

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）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これから東京オリンピックに向けて景気は良くなる。</li> <li>・売上は、緩やかではあるが4月後半から一本調子で回復しており、業績が好調な企業における夏季賞与の支給以降は、急速な消費の回復が見込まれる。</li> </ul>
		百貨店（経理担当）	
	やや良くなる	一般レストラン（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サッカーワールドカップが終われば、いつものように店に客が来る。夏場の方が繁忙期なので期待をしている。</li> </ul>
		商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客の様子からは購買意欲がうかがえる。消費税増税の影響も落ち着き、販売量が増加する。</li> </ul>
		商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・足元の非常に悪い状況に比べれば良くなると思う。この状況が続くようでは会社の存続に影響する。</li> </ul>
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボーナス支給や景況感の改善が良い方向に動いている。</li> </ul>
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客の様子からも少しずつ購買意欲の高まりが感じられる。</li> </ul>
		一般小売店〔土産〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景気回復が着実に進んでいる。</li> </ul>
		百貨店（販売促進担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回の消費税増税時と回復のペースが似ている。前回は、6月以降徐々に景気が良くなっている。</li> </ul>
		百貨店（経営企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夏季賞与の増加など消費にプラスの要因もあり、今後は消費税増税の影響が一層弱まり本格的な回復基調を想定している。ただし、気象の及ぼす影響を考慮すべきと考えている。</li> </ul>
		百貨店（営業企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夏物クリアランスセールやボーナス商戦に向かって市場が盛り上がる時期であり、更に来年の消費税増税が近づいてくることも考えると、景気は短期的には回復に向かっていく。</li> </ul>
		スーパー（店員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者には買い控えをする雰囲気はみられず、順調なままで推移するように感じる。</li> </ul>
		スーパー（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品単価は下がっているが、客1人当たりの買上点数が増えている。</li> </ul>
		スーパー（商品開発担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税の影響が薄れて、数字的には今よりも良くなる気配を感じる。</li> </ul>
		コンビニ（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・規制緩和等の政策は、色々な起業や業務拡大につながって更に雇用を拡大し、所得や消費の増加という数字になって表れてくる。</li> </ul>
		コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・梅雨が明けて本格的な夏となるので、飲料水やアイスクリーム等の乳製品が売れる。</li> </ul>
		コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボーナス支給額が増えれば、消費にも良い影響があると期待する。</li> </ul>
		家電量販店（店員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・梅雨明け後に暑さが本格化することを期待する。</li> </ul>
		乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型車の発売による需要喚起もあり、今後は販売量が伸びていくものと予想する。</li> </ul>
		乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全体として景気は緩やかに良い方向へと向かっている。急激に良くなることはないが、長い目でみれば決して悪い方向ではない。</li> </ul>
		乗用車販売店（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・月を追うごとに消費税増税による影響が改善されていく。</li> </ul>
		住関連専門店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税前の駆け込みによる受注残は一段落したものの、新築住宅やマンション販売は増加傾向にある。また、リフォーム需要は堅調である。公共事業も消費税増税前と変わらず増加傾向である。</li> </ul>
