

・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	観光名所（従業員）	・2014年度は下半期に入ってから、ほぼ毎月、前年を上回る利用乗降客があるなど、景気の回復傾向が継続しており、今後もこの回復傾向に対するマイナス要素は見当たらない。また、外国からの航空便の定期便化も決まっており、今後に向けてはプラス要素しかないことから引き続き良くなっていく。
		住宅販売会社（経営者）	・今後、日経平均株価が2万円を超え、2万1千円を上回ってくるようになれば、消費者のマインドが大きく変わることになり、個人消費なども改善してくることが見込まれる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響が薄れ、来客数、客単価ともに上向いてきていることから、今後についてはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・春以降、暖房器具が使用されなくなることから、電気料金の再値上げの影響が徐々に薄れてくることになる。また、当地にとっては気候の良い時期になるため、観光客の増加や地元客の来街機会の増加により、売上の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・少しずつ客単価も改善しているが、北海道の景気はまだ回復したとは言い切れない状況にある。観光については、国内観光客の減少が止まらず、日本人旅行者は以前の85%程度まで落ち込んでいるものの、外国人観光客が増加していることで、日本人の落ち込みを穴埋めしている状況にある。ただ、外国人旅行者が来なくなった場合のもろさは危惧される。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・円安の影響により、外国人観光客は今後も増える傾向にあるとみられる。一方、国内では、食料品を中心とした値上げ、電力料金の値上げなどが響き、若干景気が後退するとみられる。全体としては、差引きで多少のプラスの景気動向になるものとみられる。
		百貨店（売場主任）	・日本人客の動向については、今年は雪解けも早く、季節商材の購入には最適な状態が見込まれる。また、外国人を始めとした旅行者による来店も、春以降、大幅増で推移するとみられる。
		百貨店（売場主任）	・前年の消費税増税後の落ち込みの反動により、若干は景気が回復することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・前年は4月以降の消費税増税後の落ち込みがかなりあったため、数字の上では当然前年を上回ることになる。ただ、景況感としては決して回復に向かっている感はなく、むしろ生活必需品の高騰による消費の停滞が懸念される。
		百貨店（販売促進担当）	・前年の消費税増税後の消費の回復が鈍く、低迷したことの反動もあり、前年並みの売上は確保できるものの、年初来の落ち込みを補うほどの持ち直しまでは期待できない。
		スーパー（店長）	・販売量だけで見ると、前年割れの状況が続いているが、1月以降、販売量が増えてきているため、景気の悪いなかでも良くなる兆しが出てきている。
		スーパー（店長）	・婦人衣料や紳士衣料のアパレル関連の売上が増加傾向にある。3月は前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動があり、前年を下回ったが、前々年を上回ったことから、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（役員）	・夏にはかなりの規模でプレミアム付き商品券が発行されることになるため、消費が活発化することを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の消費税増税から一巡することから、4月以降、前年比という観点では回復してくることになる。また、当地では高速道路延長の影響もあり、夏に向けて観光客が増えてくるのが期待できる。
コンビニ（店長）	・当地でもカウンタードーナツ戦争が3月末からスタートしており、ドーナツが挽きたてコーヒーのように集客のマグネットになれば、売上アップが期待できる。		

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		高級レストラン（経営者）	・当地の土地柄から、建設業界、農業、観光業界などは、これから売上を伸ばしていく時期となるため、そのことが様々なところに影響することになる。ただ、飲食店を経営している立場としては、小麦などの値上げ、電気料金の高騰により、利益が圧迫されるのが痛手となっているため、景気が良くなるとはなかなかいえない。ほかの業種においても、資材価格の高騰、人材不足にともなう人件費高騰などの影響があり、本当に景気が良くなったと思えるか疑問もある。	
		高級レストラン（スタッフ）	・高速道路開通などにより、一時的に景気が上向くとみられる。ただ、その後の動向については不透明である。	
		旅行代理店（従業員）	・統一地方選の影響が懸念されるが、宗教団体で大きな動きがみられるなど、団体需要が活発になってきている。また、6月からは航空機の供給座席数が増加する予定となっているため、旅客数の増加が期待できる。	
		美容室（経営者）	・ショッピングや食事、旅行など、明るい話題が客の会話のなかで増加しており、以前よりも客の財布のひもが緩くなってきている。	
			その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・春を迎え、次第に観光客が訪れるようになる。
			商店街（代表者）	・ホテル、飲食店など、観光関連の動きには期待できるが、それ以外についてはトレンドに大きな変化はないまま推移する。
			商店街（代表者）	・世間一般では、今後、給料が上がることを期待しているようであるが、一方で社会保険料など、負担が増えるものもあるため、全体としてはプラスマイナスゼロで変わらないまま推移する。
			商店街（代表者）	・当地では高速道路のインターチェンジができ、他地域からの人の流れがスムーズになることで騒がれているが、期待できる要素がその1点だけであり、その他に期待できる要素が少ないのが現状である。
			一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ3～4か月、景気の良い傾向が続いているため、今後も良いまま変わらない。ただ、さらに景気が押し上げられるようになるかは、慎重に判断せざるを得ない。
			百貨店（売場主任）	・前年は4月に消費税が増税され、売上が前年比81%と数字を大きく落としたが、今年も電気料金の値上げ、ガソリンや灯油の価格高騰などのマイナス要因がある。今後、好天に恵まれ、前年並みの気温で推移すると見込まれているものの、客の会話からはやはり厳しさを感じる。
			スーパー（役員）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動は2か月程度終わるとみていたが、消費者にとって増税が思いのほか重たかったようで、現在まで回復傾向がみられず、苦戦が続いているため、今後も厳しいまま変わらない。
			コンビニ（エリア担当）	・4月で前年の変動が一巡することになるため、前年比の動きは徐々に落ち着いてくることになる。ただ、主要部の店舗の回復が鈍いことの影響が懸念される。競合他社も厳しいようだが、今後の新規出店、新業態出店といった情報もあり、経営環境は厳しくなる。
			衣料品専門店（経営者）	・買物1点当たりの消費単価が下がってきている傾向がある。
			衣料品専門店（店長）	・景気は回復しているものの、中小企業の状況はまだまだであるため、今後も厳しいまま変わらない。
		衣料品専門店（店員）	・来客数の少ない状況が続いているため、今後も変わらない。	
		家電量販店（経営者）	・現状から上向くような要素が見当たらない。	
		家電量販店（店員）	・新入学や新社会人向けの需要が今後も期待できる。	
		乗用車販売店（従業員）	・まだまだ景気回復に春を感じない。	
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、景気もあまり変わってないため、今後もそこまで景気が悪くなるようなことにはならない。	
		乗用車販売店（従業員）	・現在の状態から大きな改善があるとは思えない。世の中の情勢に大きな変化がない限り、業界の変化も感じ取ることができない。	
		乗用車販売店（役員）	・特別に状況を大きく動かすような要素が見当たらない。	
		自動車備品販売店（店長）	・雪解けが早く、夏タイヤへの交換が例年よりも早く進んでいるため、3月は単価の高いタイヤが売れているが、4月以降も好調なまま推移するかが見えてこない。	

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〔医薬品〕（経営者）	・客への相談販売にとっては厳しい時代である。健康産業も過渡期にあり、競争環境がさらに激化することになる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・特に変化するような要素がない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・特に目立った景気対策がないため、今後も変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・週末に予約が集中し、平日に苦戦する構図となっている。今後については、学会による集客を見込める反面、観光、ビジネスとも客の動きが鈍い。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注の動きは一見良いが、間際になっての取消があり、今一つ伸びきれない状況が続いているため、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・今後の観光客の予約状況や貸切の予約状況は、前年と変化がみられない。同業他社についても、前年と同じような状況にある。ただ、外国人観光客や西日本エリアからの旅行者など、新規の問い合わせが、若干ながらもみられるため、ささやかな期待も持っている。
		通信会社（社員）	・商材の購入に対してまだまだ慎重な客が大半だが、前年のような、欲しくても買えない、無理はできないというほどの切迫感は感じられなくなってきた。ただ、消費マインドがさらに加速するきっかけとなるような施策などもあるわけではないため、今後もしばらくは変わらない状況が続く。
		観光名所（職員）	・政府の景気対策の恩恵を受けている企業はごく一部であり、今後その流れは変わらない。周辺の企業では、ベースアップの動きなどもみられない。
		住宅販売会社（役員）	・この春に賃上げする企業も多いが、北海道の場合は大企業も少ないため、過度の期待をできないのが現実である。景気の先行きは全国的には明るくなってきているが、北海道ではほんの少しといったところである。販売価格の上昇している分譲マンションを積極的に購入しようという客が、市場をけん引するほどいるとも思えない。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・前年の消費税増税の影響で購買が落ち込んでいる。食品は徐々に回復しつつあるが、衣料品や住まい用品は戻っておらず、価格に大きく左右されている状況から、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・菓子類など、前年の消費税増税前の駆け込み需要があまり大きくなかった商品群まで売上が低下してきており、前年の反動以上に売上が厳しくなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・商材の値上げが続いているが、値上げされた商材の販売量が減少しているため、今後も節約志向が強まり、消費回復が見込みづらい状況にある。
		高級レストラン（スタッフ）	・観光シーズンに向けて、来客数増への期待が高まっているが、これだけ食材費が上がってしまったため、赤字を埋めるのに精一杯という感が否めない。高級外食店は景気回復への道が険しい。
		観光型ホテル（役員）	・外国人観光客が減少するシーズンだが、今年は北陸新幹線の開業にともない首都圏の客が北陸方面に流れているため、ダブルで苦戦が見込まれる。また、道内景気の回復が遅れているため、道内客の予約の動きもかなり悪い。
		旅行代理店（従業員）	・4月1日からの日用品などの値上げ、イスラム国関係のテロ、統一地方選などの影響が出てくることになる。
		タクシー運転手	・4月以降、暖かくなるとタクシー利用が大幅に減ることになる。今年3月の利用状況、売上実績から、この先もタクシー利用が減り、売上も前年を下回る状況が続く。
		タクシー運転手	・人口減やそれにとまなう街の衰退から、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・前年4月の消費税増税と円安による物価上昇により、タクシーに乗る客は減少している。特に夜間は暇であることから、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・統一地方選があるため、今後の乗降客が極端に落ち込むことになる。
		通信会社（企画担当）	・利益を確保するためのコスト削減がさらに進み、前年に比べて販売施策が減ることが見込まれるため、今後についてはやや悪くなる。

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
		パチンコ店（役員）	・前月は春節の影響で観光関連の売上が良かったが、今後については観光関連がどのように売上を伸ばすかが鍵になってくる。
	悪くなる	-	-
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業（経営者）	・官民、土木、建築のいずれも徐々に受注が進み、工事が動き始めることになる。ただ、全体としての稼働量にはまだまだ余力があり、繁忙期がどの程度あるのかも見通せない。今年の公共工事予算額は当初予算のみとなっており、過去2年と比べると補正予算の分が落ち込むため、その影響が心配される。
		金融業（企画担当）	・消費税増税の影響が薄れることや、伸びが低いながらも賃上げが見込まれることから、個人消費はやや上向く。観光関連は円安による外国人観光客の増加や道内観光へのシフトが見込まれる。年度内の新幹線開業を控えた道南では、ホテルの改装など設備投資も活発となる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・ゼロ国債による建設発注案件が出てくるため、少しは景気が良くなる。ただ、発注案件が本格的に出てくるのは統一地方選が終わってからになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先においては、仕事量を適度に抱えているため、先行きは明るい状況とみている。また、各種補助金制度を活用することで売上拡大のチャンスがさらに増えつつある。
	変わらない	家具製造業（経営者）	・好業績の大企業、大都市圏と景気の良くない中小企業、地方都市がお互いの状況を打ち消しあい、全体としては大きく変化しない。
		金属製品製造業（従業員）	・見積りや機種選定の状況、客先からの情報などから、今後も変わらないまま推移する。
		建設業（従業員）	・外国人観光客の飛躍的な増加の影響もあり、既存ホテルの増築や改修工事の引き合いは増えているが、それ以外の引き合いが少ないことから、建築工事の絶対量は増加していない状況にある。
		輸送業（営業担当）	・平成27年度末の北海道新幹線の開通を控え、現状どおりの貨物列車の輸送力が確保できるよう、「北海道物流を支える鉄道貨物の会」が北海道運輸局と北海道に要請を行っているが、万が一、貨物列車の輸送力が低減することになれば、海上輸送、航空輸送の輸送力をパワーアップさせるようなインフラ整備が急務となる。
		輸送業（支店長）	・今後も円安のまま推移するとみられるため、アジア圏を始めとした鉄鋼関連の輸出は堅調だが、足元においては新年度も今年度並みの予算策定が目立っている。4月からの新年度の案件の出足もゆっくりである。東日本大震災の復興関連の建材などの本格的な需要の動向を注視している状況にある。
		通信業（営業担当）	・販売量の微増が続くなど、持続的な景気の回復を感じる一方、その一方で取引先の来期以降の計画については厳しい見方が支配的である。価格に対する敏感さ、低価格交渉も依然として続いており、販売量の増加を相殺している。景況感としては、現在の景況感がしばらく続くことになる。
		司法書士	・地方においては、政府がいうほど景気が回復しておらず、以前と比べても状況に変わりがない。1年後に控えた北海道新幹線の開業にともなう効果や外国人観光客の集客が今後も変わりなく推移すれば、多少は景気が良くなる。
		司法書士	・政府の地方創生事業による振興策の結果によって景気動向は変化するとみられるが、有効な振興策が出てくれば、景気は現状維持で推移することが期待できる。ただし、振興策そのものが具体化しなければ、地方の景気は現状を維持できず、悪くなる。
		コピーサービス業（従業員）	・今後も企業の慎重な姿勢は変わらない。設備投資も最小限度に抑えている様子である。
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・今までと比べると、仕事量に対する不安感は多少薄れてきているが、発注条件を含めて、利益が好転していくような気配はまだまだ感じられない。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・景気回復につながるような要因が見当たらない。	
	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・統一地方選の動向次第ではあるが、現段階ではあまり変化がないとみられる。	

