

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：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 (北海道)	良くなる	通信会社（企画担当）	・客が満足するサービスを次々と提供できる予定となっているため、今後、客からの期待がさらに高まることになる。
		観光名所（従業員）	・観光が主要産業の1つである本市にとって、今年の新たな動きとして、乗客2000人クラスの豪華客船がこれから9月まで毎週入港することが決まっていることなどから、今後については良くなる。
その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）		・例年と同様に、気温の上昇とともに輸送量が増加することになる。	
やや良くなる		商店街（代表者）	・原材料価格及び仕入価格が増加している業種も多くあるが、消費税増税から2～3か月が過ぎ、客が増税後の価格に慣れてくる時期であることに加えて、当地を訪れる観光客が増加してくる時期になるため、売上はわずかながらアップする。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・道内では、原材料価格や水道光熱費が上がっていることもあり、雇用者の賃金が上がるまでには至っていないが、現政権の経済対策に対する期待からムードは段々と良くなる。ただ、当地は観光客が多く、中国語圏の観光客の入込に助けられている面がある。日本人が増えてこないことには、まだまだ景気が回復しているとは言えない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ2～3か月、高額商材の売上が伸びてきており、高額のシャンパンが1.5倍程度の売行きを示している。こうしたことから、多少は当地にも景気回復が及びつつある。全体の売上自体はそれほど良くないが、商品の種類別では伸びが顕著なものもみられることから、全体の売上も近いうちに増加してくると期待している。
		百貨店（売場主任）	・今月中旬以降の来客数の増加と、それにとまなう売上の回復状況から、現状の季節商材が次の季節商材に変わるタイミングでの更なる回復を見込んでいる。日用品である食品部門はすでに前年並みの動きとなっている。
		百貨店（売場主任）	・現状、みられている買い控えも、7月から始まるセールにより回復することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・今後、消費税増税前の駆け込み需要による反動減は改善される。しかしながら、3月以前の水準に戻るまでには時間が掛かる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税による買い控えの影響から、いつ回復するかは不透明であるが、季節の変わり目で衣料品が注目される6月、あるいはセールの始まる7月以降の持ち直しに期待している。
		スーパー（店長）	・水着、アウトドア用品など、消費税増税前の駆け込み需要の影響がなかったカテゴリーの商品の売行きが良かったため、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・消費税増税により消費行動が大きく変化しているが、すべてを節約するとは考えにくく、節約するものと、お金を掛けるものとの消費の二極化が進む。また、来客数は4月を除き上昇傾向にあったため、今後、景気はゆっくりと上向くことになる。
		スーパー（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動はあったが、増税にとまなう節約ムードはあまり感じられないため、後は前年以上の売上が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・前年のゴールデンウィーク期間中は天候要因で売上不振だったこともあり、現在の流れで推移すれば、伸び率がプラスとなる。来客数も徐々に回復している。さらに、今後、公共工事が期待どおり発注されることになれば、夏までには良い流れとなる。ただし、競合他社の出店が多いため、競争は厳しくなる。

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
		家電量販店（経営者）	・消費税増税後の反動減の状況も一服し、通常の状態に戻るようになる。さらに、サッカーワールドカップによるAV機器の需要増にも期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終わった際も、1～2か月はある程度売上が落ちたが、その後は回復したため、今回の消費税増税の影響も同じような傾向で推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・2～3か月後には、消費税増税の影響がなくなり、前年並みの動きとなる。
		旅行代理店（従業員）	・ビジネス客の動きが活発化することになる。また、前年は天候不良により、春先の農作業に遅滞が生じ、5～7月の旅行需要に影響したが、今年は今のところ天候が安定しており、団体予約の動きも良い。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響が思っていたよりも少なかったことに加えて、問い合わせも段々と増えてきているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・季節が良くなることで、外出や消費が活発になる。
		タクシー運転手	・懸念していた消費税増税も、今のところは影響が少ない。また、これから観光シーズンが到来するため、やや良くなることを期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費意欲は若干回復してくるが、バーゲンまでは単価の低い商品で買物を済ませようという傾向が続く。
	変わらない	商店街（代表者）	・身の回りの人の給料に変化がない状況であることから、生活を守るために安売り商品を買求するという行動は今後も変わらない。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税により、客の気分がマイナスとなっているため、しばらくはこのままで推移する。ただ、外国人観光客の入込が好調を維持しているという点では、今後の不安要素もなく、全体としては引き続き好調に推移する。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・今月の状況から、消費税増税後、2～3か月は厳しい状況が続く。7月のバーゲンを中心にある程度の回復基調が出てくるとみているが、客の様子から地方の情勢には厳しい面もある。また、今年の天候は低温が予想されているため、夏物の動きが厳しくなることが懸念される。
	変わらない	スーパー（企画担当）	・消費税増税後の消費動向がどうなるか、いまだに読み切れない。店頭価格の動向も定まっておらず、この先2～3か月の動向を注視する必要がある。
	変わらない	スーパー（役員）	・食料品の回復はやや早く進むとみているが、5月中旬までは今の状態が続く。消費者にとっては、消費税率8%を重く感じているため、買物そのものが相当シビアになっている。消費税増税による駆け込み需要の反動はなくなっても、今後、数か月は増税そのものの影響が懸念される。
	変わらない	コンビニ（エリア担当）	・当地区に関しては、さけ、ますの漁獲枠が大きく確保されたことで漁獲量が見込めるが、それ以外の漁業や昆布などについては流水の影響で悪化が見込まれているため、どちらとも言えない状況である。
	変わらない	コンビニ（オーナー）	・道内客の需要だけでは売上が厳しく、アジアからの観光客の入込次第で景気が変わってくる。
	変わらない	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響は落ち着いてくるが、今後も消費者の財布のひもが緩みづらい状況が続く。夏物商戦では着物の客単価が低下することが懸念されるため、セット商品などで単価をアップさせることが必要となってくる。
	変わらない	衣料品専門店（店長）	・今のところ、経済の先行きについて明るさが全く見えないため、今後も変わらない。
	変わらない	衣料品専門店（店長）	・消費税増税にともなう買い控えが今後も続く。
	変わらない	乗用車販売店（従業員）	・特に目玉となるようなものがないため、今後への明るさが見えてこない。
	変わらない	乗用車販売店（役員）	・4月以降、上半期は新しい商品の導入も予定されていないことに加えて、4～6月にかけて1～2回目の車検対象台数が減少するため、サービス部門の売上にも影響が出てくる。このため、消費税増税による反動が薄まる下期まで大きな変化はみられない。
	変わらない	高級レストラン（経営者）	・3か月も経てば、消費税増税に対する心理的な抵抗感もなくなり、以前のように少しずつ来客数が増えていくことになるが、経営的には経費がどんどんかさんでおり、苦しい状態にある。そのため、今後もさほど景気は良くならない。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・景気の良い建設関係者が飲食店を大いに利用してくれること、外国人観光客が増えて色々な店で食事してくれることを期待している。そうなれば、消費税増税の価値も高まるのかもしれない。しかし、現実としては、前年来の食材価格の値上がりや食品表示問題、消費税増税後のメニュー更新、一般客の減少などで、飲食業は厳しい状況にある。特にホテル内外の高級店の経営環境は厳しく、今後の動向を見定めにくい状況にある。
		観光型ホテル（スタッフ）	・いわゆるトップシーズンに入り、観光目的の客が増えることがプラス要因として挙げられる。その一方で、今年は学会や各種イベントが低調なことがマイナス要因となっている。
		観光型ホテル（役員）	・引き続き6月までは国内客を中心に予約が鈍化している。また、様々な物価の上昇でコストアップとなっており、利益が出にくい状況となっている。
		タクシー運転手	・タクシーの利用は、景気の影響もあるが、天候に左右されることの方が多い。特に5月は連休もあり、気候も良くなったため、例年、タクシーの利用が減る時期でもある。
		観光名所（職員）	・消費税増税の影響及び具体的な景気対策などが、今後どのようなになるのかが見えてこないため、今後も変わらないまま推移する。
		パチンコ店（役員）	・依然として建設業の受注状況が良いようだが、このことが今後、他の業種にどう影響してくるかによって変わってくる。
		美容室（経営者）	・客が徐々に消費税増税にも慣れて、従来と同様の来店パターンに戻る雰囲気がある。そのため、今後も以前と同じような動向で推移することになる。
		住宅販売会社（経営者）	・個人消費を中心に、今後、2～3か月は今の状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・特に変わった動きが感じられないため、今後も変わらないまま推移する。
		住宅販売会社（役員）	・4月の分譲マンション市場の動きは想像していたよりも悪くないが、今後2～3か月は消費税増税直後で客の購入姿勢がより活発化する要因もないため、当面デベロッパーは現在のように分譲マンションの供給に慎重な態度を維持することになる。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・客との話からは、給料が上がったという声がほとんど聞かれないため、今後はますます生活防衛が強まることになる。
		スーパー（店長）	・この先2～3か月は消費税増税による影響が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げ時や過去の増税時も同様の傾向だが、来客数は今後、前年並みに戻るが、客単価が低下したり、買上点数が減少するため、売上が低迷することになる。
		衣料品専門店（店長）	・客の消費税増税に対する意識が非常に強く、特に平日の売上が大幅に落ち込んでいることから、主婦層の買い控えを感じる。アパレル業界としては、急激な気温変化などがない限り、大きな伸びは見込めない。また、被服需要の低さを考慮すると、支出の優先度は低く、先行きの景気が上向きとはならない。
		家電量販店（店員）	・家電業界では、消費税増税前の駆け込み需要の反動が6月まで続くともみているため、今後あまり期待できない。
		家電量販店（地区統括）	・消費税増税後、最低3か月は駆け込み需要の反動が続く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・一般用医薬品のネット販売が可能となるため、店頭販売が上向き要素がない。
		タクシー運転手	・この先の景気動向が、具体的にどう推移するか、まだ見通せない状況であるが、現状の消費税増税による影響は夏ごろまで続く。その後についても、大きな変化がみられる状況となるのかは注視しなければならないが、売上が伸び悩んでいる状況はしばらく変わらない。
		タクシー運転手	・前年と比べて予約件数が徐々に減少している傾向にある。事前予約が直前のオーダーとなる傾向もみられるが、全体としてはやや悪くするとみている。
		美容室（経営者）	・客単価の落ち込みに加えて、今後、客の来店周期が伸びることで、各月の来客数が減少することが懸念される。
企業	悪くなる	○	○
	良くなる	—	—

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
動向 関連 (北海道)	やや良くなる	建設業（経営者）	・土木、建築、住宅、それぞれの着工済み工事の繁忙期を迎えるとともに、全体の受注量もかなり積み上がることになり、稼働率も高くなる。ただし、人手不足と資機材単価の高騰が顕在化しており、原価や工程面では厳しくなる。
		通信業（営業担当）	・現在は消費税増税の影響を受けているが、この先は落ち着きを取り戻し、周囲の景況感及び消費全般も緩やかな拡大傾向となる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動が収束し、受注量が回復することになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・消費税率8%から消費税率10%に向けた景気浮揚策が施されることになれば、今後の景気はやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先の仕事量は充分確保されていることから、5月中旬から従来どおりの景況感に戻るようになる。
	変わらない	家具製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減の影響は、あと3か月くらいは継続することになる。
		金属製品製造業（従業員）	・消費税増税後であるため、業者の受注予定状況も変わらないとみている。
		建設業（従業員）	・労務者不足に起因した建設単価の高騰は建設投資の採算性を脅かすほどになっており、着手を見合わす事業が現れ始めている。
		輸送業（営業担当）	・海上輸送、陸上輸送とも、燃料価格が高騰し、高止まりしているが、荷主への転嫁も厳しく、経営を圧迫している。
		輸送業（支店長）	・限りなく右肩上がりの市況とは言えないが、原材料価格も含めた建設資材価格は比較的安定している。また、東北の復興事業にともなう計画も徐々に動き出している。一方で、製品輸送の能力面に対しては懸念が多い。
金融業（企画担当）		・個人消費は雇用が改善していること、夏の賞与の増額が見込まれることなどから、消費税増税後の反動減は徐々に薄れる。住宅着工の回復は難しいが、外国人観光客の堅調な推移が見込まれること、公共投資が高水準を保つことなどから、景気は横ばいで推移する。	
司法書士		・消費税増税、地球温暖化対策税の引上げによるガソリンなどの単価上昇から、まだ1か月ほどであるため、現時点では物流コストなどへの影響はあまり感じられないが、今後の施策次第で景気動向が上下に変動する要素が大きい。ただ、当面はあまり大きな変化はないまま推移する。	
コピーサービス業（従業員）	・消費税増税の影響があるのかは不明だが、前年度は景気が上向いた年であったため、今後は慎重に推移することになり、現状維持のまま推移する。		
やや悪くなる	建設業（従業員）	・公共工事、民間工事とも件数はあるものの、型枠、鉄筋などの協力会社で人員が集まらず、人材不足となっているため、新たな受注が受けづらい、もしくは受けられない状況になりつつある。	
	司法書士	・現政権の経済対策効果で給料が上がったとの話もないため、今後も景気は低迷したまま推移する。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・前年度の積み残し作業がまだ2か月分あるが、今後、今年度の新規案件がどのように出てくるのか、内容も量も全く予想が付かない状況にある。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・まだ予断は許さないが、小売業などにおいて消費税増税前の駆け込み需要の反動がないということになれば、しばらくの間は求人も下降する要因が見つからない。ただし、一部の業界では技能者不足などの問題から、求人の伸びが抑えられることは避けられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月の求人広告の売上が前年を下回ったことは、消費税増税により売上が減少した場合を懸念してのこととみられる。今後、さほど売上が落ちることがなければ、一時的な様子見として終わることになる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・当初、4月以降は消費税増税の影響で購買意欲が低下するとみていたが、各企業の話も聞いても3月以前と変わっていないため、今後についてはやや良くなる。

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
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・建設業などでは、採用が難しいと言いつつも、久しぶりの受注増加により潤っているように見えるが、その他の業種においては、業績も微増程度であり、環境が大きく変わる実感もないため、今後も変わらないまま推移する。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響などから、消費を控える傾向があるため、今後については横ばいでの推移となる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地域の生産人口の動態から、求人意欲はこのまま持続するとみている。ただし、年齢と能力によるミスマッチがボディブローのように効いてくるのが懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・前月のように極端に求人数を増やしたり、減らしたりした業種もなく、全業種を通じて高い求人数を維持しているため、今後しばらくはこの状態で推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税にともなう反動減がどの程度の影響を及ぼすか見えないなどの不確定要素もあるが、現状の人手不足感や求人に対する応募の少なさも、今後も求人数の減らない状況が続く。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響は一部の業種でみられることになるが、全体的には労働力不足の傾向にあるため、求人数が減ることがあっても一時的な影響になるとみられる。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・円安による燃料価格の高騰が続いていることや、消費税増税後の増税分を価格に転嫁できない零細企業などで企業活動に悪影響が生じること、消費者の買い控えなどによる企業収益の悪化が懸念されることなどから、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：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 (東北)	良くなる	百貨店（営業担当）	・消費税増税による落ち込みが想定より下回っていることもあり、回復が予想より早まる可能性が出てきた。6、7月あたりから前年にほぼ近い数字まで回復することが見込まれる。
		コンビニ（店長）	・夏はコンビニの最盛期のため、売上、利益共に最高になる。消費税増税後の影響も大して見受けられないので期待できる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税に伴う落ち込みは、来客数、単価ともに想定内に収まっており、この先3か月くらいで前年の数字に近づくとみている。比較的パソコンやテレビ、AV機器は落ち込みが少なく、白物家電は大きく落ち込んでいるが、それでも想定していた20%減よりは悪くない15~18%減で推移しているので、楽観視できるのではないかと考えている。
	やや良くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の様子や買上点数を見ていても買い渋る様子は見られないので、少しずつまた良くなっていくと考えている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・積極的に企画ものを展開して顧客にアピールし、販売量の増加につなげていきたい。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は週ごとに回復傾向にあるので、3か月先のボーナスが出るころには、今よりは良くなっているのではないかとみている。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税による今月の落ち込みは予想以上であったが、今後は季節商材などが動いてくると予測している。
		百貨店（経営者）	・高額商材以外は、夏アイテムの最盛期に入るにつれ徐々に回復していくものとみる。経済環境は決して下振れしているわけではなく、民間の夏の賞与や一部企業のベア改善などのプラス材料も夏アイテムの消費に少なからず影響し、早い段階での回復につながると期待している。
		百貨店（経営者）	・徐々に消費税増税によるマイナス影響の幅が小さくなってきており、増税による景気後退ムードは限定的だと推察される。食料品、夏物の衣料品などから回復基調に戻ると予想される。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の反動は大きいですが徐々に回復する。しかし、時間は想定よりも長引く。
スーパー（店長）	・消費税増税前のまとめ買いによる家庭内在庫も2、3か月先には無くなるころなので、徐々に回復してくる。		
スーパー（店長）	・消費税増税の影響は少しは和らいでくると予想している。		

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		
		スーパー（店長）	・生鮮食品を中心に客単価が回復傾向にある。ストックできる商品群に関しても上向き傾向にあり、生鮮食品は予測以上に早い回復が期待できる。		
		コンビニ（経営者）	・主力のたばこは、2週目以降にはほぼ消費税増税前の水準に回復しつつある。それに伴い、単価も上昇すると考えられる。		
		コンビニ（エリア担当）	・4月後半より来客数及び客単価が戻りつつあるため、景気は良くなる。		
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の水準を超えるとは考えにくい、今月よりは良くなる。		
		衣料品専門店（経営者）	・現状が最悪なので、7月のセールは期待できるのではないかと。		
		家電量販店（店長）	・ボーナス商戦へ入るので良くなる。		
		家電量販店（店長）	・消費税増税後の落ち込みからの回復に期待している。		
		家電量販店（従業員）	・客単価が高いので、消費税増税前の駆け込み需要の反動で落ち込んでいる来客数が戻れば、良い実績になるとみている。		
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税が浸透すれば、来客数も増える。		
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の影響は2、3か月後になると大分落ち着くとみている。また、3月までに住宅を建てられなかった人たちが遅れて着工しているので、その住宅に入る物の購入が2、3か月の間に進むとみられる。		
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・季節的な要因もあり、良くなると見込んでいる。ただし、どこまで消費者の購買意欲が持ち上がるかは、まだまだ不透明なところがある。		
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減はゆるやかに減少していくとみている。		
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・4月は消費税増税前の駆け込み需要の反動から、前年比65～70%の販売実績ではあるが、今月が底で来月以降は持ち直すと予想している。		
		高級レストラン（支配人）	・企業の利用が思いのほか悪くない。		
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響が出てくるかは分からないが、客の話を聞いていると、仕事が活発になっているようである。当店の景気も例年よりは良くなるのではないかとみている。		
		観光型旅館（スタッフ）	・先の予約状況には消費税増税の影響はあまりうかがえない。このまま消費意識が落ちなければ、全体的に良くなっていく。		
		旅行代理店（店長）	・消費税増税の影響で停滞気味であるが、夏場の先行状況からも好転が期待できる。		
		テーマパーク（職員）	・消費税率8%がある程度定着してくるとみている。		
		変わらない		商店街（代表者）	・消費税増税の影響もあり、景気が急激に回復することはない、2、3か月後は変わらない。
				商店街（代表者）	・消費者は消費税増税に対してあまり右往左往していないが、中小零細企業の賃上げは実際には非常に厳しく、消費税増税分を取り戻せるのかは少し不安なところがある。
商店街（代表者）	・7月ごろからは、前年程度かそれ以上の売上確保や利益確保につながるようになって期待しているが、1、2か月は売上の減少傾向は続くとみている。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税後の3か月後は少しは状態が落ち着くのではないかと周りとも話しているが、繁華街に関しては外食産業の落ち込みが非常に悪い状態なので、まだまだ景気の回復は望めない状況である。				
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・復興需要により一部に景気の良い客層が見られるが、その恩恵が消費者全般に波及していないようである。消費者は今後の景気改善に今一つ確信が持てず、出費することに二の足を踏んでいるのではないかと。積極財政で景気刺激、円安による輸出促進と良い面が出ている反面、輸入品の価格が上がるなど、消費者はデメリットも実感している。良い面が波及するには、北朝鮮の核問題など、国際情勢及び国内政治の安定も必要である。昨今安定してきつつあるが、いまだ確信にいたらない。今しばらく時間が必要ではないだろうか。				
百貨店（買付担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は当分続くとみられる。				

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
		百貨店（売場担当）	・まだまだ消費税増税の影響で無駄なものは消費しない傾向は続くと思われる。セール品の売上は見込めるが、定価品及び高額商材は伸び悩むことが予想される。
		百貨店（経営者）	・消費税増税の影響は少しずつ落ちていくが、地方ではベースアップなどができる企業は限定されており、購買意欲がすぐに向上するとは考えにくい。
		スーパー（経営者）	・現在の推移だと、5月は2月以前の推移に戻ることが予想される。さらに後半からは大手などの給与アップ効果が表れることを期待しているが、賞与アップで対応している企業も多いことから、消費回復にはもうしばらく時間を要する。
		スーパー（営業担当）	・食品については徐々に消費税増税の影響は薄れてくるが、現状より良くなる要因は見つからない。
		コンビニ（経営者）	・来月も近隣に競合他社の出店が予定されている。景気が良くなる要素がない。
		コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークで一時消費が促進されるが、その後の買い控えの傾向は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・良くはならないが極端に悪くもならず、結果として変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今月よりは回復すると考えられるが、一気に好転するとは考えにくい。
		コンビニ（店長）	・消費税率8%も仕方が無いということを消費者も大分理解してきているようで、それほど大きな買い控えは無いとみられる。しかし、単価はやや低迷しつつ推移するとみている。夏の天候次第でも変わってはくるが、若干悪い雰囲気のまま何か月かは推移していくとみている。
		コンビニ（店長）	・積極的に個店販促を実施して来客数の面では前年を超えるところまでできているが、単価が前年を下回っており依然として厳しい状況に変わりはない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響を考えると、変わらないというより予想がつかない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数増やまとめ買いといった回復傾向が見られるが、高単価商品の動きが回復するまでにはもう少し時間が掛かる。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズによるスーツ離れは歯止めがかからない。さらに、消費税増税で購買モチベーションが低下している。
		衣料品専門店（総務担当）	・地方ではいまだアベノミクス効果はうかがえない。現在の状況が続くと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減はしばらく続く。新型車発売を始め増販策を打ち続けていくが、新型車効果も減少分をカバーしきれないと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・景気の上昇は9月ごろと予想する。それまでの落ち込みをいかにして抑えるかが非常に重要であり、来年の消費税率10%に対する対策を今から検討する必要がある。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減はしばらく続く。ただし、そう長くは続かず、エコカー減税の継続、自動車諸税の見直しが消費者に浸透すれば、販売は回復するだろう。
		住関連専門店（経営者）	・現在のやや悪い状況はしばらく続く。その程度や期間が長引かないように、広告のタイミングや広告費の増額などの対策をしたい。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景況は回復基調の印象があるが、地方で数字となって実感できるのはまだ先のことになる。これから清酒の価格の改定などが出てくるかもしれないが、油断できない状況にある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ガソリン価格が高値になっているため、客の節約志向が強まってきている。そのため、行楽シーズンを迎えても従来のような車の使用は控える動きが強まりそうである。今の状況のまま、消費税の負担と賃上げのバランスとの様子見の動きが数か月続くと考える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・この先数か月間は、前年比を割り込むことを覚悟している。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税はあまり問題にならなかったと思っていたが、今の状況は少し厳しい。現在の状況が続くのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・今後も急激な変動はなさそうである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークについては思ったより集客がなされていない。消費税増税が理由かは分からないが、予約状況についてはしばらく前年をクリアできないのではないかと。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約が落ち込んでいる主力の宴会部門と宿泊に対するてこ入れが必要である。施設、料理、サービスの3つをかみ合わせ、価値感のある価格の商品開発を強力に推進していかねばならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、宿泊、レストラン、婚礼ともに、3か月予想は希望的な見込み数字で、具体的な案件はほとんど見当たらないのが現状である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は震災以後の高稼働状態がこの先も続く判断している。宴会も例年受注している企業の予約が入っている状況である。レストランは判断しきれないが、全体的に変わらないとみている。
		旅行代理店（経営者）	・販売量の伸びが鈍化している。今後は、これまでのような伸びは難しいが、今もそれほど落ち込んでいるわけではないので、今と変わらないまま推移していくのではないかと予想している。
		タクシー運転手	・消費税増税により乗客数は減少してはいるが、今の状況では良くも悪くも変わらない。
		タクシー運転手	・消費税率が5%になった時も1年間は景気の悪い状態が続いた。今後急に回復するような要因が無い場合、悪い状態はしばらく続く。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・強力な加入促進キャンペーンや、新商品メニューの追加も予定されていないので、現在の状況のまま推移していく。
		通信会社（営業担当）	・顧客訪問時のヒアリングにおいて、特に何かが変わるような話はない。
		観光名所（職員）	・客単価は若干上がっているが、前年同時期の予約状況と比べるとさほどではない。数字的には変わりがないので3か月先も伸びるとは思えないが、極端に落ち込むとも思えない。
		観光名所（職員）	・前年のような天候不順がなければ、今後も今月と変わらず推移するとみている。
		遊園地（経営者）	・基本的な料金は据置きにしているものの、夏にかけての期間に消費税増税の影響が家計にどう出てくるかを依然懸念している。
		競艇場（職員）	・消費税増税の影響で販売量が減少するとみられたが、目に見えての減少はない。今後も現状を維持できるとみている。
		美容室（経営者）	・消費税増税の反動がみられる。サイクルからいくとあと3か月は続くと思われている。
		設計事務所（経営者）	・仕事の件数からみると極端によくなったり悪くなったりはならない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費は当面弱含みに推移する。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・東北に同業他社の超大型店の出店が相次いでいる。全体の売場面積は微増だが、人口減少などの要因により業界の総売上が減っているため、1店舗あたりの収益性は悪化している。それに加えてネット通販などの動きがあるため厳しさはしばらく続く。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税による細かな積み重ねが徐々に家計を圧迫することにより、必要なものだけを購入する傾向が強くなる。
		スーパー（経営者）	・米、トイレットペーパーなどの紙類、洗剤類など買いためた商品の反動減が続く。
		スーパー（店長）	・日用品、加工食品、酒類において、消費税増税前の駆け込み需要や買い置き需要の反動が目立つ。消費税増税により、節約志向が高くなっているのは明らかで、買い置き品が無くなったからといって、すぐさま元に戻る状況にはない。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税の影響が買上点数に大きく出ている。特に売上が下がっているのはフルーツ、牛肉、加工食品、嗜好品、米、雑貨などである。3月に購入した反動が出ているようである。必要なもの以外は買わない傾向になりつつあるのではないかと。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が思ったより大きく、母の日ギフトやカーネーションなどの生活必需品ではない商品群への支出を控える傾向にある。4月下旬の消費動向を見る限りは、堅実な消費志向は当分続くと思われ、これから迎えるさくらんぼギフトやお中元商戦への影響が心配される。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税になったばかりで2、3か月後は分かりづらいが、4月下旬になり月初より少しずつ盛り返している。そういった面では2、3か月後がどのようになっているのかは企業の努力次第であり、給料が上がっているかどうかである。