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税後の落ち込みから回復してきており、2～3か月後には完全に回復するのではないかと見込む。</li> </ul>
		都市型ホテル（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税の影響はそれほど小さくなく、今後に期待がかかる。</li> </ul>
		都市型ホテル（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊者数が増えている。</li> </ul>
		旅行代理店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税から半年も過ぎれば、少しは景気が良くなる。</li> </ul>
		旅行代理店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・秋口には貸切バスの受注が多く、既に満車日が多数ある。満車のため他の日に変更を依頼しても申し込んでくれる状態であり、景気の良い調子による稼働率の向上と推測している。業況が着実に良くなっていると肌で感じられる。</li> </ul>
		タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> <li>・8月の暑い時期には、お盆、帰省や旅行などタクシーを利用する客が増えるので売上アップを期待する。</li> </ul>
タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今の悪い状態がずっと続くことはない。</li> </ul>		
通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も通信機器のコスト低下による投資が続くと思う。</li> </ul>		
ゴルフ場（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高速料金の割引減少の影響がどのように出るかわからない。足元の予約数は低迷しているが、8月の予約数は前年並みに入っており、2～3か月先は前年並みに戻ると期待している。</li> </ul>		

変わらない	美顔美容室（経営者）	・ 8月からホームケアキャンペーンを始めるので、今よりは良くなる。
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・ 問い合わせ件数が増加傾向にある。
	商店街（代表者）	・ 客の財布のひもが固くなる傾向は、当分の間は続くと思われる。株主総会用の粗品等の単価も前年よりダウンしている。
	商店街（代表者）	・ ここ最近法人向け売上の極端な減少が続いている。客単価が伸びないため、景気が良くなっていくという実感はない。
	商店街（代表者）	・ 夏の天候次第ではあるが、エアコン需要も例年ほどは伸びない感触であり、先行きにも変化はない。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・ 消費税増税と天候の不順もあり、先行きの局面も厳しい。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・ 景気の上昇を期待したいが、地方都市にまではアベノミクスの効果は届かない。商店の多数を占める小規模事業者の振興策を推進して欲しいが、政府の目は大企業に向いており、景気が良いのは大企業だけである。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・ 客が使える金は増えてるかもしれないが、使い方が変わってきている。ギフトも、贈答品店で買うばかりではなくネットで購入したり、物以外の贈り物も増えている。贈答品業としては2～3か月先も変わらないが、ギフト市場としては選択肢が広がり、その分は拡大している状況である。
	一般小売店〔書店〕（経営者）	・ 大幅に良くも悪くもならない落ち着いた状況に感じられる。政治が落ち着いたのと同じように、経済もこのまま落ち着いた状態が続く。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 給料の上昇した企業はごく一部で、ほとんどの企業にとって景気は決して良くなっていない。しばらくはこのままの状態が続く。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 飲食店の来客数には、回復の見込みが全くない。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・ 客の状況をみていると、秋口には消費税増税後の反動減から脱して景気はやや持ち直す。
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・ 消費税増税の影響で、小売業等の状況はあまり良くない。
	百貨店（売場主任）	・ クリアランスセールを前に下見客が少ない。ある程度の値下げを実施するため、そこそこの売上は確保するかもしれないが、まとめ買いも期待できず、例年より減少するのではないかと感じる。
	百貨店（売場主任）	・ 消費税増税後の反動による買い控えがこのまましばらくは続く。
	百貨店（経理担当）	・ クリアランスセールを機に衣料品の動きが活発化すれば、全体の流れも良くなると期待している。
	百貨店（販売担当）	・ 消費税増税後の消費者は、工夫に長けてやり繰り上手となっている。新商品投入や販売促進策の効果も、夏のボーナス商戦が終了すれば一段落はするだろうが、いったん消費トレンドに勢いがつけば、よほど大きな出来事が発生しない限りは持続すると考える。