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
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・4月から商材の値上げが本格的になってくるため、今後の受注量が減少することになる。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
(北海道)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・季節要因ではあるが、冬を越えて、建設業界、住宅関連業界が本格的な営業体制を整えるに当たり、新たな人材の需要が見込まれる。前年のような消費税増税もないため、企業の業績も前年を下回るようなことはない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地方都市においても求人件数が増加し始めるなど、ここに来て風向きが良い方向に変わってきている。
		職業安定所（職員）	・賃金の上昇が、大企業だけでなく、地方や中小企業にも波及し始めつつあるため、今後のさらなる景気の底上げを期待している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・電気料金の値上げは厳しいところであるが、原油価格が落ち着いてきているため、全般的に消費意欲が若干高まることになる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・年度が替わる現時点が求職者の減るピークであるため、今後は動きが落ち着くことになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材不足が顕在化しつつあり、20～30代の若年層や女性の求職者が減っている。建築、介護から販売、飲食にまで影響が及んでいる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・一時は求人数が前年を下回る時期もあったが、ここところは増加基調で推移している。ただし、こうした傾向は大型小売店、飲食店、医療、福祉といった業種に偏っているため、今後、さらに景気が上向き兆候とはいえない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当地を取り巻く労働力市場が縮小傾向にあるが、企業は人材を確保しないと事業を継続できないため、今後も前年と同じような数字で推移することになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費の回復が遅れていることから、募集広告も微減もしくは前年を1～2割程度下回る可能性がある。
		職業安定所（職員）	・円安傾向に変化がないことや、原材料価格の高止まり、人件費の高騰、電気料金の値上げなど、中小零細企業を取り巻く環境は依然として厳しい状況が続いているが、燃料価格の値下がり傾向が続いているなど、景気回復の兆しまでは見えないものの、景気悪化の要因は以前よりも小さくなっている。
	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	良くなる	衣料品専門店（経営者）	・12月～2月がどん底であったので、これ以上悪くなることはない。
(東北)		衣料品専門店（店長）	・少しでも安価なものを求める客の動きが若干減少しており、必要な時に必要な物を購入するという動きが増えてきている。デフレの状態ではなくなりつつあるので、商況が平常期に戻れば景気は少しずつ上向いていくとみている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・全体的に若干ではあるが、季節同様の暖かな景況の声を聞いている。新たな出店計画もあり、新年度に期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税から季節が一巡するため、前年比の数字は若干良くなるとみているが、地方では景気の高揚感は期待出来ない。ただし、ムードそのものは前年よりは良くなっている。
		百貨店（総務担当）	・ベースアップ、株高の影響などにより、春以降、新年度に向けて客のマインドが上昇することを期待している。
		百貨店（営業担当）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による反動減との比較のため、売上自体はプラスに転じるとみている。また、消費税増税からは1年が経過しており、婦人服を中心とした夏物衣料あたりから更に回復していくのではないかと。
		百貨店（売場担当）	・前年は、消費税増税前の駆け込み需要による反動減や買い控えがあったが、今年はそこまでの落ち込みにはならないとみている。

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
		百貨店（経営者）	・春闘により、一部の企業ではベースアップとなり、時間は多少かかるものの消費活性化につながるとみている。また、被災地では鉄道の復活や復興住宅への移転など、前年に比べて周囲の環境も改善されてきていることから、間接的ではあるがプラス要素となっていくと期待している。
		百貨店（経営者）	・前年の消費税増税以降、衣料品の長期不振から脱け出せずにいたが、今年の春物からは回復傾向がみられている。
		スーパー（経営者）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による反動減が薄れてきており、消費者の購買力が強くなってきているのではないかと。
		スーパー（店長）	・3月は前年の消費税増税前の駆け込み需要との比較のため、特に後半にかけての数字が良くなかったが、4月からは、1～2月ごろの水準に戻るとみている。ただし、楽観は出来ない状況である。
		コンビニ（経営者）	・たばこ需要を除けば他は順調に推移している。むしろたばこ抜きでは全体的にはプラスになっており、来客数、買上点数共に若干上向きになっている。
		コンビニ（店長）	・原油価格が安定しており、消費税増税から1年が経過して、少し気持ちに余裕が出てきている雰囲気がある。また、気温も高めで推移しており、この4～6月あたりはやや回復基調となるのではないかと。
		コンビニ（店長）	・販売動向が大きく変わる時期であるので、きめ細かい商品ラインナップ、接客などで、例年同様の上昇幅維持に努めたい。ただし、顧客の節約志向はいまだに感じられるので、その辺は今後も注意していきたい。
		衣料品専門店（店長）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要の反動で苦戦した時期であり、4～6月は前年比の数字が上回ることは当たり前である。ただし、現状の春物の立ち上がりの早さから夏物需要の立ち上がりも例年と比べて早まるとみている、やや良くなるのではないかと。
		衣料品専門店（店長）	・前年は、消費税増税後の買い控えが4月からずっと続き、大幅に売上が低迷した。しかし、今後は通常に推移すれば、売上は回復するとみている。
		家電量販店（店長）	・ガソリン価格の低下や景気状況が持ち直しているという報道などがあり、客からも明るい話題を聞いている。また、4Kテレビを含めた少し高い商品が売れてきており、単価は徐々に上がっていくのではないかと。
		家電量販店（店長）	・企業のベースアップに期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・売れ筋であるミニバンのモデルチェンジが4月中旬に予定されており、かなり期待している。
		住関連専門店（経営者）	・少しずつではあるが高額商材が動いてきており、売上増に結びつくともみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・前年は消費税増税の影響による売上の落ち込みがあったが、今年は前年ほどの影響は無いとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・当地では4月からデスティネーションキャンペーンが開催されるため、県外からの誘客効果による販売量の増加を見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・小売業界では、前年の消費税増税後の売上減少の影響があった時期が比較対象となってくるため、業界としては回復が見込める。
		高級レストラン（支配人）	・前年は消費税増税で売上が落ち込んでおり、その分、前年よりは売上が伸びるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・電機メーカー、自動車メーカーが思い切ったベースアップをしているので、期待している。
		一般レストラン（経営者）	・4月ごろから暖かくなり、お花見や入学などの行事も多くなるので、状況はやや良くなるのではないかと。
		観光型旅館（スタッフ）	・ゴールデンウィークの予約が順調であり、この流れがしばらく続くともみている。
		都市型ホテル（経営者）	・来年度において、周年行事などの節目のイベントを検討している企業が増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約では、前年比が消費税増税後初めて上回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4～6月はデスティネーションキャンペーンが開催されるため、特に宿泊部門、レストラン部門において、来客数の増加を期待している。
		観光名所（職員）	・春以降は観光シーズンに入るため、イベントなどを開催して来客数の増加を図る予定である。

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
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・株価の上昇などもあり、不安要因は見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅受注の伸びは依然として緩慢ではあるが、店舗などの一般物件受注が確保できると見込んでいる。
	変わらない	商店街（代表者）	・現在が景気の潮目になっている様子があるものの、先行きが全く予想できない状態である。
		商店街（代表者）	・大きく落ち込むといったことはないとみている。売上の2けた増加といったことは望まずに、買う側も売る側も冷静な賢い商業環境というものに期待をしたい。マイナスにならなければそれで良いという気持ちである。
		商店街（代表者）	・商店街は、全国的に疲弊しており大変悪い状況にある。また、飲食系、物販系では業種や業態によって集客が大きく異なっている。今後は、特徴のある店は良くなるが、特徴のない普通の店はどんどん疲弊して空き店舗になっていくとみている。
		商店街（代表者）	・商店街の環境が、なおいっそう悪化している。
		商店街（代表者）	・消費活性化のためのプレミアム付き商品券が7月に発行される報道があり、そのため、発行までは買物を抑える消費者もいるようである。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・4月に大手企業が一斉に賃上げを行うものの、ごく一部の企業のみである。そのため、これらの家庭の消費がどのように小売店に影響するのか全く予想がつかず、しばらくこの悪い状態が続いていくのではないかとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・1～2月はやや良い傾向にあったが、今月に入り販売量が少し落ちているので、先行きもそれほど変わらないとみている。また、客は目的のものはちゅうちょなく買っているので、来店頻度が多くなればどうにか良くなっていくのではないかと。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・店頭から見る限りでは、顧客層及び周辺の社会状況に特に変化はみられない。景気は当面の間は横ばいで推移するとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・先行きの見通しが見つからない状況である。
		百貨店（売場主任）	・消費行動の二極化傾向が強くなっており、結果として変わらない。
		百貨店（営業担当）	・地方は個人所得のベースアップが難しく、消費に反映されていない。
		百貨店（経営者）	・来客数、客単価共に、前年比が減少している。また、客の購買動向に力強さもみられないことから、当面は現状のまま推移するとみている。
		スーパー（経営者）	・前年の4月は消費税増税後の買い控えがあった月である。今年は様々な商品、サービスの値上げなどの消費にマイナスの側面がある反面、それらを打ち消す企業の賃上げや地方交付金に期待を持っている。ただし、継続して消費に効果が表れるにはしばらくの時間を要するとみている。
		スーパー（店長）	・今後も段階的にメーカー加工食品の値上げが続くようであり、現状より上向くのは難しい。
		スーパー（店長）	・4月からはまた商品が値上げになるので、小売業ではまだまだ景気は上向かない。
		スーパー（店長）	・値上げなどの状況があるが、客の買物に大きく影響があるとはみていない。
		スーパー（営業担当）	・ここにきて原油の価格が上昇しており、観光シーズンの足かせとなっている。また、ベースアップも中小企業の多い当地では難しく、景気が良くなる要因にはならない。
		スーパー（営業担当）	・前年の4～5月は消費税増税後で消費全体が落ち込んでおり、当然、前年比の数値は7～10%近く改善する見込みとなる。しかし、マスコミ報道にあるような春闘のベースアップや大幅な賃上げは、中小企業の多い東北の地方都市では期待出来ず、賃金増による個人消費の増加、景気の回復は期待できない。
		コンビニ（経営者）	・来客数の減少はまだ当分続きそうであり、依然として厳しい経営となりそうである。
		コンビニ（エリア担当）	・大きな外部変化要因がない。
		コンビニ（エリア担当）	・天候による変動はあっても、来客数、購買意欲などの上昇には期待ができない。

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
		コンビニ（エリア担当）	・景気回復の兆しを実感できない。
		コンビニ（店長）	・普段であれば夏に向けて徐々に売上が上がっていくものであるが、今年はその時期に、競合店が県内に新店を出す予定である。近隣に新店があるかどうかで大幅に経営も変わってくる。
		衣料品専門店（経営者）	・前年は消費税増税の影響で消費がかなり落ち込んでいたが、1年を経過しても消費者の購買意欲は上向きにはなっていない。厳しい状況は今後も続くともみている。
		衣料品専門店（経営者）	・大企業の質上げは地方の中小企業には程遠く、地方創生は掛け声だけで中身がよくみえてこない。早々に地方の消費を喚起するような政策を望んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・地方では経済の先行きに明るさが感じられない。まだまだ厳しい状況が続くともみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・取引先や他業種などから話を聞いても景気回復を感じさせる話は無く、現状の状態が続くともみている。
		家電量販店（店長）	・景気回復を実感できない。
		家電量販店（従業員）	・来客数が少なくなっているものの、高額商材を選ぶ客が増えつつある。
		乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスの効果が地方に波及していない。また、農業所得の減少により代替え需要がない。
		乗用車販売店（従業員）	・この2～3か月で、客の動きが急に良くなったりこれ以上悪くなったりするとは考えにくい。
		乗用車販売店（店長）	・メーカーに商品力がない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税以降、耐久消費財の消費は落ち込んでいるままである。アベノミクスの効果が地方にはまだまだ浸透していないので、客の財布のひもが固く買い控えが続いている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・春先から6月にかけては、農業関係者は繁忙期に入るため大きな変動要素はない。また、土木、建築関係の顧客も現状維持の状況が続いている。ただし、特定の店舗で売上が落ち込む事例も散見されており、引き続き売上に関しては警戒をするべきである。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・特にビールなどの販売量が増える時期でもあるので期待をしている。ただし、この先には統一地方選挙を控えている。選挙期間中はどうしても宴会などが急激に減る傾向にあるため、選挙がどこまで影響を及ぼすの不安である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・短期的に景気が上向く理由がない。地方ではまだ賃金のベースアップの動きが鈍く、所得が上昇する裏付けがなければ個人消費の向上はみられない。
		一般レストラン（経営者）	・去年の10月からの約5か月間は非常に長く低調な時期であった。3月に入り少し上向いたが、今のところ大きく現状が変わる見込みはない。給料が大幅に上がり他の景気循環が良くなれば、こちらも少しは良くなるとみているが、あまり期待は出来ない。
		一般レストラン（経営者）	・当エリアの動きをみても、飲食にお金を使う人やお酒をたくさん飲む人が少なくなっており、平日の歓楽街はゴーストタウンとなっている。新しく出来たショッピングモールには人が集まるが、買物より遊びに来ているだけの客が多い。
		スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンもそろそろ終わりに近づいており、団体客が動くケースが徐々に少なくなっていく。多少は売上の変動があるが、大きな変化にはならないのではないかと。
		観光型ホテル（経営者）	・現在の入込は、前年比で数%の減である。ただし、今年の傾向として間近になっての予約が特徴となっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・4～7月までの予約状況は前年並みに推移している。繁忙期でもなく、良くなって小波の状態のため、どちらともいえない状況が続くのではないかと。
		観光型旅館（経営者）	・前年よりもやや売上が減少している状態のまま、横ばいに推移するとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・他社の大幅なベースアップによる消費の拡大に期待している。また、予約状況に関しても順調に進んでいる。ただし、当月になっての伸び悩みが数か月間続いており、さらに、統一地方選挙による動きの低下が考えられるため、結果としては変化なく終了するとみている。
		旅行代理店（経営者）	・今は堅調な状況で推移しており、このまま横ばいでいくことを期待している。さらに、ベースアップなどは良い回答が出ており、娯楽のほうに回ってくることも期待している。

