影響がどう出るか様子見が必要である。しかし今の様子をみていると、極端な反動は出ないように思う。
		スーパー（総務担当）	・年末の食品全体の売上は前年並みを維持している。節分の恵方巻の予約数も、現在のところ好調に推移している。
		スーパー（支店長）	・アベノミクスの効果と消費税増税前の駆け込み需要で、さらに上昇する可能性を感じる。
コンビニ（店長）	・消費税率アップ前の駆け込み需要があると期待している。		
衣料品専門店（経営者）	・これから気候が良くなってくると、来客数が増えてくる。		
家電量販店（店員）	・消費税増税前には買換え需要が多くありそうである。現段階では4月からの反動減は予測できない。		
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税までは駆け込み需要で伸びる。		
乗用車販売店（従業員）	・3月までは消費税増税の駆け込み需要があり景気は良くなる方向であるが、その先は一旦反動がある。		
住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が、新築住宅、分譲住宅、リフォーム物件等で増大している。また、官公庁工事を含め建築物の新築工事が多くなっている。		
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・3月中は、消費税増税に伴う駆け込み需要がある。		
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前であることも手伝って、衝動買いに走っているところがある。		

	都市型ホテル（支配人）	・取引先からは、忙しくなったとの声を聞く。円安などで仕入価格がじりじり上がっているが、価格転嫁が進まない。
	通信会社（サービス担当）	・年度替わりに伴い、転勤等の移転とともに新規申込が増えるので、今よりは良くなる。
	通信会社（営業担当）	・設備の増設とともに同機能で安価な設備への投資が重なり、引き続き増加傾向が続く。
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・春に向けての新規需要に期待する。
	住宅販売会社（従業員）	・製造業の業績向上から購買意欲は上がってきている。今後2～3か月の間は期待ができる。
	その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・年度末にかけて、官庁関係並びに一般住宅でも受注量が増えてきている。
変わらない	商店街（代表者）	・客の状況をみていると、消費税増税前の駆け込み需要はあまり期待できないように感じる。誰も余裕がないように感じる。
	商店街（代表者）	・客の様子をみると、必要なものは買うがそれ以外の物はほとんど動いていない。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・前年ほどではないが、今年も前半は運営効果により来客の底上げは間違いない。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・暮らしが厳しくなると花にまで金をかける余裕がないのかもしれない。消費税率が上がれば、それがもっと顕著に表れる。
	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは大きくは変わらない。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税前で高額品は動きが良いが、日用品はあくまで無理をしない程度の消費が続いている。
	百貨店（経理担当）	・3月末までは宝飾品等の高額品で消費税増税前の駆け込み需要が期待されるが、4月以降の落ち込みの方が大きいと予想される。
	スーパー（経営者）	・消費税増税に伴い、現状維持ができれば良い方かと思う。
	スーパー（経営者）	・ここ数か月続いていたジリ貧状態は止まったが、一部の飲食店では非常に厳しい年明けとなっている。現状の悪い状況は変わらない。
	スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は高まるものの、3月と4月とでプラスマイナスゼロとなる。消費税増税後の方が、より一層節約志向が高まり、消費減退が予測される。
	スーパー（営業担当）	・消費税増税前の需要増加は予測できるものの、その後については期待できない状態である。
	スーパー（販売促進担当）	・競合の出店の影響が大きく、しばらくは売上に影響が続く。
	スーパー（商品開発担当）	・消費税増税を控えており、大きな改善は見込めない。ただし、消費税増税により外食が減ればSM（スーパーマーケット）での買物が増えることも予想され、トータルでは変わらない。
	コンビニ（エリア担当）	・今月の状況から当面変化はなく継続する。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税が増税となるが、CVS（コンビニエンスストア）への影響は低いと予想する。たばこの値上げが予定されているが値上げ幅は小さいため、買いだめなど購買に影響する度合いは低く大きな期待はできない。
	コンビニ（エリア担当）	・3月に一部商品では消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、全体では大きな影響はない。