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
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後の影響は徐々に少なくなるとみられるが、慎重な購買行動は続くため、やや悪い状況が続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期であるがディーラー、民間ともに車検や補修の入庫数が少ない。数年来、エコカー減税のあおりをもらって受けている状態であり、業者の廃業淘汰は進むだろう。
		住関連専門店（経営者）	・納品も5月までには終わってしまう。消費税増税の影響で新たな売上は期待できないので景気は下がると予想する。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税増税にからんで客の動きが非常に鈍くなっており、4、5月は増税前の受注をこなして終わりそうである。仕入先も便乗値上げをしており、これから先は今まで以上に利益的に厳しい状況が続く。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・公共事業の増加に伴う購買意識の上昇に期待をしたいが、景気回復は一部の業種、大都市圏に限られており、地方への波及はまだまだ先のことになる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・消費税増税の影響は一段落するとみられるが、果たして販売価格のダンピングに繋がらないか、もしくは安価なものばかりが動くのではないかと心配もある。また、気候によっても若干左右されるので、春先の注文に比べればかなり単価が下がることが予想される。
		高級レストラン（支配人）	・来客数の持ち直し時期も不透明であり、影響がないのは高額所得者だけであるため、しばらくは期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・5月以降の予約は多少入っている。しかし、消費税増税による出費の増加に対して消費者は防御の体制に入っていくとみられるので、2、3か月後は今よりも渋い状況に変わっていくと予想している。
		スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンもいよいよ終わりになり、ゴールデンウィーク明けはかなり暇になると予想している。しばらくはこの状態が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・上半期の披露宴の予約が前年の数字に届いていない。同業社との競争もあるが、消費税増税もあり様子を見ようという客の意識が働いたのではないかと考えている。秋口以降の披露宴は前年並みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況も前年に比べて厳しい。
		タクシー運転手	・消費税増税が客の乗り控えに直接つながっている。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響で家計の節約が増え、小売業の売上が伸び悩むとみられる。T P Pの問題では一次産業に影響が考えられるため、アメリカ側の条件に近くなれば景気が悪くなると予想する。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、当面は消費が停滞し景気改善は見込めない。
		通信会社（営業担当）	・好況感の一部の大手企業限定とみられ、その他の企業は投資に慎重である。
		美容室（経営者）	・消費税増税後は単価の高いパーマやカラーリングの客がめっきり減少している。しばらくは客足が減るものとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税の反動は、消費の停滞となって表れてくる。原材料や光熱費の上昇も大きく、経常利益への圧迫は大きい。
		住宅販売会社（経営者）	・小額資金戸建建築希望者のための造成地などの販売は建築と共に順調だが、消費税増税前の駆け込み需要という異常な受注量と比較するため、必然的に量的には下がる。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・問い合わせの件数の伸び悩みはしばらく続くと予想している。
	悪くなる	衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響で生活防衛の意識が高まっており、我々の業態であるスーツやフォーマルに対しては、かなりシビアな見方がなされている。3か月先までは厳しいと予測している。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減は長引くと予想する。3年前の東日本大震災の影響もあり、車検需要の減少も見込まれる。
		高級レストラン（経営者）	・大企業を中心とした好景気が、地方に波及するのは半年以上先であるので、しばらくは良くなることはない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税に伴う値上げがほとんどの場所でおこなわれており、財布のひもが緩むということが皆無に近くなっている。飲食だけにとどまらず、日用雑貨用品や燃料関係の購入にもシビアな人が周りに増えてきているようなので、景気は当分下がる一方だと予想している。

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
		観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークの中目で休前日でも空室が出ている。5月3～5日のみ満室であとは空室も目立つ。連休以降は全く予約の目途が立っていない。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は、想定していたよりは小さい。逆に消費税増税後の対策のため、原価低減、付加価値拡大など、各企業の施策が活発であり、新製品開発サイクルも短くなる傾向があるため、総合的に考えて徐々に景気は良くなっていくと予測している。
		建設業（従業員）	・新年度に発注された復興案件などの受注が確定してくる見通しである。
		金融業（営業担当）	・マインドが改善してきている。
		広告業協会（役員）	・消費税増税後も流通大手はそれほど大きな落ち込みはないようなので、夏のボーナス商戦を見込んで積極的に販売促進をかけるものと期待している。
		広告代理店（経営者）	・5月以降は受注量が増加している。
		経営コンサルタント	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は長く続かない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・消費税増税のことは別にして、今年に入り生活も安定してきているようなので、購買力もこれから少しずつ出てくると予想している。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・連休明けに装置の搬入があり、出荷も増加傾向である。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・この先2、3か月を考えた場合でも、相変わらず牛タンの人気は継続するものと判断している。
		食料品製造業（経営者）	・もうしばらく消費税増税の影響があると予想している。
		食料品製造業（総務担当）	・市場は縮小しており、人口も減少傾向にあるためパイの取り合いになる。
		木材木製品製造業（経営者）	・消費税増税の影響により、住宅部材の販売量は2、3か月は低迷すると予想している。
		建設業（経営者）	・現在も受注量は順調であり、先行きの受注予想量も期待できる。
		建設業（企画担当）	・資材価格の高騰や技術者不足、労働者不足などの状況は変わっていないため、しばらくは現状のまま続くと予想している。
通信業（営業担当）		・今後も取引先からの価格値下げ要請は強まるとみられ、競争入札も含めて予算を許さない状況は続く。	
通信業（営業担当）		・政治次第である。	
コピーサービス業（経営者）		・現在の商品の動きが少ない傾向は6月ごろまで続くともみている。客先との話や来店客の状況を見ると、回復するのは夏場を過ぎたあたりからと予想している。	
その他企業〔企画業〕（経営者）		・新年度予算の実質的運用はまだ先になりそうである。しかしながら、前年よりは上向くとの情報がある。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・果物農家への風評被害が弱まり、震災前の状況に戻ることを期待しているところだが、消費税増税で農家の所得が下がることへの不安は大きい。	
	農林水産業（従業者）	・TPP交渉での日本側の大幅な譲歩が予想され、米取引価格への影響は避けられない見通しである。	
	食料品製造業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による販売量減少は避けられない。5～6月も反動による苦戦が予想される。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年ゴールデンウィーク後は大きく受注量が冷え込むため、あまり期待できない。	
	土石製品製造販売（従業員）	・マンション建築工事や道路補強工事などは前年度中に終わっているものが多く、消費税増税後の発注は少ない状態である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、国内は消費税増税前の駆け込み需要の反動の影響がしばらく残るとみている。加えて、新興国経済の陰りによって輸出環境が更に悪化することを懸念している。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税により家電関連の売上が下がっている影響がこれから出てくるとみている。	
	輸送業（経営者）	・軽油価格の高止まりや高速道路の割引率の減少に見合う料金改定に取り組んでいるが、なかなか進んでいない。	
	通信業（営業担当）	・消費税増税による買い控えがとまらない。	
	広告代理店（経営者）	・現在の忙しさは、消費税増税に伴う特需的なものなので、今月よりは落ち込むものとみている。	
	司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想される。	

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	
		公認会計士	・建設関係は現状維持のまま推移するとみられるが、消費税増税前の駆け込み需要の反動で、小売業関係などを中心に売上が落ちると予想している。	
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・酒類全般的に、消費税増税による影響を打開するだけの商材、企画に乏しい。量販、飲食店向けでも伸び悩みが続く。	
		金属工業協同組合（職員）	・これまで上向きであった半導体装置関連が減速気味である。加えて、消費税増税前の駆け込み需要の反動から受注の動きが鈍い。ますます短納期化し、納期が重なるなどで受注の機会を逃してしまう。他方、蓄電関連はまずまずの動きである。	
	悪くなる	○	○	
雇用 関連 (東北)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一時的に消費税増税の影響はあるものの、求人数は緩やかに伸びていることから、長期的には景気は良くなる方向にあるのではないかと期待している。	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・前年はそれほど見られなかったが、新卒採用で内定を出した企業で追加の募集を考えているところが多い。採用意欲があるようである。	
		アウトソーシング企業（社員）	・震災関連から復興関連にシフトし、仕事が増えることを期待している。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響で採用を抑えている企業もあるが、マインドはおおむね楽観的で採用意欲はあるとみている。	
		職業安定所（職員）	・求人窓口これまで募集を出していなかった事業者や、初めての事業者が相談に来るケースが少しずつ増えている。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新年度の入札状況と新規案件への成約の向上次第となるが、入札は収益重視のため現状維持であり、新規成約はやや改善の兆しはあるものの、2～3か月先は変わらないとみている。	
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響が読めない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏の商品需要にもよるが、消費税増税の駆け込み需要の反動が現在の程度で収まれば、回復も早いとみている。先付けの求人申込みもあり、落ち込みも今月ほどにはならないのではないか。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気はやや上向いているような印象を受けるが、働き手がないために営業できない店舗があるなど、これまでに例が無かった状況がみられ、今後の動向が予測できない。	
		職業安定所（職員）	・新規求職者が減り、新規求人が増加する傾向が続くとみられるが、企業整理や人員整理を検討している企業もあり、景気は変わらない。	
		職業安定所（職員）	・人手不足な業種はあるものの、一部にとどまっている。	
		職業安定所（職員）	・有効求人数は1万400人台と、最近の数字としては最も多くなっている。新規求人数が大幅に増加したことが影響しているものとみられる。しかし、消費税増税前の駆け込み需要の反動が懸念される場所である。	
		職業安定所（職員）	・求人の増加率が鈍っているため、今後の求人倍率は伸び悩むものと予想する。	
		職業安定所（職員）	・管内では、堅調な求人数が激減する要素は見受けられないが、消費税増税による卸売・小売業を中心とした買いだめや買い控えにかかる業績増減の影響も考えられるため、プラスマイナスで変わらない。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・客単価の低い顧客は今のところは消費税増税の影響が少ないようである。しかし、不安な声をよく聞くため、ゴールデンウィーク明けからは様子見状態が始まることが予想される。
	職業安定所（職員）		・消費税増税後の反動を懸念する企業が多い。コスト高による収益の減少を見込んでいる企業も見受けられる。	
	民間職業紹介機関（職員）		・消費税増税の影響が出る可能性がある。	
		悪くなる	—	—

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：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	良くなる	コンビニ（経営者）	・一般企業の給料が少し上がることで消費税増税分の対策ができ、客の買物の量が増えるのではないかと期待している。

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
関連 (北関東)	やや良くなる	一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税の影響も落ち着いて、エアコン、冷蔵庫等の動きに期待できると思う。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税の影響もやや落ち着いてきて多少景気は上向きに向かうような気がする。
		百貨店(店長)	・4月も月末になって売上が前年を超えるようになってきており、消費者の収入も増加に向かっている中でムードも悪くないので、増税の影響は次第に小さくなるものと考えている。
		スーパー(店長)	・生鮮食品などにおいては事前の想定よりも売上の回復が早かったと感じているので、良い方向に向くと判断している。
		スーパー(総務担当)	・消費税増税後の今はかなり厳しいが、駆け込み需要で前回の消費税増税時と比べてそれほどすぐ売れたという状況ではなかったため、再来月ぐらいから回復するのではないかとみている。
		スーパー(統括)	・来客数、売上共にほぼ予想通りの回復基調で、食品は5月中旬ごろまでに前年並みに戻る見込み。冷夏予想もあるが衣料品、住居関連品も6月の中元商戦ごろには前年並みに戻ると思っている。
		スーパー(商品部担当)	・1店舗リニューアルを行うので、既存店も含め、相乗効果が多少表れる部分がある。
		コンビニ(経営者)	・雇用情勢の回復、賃金増など雇用環境は改善している。コンビニで求人を出しても応募がない状態なのは景気が良くなってる証拠だと感じている。消費税増税後さらに3か月たてば消費は上向き。各種値引きセールや電子マネーのポイント2倍キャンペーンの影響もあるだろうが、食品業界には増税が思ったより影響しなかったと感じている。
		コンビニ(店長)	・消費税増税が迫った3月でもさほど需要は増加しなかったが、実際に増税となった今月は、来客数は月末にかけてかなり回復したものの、客単価が1割ほど減少となっており、かなり厳しい。何とか単価を上げる方法を模索して良くなる方向へ進むことを期待している。
		コンビニ(店長)	・4月はちょっと落ち込んだが、今のところ若干戻ってきているような状況なので、今後については今月よりはやや良くなる。
		衣料品専門店(統括)	・消費税増税の影響はあまり感じないが、町の中に出てくる客数はいまだ改善されない。これから夏から秋にかけてイベントや催事が増えてくると思うので、当店の売上につながることを期待している。
		家電量販店(店長)	・前年に比べ商品単価が上がっているため、先食いした需要の反動減が数か月で治まれば若干上回ってくる。消費税増税自体の直接的な影響は少ないと考えている。
		乗用車販売店(経営者)	・3か月ぐらい先になれば、ある程度受注も回復してくる。
		乗用車販売店(販売担当)	・今月は当社始まって以来の最低ラインなので、これ以上悪くなるはずがない。連休が終われば少しは景気が良くなるのではないかと期待している。
		自動車備品販売店(経営者)	・3か月後も特に良くなる理由はないが、少しずつ新しい消費税率に慣れて消費も戻ってくると期待している。
		住関連専門店(経営者)	・駆け込み需要の分を考えれば、前年と数字的に変わらなければ底堅く好調を維持しているとみている。実際には2～3か月後から前年実績を上回ると考えている。
		一般レストラン(経営者)	・例年と比べ、県内客の動きが特に良くなっている。
		一般レストラン(経営者)	・人の動きは多くなっているようである。
		観光型ホテル(経営者)	・夏休みシーズン前のグループ客、団体客の動きと、インバウンドによる来客数増加が見込めるため、やや良くなる。
		観光型ホテル(営業担当)	・ここ数年、台湾やインドネシア等からの観光客が増えているが、今年は特に多い。単価は低いが貴重な収入源である。
観光型旅館(経営者)	・今月が最悪の状況なのでそれに比較すれば改善する。ただし、全体としては増税後の影響や、旅館離れなどの状況により、緩やかに悪化していく。		
旅行代理店(所長)	・ゴールデンウィークも後半に集中し、例年より低下すると思われるが、それ以降については価格も安く設定される時期に入るので、多少の回復が見込めるかもしれない。		
タクシー(役員)	・希望的には良くなると思うが、大手企業の動きが消費税増税後でどの程度鈍るのか予測できない。		

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
		通信会社（営業担当）	・消費動向は例年通りのトレンドと思われるが、景気の影響を受けて賞与が増額する企業が多いようであれば、ポジティブな反応が期待できる。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・8%の消費税が浸透すれば、値上がりが相当響き、買物を控える客が目立ってくるのではないかと思っている。
		百貨店（販売促進担当）	・食品などの一部の商品群は既に消費税増税前と変わらない状況に戻つつある。一方、主力の衣料品は苦戦が続いており、全体では大きくは変わらない。
		百貨店（店長）	・ベースアップがあっても、消費税増税分には届かない。ボーナスが大幅に増えれば状況は変わると思うが、難しいのではないかと。
		スーパー（経営企画担当）	・消費税増税による影響がほぼ想定内で収まったのでほっとしているが、先の見込みについてはまだ判断がつかかぬ。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税が客の財布のひもをますます締めさせてしまった。しばらくはこのままの状態が続いていくのではないかとと思われる。
		コンビニ（経営者）	・来客数が戻らない限りは良くならない。
		コンビニ（経営者）	・夏に向けてますます来客数が増えてくると期待したいところだが、今のところ財布のひもが固く、消費税増税の影響はやはり受けざるを得ないという状況なので、あまり期待できない。
		家電量販店（営業担当）	・今月は消費税増税後の反動減が大きい。家電品は秋ごろまでは回復しないと思う。夏も冷夏の情報が出ているため、この先の販売に影響がある。唯一、前年より大幅に伸びているのがパソコンである。OSのサポート停止による切替で、企業を中心にビジネス関係のパソコンが前年比150%で推移している。
		家電量販店（物流担当）	・消費税増税の影響は一時的と感じられたため。
		乗用車販売店（経営者）	・通常の月に比べ、商談件数がかなり少ない気がする。
		乗用車販売店（営業担当）	・今月前半は3月の残務処理で仕事は忙しかったが、売上は良くない。この状況がしばらく続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・特別理由はないが、4月の販売量がかなり伸びているので、2～3か月先もこのまま伸びて推移してくれば良い。今月の販売台数がマックスかと思うので、周囲の状況からして、そんなに飛躍的には伸びない。
		乗用車販売店（管理担当）	・食品関係は必要に応じて消費されるが、自動車の販売はしばらく低迷が続く。
		乗用車販売店（統括）	・2～3か月ではまだ反動減はなくなるらない。
		住関連専門店（店長）	・消費税が増税となり、売上は悪くなっているが、いつ売上が回復するか分からない状況である。
		住関連専門店（仕入担当）	・駆け込みの反動は徐々に薄れていくはずだが、本体価格と税込価格の表記の戸惑いが継続し、消費者が慣れるにはまだ時間がかかる。無意識のうちに消費は抑えられるため、厳しい状況が継続する。
		一般レストラン（経営者）	・アベノミクスの経済効果は都市部ばかりで、地方の末端の業者においてはなかなか表れてこない。
		スナック（経営者）	・正直どうなっていくか全く分からない。もうしばらく様子を見た上で必要な手を打ちたい。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないという意味での変わらないである。世界情勢もいろいろあるが、もう少し日本自体がしっかりしなければならぬ。良くなるように願っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・輸出関係などは円安で良い会社も結構あるのではないと思うが、ホテルに関係する会社ではどこも消費税増税による買い控えの動きがある。外食産業においても、外食をせず、買物をして自宅で食事する人が非常に多くなっているようである。
	都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税後の年度始めの状況としては前年と比較しても3か月前と比較してもあまり変わらない。2～3か月後どうなっているかというのはもう少し様子を見ないと分からないが、大きく上がったたり下がったりはしないのではないかとという予想で変わらないという判断である。	
	都市型ホテル（副支配人）	・客単価は上がったが、若干ではあるが来客数が減少している。消費税増税の影響は2～3か月は続くだろうし、しばらくは良くも悪くも前年並みの実績が続く。	

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
		旅行代理店（従業員）	・為替が大きく変わる要因がないため、変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・現在の受注状況や客足等は前年と同程度であるが、消費税増税の影響が出てくるのがこれからなので何とも言えない。海外旅行の受注は落ち込んでいるが、国内旅行と日帰りの近距離旅行などの問い合わせや受注が増えている。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行シーズンが始まる7～8月までは大きな進捗はみられない。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響はあまり感じない。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税が、観光などの余暇費用に影響が発生するか見通せない。
		ゴルフ場（支配人）	・消費税3%アップをプレー料金で吸収し、新年度をスタートさせた。しかし、地場産業をはじめ、地方の中小オーナー会社とのコンペ営業ははまだ他コースとの値引き合戦が発生している。ゴルフ場利用税の早期撤廃による収支の改善を望む。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は前年同期を若干上回ることができている。その後、5月の予約の取込みも順調に進んでいるので、先行きは前年を上回り、いくらか回復基調に乗るのかなという感じがしている。
		競輪場（職員）	・全国発売しているG2、G3レースの売上がほぼ前年と同額だからである。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・しばらくはこのままの水準で維持するのではないかと考えている。
		美容室（経営者）	・個人店でも勢いがある店は、2～3か月先の予約がたくさん入っていると聞くので、消費税は上がったが、これからは元に戻っていくかという感じである。
		その他サービス [イベント企画] （職員）	・消費税増税の影響などもあり、まだ景気の回復感はない。
		設計事務所（経営者）	・年間で仕事量が少ない時期になるが、依頼は多くなっている。
		設計事務所（所長）	・今月の打ち合わせがうまくまとまれば良くなると思うが、ゴールデンウィークキャンペーンなどで集客しないと厳しい状況である。
		設計事務所（所長）	・建築需要の動向はやはり、消費税増税の影響が出てくる8月以降が問題だと思う。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税はかなり影響が大きい。ローン減税も地方では金額が大きすぎて関係ない状態である。もっと、インパクトの大きい政策がないと解消しない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・一般的には安価な商品だけが動いているので、しばらくは売上が低迷する。
		商店街（代表者）	・郊外の大型専門店や公園の催事などは人気があるが、商店街には客の足が向かないようである。
		商店街（代表者）	・販売をしていると、消費税の3%分というのはかなりいろいろな物価が上がったという感じを受ける。様々な業種ですべて消費税がかかることになるので、各自の財布はかなりきつくなると思うので、影響が出てくるのはこれからである。
		一般小売店 [乳業] （経営者）	・末端の消費が伸びる要因が見当たらない。
		一般小売店 [青果] （店長）	・当地域の一部上場企業では給与が上がったというような話は聞かず、合併の影響でいまだにリストラの懸念もあるので、お金を使わない傾向が続いている。
		百貨店（店長）	・消費税増税の影響が予想以上に大きい。
		スーパー（経営者）	・食品小売業界のデフレマインドはなかなか消せない。
		コンビニ（経営者）	・来客数は前年をクリアしたが、やはり消費税増税の影響を感じている。当店は営業や工事現場などの来店客がかなりいるが、月々の小遣いや食費など、3%の増税分が響いているようで、販売もまずは見切り品から売れている。この環境に慣れるのにあとどのくらいかかるのかちょっと分からない。ゴールデンウィークも前半は人が全く動かず、極めて低調である。後半に備え、品ぞろえをきちんとしていきたい。
		乗用車販売店（経営者）	・銀行の支店長に市況をたずねたら、お金があまり回っていないように思えるという返事で、その上、借入れをしてくれないかと逆に依頼されてしまった。先行きは不透明なようである。

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
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で販売量が大きく増加した分、反動が大きく、受注が減少しており、販売量も今後減少していくと見込んでいる。
		高級レストラン（店長）	・家計の出費増で、目に見えて影響が出ている。増税分を補う収入増の実感が得られるまで、節約志向はなお一層強くなる。
		一般レストラン（経営者）	・動きは戻っていくと思うが、材料費などの経費、公共料金の値上げなどを総じて考えるとやや悪くなる。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪くなっているため、この先も悪い。
		通信会社（経営者）	・消費税増税に加え、ガソリンや電気料金の値上げなどで消費意欲が減退していく。
		美容室（経営者）	・5月の連休はレジャー関連で外出してしまうため、美容などは暇になる。6月の売上は例年減少する。景気の良い業種は一部なのではないかとさえ思っている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・予約状況、ホテル、映画館を含めた各テナントの予約客数が横ばいより若干少なめなので、先行きはやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の心理的影響がある。景気上昇は都市部に限定的であり、地方の小都市には波及していない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・夏ごろまでは増税感が続き、売上の減少が続く。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・桜や新緑など良い季節ではあるが、経済的にはあまり良くない。何とか頑張っていくが難しいと思う。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税に伴い、不要不急品の購入は控え、生活防衛意識は更に高まっていく。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税がかなり響いている。
		衣料品専門店（販売担当）	・本当に悪い。ゴールデンウィークで消費した分の反動がそのまま出てくるので、今後2～3か月も悪い状況が続く。消費税の増税分への慣れも夏場ぐらいまではどうにもならないと思っているが、それにしても明るい兆しが見えない。年配女性向けの衣料品だからなのかかもしれないが、かなり悪い状況になる。
		タクシー運転手	・地方では、1人1台の車を持っている。仕事でよそから来る人が少なくなっている。午後から夕方にかけては、1回営業するのに、2～3時間かかる。深夜もひっそりしている。
通信会社（経営者）	・2016年にも電気の自由化が始まり、早ければ同年から都市ガスも自由化となりエネルギー競争が本格的に激化する。大企業にとっては大きなビジネスチャンスかもしれないが、零細企業は死活問題である。ただでさえ人口が減り競争が激化しているところに、さらに規制緩和で競争をおおるのは地方の零細企業の切り捨てである。しかし、そこにどれだけの雇用があるかを考えるべきである。		
通信会社（経営者）	・顧客が増えて昨年新規に会社を興した仲間やデザイナーとして独立した友人など、すべて現在副業を余儀なくされている。業界的にこの状況での景気回復はあり得ない。		
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・6月以降は新車販売が出てくるので様変わりになったりくる。当社始まって以来の受注量を抱え、現在フル生産の状況が続いており、在庫積み増しという形で動いている。これは北米を中心とした輸出が好調なためであり、3か月くらいはフル生産の状況が続いていく。国内については新車効果がこれから出てくるかどうかというところが非常に興味のあるところである。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・本業の環境製品が順調のため、太陽光のメガソーラー事業に専念できている。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・東南アジア向けの県の観光推進政策や業界の積極的な販売促進により、これから夏のシーズンに向けて前年以上の観光客が見込まれる。
		化学工業（経営者）	・夏枯れの心配なく仕事量は確保できそうだが、原材料の価格上昇分が転嫁できず、利益にはそれほど貢献してこない状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・4月に入り取引先の生産動向説明会の開催が続いているが、現状より大きく仕事が減るとの説明はほとんどない。特に、インフラ整備に関係している取引先数社からは2年程度先まで好調との説明があった。
		建設業（開発担当）	・建設業であるが、公共工事の発注増は前年比10%で、当社も恩恵を受けている。ただ直近1か月の発注額は前年の半分程度に減少しているため、1年近く続いた好調な状況が今後どうなるのか若干心配である。