	百貨店（販売担当）	・ 再び消費税増税が決定すれば、また駆け込み需要が多少あると思うが、それまでは様子見になるので今より良くなるはないと思う。
	スーパー（経営者）	・ 安倍政権も2年近くとなり、原油高、消費税増税もあって景気の上昇にも一服感が出る。中国の景気も一段落で日本からの輸出は伸びず、中東等での紛争により原油高は長引き、原材料高となってコスト引上げなどの影響が出る。中小企業の事業者もこうした影響を肌で感じ、あらゆる商品の購入に慎重になっているので、景気は中だるみとなり上昇も下降もしない状態となる。
	スーパー（店長）	・ 値上げの話題が続いており、物の動きが悪くなるのが懸念される。今の状況であれば大きな影響はないが、物品によってどのような影響があるか不確定な部分が多い。
スーパー（店長）	・ 売上は伸びているが、来客数は前年同期を下回っており、先行きを懸念している。	
スーパー（店長）	・ 変わらず競合店の出店攻勢やコンビニでの生鮮品取扱などが続いており、客足の回復がなかなか望めない。商品値上がりに伴う買上単価の上昇での売上確保にも限界がある。価格競争や利益圧迫の予兆がみられ、当面は景気回復は見込めないであろう。	
スーパー（店長）	・ 取引先等の情報からは、当地区の売上手各社の業績についてあまり良い話を聞かない。景気が改善していくような傾向はない。	

スーパー（店員）	・ここ数か月ずっと同じような状況が続いており、競合店が多いこともあってなかなか良い状況にはならない。
スーパー（販売促進担当）	・当店で店舗を改装しても、外部競合先での改装や業態変更などがあるため、先行きも決して楽観視できない。
スーパー（販売担当）	・来客数が伸び悩んでいる。来客数が増えないと売上高も伸びない。
スーパー（支店長）	・消費者の節約志向は変わらず、消費意欲の高まりを感じない。
コンビニ（エリア担当）	・当面は今月と変わらない状況が継続する。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が盛り返している店がある一方で、競争出店の激化により客数を大きく減らす店が今後も増えると思われる。
コンビニ（エリア担当）	・天気や気温で大きく変動する可能性はあるが、夏季商戦に向けて話題商品等への購買意欲は高い。必ずしも高いから売れないという時代ではなく、市場にマッチすれば大きく数字は伸びるので商品開発等が重要なポイントとなる。
コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税による消費の落ち込みは緩やかな回復傾向にある。しかし、デザートなど節約可能な商品に対する買い控えは続き、本格的な回復にはまだ時間がかかると考える。
衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税後の反動減がいつまで続くかわからず、終わる兆しがまだみえない。
衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・消費税増税に伴う買い控えは、現在よりは緩和すると思う。しかし景気が良くなると思えるほどの根拠が見当たらない。
家電量販店（店員）	・4Kテレビの売行きは限定的であるが、生活に必要な物は売れているので景気が悪くなることはないであろう。
乗用車販売店（営業担当）	・客との話からは、今後景気が上昇していくという声はなかなか聞かれず、先行きの判断に困る。
乗用車販売店（経営者）	・ボーナス消費には期待をしたいが、レジャー費などの減少傾向と同様に、車への支出や点検整備の需要も減少していくように思われる。
乗用車販売店（経営者）	・市場環境に変化はなく、好転材料も特に見当たらない。
乗用車販売店（従業員）	・今後、夏のボーナスシーズンを迎えるが、今まで以上に格差が表れるように感じる。ボーナス消費が新車購入にも波及するよう期待したい。
乗用車販売店（従業員）	・政治家の関心は景気の問題には向いておらず、自衛隊の問題ばかり重視されているので、景気が悪い状態は当分変わらずにこのまま続く。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響も徐々に和らぎ、半期決算に向けて販売台数は増加するであろうが、前年並みの販売台数を維持するのは無理だと思われる。
乗用車販売店（従業員）	・ボーナスの時期には入るが、自動車に回す金の余裕はなさそうな状況である。ガソリン価格の値上がりも追い打ちをかけ、ハイブリッド車ユーザーですら、ガソリン代を気にする人が増えてきている。工場への在庫台数も減っており、全体的に厳しい状況がしばらく続く。
乗用車販売店（経理担当）	・販売量は当初の計画より若干上振れしてきているが、まだ消費税増税後の反動減から脱出できそうな感覚はない。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏に向けて消費支出は行楽へ流れてしまう。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費マインドが上昇する要因がない。
その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・まだ購買意欲の上昇にはつながらない。
高級レストラン（役員）	・企業等で夏季ボーナスの支給が始まる時期であるが、先の予約客数の動向にはまだ変化は感じられない。
一般レストラン（経営者）	・消費者の買い控えなど消費税増税の影響は、これからも続く。
スナック（経営者）	・景気が良くなったと消費者が実感できることがないため、繁華街にはにぎやかさが戻らない。
都市型ホテル（支配人）	・レストラン需要はボーナスの支給状況が影響する。3か月先は忘年会の受注が始まることであり、宴会需要の見極めが立つ時期である。
旅行代理店（経営者）	・先の予約状況がまだ芳しくないのが、好景気という実感がありません。