	コンビニ（店長）	・大企業での賃上げがマスコミを賑わしているが、中小企業に波及する可能性は今のところ不透明である。景気が良くなって皆が消費に向かうようになるとは、今のところまだ考えられない。
	衣料品専門店（販売企画担当）	・介護商品は数字が伸びているが、一般衣料は、ブランド品も含め減少傾向である。
	乗用車販売店（総務担当）	・3月末までは消費税増税前の駆け込み需要が続くものと思う。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・販売量は前年比でマイナス4%、来客数は前年比でマイナス4.2%である。
一般レストラン（従業員）	・今後、ソチオリンピックやサッカーワールドカップのスポーツ中継があるが、店の営業時間帯に生中継放送があると客が来ないため心配である。	
スナック（経営者）	・消費税増税が近づくため、夜の遊興費にける小遣いはますます厳しくなる。	
観光型ホテル（販売担当）	・年度末を迎える3月までの予約状況は良いが、新年度の4月からについては、今現在では何とも言えない。	

都市型ホテル（従業員）	・予約数から、変わらないと判断している。	
都市型ホテル（経理担当）	・宿泊・宴会関係の需要は、ほぼ前年並みである。	
旅行代理店（経営者）	・国内ではインフルエンザやノロウイルス等の問題、海外では政情等の問題で、人の動きがあまり活発でないように見える。消費税率が上がる前の駆け込み需要は、あまり感じられない。	
旅行代理店（経営者）	・4月以降の新商品は、交通運賃や空港税引上げなど少しずつすべてが値上げされる感じである、8%の消費税率により、景気がすぐに良くなるとは考えられないので、現状は変わらない。	
旅行代理店（経営者）	・人手不足が既に様々なところで起き始めており、それが逆にコスト高に繋がっている。根本的な需給バランスの均衡が取れていない業界では、目先の景気では判断はできない。住宅業界等のほか、消費税増税前の駆け込み需要にも既に反動が出ている。地方では、マスコミが言うほど景気が回復していくとは考えられない。	
旅行代理店（経営者）	・消費税増税のために手控えている感があり、3月中旬を越えないと、旅行業界への受注は少ない。	
旅行代理店（従業員）	・近隣国で発症している鳥インフルエンザがこれ以上広がらないことを期待する。4月の消費税増税により旅行業界は冷え込むであろう。	
旅行代理店（従業員）	・旅行需要は増加傾向であるが、消費税増税に伴うコスト増にはシビアに反応し、財布のひもを固くする感が否めない。税率3%の増加分何かを減らして旅行代金を現行の予算で抑えようとする考えの幹事役が多い。販売量は増えても収入減となり悪循環を招きかねない。	
タクシー運転手	・夜の繁華街では、ぜいたくなどではなく酒を飲みに来る人が減っている。この状況は何が月も変わりがない。	
タクシー運転手	・ニュースなどで、一部業界で今年はベースアップがありボーナスも大幅アップの見込みと報じられているが、大手企業ではムードがかなり良くなっているが、裾野の中小企業ではまだまだ厳しい状況であるため、全体ではあまり変わらない。	
テーマパーク（職員）	・予約の流れは続いているので変わらない。	
ゴルフ場（企画担当）	・3月の入場者予約数は前年同日比の予約数を大きく上回っており、今月と同様好調に推移する。3月以降は雪の確率も少なくなるため、入場者に関しては予算をクリアすると思われる。	
美容室（経営者）	・12月にパーマをかけているため足元は悪くはなるが、3か月先は春になるので、良くなってもらいたい。今月のように先行きも客足が悪いと非常に困る。	
設計事務所（経営者）	・企業案件には多少の動きはあるものの規模が小さく、設計料も低く抑えられてしまう。住宅案件は、ほとんどプレハブ業者へ流れていく。	
住宅販売会社（従業員）	・建築業界では消費税増税に伴う受注増となっはいるが、施工業者不足による販売価格の高騰で受注減が心配される。	
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・消費税率引上げの影響により、来客数・成約数ともに減少すると思われるが、一時的なものと想定している。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税が実施されるため、先行きは若干買い控え等が発生するのではないかと推察する。
	商店街（代表者）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要が多少なりともみられるだろうが、4月の増税直後は買い控えが多くなりそうである。総合的にみると消費活動は沈静化し、景気は再度悪化の方向に向かう。
	商店街（代表者）	・まんじゅうなどのし好品に対しては、一番初めに消費者が財布のひもを固くする。
	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・消費税の増税が影響する。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・中小企業経営者は、ほとんどが不景気と言っている。客のふところが温まり消費に回っている感じは全くない。老人医療費も現在の1割負担が2割になるが、1割増と言ったことではなく思えるが、受診者の負担は倍になるのだから大変なことである。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮が終わり、これから神宮参拝の足が遠のいていくことは必至である。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・3月末くらいまでは現状の景気で推移する。一部の業種を除けば賃金引上げは厳しい上に、輸入原材料も高止まりの状態である。この状況では4月の消費税増税を機に景気は落ち込み、落ち込みはしばらく続かざるを得ない。