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
変わらない		新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・市内及び周辺エリアを対象としたミニコミ紙の4月の広告売上料は前年を上回り、5月も上回る見込みである。量販店の店長の中には、4～5月は買いだめの反動で落ちるが、戻りは早いのではないかと楽観視している人もいる。
		経営コンサルタント	・消費税増税後の反動減の期間はさほど長くなく、落ち着きを感じると共に徐々に消費等も持ち直し、企業の投資活動も起きてくると考えられる。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・引き合いが活発に推移しており、今後は受注量の増加が見込める。ただし、受注単価については厳しい状況が続くことが見込まれる。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・体験教室について若干の見通しはあるが、本業の受注、販売は見込みすら立たない状況である。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・消費税増税の影響はそれほどないと思う。
		窯業・土石製品製造業(総務担当)	・大幅な変動はなさそうである。
		金属製品製造業(経営者)	・受注量は以前と同じである。当業界には仕事が多くなるというような良くなる話は一切ない。ある仕事を皆黙々とやっているだけである。
		一般機械器具製造業(経営者)	・親工場より2014年上期の予算を提示されたが、何も変わらないものであった。
		電気機械器具製造業(経営者)	・もしかしたら8月ごろが底になるような受注状況である。現段階ではちょっと状況が分からないが、かなり厳しくなるという雰囲気である。
		電気機械器具製造業(経営者)	・現状維持がやっつとである。先行きは読めない。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・4月に入り、引き合いは減少している。仕事量は3か月先までは確保できているが、それ以降はこれからの営業力にかかっている。
		精密機械器具製造業(総務担当)	・研究機関からの受注が多いが、新製品を開発、促販しているものの、受注量については頭打ちの状況である。当面、現状を上回る需要は考えにくく、厳しい状況が続くものと考えている。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・この2～3か月は受注量、販売量、取引先の様子はまずまず良い方向にあるが、2～3か月先は今の調子でやや良いか変わらずにいくか、全く分からない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕(経営者)	・今のところ消費税増税による影響はあまりない。例年では暖かくなるとライト感覚のジュエリーが主流になるので売上は若干落ちると思われるが、大きな変化はない。
		建設業(総務担当)	・連休明けから発注されるという予測もあり、公共、民間共に動き出せば前年並みになると予測している。
		輸送業(経営者)	・仕事は増えつつあるが、それに対応して増員したいと思っても、なかなか人材が集まらない状況である。
		輸送業(営業担当)	・この先の季節商材、特に扇風機や清涼グッズ、レジャー用品などの輸送依頼については前年並みに確保している。また、インターネット通販向けの依頼もさらに伸びそうである。ただし、現状の原油高により燃料コストが高くなっており、協力会社等の車両確保も苦しくなりそうである。
		通信業(経営者)	・今月は売上が下がったが、2～3か月はそのまま低迷しそうである。
		金融業(調査担当)	・当面は消費税増税の反動減で厳しい状況が続くとみられるが、大型連休や夏季賞与が支給される6月以降については、個人消費なども持ち直しの動きが期待される。
		金融業(経営企画担当)	・観光業については今後トップシーズンとなり、富士山の世界遺産登録の影響でやや良くなると考えているが、製造関係については変わらないので、総体的には変わらない。
金融業(役員)	・消費税増税の影響があるが、今の消費、購買動向からみてそんなに影響はない。		
司法書士	・建物の登記の仕事は、建物の購入、建設が消費税に関係するので影響を受けているが、2～3か月で回復するのではないかとみている。		
社会保険労務士	・特に大型のプロジェクトがあるわけでもなく、また明るい話も聞かないので、しばらくは今の状況が続く。		
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・4月は明らかに受注件数が減っている。消費税増税前の駆け込み需要の関係だと思いが、5月もちょっとそのような感じである。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・やはり消費税増税の動向によるが、悪くなると見越して経費等の見直しをしていこうと考えている。
		不動産業（経営者）	・数値的な回復を示されても、実質的に厳しい状況に変わりはない。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税で、外食関係の売上が下がっている。価格を変えられないくらいに厳しいところも多い。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・当社は現状維持ができるよう商品の規格を変更したが、今後に及んで何も変えない競合もあるため、取引先によっては他に注文するからと自社製品が切られていくところもある。ただ、何も変えなければ、それこそ自分の首を絞めることになるので、あとは品質で勝つしかないと考えている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず利益が上がらず、支払などやりくりが大変である。
		不動産業（管理担当）	・燃料費の高騰分を今のところ保守費用へ転嫁できていない。今後も値上げ交渉は厳しい部分が多いため、利益への悪影響が懸念される。
雇用 関連 (北関東)	良くなる	人材派遣会社（支社長）	・直接雇用でも、特に営業など利益に直結結び付けようとする動きが目立つ。同時に、育成に時間がかかるのも承知で、今のうちに採用したいという話も多い。
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・得意先の話では、あと2～3か月先は必ず忙しいということなので、安心している。
		人材派遣会社（管理担当）	・夏に向けて麺類製造の派遣が増えると予測されるため、現状維持は可能だと判断している。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・建設業は消費税増税前に契約して4月以後建設する人も多く、人材は欲しいものの募集してもなかなか集まらない状況である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・一部企業において、受注増に積極姿勢を取りつつある背景も感じられるが、消費税増税による影響で、経営者が慎重姿勢を崩さない傾向が目立つ。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・製造業などで一時的に求人は増えたが、最終的に高校生の就職に追い風は吹かなかった。また、職安から紹介される介護福祉学科などの離職者対象の学校入学も例年以上の応募があるので、一時期景気は上向きかと思えたが、全体的にはそうでもないようである。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・消費税増税の影響で一般小売等が販売不振である。製造業等についてはある程度人員確保ができていられると思われるので、横ばいだと思う。依然としてガソリン価格等の変動が見込まれるので、購買は必要最小限という見方であるが、夏物衣料は幾分動くのではないかと。食料品も同様に最小限の動きが見込まれる程度で、やはりまだ厳しいところである。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響で求人数が減少する可能性がある。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響で消費が落ち込むためやや悪くなる。実際、自動車販売が消費税増税前の駆け込み需要の反動で低迷している。
悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年収の増加は見込めない。	

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：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 (南関東)	良くなる	百貨店（副店長）	・4月の売上状況から判断すると、消費税増税の影響は早い時期になくなるのではないかと。ゴールデンウィークの消費喚起次第である。5月に回復基調に入り、6月は平時に戻ると考えている。
		百貨店（計画管理担当）	・消費税増税により一時的に固くなった財布のひももクリアランスセールの際には活性化するのではないかと。現状でもセール品に対する客の反応は良いため、夏物商材のセールが始まれば更に消費が高まると思われる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の施策が的を得ているため、今後も景気は良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・増税の影響が思いのほか表れていない。よって夏場以降また良くなるかと考えている。

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
		旅行代理店（従業員）	・4月以降、国内団体旅行の動きが好調である。見積依頼が1日80件近く来ており、対応に苦勞している。
	やや良くなる	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・消費税増税後1か月を過ぎ、消費も動き出すことから景気はやや良くなる。また、地域振興券にも期待したい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・以前の消費税増税の時と同じように、数か月で景気は若干回復してくる。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税の影響も薄れ、また、増税の効果から社会全体が良い方向に向かえば、少しは消費が上向く。外商など客に提案しているものは特に売上に変化はないが、そこにヒントがあると考え、施策を打ち出して対応していきたい。
		百貨店（総務担当）	・気温の上昇に伴って、駆け込み需要の影響が少なかった夏物衣料品の販売数が増えてくる。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税の反動減による販売の落ち込みが発生しているが、これから夏にかけては回復基調に戻っていく。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込みほどの伸びはないものの、その反動によるマイナス分を考慮しても、全体的には徐々に景気回復感が感じられる。ゴールデンウィークは比較的海外旅行の需要が少ないという事もあり、夏休みは反動で増えると期待している。海外旅行の需要が増えると過去においても、全体的に財布は緩む傾向にあるので、夏休み前の消費動向に期待が持てる。
		百貨店（営業担当）	・夏物購買は必ずあるので、ファッション購入での来店増により他カテゴリーの購買も増える。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税直後の今月との比較となるため、客の商品購入への流れが戻ってくる。
		百貨店（販売管理担当）	・現在でもトレンド性の強い一部のファッションアイテムは前年を上回る実績を残していることや、来客数はほぼ前年並みの水準で推移していることから、2～3か月先には消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減は一段落し、緩やかな回復に向かうと思われる。
		百貨店（店長）	・給与増と、消費税増税後の落ち込みが想定より少ないため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による景気の落ち込みが、回復基調に向かう。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税の影響が完全に払しょくされるには時間がかかるかもしれないが、今月のような大きな反動は続かない。今月の駆け込み需要の反動減も、中旬以降和らぎつつあり、宝飾品、特選などの高額品以外の商品は想定よりも早く回復すると思われる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要において、客によってある程度ストックされた商品が、早々になくなっていくだろうということで、3か月先には通常通りに数字が回復するかと期待している。食品は毎日のことであるという点をしっかりとアピールしながら対応していきたい。
		スーパー（店長）	・今後2～3か月後だと、消費税増税前の買いだめ商品も底をついて、消費がやや回復してくる。
		スーパー（総務担当）	・今の売上状況が底だと思われるが、良くなるとまでは思えない理由としては、買いだめがなかった生鮮食品やファッション性の高い衣料品などが、消費税増税後、想定したよりも売上が上がっていないという点が挙げられる。増税とベースアップの割合では、やはり増税の方が厳しく感じられるのではないかと。客は、流行り物や必要な物しか買わないのではないかと。ただ、買いだめしたものを使い切れば、3か月後は対象需要も伸びて若干は良くなる。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税後の反動が徐々に薄らいでくると思うが、見通しがつかない状況である。
		スーパー（ネット宅配担当）	・4月の前半は消費税増税の影響で悪かったが、3週目以降の業績が良くなっている。今のままで、ある程度推移する。
		コンビニ（経営者）	・新入学生、新入社員が非常に多いため、やや良くなると回答した。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の反動も徐々に落ち着いて来る。季節的な要因もあるので、これから2～3か月後は良くなる。
	コンビニ（経営者）	・特に買い控えはないように見えるが、トータルで販売量などは減っている。	
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の落ち込みからの回復が見込まれるためである。	

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
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税後の消費の低迷が回復するのと、今までの買い控えの客の来店が期待されるからである。
		家電量販店（営業統括）	・3月の駆け込み消費の反動減も4月中には底を打ち、5月以降は回復するとみている。その兆候として新製品を中心に販売数量が伸びてきている。また、訪日外国人客が3月以降急激に増加しており、今後もこの傾向は持続するとみているが、訪日外国人客の消費は、増税の影響を一切受けていないため、プラスアルファの売上効果として貢献すると考えている。
		乗用車販売店（販売担当）	・やはり消費税増税の駆け込み需要の影響で4月は落ちている。ただし、受注は結構順調であり、特に東日本大震災による建設関係の車両の需要増で、ダンプカーについては現在受注しても1年後にしか納められず、クレーン車についても納期がかかっており、受注のバックオーダーは相当多く持っている。よって、景気は良くなると判断される。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税が定着し、今後は通常に戻る。
		一般レストラン（経営者）	・6月ごろから多少良くなると報道されているように、6、7、8月と徐々に良くなる気がする。
		一般レストラン（経営者）	・建築や土木、不動産関係の客の話によると、消費税増税後も引き続き仕事が忙しいということであり、資金的に融通がきく業種が意外と増えてきたように感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税による買い控え等も、一段落すると思われるためである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全体的に2～3か月先の予約が前年よりやや良い状況にある。ここ数か月は直近での伸びもあるので、今後は景気が良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響は当月はあまり見られず、2～3か月後の受注状況が前年同月比105%以上で推移しているため、やや良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・個人の販売だが、夏休みの個人旅行の販売時期に重なるので、今月よりは良くなる。また、法人も秋にかけての9月以降の提案の時期に入るので、やはり動きが出てくる。
		タクシー運転手	・大気汚染PM2.5対策や2020年の東京オリンピックなどにより、東京都知事が中国から招待を受けたことなどで、政府関係も多少緊張が緩和して民間経済取引が活発になるように思うので、景気は上向きになる。
		タクシー運転手	・ここ2～3日で、深夜に利用がある会社の動きが良くなりつつあるので、希望も込めた回答とした。
		タクシー（団体役員）	・景気は回復基調にあったので、消費税増税の影響が薄ければ、再び回復基調に戻る。
		通信会社（経営者）	・消費税の心理的重圧がなくなってくる。
		通信会社（局長）	・民間企業のボーナス実額次第では、景気回復感の浸透が一層進むと思われる。それによって、ボーナス商戦が盛り上がるのではないかと予想している。
		通信会社（局長）	・消費税増税の影響がどのくらいで一段落するかということと、アベノミクス効果による社員のベースアップも見込まれることから、徐々に開放感が醸成されると思われる。ただし、急激な上昇ではなくあくまでも周りを気にしながらの推移である。
		通信会社（管理担当）	・サッカーワールドカップによる景気の向上を期待している。
		観光名所（職員）	・観光地のため、4月は新緑で大勢の来客を期待しているが、3か月後は夏休みに入り、子供たちや家族連れ等が多く来ることによりやや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の予約状況も満杯に近い状態であり、予約を断る回数も増えてきた。
		ゴルフ場（支配人）	・賃金上がり、実質面と精神面で若干なりともゆとりが出てきたり、今まで我慢していたことがあれば、今後手がける意欲が出てくるという期待もある。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・レジャー需要は底堅く推移しており、消費税増税の反動減も一服すると思われる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費税増税前が思ったより良くなかったが、増税後はそれほど来客数が減らず、ほんの数台ではあるが増えてきている。

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
変わらない		設計事務所（経営者）	・景気は上向きになっているようであるが、実際に当社が景気の良さを実感できるようになるのは、まだ時間がかかる。すぐに売上が増加するような契約は結んでいない。
		設計事務所（所長）	・特に民間については何年も恩恵はなかったが、先行きが多少見えてきたことから、動き始めたのではないかと。すでに当社としては目標想定額の45%程度を獲得している。
		設計事務所（所長）	・今までコンサルタントしてきた耐震設計が実を結び、多少上向くかもしれないが、実際の建築設計は不透明である。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は数か月消費が落ち込むと思われるが、その後は大企業だけが景気回復し、中小企業は不況の中に残り残される。至急中小企業向けの景気対策をお願いしたい。現在は希望的観測でやや良くなると考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きはまだ良くなると感じている。アパートに関しても、投資家の動きが活発で供給不足感があるようなので、早く商品化して販売をかけられると良い。今後もだんだん良くなっていく。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費税増税の影響が一段落し、住宅、建築関連の需要が回復し、資材の取扱いが増えると思込んでいる。
		商店街（代表者）	・大企業の戦略はかなり詳細にわたって作戦を練っていると感じるが、中小零細企業については、それなりにはやっているものの、なかなか思うように結果が出ないという状況であり、4月の景気をずっと引っ張ると感じる。
		商店街（代表者）	・2～3か月はおとなしい推移になるように思う。2～3か月たった時点で、世の中の空気感がどうなっているかで大きく消費は変わる。当エリアにおいては買い控えるというような積極的なマイナスはない。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税に伴う消費の落ち込みはまだ続く。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・2～3か月先は夏商戦になるので、季節物も動き出す。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・前半戦の入学時期に一通り売れたので、これからは落ち着いてしまい、あまり売上が伸びない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・消費税増税になると買い控えが起こり、耐久消費材については増税分以上の安さを追求して負担を少なくするという考え方をしている客が多いのではないかと。客の収入が変わらないなかで、購入する物が高くなっているということで、単価を下げて補充することになる。よって小売業としては当面は厳しい状況が続く。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商系のことについては、来月～再来月でも、物件、案件が潤沢に入ってきている。日々の店売りの部分に関しては、文房具というものは、ある程度必要な物なので、消費税増税後の落ち込みはあまり考えてはおらず、良いままで推移していくのではないかと考えている。スチール家具などは急激に落ち込むかと考えていたが、数か月後の話が出てきているので、店売りとある程度同じような形で推移すると思われる。
		百貨店（売場主任）	・反動減が6月のボーナス支給から改善されてくるのではないかと。そのためにはボーナスを含む賃金の上昇が不可欠である。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税によって、全体的な購買意欲というか、マインドが縮小傾向にあるのは間違いない。一般的には6～7月ぐらいで回復するのではないかとされているが、百貨店の特性を踏まえると、3か月では回復せず、むしろ秋以降にずれ込むのではないかと懸念も出ている。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税後は1割前後の売上減を見込んでいたが、3月の駆け込み需要が想定以上だったこともあり、予想以上に消費が低迷し、2～3か月のスパンでは消費は回復しない。ただし、現状で株価の下落などはなく、雇用情勢も良好であり、いずれ景気は好転し消費マインドも上昇してくると思われる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税に伴い、3月の駆け込み購入の反動が4月に表れている。特に、宝飾、時計、アクセサリ、高額婦人服等の婦人系にその傾向が強い。ただし、反動によるマイナスが予想より低く、景気が底堅くなってきたと感じている。
		百貨店（営業担当）	・今後は、現状よりは良くなると思いが、前年比では厳しい状況に変化はない。増税に対する客のシビアな感覚は、高額品の購入が慎重になっていることに見受けられる。

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
		百貨店（営業企画担当）	・徐々に回復していくと想定するが、まだ増税の影響は残っていると思われる。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税もあるが、客の買い方が非常にシビアになっていて、本当に必要な物を必要な量だけしか買わない。まだ買い控えをしている状況である。
		スーパー（経営者）	・3月は消費税増税前で売上が良かった。4月は3月より良くないものの、それほど落ち込みもなく済んでおり、今後もこの状態が続くと思う。特に、生鮮食品や総菜は日持ちがしないので、そういった商品は非常に良い。耐久商材は非常に悪い。
		スーパー（店長）	・商品の安さよりも増税という負のイメージが上回っている様子で、客が消費税増税前よりも慎重に買物をしている状況を見ると、まだ厳しい状況は続く。
		スーパー（仕入担当）	・気温の上昇に伴い、水物類等の夏物商材の動きが良くなっているが、値段を見ながら買っているという状況である。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税による来客数の減少と客単価減少による。これから先も変わらない。
		コンビニ（経営者）	・不景気に慣れてしまったせいか、少しでも良いことがあると、すぐ景気が良くなったと思いがちになってしまうのが怖い。
		コンビニ（経営者）	・まだ消費税増税の影響が不透明なため、景気は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・気候の変動を除けば、消費税増税の影響は限定的で、現在の売上が今後も維持できそうである。
		コンビニ（経営者）	・売上低下及び来客数減少の原因は、一番近くのライバル店にたばこの免許が下り、その影響でたばこの販売、売上が落ちたことである。そのため、3か月後たばこの販売は元に戻らないと考えており、今月と変わらないと判断している。規制緩和も大事だとは思いますが、いろいろな点で少し歪みが出ている気もする。
		コンビニ（経営者）	・5月を過ぎれば、先行きが見えてくる。
		コンビニ（商品開発担当）	・食品などは大幅な販売減もないが、販売増に影響するような変化もないため、景気は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・現状に慣れるまで2～3か月はかかると思うので、この冷え込んだ状況は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・5月以降は、消費税増税より、商品原価、運賃、電気、ガソリン価格等の値上げの方が、不安である。
		衣料品専門店（経営者）	・今の購買力、来客数などの状態から、景気を押し上げるだけの勢いがあまり感じられない。
		衣料品専門店（店長）	・3月以前と4月以降で売上の傾向はあまり変わっていない。消費税増税前のまとめ買いは少なく、増税後には予想されるほどの大きな落ち込みは感じられなかったが、税込み表記なのか税抜き表記なのかを気にする客が多く、増税の影響がないとは言えない。
		家電量販店（統括）	・5月末までは、販売店側の試行錯誤と消費者心理の掛け合いになる。6月終了時点で消費税増税の影響の度合いが確定すると考えている。
		家電量販店（経営企画担当）	・国内景気は踊り場にいると考える。客の動向に注目している。
		乗用車販売店（営業担当）	・金額重視の客が多く、薄利少売になってきている。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・景気が良くなるような良い材料がない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・前年9割程度での縮小が継続し、変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・2～3か月で客単価が上がり、来客数が増えるとは思えない。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の6～7月の売上は、4月と大して変わらない。来客数の動きもそれほど変わらず、売上も今と同じくらいだと思う。
		一般レストラン（経営者）	・年度が変わっても、依然として周辺で建築ラッシュが続く、顧客につながるかは別として潜在人口は増えている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税後1か月弱になるが、当店では、今のところ思いのほか影響はない。ただし、まだ先は心配である。
		一般レストラン（スタッフ）	・売上は上がっていない。材料等がすべて価格が上がってきており、修繕費等もいろいろかかるため、維持していくのがやっとである。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の先の予約件数は前年並みに受注ができています。レストランでは、お祝いや記念日の家族利用の予約は土、日、祝日を中心に受注できており、団体利用も予約の問い合わせはあり、大きく変化していない。宿泊も早割りや直前プランがインターネットに掲載されるのを客が待っている様子もあるが、シルバー世代の予約や、慶弔利用予約はスケジュール優先で料金に関係なく予約が入っている。
		旅行代理店（経営者）	・通年よりは、ようやく少し上向きになってきたが、さほど変わりはない。
		タクシー運転手	・消費税増税で、今後3か月間はそのまま様子見状態が続く。
		タクシー運転手	・現状から、変わる気配や悪くなる気配は感じられない。
		通信会社（経営者）	・6月から開始となる、ケーブルテレビのサービスメニューの販売に慣れるまで、苦戦が予想される。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の影響はあまり感じられず、OSのサポート終了に伴う一時的な影響と考えている。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要後で、新規購入、買換え等が鈍化しているためである。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の時期が終わり、買い控えが予想される。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月契約数は横ばいで推移しており、消費税増税後となった今月も横ばいであったことを考えると、しばらく変化はない。
		通信会社（営業担当）	・一般消費については、消費税増税後しばらくは様子見の流れであるが、特に悪くなる傾向も感じ取れない。
		通信会社（総務担当）	・景気回復の兆しは見られるが、顕著なものではない。
		通信会社（経営企画担当）	・現時点での今後の商談量から、先行きも変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・消費税増税等が生活にどのように影響するか。生活費が増える中で収入が増えなければ、市場が拡大されない。給与が増え、将来の年金に希望が持てなければ、景気は回復しない。
		パチンコ店（経営者）	・朝は1円パチンコという低玉貸しのサービスを利用する客が多くなり、客の懐は厳しいのかと感じている。ただ、消費税増税がありつつも来客数はそれほど変わっていない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ここ数か月の景気は徐々に悪くなっている。消費税増税に合わせて単価を少し上げたが、4月の新規入会は前年より少ない。周辺に大手の塾が進出してきているせいもあるかもしれないが、減少気味である。値上げの影響があるかどうかについては、まだ分からない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・初夏にかけての購買意欲にそれほど期待が持てないので、現状のまま推移する。
		設計事務所（職員）	・安さ重視の発注が増えたように感じる。一方、建設コストは上昇しており、価格について受注側と認識の乖離が生じている。
		住宅販売会社（従業員）	・ここ数か月の来場者数や客の様子を見ると販売量の増大につながりそうにない状況である。税制の優遇措置や現金給付制度も客の購入意欲を動かす要因にはなっていない。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数が例年よりかなり悪い。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による購買意欲の落ち込みを懸念していたが、さほどの影響は出ていないように感じられる。ただし、今までより良くなる要因は全くない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税により、多少悪くなっている。現状からみて2～3か月は悪い状態が続く。
		商店街（代表者）	・消費税増税がどの程度まで客に浸透しているかが結果に出てくると思うが、様子を見ないと分からないのが現状で、半年はだめではないかと覚悟はしている。
		商店街（代表者）	・昇給も終わり、日常生活費を差し引いて、現実に残る賃金の残高を実感した時に、急激な消費の引き締め、景気減速が起こるのではないかと。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・4月の半ばまでは良かったが、最近になって来客数が少なくなっており、今後も消費税増税の影響で落ち込むのではないかと。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費税増税の影響もあり、1～2か月すると消費が鈍化すると考えている。

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
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・消費税や社会保険、様々な保険関係も増税ということで、特に年金受給者や、給料が上がらない一般の中小企業の従業員は、収入が増えず物価が上がるため、購買意欲がなくなるのが当たり前である。先行きを非常に心配している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・お茶屋は、新茶の出来栄えにも売上にも左右されるが、個人対象の売出しで、お茶の購入意欲が乏しいと感じている。個人の財布の口が開けられないままでは、高級煎茶を勧めてもなかなか売れない。
		スーパー（店員）	・3月対比の客数は変わらない。一品単価も3月と変化はない。ただし、客の買上点数は0.5点マイナスになっている。無駄な買物はこれまで以上に控え、必要な物だけを購入する傾向が見られる。
		スーパー（仕入担当）	・消費税増税後の税込価格表示はかなり高くなった感があり、月々の消費支出額を増税前と同じ金額に抑えようと、消費自体が鈍化する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費が低迷し、新規獲得も難しいため、沈滞ムードで先行きが不透明である。天候も売上を大きく左右する不安要素である。景気拡大のムードが欲しい。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響で2～3か月は低迷する。秋になってどうなるかだが、それまではしばらく低迷が続く。
		家電量販店（店員）	・各量販店とも、当面、必要な雑貨以外は伸び悩みと想定される。生き残っていく家電量販店の状況は、より一層厳しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は消費税増税により6月ごろまでは不調かと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の客の購買意欲が出てくるまでには時間がかかる。いろいろな対策を講じた効果が出るまでは厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税による反動減がある。来客数、サービス入場にあまり変化はないが、受注量が前年比30%減と顕著に表れている。ただし、ハイブリッド車は相変わらず客の支持を得ているので、ここ2～3か月で落ち込みはなくなるとみている。
		乗用車販売店（総務担当）	・客へのアプローチを丁寧にしていかないと、この2～3か月は厳しい状況が続く。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税による支出は確実に出ていくが、収入の増加は具体的には表れていないので、まだまだ冷え切った状態が続くのではないかと懸念している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税以外にも値上がりするものがあり、消費マインドとしては厳しい状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・TPPへのはっきりした態度がないと、第1次産業だけでなく、当店が関わるような第3次産業に関しても、景気は必ず悪くなる。大企業だけではないので、人々は外食にも行かなくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚式の前予約状況が、前年と比べて伸び悩んでおり、夏場から秋にかけての予約が伸びていない。
		旅行代理店（従業員）	・貸切バスの料金が従来に比べ大幅に上がるので、旅行自体実施できない団体が増えてくるのではないかとみている。
		旅行代理店（営業担当）	・客の反応も前年と比べて悪く、また7月以降貸切バス代金の改定により原価が上がり、その影響が大きくなりそうである。
		タクシー運転手	・予想通り4月はかなり落ち込んでいる。たかだか710円が720円になるだけだが、客の様子は厳しく、落ち込みが続くのではないかと懸念している。
		タクシー運転手	・5月は連休があり、あまり期待はできない。6～7月は梅雨時であり、長雨になるようお願いしたい。消費税増税の影響が何月まで続くか不安である。
		タクシー（経営者）	・消費税増税により、これからは客足が遠のくと考えている。また、消費税増税に係る費用が事業主負担になることで、支出を抑える動きもあると思う。
		通信会社（経営者）	・前年度の良い時期より、若干落ちてきているように思える。
		通信会社（社員）	・消費税増税の影響が2～3か月後はよりはっきり出てくる。