旅行代理店（経営者）	・以前よりは良くなってきているが、このままの状況が続くとは考えられない。
旅行代理店（経営者）	・金を消費に回せる層は限られている。2～3か月では現在の状況は変わらないと感じる。
旅行代理店（経営者）	・消費税増税の影響はまだ続く。新たに明確な景気対策が行われなければ、この状況は当分続くと考えられる。

	旅行代理店（従業員）	・大企業と中小企業で収入の格差がどんどん広がっていく。
	タクシー運転手	・乗客数が少ないままで推移している。乗客数が多くなれば、売上も伸びる。
	通信会社（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減はそろそろ収まると期待しているが、新規の問い合わせ件数は少なく、回復にはまだ時間がかかるものと思う。
	通信会社（サービス担当）	・より安価なサービスへの乗換えが増加してるので、料金体系の見直しや魅力のあるサービスを新たに提供しなければ、客離れが進む。
	通信会社（営業担当）	・11月ごろより新たな動きが出てくると思うが、夏の間はこのままの状況である。
	美容室（経営者）	・まだ消費税率8%をかなり高いと感じている客が多く、慣れるまでにはもう少し時間がかかる。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・客数は利用限度の上限で安定的に推移しており、先行きも数が月先まで変わりはない。
	設計事務所（経営者）	・小規模な案件は少しずつ出てきているが、大きな案件には動きはなく、先がみえない状況には変化がない。
	設計事務所（職員）	・消費税増税の影響がまだ大きく、景気が良くなるような様子はみられない。
	住宅販売会社（経営者）	・消費税の話題が少なくなってきたため、底辺に近い水準ではあるが今の状況が続くものと思われる。
	住宅販売会社（従業員）	・上向きとなる要素がないなかで、じわりじわりと厳しい時代が続く。
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・良くも悪くも何の要素もないので、先行きには期待が持てない。
	その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・引き合い数の少ない状況が続き、この先も受注が増える望みが薄い。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・真夏の時期は動きが良くない。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・この先に良くなる要因が見当たらない。
	スーパー（経営者）	・中小小売店にとっては、特筆すべき良い事項はなく、悪い状況が続いていく。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響があまりみられないのは良いことであるが、景気の足腰が強いわけではない。競争店の出店がまだ続くので、当店にとっては先行きの景気は悪くなる。
	コンビニ（店長）	・前年比でみた売上高の減少率は月を追うごとに小さくはなっているが、今年は冷夏と予想されるため、回復のテンポが遅れる。
	衣料品専門店（経営者）	・もともと季節を先取りした買物が少なくなっているため、その上もし残暑が続けば、秋物シーズンに影響が出る。
	家電量販店（店員）	・国際的には、円相場も若干落ち着いた状態で推移する。国内ではシビアな購入態度が定着していく。消費税増税による落ち込みは極端に大きくはなかったが、むしろその分時間の経過とともに表れてくる。
	スナック（経営者）	・客は年金生活者が大半なので、依然として財布のひもは固くなる傾向である。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・ボーナス時期は、より一層消費税率を意識して財布のひもは固くなる。
	観光型ホテル（経営者）	・8～9月ごろには、特に追い風となるような要因はないが、消費税率が8%に上がった心理的な影響が和らげば、それほど悪くはないかもしれない。
	観光型ホテル（販売担当）	・諸事情により夏の風物詩であるビアガーデンを今年は開催しないことが決まり、その代替イベントを計画している。難しい夏の個人客を獲得できるかどうかにかかかっており、厳しくなるものとみている。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税で、外出を控える傾向が強まると感じる。
	観光名所（案内係）	・高齢者の金の使い方が非常に慎重になっている。このままの状況では景気が良くなるとは思えない。
	理美容室（経営者）	・消費税増税により物の値段が上がれば、景気は良くならない。
	美容室（経営者）	・消費税増税の影響が大きい。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・市場での価格下落と主力機種の変替わりにより、利益減少と追加投資上積みダブルパンチを受けている。その影響で厳しい状況が長引きそうである。
	設計事務所（経営者）	・建築費が高くなり、住宅の建築を見合わせる人が出てきている。
	設計事務所（職員）	・安さよりも質を重視する客がいないと経営が難しいが、時代は安さ重視となってきている。ハウスメーカーも努力はしているが、質の高い家は欲しいが予算が少ないからとあきらめる風潮になると、この国からは段々ときれいな物がなくなっていく。

		住宅販売会社（従業員） その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・受注残がなくなれば、新しい案件は少なく材料等の原価は高止まりの状態のため、収益的には悪くなると考えられる。 ・地場産業の経営者は、原材料の値上がりで利益担保が難しく、ボーナスを出せる状態ではないと言っており、良い方向には向かっていない。