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
		旅行代理店（店長）	・デスティネーションキャンペーンという大きなイベントがある割には、先行状況に勢いが無い。この先も状況はあまり変わらないとみている。
		旅行代理店（従業員）	・海外情勢を考えて国内旅行へとシフトされているが、国内旅行は客単価が低下するため、全体が復調するまでには相当の時間がかかるとみている。
		タクシー運転手	・今月は、国際会議の影響で若干通常よりは来客数が増えたが、先行きとしては、今までどおりのままで推移するのではないかとみている。
		タクシー運転手	・皆が良いとあっており不景気になる要素を聞かない。今までどおりの良い状態で続いていくのではないかとみている。
		通信会社（営業担当）	・大企業のペースアップにより、消費動向の多少の上昇はあるものの、中小企業への還元についてはまだまだ業種により格差がある。また、既存の事業での上向きは厳しく、新規事業は商流に乗るまでに時間を要するので、この先3か月では変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・ペースアップの効果が表れるにはもう少し時間がかかるため、当面は現状維持となるとみている。
		通信会社（営業担当）	・回復に向かう良い材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・好況感は首都圏のみであり、地方企業のペースアップは全く期待できない。
		通信会社（営業担当）	・現在、同業他社商品と比較して低価格のメニューが好評であり、申込が続いている。急激な増加とはならないものの、売上は微増しており、現状を維持しながら推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気の状態は変わらないと言う客が多い。
		テーマパーク（職員）	・客単価に変動がない。
		観光名所（職員）	・販売量、単価などは動いているものの、来客数が少なく、団体客、フリー客共に少ない状態である。このまま前年と同じように平坦に続いていくのではないかとみている。
		遊園地（経営者）	・原油価格の低下はプラス要因ではあるものの、地方の中小企業がどのくらいの賃上げになるのかが不透明である。
		競艇場（職員）	・2～3か月先の商品も今月と同じようなラインナップであり、大きな変化はない。また、客も固定化しているので販売量的にも変わりはない。
		美容室（経営者）	・大企業では、かなり高いペースアップの見込みが出ており、景気上昇に貢献するとみている。ただし、中小企業ではなかなか大幅なアップは難しく、結果的には変わらないのではないかとみている。
		美容室（経営者）	・客からは、あまり好景気を実感できていないという声を多く聞いている。
		設計事務所（経営者）	・もう少し広範囲に仕事が取れば良いが、今のところは良くなる材料が見当たらない。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	・エコポイントの宣伝を強化しており、効果に期待している。
	やや悪くなる	スーパー（経営者）	・アベノミクスによる円安の状況が固定化し、輸入商品の値上げが相次いでいる。また、国内製造の商品についても値上げが続いている状況がみられている。
		スーパー（総務担当）	・ガソリン価格は落ち着きを取り戻している。しかし、民間企業の給与はほとんど上がっていない状況であり、消費税増税の影響により客の消費行動はなおも慎重である。
		コンビニ（エリア担当）	・人件費、光熱費の上昇によって経営者の利益確保が困難になり、縮小傾向になっている。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税、エコカー減税厳格化の影響により、4月以降は新車販売が落ち込むとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税前の駆け込み需要の反動減により、半年くらいは販売量が落ち込むとみている。
		乗用車販売店（店長）	・4月以降はエコカー減税の厳格化が始まるため、特に高額車への販売に対する影響を懸念している。
		自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期である3月後半の動きが悪く、今後も繁忙期ではあるものの通常期と同様の状態となるかもしれない。エコカー減税厳格化の影響で、車が売れる時期が完全にはらけてしまっている。また、車検時の保守交換部品についても、新車購入から5～6年の間は高額なものはほとんど発生しない。
		その他専門店[パソコン]（経営者）	・夏まではいくつかの受注が確定している。ただし、それ以外は、フリーの受注や受注の見込みのある話も途切れており、営業活動をしても脈が無い状態である。

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
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏場の商品は注文が分散しており、受注量が毎年減少しているため、売上も毎年難しくなっている。各社でいるんな商材を出してきているなか、販売店独自のカラーを出すことの難しさを実感している。
		高級レストラン（経営者）	・おそらく首都圏は相当良いのだろうが、地方は良くない。市場に仕入れに行っても、本マグロが売れていないので、高級すし屋なども駄目なのではないだろうか。良くなる材料が見当たらない。
		高級レストラン（支配人）	・4月からの予約状況も今一つである。また、周囲の客の状況をみても明るい話題がない。
		一般レストラン（経営者）	・3月の異動により常連客が転勤してしまい、その補充がうまくいっていない。そのため、今までのような良い状態は保てないのではないか。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月中旬にかけて、客からの問い合わせが減少している。特に一般宴会は参加人数も激減しており、3月は前年に届かない状況である。これは悪天候に加えて何か働いているのではないかと非常に危惧している。
		美容室（経営者）	・客との会話からは、この先様々な食料品などが値上げをするが、それに見合った給料の上昇もなく、自分のお洒落になかなかお金をかけられない、との声を聞いている。
	悪くなる	コンビニ（経営者）	・消費税増税以降は、余計な買物をするのがかなり少なくなっているため、これから先もかなり厳しくなるのではないかと。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・商品価格がどんどん上昇しており、地方はますます疲弊していく。
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（営業担当）	・工場の増設や人員の増強を考えているところが多く、景気が良くなる傾向はしばらく続くとみている。
		輸送業（従業員）	・新年度からは新たな荷動きが予定されている。
		通信業（営業担当）	・ペースアップの効果に期待している。
		広告業協会（役員）	・当地域ではマンション開発が活発化しており広告出稿が増加している。また、広告業界は12月に開業する地下鉄の交通広告に期待をしている。
		経営コンサルタント	・デスティネーションキャンペーンが、震災4年後の復興に向けたギアアップの起爆剤となることを期待している。
		司法書士	・消費税増税の影響を脱して、住宅着工件数が例年並みにまで回復している。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・歓送迎会、花見の時期を迎えて、天候も穏やかなことから今年は例年以上に花見の実施を予定しているとの声が聞こえてくる。実際にラベルデザインや味わいなど春向け飲料の告知、入荷が盛んであり、良好な出荷を期待している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・果物農家の前年分の収入は震災前の8割程度である。震災から4年が経過するので、今後は風評被害が薄らぐのではないかと期待している。
		食料品製造業（経営者）	・使用する原料が5～6月ごろから値上げになり、原材料費の上昇で収益的にきつくなる。
		食料品製造業（経営者）	・地方ではまだ消費拡大を実感できない。
		食料品製造業（総務担当）	・微増ではあるものの、販売計画の達成が続いている。しかし、原材料単価の上昇が始まっており、また、将来の値上げが視野に入っている。そのため、結果としては変わらないのではないかと。
		食料品製造業（営業担当）	・まだまだ売上高の前年割れ状態が続いており、地方での景気回復は実感できない。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の供給過剰はしばらく続くとみており、収益の改善はしばらくは難しい。
		土石製品製造販売（従業員）	・給与は少しずつ上昇しているものの、それ以上に物価が上がり続けており、社員の意識はまだまだ横ばいのままである。
電気機械器具製造業（企画担当）	・良い状況は今後も続く見通しである。我々の業界の市場は好調を維持しており、そのなかにおいての競争にも十分に対応できている。		
建設業（経営者）	・4月からの建築資材の値上げにより、新規受注は一時的に落ち込むとみている。ただし、受注残があるので、今後についてはあまり変わらないとみている。		
建設業（企画担当）	・しばらくは現状のままで推移するとみている。		

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	
		輸送業（経営者）	・下げ止まった燃油費が再び上昇傾向にある。そのため、一時期は景気が上向くことを期待していたが、それが望める環境ではなくなっている。	
		通信業（営業担当）	・契約更新又は成約につながるかは別にして、今後は、東日本大震災対応以降のこれまでのつながりを大切にして取引先と接していく必要がある。	
		通信業（営業担当）	・政治次第である。	
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因がない。	
		広告代理店（経営者）	・災害記録集などの物件も一段落しており、大きな見込みはない。	
		広告代理店（経営者）	・業績好調な大企業にけん引されることを期待したいが、まだしばらくは様子見が続くそうである。	
		公認会計士	・一般消費者の購買力はまだ戻っていない。建設関係も資材不足、人手不足がまだ続く見込みであり、景気が回復する状況になっていない。	
		コピーサービス業（経営者）	・トピックスがなく、景気が良くなるような話も悪くなるような話も聞こえてこない。	
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・精一杯の自助努力を行っているが、その後の先行きが全くみえない。やり方が良くないのか、景気が悪くて販売量が減少しているのかの見極めがつかない。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の情報から、この先も仕事の量的な増加傾向はみられないとみている。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・交代勤務の勤務変更もあり、安定した状態が続くとみている。	
		金属工業協同組合（職員）	・業種、業態によって温度差はあるが、目新しい企業の動きはみられていない。また、中小企業のペースアップは考えにくい。	
		やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・稲作廃業農家からの小作依頼により、今年度から耕作面積が更に増える。このままの米価では一層経営が圧迫されてしまう。
			繊維工業（経営者）	・全体的には良い方向に向っているとみているが、円安、株高は一部であり全体的には余り潤っていないので、店頭での売行きは良くない。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年、ゴールデンウィークから動きが止まるため、やや悪くなるとみている。			
出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残の動きは、今年が一番悪い状態である。前年比20%減、一昨年比5%減であり、景気は悪い方向に向かっているのではないかと。			
一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、売上に大きな変化は無いが、アセアン地域の生産量が低下傾向にある。			
建設業（従業員）	・一部の年度をまたいだ公共工事の発注はあるものの、年度初めの時期であるので、公共工事の発注は鈍化するとみている。			
悪くなる				
雇用 関連 (東北)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・マイナンバー制度、電力システム改革による、システム関連需要に関係した採用ニーズが増えるかとみている。	
		アウトソーシング企業（社員）	・全体として仕事が増えることが期待できる状況である。	
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は、前年比13.9%増加と3か月連続2けた増加となっており、好調が続いている。また、月間有効求職者数は、13か月連続前年比減少であり、求人は多く、求職者は引き続き減少傾向が続いている。	
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業全般の求人が増加傾向にある。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・継続的に採用説明会を開催する企業や、引き続き目標とした採用人数に向けて動いている企業がほとんどであり、このまま景気の良い状態が続くのではないかとみている。	
		人材派遣会社（社員）	・事業内容によって景気の良し悪しが明確化してきている。また、横ばいはあっても景気向上は難しいとみている。	
		人材派遣会社（社員）	・求職者が増えることに期待ができない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年秋に実施予定の消費税率10%への引上げが、不安要素として採用の重荷となっている。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・好況感の一部の大企業に限られており、地方に効果をもたらすのはまだまだ先ではないかと。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・人手不足を一時的に非正規雇用で補っている状態であり、景気が上向く感じは全くない。		

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
		職業安定所（職員）	・新規求人数がここ2か月減少傾向にあるが、新規求職者数も引き続き減少傾向が続いているため景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・店舗や誘致企業の新設の情報はあるものの、求人数の増加に資するほどの規模ではない。
		職業安定所（職員）	・企業の人手不足感は続いているが、パートを中心とした非正規求人が多くを占めている。また、求職者も在職中の割合が全体の3分の1を占めており、ミスマッチが発生している。よって、景況感は良くなっていると考えられない。
		職業安定所（職員）	・求人数は減少傾向にあるものの、大きな変化はみられていない。また、製造業や小売業で新たな雇用調整の情報があるものの、小規模にとどまっている。
		職業安定所（職員）	・建設業、製造業などから求人相談がある一方、介護事業者からは介護保険法改正に伴う収入の減少などを懸念する声を聞いている。また、求職者からは、事業主から給料減額の話がされているという相談も出てきている。
		職業安定所（職員）	・求人の状態はここ数か月と変わりなく安定している。現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報も無く、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・社会保険料負担が増えて派遣社員の原価が上がり、損益分岐点が上昇している。このような状態のなか登録者が注文に届いておらず、今後2～3か月先の景気は不安含みである。
		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から一年が経過して、その傾向は落ち着いてきている。ただし、景気浮揚はベースアップが活気付く首都圏に集中しており、地方への恩恵はほとんどない。地方創生の政策が動き出したが、これが機能するかどうかが鍵とみている。
	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 関連 (北関東)	良くなる	商店街（代表者）	・北陸新幹線延伸の人気、名刹のご開帳、大河ドラマの話題で観光客の増加が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・最近のコンビニではやはり来客数が多くなると販売力が上がる傾向が一番強い。これから先はコンビニへの来店が見込まれる行事や気候になるということから、良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・気温が上昇してきたので、だんだん人の動きが良くなってくる。動きがあるということは活気、元気も出てくる。当地ではプレミアム付き商品券の発売が始まるので、それも考慮するといくらか良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・エアコンや斜め型洗濯機等、特に高額商材に人気があり、売上も少しずつは上がると期待している。
		百貨店（営業担当）	・前年の消費税増税後のマイナス分が今年はプラスになるのではないかと思うので、前年と比較すると良くなる。
		百貨店（店長）	・先行き不透明感は依然大きいものの、企業の春闘での妥結内容をみるに、大手企業で賃金の上昇を指向していることが見受けられるため、やや良くなる。
		スーパー（店長）	・消費税が上がってどん底であった前年の推移を考えれば、当然良くなる。
		スーパー（総務担当）	・売上は前年の9掛けだが、食品は前年と変わらず、来客数も前年比100%の状況なので、今後は数字が回復していく感じがしている。
		コンビニ（経営者）	・前年の4月は消費税増税後の買い控えがあったので、前年比ベースでは数字が上がってくるとみている。またこれだけ暖かくなってきたので人の動きも良くなってきた。きめ細やかな品ぞろえや在庫量でさらに数字は良くなると考えている。
		コンビニ（経営者）	・北陸新幹線の延伸、名刹のご開帳ということで、当地にも大分観光客が来ることが想定される。いろいろな催しも控えているので、ある程度は販売量が増加すると期待できる。
		コンビニ（経営者）	・株高、賃金のベースアップ等、まだ全体には行き渡っていないが、緩やかに浸透していくのではないかと。
衣料品専門店（統括）	・天候も良くなり、季節的にも人が動き出す気配がある。各地でイベントや祭りの話が聞こえてくる時期で、祭り用品への問い合わせ等も徐々に始めている。		

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
		家電量販店（店長）	・前年比という見方ではマイナスから抜け出せそうであるが、売上額を以前の水準までけん引する商品群が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・4月に主力車種の新型車が発売されるため、販売増が期待される。
		乗用車販売店（統括）	・新型車の発売予定があるため、やや良くなる。
		住関連専門店（経営者）	・マスコミ報道による上場企業のベースアップ等の影響による景気高揚感が発生している。実質賃金が上昇することにより、消費者の購買意欲は高まると考えている。
		スナック（経営者）	・名刹のご開帳など観光客の入込が増え、街全体としては良くなる。当店の客を増やせるかどうかは個々の店舗の努力次第だが、街の中でお金は回るので悪くはないのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線延伸でどういう流れになるのかは分からないが、北陸方面から長野に立ち寄ってもらえるようになればにぎやかになるのではないと思う。とりあえず5月一杯までは名刹のご開帳があるので、客が増える見込みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4～6月の宴会受注及び宿泊予約が順調に伸びている。
		旅行代理店（所長）	・地元の神社の式年行事が本番を迎えるとともに教育旅行のシーズンを迎えるため、やや良くなる。
		旅行代理店（副支店長）	・現状と大きな変化はないと思うが、4月以降の受注等は前年と比べ増加傾向にある。しかしながら貸切バス運賃の改定によるバス離れが見られ、団体数は落ち込み始めている。また、海外旅行については、テロや航空機事故などで減少気味であり、特に、海外出張などは激減すると見込んでいる。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークから旅行需要が伸びてくることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・ベースアップなどにより、大きくはないが徐々に消費傾向が高まる兆しがみられる。
		通信会社（局長）	・身の回りで言えば賃金のベースアップ等もあり、若干良くなるのではないかと感じている。
		観光名所（職員）	・今月は北陸新幹線の延伸、来月には観光シーズンを迎える。大きな伸びは見込めないが、延伸による来客の動きに期待している。
		ゴルフ場（支配人）	・昨年の消費税増税時と比べると予約は順調に推移しており、気温の上昇、桜前線によりゴルファーの気分が上昇している様子である。来年度は客単価アップを目標としている。
		ゴルフ場（総務部長）	・プレミアム付き商品券が発行になるが、その応募が増えているというように聞いているので、活性化が図れると思う。
	変わらない	商店街（代表者）	・長野から金沢まで延伸した北陸新幹線が半月前に開業したが、人は駅へは行っても周辺では何も買わない。駅構内に130軒もの新しい店舗ができ、また新しい街ができたような雰囲気、人々は新しい方に移ってきているような気がしている。
		商店街（代表者）	・客の来店サイクルが伸びてきている。
		商店街（代表者）	・スポーツシーズンになり、これから3か月くらいは最も商品の動く時期となる。親は子供のことならお金をはたいてもいろいろ買ってくれると思うので、何とか3か月くらいは景気は良い。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・4月は県議会議員の選挙が行われる。選挙の年はあまり良くないが、当店は結構商売をさせてもらったので、その影響で変わらないのではないかと感じている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・多少の賃金増でも日用雑貨、食料品の値上げが打ち出されているなかで、電化製品などは必要な時の購入以外は消費者に期待できない。先行きは厳しい。
		百貨店（営業担当）	・仮に賃金が増えても節約志向が急に変わるとは思えず、また、増えた分のいくらかが消費に回るのか依然不透明で、今月より良くなる見込みはあまり感じられず、変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・地方都市では、都心のようなインバウンド需要や企業のベースアップ等の明るい話題も皆無であり、厳しい状況は続くものと思われる。消費者の生活防衛意識は依然高い。
		百貨店（店長）	・地方では、なかなか株高等の影響があるようには見えず、賃上げする地場企業も多くない。客の購買動向も慎重である。
		百貨店（店長）	・客が各ショップを回り、動きはあるものの購入まで至らない様子がみられる。