百貨店（売場主任）	・今から消費税増税前に高い靴を買っておこうとする客が多い。1月末にはクリアランス商品も縮小し2月はまた春物も出ておらず品薄状態になるため、売上は減少する。3月になると春物商品が出てくるため、少しは売上が回復するかもしれないが厳しく、これからは落ちると思う。
スーパー（経営者）	・4月から消費税が増税となり駆け込み需要が終わった後には消費が低迷する。消費税増税と年金引下げがダブルで家計に影響し、生活者は節約志向となり消費は一段と厳しくなるため、景気は短期的にはやや悪くなる。
スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があると思うが、それ以降は逆に少し冷え込むと予測する。また各種の値上げが次々と発表されており、今後も続けば非常に厳しい状況が継続すると感じる。
スーパー（営業企画）	・消費税率の引き上げ直前までは耐久消費財や高額商品に家計支出が向かい、食料品を扱う業種では、駆け込みによる特需の恩恵はほとんどない。4月以降しばらくは買い控えが顕著になり、消費は冷え込む。
コンビニ（企画担当）	・消費税増税の影響は、日用品や食料品では短期間だと思う。まとめ買いと言っても、生鮮品は長くは持たないため、せいぜい2週間分、グロサリー（日配食品など食品雑貨）で1か月分というところである。高額品は半年以上にわたって大きく落ち込む。
コンビニ（店長）	・給与の引上げは大企業だけで中小企業には無関係という人が多い。消費税増税の影響で、たばこを始め消費が落ち込む。
コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税による買い控えの発生で、来店頻度の低下が予想される。
家電量販店（店員）	・消費税増税後、4～6月くらいまでは家電製品の販売にかなり影響があると思われる。全体では10%以上の落ち込みを予測する。
家電量販店（店員）	・円安による海外での動向も影響するかもしれないが、国内的には、消費税増税による駆け込み需要後の節約ムードが一番心配である。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の効果も2月までと思われる。3月以降から4月に入れば、一気に落ち込んでいくことが予想される。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税を頭に浮かべ、必要最低限に出費を抑えることを考える人が多い。
乗用車販売店（従業員）	・3か月後には消費税が増税となるため、その影響が出てくる。
乗用車販売店（従業員）	・受注の先食いが相当あるとみられるので、4月以後の落ち込みが非常に懸念される。来年度の給料がどれくらい上がるかが問題との話をよく聞く。
乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税後の反動減は避けては通れない。
乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税により販売量が減る。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税の増税が影響する。
その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税後は、消費動向が著しく悪くなると考える。
一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・消費税の増税により売上が減る。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税で、確実に財布のひもは固くなる。
観光型ホテル（経営者）	・消費税増税により消費が上向くのか停滞するのか世間が注目している。増税後により消費者が消費に慎重になる懸念もあり、今の状況より低く推移することも十分に考えられる。消費者が経済の先行きに疑心暗鬼になり、そのような状況下で経済活動が行われるため、今よりもやや悪くなる。
都市型ホテル（経営者）	・消費税増税により消費者マインドの低下が懸念される。
旅行代理店（経営者）	・旅行業界においては消費税増税前の駆け込み需要はないようである。消費税増税後は、景気が停滞する。
通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み受注がなくなってきている。客の中では、3月中に間に合わなければ様子を見ようとする動きがある。
観光名所（案内係）	・新年度に入ると消費税増税やその他の値上げが多くなりそうである。従って、世間一般では景気は良くならない。
パチンコ店（経営者）	・業界全体での低単価・薄利多売の傾向と消費税増税を踏まえた客の支出抑制のためやや悪くなる。
理美容室（経営者）	・消費税の増税があり、景気は良くならない。

		美顔美容室（経営者）	・毎年2、3月は売上が減少する。対抗策として消費税増税前に化粧品購入を促す予定である。