	悪くなる	パチンコ店（経営者） 美容室（経営者） 理容室（経営者）	・消費税増税を機に業界全体が低単価競争が一層進んでいる。 ・2～3か月先では、真夏の時期のため車の客は時期に関係なく来店するが、自転車や徒歩の客は暑さで足が遠のく。 ・一度安い店に流れた客は、なかなか戻ってこない。
企業 動向 関連  (東海)	良くなる	企業広告制作業（経営者）	・企業の設備投資が積極的になっている。
	やや良くなる	化学工業（総務秘書） 化学工業（人事担当） 電気機械器具製造業（企画担当） 電気機械器具製造業（経営者） 輸送業（従業員） 輸送業（エリア担当） 通信会社（法人営業担当） 金融業（法人営業担当） 経営コンサルタント 会計事務所（社会保険労務士） その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・企業決算が良く賃上げも実施され、消費者の購買意欲は高い。消費税増税や燃料費高騰の影響はあるが何とか耐えており、景気回復に向けての企業・国民の足並みがそろっている。 ・為替相場が円安で安定していることや緩やかながら株価が上昇していることを考えると、この先は景気が上向く気配が感じられる。 ・東アジア地域等に不安要素はあるものの、当面の経済環境は改善機運が感じられ短期的には景気は良くなる方向と思われる。 ・年度の後半から年末にかけては業界店舗での新たな設備投資が期待できるため、9月以降はパーラー用チェアの出荷が少しずつ増えていく。 ・物流業界では、運転手の採用難が続き業界全体の懸案事項となっており、バブル期の様相に近くなっている。賃上げやボーナスアップによる消費の押し上げ効果を期待しているが、ガソリン価格の高騰や高速料金の実質値上げが旅行・レジャーや外出を抑制し、景気回復に水を差さないかが心配である。 ・顧客において適正な輸送単価が浸透し始めている。 ・消費税増税の影響は予想よりも小さく、反動による落ち込みも企業としては見込んだ範囲のようである。一方で、家計ではガソリン代や食品等の値上げが続き、財布のひもはますます固くなる。 ・ボーナス支給額が増加し、個人消費の回復が期待される。 ・マンションを中心にファンドからの買いも入っている。リート（不動産投資信託）指数は特に倉庫関係で堅調であり、需要を先取りする動きとなっている。 ・売上が伸びている顧問先が多く、今後も景気は良くなっていくと思う。 ・年度下期に向けて開発工程が進むにつれて、プロジェクトの規模拡大が見込まれる。 ・新製品の発注が始まり、来月からは忙しくなる。中小企業は新製品開発により大きく前途が開ける。金融界に対しては、積極的な中小への資金的な支援を期待する。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当） 窯業・土石製品製造業（社員） 鉄鋼業（経営者） 金属製品製造業（経営者） 金属製品製造業（従業員） 一般機械器具製造業（営業担当） 一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量・販売量は横ばい状態が続き、増加の見込みはない。 ・受注量がゼロとなったメイン製品は、3か月先まで受注回復が見込めず苦しい状況が続く。また、この落ち込みを補完できるような新規受注の見込みもない。 ・先行きの仕事量は多いと見越している取引先は多いが、現実の仕事量は前年並みである。このような状況が既に3か月以上続いているため、すぐには大きく変わらないのではないかと考える。 ・引き合いはあるが、人手不足の影響で製品の使用時期が先になっているようで、需要は急激には増加しない模様である。 ・大型プロジェクトも動き出すので忙しいであろうが、以前の契約単価のため、原材料値上がり分をどう吸収できるかが気になる。 ・為替相場の水準も円安基調で悪くはなく、受注金額は前年を上回るペースであるが、相変わらず価格競争が激しく利益は確保できていない。 ・受注量・販売量が、高水準を維持している。

	電気機械器具製造業 (総務担当)	・情報インフラ構築関連の業者では、厳しい獲得競争で収益が上がらないため、事業をやめる中小事業者や、事業全体の見直し・再構築を進める業者が出ている。案件が増えつつあるにもかかわらず、この先も低価格競争から抜け出せない状況が続くものと思われる。
	輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・良くなる要件も悪くなる要件もあまりなく、堅調に今のまま推移すると考える。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・客からの販売計画がここ数か月変わらないため、単価の変動がない限り大きな動きはない。
	建設業(営業担当)	・景気が上向きそうな政策や対策がないなかで、少し前のニュースからは感じられたような高揚感が出てこない、今後景気が良くなるという実感はない。
	輸送業(経営者)	・ドライバーの採用難が続いていることから、輸送各社とも強気が感じられる。引き続き荷量は堅調に推移すると考えられる。
	輸送業(エリア担当)	・貿易を取り巻く環境としては、この先も大きな変化はなく推移すると予想される。
	輸送業(エリア担当)	・燃料の軽油価格が高値で推移しており、下がる気配がない。
	輸送業(エリア担当)	・世論の動向からは景気が上向いていくように感じるが、原料や燃油価格の値上がり幅は毎月拡大している。景気が上向いて収益が良くなれば、その一方でコストの上昇も考えなければいけないので、景気の上昇と利益改善を一概には結び付けられない。
	金融業(従業員)	・自動車関連メーカーでは、国内市場担当はそれほどではないが海外部署だけが多忙となっている。国内外で状況が分かれており、景気が良いとも悪いとも言えない。