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
		スーパー（経営者）	・前年の4月は消費税増税後の買い控えがあったため、前年と比べると数値は多少良くなる。
		スーパー（統括）	・春闘の大手企業の速報として高いレベルで妥結の報道はあるが、大手企業がない地方のベースアップは当初予想より厳しい状況にあり、消費マインドが好転するほどの期待はできない。
		スーパー（商品部担当）	・競合店に改装計画があり、売上、集客など懸念される部分もあるが、前月からの流れは変わらない傾向にある。昨年、1店舗改装をしたが順調に推移している状況なので、トータルでの数字に変動はないと考えている。
		コンビニ（経営者）	・CMを流してヒット商品が出ても売れすぎてすぐ中止になってしまう。
		コンビニ（店長）	・来月からもう新年度になるが、周辺では特別大きな変化が見当たらない。何か情報があれば別だが今のところそれもないので、2～3か月後はあまり変わらない。
		家電量販店（営業担当）	・前年は消費税増税前の駆け込みがあったので、単価、数量など前年の70%で厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域はかなり以前から他地域の人から景気が良いと羨ましがられている。逆に考えると、他都市の景気は大変だということである。私たちは現在をよしとしなければならぬのだろうか。
		乗用車販売店（経営者）	・客の財布のひもは固く、今後も個人消費が拡大する要素は見当たらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・内容的にはまだ厳しいが、少しではあるが台替えを検討するユーザーの動きがみられるようになってきている。
		乗用車販売店（販売担当）	・車の販売は3月が一番良いのだが、今年は大したことがなかった。この先4～6月は毎年良くないので、例年同様に3か月先も良くない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今のところ何も良くなる要素が見当たらない。修理や定期的には必ず入る車検等が入ってくるが、新車、中古車の売行きは現時点で全く読めない状態なので、よほど特別な事情がない限りは今の低い水準のままで変わらない。
		住関連専門店（店長）	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要でかなり大きな売上があった。4月以降は反動減になったが、今年はその落ち込み分を取り戻せるかが不透明である。4月以降、給与が上がるようであれば来客数が増えてくる。
		住関連専門店（仕入担当）	・個人消費の冷え込みが継続している。必要以上の物は買わない傾向で、来店頻度のマイナスも顕著であるため、厳しい状況が続くと想定している。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会と思える予約が1～2件あるものの、この先の景気につながるほどではない。
		一般レストラン（経営者）	・政策的には地方創生ということでやっているが、具体的にどのような対策を講じているのか分からず、地方にはまだ兆しが見えてこない。景気はまだまだである。
		一般レストラン（経営者）	・名刺のご開帳等のイベントがあるため、一時的に来訪者は増えると思うが、終わった後の反動が心配である。
		一般レストラン（経営者）	・景気の回復感に底堅い感じはなく、景気回復を確信できないために、支出の増加については非常に慎重になっているように感じられる。
		スナック（経営者）	・北陸新幹線、名刺のご開帳などに期待はしているが、それは一時的な話であって、1年間続いていくような気はしないので変わらない。本当に大変である。
		観光型ホテル（経営者）	・来客数は前年比で概ね100%前後を推移している。
		観光型旅館（経営者）	・ライフスタイルの変化に伴う旅館業の苦戦は構造的な問題であり、外部の要因により改善することは考えられない。自助努力により、何とか改善の糸口を見つけていくほかない。
		都市型ホテル（営業担当）	・世の中の景況感はちょっと上向きだという話があるが、当社のビジネスホテルの運営からすると前年度と比べて良くない状況が続いているため、まだ不安材料があり、3か月後は良くなるというよりは、現時点では抑え目みで現状維持と考えている。
		都市型ホテル（副支配人）	・インバウンド等の団体予約は好調に入ってきている一方、個人、ファミリー客に関してはほぼ前年並みであり、トータルで判断すると現状と変わらないように感じる。
		旅行代理店（従業員）	・世界情勢が不安定である。

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
		タクシー運転手	・ここ2～3か月は前年同月比が100%前後で動いているので、先の予測は分からない。
		通信会社（経営者）	・節約志向が定着してしまい、今後も新規加入の増加は見込めない。
		通信会社（局長）	・変化をもたらすほどの材料が見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・今年のゴールデンウィークは、日並びが海外旅行向けであるため、期待が薄い。
		競輪場（職員）	・競輪界で一番のビッグレースである全日本選手権の売上が思ったほど伸びないので、変わらない。
		美容室（経営者）	・10年前と比べたら売上は30%近く下がったままで落ち着いてしまっている。イベントや販促もしているが、町の定住人口も減っているため、売上、来客数共に増加の気配はない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・統一地方選挙の時期に関しては来客数が落ちる可能性がある。その後は若干盛り返す可能性もあるので、全体的に横ばいと考えている。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・ガソリン価格が上昇傾向にあるので、先行きに不安が残る。
		設計事務所（経営者）	・新たな依頼が少ない。
		設計事務所（所長）	・今月の決算を乗り越え何とか新スタートを切りたい。今後の景気は今月にかけていると思うので、何とか危機を乗り越えたい。
		住宅販売会社（経営者）	・地価の上昇も見込めず、業界的には良くなる要素が見つからないため、変わらない状態が続くと予想している。
		住宅販売会社（経営者）	・3月はたまたま社員の異動の時期なので引き合いや成約が多いが、実際これが終わってしまうとどうなのか、また平常に戻り、そんなにも良い景気とは言えないのではないかと感じている。土地等についても安い物件については引き合いがあるが、まだまだデフレの状況がある。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・当店は高齢の客が多いため、大企業の賃金上昇してもあまり反映されず、かえって買い控えをしている。
		コンビニ（経営者）	・店舗のすぐ隣に4月の初めにファミリーレストランがオープンする。その影響で今後は売上が少なくなる。
		コンビニ（店長）	・円安効果により値上げされる商品がかなり増えることから、安値を演出できる大型スーパー等に一層客が流れるため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・4月からまた値上がりラッシュで、客の口からもそんな話しか聞かれない。当店の扱っている婦人服の対象客が会話の中でストレスを解消しているような状況で、これが買物まで進むというのはかなり厳しい。値上がりが続くとしばらくの間はその余波で自分の買物は相当控えてしまうのではないかとこの危機感が相当ある。
		乗用車販売店（管理担当）	・年度末の駆け込みの影響により販売減となる。
		自動車備品販売店（経営者）	・車関係では税金等が上がり、身の回りには良くなるような条件が感じられない。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・例年、需要期が過ぎると2割ほど使用量が減少するので、厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・タクシー業界から見た景気は最悪である。
		タクシー（経営者）	・2～3月の動きが悪いのでこの先も悪いとみている。
		タクシー（役員）	・年末から大手企業や中小企業等の人の動きが悪いためである。
		美容室（経営者）	・美容院は個人企業の集まりで法人組織が少ないため、競合店が非常に多く、内閣府の規制改革会議等が盛んに注目されている状況である。美容業界としても影響があるので美容組合としても注目して見守っていきたいと考えている。
		設計事務所（所長）	・現状で回答したとおり、建築業界にとって、今年は昨年とは全く違った展開になるという恐れを感じている。
		住宅販売会社（従業員）	・物件の仲介数が通減しており、別荘の中古物件が売れなくなってきた。
	悪くなる	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・末端の消費意欲は更に冷え込みつつある。

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	
		通信会社（経営者）	・LPガス販売については、来年の電気小売自由化、都市ガスの自由化等、業界がとう汰の時代に突入となる。アベノミクスは大企業には恩恵があるが、中小零細はある意味切り捨て、すなわち地方の切り捨てと言えるのではないだろうか。日本経済の再生や地方創生には中小零細の底上げこそ重要である。先行きに光が見えなくては設備投資も賃上げもできない。	
		通信会社（経営者）	・消費税増税は延期されたものの、4月からの各企業の値上げ競争により、買い控えどころでは済まされない状況となる。	
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・円安で太陽光発電のパネル、架台、パソコン価格の大幅な値上げが来ているが、売電価格が初期の値段で連携できるため、十分吸収できるので、良くなる。	
	やや良くなる	食料品製造業（製造担当）	・まだ、すべての店舗ではないが、確実に経営内容は改善していくはずである。販売量がどこまで落ちていくかだけは想定内で収まればよいが、大変難しい。	
		食料品製造業（営業統括）	・円安も安定してきており、ガソリン価格も低下して自動車で来県する客も増加している。一方、欧州へのワイン輸出に加え、東南アジアや中国への輸出も徐々に進みつつあり、今後の伸びが期待できる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規の航空部品案件が安定生産に移行するとともに、引き続き自動車関連の開発案件が増加する見込みである。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の輸出が増加しているため、やや良くなる。	
		建設業（開発担当）	・公共工事の発注額が前年比5%増となっており、当社の受注額も前年比10%増と、何とか安心できる状況で、これもアベノミクス効果だと思っている。10年以上続いた建設業不況から比べると本当に有難い。当社もピーク時に比べ人員も半分縮小した状態であるが、何とか現況で事業を維持していきたい。	
		建設業（総務担当）	・建設業の閑散期である4～6月期にもかかわらず、公共、民間共に発注予定や見積り依頼で動きがあるように感じている。	
		金融業（調査担当）	・賃上げなど所得増が期待されるほか、名刹のご開帳で観光客の増加が期待される。	
		広告代理店（営業担当）	・新年度の販促予算は1割程度増えている。新たに広告ツールを作成したり、既存のパンフレットなどをリニューアルする依頼も増えている。	
		経営コンサルタント	・春の到来、年度替わりといった精神面の高揚感と共に、昨年の消費税増税の負担感が鎮静化したのに伴い、個人消費意欲が増しつつあり、企業の設備投資意欲もほぼ順調に推移すると思われる。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数が伸びており、受注量、販売量の増加につながると予測している。	
		変わらない	化学工業（経営者）	・現状の生産を維持する程度の受注予想しかなく、先の引き合い件数も多いとは言えない。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注品受注の話はあるものの、実際はなかなか受注につながっていない。
			金属製品製造業（経営者）	・以前から考えれば仕事は少しは良くなっており、先のことは分からないが、これから2～3か月は今までのように少ないながらも安定した仕事量が得られるのではないかと感じている。
電気機械器具製造業（経営者）	・取引先5社のうち2社が在庫調整のため、在庫がはけるまで生産を控えるという状態である。ほかのところも在庫調整なのか売れないのか分からないが、仕事量としてはかなり落ちており、厳しい状況になりつつある。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月は現状維持で推移しそうである。			
輸送用機械器具製造業（経営者）	・この1年間は全く分からないうちに過ぎたような感じである。やや良い会社があればやや悪い会社もあり、非常に良い会社があれば非常に悪い会社もある。2～3か月先はよく分からないが、今のところは利益があって業績はまずまずなので、このままいけばまあ良いかなというところである。			

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	
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・春先は宝飾業界も活気が出てくるどころだが、3月に香港で行われた展示会では中国の外貨持ち出し規制の強化やわいの締め付け等の影響で、入場者、売上共に2割ダウンである。中国経済の様子により、宝飾業界をけん引してきた中国相手の業者が落ち込むようなことがあれば、全体が冷え込む可能性がある。	
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのままの状態が続く。	
		輸送業（営業担当）	・今後は季節が変わり暖かくなるにつれてレジャー用品、園芸、エクステリア用品の物量が増えてくる。また、一時の燃料高から価格が下がってきたことは好材料であるが、それ以外の景気回復の状況は感じていない。	
		通信業（経営者）	・変わりそうな気配がない。	
		金融業（役員）	・賃金上昇を期待しているが、地方の中小企業は賃金上昇が見込めないというなかで、消費の拡大があまり見込めない。もう1つは、円安等により材料費が上がっているために利幅が少なくなっていること。しかも2次、3次下請は価格競争にさらされて利幅が非常に少ない状況ということを見ると現状維持が精一杯である。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・賃上げに関する報道が盛んにされているが、「どこの話だ」とか「とてもあんな額は」といった声を耳にしており、業績向上、景気回復の体感はない。4月から2か月に渡る名刺のご開帳が気休めになるくらいだと話している。	
		司法書士	・良くなる要素が見当たらないので、このまま少し悪い状態が続いていくのかなという懸念をもっている。	
		社会保険労務士	・太陽光発電の工事業者は年内一杯仕事が埋まっているようだが、その他の中小事業者はあまりいい話を聞かない。	
		やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・4月以降の仕事が確定せず、先行きが不透明である。
		悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）
一般機械器具製造業（経営者）	・4～5月と大幅に受注量が減少するという情報が入っており、それ以降については不透明な状況である。			
電気機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先からの受注が大幅に減少するとの内示を受けている。また、4～6月まで新機種の計画もないという概況説明を受けている。			
不動産業（管理担当）	・新年度からの保守作業、定期作業が減少しており、その分を埋める受注が受けられないため、売上の回復はしばらく難しい状態である。			
雇用 関連 (北関東)	良くなる			
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・このところやや仕事量が増え、従業員数も少し落ち着いて増えているので、このまま続けばよいと思っている。	
		人材派遣会社（管理担当）	・食品製造の派遣先の生産計画は、4月は例年並みだが、5月は連休があるので増える見込みである。	
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・周辺企業の景気はまだ一部の企業を除き低迷しているため、正社員の募集は少なく、パート、アルバイトの募集が目立つ。	
		職業安定所（職員）	・大手企業の相次ぐリストラにより、求職者が増加し、求人倍率が低下することが見込まれる。	
		職業安定所（職員）	・新規求人は15か月ぶりに前年同期比で減少に転じ、新規求職者は前年に引き続き前年同月比で増加に転じている。製造業からの求人は横ばい状態で、依然不透明感が漂っている。	
		職業安定所（職員）	・求人数が増加してはいるが、先行き不透明感や、全体の増加率ほど正社員求人数は増加はしていないため、変わらない。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含め製造業において、企業により業績の良し悪しがはっきりしている。また、海外工場への駐在求人が増えつつあり、国内の求人の効果とまらない状況である。	
		学校〔専門学校〕（副校長）	・次年度の専門学校卒業予定者の就職ガイダンスが開始されたが、参加企業などは例年どおり少ない。定期的な採用という意味では、まだまだという感がある。企業側も景気の動向をみていると感じる。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・4月からは新卒者の雇用がかなり落ち着くが、新商品等の積極的な展開ということでの募集傾向は伸びている。原油価格等は不透明だが上がるのではないかと。また、原料の乳製品等の価格も上がるため、買い控えでやや落ち込むような傾向となる。	