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	
		通信会社（営業担当）	・消費増税と物価の上昇が同時に起こっている中で、収入は横ばいまたは減少しているため、多くの消費者は景気が良くないと感じている。	
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・業界内で低価格競争が始まったため、当面脱出できそうにない。	
		美容室（経営者）	・消費増税ということで、皆が消費を少し控えているような気がする。	
		その他サービス〔福祉 輸送〕（経営者）	・需要の先食いは、単に4～6月だけの問題だけではなく、そろそろ代替えを考える客が、前年に代替えをするという決断をしているので、業界では、対象台数は前年比で80数%という予測をしており、当面楽観できない景況が続く。	
		設計事務所（経営者）	・業務内容が大きく変わってきている。各設計事務所においては、これまで、行政の耐震診断という業務が多かったが、意匠的な大規模改修や増築が大幅に減ってきている。各行政の予算の組み方も変わった。国の施策として耐震診断をやるべきということから、かなりの業務があったが、平成26年度になって、ほとんどの市町村において耐震診断がなくなっている。我々の建築の受注方法も少し考えなくてはならない場面に入ってきている。ホームページの作成等を重要視しながら、時に応じて考えていく必要がある。	
		設計事務所（所長）	・建築資材の高騰や、人件費、職人不足から、仕事量が減ってくることも十分予想される。	
		住宅販売会社（従業員）	・ユーザーの買い控えが感じられる。受注残が徐々に少なくなることにより、厳しさは増していく。	
		悪くなる	一般小売店〔家電〕 （経営者）	・消費増税により、本当に購買力が少なくなった。駆け込み需要があったのかもしれないが、とにかく先の見通し等が立っていない状態である。
			一般小売店〔食料雑 貨〕（経営者）	・地域内の店舗が過剰であるため、景気は悪くなる。
			百貨店（営業担当）	・想定以上の駆け込み消費があった高額品については、反動の影響も長期化すると思われる。
乗用車販売店（経営者）	・消費増税による駆け込み需要も1月で終わり、2～4月は新規来店がほとんどない。リーマンショックから5年目、東日本大震災から3年目であり、自動車整備や車検の入庫も少ない。			
その他専門店〔ドラッ グストア〕（経営者）	・競合店の出店が2軒決まっているので、悪くなる。			
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる		—	—
		食料品製造業（経営者）	・現在の状況は、消費増税による一時的なものだと思うので、少し良くなる。	
		食料品製造業（営業統 括）	・4月後半は、少しずつではあるが、販売量が増えてきた。	
		出版・印刷・同関連産 業（営業担当）	・法人、個人両方とも上向きになっているのを感じている。法人に関しては、通常、会社設立のものが6～7本だが、4月は12本の受注があった。通常、材料はついで2万円前後のものがほとんどだが、4月は、単価が9万円くらいの象牙を指定した客があり、少し珍しいと感じている。	
		プラスチック製品製造 業（経営者）	・新年度の予算で、新しい仕事が出てくれば良くなるのではないかと期待している。	
		プラスチック製品製造 業（経営者）	・医療品容器等の成長分野で新企画の動きが活発になってきたので、様子を見ながら、将来的には設備投資もしようと考えている。	
		金属製品製造業（経営者）	・国の助成金や補助金などの影響で景気が良くなると感じる。	
		電気機械器具製造業 （経営者）	・新商品の開発と海外への輸出の増強に取り組んでおり、じわじわとその効果が表れるものと期待している。	
		その他製造業〔化粧 品〕（営業担当）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が、予想以上に大きかった。	
		建設業（経営者）	・1年前よりは物件が出ている。見積依頼も多くなっているようである。	
		建設業（営業担当）	・人材不足や物資の値上がりにより、他社を含めて見積が全体的に2割程度上昇している。しかしながら、設備投資計画を断念するより、実行していく客が多くなってきている。	
金融業（統括）	・消費増税も一服し、すぐまた景気が上がってくると思われるからである。			

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
		税理士	・アメリカでは日本製品、特に自動車製品が売れているということだが、中国ではバブルが弾けると言われており、そうした海外の状況に応じて日本も変化するところが大きい。日本では、アベノミクスに引っ張られて、大企業は皆業績が回復しているようだが、中小企業にはその波がまだ来ていないと思う。しかし、景況感は、アベノミクスやオリンピックにも引っ張られ、少し良くなっていくような感じがある。
		経営コンサルタント	・複数店舗を経営している、ある食品スーパーの新年度収支計画の内容を月別で見ると、消費税増税の反動で、6月ごろまで売上が落ち込むとの予測に基づいた数字を落とし込んでいた。しかし、増税後1か月を経過した現在、回復にそれほど時間がかからないのではないかと経営者は語っている。元への回復より、もう少し強気に見ていいのではないかとのことである。
		その他サービス業 [警備] (経営者)	・得意先の様子から、先行きは受注が増えると思われる。
	変わらない	食料品製造業 (経営者)	・年配客の購買意欲が低くなっている気がする。良くなるにはもう少し時間がかかる。
		繊維工業 (従業員)	・消費税増税での買い控えや増税前にまとめて注文があった事業者は今後の落ち込みを警戒しているが、全体の衣料品の売上高が少ないため、大きく落ち込むことはない。
		出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・今年1～3月ごろまでは、どのような職種も平均して注文があったが、今月はアミューズメント関係以外はほとんど注文がなくなった。現在、建築、建設関連は忙しいようだが、当社では様式等の関係の仕事をしているが、今までの5分の1くらいになってきている。最近ほとんどリース品に替わってきているようである。
		出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・年間を通して最も需要の落ち込む時期となる。好況を望める状況にない。
		化学工業 (従業員)	・ここ2～3か月は建築関連の業者が忙しくなったと聞いているが、その割には関連商材の動きが悪く、今後も増えるとは思えない。
		金属製品製造業 (経営者)	・計画が実行されれば、大きな変化はない。しかし、下請加工業界は、納期のあるものは海外にシフトし、国内の業者には、短納期、精度の高いものが発注されることとなっている。よって、高精度の機械を設備しないと仕事が取れない状況になっている。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・3か月以上前を見ていると、現状から今後上がってくる様子はない。やはり消費税増税の影響が出ているのではないかと。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・駆け込み需要に対応した一部の業種は景気が良かったかもしれないが、これから先、特別に消費税増税前より景気が良くなる様子はほとんどないので、景気は変わらない。頑張るより仕方がない。
		精密機械器具製造業 (経営者)	・電気料金、原油、鋼材等の値上がりにより、単価を変更して利益が改善できないければ逆にマイナスである。
		その他製造業 [靴] (経営者)	・あまり大きくは変わらないと思うが、やはり日本の力がついてきているということと、アベノミクスのムードが景気を支えているのではないかと。
		建設業 (経営者)	・中小企業への景気対策が十分に実施されていない。
		建設業 (経営者)	・東京五輪や復興需要があるので、状況は変わらない。
		建設業 (経理担当)	・役所の発注を前倒しで早くしてもらえることが景気に関する一番の期待である。民間だけで投資を期待するのは無理だと思うので、この先も補助金を使うなどしてほしい。
		輸送業 (経営者)	・日本人は慎重なので、4月に景気が低迷していると実感すると、これから先も心理的に急に良くなるということは考えにくい。
		輸送業 (経営者)	・良くなってほしいが、我々の商売は現在、全く先が見えないので、本当に悩んでいる。
		輸送業 (経営者)	・荷主より、料金改定及び新規業務委託の内示があり、徐々にプラス材料が出てきているが、業務量の減少、燃料の高止まり、人手不足による経費の増加等のマイナス材料の負担を考えると、好転には至らない。
		通信業 (広報担当)	・消費税増税による駆け込み需要の反動が、数か月は続く見込みである。

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	
		金融業（従業員）	・建設業、不動産業に比べて、小売業の低迷が目立っている。消費税増税分をすべて価格に転嫁できる企業は限られており、収益面で悪影響となること懸念される。	
		金融業（支店長）	・中小企業にベースアップや設備投資の動きが出始めていないので、まだ本格回復とは言いがたい。	
		金融業（支店長）	・どの業種も全般的に言えるが、消費税増税後の様子見が大きく、受注、販売も先が見えず、小売業もどれくらい落ち込むか分からないので、ここ1～2か月は前月と変わらない。	
		金融業（役員）	・秋口までは様子を見る傾向が強まっている。	
		不動産業（経営者）	・空室を多く抱え、苦勞している。	
		不動産業（従業員）	・建売業者の引き合いは相変わらず多く、仕入価格も上昇気味である。	
		不動産業（総務担当）	・4月下旬になり、消費税増税分の値引き要求をする客が減ってきたため、マンションの販売に関しては、今後、増税の影響は薄れる。	
		広告代理店（経営者）	・景気回復と聞いてもう長い、地方での営みにはいまだ全く波及がなく、恐らく今後も波及はないだろうと感じている。	
		広告代理店（従業員）	・売上の予想は前年比で横ばいとなっている。	
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。	
		経営コンサルタント	・雇用確保が厳しいなど、コスト上昇懸念を感じている取引先が多いので景気は変わらない。	
		税理士	・今年に入ってからの景気には消費税増税以外の好条件があるので、それほど落ち込みはないが、増税前と比べると上向き傾向も期待できない。	
		経営コンサルタント	・ここ3か月程度では、変化する要因が見当たらない。	
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引量の先行きの不透明感が根強い上に、原材料や燃料価格の上昇が重くのしかかってくる。	
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税にはあまり左右されないが、映像事業が急に景気が良くなるという要因も考えられないので変わらない。	
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・当面は案件が少ない状況が続くそうである。ボーナス商戦時期までは、我慢しなくてはならない。	
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・消費税増税のための前倒しの受注が終わり、年度初めの受注も終わる時期であるため、受注量が大幅に減る。		
	金属製品製造業（経営者）	・消費税増税による影響は避けられない。		
	輸送業（総務担当）	・4月は予想よりも大きな落ち込みにはならなかったものの、長期的には消費の低迷や原価の上昇は続くと思われる、経営環境は依然厳しい状況である。上向き要因が見当たらない。		
	広告代理店（営業担当）	・サッカーワールドカップに向けての盛り上げ施策について、いろいろとオーダーが入っているが、実際は放映時間等もあり、あまり盛り上がりがないのではないかと。また、消費税増税後は、やはり物価がかなり上がっている感が出ているので、一旦落ち着いたのではないかと。思っている。		
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・ウクライナの問題と中国経済の動向による。		
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・駆け込み需要も一段落してきたようで、3月末に多くの受注が集まったが、4月後半に入って受注数が伸びなくなってきており、今後は受注数の低下が見込まれる。		
	悪くなる	輸送業（総務担当）	・荷主から、出荷量の少ない状態は当面続くと言われていている。運賃の見直しもなかなか実施されず、燃料も高止まりしていることから、更に値上がりする傾向である。	
	雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2～3か月後の予定獲得件数が10件ぐらいいり、それが全部獲得できれば相当の売上となる。
	(南関東)	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・この先数か月は景気回復感があると思われ、求人数も増加してくる。ただし、採用側が求める条件がより高くなってきている傾向もある。
求人情報誌製作会社（編集者）		・秋採用に重点を移す企業が出始めた。外国人留学生などに絞った企画が検討されている。		
求人情報誌製作会社（営業担当）		・物販関連で、消費税増税後の売上減を夏季にばん回すべくパートなどの補充を検討しており、待ちの姿勢ではなく積極策に出る傾向がうかがえる。		
求人情報誌製作会社（営業担当）		・4月は求人数の動きが増えてきたので、景気はやや良くなると感じている。		

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	
		職業安定所（職員）	・前年度はパートタイム求人を中心に、求人数全体が増加していたが、ここにきてフルタイム求人が増加し始めた。消費税増税に伴うフルタイム求人数の減少も今のところ見られないため、今後はフルタイム求人が徐々に増加していくと推察する。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・募集求人の年齢幅に広がりが見られ、採用数の増加が期待される。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税後、いろいろな企業の責任者に話を聞いた。自動車、家電等の販売業では、駆け込み需要の反動で売上が落ちている。住宅、建設業では、埼玉、群馬など、北関東に近いエリアで雪害のためかなり修理が発生し、特需になっている。一過性の受注増があったが、今後夏に向かっては、増税の影響もあり、それほど受注は増えない。	
		人材派遣会社（社員）	・求人数の動きは、全業界で堅調に推移している。求人需要は高水準を維持しているが、反面、件数増による1社当たりの応募者は減少し、企業側の採用難が続いている。これらの状況下で、採用を控える、または広告単価を抑える企業も見られるため、需要の低下を懸念している。	
		人材派遣会社（社員）	・今後も求人依頼に対するマッチングに苦戦する状況が続くそうである。	
		人材派遣会社（社員）	・会社は増益となっているが、社員の給与には全く反映されていない。	
		人材派遣会社（支店長）	・業務拡大による増員を予定している企業が増えてきているが、いつまで続くかが不透明である。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増えてきているが、求人側と求職側の希望がかい離しており、採用数の増加につながらない。	
		人材派遣会社（支店長）	・求人数については、一服感を感じている。消費税やT P Pの動向で求人数は大きく変わるので、現状、予測は困難である。	
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が良くなる要素が、今のところ何もないからである。	
		職業安定所（職員）	・中小企業は、正社員の雇用にはまだ慎重である。	
		職業安定所（職員）	・思った以上に円安の影響による商品価格の上昇が、景気に悪影響を与えている可能性があり、転職するより現職にとどまっていたほうが良いと考えている労働者が多い。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・国内では経済成長による購買力の増加はそれほど期待できないが、人材面では途上国での経済成長に対応できる体制をとっている企業は多い。	
		民間職業紹介機関（職員）	・新規で入ってくる求人は引き続き前年を10%程度上回っており、消費税増税の影響はあまり感じないので先行きも変わらない。	
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用数の勢いに陰りは見えない。	
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の求人公開予定数において、事前調査結果より採用開始、採用人数増員などは、若干見られる程度であり、雇用環境にさほど変化は表れていない。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人ニーズに対して、求職者の採用が難しくなっているためである。
		悪くなる	—	—

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（経理担当）	・売上は4月後半から回復傾向にあり、2～3か月後のボーナス商戦時には、前年10、11月頃の良好であった水準まで回復するのではないかと考える。
		乗用車販売店（従業員）	・消費者には購買意欲がみられる。相場も上がってきており、景気を押し上げている。これからは良くなるという気がする。
	都市型ホテル（営業担当）	・景気はどんどん良くなってきている。法人客を中心に宿泊、レストラン、宴会ともに予約が殺到している。	
やや良くなる	百貨店（企画担当）	・現在は、消費税増税前の駆け込み需要による反動減が大きく影響し、3月には好調だった高額品や化粧品が苦戦している。しかし、6月以降は製造業を始めとする企業ではボーナスが増額すると思われるため、反動減もある程度で収束する。	

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
		百貨店（販売担当）	・大企業に勤める家庭では景気が良いことや政策の効果等により、全体としては景気は下げ止まる。来店客数や購買客数も現状では微減に留まっている。顧客の消費性向は、鮮度の良いものや高品質な商品へのシフトが顕著であり、高額品の低迷による購買単価への影響を緩和する可能性がある。ただし、消費税増税の低所得者への影響は、今後、更に顕著になると思われる。
		スーパー（経営者）	・例年7、8月は来客数の増加が期待できるため、遷宮後の今年も先行きに期待したいところである。
		スーパー（店長）	・まだまだ消費税増税による若干の落ち込みはあるが、あと3か月もすれば落ち込みが解消されて、若干良くなるとの期待を持っている。ただし、生鮮食品や畜産等においては商品価格の値上げなど色々な話が出ており、予断を許さない状況である。
		スーパー（店員）	・大型店がオープンしたが、少しずつ客足は戻ってくることは間違いない。消費税増税前に買いためた品物もなくなり、これからは通常どおり買うようになる。今よりは売上が少しずつ上がっていく。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税による影響が少なかったため、意外と回復も早いと思われる。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税前に買いためた在庫がそろそろなくなり、購買意欲がまた戻る頃であると思う。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の買い控えも徐々に解消されてくると考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・高付加価値、高単価商品が少しずつ売れ始めている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・客単価が上がってきているので、これからも良くなっていく。
		家電量販店（店員）	・3月に商品が売れすぎて品薄となり、入荷待ちの状況が続いている。また、配送枠も当面埋まっている。それらが解消すれば、売上は伸びると思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後、客は様子を見ている感じがある。この先、増税後の状況にも慣れて購買意欲が出てくれば景気は上向いてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・大きく落ち込んだ来客数も、ボーナス商戦に向けて多少は改善すると思われる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による販売の反動減は、2～3か月でなくなると予想する。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税の影響はそれ程でもない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・物に対するニーズを理論的に考えれば、必需品だけの買物から、やがては不急不要の商品へと購入欲求は広がっていく。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税が増税となっても、欲しいものは必ず購入される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で来客数は減少したものの、ゴールデンウィークに入って徐々に回復してきている。
		一般レストラン（スタッフ）	・スタッフの人手が確保しづらくなっている。他業種の企業で人材集めが活発になっていて、それは業績が良くなっているためと判断する。
		旅行代理店（経営者）	・現在よりも、受注の増加が期待できる。
		旅行代理店（経営者）	・夏休みの家族旅行や年に1回の報奨旅行は、夏季に集中するので、連休明けに問い合わせや予約が来ることを期待している。また、既に見積依頼も入ってきている。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税後ということで4、5月は少し落ち込むが、6、7月には少し回復すると思う。
		タクシー運転手	・消費税増税前の駆け込み需要で色々出費しているため、今後2～3か月はタクシー利用も控えられると思うが、7、8月の暑い時期になると客が戻ってくると期待している。
		通信会社（営業担当）	・今後については、更新・改修工事の需要が回復し、良くなると思う。
		美顔美容室（経営者）	・消費税増税前にまとめ買いをした人達も2～3か月後には在庫がなくなるため、再び購入してもらえらると思う。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・宣伝活動の効果に期待している。

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
	変わらない	商店街（代表者）	・全体的に輸出量が増えていないため、アベノミクスの効果は今一つであると思われる。
商店街（代表者）		・法人客は増えているが個人客は減っているので、相対的にみれば現状維持である。	
商店街（代表者）		・贈答品はそこそこ購入されているが、自家用商品や食品に動きが出ないためプラスアルファの部分が伸びず、販売量、販売高の増加に繋がらない。	
商店街（代表者）		・全般的に良いものであれば客は購入する。消費税増税直後で売上には繋がっていないが、半年先くらいには若干良くなるような期待が持てる。	
商店街（代表者）		・消費者が消費税増税による割高感にも慣れ、一定の景気回復は見込めるものと思われるが、特段良くなる要素もみられず、現状程度の景気が続くと思われている。	
商店街（代表者）		・消費税増税前は白物家電が好調であったが、それは消費の前倒し部分が多く今後は苦戦すると感じている、サッカーワールドカップによるAV商品に期待しているが、まだ需要が伸びそうな雰囲気は感じられない。	
商店街（代表者）		・取扱商品が日用品ではないため、そう簡単には業況は回復しない。	
一般小売店〔結納品〕（経営者）		・今月は消費税増税により商品が非常に売れない状況である。まだ少し先までこの状況が続く気がする。	
一般小売店〔自然食品〕（経営者）		・買い控えから消費が戻れば少しは景気は回復するが、どのくらいまで持ち直すかは不透明である。	
一般小売店〔贈答品〕（経営者）		・2～3か月先も今月とあまり変わらない。贈答品は前もって購入することができるため、消費税増税前に駆け込みで購入された分、売上は下がる。世の中には若干は伸びている企業もあるが、全体から見ると伸びている先と伸びていない先で二極化しており、プラスマイナスゼロである。	
一般小売店〔薬局〕（経営者）		・毎年5月の連休の時期は売上が落ちる。恐らく旅行などに出て、帰ってきたら金を使い果たしているため、この先1～2か月は期待できない。消費税増税の影響はさほどはないと思われるが、しばらくは財布のひもが固くなると思われる。株価等も低調で、わずかな利益も出ないほどである。	
一般小売店〔生花〕（経営者）		・消費税増税前の駆け込み需要の反動は思ったよりも小さく、景気の変動はあまりないと思われる。	
一般小売店〔食品〕（経営者）		・先行きがどのようになっていくか様子見の客が多い。我々事業者も商品の仕入れ値が高くなっているため値上げをしたい気持ちはあるが、様子を見る客が多いため動きが取れず、結果として現状から景気は変わらない状態が続くと考えている。	
一般小売店〔土産〕（経営者）		・今しばらくは、参拝者数が高止まりすると思う。	
一般小売店〔惣菜〕（店長）		・まだまだ現状維持という感がある。	
一般小売店〔果物〕（店員）		・3か月ほどでは現状から変わらない。	
一般小売店〔和菓子〕（企画担当）		・経済に対する消費税増税の影響がどの程度になるか、また、景気が落ち込まないための経済対策がどの程度奏功するかが分からず、先行きは不透明である。	
百貨店（売場主任）		・消費税増税後も、厳しいと感じたのは平日の昼間くらいであり、週末には家族連れで来店し買物する客もおり、売場の予算も達成している。4月第2週目には、段々と平日でも売上が戻ってきており、増税の影響はなさそうである。ゴールデンウィークにかけて、百貨店も色々と催し物を行うため、増税とは関係なく買物する客も多いと思う。	
百貨店（販売担当）		・消費税の増税は、若年層の客にはあまり影響はない。	
百貨店（経営企画担当）		・消費税増税後の反動減は長引きそうに思われる。夏のボーナスは1つの節目であるが、それまでは環境として厳しいと感じる。	
百貨店（営業企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を目当てに夏物の先行販売を実施したことを考えれば、増税後の反動は、秋物が出る時まで続くと考えられ、3か月程度は低迷が続く。		
百貨店（販売担当）	・ベースアップやボーナス増額という声も聞くが、3月までの消費税増税前の駆け込み需要の規模を考えると、消耗品以外はしばらく買い控えが続く。		

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
		スーパー（経営者）	・7月頃には消費税増税の影響は少なくなり、景気は良い方向に向くのではないかと思っている。アベノミクスが効果を表して政権は長期化し、政治が安定するという安心感がある。経済の面でも、人口の50%を占める中産階級以上の人々が安心感を取り戻して消費に積極的になると、経済を引っ張る力も大きいのではないかと考える。
		スーパー（店長）	・消費税率がアップしたばかりなので、消費者は、しばらくは消費に対して慎重な姿勢をとる。
		スーパー（店長）	・今後は消費税増税の家計への影響が、実感としてじわじわ出てくると予測される。消費が拡大することはなく、現況が続くと予測する。
		スーパー（店長）	・会社全体としては、売上高、利益ともに増加傾向だが、他社の客が当社に流れているだけであり、基本的には、安いもの、安い店で買おうとする傾向が高い。
		スーパー（店員）	・伝染病による品薄で豚肉価格が30%ほど値上がりするので、今後その影響がどう出るか心配である。
		スーパー（営業担当）	・景気の大きな回復は見込めないと思われる。
		スーパー（販売促進担当）	・前年から続いた大型商業施設のオープンはほぼ一巡しているが、近隣の食品スーパーが価格強調の業態へ変更し、来月にも1店で改装予定があるなど食品は競争が厳しい。
		スーパー（商品開発担当）	・まとめ買いされた商品の在庫がなくなって客が戻れば、現状のままで推移しそうな状況である。
		スーパー（営業企画）	・消費税増税の消費へのマイナスの影響からは比較的早く回復してきており、しばらくは現状の消費水準が続くとみている。
		コンビニ（店長）	・消費税率引上げの影響は予想したほどではない。天候次第ではあるが、現状維持は可能ではないかと思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税のコンビニエンスストアへの影響はあまりなく、客数は増加し単価は減少という傾向が、夏まで続きそうである。大型キャンペーン等を継続することで、何とか現状維持が見込まれる。
		コンビニ（店長）	・特に周囲の環境が変わるわけではなく、客の動きや金の使い方をみているとそれほどの変化はない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が8%となっても客の来店頻度は変わらず、買い控えはないものの、客層の高齢化とともに来客数は減少しており、廃業も真剣に考えている。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・思っていた程の消費税増税による買い控え等は見られない。
		乗用車販売店（経営者）	・特に変わる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税により、客は価格等の数字に対して敏感になっていると感じる。必要なものは買わざるを得ないが、先延ばしできるものに対しては財布のひもが非常に固い。新車の市場環境は、当分の間厳しいと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・3か月では上昇は望めない。消費税増税前の駆け込み需要が想定以上に多かったと思う。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響はまだ当分は続くため、悪い状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・特に売れる要素も見込めず、例年以上に厳しくなると思われる。
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅向けの販売は、この先2～3か月は増加が見込めない。しかし、その他の公共工事や民間工事では職人不足が続いており、今後も販売量の増加が見込める。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税となった直後からは落ち着いてきているが、まだ皆が買い控えをしており、この先どのようになるかはわからない。
		高級レストラン（役員）	・来店予約状況からみた客の数や単価は前年同期と比べて変化はなく、しばらくは現状維持で推移すると思われる。
		観光型ホテル（販売担当）	・2か月先までの予約状況をみると、予算にはあと一歩であるが、現時点で前年実績をクリアできる模様なので、景気は変わらないとみる。食堂の利用は、個人客と法人客はともに冷え込んでいるが、一般宴会の予約が確実に入っている。また、宿泊も横ばいを維持している。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数より、現状から変わらないと判断している。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税により鈍くなった来客数の動きは、そう簡単には回復しないと思われる。