	金融業(企画担当)	・消費税増税後も特段に景気は落ち込んでいないが、個人資産の増加が消費に回るといふ好循環は、より一層の株価高、円安にならないと発生しないため、当面は現状が続くと思われる。
	不動産業(経営者)	・ここ数か月は大きな変動はないと考えられる。
	不動産業(用地仕入)	・景気を左右するような要因が見当たらない。
	不動産業(管理担当)	・大企業ではオフィス需要に動きがあるが、中小企業ではみられない。
	新聞販売店[広告] (店主)	・新聞購読の中止が続いている。購読再開の要請は難題である。折込広告にも勢いを感じられず、新聞が広告宣伝媒体から外れる危機感がある。
	会計事務所(職員)	・自社の状況には変わらないものの、消費税増税を機に格差が広がる時代の始まりを、身の回りで実感する機会が増えている。
	やや悪くなる	
	食料品製造業(経営企画担当)	・先行きの不安感が徐々に膨らんでいる。給与の上昇を上回る勢いで物価が上がり、消費税増税も負担となっている。消費マインドは冷え込みつつあり、このままの状態では消費税率の10%への引上げは考えられないと感じる。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・消費税率が更に上げられる可能性が高く、景気が好転する材料が見当たらない。
	輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・ガソリンなど燃料代が下がらないと、車で出掛けることが減るため景気は良くならない。
	建設業(経営者)	・消費税増税の影響は大きいと感じている。もう一段の消費税率引上げは考えられない。
	広告代理店(制作担当)	・夏に向けての新しい企画提案等に対しても、企業側はなかなか前向きにならないため厳しい状態が続くと思われる。
	悪くなる	
	良くなる	
雇用 関連  (東海)	やや良くなる	
	人材派遣会社(社員)	・有効求人倍率が上昇傾向にある。
	人材派遣会社(支店長)	・自動車部品メーカーにおける派遣求人数の堅調な推移に加え、自動車関連商社でも増加していることから、やや回復していくことを予想する。
	人材派遣会社(営業担当)	・優秀な人材を確保しようと採用に力を入れる企業の増加が予想される。特に来期の成長を見込んで、上期中に盛んに採用活動が行われると思う。
	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・消費税増税後の新車販売台数の落ち込みには、緩やかではあるが改善の兆候がみられる。ボーナス増額との声が聞かれるなかで新車購入につながれば、先々は業況の改善が見込まれる。
	職業安定所(所長)	・米国景気が改善し好調であることから、自動車産業を中心に輸出型企業での求人伸びる。
	職業安定所(職員)	・消費税増税後の反動減も一段落し、消費者も8%の税率に慣れてきている。大手企業を中心にボーナスが増額と言われおり、7月以降は消費が活発になると期待できる。

	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というマイナス要因は残るが、プラス要因として、好景気な北米に加えて欧州でも景気回復の傾向がみられ、輸出向けの受注も増加傾向にある。
	職業安定所（職員）	・求人意欲は全産業で上向きとなっている。人手不足の業種があるがミスマッチの解消による失業者の減少で、より一層の景気回復につながるものと思われる。
	職業安定所（職員）	・新規学卒者を対象とする求人は、前年よりも出足が良い。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・即戦力となる人材の増員して採用を計画する企業が引き続き多い。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・中小企業への支援業務を通じては前向きな経営課題が引き続き多く見受けられ、業績も改善傾向にある。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・来年度卒業予定者の内定又は内々定が前年よりも更に早く件数も多い。前年にも前々年に比べて同様の印象を持ったため、雇用の回復を実感している。
変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・周囲では、特に先行きの変動が見込まれる材料はない。
	人材派遣会社（社員）	・求人案件は引き続き順調に伸びているが、それに対応する人材の不足が続く。
	人材派遣会社（営業担当）	・例年通り上期には引き合い数が伸びないが、第3四半期ごろから上昇するのではないかと多い。
	人材派遣会社（営業担当）	・景気の先行きを楽観視できるような材料が見当たらず、現状からは変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・世の中では弱者と強者の二極化が進み平均値は意味をなさなくなる。世界中の暴動の起きている国々のようなならなければと案じている。日本でも詐欺や犯罪が増えているが、課税対象が広がることで社会全体の活力が失われていくように思う。
	職業安定所（職員）	・求人数は、前年同期では増加しているが前月比では微減傾向にある。
	職業安定所（職員）	・消費税増税後も、依然として企業の求人状況には変化がない。
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・現状以上に悪くなることはないと思うが、景気が上向きとなる要因が見つからない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・法人関係の派遣スタッフ利用が減る時期となるので、先行きはやや悪くなる。
悪くなる	-	-