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
		人材派遣会社（営業担当）	・ベースアップがない企業が多い。
		人材派遣会社（支社長）	・求人数はさほど増加せず、例年どおりである。求人内容の変化からか、決定率が悪く、オーダーだけはあってにぎやかだが、結果的にマッチングで結び付く人材は少ない。
	悪くなる	-	-

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	一般小売店〔米穀〕 （経営者）	・夏場にかけて当地域でもプレミアム付き商品券が実施され、また、全体をみると高額品等が動いているという話も聞くので、地道ながら中小企業にもそろそろ出番が回ってくると感じている。
		百貨店（総務担当）	・前年は消費税増税による売上減があったため、前年比では増加する。
		一般レストラン（経営者）	・当店のよう駅に近い路面店は人の流れが多く入出があるが、自宅近くの駅から離れた商店街では閉店する店が増えているので、やはり立地条件もかなり影響している。
		旅行代理店（支店長）	・4月から合併して新しい会社となる。その関係もあって1か月くらいはばたばたするかもしれないが、2～3か月後は春の旅行シーズンにもなるので、システム関係も含めて良くなる。
		観光名所（職員）	・3月はかなりの旅客減だが、2～3か月後になるとゴールデンウィークや春のシーズンを迎え、毎年、旅客がかなり出てくる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街では生鮮三品が充実していないので非常に厳しいが、当市でもプレミアム付き商品券の発行があるということで非常に期待している。少しでも光が差すような形で売上が伸びてほしい。
		商店街（代表者）	・統一地方選挙の結果にもよるが、今の流れでいくと好調は続く。イベント開催予定に対するレスポンスはとても良い。
		一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・政府のプレミアム付き商品券の発行などで消費が少し良くなるのではないかと。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・給料が上がる予定があるのか、客の購入予定の問い合わせが増えてきている。
		一般小売店〔家具〕 （経営者）	・株高もあって景気が良くなるような雰囲気があるが、当業界はあまり期待できない。しかし、景気は徐々に良くなる。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・春闘で大手企業のほとんどがベースアップしたので、ムードが上がる。
		一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・良くも悪くもなく、特に外商においての大型案件があるわけでもなく、全く案件がないわけでもない。世間で景気が良くて給料が上がっているという話を聞くが、我々のような文具業界には恩恵はなく、横ばいである。
		百貨店（広報担当）	・中間所得層の消費動向はあまり芳しくないが、今後、ベースアップ等での所得回復によって消費の回復が期待できる。
		百貨店（営業担当）	・前年4月以降は消費税増税の影響による不振が数か月続いたが、貯蓄性向の高い高齢者が消費を控えて1年経過するため、被服や服飾雑貨を中心に購買増が予測される。
		百貨店（店長）	・給与増などの条件がそろってきているので、期待はできる。
		百貨店（計画管理担当）	・服飾関係では昨年見送った初夏物の売上が見込める。
		スーパー（店長）	・前年は消費税増税がスタートして2か月後の一服状態のため、何とか目標の予算を達成して良い形での数字が見られるのではないかと期待している。ただし、来客数は前年から微増だが増えているので、3か月先は点数、単価が上向きように様々な工夫をしながら予算達成に向けて頑張っていきたい。
		スーパー（総務担当）	・前年は消費税増税後で低迷が続いたので、3か月後は前年比で現状よりはやや良くなる。
		スーパー（営業担当）	・円安、株高の状況が今しばらく続きそうであり、更に各企業のベースアップ等の影響が少しずつ出てくるような期待感もある。

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
		スーパー（ネット宅配担当）	・値上げが相次ぐ中、確実に売上増になっていく。また、客の嗜好も安心、安全、おいしい、楽しい等、価格以外への期待度も更に高まり、値上げ幅にプラスした単価増が見込める。
		コンビニ（経営者）	・気分的に良い時期に差し掛かっているため、これから景気が若干上向く。このままの状態が続いてほしい。
		コンビニ（経営者）	・桜が終わって五月晴れになり夏が来ると人間の動きも活発になるので、やや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響が一巡したため、前年を上回る動きが見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・昨年の消費税増税直後と違い、落ち着いた買物をし、外出も多くなっている。見るだけの来店客も増えているので、期待できる。
		衣料品専門店（統括）	・客の価格に対する感度が前年より低く、まとめ買いや高額品がよく売れている。
		衣料品専門店（営業担当）	・これからは春本番となって朝晩の寒さもなくなり、春物を求めるため購買力が上がる。
		家電量販店（統括）	・4月以降の第1四半期は、前年と比べると良く見える。また、気温次第で大きな変化がある。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は以前から順調に入っているが、販売はあまり良くなかったのが、今月から少しずつ良くなってきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・来月から新車種投入があるので、期待を込めてやや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今年度の普通トラックの需要が全国ベースで8万5千台～9万台までいくかいかないかという感じていたが、10万台近くまで伸びるような状況である。後半、トラック需要については相当上がってくると予想されるので、やや良くなる。
		住関連専門店（営業担当）	・省エネ住宅に関するポイント制度効果によってリフォームへの関心が高まっている。特に、ポイントの恩恵の高いシステムバス工事などの引き合いが増えており、今後の売上拡大に期待が持てる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・昨年の消費税増税後の落ち込みがあるので、上がって当たり前だととらえている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の経済面の施策が当を得ているからである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・企業の賃上げに期待している。
		高級レストラン（副支配人）	・法人関連の宴会予約の推移からやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・今までは中心部から外れているという感じだったが、最近、当地域がマスコミに取り上げられる機会が増えている。
		一般レストラン（経営者）	・株価も上がっており、2～3か月後はボーナスシーズンになるので、景気が良くなって客が増えてくるように期待したい。
		一般レストラン（経営者）	・昨年は消費税増税に伴って若干消費を控える動きがあったが、1年が過ぎてその金額の感覚にも慣れてきたようである。今後は消費税10%への増税前にある程度は消費者心理も緩み、消費が活発化するように感じられる。
		一般レストラン（経営者）	・大手各社の賃上げが影響し、やや良くなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・全体的にあまりぱっとしないものの、そろそろ桜も咲くし、雰囲気は暗くないので、少しは動き出してやや良くなる。
		タクシー運転手	・今年は外国人観光客が増え、小売業の売行きが好調である。ガソリン価格が低下したため、電気料金などの値上がりに対しては一息つく形となる。中小企業でも賃金上昇の機運が期待感を高めており、消費の拡大にもつながるので景気は良くなる。
		タクシー運転手	・タクシー業界の景気は別として、世の中は確かに上向いている。20日の金曜日、正確には21日の午前5時ごろ、六本木を実車しているとタクシー探しの客であふれ返っていた。花金のせいなのか、多少良くなっているのかというバブル期を思い出すような光景があった。
		通信会社（経営者）	・給料が上がりに、消費税増税のマイナス影響が薄れる。

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
		通信会社（経営者）	・賃金を上げる企業が多くなってきたため、景気が良くなる可能性を感じる。
		通信会社（営業担当）	・月額料金の安さだけではなく、サービスのにより満足を得られるコースが選ばれる傾向は続く。
		通信会社（総務担当）	・大手の賃金上昇の影響が少し出始めるのではないかと考えている。
		通信会社（管理担当）	・各業種の求人情報が増えており、今後、就業者数の増加が見込まれ、求人倍率が上がると見込んでいる。
		ゴルフ場（支配人）	・曜日によるが、4～5月で予約を断る日がすでに出ている。
		ゴルフ場（支配人）	・天候や賃上げ等により個人の経済状況に好転の兆しが出てくれば、良くなる可能性もある。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・一般の客は依然として低調であるものの、企業予約が増加してきている。今後、一般の客まで波及してくれば良くなる。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・催事場や宿泊施設の予約は堅調に獲得している。夏に入る時期なので、昨年のような天候不順や Dengue 熱の発生などによる出控えがあると景気への影響が懸念される。
		美容室（経営者）	・デフレ気味ではあるがミニバブルのようなので、はっきりした実感はわからないが、良くなる。
		その他サービス[福祉 輸送]（経営者）	・春闘の高額回答等もあり、給与面での上昇が大企業を中心にみられているため、購買意識が高まり高級車を中心とした需要が増える。3か月後、昇給や企業の業況が良ければ好調が続く。
		その他サービス[保険 代理店]（経営者）	・ベースアップを実感して今後の購買意欲も衰えず、短期的には景気が上昇する。景気上昇が中長期でも維持できればと期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・給料が中小企業まで上がると良くなるかもしれない。物価が上がっているのに給料はまだ上がっておらず、生活は厳しい。
		商店街（代表者）	・大企業では春闘でかなり給料を上げるというところが多くなっているようだが、我々のような中小零細企業ではあまり利益が出ていないため、そのような恩恵はない。
		商店街（代表者）	・最近、近隣に大型店がオープンしているので、これからますます悪くなるのではないかと心配している。大型店がなくなることはないので、小さな店が減っていくということが周りでもある。これからは大変である。
		商店街（代表者）	・プレミアム付き商品券の発売が7月にあるが、これが商店街、零細小売業への追い風となるのではないかと。
		一般小売店[家電] （経理担当）	・現在のような状況がしばらくは続く。消費者の節約という考えは変わらないが、必要な物は必要であるということである。
		一般小売店[文房具] （経営者）	・今月は変わらずにきていたが、天候等により大分落ち込んだ面があったのでマイナスになっている。全体としては前年並みに推移しているため、その点だけが気になることである。
		一般小売店[印章] （経営者）	・良くなることを希望し、努力もしているが、景気は決して良いとは言えない。必要不可欠な商品なのでそれなりに期待して努力している。
		一般小売店[靴・履物] （店長）	・大企業や公務員以外は給料が上がっていないのに、どんどん物価が上がっている。4月からまた物価が上がるといことなので、景気が良くなるはずはない。
		一般小売店[茶]（営業担当）	・4～5月になると新茶で売上が少し回復するが、企業のお茶の注文内容は一ランク下の値段に変更していく客が多く見受けられる。お茶が一番おいしい時期に突入するが、新茶の出来栄により、売上に影響される。味より値段を考えてしまう客の傾向が強い。
百貨店（売場主任）	・4月以降は消費税増税で落ち込んでいたので売上は前年比では伸びると思うが、賃上げが中間所得層にまで広がってくると、売上も本格的に回復する。		
百貨店（総務担当）	・特に消費を押し上げる材料がなく、厳しさは続く。ただし、美術品など高額品はそれほど落ち込んでおらず、売上増の切り口として使いながら底上げを図っていく。		

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
		百貨店（広報担当）	・日経平均株価は2万円直前まできており、その資産効果で百貨店全般で顧客の購買意欲は刺激され、売上也好調に転じていたが、今はその効果は感じられない。逆にインターネットによる購買行動の活発化や商圈内への大型ショッピングセンターの出店など、業態間競争が激化し、パイの奪い合いとなっている。ここ数か月間ではこの構図は変化せず、インバウンド需要などを取り込んでいる一部の都心店や大型リニール店舗以外は、アベノミクスなどで顧客の全体的な可処分所得の増加があっても苦戦は免れない。
		百貨店（営業担当）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったことと天候不順の影響もあり、婦人、紳士、子ども衣料共に前年を大きく下回っている。個人消費への底上げ感はまだ見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・生活必需品の値上げが大きく影響するため、実質の変化はないと考える。円安の影響で更に物価が上がる可能性を残しているのは周知の事実であり、ボーナスが全体的に大きく上がらない限り、伸びる要素はない。
		百貨店（営業担当）	・昨年5～6月は消費税増税後の影響を引きずっていたため、数値上の伸びは期待できる。一方、実態としては景気が回復したとは言えず、緩やかな回復という状況である。大手各社の賃上げのニュースが流れるなか、一般企業ではまだその恩恵を受けるには時間がかかり、二極化はさらに進む。店舗全体の売上の底上げにはもう少し時間がかかりそうである。
		百貨店（営業担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要の反動減があったため、4月は前年比プラスで推移するが、消費税や外国人顧客の与件を除くと大きく変わると思えない。
		百貨店（販売促進担当）	・昨年の消費税増税後の反動減との比較となるが、消費者が賃金上昇を実感できるまでには時間がかかることや、食品等の値上げが報じられていることなどから、大きな変化はない。
		スーパー（経営者）	・大手企業には恩恵があるが、末端の小売業にはなかなかない。
		スーパー（販売担当）	・競争との価格競争もあり、客の買上点数は前年を上回ってきているものの、平均単価が前年を割っており、客1人当たりの買上額は前年をなかなか上回らない状況が続いている。
		スーパー（経営者）	・大手を中心に賃上げが盛んに言われているので良くなると思うが、どの程度全体に波及してくるのか見極めが難しいので、まだ変わらない。
		スーパー（店長）	・メーカー各社が値上げを控えており、多少なりとも価格に転嫁せざるを得ない状況のため、値上げ後の価格に客が慣れてくるまで現状と同じような状態が続く。
		スーパー（店長）	・客の購買意欲は変わらず、競合店の日替わり品やポイント還元時などで集中的に買い回っている。また、各メーカーの値上げにより1品単価は上がっているが、買上数の減少はますます加速する。安い物、必要な物を必要なだけという傾向が一層強くなる。
		スーパー（総務担当）	・昨年の4～5月は消費税増税で売上が非常に下がったため、それに対しては上乘せができるが、当店の客にとって賃金の上昇や年金の上昇等がなく、実質賃金があまり上がっていない状況で、客の買物をする目が非常に厳しく、必要な物以外は買わない状況が今後も続く。
		スーパー（仕入担当）	・輸出企業を筆頭に好景気に転化しているようだが、輸入商材が多い流通業界はまだ厳しい。
		コンビニ（経営者）	・周辺の状況に変化がない。
		コンビニ（経営者）	・期待を込めて横ばいである。
		コンビニ（経営者）	・財布のひもは固いものの、高付加価値商品の売上は今後も伸びていく。
		コンビニ（経営者）	・客の動きに合わせて天気が良くなると予想される日は売れる商品を若干増やし、天気が悪い時は店の負担にならないよう売行きの悪い商品をカットするという大胆な仕入をしないとこれからはうまく乗り切れない。段々と調整できるようになってきたので、このところ来客数は微増ではあるものの、経営面では何とか頑張っている。
		コンビニ（経営者）	・近隣の状況は何も変わらず、今の来客数からしても変化はない。