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
		都市型ホテル（支配人）	・法人需要の宿泊の動きに注視しているが、あまり力強さが感じられず不安である。
		都市型ホテル（経理担当）	・インバウンド（訪日外国人旅行）の客が増加しているが、1人あたりの単価が低い。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税も時間が経つと影響が少なくなると考えている。従って景気は今のままである。
		旅行代理店（従業員）	・今年のゴールデンウィークの傾向が「プチぜいたく」と総称されるように、客の傾向は普通より少しぜいたくな旅行を志向している。海外旅行需要が減少している一方、飛行機を利用した沖縄や北海道方面の旅行が増えている。家計にも少し余裕が生じていると思われる。
		タクシー運転手	・今まで長い間、景気の悪い状態が続いており、人出も少なかったことと比べれば少しは良くなっていくと思うが、大きくは変わらないであろう。
		通信会社（企画担当）	・今の経済環境では、企業も昇給を積極的に進めるとは考えづらく、消費者も当面は現状の節約志向が続くのではないかと思う。一方で惜しまずに金をかける部分もあるので、メリハリのある暮らし方が広がるのではないかと。
		テーマパーク（職員）	・現状とそれほど変わりなく推移すると思われる。
		観光名所（案内係）	・様々な値上げの影響が2～3か月先に出てくると考えるため、景気が良くなるとは思わない。
		ゴルフ場（企画担当）	・6月の予約数はほぼ前年並みであるが、今後気候が良くなるに従って予約数はもっと増えると思う。2～3か月は、今の景気のまま推移していく。
		美容室（経営者）	・これから暑くなってくるとパーマやカットの客が増えるので、業況はやや良くなるという希望を持っている。
		美容室（経営者）	・都会では景気が回復しているようであるが、地方はこれから3か月ほどではまだ好景気の波は来ない。あと何年かすれば変わるかもしれないが、3か月前と現在を比較してもまったく変わっていない。
		設計事務所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要で受注数が急増したように、今後も政治の動向によって経済は変わる。このまま建築業界が上向きになるとは思わない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税が増税となるも目立った変化はないが、色々なもので便乗値上げが行われている。高速道路でも割引がマイレージ化され、実質的には割引率の縮減である。これらの動きはじわじわと生活にも影響を与え、消費の落ち込みが懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・この先2～3か月の工事依頼量は、国土交通省が進める「民間住宅活用型住宅セーフティネット整備推進事業」を活用したリフォームや、耐震診断後の補強工事の依頼などでそこそこはあるが、その後の先行きは、明るいようには感じられない。
	やや悪くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮効果で足元は過去最高であったが、今後はやや沈静化の様相を示している。
		百貨店（売場主任）	・集客力の高い催事やイベントを仕掛けてはいるが、購買意欲をかきたて消費税増税前の駆け込み分の反動を取り戻す程の動きまではみられない。
		百貨店（経理担当）	・食料品や衣料品では、消費税増税前の駆け込み需要の反動は小さかったが、貴金属など高額品の売上が回復するのは、もう少し先になる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響により景況感は悪化し、高額品の購買意欲が消滅している。
		スーパー（経営者）	・現状でも低い消費者の購買単価は、更に悪くなっていくと推察される。
		スーパー（支店長）	・消費税増税後は、商品の動きが鈍い。
		コンビニ（企画担当）	・規制緩和が進まなければ金融政策もオリンピックも一時的なカンフル剤に留まる。新しい会社や事業がどんどん起きないと、景気回復は難しい。強大な市場である医療関連で規制緩和が進めば、100万人単位で雇用が創出されるのではないかと。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税やガソリン、電気、ガス代の値上げなど生活に関する負担増が消費にも影響を与える。来客数は同程度と見込んでも、たばこ、デザートなど好品の伸びは現在でも明らかに悪く、今後も購買単価は上がらないと予想する。

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
		家電量販店（店員）	・2、3月の冷蔵庫・洗濯機・エアコンの受注量から考えると、消費税増税の売上への影響は、今年度上期中は続くように思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数は前年同期の8割ほどで推移している。未確認ではあるが、販売が冷え込む時期を狙っている客も多いようなので、若干の落ち込み程度で推移するような感じを受ける。客の話や単価の動きをみていると、消費税増税前の駆け込み需要の反動も、底打ちが早いように感じる。悪いなりに消費税が定着したような動きがみられることは、明るい材料である。
		乗用車販売店（販売担当）	・依然として来客数の増加が望めない。
		乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予想より厳しい。2～3か月で回復する基調にはみえない。
		一般レストラン（経営者）	・飲食等の消費に回る金は減っていく。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・業態によって違うが、消費税増税前の駆け込み需要の反動など、想像以上に影響がある。
		観光型ホテル（経営者）	・これまでの予約状況には消費税増税前の駆け込み需要とアベノミクスによる景気の回復感がみられたが、それも5月頃までである。そこから先の状況は前年並みに戻っており、今よりも悪くなる。景気が良くなるような情報は出尽くした感があり、何か新たに景気が持続的に良くなるような話が出れば、波及効果もあろうが、予約状況からみる限り2か月先の6月頃は、景気回復も一旦休止のように思われる。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月は消費税増税の影響が続くと思う。税率8%に慣れてくると、販売面でも上向きの反応が出てくる。
		通信会社（営業担当）	・例年と同様であるが、繁忙な状況もゴールデンウィーク後は落ち着いてくると思う。
		通信会社（サービス担当）	・現在は、連日1,000件近い電話がかかってくるが、引越しシーズンが一段落すれば申込は減少する。
		テーマパーク（経営企画担当）	・消費税増税による影響で、やや悪くなる。
		理美容室（経営者）	・客の話では、消費税増税で色々なものが値上がりする一方、小遣いはあまり上がらないため、なかなか来店できないとのことである。
		美容室（経営者）	・客の意識としては当分節約ムードが続く。無駄な金は使わない傾向があり、今後は厳しくなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・競合先に客を奪われないよう対応をとらざるを得ず、厳しい環境になる。
		設計事務所（経営者）	・設計料の値引き要求が激しい。追加分の設計料の請求に応じてもらえない状況であり、先行きも業況はやや悪くなる。
		設計事務所（職員）	・当地域に関しては、特段景気の良くなるような話は聞かない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・この先もまだ厳しい状態が続く。受注単価が上がれば明るさもみえてくる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・連休明けからの受注工事や見積依頼などの引き合いがほとんどない。
	悪くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で非常に良かったが、4月は過去最低の売上である。これ以後5、6月も消費税増税の影響で消費は冷え込むと考えるため、先行きは悲観的な見方が強くなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・行楽地や観光地の立地ではない飲食店では、今後、更に来客数が悪くなると考える。
		コンビニ（店長）	・消費税増税の影響なのか買い控えがみられ、今後も売上の低迷が続くそうである。
		一般レストラン（従業員）	・3月下旬は消費税増税前の駆け込み需要で忙しかったが、4月になってからぱったりと客が来ない。しばらくはこのような状態が続くと思う。
		スナック（経営者）	・客には年金生活者が多いため、ゴールデンウィーク明けから財布のひもがまた固くなる。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税やゴールデンウィークの日並びの影響で、客の動きがない。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税で様子見の客が多く、業界全体で低単価競争が生じている。
		理容室（経営者）	・誰も余分な金は使わないため、これからも景気が良くなるとは思えない。

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
		住宅販売会社（経営者）	・物価の上昇や住宅ローンの返済が厳しくなっている状態で、これからの住宅購入は見合わせる客が多いようである。
企業 動向 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	—	—
		紙加工品〔段ボール〕 製造業（経営者）	・数か月後にはウクライナ等の情勢が落ち着き、欧州圏や豪州などの景気回復が鮮明になることなどが期待できる。
		化学工業（総務秘書）	・不安材料は特に見当たらない。全国的に長かった不景気をしばらくは忘れたい感覚があるので、そのような方向に進む。
		化学工業（人事担当）	・海外の情勢次第で国際経済が悪化するリスクはあるが、国内の景気に関しては、ほとんどの業種で上向いており、消費税増税のショックが落ち着いて、これからは徐々に良くなっていくと思われる。
		電気機械器具製造業 （企画担当）	・アジア地域での景気後退の懸念はあるが、欧米の状況は以前と比べ安定しているため、短期的には緩やかな上昇が続くと考える。
		輸送業（エリア担当）	・荷主から適正な運賃を得られるようになってきている。人件費、燃料費のダブルコスト高も、5月ごろから改善が見込まれる。
		金融業（法人営業担当）	・消費税率引上げ後の国内自動車販売台数の減少は想定内の範囲内であり、今後は新車種投入効果により徐々に持ち直してくると予想する。
		経営コンサルタント	・大手企業を中心に、特に自動車関連では忙しくなっており残業の動きもみられる。企業収益としては絶好調に近い。今後、設備投資に金がまわれば不動産も回復基調となってくる。地価の水準は、既に商業地の立地の良いところや住宅地でもプラスに転じているところが出始めている。
		会計事務所（社会保険 労務士）	・消費税の増税は、日々の生活面ではあまり影響がないように思う。むしろ、昇給を実施する会社が多いことの影響により、マインドは上向きとなるのではないかと。
	変わらない	食料品製造業（経営企 画担当）	・アベノミクスにもそろそろ閉塞感が感じられる。一部企業を除いて給与所得が思ったように上がらない状況で、お中元など夏場に向けた消費にも勢いが感じられない。
		パルプ・紙・紙加工品 製造業（総務担当）	・現状の景気もあまり良くないが、消費税増税により先行きもこの状況が続くものと思われる。
		鉄鋼業（経営者）	・消費税増税後の落ち込みで、荷動きは様子見の模様となっている。5月一杯はこの状況が続くと思われ、しばらくは上昇基調にはない。
		金属製品製造業（経営 者）	・引き合い数は減少しており、客先によって今後の販売価格を見極める状況ではないかと思う。
		金属製品製造業（従業 員）	・大型プロジェクトも動き出すので仕事量に不安はないが、材料高などにより収益に繋がるかが心配である。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・受注量が底堅く推移している。
		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はなかったが、増税後の落ち込みもなく受注量は変わらない。ただ、案件獲得競争は厳しく、利益がなかなか得られない環境は、今後も変わらない。
		輸送用機械器具製造業 （総務経理担当）	・消費税増税とともに落ち込んだ発注数が、向こう3か月間で元に戻るとは思えない。
		輸送業（経営者）	・荷主からの輸出入の依頼は、前年並みかそれ以上の状況が続いている。
		輸送業（エリア担当）	・特に変化する要因がないので、現状のままで推移すると思われる。
輸送業（エリア担当）	・トラック荷物の動きが良くなってきたので、備車（他の業者から借りる車両、ドライバー）を集めるのに苦労をしている。軽油価格が高止まりしており、サーチャージの交渉を始めているがどこまで話が進むかは不明である。		
通信会社（法人営業担 当）	・ベースアップはあったものの、消費税増税前の駆け込み消費の反動が心配である。		
金融業（従業員）	・現在は比較的忙しい業種でも、段々と落ち着いてくる傾向にあり、ほとんどの企業においては今後の見通しが読みづらいため、景気が良くなるか悪くなるかの想定が非常に難しい状況である。		
金融業（企画担当）	・企業の決算や消費税増税の影響がある程度落ち着いた状況を見てからでないと、個人も動きづらと思われるため、6月頃までは現状が続くとみている。		
不動産業（用地仕入）	・景気が良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。		

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	
		不動産業（管理担当）	・中小企業では、消費税増税に伴う今後の景気動向を各社ともまだ見定めていない段階である。ここしばらくは、このままで推移する。	
		広告代理店（制作担当）	・夏に向けて積極的な広告展開を考えるクライアントがあまり出てこない。消費税の増税がその状況に輪をかけている。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は年度末に20%近く減少しているが、消費税増税後の売り出しに期待したい。	
		行政書士	・この先も荷物の出荷量は変わらない。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・プロジェクトが立ち上がるのはこれからという第1四半期の間は、現在の状況が続くように思う。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・全体的には物価のみが上昇し賃金はなかなか上昇しない状態が続く、景気の高揚感はない。ただ、円安が定着して企業においては切迫感が薄らいでいるのは事実である。	
		やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（社員）	・単一品目、客先で売上の4分の1を占める製品があるが、来月から使用量を半減すると連絡が入っている。他の製品での穴埋めは難しい。
			電気機械器具製造業（営業担当）	・この先数か月は消費税増税の影響が出る。
			建設業（経営者）	・消費税増税後の一時的なものと思われるが、今しばらくは景気は停滞気味に推移する。
			輸送業（従業員）	・企業の好決算により賞与が増えて一時的に景気は良くなるが、高速道路の割引が縮小されることで、ガソリン価格の高止まりと合わせて、ドライブや観光等の遠出の活動に影響が出ると思われる。
輸送業（エリア担当）	・現段階で荷物の量がさほど多くないということは、マインドとして一層先行きのみえない状況である。企業の生産量の減少や見通しの悪さから、これからも悪い方向への湿っぽいムードが続くと思う。			
不動産業（経営者）	・大都市圏では不動産取引が活発になると考えられるが、地方都市では、消費税増税に加えてのオリンピック関連特需による建築部材や人件費の高止まりで経済環境は悪化する。			
公認会計士	・消費税率引上げによる需要減退、原材料費のアップなどにより、中小企業では収益性の低下が予想される。			
会計事務所（職員）	・4月には思ったほど消費税増税の影響は少なかったが、この先は業種によって変化が出てくると思われる。価格転嫁のできない小規模事業者にとっては、回復どころか先行きは落ち込むとの予想で、賃金上昇という声は聞かない。			
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の減少により、先行きは悪くなる。		
雇用関連 (東海)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・6月のボーナス支給後に退職する社員の補充のために、派遣需要が見込める。	
		職業安定所（職員）	・消費はいったん冷え込んだが、本体価格を下げた税込価格を消費税増税前の水準に戻すような動きがあるので、回復すると思われる。また、増税に対しても、時間が経てば慣れてしまうのではないかと思う。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人数は引き続き増加すると思われる。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ゴールデンウィーク以降、今年度の中途採用を開始する企業が増えると予想するとともに、夏季賞与支給後の転職を目指して動き始める人の増加が見込まれる。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・若干ではあるものの、消費の回復が予想される。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用する企業側からは、体育系の学生や留学生に関する問い合わせが増えてきており、採用区分が多様化していると同時に、採用数も増えてきている印象である。	
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・大企業等では状況が良くなっているようであり、メディア等でも景気が良くなっていると報じているが、実感はできない。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・有能な人材に対する中途採用ニーズは引き続き高く、提供できる人材の不足状態が続いている。	
		人材派遣会社（営業担当）	・時期的な要因もあって一時的に求人は増えたが、いったん落ち着いてしばらくは変わらない。	
人材派遣会社（営業担当）		・景気回復に向けたインパクトの大きい材料が見当たらない。		

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
		人材派遣会社（支店長）	・長期就業の派遣労働者数は堅調に増加している。今後数か月にわたって、堅調に推移すると見込む。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響が懸念されたが、4月以降も企業からの引き合いは衰えることなく、好景気感が持続している。当面は現状を維持すると思われる。
		職業安定所（職員）	・求人数は、前年同月比では依然として増加をしているものの、3月に引き続いて前月比では減少しており、少しブレーキがかかっている。
		職業安定所（職員）	・正社員有効求人倍率は、3月には0.76倍と前月比で0.04ポイント下がってはいるが大きな変動ではなく、新規学卒求人や正社員求人の状況は、継続・維持できるものと思われる。
		職業安定所（職員）	・企業からの声では、消費税増税の影響を懸念するものと、消費税の影響は軽減で、むしろ好景気が続くことによる人手不足を懸念する声とに分かれている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・4月は好調であったので、それに比べればやや悪くなるが、好調を維持する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産関連の雇用においては、4月以降の販売数の減少に伴い、6月以降に影響が出る事が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税の増税により、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・1月以降、消費税率引上げを控えて前倒しでの求人、採用があったが、4月から2～3カ月は、生産活動も停滞すると思われる。しかし、TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）交渉の進展など他の要因の影響があるので、思ったよりも落ち込みは少ないと思われる。
		職業安定所（職員）	・家電、自動車販売等では、消費税増税前の駆け込み需要で大きく業績を伸ばしたが、4月以降は、消費税率が8%となり売上がかなり落ち込んでいる状況である。
悪くなる	—	—	

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：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 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税増税の反動による景気の落ち込みを懸念していたが、想定していたほどではなく、景気は今後良くなっていくと考えている。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・4月を乗り切れば新幹線開業の効果が少しずつ現れると考えられるので、今後の状況はやや期待できる。
		百貨店（営業担当）	・この先夏に向けて、セールの時期にも入ることから、現在は控えられている客の買物が増えると考えている。
		スーパー（店長）	・4月は消費税増税後ということで影響を受けたが、今後回復すると考えている。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税により酒、米などの売上は前年同月比で減少しているが、想定範囲内であり、生鮮食品に関しては売上の落ち込みがないことから、景気は上向き続けていくと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・4月の売上の不振が消費税増税の反動の影響によるものであるとすれば、時間が経過するにつれて回復に向かうと思われるが、これまでの企業業績の回復や個人収入の増加などの傾向がどこまで続くかに左右されると考えている。消費税増税は、これまでの株高円安景気に水を差したものであり、全く残念なことである。
		乗用車販売店（経営者）	・同業各社の情報によると、給与を少し引き上げた企業が多いので、これから少しずつ購買状況は良くなると思う。
		住関連専門店（店長）	・新税率へのなじみや新需要の発生などにより、売上は少しは回復すると見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・当社も営業増資、修繕、就職内定数を増やし、積極的な企業体質改善に向けて動き出そうとしている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税後の反動は、一部の商品にみられる程度で、全体を引き下げるまでには至っていない。総じて緊縮感は薄く、5月以降のベースアップによる消費拡大効果や、夏のボーナス消費に期待が持てる。
		通信会社（役員）	・通信の光化サービスを提供する予定で周知活動を展開しているが、客の反応は良く、今後の契約数の大幅増を期待している。

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
		通信会社（営業担当）	・新機種の発売と新料金プランの提供開始に伴い、販売台数も伸びてくると考える。
		通信会社（役員）	・客からの申込、契約数は前年同期と変わらず推移しているが、問い合わせの件数が徐々に増加している。
		テーマパーク（職員）	・事前先行予約の状況をみると、国内の客の動きはやや不透明ではあるものの、この先2～3か月は団体客を中心に前年同月を上回る状況である。また、インバウンド客については引き続き順調に推移すると考えられることから、この先2～3か月の状況は現在よりやや上向きで推移すると考えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・このままの状況で推移すると考えている。様々な物が値上がり傾向にあるため、おしゃれのための衣料品の購入は後回しになりやすい。
		商店街（代表者）	・円安の恩恵を受けている大手企業は別として、中小企業では消費税増税の余波として、逆に給料が減ることが予想され、今後は、今より景気が冷え込みこそすれ、良くなるとは到底思えない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・現状より状況が良くなるとは考えられないが、今後、状況は次第に落ち着いていくと考えている。
		百貨店（売場主任）	・駆け込み需要のカード支払期日到来を控え、客の購買動向の鈍化が懸念されるなど、若干不安定な要素はあるが、消費税増税による市場の極端な変化は見られない。必要なものは、多少高額でも購入していく客が多い。ただし、前年同期から始まっている高額商品の駆け込み需要の反動をカバーしきれぬかが課題である。
		百貨店（営業担当）	・ぜいたく品や大型耐久消費財の売上は、今後3～6か月は厳しい状態が続くと思う。日用品に関しては、品質を落とすことはなかなか難しいことから、食品を中心に少し回復の兆しがみえる。ただ、5月の売上も4月と同じく2けた近い前年同月割れになると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・これまでの駆け込み需要の反動に対して、回復はもう少し時間を要する。現在、日常使用する生鮮品、日配品の購買については戻ってきているが、食品、雑貨、酒についてはもう少しばかり時間が必要だと考えられる。簡単には以前のように戻らない。
		コンビニ（経営者）	・当店はイベントに左右される立地であり、イベントが行われる際の天候に売上が大きく左右されるのは例年のことである。状況が良くなる要素もないが、これ以上落ち込むことも考えていない。
		コンビニ（店舗管理）	・消費税増税後の閉塞感も徐々に緩和すると予測するが、近隣に競合他社が複数店出店の予定なので、相殺されると見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・いろいろな予測がされているが、今後状況が確実に良くなるという実感はない。
		衣料品専門店（総括）	・消費税増税による悪影響はなかったが、今後良い影響があるとも考えられない。
		家電量販店（店長）	・客が新税率に慣れるまでしばらくかかりそうである。また、消費税増税前に購入された分の反動から回復するまでに3か月以上要すると考えている。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により来客数が減少しており、来客数の回復がまだみられない。ただし、消費税増税前からの傾向で単価は前年より上昇しており、今月も低下せず推移しているため、来客数と比較して販売実績の落ち込みはない。
		乗用車販売店（従業員）	・展示会、広告などで来客数の増加を見込みたいが、来客数が増加する要因は少ない。
		自動車備品販売店（従業員）	・キャンペーンなどのイベントを計画しているが、今月の客の動きを見ても反応が鈍く、回復の兆しが見えない状況である。今後も状況は変わらないと考える。
		高級レストラン（スタッフ）	・現在の予約状況をみる限り、消費税増税による受注の増減はない。
		一般レストラン（店長）	・基本的な景気の方角性は決して楽観できない。消費税増税の影響と外国人観光客の動向をもう少し注視したい。
		観光型旅館（経営者）	・5月以降の集客は前年同月並みに推移する見込みである。現状では消費税増税の影響はない。

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
		観光型旅館（スタッフ）	・4～6月の予約保有は前年同期比95～97%で推移しているが、7月以降の予約保有は前年同期を上回っている。4月以降については前年同月の売上はクリア出来る見込みで、消費税増税による影響は少ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税や、北陸新幹線開通を1年後に控え、当地における学会やコンベンションの開催数が減少していること、国内の旅行客が旅行を新幹線開通後まで待とうとする心理による宿泊客数減少を懸念している。
		都市型ホテル（役員）	・全国大会などのイベントが、来春の北陸新幹線開業以降の開催になり、宴会、宿泊関係が非常に厳しくなると想定されるが、ビジネス客、インバウンド宿泊などの増加により全体としては状況は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・まだまだ、そう簡単には旅行に消費は回ってこない。
		旅行代理店（従業員）	・少しずつ回復はあると思われるが、消費税増税の影響が落ち着くまで、しばらくは厳しい状態が続く。
		タクシー運転手	・消費税増税で実質的にタクシー料金が値上がりしており、利用者の消費税増税に対する違和感が無くなるにはあと2～3か月かかると考えている。また、夜の繁華街への人出が増える要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・週末の飲食店の盛り上がり弱い。
		通信会社（職員）	・消費税増税による売上の増減は一時的な動きであり、今後は元に戻り可もなく不可もなく落ち着くと考えられる。
		通信会社（営業担当）	・予想されていた消費税増税前の駆け込み需要は落ち着いた。契約内容のコストカットを意識する動きは従来と変わらない。3か月前と比べても客の動きに大きな変化がみられないため、今後2～3か月で状況が大きく変化するとは考えにくい。
		通信会社（店舗統括）	・それほど状況が良くなる要素が見当たらない。
		美容室（経営者）	・今後の状況についてはこのまま回復基調であってほしいという期待が強いが、予測が難しい。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による反動減が予想以上に長く続いていたが、2月以降平常月の90%近くまで戻っている。今後は、すまい給付金などの優遇措置の理解をいかに浸透できるかが課題である。
		住宅販売会社（従業員）	・契約金額、契約件数ともに前年同月比で3割強減少している状態であり、今後も伸びそうな雰囲気がない。需要層も20代後半の人が多く、本人が住宅購入を考えないので親が先に検討し本人に住宅購入を促すケースが増えており、契約まで時間のかかる客が多くなっている。
住宅販売会社（従業員）	・消費税の10%への引上げまではまだ時間もあるため、それまでの景気は期待できない。		
やや悪くなる		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・原材料費の高騰により取扱商品が値上げされ、購買能力のある企業でも今は様子見の状態である。また購入まで至っても、消費税増税分を値引き対象にされる傾向があり、まだまだ状況が良くなるとは考えられない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税後の買い控えは、もうしばらく続く。
		スーパー（総務担当）	・いったん冷え込んだ景気はすぐには復活しない。
		スーパー（統括）	・消費税増税により、消費者は買い控えをしている。少しでも安く、購入量を少なくということで、生活防衛をしている。消費税増税の影響が回復するには、この先1年程度はかかるか考える。
		乗用車販売店（役員）	・4～6月の第一四半期の結果を見なければ予想できないが、上半期は新規投入の車種もないため、業況はかなり厳しくなる。
		一般レストラン（統括）	・自動車、電化製品、旅行パックなど的高額商品の節約傾向がみられることから、日常に使用される食品などの商材にも徐々に節約の余波がくると考えられる。
		スナック（経営者）	・社会動向と、年配者が多い当店の客層を考えると、今後の売上の増加はあまり期待できない。
悪くなる		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費者の財布のひもはますます固くなった。今後客が現行の消費税率に慣れてきたら、購買は戻ってくると予想されるが、その頃には更に消費税の10%への引上げが控えている。先行きは非常に暗い状態である。
		その他レジャー施設（職員）	・新年度、春の新規入会の反応が非常に悪く、会員数は伸びないと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が住宅関係にも影響を与えてくるようになり、客の行動がますます慎重になることが予想される。