		美容室（経営者）	・実際に消費税増税が実施されるにあたって、客の財布のひもは固くなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税増税の前後で、販売量の動きやコストのかけ方などが大きく変わってくると想定している。
		設計事務所（職員）	・大手企業はともかく中小企業では景気の良い話は全く聞かない上、消費税増税も気にしている状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率が上がってからのほうが、競合により値引きが期待できると考える人も多少はいるであろうが、結果的にそういった人からの発注は少なく、建築物への投資意欲は減少する。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・企業も個人も管理契約にはシビアで、企業所有者以外は、オプションを極力排除して契約を結ぶ。この先も厳しい状態が続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税が増税となるため、4月になると大幅に売上が落ちるのではと心配している。その割に3月も需要は伸びないと思う。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税により、客が外食を控える傾向がますます強まると考えられる。
		百貨店（企画担当）	・現状、売上を後押ししている要因として、いわゆるアベノミクス効果と消費税増税前の駆け込み需要が考えられるが、好調な動きを見せているのは、価格帯としては中価格帯から高価格帯のアイテムが多い。このことから数か月後には反動減が見込まれ、景気が悪くなることが予測される。
		百貨店（販売担当）	・受注商品の中には3月中の引き渡しが既に難しいものも多く、4月以降は消費税増税の影響を受けるため、大きく落ち込む。
		スーパー（店員）	・消費税が増税となるため、毎日の買物は少しでも安くしたいと思い、確実に買い方が変わる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税が控えているため、その前に多少は売上が上がるであろう。増税後は、たばこを中心にコンビニ主力商品である弁当等の価格も上がるため、より単価の安い商品が買われる。
		乗用車販売店（従業員）	・車種によっては、消費税増税前の3月納車に間に合わない車も出てきており、増税前に間に合わないなら見送ると、買い控える客も徐々に出てきている。
		高級レストラン（役員）	・法人利用は横ばいの予測であるが、個人利用は消費税増税前の耐久財・半耐久財の購買が急速に進み、その影響で高単価業態を中心に一時的な外食離れを起こすと予測する。
		一般レストラン（経営者）	・外食の頻度、使用金額が減る。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税前には多少の駆け込み需要は期待できるにせよ、消費者は賢くなってきており、トータルでの節約志向が更に加速する。
		テーマパーク（職員）	・予約などが少ない。
		理容室（経営者）	・消費者は余分な金は使わないため、これからも景気は良くなるとは思えない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税による買い控えを心配している。
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	化学工業（総務秘書）	・消費税増税の駆け込み需要の反動は、数か月の短期にすぎないとの論調が強くなり、世間もそれを受け入れている。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・先月までは米国系大手EMS（電子機器受託製造サービス）でも設備投資縮小やプロジェクトの凍結など暗い話題が多かったが、今月に入ってから新製品の問い合わせなど、設備投資に前向きな商談が増えている。
		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がほとんどみられないので、その後の落ち込みもないと予想する。また、建設業界の人手不足により、施工価格も現状を底にして徐々に上がっていくと期待する。
		輸送業（従業員）	・消費税率が上がるまでは、景気は緩やかながら好調を維持するが、引上げ後はしばらく消費全体が落ち込むと予想される。また、円安によりトラックの燃料である軽油価格の高止まりが経営を圧迫することが懸念材料である。加えて高速道路料金の実質値上げは、景気の停滞に結び付く。
		輸送業（エリア担当）	・これから数か月で人件費と燃料費のダブルコスト高も解消され、荷物の増量がそのまま利益になる。
		行政書士	・荷動きはあるが、燃料費が上がっていることとドライバー不足が大変という声を業者からは聞く。

	その他サービス業〔ソフト開発〕(社員)	・年度末に向けて予算執行が活発になり、今期中に発注の案件が増加する。
変わらない	金属製品製造業(経営者)	・見積り件数が増加していないことから、横ばいと予想する。
	金属製品製造業(従業員)	・ターミナル駅周辺再開など大型プロジェクトが端境期を迎え、仕事の谷間になる懸念がある。
	一般機械器具製造業(経理担当)	・受注量、販売量が高水準で安定している。
	電気機械器具製造業(企画担当)	・米国の金融引き締めと国内の消費税引上げの影響がどこまで表れるか不透明である。