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
		コンビニ（商品開発担当）	・乗客数の動向も見ても回復傾向にはなく、今後、急激に回復することは見込めないが、より悪くなるようなこともない。
		衣料品専門店（経営者）	・大きく景気が良くなる感じではなく、同じ様な状況が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・昇給、ボーナスなどで消費が向上する機会は多いが、末端に来るにはまだ時間がかかりそうなので、あまり期待していない。
		衣料品専門店（経営者）	・変わらないと回答したが、よく分からない。大手はベースアップ等で給料が上がる傾向にあるが、中小企業がどうなるのかということと、周りでは様々な値段が上がっており、合わせるとどうなるかがまだ読めない。4月以降に期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるとはまだ感じられない。周囲からも昇給や景気が良くなってきた話など全く聞こえてこない。
		家電量販店（店員）	・衝動にかられることはなく、2～3か月後においても大きな変化はみられない。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降の軽自動車税増税やエコカー減税の見直し等、状況はさらに厳しくなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車に対する優遇対策や景気回復につながる対策がないと、景気向上に不安が残る。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・可処分所得、実質賃金に変化がない限り、景気が良くなることは難しい。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・最近では休日などに関係なく、売行きが良くない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・特に良くなる材料がない。
		高級レストラン（仕入担当）	・2～3か月先ではまだ客単価が上昇するほどの勢いは望めない。このところの円安、国際相場変動等による原材料費高騰により、利益率は悪くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・統一地方選挙、人手不足による人件費の高騰、円安が気になるが、この状態が続けば財布のひもも少し緩むと思う。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約を見ても前年並みかやや下回っており、厳しい状況が続いている。春休みに入り宿泊を中心に動きが活発になるが一時的であり、継続的な売上の確保が難しく、何とか現状を維持していることから景気は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・今はインターネットですぐに予約もできるし、また、現地直行の送迎バス等も運行しているので、中小企業にとって客を確保することは大変難しくなってきた。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の予約は入るものの取消になる団体もあり、予約申込の人数ベースではあまり伸びはない。
		旅行代理店（従業員）	・先の受注が増えていないので、良くなる見込みがない。
		旅行代理店（従業員）	・中小企業の給料に反映されるまで、しばらく時間がかかりそうである。
		タクシー運転手	・4月から新年度が始まるが、今までの動きがあまり良くないので、今後の動向を迷っている。決して良くはないので、先が気になる場所である。
		タクシー運転手	・花見や歓送迎会等で飲む機会が多くなる時期である。多少流れも変わり、客が増えるかもしれないが、終電後まで飲み歩く客も減っている。
		タクシー運転手	・良くなる気配がない。
		タクシー（経営者）	・去年は消費税増税だったので例外だが、3～4月にかけては例年、売上が伸びる時期なので良いものの、通常月の利用が低下の一途をたどっている。5月以降は変化がないとみている。
		通信会社（経営者）	・4月以降、管理会社等の情報営業も沈静化し、大手通信会社の光回線卸が本格始動して転用以外にも波及して、ケーブルテレビ加入者が狙い撃ちされる可能性がある。
		通信会社（社員）	・春は引越しなどの影響で加入が増加すると考えられる。キャンペーンなども大幅に展開していく予定のため、良い方向にいけば良いが、同時に解約件数の増加も懸念しており、全体で見ると大きな変化はない。
		通信会社（管理担当）	・4月からの値上げを控え、各世帯とも新たな購買は控えている。新入居等のイベントがある世帯を着実に押さえていくしかないで、大きな販売量の増加は期待できない。

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
		通信会社（営業担当）	・大手企業では賃金のベースアップをするような報道はあるが、実際に身の回りにそのような人が少ないので、景気回復にはしばらく時間がかかる。
		通信会社（局長）	・消費マインドに火をつけるトリガー的な商品、サービスが予定されていない現状では、横ばいが精々である。
		通信会社（営業担当）	・希望的観測を含めての変わらないであり、良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（経営企画担当）	・客の商談規模に変化があまりない。
		ゴルフ場（従業員）	・高齢化社会、人口減少等の傾向で将来にどう期待したらよいか。2～3か月先であれば変わらない。
		パチンコ店（経営者）	・当業界は機械台と客との相関関係がどうしてもあり、この先は面白い機械、客が喜ぶような機械が出る予定があまりない。客が以前よりお金を使わなくなったこともあり下がるかもしれないが、期待を込めての現状維持である。なかなか厳しい。
		美容室（経営者）	・季節柄、売上は伸びているが、景気が良くなっているとは感じられない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今月ちょっと良くても、そんなに急に良くなるとは思えないので、今までの流れのままである。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・大企業の景気が良くなってきているので街の景気も良くなってくると思っているが、一向に良くならない。
		設計事務所（経営者）	・民間案件は相変わらず弱含みの感があるが、新年度に入れば官庁案件の発注が期待できる。しばらくは公共工事に依存せざるを得ない状況が続きそうである。
		設計事務所（職員）	・上向き、下向き、いずれの要因も考えられない。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークまでは販売量は落ちないと考えていたが、実際には今月からすでに落ち始めている。例年、ゴールデンウィークを過ぎると販売量が落ちる傾向にあるので悪い状況がしばらく続く。キャンペーン展開などの販促等を行うことで、何とか販売量を確保しなければならぬと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数及び契約の推移に特に落ち込みがない。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の景気は良い方向で進んでいるものの、これ以上良くなるとは考えにくく、このままの景気で推移していく。新築売りアパートは好調だが、参入業者も増えてきたので価格高騰に注意しながら進めていきたい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・原材料など仕入値は上がっているが、販売価格に転嫁すると売れない。高くても購入するというほどまで需要が高まっている訳ではないので、先行きとしては不透明である。
やや悪くなる		一般小売店〔茶〕（経営者）	・消費税増税以後、家計の節約志向が続いている。春の陽気になり、お茶の消費を期待したが、あまり良くはなく、前年より下がっている。3月の陽気でも売上がとにかく上がってこない、むしろ下がってきている。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・需要が一段落し、2～3か月後は減る。
		百貨店（管理担当）	・4月からの諸物価の上昇により景気が後退する。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税からちょうど1年経過するが、来客数が前年同時期と比べて回復していないことを考えると、良くなる状況ではない。
		家電量販店（経営企画担当）	・季節変動の要因も含まれるが、商戦期とその端境期になる。国内の景気という視点では好材料は増えてきていると考えているが、当業界への波及効果は予測できない。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税後の反動減で販売台数が落ち込む。整備部門も車検到来のユーザーの買換えの影響で、減少する見込みである。
		乗用車販売店（渉外担当）	・法人需要に比べて自動車税増税前の駆け込み需要があるはずの個人消費が悪く、さらに4月よりエコカー減税のハードルが上がるため、やや悪くなる。特に、4月は新入社員や入学式等切替えの時期なので、例年良くないこともある。
		住関連専門店（統括）	・必要な物以外は購入しない、決まった物しか購入しないといったように買い控え等が定着しつつある。この先も景気の伸び悩みが続く。
		一般レストラン（経営者）	・3月は年間を通してかなり良い方なので、2～3か月先はやや悪くなり、3月よりも2割ぐらいいは売上が下回る。来客数も少なくなるし、ケータリングも少なくなる。

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	
		通信会社（営業担当）	・競合他社との価格競争が激しく、契約数は伸びても全体の売上は低迷する状態が続いている。	
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・学習塾の単価が段々下がっており、体験の日数も増えている。塾を辞める理由は心当たりがないが、親との面談等で消費税増税や食料品の値上げ等で食費の占める割合が高くなり、お金の面で厳しいという人が多くなり、滞納者も増えている。まだ中小の塾では景気回復の兆しは見られない。	
		設計事務所（経営者）	・新しい民間の設計がなかなか受注できない。行政は入札のため新年度の4月からなので、現在は仕事がない。現在の仕事をいかにうまくこなすかということで、締切に追われている。新しい仕事に一生懸命チャレンジしているが、給料が上がったから全体が上がるというものでもなく、新しい客を獲得するのは困難を極めている。この先、良くなるという見通しはあまりない。	
		設計事務所（所長）	・民間が全く動いていない。行政だけの仕事で何とか年度が終わったという状況である。やはり民間が活発化しないと景気が良くなったとは言えない。	
		設計事務所（所長）	・新しい情報及び計画がないため、下り坂に入る。	
		設計事務所（所長）	・仕事量が増える可能性はないので、景気は決して良くなるはない。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場や各種イベント等の集客状況は上向しているものの具体性のある集客には至っておらず、受注の低迷傾向はまだ続きそうである。	
		住宅販売会社（従業員）	・土地有効活用の大型物件が受注できていないため、小さな仕事で数字を作っていかなければならない状況が続く。	
		悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・客と話をしても設備投資は全然考えていないようである。小売の方も商品に関して動きが全くない。とにかく良い話を聞く機会がまるでない。
			一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・競合店の出店が毎年のようにあり、今後も続くためである。
一般レストラン（経営者）	・当地域は選挙があっても変わらない。			
都市型ホテル（スタッフ）	・この先の宴会の受注状況が伸びず、前年と比べても非常に悪い。			
住宅販売会社（経営者）	・住宅事業では消費税増税後、いくら広告を出しても反響がなく、客が全く来ない状況が続いている。総合建設業では建設費の高騰で採算が取りづらくなっている状況がいつ改善されるか全く見通しが立っていない。更なる消費税増税は延期されたが、大企業の景気が回復しているだけで、中小企業はまだまだである。政府の方で何か対策を打たない限り、この現状が当分続く。			
企業動向関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・会社の設立印とは別に店頭で個人客からの印鑑の注文があるが、本数が増えてきており、納期が間に合わないのに客に待ってもらっているような状態である。2～3月は年度替わりの忙しい時期ではあるが、季節的要因を外しても前年よりも注文が沢山来ている。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・大手はどこも良い決算を迎えようとしているので、それが中小企業まで回ってくれば良くなるのではないかと。	
		金属製品製造業（経営者）	・今までの見積で4月になってから発注すると言われていたので、新年度に動き出せば良くなる。	
		建設業（経営者）	・大手が手一杯のため、地場企業に仕事が回って来る可能性がある。しかし、建築単価上昇で施主との折り合いがつかないケースが多々出てきている。	
		建設業（従業員）	・3か月先の仕事の見積依頼が大分来ているので、やや良くなる。	
		通信業（広報担当）	・駆け込み需要の影響がなくなるため、やや良くなる。	
		金融業（統括）	・株価が少しずつ上がっていることと、賃金等の引き上げで国内の景気が若干上がる。	
		金融業（営業担当）	・取引先の融資の延滞が減ってきている。倒産件数も減少気味ということと、各企業の受注の先行き、見通しが立っているため、景気が良くなるのではないかとと思う。	
		金融業（役員）	・一部大手企業のベースアップの報道が、漠然とした将来への期待感を高まらせている。	

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		税理士	・アメリカの景気が戻ってきて日本車が売れており、中国は不透明な状況もありよく分からないが、国内ではアベノミクスが政治主導して大企業は回復しているようなので、中小企業まで良くなってきてほしい。
		税理士	・JR常磐線の全線開通により地域の活性化につながり、景気は上向く。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・物流の動き等が活発になってきているので、良くなっていると期待している。
		その他サービス業〔ソフトライト開発〕（従業員）	・大企業の動きが活発化してきているので、少しずつ中小企業へも波及してくると期待している。
		食料品製造業（経営者）	・中小企業の給料はまだ上がってきていないようなので、このまま推移する。
		食料品製造業（営業統括）	・上向ききっかけがなかなか見当たらない。
		繊維工業（従業員）	・今月の当組合の脱退企業は4社に上っている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・我々のような零細企業は、大企業の景気回復から半年ぐらいたたないと動きが感じられない。
		化学工業（従業員）	・年度末の製品の動きがあまり良くなく、新年度で良くなると期待しているが、得意先ではそのような動きは全くないとのことなので、あまり期待できない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・4～5月は大きな変化はなさそうだが、文具の新企画が決まれば6月ごろに大きな山があるかもしれない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・従来の単価形成から大分低価格になっている。以前の単価の物は姿を消しており、新しい物は皆安い困っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・良くなる要素がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・電気が心配なく使える時代が早くこないと根本的に景気は良くなる。自由に電気を使える状況下で省エネを考るのが道理である。省エネの機器でも電気は消費する。
		精密機械器具製造業（経営者）	・先月までと比べればやや改善がみられるが、不安要素は賃上げと大手から悪い方向への支払条件の変更がみられることである。手形振出しを多くしたいようである。日本から手形がなくなると本当の財政改革にはならない。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・社会的状況からみても、当業界においても特別悪くなるような情報や要素は見当たらないので、今のままでいく。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・世間ではベースアップや新卒者の話など景気の良い話も聞こえてくるが、美容業界においてはまだまだ来客数や個人単価が上がっている実感は全くない。
		建設業（経営者）	・中小企業への景気対策が実施されていない。
		建設業（経営者）	・新年度は官庁工事があまりないようなので、早めに民間にシフトしている。企業立地を進めているので引き合いが数件来ている。
		建設業（営業担当）	・年度末により発注件数は増えているが、工事単価が上がっているため予算超過が多く、不調、または予算内に納めるために発注金額調整をして発注しているため、顧客からの受注金額が伸びない。
		建設業（経理担当）	・この先に見積提出が控えている物件も今までは随意契約で受注できたものばかりだったが、競争の形になるなど、発注者側の予算は厳しく、地元の景気上昇感を味わえない。
		輸送業（経営者）	・2～3か月前はゴールデンウィークも控えている関係で観光地等は潤うかもしれないが、一般的には節約するため、あまり期待はできない。
		輸送業（総務担当）	・長期的に期待できる案件が少なく、また、取引先から定期ルートの減少、コースの見直しによる価格の低下などで厳しい状況が続く。
		金融業（従業員）	・昨年4月の消費税増税の悪影響からようやく脱し始めた気配がある。特に、運送業と一部の製造業では石油価格の下落が追い風となり、収益環境が改善している。一方、円安に伴う仕入コストの上昇などにより、厳しい資金繰りが続いている企業もみられる。
		金融業（支店長）	・大企業は業績が回復して資産や物価はインフレ状態だが、個人消費が今一つである。当面はこのような状態が続く。
		不動産業（経営者）	・このところ同じような状態が続いており、好転の兆しが見えない。
		不動産業（経営者）	・気候に加えて賃上げムードが良い方向に働く。