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
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般機械器具製造業 (総務担当)	・国内、海外とも引き合い件数は増加しているため、今後受注量は増加すると考えている。
		建設業(経営者)	・ゴールデンウィーク明け早々の官庁工事の発注が前年は全く期待はずれだった。しかし、確たる根拠は無いが、今年は前年よりは発注が増加すると予想している。
		建設業(総務担当)	・消費税増税の影響が不透明であるが、当面は業界全体の工事施工能力が手一杯で、受注価格競争の緩和状態が続くと考えられる。
		金融業(融資担当)	・消費税増税の反動も極端に深刻ではなく、景気回復の大きな流れを阻害する要因ではなくなる可能性が出てきている。当地では来春の新幹線開業を控え、ムードは悪くない。
		不動産業(経営者)	・個人客でも企業でも、2～3か月後の問い合わせが少し出てきている。
		司法書士	・2～3月の年度末には、会社の解散が多かったが、今月から6月にかけての定時株主総会の打ち合わせでは、後継者の役員就任の話が多い。
	変わらない	食料品製造業(役員)	・販売量の回復は見込めるが、原材料価格の高騰が顕在化しており、徐々に収益を圧迫してきている。
		繊維工業(経営者)	・円安にもかかわらず、輸出はあまり増加していない。また、国内の景気回復の期待もあるが、中小企業への波及効果は26年下期以降になると考えている。
		繊維工業(経営者)	・今後の状況の見通しについては、慎重な見方をしている。
		プラスチック製品製造業(企画担当)	・受注の好調は6～7月ごろまでは続くともみており、状況は現在と変わらないとみている。
		金属製品製造業(経営者)	・2～3か月先の受注状況から、状況は変わらないと考えている。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・為替、株価も安定した状態が続いており、現在の引き合い状況からも、今後2～3か月の状況は急激に変動しないと考えられる。
		精密機械器具製造業(経営者)	・当業界の小売市場全体の状況としては、消費税増税後少なくとも30%程度売上が減少しているという話を営業から聞いているが、幸い当社商品に関しては比較的順調に売上が伸びしており、今後もこの水準で推移すると考えている。
		金融業(融資担当)	・消費税増税の反動が想定範囲内に収まっていることから、期待も込めてではあるが、今後も想定していたほど落ち込まないのではないかと考えている。
新聞販売店[広告](従業員)		・特に日用品に関する業種のチラシの出稿量は減少していないため、少し楽観的にみて状況は変わらないと考えている。	
やや悪くなる	輸送業(配車担当)	・3月の消費税増税による駆け込み需要の反動が、4月以降しばらく続くと考えられる。	
	通信業(営業担当)	・4月の情報機器の売上は、3月の駆け込み需要の反動と4月の消費税増税によって、西日本全体で約3割減の状況となった。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所(職員)	・新規求人数については、全般的に、消費税増税の反動織り込み求人が多くみられる。
	変わらない	人材派遣会社(役員)	・労働者派遣法の改正案が話題になっており、今後はますます求職者の有期雇用離れが進むので、状況は変わらないと考える。
		人材派遣会社(社員)	・今後、求人数の増加に伴い、優秀な人材の不足感が一層高まると考えられる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・現在の状況では、正社員の求人数は増加しないと考えられる。
		新聞社[求人広告](役員)	・消費税増税の影響が本格的に出てくるのは、2～3か月先になると考えている。
		新聞社[求人広告](担当者)	・求人広告の件数は3月は突出しているが、半年前から漸減傾向にある。ただし、新卒採用に対する企業の意識は非常に高く、合同企業説明会は盛況である。
		職業安定所(職員)	・消費税増税の影響を受けているとの声は、想定していたほど多くない。
		職業安定所(職員)	・今後の状況を不安視する事業所が依然として多い。
		民間職業紹介機関(経営者)	・公共工事などで例年を上回る入札不調が報じられているが、人材の不足や資材高騰などを引き、景気回復に水をさす事象である。紹介、派遣業界も人材の不足に困っており、先行きは引き続き厳しい。

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
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（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 (近畿)	良くなる	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・日本を取り巻く政治情勢なども落ち着いてきており、国民の関心が今後は消費に向かうと予想される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税に慣れ、買いだめしていた商品も消化されるため、動きが出てくる。
		百貨店（売場主任）	・4月は想定以上に回復しており、株価なども安定していることから、今後は前年並みの動きに戻る。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税の影響も6月後半には緩和され、逆に財布のひもを締めていた反動が出るため、クリアランスセールは好調が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・平成9年の消費税増税時も、月が過ぎるごとにマイナスの影響は薄まっており、今回も3か月後には悪影響がかなり薄まると予想している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税後の買い控えは予想以上であるが、富裕層顧客からは、景気が悪いとか、お金が減ってきたという声は聞かれない。海外高級ブランド品の値上げはあるが、今後は高額品の動きも戻ってくる。
		百貨店（営業担当）	・婦人衣料品は駆け込み需要の反動減もあまりみられず、シーズンに対応した商品は動いているので、今後は回復していく。消耗品も使い終われば、1、2か月で動きが戻ってくる。
		百貨店（販促担当）	・今月の後半は、前半に比べると持ち直している。特に、夏物の新商品などに動きがみられるため、気温も上がり季節商品が入れ替わる5月に入ると、更に上向くと予測される。買いだめした商材のストックが切れ始めると、物の動きも良くなりそうである。夏のボーナスが昨年よりも増える人が多くなれば、消費税増税による悪影響の緩和も期待できる。
		百貨店（商品担当）	・前回の消費税増税後よりも落ち込みが小さいなど、駆け込み需要の反動は少ない。
		百貨店（服飾品担当）	・買上のサイクルが2～3か月である化粧品は、3月の駆け込み需要からその期間が過ぎれば戻ってくる。また、春商材から夏商材への切替えが必要なタイミングになれば、客足も戻ってくるのが予測される。
		百貨店（売場マネージャー）	・前回の消費税増税時に比べて、4月の減少は大きくない。客は新たな提案があれば消費を増やす様子がみられるため、今後は期待も込めて良くなる判断している。特に、富裕層については確実に良くなると見込んでいる。ファッションについてはセール時期と重なるため、販売機会の増加が期待される。
		百貨店（マネージャー）	・賃金のベースアップや株価の下支えなど、前回の消費税増税時よりも条件が良い。今月もその影響からか、増税の影響は少なく済んでいる。夏には店側の仕掛けにもよるが、消費は回復しそうな気配がある。
		百貨店（外商担当）	・今月は消費税増税前の駆け込み需要の反動により、売上の落ち込みはあったが、予想していたよりも落ち込み幅は小さかった。高級時計や宝飾品は今月は売れていないものの、リビング関連や婦人服、食料品の落ち込みはなかったため、時間がたてば売上も戻ってくる。
		百貨店（売場マネージャー）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で、高級ブランドや高額寝具、高額調理用品、ギフト対応の婦人洋品や保存食品などに動きがみられた。今月は反動減で苦戦しているが、今後は多少回復傾向が進む。その一方、増税前に駆け込みがあっても、意外に反動が少なく、駆け込み需要のプラス効果が目立つ商品もある。
スーパー（店長）	・消費税増税の影響については、想定以上に早く回復の兆しがみられる。賃金のベースアップからボーナス時期へとスムーズに移行できれば、良い方向に向かうことが期待される。		

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
変わらない		スーパー（店長）	・消費税増税の影響も落ち着き始めるところで、今よりは上向くと予想される。ただし、季節品の売行きは気候に影響されるため、楽観視はできない。
		スーパー（店長）	・駆け込み需要が大きかった商品も、少しずつ回復に向かってくる。ただし、今後の商品に求められる値頃感や価値観の変化については、予想が難しい状況であることは間違いない。
		スーパー（経理担当）	・駆け込み需要の反動減を早期に脱するほか、賃金のベースアップやボーナスの増加、雇用状況の改善などによる消費への好影響も見込まれるため、しばらくは堅調に推移する。
		スーパー（社員）	・新店舗や改装店舗のオープンセール、季節の催事、店頭イベントへの反応が良いなど、客の消費意欲の堅調さは今後も続く。
		コンビニ（経営者）	・たばこの売上も元に戻り、ひきたてコーヒーに新サイズが加わるほか、新製品も増えるため、売上の増加につながる。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響はほとんどないと予想され、更にプレミアム商品やファストフードの売上が好調に推移することで、客単価が上昇する。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズであっても、スーツやジャケットを着用する人が増えてきているように感じる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の影響で今は良くない状態であるが、5月からは落ち着いてくるため、2、3か月後の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・現在は受注数が落ち込んでいるものの、徐々に回復する。
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月ぐらい経過すれば、ある程度は来客数も増加する。来年には更なる消費税増税があるため、駆け込み需要などで少しずつ良くなる。
		住関連専門店（店員）	・キャンペーンなど、客にとって特典のあるサービスを実施することで、前年並みにまで回復する見込みである。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・買いだめされた商品も少しずつ消化され、購買は回復しつつあるが、17年前の消費税率が5%になった時には、回復に2か月程度かかった。今回は環境が少し違うため、早めの回復を期待している。
		一般レストラン（経営者）	・スポーツ関係の大きな試合のほか、店の周年イベントなどもあり、キャンペーンによる集客の増加を目指しやすい。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税増税による悪化予想に反し、現状は底堅く推移しているが、その要因は分析できていない。テレビ番組での紹介がイメージアップに寄与したことを考えると、消費者はお金の使い方を吟味していると思われる。
		一般レストラン（店員）	・顧客の入れ替わりがあっても、数字が変わらなかったことから、新たな客が定着すると数字は伸びる。
		その他飲食〔ファストフード〕（店員）	・消費税率の引上げで、3月末に来客数が増加したが、それ以降は変化がない。
		観光型ホテル（経営者）	・今年は皇室の方がお見えになるイベントがあるため、節約ムードのなかではあるが、若干良くなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・4月の月末にかけて徐々に来客数が回復しつつあるため、6月ごろには前年並みに戻ってくる。
		旅行代理店（店長）	・昨年はかなり旅行に行く人が増えたが、その流れで今年も出かける人が多く、減少するイメージはない。飛行機もビジネスクラスの間い合わせが多いなど、高額商品を求める客が増えている。
		旅行代理店（従業員）	・消費マインドは決して悪くない。
		旅行代理店（広報担当）	・夏休みの先行受注は好調である。消費税増税の影響が一段落するところであり、ゴールデンウィークは旅行をあきらめて、夏休みに行くという客も多い。
		旅行代理店（営業担当）	・4月は一時的に消費税増税の影響が出たが、5月以降は予約状況も持ち直しつつある。
		ゴルフ場（支配人）	・消費税増税分の単価アップにもかかわらず、予約状況が前年並みに推移すれば、景気は良い方向に向かう。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。		
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・消費税増税後も、このまま同じように推移する。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税増税で、しばらくは買い控えが続く。	

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
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・消費税増税後に、消費の落ち込みがどこまで進むかが分からない。増税前も当店はそれほどの動きがなかったため、増税後にも大きな落ち込みはない。ただし、増税後の生活に慣れてくる数か月後に、どのような状態になっているかは不透明である。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・なかなかデフレ脱却は難しい。
		百貨店(売場主任)	・経済の長期安定化のための政策や、貿易黒字化などの対策が必要である。
		百貨店(売場主任)	・不透明な部分はあるが、消費税増税の影響が続く。店舗の耐震工事による影響もあり、楽観視できない。
		百貨店(売場主任)	・予想以上に消費税増税の影響が感じられないため、逆にいえば、数か月先に今よりも上向くとは考えにくい。一部の商品を除き、客は増税に関係なく、欲しい物を購入する傾向にある。ただし、先買いや不要不急の商品に対する購買が控えられる傾向は更に強まる可能性がある。
		百貨店(売場主任)	・各社による夏のボーナス支給動向次第ではあるものの、消費税増税の影響は思ったよりも早く落ち着く気配がある。
		百貨店(売場主任)	・価格を気にせずに購入する客は一部の富裕層に限られており、中所得層による来客数の減少傾向は、消費税増税前も増税後も変わらない。
		百貨店(商品担当)	・賃上げに先行した消費税増税は、消費マインドにマイナスの影響をもたらしている。生活必需品を除き、ボーナス時期か秋ごろまでは影響が残る可能性もある。
		百貨店(サービス担当)	・ゴールデンウィークで来客数の増加が予想されるが、衝動的な消費をターゲットに様々なイベントで消費意欲の刺激をねらっても、直接の効果は期待薄である。消費税率引上げの影響はまだまだ続くことが予想される。
		スーパー(経営者)	・入学やゴールデンウィークなど、様々な要素で客の出費が重なる。
		スーパー(経営者)	・消費税増税によって消費に悪影響が出ている。
		スーパー(経営者)	・賃上げの影響が果たして中小企業まで波及するかどうかであるが、現在の状況をみる限り、増税後の景気悪化の報道も少なく、4月以降に食品メーカー各社が仕掛けた新商品やイベントなども好調である。駆け込み需要による家庭内在庫の消費が進めば、今落ち込んでいる商品も売上の回復が進む。
		スーパー(店長)	・新しい商品やサービスに対する客の動きは良い状態が続くが、5月が終わるころには増税の厳しさを実感するのはではないか。収入が上向きにならない状態が続くと、冷夏や梅雨の影響で商品の動きが極端に停滞する。
		スーパー(企画担当)	・消費税増税後の買い控えの影響は今後も続く。
		スーパー(広報担当)	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減で落ち込んでいる状況からは確実に持ち直す、節約志向が強まり、増税前の水準を下回る可能性もある。
		コンビニ(店長)	・来客数などには変化があまりなく、それほど良くなったり悪くなったりする動きは、急に起こりそうにない。
		コンビニ(店員)	・景気が良くなる要素は見当たらない。
		コンビニ(広告担当)	・今後2～3か月は、公共料金の値上げによる悪影響が出てくる。また、夏にかけての天候の変化にも影響を受ける。
		衣料品専門店(販売担当)	・消費税増税から2か月目でクールビズも始まるが、とりあえずは様子見となる。
		家電量販店(店員)	・良くなる理由が見当たらない。
		乗用車販売店(経営者)	・オバマ大統領の来日や、気候が良くなっていることなどで雰囲気は明るいため、これから夏に向かって物が動き始める。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税率が変わっても特別な変化はなかったため、これからは大きな影響はないと見込んでいるが、好材料もないため、次は夏の休暇に向けての客の動きに注意したい。
		乗用車販売店(営業担当)	・例年4、5月は販売量、来客数が落ち込む月であるが、今年は反動減の影響を受け、夏を過ぎるまで落ち込みが続くと予想される。
		住関連専門店(店長)	・想像していたよりも、消費税増税による消費者の購買意欲への影響は小さい。
		その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・今月からの消費税増税の影響は2～3か月続く。
		その他専門店〔食品〕 (経営者)	・一般市民の消費が上向きになるには、大企業の経営状態が良くなり、全体の所得が上向きにならないといけない。

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
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税が始まったが、生活必需品の購入を優先する客ばかりではない。生活に必要な物ではない宝飾品の付加価値をいかに高めて、購入を提案できるかにかかっている。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・賃上げムードはなく、消費税増税の影響ばかりが目につくが、影響自体は小さい。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費意欲の一層の悪化はないと考えるが、70代を中心とした顧客層での消費の回復には時間がかかる。
		高級レストラン（支配人）	・3か月前よりも来客数が増えたことで、販売量も多くなっているが、前年の水準には届いていない。2～3か月先の動きも読めない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・現在は売上増で推移しているが、足元の来客数は前年を5%程度下回っており、今後の販促対応を検討中である。景気の回復が実感できる状況ではない。
		観光型旅館（経営者）	・夏場を迎え、行楽気分が高まることを期待する。
		観光型旅館（経営者）	・消費税率引上げの影響はさほど感じられないが、5月中旬～7月中旬の予約状況を見ると、一般客の予約が全く入っていない。
		観光型旅館（団体役員）	・予約の動きが遅く、ぎりぎりまで申込がない。当分はこのような動きが続く。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、景気に一服感がある。今後も様子見の状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客は消費税増税に関しては仕方がないという反応であるが、仕入価格の上昇による値上げに対しては理解が進まず、収支は悪化する傾向にある。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、外国人観光客の増加やテーマパークの新アトラクションのオープンにより、引き続き好調を維持する。宴会部門もほぼ前年並みの推移となるが、食堂部門は減収傾向が続くと予想される。
		都市型ホテル（客室担当）	・消費税増税による消費意欲の減退が心配であるが、明るい話題ではテーマパークの新アトラクションが7月にオープンする。国内外から注目されており、大阪市内は今以上に活気が出る。
		旅行代理店（経営者）	・特に、消費税増税の影響は感じていない。昨年の関東のテーマパークや伊勢神宮、出雲大社の好調の反動で国内旅行が落ち込む分、賞与の増額もあり、昨年は弱かった海外旅行が伸びると予想している。
		タクシー運転手	・今月のような暇な状態が続く。
		タクシー運転手	・アベノミクス効果と消費税増税の影響が打ち消しあい、現状維持となる。
		タクシー運転手	・企業関係の予約は相変わらず順調であり、営業収入も安定している。
		通信会社（経営者）	・駆け込み需要の反動減がいつまで続くか、今後の状況が不透明である。
		通信会社（企画担当）	・景気回復が期待される一方、市場環境は厳しい状況が続くなど、メリットとデメリットが混在しており、先行きは不透明である。ただし、一時のように悪くなる一方ではないと感じる。
		観光名所（経理担当）	・今月はおおむね天候に恵まれ、まだ改装中の店舗が3件あるが、その店舗分を除けば、前年よりも売上は7%ほど伸びている。今年は月末が連休になっていないため、伸び率はもっと高くなるかもしれない。当施設は県外からの来客数が多く、ほとんど観光客なので、消費税率の引上げはあまり影響がないように感じる。やはり今月も、販売店舗よりも体験教室の方が数字は格段に良くなっている。
		遊園地（経営者）	・来園者数や売上などは、良くも悪くも大きな変化はなく推移している。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦が開催されるほか、家族向けのイベントや人気歌手のコンサートもあるので、多くの来場者を予想している。
		美容室（経営者）	・当店は消費税率を据え置きしている。年配の客が多く、年金が減るなかで物価が上がれば、自分の身の回りの買物が後回しになると考え、据え置くことにしたが、周囲の便乗値上げの動きに驚いている。
		美容室（店員）	・これからパーマやカラーの注文が増加する一方、来店周期が伸びているため、差し引きでは変わらない。

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
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・国民の所得は増えないので、景気回復は進みにくい。政治の面でも日米関係や、韓国、中国との外交関係に変化はなく、その影響で株価も好転しない。よほどの好材料がない限り、急に良くなることはなく、現状維持となる。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・新しいタイプの大型店舗の出店に加えて、積極的な移転・改装により、前年並みの売上を目指す。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が落ち着くまでは、しばらくこのままの状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅購入客の集客は少し落ちたが、販売量や契約量に影響が出るほどではない。
		住宅販売会社（総務担当）	・特に好転する要素もなく、しばらくはこの状況が続く。また10%への消費税率引上げ前に、一部で駆け込み需要が出てくることが予想される。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・不動産市場はしばらく現状維持が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・5月も売上の減少が続く。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今のところ、消費税増税の話題は出てこない。ただし、2～3か月先は消費税増税が浸透し、家計にどの程度の影響を及ぼすかが実感されるため、そのころには気を引き締めなければならない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・5月後半にどこまで持ち直すかが非常に不安である。ここで動かなければ、夏のセールに期待するしかない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・消費税増税の影響で、税込均一価格での契約の場合は、実質的に売上減となっているほか、客単価も低下傾向にある。小売業には景気回復の兆しがみられない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・消費税増税に伴う買い控えはまだ続く。
		百貨店（店長）	・消費税増税による売上減は想定範囲内にとどまっているものの、今後の物価上昇によっては消費環境の悪化も予想される。
		スーパー（店長）	・この地域は消費税増税後、景気が戻ることはない。増税前と同じく、悪いままで推移する。
		スーパー（開発担当）	・消費税増税後の消費の落ち込みはひどく、前年の売上から3割減少しており、今後も当分はこの傾向が続く。
		スーパー（管理担当）	・現在の動きがしばらく続くことが容易に想像できる。同業他社に比べて対応も後手を踏んでいる感が否めない。
		衣料品専門店（経営者）	・生活に関連するコストが上昇している。当社も運送会社が大幅な値上げをしたため、客に負担を求める部分が大きくなった。また、メーカーからも商品の輸送コストの一部負担を求められるなど、経費が増えてきている。
		家電量販店（経営者）	・夏物商品やエアコン、冷蔵庫の需要が消費税増税前にシフトしたため、若干販売量が減少する。
		家電量販店（店長）	・4月に比べれば、ましな状態になる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率が上がる前に、車検や修理、新車販売が好調となったため、仕事が減ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の影響もあるが、3年前の東日本大震災による販売減で、初回の車検を迎える自動車が激減している。消費者が増税に慣れてくる8月ぐらいまで景気は落ち込む。
		高級レストラン（スタッフ）	・人の動きが少し落ち着く季節となる。
		一般レストラン（経理担当）	・消費税率の引上げによる影響は6月末ごろまでは続くため、3か月先の業況は現在とあまり変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・5月は引き続き好調の見込みであるが、6、7月は少し落ちてくるのではないかと予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は消費税増税の影響が少なからずあり、客の予算内で提供するため、結果として商品単価が落ちている。宿泊部門は、インターネット料金などの調整で単価は維持できているが、レストランのランチ利用が落ち込んでいる。
		通信会社（社員）	・消費税増税による冷え込みがいつまで続くか、少し不安である。
		テーマパーク（職員）	・家計では、生活に必要なではない娯楽に回される予算の優先順位が低いのか、入場者数が前年を下回っている。明らかに消費税増税の影響であると感じており、この波が去るまではしばらく時間が必要である。

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		
		観光名所（経理担当）	・昨年3月のリニューアルによる集客効果も落ち着き、4月以降は来客数が前年比で減少傾向にある。これから集客が増える季節となるが、前年の水準を維持することは難しく、できるだけ減少率が大きくならないように、販促活動を進めていく。		
		競輪場（職員）	・昨年は景気が上昇傾向となったが、今年は消費税増税の影響が大きく響きそうである。		
		競艇場（職員）	・消費税増税の影響や、年金支給額の減少などが取りざたされるなか、余暇に使えるお金が少なくなる。		
		住宅販売会社（経営者）	・先月に比べて問い合わせ数はわずかに改善したが、景気上昇の実感はない。		
		住宅販売会社（従業員）	・土地価格や建築費の高騰を要因に、マンションの販売価格が上昇してきている。これまでは何とか高い契約率を維持してきたが、この春以降の売出し案件では、更なる販売価格の高騰により、売行きが悪い物件が多くなる。		
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンションの販売価格の高騰は今後更に進むことから、販売状況は厳しくなっていくことが予測される。		
	悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・東京オリンピック特需により、関西では停滞感が強まるなど、影響が徐々に出てくる。		
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・豚流行性下痢が発生し、流通量の減少と価格の高騰がみられる。そのほかにも鳥インフルエンザの発生や、牛肉の相場の高騰など、4月に始まったことではないが、明るい材料がない。		
		一般小売店〔花〕（店員）	・ますます消費者は無駄な物を買わないようになるため、売上の悪化が予想される。		
		家電量販店（企画担当）	・来年に検討されている更なる消費税増税や、3月までの消費の前倒しなど、先行き不安がぬぐえない。		
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が全く消えない。		
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税月である4月は、住宅展示場の来場客が極端に少なくなっている。昨年末で新築需要は一段落し、住宅取得に慎重な客が多いように見受けられる。		
		企業動向関連（近畿）	良くなる	○	○
		やや良くなる	繊維工業（団体職員）	・消費税増税の影響が落ち着き、景気も増税前の水準に回復することを期待している。	
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量に変化はなく、多い状態が続いている。			
	化学工業（経営者）	・ものづくり助成金や設備投資促進税制などを最大限に利用し、競争力の強化と生産性向上のための大規模な設備投資を予定しており、これらの効果が夏から秋にかけて出てくる。			
	化学工業（管理担当）	・賃金のベースアップのほか、夏季賞与の支給が6～7月に行われるため、消費が拡大する。			
	プラスチック製品製造業（経営者）	・消費税増税の反動は思ったほど出でおらず、無駄な物を買わないが、必要な物は買い求めるというスタイルが続いている。その結果、現状維持からプラスの間で推移することが予想される。			
	金属製品製造業（営業担当）	・取引先からは、先の案件はたくさんあるため、7月ごろから注文を増やすと聞かされている。			
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内企業からの引き合いを、確実に受注につなげていくことが最大の課題である。			
	建設業（経営者）	・案件の問い合わせなどがたくさん入っているので、今後はやや良くなる。			
	建設業（営業担当）	・建築費の上昇分が販売価格に転嫁されてきており、今後は利益の回復が期待できる。ただし、受注後の物価上昇が予想を大きく上回るケースがあり、顧客とトラブルになるケースもある。			
	輸送業（営業担当）	・4月の落ち込みは予想よりも少なく、月末には回復している。来月には荷物量が増える予定である。			
	通信業（管理担当）	・ゴールデンウィークで旅行などのお費が増える。			
	金融業（営業担当）	・一時的な駆け込み受注の増加によって在庫が減少し、供給の正常化が図られる見込みである。			
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・現政権は株価をにらみながら政権運営をしている。今年に入ってから2千円の株安は、今後改善される。			
	広告代理店（営業担当）	・企業全体が広告に関して積極的になってきている。			
	広告代理店（営業担当）	・今月の反動で、少しは広告出稿も戻ってきそうである。			

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
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・食品の場合は賞味期限のある物とない物があり、賞味期限のない物は消費税増税前にかなり動いたため、増税後の荷動きは悪いと聞いている。賞味期限のある物は、先行きも安定した荷動きとなる。
		食料品製造業（営業担当）	・しばらくは買い控えが続く。飲料水の自動販売機でも売価が上がっており、客離れが生じる。
		繊維工業（総務担当）	・輸出企業とは異なり、国内生産の空洞化により輸入に大半を依存する中小企業にとって、円安による仕入コストの増加分を転嫁したいが、買手側は全く考慮してくれない状態が現在も続いている。今後も回復には期待できない。
		繊維工業（総務担当）	・値上げが進んでいる原材料費、加工賃が、うまく販売価格に転嫁できれば悪くはない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費量が大きく変化している取引先が少ないので、今後も変わらない。
		化学工業（企画担当）	・海外輸入原料の高騰分を、販売価格に転嫁できない状況が続いている。
		金属製品製造業（管理担当）	・大型物件が秋ごろには始まる予定であるが、詳細が未決定のため、先の見通しが立たない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・消費税増税の影響が出ている。また、世界情勢は複雑な部分があり、米国経済の動向に左右される。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が2～3か月は続くと予想されるほか、新製品の生産の遅れによる影響が出る。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・状況の改善はまだ期待できない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・販売は今一つであるが、修理の方はまだましである。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・消費税増税の影響もなく、受注量に変化がないため、今後も変わらない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・靴業界では高額商品の駆け込み需要の反動で、既に3月には落ち込みがみられたため、4月以降は売上の落ち込みがあまりない。
		建設業（経営者）	・東京オリンピック関連工事や、東日本大震災の復旧本格化による技術員や技能労務者不足、建設資材の高騰で、地方はますます厳しくなる。また、消費税増税後の設備投資意欲の動向が不透明である。
		建設業（経営者）	・オープンハウスなどの集客は好調であるが、消費税増税の影響は少なからず出てくると予想される。
		不動産業（営業担当）	・神戸からテナントが出て行く動きは今後も変わらないため、神戸の事務所や住宅の賃料は下がり続ける。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で折込が増えた分、4月はやや少なめであるが、心配していたほどではない。
		司法書士	・3月が特に忙しいわけでも、4月が極端に暇なわけでもなく、消費税増税の影響はあまり感じられなかった。ただし、良くなる要因も見当たらないので変わらない。
		経営コンサルタント	・株価の動きをみても分かるように、世界経済は不安定であるほか、消費税増税の影響も続くため、好転する見通しは立っていない。
		経営コンサルタント	・クライアントのスーパー売上は、消費税増税の影響から回復するが、卸売価格が上昇している製品が多いため、客の買上額は伸びない。
		コピーサービス業（店長）	・消費税増税の影響はさほどないように感じるが、今後の不透明感はぬぐえない。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今後も状況が変わることはない。		
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税後の新価格にも慣れ、違和感がなくなってくるころであるが、買い回り品ほど増税の影響が顕著に出るため、店舗間で価格競争が進むことになる。収入が増える見込みがない状態での増税であるため、影響は当分続くことが予想される。		
	やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・消費税増税時に値上げした物が多くみられるため、一段落した後に落ち込む。