	電気機械器具製造業(経営者)	・消費税増税前の3月までは、設備投資関係の仕事が安定してあるものと思われるため、一定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)	・客先の様子から、このまましばらくは微増の状況が続いていく。
	建設業(経営者)	・アベノミクスは大企業のための政策であり、大企業や下請企業の景気が良くならなければ、小さなリフォーム会社まで仕事が回ってこない。アベノミクスが効果を発揮して3~4年後にやっと当社のような規模の会社に仕事が回ってくるのであって、すぐには庶民を助ける力にはならない。
	建設業(営業担当)	・仕事の取引に消費税の増税が影響する。企業努力をしたところで、必ずしも増税に対応した金額はもらえない。テレビで言われるような景気の良さは、地方やサービス業では実感が乏しい。
	輸送業(経営者)	・荷主企業の各社は消費税増税による影響を読みきれない様子で、増税前後での物量変動への迅速な対応を求められても、事前に手の打ちようがない状況である。
	輸送業(エリア担当)	・燃料費が前年と比較して1リットル当たり10円60銭も値上がりし、荷動きが良くなっても帳消しである。
	輸送業(エリア担当)	・運送業界は世の中の景気の流れから2~3か月ほど後に影響を受ける傾向がある。建設業を中心としたにぎわいや受注件数の増加が当業界へ波及してくるのはまだ先であると思う。建設業の動きは製造業に結び付いているわけではないため、運輸業界に波及してくるとしても、それほど大きくない。
	通信会社(法人営業担当)	・景気の回復を実感できる状況が見通せない。
	金融業(企画担当)	・円安、株高が一服している。更なる景気回復にはもう一段の株価高、円安が必要である。
	不動産業(経営者)	・消費税増税後は一時売買を控えることになりそうだが、いずれ現状に戻らと思う。
	不動産業(用地仕入)	・今以上に景気が良くなる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賃貸事業は停滞が続いており、景気が良くなるか悪くなるかは、今後もうしばらくみてみないとわからない。
広告代理店(制作担当)	・消費税増税までは現状を維持すると思うが、4月以降はどうなるか、まだ予想がつかない状態である。	
経営コンサルタント	・地価の底入れ傾向が当地域でもみられるようになってきた。景気は底堅く推移していくと考えられるが、先行きとしてはまだまだ不安定要素が大きく、どうなるかはわからない。	
会計事務所(社会保険労務士)	・消費税増税に備えて消耗品等の買いだめをするところはあるが、一部には4月以降に在庫を安く放出するのではという期待から、4月以降の購入を考えているところもある。税率が引上げられるのだから景気が良くなるとは思わないが、極端に下がることもない。	
その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	・円安の為替相場に調整が起こるのか、当分このままの状態が続くのか判断に迷う。貿易収支の悪化をマスコミが取り上げ始めたが、収支改善には円高になることが必要であり、悪化の流れは簡単には改善されない。	
やや悪くなる	食品製造業(経営企画担当)	・消費税増税後は、消費マインドの冷え込みが避けられない。特に、嗜好品を扱う業種にとっては一層厳しい落ち込みが予測され、せめて落ち込み後からの早期の回復を期待する。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	・原材料の値上げが発表され、更に消費税が増税となるためとても厳しい状況になる。
	印刷業(営業担当)	・景気は悪くなる一方である。4月から消費税が増税されるため、それ以降も厳しい状況である。
	化学工業(総務担当)	・消費税増税前には売上がやや上向くと思うが、増税後の売上の反動減と原料価格高騰及び電力の値上げにより、利益確保が厳しくなる。

	化学工業（人事担当）	・消費税が増税になるので、景気は先行きやや悪くなる。ただし、その影響は限定的で、それよりも海外の状況や為替の影響の方が明らかに大きい。		
	窯業・土石製品製造業（社員）	・業績回復の要となっている製品はスポット的な要素が強いので、3か月後には受注量が非常に少なくなっている可能性がある。		
	鉄鋼業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み受注による盛り上がり、1月中旬以降一服している。土木建築では3月末までの工事に追われ、新たな発注がほぼゼロに近い。持続的なけん引役を失い、失速感が広がる可能性が出てきている。		
	電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税の影響による買い控えが出てきて、来期は厳しくなる。		
	電気機械器具製造業（経営者）	・現在は売上も増加しているが、消費税増税前の駆け込み需要の物件が非常に多く、3か月後には減少し停滞する。		
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費税増税の影響がどれくらいかは不透明ではあるが、現在の良好な販売量からの減少は免れない。		
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・消費税増税で景気が下降する。業界では、4月以降は具体的にはどのようになるかはわからないが、落ち込むであろうと考えている。		