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
		不動産業（総務担当）	・ここ数か月間テナントの退社もなく、賃料の水準も上がってきており、安定的な状態が続いている。2～3か月先の傾向も変わらない。
		広告代理店（従業員）	・受注量や販売量が前年並みで推移している。
		広告代理店（営業担当）	・大手企業は夏までの広告宣伝計画の目途がほぼ立っていると思うので、秋以降の宣伝展開相談の声がかかるまで待ちの状況である。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		経営コンサルタント	・大手のベースアップなどが景気に反映されるか期待したいが、分からない。
		経営コンサルタント	・中小製造業の社長の話では、「春闘での大手企業の賃上げはベースアップも含み、かなり高い数字が出た。しかし、我々には非常に難しい水準である。当社だけではなく、中小企業の多くは同様であろう。4月から介護保険料も上がる。社員たちの財布のひもが緩むには時間がかかるのではないか。」とのことである。
		経営コンサルタント	・大手の好調は海外との関連が強く、国内の中小企業への発注増加の波及が薄い。中小への発注が増えないと波及しない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規物件の引き合いは少しずつ増えてきているが、要求単価は依然として厳しい。その反面、人手不足で募集費が増えている。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・2～3か月の間に取引先から新規の発注があるような様子は今のところみられない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・よく分からないというのが本音である。日本の景気を考えた時に海外の要因が大きく影響する。様々な問題がくすぶっている。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マンションのインターネット環境整備が定着してきているため、当面は変化がない。		
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・2～3か月後は年間を通して売上減の時期にあたる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・封筒、はがき、名刺、カード類の受注量が減少している中、仕入価格の値上げは販売量に影響する。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・時期的に受注量の少ない時期に入る上に、原材料の値上げや低価格での見合わせなどで大変厳しい。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先からの生産見通しが減産となっている。また、前年同期と比べても悪い。
		輸送業（経営者）	・燃料が安くなったかと思うと仕事がなくなる。仕事が出てきたと思ったら燃料が高くなる。大変厳しい。
		輸送業（経営者）	・5月は連休の影響で稼働日数が減少したり、また、燃料価格が上昇傾向をみせているなど、収入減、経費増が予想される。取扱量の増加は望めないため、現在より悪くなる。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・今後、公共の仕事が予算付けされるまで一段と落ちる。
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（所長）	・4月以降の用紙価格の上昇が決定し、値上げ交渉をしているが難航している。大半が転嫁できない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・実際に景気が回ってくるような経済の流れが台頭してこないため、悪くなっていく。
		輸送業（総務担当）	・毎年、新年度は出荷量が少ない。公共事業の予算執行が早まれば、国内出荷量が若干増える程度である。
		広告代理店（経営者）	・昨年受注の大型案件が次年度も継続が決まったものの、規模が8割減になり、それに加えてここ数年の継続案件にも値引き要請が来た。いずれも不景気が理由である。
雇用関連 (南関東)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・取引先、自社共に業績が良い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度に向けて22社から新しい事業計画の話があり、すでに契約したところもあるので、良くなる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・建設業や不動産業がけん引して他業界も積極的に展開しているのか、求人数や採用数も伸びている。やっと人材への投資に向かってきたようである。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・大手輸出企業の円安を背景とした業績改善が、賃金上昇に反映された。恩恵を受けるのは大手のみならず、裾野が広く関連会社にも今後、好影響をもたらす。個人消費は引き続きの課題であるが、緩やかに回復していくのではと期待している。

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
		人材派遣会社（営業担当）	・法改正を控え、派遣社員の期間制限、業務区分の廃止を踏まえた採用の活性化に期待したい。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人件数は正社員、派遣共に増加傾向にある。求職者とのマッチングにもよるが求人数が増加することにより雇用が流動化し、人材ビジネスとしての雇用は若干上向きになる。
		人材派遣会社（支店長）	・受注量、求人者共に増加傾向にあるので、4月以降期待できる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用継続企業が増え、人材マーケットは忙しくなる。
		職業安定所（職員）	・パートの新規求職者が増加し、紹介件数も前年同月と比べて約2年ぶりに増加となっている。
		職業安定所（職員）	・求人者側の採用意欲は高まっており、在職者の転職に向けての活動も活発化している。
		職業安定所（職員）	・当月の新規求人数は前年同月に比べ減少したが、前月に大量に求人を受けていた反動で、傾向としては微増であり、今後もこの傾向は続く。一方で新規求職者は減少傾向が続いており、雇用情勢は徐々に回復してきている。
		職業安定所（職員）	・管内の化粧品製造会社の話では、国内販売は非常に順調であり、人手不足は相変わらずという話である。また、今後、アメリカ進出を考え、現地企業を買収したという話も聞いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・現在は株価が非常に高いものの、景気が良くなっているわけではないので、この状態は変わらないという取引先が多い。
	人材派遣会社（社員）	・今のところ景気が悪化する要素は見当たらない。	
	人材派遣会社（支店長）	・企業側は業者集約で単価の下げ圧力が強く、派遣登録者側は仕事を選べるため、条件の良い仕事へ人気が集まり、ミスマッチが多く発生している。	
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用に対する予算が増え、求人要請も増えてきたが、客との話から一時的な感じがする。来月につながる感じがしないので、まだ上昇とはいかないような気がする。	
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・経済政策が成功しているといわれている現在の景気が良くなければ、これから良くなる要素は何も見いだせない。	
	民間職業紹介機関（経営者）	・売上及び営業利益の安定的な改善が少しずつ続けば、求人面でも多職種の採用につながってくるが、まだ時間がかかるのではないかと。	
民間職業紹介機関（職員）	・大手企業は新卒採用が8月から選考開始になったことにより、それまでは中途採用に力を入れると想定される。		
民間職業紹介機関（職員）	・当分、悪くなる材料が見つからない。		
学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の求人獲得数の見込みについて、事前調査結果より新規募集、採用人数増加などの依頼はごく少数で、大きな変化がない。		
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・景気が上向き要素が見当たらない。	
職業安定所（職員）	・3月途中の状況ではあるが、新規求職者は前月並みの傾向で推移しており、企業の雇用調整の情報などから、事業主都合の離職者が増加する状況がしばらく続き、雇用調整の効果が表れるまでは雇用環境や景気は低迷する。		
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	商店街（代表者）	・東京オリンピックが開催されるまでは、景気は上向き。
		通信会社（営業担当）	・光回線のコラボレーション商品による、回線の切替えや新設・増設需要は、今後も増加傾向が続くと思われる。
	やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・賃金上昇ムードが高まり、ギフト商戦への好影響が期待できる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・統一地方選挙の影響で、4月はやや弱含みであるが、5月以降は活発化する。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・これまでのところは、大企業が良くなり、賃金も大企業を中心に上がってきている。中小企業は、これから先に景気が良くなるという期待を持ちながら努力している。
百貨店（販売促進担当）	・突発的な不安材料が出ない限り、現在の良好な景気が、しばらくは続くものと見ている。		

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
		百貨店（経営企画担当）	・ベースアップや夏季賞与の増加等、消費にとって明るいニュースが多くなっている。増額分のうちある程度は消費に回り、景気全体が上向いてくるものと想定している。
		スーパー（経営者）	・原油安が長期的に続き、GDPの増加にも貢献し、景気は良い方向に動いている。消費税増税の影響は予想外に長引いているが、6月頃には徐々に景気は良くなり、長期的な好景気への出発点になる。大企業や中堅企業の社員は、給料が上がって消費も活発になるであろうが、零細小企業に勤める社員の給料があまり上がらず、家計のやりくりは難しい状況が続く。
		スーパー（店員）	・アイスクリーム等は、価格改定後も購買は変わらず推移しており順調である。野菜の価格も、平均的な水準で落ち着いており、先行きにも良い材料とを感じる。
		スーパー（総務担当）	・食品関係では、客1人あたりの購入点数が増加傾向にある。
		スーパー（商品開発担当）	・ガソリン価格下落等の効果で、週末の客足が戻ってきている。競合が激化し厳しい状況ではあるが、消費税増税後の反動減が4月以降は緩和すること、自動車関係中心に期間社員の募集が続いており短期的には地域の人口増加も見込まれるため、少しずつ良い方向に向かっている。
		コンビニ（企画担当）	・周りから感じるムードが良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・春物商品へのスムーズな入替えと、周年記念企画の実施により、来客数の増加が期待できる。
		家電量販店（店員）	・今までは必要最低限の買換え需要が多かったが、まだ壊れていない製品をより省エネなタイプに買換えたいという問い合わせが増えている。消費者には、余裕が出てきているように感じる。
		乗用車販売店（総務担当）	・この先は、消費税増税の影響が徐々に和らぐ。
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅等、住宅分野は横ばいであるが、非居住分野では、民間企業の設備投資、公共工事や商業施設等の新築物件が増加している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・年内は、政権運営の安定と共に景気も安定し、消費マインドも良くなると思われる。
		高級レストラン（役員）	・先月に引き続き、株価が上昇している。過去の経験から、株価上昇による客層のマインドの改善が期待できる。
		一般レストラン（従業員）	・例年と同様であるが、寒い時期より暑い時期の方が来客数が増加するので、これからは売上が伸びてくる。
		スナック（経営者）	・多少は予約が入っているので、先行きに期待する。
		観光型ホテル（販売担当）	・宿泊や食堂は、現時点では先を読みづらい部分があるが、一般宴会においては、従前からの需要の取り込みが確実で、それに加えて一見客の大型予約も入ってきているので、今月よりは良くなる。
		都市型ホテル（営業担当）	・先行きに悪くなる要素が見当たらない。
		都市型ホテル（経理担当）	・インバウンドや団体客の増加が見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・暖かくなるにつれて、段々と人の動きが出てきている。
		旅行代理店（経営者）	・統一地方選挙も終わり、特に懸案もなくなるため、売上も景気も少しは良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークを前に、既に夏休みや9月の大型連休のプランにも動きが出てきているので、期待をしている。
		タクシー運転手	・現状が悪すぎるので、先行きは、少しは良くなる。
		通信会社（営業担当）	・安価な商品に流れる傾向は引き続きあるものの、販売数は増えるように思われる。
		ゴルフ場（企画担当）	・冬期は毎月雪に見舞われ打撃を受けたが、来月以降は、予約数から見ても順調に推移すると思われるので、景気は少し良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・例年通りであるが、4月からキャンペーンが始まり、新規の客が増加する。
		美容室（経営者）	・1～3月は寒かったので客足が悪かったが、これから暖かくなり、行楽シーズンも迎えるので良くなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・業界の人手不足は慢性化しているため、パートの時間給もかなりアップし、競争が激しくなっている。特に都市部では競争が顕著である。
	変わらない	商店街（代表者）	・客は相変わらず、必要以外の品物を買わないため、プラスアルファの伸びが期待できない。

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
		商店街（代表者）	・経済政策としては、個人の可処分所得を増やそうとしているようだが、周囲でその恩恵を受けている人はほとんどおらず、景気が良くなりそうな要素は全く見当たらない。
		商店街（代表者）	・低い水準ながら何とか安定はしているという感じである。ただし、デパートや商店街等の個人消費に関しては、当面は厳しい状況が続くと思われる。
		商店街（代表者）	・個別のニーズを把握しながら提案営業をしているが、経済的に余裕がありそうな60歳以上の世帯でも、高付加価値商品はなかなか購入しない。先行きの不安の方が大きいように感じる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・地方では景気が良くなっているとは感じられない。まだしばらくは、この状態が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮が終わって1年以上が経過するが、引き続きにぎわっており、今後も大きな落ち込みはないと思う。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・まとまった休みが取れるゴールデンウィークではレジャー支出が増える。納入先の飲食店では、まとまった休みの前後には客足が減る傾向にあり、今回もこれまでと同様の推移となる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・大都市はそれほどの不景気ではないかもしれないが、地方都市では本当に悪い状況が続いている。その一方で都市郊外に大手小売チェーンの出店計画や中堅スーパーの出店があり、市街地の小売店には大きな打撃が危惧される。行政が何か対策を講じないと、ますます落ち込んでいく。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客の様子からは、季節変動はあるものの、大きな変化は感じられない。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・ここ1～2か月は少しずつ良くなっているので、恐らく先行きも良いと思われるが、今の調子では、現状と比べてほとんど変わりはない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・春休みに向けて若干の販売増加は期待できるが、売上も利益も前年同期をやや上回る程度で、景気が良くなっていると言えるまでには、まだ時間がかかる。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは販売量の動きは変わらない。
		百貨店（売場主任）	・商品ラインナップとして、30～50代向けのビジネスシューズを多く取り扱っているが、この年齢層でもネットで購入する客が増加しており、売場で履いてサイズを確認するだけで購入しない客が多くなっている。ウォーキングシューズを求め高年齢夫婦の客層もあるが、数が少ないので売上には結び付かない。4月からは新入社員が増え、来客数は増加するが、すぐに販売増加には結び付かない。
		百貨店（売場主任）	・先行きも、必要最小限の品物のみを購入するというスタイルは、引き続き変わらない。
		百貨店（企画担当）	・前年の4、5月は、消費税増税の影響で売上が落ち込んでいるので、今年はその反動で、前年比で見ればプラスに転じる可能性は高いが、前々年並みまで確保できるかどうかは不確定な状況である。一部の高額品に動きは見られるが、一般商品の動きが鈍く、この先も大きく方向性が変わらぬと思えない。
		百貨店（経理担当）	・春闘では幅広い業種で賃上げ回答が出ているが、実際に支給され恩恵を受けるのはまだ先であり、すぐには消費の拡大にはつながらない。
		百貨店（経理担当）	・外商客への消費税増税の影響はほぼなくなっていると感じられるが、それ以外の客については、影響がまだ残ると思われる。
		百貨店（販売担当）	・実感の伴う景気の上昇が、一部の高額所得層や大企業勤務の世帯以外にも広がれば良いが、そのような兆しはまだ見えない。所得格差の一層の広がり、高齢化の進展や国の抱える巨額な債務等への不安が更に増している状況で、政府の対応がはっきりしないことも、兆しの見えない大きな要因である。
		百貨店（営業企画担当）	・一部企業でのベースアップだけでは、消費全体の流れを大きく変えるほどの要因にはなり得ない。
		百貨店（販売担当）	・賞与額が決まる時期となるが、ベースアップをする企業がある一方、大企業を除けば、材料費の高騰や円安等で製造業は厳しいとの話も聞く。製造業が多い土地柄では、全体的に賞与が増えなければ、購買意欲の高まりは期待できない。