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	
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・4～6月は広告や販促物が動き始める時期であるが、現状は各企業とも夏商戦の準備段階といったところである。住宅関連では内覧会や見学会などの催事が実施され、販促物の計画もあるが、6月以降の受注となる。医療業界においては夏と秋に学会が予定されており、これも6月以降の受注となる。	
		金属製品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の調整が、夏過ぎまでは続く。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・一般的に景気は良くなっていると聞けるが、当社を取り巻く環境の好転は期待できない。	
		電気機械器具製造業（経理担当）	・業界による好不調の差が拡大する。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・例年の動きであるが、年度末の後は引き合いが減少し、受注量も大幅に減少する。	
		輸送業（営業担当）	・売上が落ちており、2～3か月は良くなる見込みがない。	
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・サッカーワールドカップなどのイベントがあり、家電業界では景気の良くなる感覚はあるが、消費税増税の影響で総じてコストにシビアになっていくと予想される。復興特別法人税の廃止分を社員に還元する企業もあるようだが、個人に還元しても貯蓄に回るだけで、やはり企業が設備投資や経費に使わなければ景気は良くならない。	
		悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・大胆な金融緩和がこれから悪い方に影響するのではないかと。政府の外交政策も良くない結果につながる懸念される。
			その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・消費税増税の影響もあり、今後の見通しが立たない。
		雇用 関連 (近畿)	良くなる	人材派遣会社（支店長）
アウトソーシング企業（営業担当）	・各社のIT投資が増えている。			
やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）		・4月は消費税増税による消費の落ち込みがみられるものの、2、3か月後には、景気の落ち込みも解消される。	
	人材派遣会社（支店長）		・消費税増税後も特に大きな変化はなく、求人数が伸びている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）		・消費税増税前の駆け込み需要の反動減は一時的な動きにとどまる。今後はしっかりと回復の予兆がみられ、2、3か月先の新聞広告の出稿申込も例年以上となっている。	
変わらない	民間職業紹介機関（大学担当）		・期待を込めて、良くなることを願っている。	
	人材派遣会社（経営者）		・新年度に入ったというのに、まだ7月以降の動きがみえてこない。	
	人材派遣会社（役員）		・先行きが読みにくい状況になっており、現時点では変わらないと判断している。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）		・新聞の求人広告数は、若干の振れ幅で増減する状態が続いている。今後良くなるかどうかの見通しは立てにくく、基本的には変わらない。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・阿倍野地区の大型プロジェクトが求人を引っ張っているが、1年を迎えた梅田地区のプロジェクトは落ち着いてきている。売場を中心とした商業施設や飲食店には集客の限界を感じるため、エンターテインメント関連のほか、中高齢者の向学心を満たすための情報産業などの充実も必要である。	
	職業安定所（職員）	・求人数は引き続き順調であるが、景気の見通しが悪化していることから、消費税増税後の求人や雇用面の動きを注視したい。		
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で増加しているものの、伸び方が鈍化している。		
	職業安定所（職員）	・4月に入っても新規求人数は大きな動きもなく、ほぼ前年並みである。窓口での聴取によると、消費税増税の影響は少ないといった声や、影響があっても業績は前年の90～95%で推移するとの声が多い。		
職業安定所（職員）	・消費税増税前は景気回復傾向にあったが、増税後は消費を控える動きにより、景気は伸び悩む。			

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
		職業安定所（職員）	・新規求人数が、前年、前月と比べて減少している一方、有効求人数は前年比で減少しているのに対し、前月比では1.5%増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	・労働者を確保できないので受注を控えているという建設業者の声は多い。悪くはならないが、良くなるとまではいえない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・コンテナ船の動きをみていると、中小型船が多く、大型船の動きが鈍いため、景気回復には至っていないように感じる。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞広告の出稿状況をみると、現状では5月のゴールデンウィーク以降の動きが非常に鈍く感じられる。
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：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 (中国)	良くなる	コンビニ（エリア担当）	・店舗を駐車場の広い場所に移動させるので、来客数と売上の伸びを期待している。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約の状況を見ると景気は良くなっている。
		競艇場（職員）	・7月初旬にレースが控えているので、売上が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・旅館などに宿泊客の予約が入っていると聞くので、景気は上向く。
		商店街（代表者）	・客が消費税8%に慣れ、ボーナスシーズンにもなるので、景気は多少持ち直す。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・4月は駆け込み需要の反動減で売上が落ち込んだので、5月以降は景気回復を見込んでいる。
		百貨店（営業担当）	・テナントの店長は4月終盤になり多少客が戻ってきていると言っており、5月には消費税増税の影響も薄らぎ、今より少しは持ち直してくる。
		百貨店（営業担当）	・ファッションには流行があるので動きが止まることはなく、何か仕掛けをすれば客は反応する。
		百貨店（営業担当）	・今後、消費税増税の影響で消費を抑えていた客の反動がある。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響も徐々に薄れる。4月ほどの落ち込みはないが、6月ごろまでは厳しい状況が続く。6月下旬から7月にクリアランスセールを開催するので、客の購買意欲が戻ってくる。
		百貨店（営業推進担当）	・4月初めは消費税増税の影響が想像より厳しかったが、下旬にかけて販売金額は多少盛り返している。今後は緩やかではあるが、増税前の状況に戻ってくる。
		スーパー（店長）	・一般食品の販売量は、消費税増税前の駆け込み需要で在庫が家庭に残っているため、94%の回復にとどまっている。来客数は消費税増税後、極端に落ち込んだが、週ごとに3%程度ずつ回復している。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響が落ち着き、景気は少し上向く。
		スーパー（店長）	・急激に回復するとは現在のところ感じられないが、駆け込み需要の反動減後の販売量の回復が始まっている。
		スーパー（営業システム担当）	・現在は消費税増税の影響で販売量が減っているが、客は徐々に増税後の価格に慣れてくる。
		コンビニ（エリア担当）	・盛夏期に入り、中食を中心に販売動向も上向きになる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・ゴールデンウィークの動向からみると、今後の週末も好影響が期待される。
		家電量販店（企画担当）	・4月初めと比べると、月末は来客数が徐々に回復してきている。2～3か月後には現状より景気はやや良くなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	・商品ラインナップが更に刷新されるため、幅広い客にアプローチでき、販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税で4月は買い控えが発生しているが、今後は緩和される。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・土産品については消費税増税のマイナス影響は感じられない。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・前回の消費税増税時よりも回復が早い傾向がある。企業のベースアップも手伝って、6月後半から7月前半には前年ベースに戻る。		

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・景況感は継続して改善しており、消費は賃上げにより堅調に推移していく。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・前回の消費税増税時も3か月間は厳しい状況が続いた。今回も同じような雰囲気はあるが、行楽シーズンであるため売上はやや良い。
		都市型ホテル（企画担当）	・個人消費の動向は不透明であるが、法人団体などの先行受注は好調で前年を上回っている。
		都市型ホテル（総支配人）	・前年に比べ観光需要は減ると予測するが、ビジネス需要に動きが出てくる。
		タクシー運転手	・タクシー乗務員のシフトを変更したため売上が右肩上がり、消費税増税後も売上の増加が続く可能性がある。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・駆け込み需要の影響で3月の景気が良すぎた分、4月は明らかに景気が悪かった。消費者は2～3か月したら消費税8%に慣れ、現在より少しは景気が良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・今のところ、客が必要以上に購入しない傾向が続いており、景気が良くなっていくようには感じられない。
		商店街（理事）	・商店街は特別な高額品を取り扱うわけではないので、販売量の減少は消費税増税の影響というより、景気が循環するなかで長引く不景気の影響という気がする。
		商店街（代表者）	・輸入商品の値段が高くなり、客の買い控えが続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・変化がないというより、判断できないというのが本音である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・印鑑、ゴム印、名刺などは買いだめができないので、5月以降は例年並みに売上が回復する。
		百貨店（購買担当）	・アパレル業界や百貨店が様々な仕掛けを試みている段階であり、現在の厳しい状況はまだ続く。
		スーパー（店長）	・景気が好転する要素がない。
		スーパー（販売担当）	・当店が取り扱う日用品や衣料品は一品当たりの単価が高くないため、消費税増税の影響は小さい。しかし、販売量が今後2～3か月で回復するとは思えず、当面は厳しい状況が続く。
		スーパー（財務担当）	・駆け込み需要の反動及び節約による売上への影響は、6月ごろまで続く。
		スーパー（管理担当）	・生鮮食品の売上でカバーしているが、消費税増税の影響で生鮮食品以外の一般食品の伸びが悪い。今後の一般食品の動向によっては売上全体の減少が懸念される。
		スーパー（販売担当）	・消費が伸びる要因はなく、現状のまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・客の買い控え傾向に変化はない。
		家電量販店（店長）	・太陽光発電も以前ほど客からの引き合いがなく、消費の低下が続く。
		家電量販店（店長）	・少なくとも2か月は駆け込み需要の反動で低迷すると思われるが、ボーナス商戦には売上は回復する。
		家電量販店（販売担当）	・販売量の増加は見込めない。
		乗用車販売店（業務担当）	・現在は駆け込み需要の反動減の状況にあり、まだ出口が見当たらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後、予想どおり、客からは出費を控えたいとの話が多数出ている。
		乗用車販売店（店長）	・新型車が導入されたが、客の動きに変化はない。客の買い控え傾向が出てくる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が好転する要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税の影響はあるが、それより地方に景気浮上の波が来ていない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・客が必要品しか買わないという傾向が続く。
		一般レストラン（経営者）	・景気はそれほど変化しない。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークが明けると、季節的に外食の機会が少なくなる。また、消費税増税により節約意識が出てくると思われる、景気動向は下降に向かう。
		一般レストラン（店長）	・景気変動する要素が少ない。消費税増税の影響はあるが、景気が大きく下がるとは考えられない。

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
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・景気が回復する兆しがみえない状況であり、現状で推移する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響で、消費者は必要なものには金を使うが、それ以外は抑える。
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税による買い控えがまだ続く。
		旅行代理店（経営者）	・景気は良くなり、全く変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・ボーナス支給までは、景気は横ばいかマイナスと想定するが、ボーナス支給後は夏に向けて個人消費も若干上向きになる。
		タクシー運転手	・客の動きに変化はなく、特に夜の客の動きが鈍い。
		通信会社（社員）	・販売量に変化はないが、パソコン買換えに伴う問い合わせが継続的にある。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税の影響は小さく、購買や需要の動向は変わらない。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税の影響か、客の購買意欲が冷え込んでいる。
		通信会社（工事担当）	・申込済みの手持ち工事があと2～3か月は続く。
		通信会社（広報担当）	・地方ではアベノミクスの恩恵が薄く、特に販売数が増える様子はない。
		テーマパーク（管理担当）	・入館者数、購買率や購買単価等について、前年と同じ傾向である。
		テーマパーク（業務担当）	・消費税増税が実施され、大型連休も終わり夏休みまで大きな連休もないなど、景気が良くなるような要素がない。
		美容室（経営者）	・客の賃金が上がらないので、景気は良くならない。
		設計事務所（経営者）	・来客数は減少したが、緩やかに回復してきている。ただし、現時点では急回復は見込めない。
		設計事務所（経営者）	・景気が好転する材料が見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・しばらくは客の様子見の状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税後の生活に慣れるには、しばらく時間がかかる。
		住宅販売会社（販売担当）	・景気の先行きに変動要素が見当たらず、しばらくは様子を見ながら状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・節約志向とデフレ傾向に変化はなく、景気は良くならない。
		商店街（代表者）	・しばらくは消費税増税のために売上は回復しない。飲食関係では、コンビニやスーパーの弁当や惣菜で、なるべく安く済ませようという傾向がある。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・4月はなんとか現状維持できたが、消費税が8%に上がった影響が今後どこかで必ず来る。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客が節約志向になり、景気は良くならない。
		百貨店（経理担当）	・7月ごろまでは消費税増税の影響を受ける。
		百貨店（販売促進担当）	・夏物、お中元商戦がスタートするが、消費税増税を一因とした消費マインドの低下は継続する。新しい商品の提案や来店促進策を展開していくが、前年比マイナス基調はしばらく続く。
		百貨店（売場担当）	・製造業者がリスクを恐れ夏物の生産を少なくしているため、商材が販売効率の良い大都市に流れる。
		百貨店（売場担当）	・全体的にはまだまだ、消費税増税の余波が続く。ただ、ファッション性の強いものや趣味し好品については徐々に戻ってくる。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
		スーパー（店長）	・消費税増税での出費増を実感しはじめる時期となり、客はまず食費から財布のひもをしめる。
		スーパー（業務開発担当）	・客数や販売点数は前年並みに推移するが、消費税増税後は低単価のものしか動いておらず、この流れが続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税が次は10%になる予定があるので、消費者の購買意欲は上がらない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・7月には来客数の回復を見込んでいるが、当面は来客数はやや減少する。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・秋ごろには様子が変わると期待するが、消費税増税の影響は8月ごろまで続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況を見ると、前年より良くない状況が続く。
		一般レストラン（外食事業担当）	・ゴールデンウィークが終わり納税時期になり、また梅雨入りという天候の影響も重なって、客の買い控えが出てくる。

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
		観光型ホテル（支配人）	・中小企業の多い地方では賃上げは少額で、消費税増税の影響もあり、客の消費意欲を駆り立てることも少ない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響が不透明で、今後の動向は楽観できない。
		美容室（経営者）	・一時的に景気が良くなった感じがあったが、来客数は減少し続けている。客にとっては価格が上がった感覚があるようで、客足が遠のく。
		美容室（経営者）	・駆け込み需要の反動が若干みられる。7～8月の繁忙期にどうなるか心配である。
		設計事務所（経営者）	・前年から続く建築費の高騰が治まる様子がない。工事費が予算を大きく上回るため、設計案件が工事着手できず、手間や経費がこれまで以上に掛かっており、この状況がしばらく続く。
	悪くなる	家電量販店（店長）	・消費税増税後の4月の来客数は前年の70%、売上は80%となったが、この状況はしばらく続く。
		乗用車販売店（統括）	・6月くらいまで駆け込み需要の反動が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・駆け込み需要の反動に対して政府もメーカーも何の対策もとらず、販売店では早くも安売り競争が始まっており、売上減少だけでなく利益の減少にもつながっている。
	企業 動向 関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）
やや良くなる		繊維工業（統括担当）	・徐々に景気は上向く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・景気対策の第3の矢の効果に期待する。
		化学工業（総務担当）	・生産量は若干増加傾向にあり、今後に期待している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・アベノミクスに対する期待、現状よりも将来は良くなるという期待感を持っている。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・国内造船所のなかに、従来はあまり受注してこなかった超大型コンテナ船、LNG運搬船やLPG運搬船の受注を決めた造船所が出ている。
		輸送業（支店長）	・客の利用メニューを拡充し、フルデジタル化による業務効率化とコスト削減を進めるので、業績は上向く。
		輸送業（経理担当）	・取引先から年度末の荷動きが一段落したので別の発注を出す話を聞いている。
		金融業（自動車担当）	・現状の為替水準であれば、完成車メーカーは十分な利益が確保できるため、部品メーカーの受注は高水準が継続する。
変わらない		農林水産業（従業者）	・現在は水温の影響で不漁で、燃料油高騰もあって出漁に慎重になる。当港のブランド魚の水揚げ量も芳しくなく、活気がない状況が続く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・当面は大口の注文がなく、生産水準は低位の状態が継続する。生産部門では繁忙部門と閑散部門が共存する状態である。
		鉄鋼業（総務担当）	・直近の2～3か月は現状並みの生産水準で推移する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・輸送用機器関連と電子機器関連はともに、日本向けについては駆け込み需要の反動減があるが、世界的には堅調であると見込む。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの発注内示は予定どおりで、適切な操業を確保できる。
		建設業（総務担当）	・工事の引き合いはあるが、協力業者の職人不足を受注単価に反映できていない。
		通信業（営業担当）	・まだまだ中小以下のSOHO市場では景気の上向き感がみられない。
	金融業（貸付担当）	・取引先からは4月の落込みは一時的との声を聞くが、燃料費や原材料高は依然として続いており、今月と比べて良くなるまでにはしばらく時間を要する。	
	広告代理店（営業担当）	・取引先の話では、受注量は現状と変わらない方向で動く。	
	会計事務所（職員）	・建設業では職人不足の状況が続いており、急速に改善する見通しはない。毎年、夏場には一時的に暇な状態になるが、今年は夏場も人手不足の状態が続くそうである。	
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・消費税増税後の変化はまだみえず、5～7月の状況で判断するしかない。	
	化学工業（経営者）	・主要取引先の定期修理が相次いで始まるため、工場の製造が一時中止となる。	
	鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税の影響はこれから先に出てくる。	

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
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先の受注見通しは通常は4月末に出るが、受注状況が芳しくないため、5月の連休明けに作成するとのことである。当社の受注の腰折れが懸念される。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量がやや減少する。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・原材料等のコストが上がり、海外仕入価格も為替とあいまって上昇し、利益を圧迫する状況が続く。
		建設業（経営者）	・業種によっては人手不足で工事に着手できないところがある。
		通信業（営業企画担当）	・電器量販店を訪問した際、前年と比較し客が激減しているように見え、店側の商品在庫も少ないように感じられる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期を過ぎ、5月以降は更に来客数や成約件数が落ち込む。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税の影響で需要の減速感がある。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・量販店の動きが重要になるが、原材料高騰が加速するなかで商品の値上げが避けられない状況である。消費税増税後に更なる値上げとなるため、販売量が落ちていくのは間違いない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量が減少する。
		建設業（総務担当）	・来年4月までは、現在の技術職員や施工業者の人材不足、資機材高騰の問題は改善されない。
雇用 関連 (中国)	良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・当面、採用市場は売手市場であると予想され、多くの客からの発注が期待できる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・消費税増税の影響は現状では見受けられないが、企業業績の変動によっては今後の派遣活用に影響する可能性がある。
		職業安定所（雇用開発担当）	・派遣事業者数及び求人数がともに増加している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・卸売・小売業では新店舗がオープンし、コールセンター業では県外から進出予定があるなど、大量の求人につながる情報がある。旅館業では消費税増税後の反動減が見込まれたが、集客数は変わらず客室が満室状態で、この状況がしばらく続くと予想する声も聞く。
	変わらない	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・今年の年末には商業施設のオープンやリニューアル等があり、景気が活性化する話題がある。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響はなく、求人数や求職数は平年並みに推移しており、今後も同様の状況が続く。
		人材派遣会社（支社長）	・消費税増税の影響は現時点でほとんど感じられないが、一部の製造業では需要の先食いによる稼働率の低下が予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気変動する要因がない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・TPPがどうなるかわからないので、各企業とも静観する状況が続く。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・飲食店の新規オープンが落ち着き、新たなオープン予定の話はない。
民間職業紹介機関（職員）		・消費税増税により一時的な落ち込みはあるが、夏には落ち着く。	
やや悪くなる	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・大きく変わる要素が感じられない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・少数の裕福な人が駆け込み需要を支えただけで、地方では賃金が伸びることもなく、消費者の財布のひもは固いままである。個人消費は今後も厳しい状況が続く。	
悪くなる	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・各企業とも消費税増税分の価格転嫁が大きな課題で、今後の受注状況等、先行きを心配する声が多く寄せられており、求人意欲に陰りがみられる。	
	—	—	—

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：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	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（事務局長） 百貨店（営業担当）	・世界経済の影響を受けなければ、景気は順調に回復する。 ・5月下旬から夏物商品が動き始め、景気は少しずつ良くなる。

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
(四国)		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の落ち込みが予想していたほどではなかった ので、5月以降の回復は早いとみている。
		スーパー（店長）	・7月ごろに景気は若干上向くとみている。
		スーパー（財務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減は軽微とみる。
		コンビニ（商品担当）	・消費税増税後の買い控えの解消が進む。
		コンビニ（総務）	・消費は回復傾向に向かっているが、3か月先の完全回復は 難しいのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が上向く気配を感じている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・化粧品や日用品以外では大きな駆け込みもなく、消費税増 税の反動減も想定内で推移している。
		一般レストラン（経営者）	・景気が少しずつ良くなっているように感じる。
		旅行代理店（支店長）	・日並びが良いとはいえない今年のゴールデンウィークは昨 年より申込が少ないものの、早くも夏期の家族旅行の申込が 増えつつある。
		タクシー運転手	・6～7月は梅雨入りもあって、タクシーの利用が増える。
		通信会社（支店長）	・新商品発売による需要喚起によりやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・新機種発売による効果が期待できる。
		ゴルフ場（従業員）	・来場者数は前年をやや上回って推移しており、単価の下落 も落ち着いた。
		設計事務所（所長）	・民間のオフィスビル等のスクラップアンドビルドが、いく つかみられる。
		変わらない	
一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税増税で4月は来客数が減少したが、少しずつ注文数 が戻ってきている。		
百貨店（営業推進）	・消費税増税の影響はしばらく続くとみている。		
スーパー（企画担当）	・見通しは不明で状況は変わらない。		
コンビニ（店長）	・景気の動向予想は難しい。消費税増税の影響は今のところ 軽微である。		
コンビニ（店長）	・物販については、しばらくは現状維持程度とみる。		
衣料品専門店（経営者）	・来客数、売上ともに伸び悩んでいるが、消費税増税の影響 が薄ければ、販売面は回復に向かうとみている。		
衣料品専門店（総務担当）	・消費者にとってプラス要因が乏しいため、今後しばらくは 増税の影響が強くなり、厳しい状況が続くだろう。		
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込みの反動減がいつまで続くのか、ど の程度影響するのか分からない。当初の予想以上に影響が大 きい。		
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がしばらく続きそう だ。		
乗用車販売店（営業担当）	・2～3か月先には消費が回復して欲しいが、現状では全く 不透明である。		
その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	・良くなることも、悪くなることも思えない。		
都市型ホテル（経営者）	・予約状況が芳しくない。消費税増税分を価格に転嫁できな い状況に苦心している。		
通信会社（企画）	・受注量が以前のように多くなく、しばらくは現状が続 く。		
競艇場（職員）	・5月は周年記念競走が開催され、売上増加を期待してい る。6月は本場開催日数が10日（4月は20日）と少なく、本 場開催分の売上増は期待できない。		
美容室（経営者）	・消費税増税の影響はあまりない。		
住宅販売会社（従業員）	・契約予定及び今後の集客を考えると、2～3月先の販売は 期待できない。消費税増税の影響が薄れる半年先に期待した い。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・アベノミクスも少しスローダウンしているのではないかと。 また、世界経済も厳しさを増してくるとみている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減がみられる。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税の影響は大きく、少しでも安い店を探して客が 流れる。生鮮商品においては品質を落とさず価格を維持した 少量パックなどの商品へのシフトが進んでいくだろう。
		スーパー（統括担当）	・消費税増税で節約傾向になる。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税で、今後は期待できない。

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
	悪くなる	観光型旅館（経営者）	・5～7月はT P P問題等もあって、状況が見えず、心配だ。
		タクシー運転手	・お遍路客の予約は多くない。各種値上げの影響から、しばらくは客が多少離れるのではないかと。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税増税以外に、ガソリンや運賃など様々なものが値上がりしている。このような状況の中、零細企業では昇給が難しい。一部の大手企業のベースアップくらいでは、景気は良くならない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・小売店の生き残りがますます厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税に対して給料が追い付いていない人が多く、買い控えがみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前後で販売量が大きく上下し、回復時期がみえないまま4月が終了した。今後も不調が続くとみている。
		乗用車販売店（役員）	・4月は消費税増税で落ち込み、先行きも今の景況感が続けば、受注は増加に転じることはない。すでに買い控えも起きてきており、今後、販売台数は前年比2割くらい減少するだろう。
		美容室（経営者）	・4月の売上があまりにも悪かったので、先行きの見通しがたたない。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（商品統括）	・消費税増税の影響は大きくない。消費動向も衰えを感じていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大型物件の引き合いがある。再生エネルギー関連の受注は今後も堅調に推移するとみている。
	変わらない	広告代理店（経営者）	・消費税増税後の4月は印刷サイズダウンあるいは回数減等により得意先の販促広告費は削減されている。しかし、得意先の年間広告関連予算は今後、徐々に増加する見込み。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響がしばらく続く。
		繊維工業（経営者）	・消費税増税による影響は多少あるが、想定内である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・販売面は活発になっており、景気は上向きつつある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当面は現状で推移するとみている。
		電気機械器具製造業（経理）	・第1四半期における市場のデマンドは国内及び海外ともに大きな変化がないと見込んでいる。
		建設会社（経理担当）	・民間工事受注量は増えるとみているが、利益は見込めそうにない。
		建設業（経営者）	・上半期での公共事業の受注量次第。ただ、悪くなる要素は少ない。
		建設業（経営者）	・技術職員不足を心配している。
		輸送業（経営者）	・取扱数量はおおむね現状維持とみている。
		輸送業（営業）	・消費税増税による購買意欲の低下が長引けば、発着貨物共に取扱物量の減少が危惧される。燃料費等の高騰や売上下下による採算悪化は不可避な傾向にあり、今後、運賃値上げを強く推し進めなければならない。
輸送業（支店長）	・天候次第で様々な商品の流通量が変動する。		
通信業（部長）	・取引先の様子や受注動向から短期的には大きな変化は無い。		
		公認会計士	・関与先企業では「思い切った昇給ができない」と答えた社長がほとんどで、消費税増税を考え合わせると、2、3か月先に景気が良くなるとは思えない。
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・造船関連の受注量はしばらくは減少する見込みである。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (四国)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税後の影響は軽微である。業種による偏りはあるものの、企業の設備投資や公共工事の増加による市場全体の盛り上がりも期待している。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・製造業などの求人増加はあるが、求職者のミスマッチが起きている。また、求職者の派遣登録が激減しており、業界の景気回復に繋がりにくい。
人材派遣会社（営業）		・昨年度から求人ニーズは増えているが、マッチングに至る人材確保が厳しい状況。人材派遣への雇用形態での案件も増えているが、通常の給与単価では人員を確保できないため、多少ベースアップを行ってやっと集まる状況である。	