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・消費税増税に伴う取引量の減少による。		
	建設業（経営者）	・消費税増税後は一気に景気が落ち込むことが予想される。したがって所要の対策が実施される事を期待する。		
	金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要によって現在の好調があるため、そのギャップが4月以降に表れることを心配している。景気は結構悪くなってしまっているのではないかと。		
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税増税で、新聞購読・折込広告ともに減ることを覚悟しなければならない。		
	公認会計士	・大企業の業績回復に関する報道が多いが、中小企業の業績には変化がない。むしろ円安による原材料価格高騰、電気料金の値上げに伴うコスト増分を大企業への販売価格に転嫁することが困難なこと等により、中小企業の業績見通しは厳しい。消費税増税前の駆け込み需要の反動による需要減退局面を予想する。		
	会計事務所（職員）	・円安の影響でガソリン等燃料費は高値が継続しており、他の輸入品も値上がり傾向にある。消費者の財布のひもはますます固くなるばかりである。景気の先行きは、賃金が上昇するか否かにかかっている。		
	悪くなる	金融業（法人営業担当）	・消費税率引上げ以降は、駆け込み需要の反動から、自動車部品関連等の生産も減少が見込まれる。	
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-	
		人材派遣会社（社員）	・引き続き求人案件が増加傾向にある。	
		人材派遣会社（支店長）	・求人ニーズや採用数は堅調に推移しており、4月以降も回復が続く。	
		人材派遣会社（営業担当）	・輸送用機器製造業の求人が劇的に増えている。また、派遣法の改正を受けて、企業では優秀な人材は直接雇用で採用する動きが出る可能性が高く、転職も有利となって人材の動きは活発化しそうである。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加と新規求職者の減少から先行きもやや良いとみるが、4月以降の先行きはみえない。	
		職業安定所（職員）	・求人数は依然として前年同期比で増加傾向にある。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・1月下旬～2月は、新年度からの人材を中途採用で確保するために企業が最も動く時期であるが、その状況から好景気がしばらくは続くと考えられる。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税で先行き一時的な停滞感はあるものの、雇用情勢の活性化により景気自体は上向きと想定する。	
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・変化はあまりないが良くなる兆候は出てきているように感じる。求人広告も、若干ではあるが増えている。	
		変わらない	人材派遣会社（経営者）	・同業者で情報交換を行っているが、求人はあるが紹介できる人材がほとんどおらず、いたとしても50代以上という状況が続いている。
			人材派遣会社（営業担当）	・大きな景気回復要因が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響はあると思うが、大きな落ち込みはない。	
		職業安定所（職員）	・医療、福祉やサービス業、建設業、運輸業では求人状況が改善している。円安や消費税増税が景気に与える影響に不安感を抱いている様子が見える。	
		職業安定所（職員）	・3月末までは良い状況が変わらないと思うが、消費税増税後は不透明である。	
		職業安定所（職員）	・消費税増税を控え、若干の駆け込み需要があるので現状は維持されていく。	

	学校 [専門学校] (就職担当)	・周囲の就職活動者は、内定辞退による未内定者を除けば、ほぼ内定を得ており、採用活動も次年度卒業者へ移行していると感じる。
やや悪くなる	人材派遣会社 (経営企画)	・消費税の増税、新興国での信用不安の影響を懸念する。
	人材派遣会社 (社員)	・派遣法改正案の動きにより、派遣スタッフにとっては、派遣労働は雇用が安定しない働き方と映る可能性が高い。
	人材派遣会社 (社員)	・今月が良すぎるため、先行きは、例年並みではあるが今月と比べるとやや悪くなる。
	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の反動を予想する。
	職業安定所 (職員)	・企業からの聞き取りでは、前年と比較すると増収増益となっているが、消費税増税の駆け込み需要が減少する4月以降は冷え込みがあり、先行きの不透明感が強い。
	職業安定所 (職員)	・現在は、消費税率引上げ前の駆け込み需要があり、自動車関係の製造業から派遣求人が増えているが、期間社員やパート求人が多い。企業も4月以降の仕事量には不安を抱えているため、求人が減少する可能性がある。
悪くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・消費税増税前の3月の駆け込み需要をピークに景気後退が予想される。後退の程度や回復までに要する時間は、現状では予測できない。