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
		求人情報誌（営業）	・求人数は高止まりしているが、採用に至らない状態が継続している。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・人材不足が解消されず、求人を出し続けなければならない企業が多い。
		職業安定所（職員）	・求職者が望む終身雇用を前提とした正社員募集は増えていない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は前月比0.02ポイント低下も、前年同月比では0.21ポイント上昇している。
		民間職業紹介機関（所長）	・今後どのように企業経営を継続させていくか悩んでいる経営者が多い。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の負担増に加えて、ガソリンの値上がりや各種負担も増えている。反して収入は増えず、消費低迷は9月頃まで続くともみている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税後の影響がしばらく続く。
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：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 (九州)	良くなる	商店街（代表者）	・今月が最低の状況であり、消費税増税の影響も3か月後は少なくなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響もしばらくすれば落ち着き、景気も上向く。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・消費税増税の影響はほとんどない。
		百貨店（営業統括）	・客の購買意欲はそこまで落ちていない。ただし、消費税増税前の駆け込み需要で、化粧品等の先買いが発生した商品については、ここ2か月は影響が残るものと予測される。
		百貨店（営業政策担当）	・今後、ゴールデンウィーク、父の日、お中元と百貨店が得意な年中行事やギフトシーズンが続くため、施策次第では昨年を上回る需要を喚起できると考える。
		百貨店（店舗事業計画部）	・高級ブランド雑貨や宝飾品・時計は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減や値上げの影響で現在苦戦しているが、2～3か月先には影響が緩和されてくる見込みである。毎年、夏のセールは伸びており、4～6月にやや苦戦しても夏のセールを機に回復する見込みである。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が落ち着けば、回復の軌道に乗るのは比較的早いと判断している。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減から週を追うごとに回復してきているので、今後は回復基調に向かう。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税の影響は1～2か月とみており、ある程度回復する。しかし特売等のセールを行わないとディスカウント店舗にシェアを取られることも考えられる。
		コンビニ（販売促進担当）	・パン、食料品に関しては若干の伸びがある。
		衣料品専門店（店員）	・消費税増税後は外税方式なので、客は値上がりしたような気がしないようである。季節が変われば需要が増え、売上は前年並みになっていく。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が思ったほどなく、ボーナス商戦を迎える7月ごろから上向きになる可能性もある。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税が8%に上がったという感覚がなくなれば、受注台数は多くなってくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・主力車種のマイナーチェンジがあり商品力がアップした。新車は今より受注台数が伸びる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・消費税増税で若干の買い控えがあるかと思ったが、コーヒーは嗜好品ということもあり、そこまでの影響はなく例年と変わらない客の動きである。販売量、来店客数とも昨年同月比で若干増えている。また、夏場に入り気温も上がると、リキッド系のアイス飲料も出るので、売上の増加も期待できる。
		高級レストラン（従業員）	・ゴールデンウィークに入り客の動きが出てくるので、少し良くなる。
居酒屋（経営者）	・消費税増税に慣れることで今よりはお金を使うようになる。		

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
		観光型ホテル（スタッフ）	・宴会・宿泊とも順調に予約が入ってきている。
		タクシー運転手	・4月の落ち込みや閉塞感もそれほどないので景気向上が期待できる。
		通信会社（販売部）	・4月に入り消費税増税の影響か来客数・販売数ともに過去1年間で最低の状況となっている。5月以降は新サービスや新商品販売を開始する予定であるため、やや良くなると考える。
		理容室（経営者）	・先月は入学・卒業シーズンで良かった。消費税増税はあまり我々業種に関係ないかもしれないが、3月にやや客が多かった分、4月は減っている。夏に向けてやや良くなってほしいと期待している。客の話によると、他の業種は少しずつ良くなってきているようだ。
		設計事務所（所長）	・例年、公共工事が発注される時期なので忙しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による割高感が徐々に収束していく。
	変わらない	商店街（代表者）	・顧客のほとんどが年金受給者である。年金で精一杯生活している人達に変化はない。お金を持っている人が来店すれば変化していく。トータル的にあまり変化はない。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税による落ち込みがなかった分、安定した天候が続けば売上も若干ではあるが期待が持てる。エルニーニョ現象による冷夏の予想もあり不安要素がないわけではない。
	変わらない	商店街（代表者）	・4月からの消費税増税で我々商店街も増税分を価格に転嫁せざるを得ないが、毎日の客は顔なじみの方ばかりで、転嫁が難しいため、なかなか売上上昇にはつながらない。
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・そろそろウナギの季節ではあるのだが、今年も高値が続いており売行きが悪い。注文分を少しずつ入荷するしかない。
	変わらない	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税をするのであれば、景気が良くなる材料も欲しい。新茶時期にある程度の売上は見込めるが、その後の売上には全く期待ができない。
	変わらない	百貨店（総務担当）	・消費税増税の影響がどの程度残るか予測が非常に難しい。
	変わらない	スーパー（経営者）	・消費税増税や様々な物の値上げで、客の購買意欲が落ちている。
	変わらない	スーパー（業務担当）	・当社の価格強化政策が顧客に定着してきているようだが、季節物の購入モチベーションの低迷が続いている。今後、消費税増税によりお買得感は相殺されてしまう。
	変わらない	コンビニ（経営者）	・高額品ほどの影響はないが、消費に対するマインドが冷え込んでいる。良くなる理由も見当たらない。
	変わらない	コンビニ（店長）	・しばらく消費税増税の調整が続く。
	変わらない	衣料品専門店（店長）	・高額商品を扱う大型店などでは消費税増税の反動があるようだ。私ども零細店はあまり影響がなく変化がない。徐々に影響が出てくるのかもしれない。
	変わらない	衣料品専門店（店長）	・相変わらず客の財布のひもは固く締まったままで、見るだけの客ばかりである。
	変わらない	衣料品専門店（取締役）	・3か月先はセールの時期である。消費税増税後の4月よりは物が動くが、景気との連動ではないため変わらないとした。その先も景気が良くなるかは不透明である。
	変わらない	衣料品専門店（チーフ）	・来客数の減少や購買意欲の低下が続くと見込まれる。そのため、前倒しでイベント、サービス、セールをしなければ売上維持するのは難しい。
	変わらない	家電量販店（店員）	・消費税増税前の3月の売上は前年比2倍だったが、4月はその2倍分の反動減となっている。4～6月の3か月はその流れが続く。
	変わらない	家電量販店（総務担当）	・5月まではこの状況が続く可能性が大である。
	変わらない	住関連専門店（店長）	・2～3か月経てば消費税8%にも慣れ、今月よりは客の動きも良くなる。また、消費税増税前の駆け込み需要で購入された物が消耗してくるので、再び購入する機会も増えてくる。
	変わらない	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客からは、ゴールデンウィークの日並びが悪く長期の休みにはなりにくいとの声を聞く。しかし、マイカーによる安近短の行楽をファミリーで計画しているようなので、5～6月は順調に燃料油等が販売できそうである。
	変わらない	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の影響が思ったほどではなく、深刻な落ち込みはみられないので、横ばいで推移する。

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
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・4月は消費税増税の影響が強くて出ただけなのか、しばらく販売の動向を注視しないと行けない。夏場に回復するのか判断できない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・2～3か月後には、消費税増税の反動も落ち着き、前年並みの売上が予想される。
		高級レストラン（支配人）	・ここ数か月の来客数に大きな変化がみられない。
		高級レストラン（専務）	・これまでは景気の悪化で消費者の財布のひもがきつかったが、アベノミクスにより緩和されつつある。しかし、どちらに振れるかまだ分からない。
		都市型ホテル（販売担当）	・少しは回復するが、まだ先がみえない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響は当社では少なく、レストラン部門は前年並み又はやや上昇している。その他部門においても前年比を上回っており、大幅に状況が変わる要因は見当たらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・上期は多少弱い時期ではあるが、インターネットを中心に予約はある程度入っている。
		旅行代理店（従業員）	・国内はやや下回る状態が続くが、海外は近場中心だが昨年より良い。
		タクシー運転手	・今後は、ボーナスが増加する分消費が良くなりそうだ。しかし、消費税増税の影響で差し引きゼロとなる。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークは、バスやレンタカー等の利用が多いからなのかよく分からないが、タクシー利用の予約が少ない。
		タクシー運転手	・5月の予約状況は大変良い出足である。ただし、売上に直結するかはわからない。
		通信会社（企画担当）	・現時点では判断できない。
		通信会社（総務局）	・好材料が見当たらない。
		通信会社（業務担当）	・5月は新商品発売とプラン変更等もあり、来店客増が見込まれるが、昨年ほどの販売台数は期待できない。
		ゴルフ場（従業員）	・ゴールデンウィークは非常に動きがあり、予約が結構入っている。
		美容室（店長）	・消費者は必要な物しか買わないので景気は変わらない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・消費税増税や診療報酬改定等の負担増の影響が、しばらくは継続すると考えられる。
		音楽教室（管理担当）	・春は入会の時期であるが、夏はそこまで入会者はいない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・3%の消費税増税で支出が増えるため、個人の消費行動に大きく影響する。消費者は消費税増税で支出が増える分買い控えると考えられる。中小企業は消費税を納めることが大変であり、給与は上がっていない。
		商店街（代表者）	・消費税増税により消費者の購買意欲は低下する。しかし、夏場以降は徐々に売上也戻ってくる。重要なのは、いかに販売促進をしていくかである。何とか頑張っていきたい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・卒業式シーズン、母の日が終わるとギフトがメインの花屋では、夏場にかけて切花は控えられる傾向がある。毎年このことであるがかなり厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・売上金額は前年比プラスを維持したが、徐々に買上単価・レジ客数は減少している。クレジット10回無金利催事での底上げ効果も限定的に終わった。消費税増税前の駆け込み需要が少なかった紳士・婦人衣料の回復は期待できるが、慎重な購買姿勢が続く。
		百貨店（業務担当）	・客が消費税増税の影響を実感するのは、月単位で家計をやりくりした後である。そのため、増税の影響は夏場にかけて出てくる。
		百貨店（売場担当）	・7月はクリアランスに突入するため、売上は前年比95～100%の範囲を想定している。今月の客単価は食品が同95%、非食品は同94%である。来店客数は同96～97%だ。購買率が上がらないと若干厳しい。完全に回復するのは下半期9月以降である。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の消費者の動向が見えない。売上が厳しい状況のなかで、価格の表示方法や売価の設定等、競合店との競争がますます厳しくなると予想される。

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		
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響が5月まで出ると懸念される。特に耐久消費財の売行きが心配される。消費税増税前の駆け込み需要による衣料品や住居関連商品などの買いためがあった商品が影響する。		
		スーパー（統括者）	・小売業においては、消費税増税前の駆け込み需要等の影響が3月以降の売上高に影響している。今後、その反動減が売上高に若干影響する懸念があり、景気に影響が出る。		
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の影響は簡単には回復せず、悪影響を及ぼすと考える。当地域は、それに加え商店街自体の低迷もかなり進行しているため、やや悪くなるという悲観的な見方をしている。		
		家電量販店（店員）	・先月は消費税増税前の駆け込み需要は非常に大きかった。その反動減で販売量が少し減っているようだ。先月、サポートが終了するOSがあったため、パソコンは販売量が非常に多かった。しかし、思った以上に売れたためメーカーの製造が間に合わず、せつかくの機会なのに販売量が減っている。このような状況が続くので、売上は厳しくなっていく。		
		家電量販店（従業員）	・消費税増税の影響もあるが、新学期やゴールデンウィーク、自動車税の納付など支出が増えるため、買い控えが起こる。		
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がここ2～3か月は続く。その後の景気の先行きは読めない。		
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税増税の影響が懸念される。		
		高級レストラン（経営者）	・ゴールデンウィーク中は節句関係で少し予約が入っているが、それ以後は見事なまでに予約が少ない。大きな宴会も特になく、小さな会合も少ない。景気が良ければ5～6月にかけて株主総会後の会食などが望めるが、当店では今のところ望めない。城下カレイという旬の食材を売ってしっかり頑張らなければならない。		
		観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測よりやや悪くなる。		
		競馬場（職員）	・来客数が前年よりも下回っている。		
		美容室（経営者）	・2～3か月先は期待したいが、消費税増税の影響が継続する。最終消費者にテコ入れするような政策が必要である。		
		設計事務所（所長）	・2～3か月先の契約に結び付くような手持ちの資料は、現段階でさほど多くない。		
		設計事務所（代表）	・消費税増税後の買い控えがある。		
		住宅販売会社（従業員）	・実際に末端まで景気が良くなるのはまだ先の話で、賃金が上がっているのも一部の優良企業である。格差は依然として残っている。消費税増税で景気は悪くなり、買い控えが出てくる。		
		悪くなる		商店街（代表者）	・年度始めの購買が終わる。時期的に売上が下がるデータが出ている。
				百貨店（販売促進担当）	・消費税増税により、消費者の財布のひもが固い。今後も厳しい日々が続くことが予測される。
スーパー（総務担当）	・生活商材は、今後さらに買い控えや消費マインド低下の影響で、一層厳しい状況になると予測される。また、家具など大型商材についても、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予想され、全体的に消費の落ち込みが懸念される。				
コンビニ（エリア担当）	・公共料金の値上げや消費税増税の影響により、これまで以上に客の購買意欲は落ち込み、非常に厳しい状況が更に続いていく。				
コンビニ（店長）	・自動車税の支払や消費税増税などの影響がある。				
衣料品専門店（経営者）	・郊外施設のリニューアルに伴い客足が伸び悩む。				
企業動向関連 (九州)	良くなる	電気機械器具製造業（取締役）	・コスト削減要請が以前より緩くなった。		
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・消費税増税に消費者が慣れれば、今後、売上はそう大きく上下することはない。鳥インフルエンザも熊本の一件で収まりつつあるので、このまま収束すれば影響も少ない。問屋筋やメーカー筋に依頼している値上は実行率が6割である。それに原料の加工がきちんとできれば、7月以降の夏場は安定してくる。		

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
		繊維工業（営業担当）	・中国での生産が少しでも振り分けられただけで国内工場は助かる。いままでもその動きはあったが、実質的な影響がほとんどなかった。今回は本当に生産の国内回帰となりそうだ。
		家具製造業（従業員）	・家具を必要とする商業施設や飲食店の出店が増えており、5～6月の受注は前年比10～15%程度増加している。小売の伸びは前年と変わらない状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いは今後増える予想である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先の依頼により、車載用部品のIC製造は増産する計画である。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・消費税増税の影響はあったが、生産量が増えている様子である。
		建設業（従業員）	・2014年度分の公共工事の入札も出始め、仕事量も増えてくる。また、外壁工事などの大規模改修も増えてくるので景気は少し良くなる。
		輸送業（従業員）	・今月が非常に悪すぎたため、2～3か月先は消費税増税の影響も落ち着いて少しは回復する。
		通信業（経理担当）	・企業の決算発表の時期になり、賃金のベースアップも期待されるところである。個人消費の支えによる効果で景気は徐々に上向きになっていく。
		金融業（調査担当）	・取引先等の話から、景気上昇ムードが冷めているようには見えない。
		新聞社（広告）（担当者）	・6月以降、夏にかけて太陽光発電関連や旅行広告の出稿が増える見込みである。
		経営コンサルタント（社員）	・女性の酒消費が増えており、全体的に上昇傾向にある。
変わらない		農林水産業（営業）	・畜産系の病気の影響が各畜種の販売状況に出ている。
		農林水産業（従業者）	・畜産物販売では消費税増税の影響があり、厳しい状況である。
		食料品製造業（経営者）	・一向に売上が好転しない。納入先の来店客数及び客単価は低迷したままで、景気が良くなるという判断材料を欠くことから、今後も当分上向くことはないと考えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月末の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、受注量などが落ちている。
		化学工業（総務担当）	・管理社員の賃金は上昇したが、消費税増税によって帳消しになっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・以前と比べ夏場に向かっての受注は増えている。しかし、今後、外注関係において我々下請業者は厳しく、後継者もおらずやめる人が多くなることが気がかりだ。
		鉄鋼業（経営者）	・1～3月の出荷は順調であったが、新規物件の受注量が大きく落ち込んだ。4月に入って中・小物件を中心に受注量が回復してきたが、今後も続くのか不透明である。マンションの着工も一時期より減っているようで需要の把握が難しい。
		金属製品製造業（事業統括）	・オリンピックまでは時間があり、現状は変わらない。原子力発電所が再稼働すれば良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・消費税増税後の状態をみているのか、全体的に物が動き始めたからなのか、ユーザーの受注量が上がっている原因がはっきりしない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・発注者側からは、発注量が少し増えるのでやや良くなると聞くが、実態は変わらない。これ以上悪くはならないが、下がった状態が続く。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・当初の生産計画台数に対し、内示数も大きな変動なく推移している。
		通信業（職員）	・4月に入り、省エネ関連の新たな営業案件が出ているが、予想受注額は低く、引き続き受注量は低迷している。
		金融業（従業員）	・中国、韓国等海外景気の下振れの影響を懸念する先がみられる。一方、国内をみると、雇用や所得環境が着実に好転してきているため、消費税増税による駆け込み需要の反動減の影響は、比較的短期間で解消するとの見方が多い。
		金融業（営業担当）	・中小企業事業者のマインドは、全業種的に落ち込んでいない様子である。建設業は、今年度分の受注を6月以降の受注でほぼ確保できている。その他業種も6月以降は回復するのではないかとの見通しがある。

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
		金融業（営業）	・公共工事の年度替わりや消費税増税などの要因がありながら、今後に明るい感触を持つ企業が多い。現状のやや良い水準は当面続くと考え。
		不動産業（従業員）	・オフィスビルなどの賃貸物件の空室状況が横ばいで推移する。
		経営コンサルタント	・景気が急速に好転することではなく、今の状況が続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子、また自社に対する問い合わせの件数に大きな変化がみられない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・福祉関係の調査が多いが、コンサルタント業務は福祉だけではなく、建築や土木の設計などもある。しかし、それらは発注される業務が少ないため、全体としては厳しい。
		その他サービス業〔商品リース〕（支社長）	・2か月後は賞与の時期になるが、収入が増えたとしても消費に回るかどうか分からない。必要最低限の消費になるのではないかと。ゴールデンウィークに旅行に行くなどの話はほとんど聞かない。近場のドライブ程度という話が多かった。
	やや悪くなる	輸送業（総務）	・景気回復につながる材料が見当たらない。
		輸送業（総務担当）	・消費税増税後、高速道路の割引も少なくなると聞いている。支払運賃の値上げ等の要請もあり、しばらくは混乱する。良い方向にはいっていない。
		金融業（得意先担当）	・建設業関係については、災害関連工事の発注が一段落したほか、6月以降、消費税増税の影響が出てくるのではないかと予想する企業の代表者も多い。今後の状況については予断を許さないと考えている。
	悪くなる	建設業（社員）	・ゴールデンウィーク明けに発注があっても、着工は早くても6～7月になる。できるだけ早い工事の発注を、国土交通省より各都道府県へ促してほしい。
		広告代理店（従業員）	・2～3月の新聞折込枚数は、消費税増税前の駆け込み需要で前年を上回る受注があった。その反動もあり4月の折込受注枚数は前年同月比90%と悪化した。自動車販売、通販、不動産を中心にほぼ全業種において低調であった。消費意欲が平常に戻るには半年程度の時間を要する。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税の影響で予想通り落ち込んでいる。
雇用 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・人材の確保には給与条件が必須である。労働市場だけみれば、一度売手市場になると賃金対価で相応の見返りをしないと人材は流出してしまう。消費税増税とは関係なしにこの後1年後に賃金水準は上がる。
		人材派遣会社（社員）	・どの取引先も「単価アップ」をテーマに取り組んでいるので、その成果が出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの注文は引き続き増えているし、登録者も5月中旬まで予約が多い。さらに、中元時期の注文も既に入っている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現在、消費税増税による先行き不安で雇用調整が行われ、求人取扱件数が減少傾向にある。3か月先になると少し落ち着きを取り戻すことを期待している。
		職業安定所（職業相談）	・今後も有効求職者数は減少し、有効求人倍率が上昇する。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2015年卒業予定学生への求人件数が順調に増加していることに加え、中堅企業も例年より早期の採用活動を行っている。今後数か月は、大学新卒者に対する積極的な採用活動が続くことが予想される。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・昨年度の求人依頼数は、前年比140%程度で推移してきたが、4月は落ち着いた状況となっている。少し踊り場的な状況かもしれないが、今後、大きく変わる要素がない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税に伴い、消費動向が一時的に予測できない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・医療、外食、流通関係の人手不足が顕著だ。求人しても集まらない状況も多い。ただし、景気が良くなっている材料ではない。こうした状況がしばらく続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月以降、企業は様子見の傾向が強い。今のところ、製造業を始めとする主要業種での求人広告の回復はない。
		職業安定所（職員）	・新規求人の状況から回復感がうかがえる。新規求職者数は今後一定数を保ち、大幅な増加はみられない。
民間職業紹介機関（社員）		・登録者は増加しているが、すでに他社で就業が決定している場合もあり、求人会社とのマッチングができず人手不足感がある。	

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
		民間職業紹介機関（支店長）	・各企業の来年度新規採用者数などが公表されたが、今のところ人材需要が大きく上昇しているわけではない。秋以降の需要が増大すれば景気が良くなる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・消費税増税後も企業の採用意欲には変化はない。求人見込みでも引き続き情報産業・建設業からの引き合いは続く。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響がある。
		職業安定所（職員）	・これまで景気の高揚感により事業拡大を図りつつあった企業において、消費税増税に伴う顧客の業況が不透明なため、事業拡大に伴う新規求人の手控えが予想される。
		職業安定所（職員）	・中小零細企業が大部分を占める地方において、賃上げは一部ではみられるものの、全般的には低調であり、消費税増税後の消費の冷え込みがみられる。
	悪くなる	—	—

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：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 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔菓子〕	・ゴールデンウィークでの来県者が増える予想となっている。更に本年は海外からの国内入客が増えるとの見込みがあるということで期待できる。
		一般小売店〔靴・袋物〕（経営者）	・海外や国内を問わず、観光客の増加が見込まれる。
		百貨店（営業企画）	・1997年の消費税増税の際は、5月から前年並みの推移となった経緯がある。店舗改装による相乗効果も期待している。また、アジアからの観光客も増加傾向にあることから、5月以降は持ち直すものと予測している。
		スーパー（販売企画担当）	・食料品については消費税増税の影響は若干落ち着いてくると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・消費税率引上げによる駆け込み需要が無かったため、夏場向けの商品の売上が見込める。
		コンビニ（経営者）	・4月も来客数は前年を超えており、2～3か月は来客数増加を見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・買いたいのに我慢することで、リバウンドが来るとみている。
		家電量販店（総務担当）	・駆け込み需要の反動減が薄まる。
		旅行代理店（マネージャー）	・消費税増税にも慣れてくる頃だとみている。
		通信会社（店長）	・現在は支出が抑えられているが、6月以降新しい料金プランが始まり、来客数は確実に増えると思われる。これをきっかけに販売も増えると予想している。
		ゴルフ場（経営者）	・現在の予約状況を見ると、多少値下げをしても、それ以上に予約数が増えることから、かなり良い数字が出ている。
		住宅販売会社（営業担当）	・ゴールデンウィークでの来場者数が前年同様かそれ以上になりそうであり、成約も増える。
		変わらない	コンビニ（エリア担当）
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くない状況の上で消費税増税が行われたことによる影響が、月初めは少し出ていたが、まだ月の中辺りから普通に戻っている。しかしながら、まだまだ景気的には良いとは言えない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・沖縄の観光客は増加しているが、主たる要因は格安航空券で年に何回も来る国内観光客と、外国人観光客の増加であるため、お土産の売上にはつながらない。在庫の入替えや人員整理の後の求人難など様々な問題もあるため、当面状況は変わらない。消費税増税の影響がどのように響いてくるかも不安である。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・徐々に良くなっている感はあるが、いまだ確定的な売上予想ができず不安定に変わらない。景気が良くなると思える程の数字の伸びも感じられない。

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
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階での予約状況から推測できる稼働率の見込みは、前年実績を若干下回る見込みである。現状の実績と大きく変わらないことが見込まれる。
		住宅販売会社（代表取締役）	・当面は、建築受注に関して現状の相談件数の多い状態が続くとみられる。
	やや悪くなる	通信会社（サービス担当）	・将来的には良くなるが、しばらくは消費税増税前の駆け込み需要の反動があるとみられる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・今月の末からゴールデンウィークに入り、観光客も増加すると思われるが、レジャー関連の売上が増加しても、中心商店街のエリアで売上が増加するとは思えない。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・沖縄は首都圏よりも1か月ぐらい遅れて反応が出てくるので、5月はかなり厳しくなる。原価の上昇分を価格に転嫁しにくいので、収益率が落ちている。
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・これからゴールデンウィーク及び夏の需要期に向けて需要の回復を期待している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・前期から延期されていた公共工事がしばらく続く見込みである。
		建設業（経営者）	・見込み度の高い引き合い件数が増加傾向にある。
		会計事務所（所長）	・消費税増税後も、飲食関連は大きな影響を受けていないようである。3月や4月の歓送迎会という季節要因もあったが、前年と遜色無い。
	変わらない	輸送業（代表者）	・消費税増税の影響で民間物件は減少すると考えるが、公共工事は堅調に推移する見通しである。
		通信業（営業担当）	・案件はあるものの、安価で小規模の案件が多いため、受注量を増やすことで対応している。この状況は以前より変わってない。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税に伴う消費マインドの低下を懸念する企業が多く感じる。それに伴い販促投資に対して慎重な企業が多く、先行きの景気は不透明である。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人情数が今月も前年同月比で微増しており、まだまだ上げ止まる気配、要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・これからも求人数増加の動きがある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用を見送っていた企業の新卒採用が増えてきている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼もあるが、派遣契約終了も数件あるため、売上や稼働の増加はしばらくあまり期待できない。現状維持と予想している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・消費税増税に伴い今月は買い控えをした。市場の様子をみつつ現況を受け止めようと努力している。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	