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
		スーパー（店長）	・現状は来客数、客単価とも良い状態であるが、近隣で大手小売店2店が改装を予定しており、先行きは厳しくなりそうである。
		スーパー（店長）	・ベースアップの実施は一部大企業だけであり、多くの一般消費者にとっては、現在の生活水準を維持できればまだ良い方であると認めざるを得ない状況である。
		スーパー（店長）	・競合店の出店や相次ぐ食品の値上げ等が影響し、消費者の購買意欲は、依然として低調なままである。売上回復の要素が見あたらない。
		スーパー（店長）	・商品の値上がり等が続き、客の財布のひもは非常に固くなっており、消費を引締める状況である。食品の購入においても、引締めが強まる状況となっている。先行きの不安で更に引締めることで、景気は一層厳しい状況になる。消費者の中で値上げが定着すれば、若干変わるかもしれないが、まだ先が見通せない部分が多い。
		スーパー（店員）	・現状からは変わらない。客には高齢者が多く安定的に来店するので、先行きの業況は特に変わらない。
		スーパー（販売促進担当）	・大手企業は好調と言われているが、自店の周りの中小企業は相変わらず厳しい。また、高齢化や家族の構成人数の縮小等、客層の構造的な変化により販売量は落ちている。
		スーパー（販売担当）	・明るくなる材料が見当たらないので、先行きも今の状態が続く。
		スーパー（支店長）	・アベノミクスの効果も横ばい傾向である。
		コンビニ（店長）	・株価が上昇し、ベースアップも満額の企業が続出しているが、自店の業況には、それほどの影響はない。先行きは、消費税増税後の反動もなくなり平常に戻る。
		コンビニ（エリア担当）	・客の購入額が僅かずつ増える状況が、当面は続く。
		コンビニ（店長）	・購入単価はやや上がってきているが、来客数の動きが悪く前年割れが続き、売上も前年同期を下回っている。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数、客単価共に伸び悩みが続く。同業他社が主要商品のセールを行うと、確実に客足がそちらへ流れるため、依然として消費者のマインドは厳しい。先行きはベースアップで所得が増える世帯もあるが、全般として見れば、今の購買行動がこのまま続くと予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・なじみ客が中心の商売なので、景気の動きには大きく左右されない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・先行きも、販売量が上がりそうな雰囲気がない。
		乗用車販売店（経営者）	・多少のベースアップでは物価の上昇や増税に追い付かず、家計に余裕は生まれない。したがって消費の拡大にはつながらない。
		乗用車販売店（経営者）	・足元ではやや良くなっており、今の水準は維持するかもしれないが、今後、更に良くなるような感触はない。
		乗用車販売店（従業員）	・4月から自動車税制が変わるので、客の雰囲気がどうなるか、5、6月あたりまで様子を見る必要がある。今の時点では、どのように変わるかどうかはわからない。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車税の増税で、今後は徐々に悪くなる。
		乗用車販売店（経理担当）	・中小企業では大企業のようなベースアップが期待できない。その上、物価上昇で僅かな賃上げ分は飛んでしまう。
		一般レストラン（経営者）	・今後良くなる理由が見つからない。
		観光型ホテル（経営者）	・客の予約状況は、前年同期の80%程度で推移し、改善の兆しは現れていない。宿泊商品が全般的に弱含みでの推移が続いている。円安が定着しているが、原材料等の値上がりで業績を悪化させる一方、商品の動きには結び付かないため、懸念している。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きが変わらない。
		都市型ホテル（支配人）	・基本的な方向としては、好調が続くと思われるが、仕入れ商品が4月から軒並み値上がり予定で、アルバイトもひっ迫しており、コストの上昇に宿泊料金の引上げが全く追いつかない状態である。
		旅行代理店（経営者）	・商品の値上がりに対して、ベースアップがそれを上回る企業とのそうでない企業との格差が広がるので、先行きは、消費組と節約組の2つに分かれる。

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
		旅行代理店（従業員）	・大企業ではベースアップがあるということで、そういう客層がけん引すれば、景気は今よりは上向く。中小企業の賃上げの動きはまだわからないが、ベースアップを行う中小企業でも増えれば、景気は良くなるし、そうでなければ今とあまり変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・統一地方選挙があり、4月の旅行需要は停滞すると予想する。その反動で、5月からの行楽シーズンも重なり需要が増加するため、中期的な予測としては、横ばいである。一方、スポーツ観戦の団体旅行は変わらずに推移している。熱狂的なファンは、リピーターとなり、ほぼ毎回参加する。この客層の動きによって、業況のよし悪しもある程度は予想ができる。
		タクシー運転手	・繁華街には人出が少ない。人出が多くなると良くなる。
		タクシー運転手	・先行きの景気も今とは変わらない。株価の動きも良く、今年ベースアップもあるので、このまま良いムードが続く。
		テーマパーク（職員）	・来客数の動きには変化を感じない。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・株価次第の景気で、実態は何も変わっていない。
		美容室（経営者）	・全体的な流れとして、最低限の物を必要な時にだけ、という節約モードである。
		設計事務所（経営者）	・年度末には時期的なためか、小規模な急ぎの案件が数件あったが、全体的な状況としては、仕事量の低下が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・当分は横ばい状態であると思われる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・ゴールデンウィークまでは繁忙期の名残で需要があると思われる。その先については、例年と同様に、何らかの対策が必要と考えている。
	やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・様々な商品の価格高騰により、客は買い控えをし、必要な物しか買わない。3月の落ち込みを考えると、この先2、3か月では、あまり巻き返しは期待できず、売上はしばらく伸びない。
		スーパー（経営者）	・先行きが良くなる要因がない。
		スーパー（経営者）	・業況が前年よりも比較的良好な店も、悪い店も、ここ2～3か月は下がり続けており、今後もこのような状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・4月から、乳製品を始め値上がりする商品が多く、消費者の節約志向は強まりそうである。
		コンビニ（店長）	・コンビニや食品を扱うドラッグストアが、引き続き近隣で出店準備中であり、競争が更に激しくなる。
		家電量販店（店員）	・段々と景気は二極化してきている。海外で利益をあげる企業や為替相場のメリットを受けられる企業は確かに良いが、我々のような国内向けの企業では、円安メリットを享受する企業の犠牲となっており、全く恩恵が得られない状態である。競争だけが激しくなり事業拡大の要素すら見つからない状況が、将来は更に厳しくなり、二極化が進んでいく。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月以降は、自動車税の増税や様々な商品の値上がり等で、消費は落ち込むと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・4月からの新税制で、ハイブリッド車種以外のほとんどの車が減税の対象外となる。税金負担が5～10万円近く増えるため、自動車販売は、かなり影響を受けると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・今月の商品の流れや動きも良くなく、問い合わせ件数も少なく将来につながる明るい材料がないことから、先行きはやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・グリーン減税の対象車両が減り、税負担も増えるため、客足の伸びは期待できない。新社会人や異動により春先の需要が増えたのは過去のことである。しかし、新型車両の発表もあるため、今後は、いかに車に興味を持って店頭へ集客できるかにかかっている。
		乗用車販売店（従業員）	・減税基準に対応した特別仕様車が出そろうまでは、厳しい状況が続くと思われる。軽自動車への増税前の駆け込み需要の反動もあり、明るい材料はなく、今までになく厳しい状況となりそうである。

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
		乗用車販売店（営業担当）	・新車販売に関しては、4月以降のエコカー減税終了に伴って、客もしばらくは購入のタイミングを待つことになる。必要に迫られた人を除いて、車の買換えはしばらく見送られる。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・ゴールデンウィークで支出はレジャー費等に回るため、売上は減少する。しかし、旅行関係やグルメ関係の本は、売上の増加が期待できる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・異動や入学等の動きが一段落し、日常の生活が始まるので、商品の動きは落ち着く。
		旅行代理店（経営者）	・春に統一地方選がある影響は大きい。選挙後に旅行商品を受注できても、秋以降の商品となってしまう。
		通信会社（企画担当）	・新規契約数は増えているが、契約単価は低価格メニューが中心で、節約傾向は続いていると感じる。人の異動が落ち着くと、新規契約も一段落すると見込まれる。
		通信会社（サービス担当）	・引っ越しに伴って新規に契約する客が多いので、引っ越しシーズンが終わると、今よりも販売状況は悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・北陸新幹線のブームが落ち着くまでは、影響を受ける。
		観光名所（案内係）	・相変わらず様々な商品の価格が上がり続け、景気が良くなるはずがない。
		パチンコ店（経営者）	・大手チェーンの寡占化と低単価志向での営業を業界全体が受入れ、客もその状況に慣れてきている。
		理美容室（経営者）	・客との会話でも、給料が上がらないという話や物価が上がっているという話ばかりで、景気は悪くなる。
		美容室（経営者）	・県内景気の悪さや止まらない人口流出、これから消費税が増税となる前提で考えれば、景気が良くなる可能性はない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉用具のレンタル市場は、競争が激しく価格低下が進んでいる。改正介護保険法の施行で、介護サービス事業はより厳しくなる。
		設計事務所（職員）	・基本的に景気が良くなる兆候は見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・もし地元で中小建築会社の倒産等があると、冷え込んでいる消費者の住宅購入意欲に、更に水を差す恐れがある。
		悪くなる	
乗用車販売店（経営者）	・4月以降は一気に下降するものと予想される。		
住宅販売会社（経営者）	・物価上昇による生活費の増加が賃上げ額を上回っているため、全体的に沈滞ムードとなっている。		
その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・受注はあるが、単価が低い上に材料費の値上がりで利益が確保できない。総合的には前年同月を下回る状況で、景気の回復はまだ先である。		
企業 動向 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・ベースアップの実施等、大手企業を中心に明るいムードが出てきている。4月からの加速度的な回復に期待をしたい。
		化学工業（人事担当）	・大手企業だけかもしれないが、ベースアップが景気には影響すると思われる。次年度の新卒者の採用数を増やす企業が多いが、それも将来の景気見通しを示すバロメーターと思われる。
		鉄鋼業（経営者）	・現状から景気が回復する要因は特にないが、新年度の予算等で、新たな受注の増加を希望的に予測する客が多い。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量の高止まりが続いているが、新年度の客先のフォーキャスト（発注計画）から受注量を推計したところ、一層の上振れが見込める。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税の影響も緩和し、大手企業のベースアップもあり、少しずつであるが消費者のマインドは好転してきていると感じる。
		輸送業（エリア担当）	・円安に伴い製造業の景気が良いので、輸出貨物は堅調に推移すると思われる。
		輸送業（エリア担当）	・新商品の発売もあり、受注は更に伸びるものと見込んでいる。
		金融業（法人営業担当）	・取引先の中小企業では、人手不足や、自動車関連部品の受注がやや減少するといったマイナス要因はあるが、原油価格の下落に伴い、原材料コストの低減が見込まれている。
		金融業（企画担当）	・ベースアップが相次いでいることから、資産を持たない個人にも購買意欲が出てくるため、景気はやや良くなると思われる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・前年よりもベースアップの動きが全体的に良いため、消費の活性化に伴って、折り込み広告が増える。
		行政書士	・新年度に向けて、貨物が多様化している。

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
		会計事務所（職員）	・同業種の中でも事業者間の格差が広がりつつあり、競争の激化が見られる。飲食関係でも、客のニーズに対応している店は、非常に活況となっている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・現在の状態が続けば、株価は更に上昇する。東京オリンピックまでは好況が着実に続く。しかし、企業としてはリスクにそなえる必要もあり、研究開発は怠らない。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・今よりも景気が上向きそうな材料がなく、このままの状況が続く。
		化学工業（総務秘書）	・決算では大手企業は良い数字を公表するので、少なくとも悪い方向とはならない。収入アップにつながる具体的な見通しがあると、景気が上向きという雰囲気になるので、ベースアップの次は、夏季賞与の増額といった報道がマスコミで流れると、景気の良さが感じられる。
		窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の動きによる。
		金属製品製造業（経営者）	・新規受注の案件が減少している。
		金属製品製造業（従業員）	・新年度は大型プロジェクトの狭間になると、思いのほか案件が動かない可能性もある。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・電子部品市場は、拡大基調にあるとは感じるが、急激な伸びは見られず、価格競争も厳しいため現状維持と思われる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今のところ先行きの変化を感じさせる要因が見当たらない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーでは、年末までは海外販売が伸びると考えている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・輸出においては、引き続き円安による為替差益の恩恵を受けることが予想される。
		建設業（営業担当）	・最近では、増税前の駆け込み需要が、景気の起爆剤として目立っているため、ここ2～3か月は変わらないが、また消費税増税が近くなれば、多少なりとも受注が増加する。
		輸送業（従業員）	・円安により石油価格が再び上昇する等、物流業界では厳しい経営が続く。輸出関連で業績の好転している業種と内需型の業種では業況の差が大きい。好調な業種では人材採用が活発となり、物流業界の運転手不足に拍車がかかり、人手不足の深刻化が心配される。
		輸送業（エリア担当）	・前月と同様に軽油価格は、前年比で30円ほど下がっている。荷動きも良くなっており、よう車（他の業者から借りる車両、ドライバー）を集めるのに苦労が続いている。
		輸送業（エリア担当）	・景気の上向きを期待するが、けん引するような明るい材料が見当たらない。荷物の量は前年同期よりも減っており、前々年の実績も下回る状況が4月以降も続き、景気の低迷は変わらない。
		金融業（従業員）	・生産予定から見ると、現状の工場やライン間での二極化が、そのまま推移するという見方が強い。
		不動産業（経営者）	・年度末時点の様子見から、成約には進まないという状況が続くようである。
		不動産業（用地仕入）	・景気の動きを左右するような要因が見当たらない。
		広告代理店（制作担当）	・景気が良いのは大手企業だけである。受注量、売上共に増加の見込みはなく、厳しい状態が続くようである。
		公認会計士	・円安基調に変化はなく、電力料等も電力会社の経営改善が進むようには見えず、高止まりとなる。中小企業の賃金は上がっていないので、全体としての消費が上向きとは思えない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・大企業でのベースアップがニュースになっているが、中小企業ではなかなか難しく、現状維持がやっとという感じである。
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（代表）
	印刷業（営業担当）		・景気の良い悪いは業種によって異なるが、中小企業に関しては、ほとんどが悪い状況である。これから先は、良いところと悪いところの差が広がる。
	化学工業（営業）		・原料価格の低下に伴い競合他社の売り込みが一層強くなっている。今後は売上の減少が見込まれる。

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	
		窯業・土石製品製造業（社員）	・年度末は、例年以上に予算消化的な注文が多いため、4月以降は少し動きが落ち着くものと思われる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先のチェーン店のリニューアル工事や製品出荷が一段落するので、先行きは売上が減少する。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・海外向けの物件の大幅な増加により、これまで好調を維持していたが、中国や他の国でも若干ブレーキの傾向がある。為替相場等の動きにもよるが、今後はやや減少する見込みである。	
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の設備投資がそろそろ一段落するので、上昇基調はいったん落ち着くと見られる。	
		輸送業（経営者）	・原油の先物価格が上昇に転じている。軽油価格下落の恩恵がなくなれば、運輸部門の経営は大変厳しいものとなる。	
		不動産業（管理担当）	・大手企業からもコスト削減の要求が出始めている。人材確保の面では、若年層と中高齢者とで求人への応募には差がある。長い目で見れば、景気は悪い方へと向かう。	
	悪くなる	建設業（経営者）	・円安のメリットを受ける、特定の業種ばかりが好況で、業種間による不公平感が大きくなっている。	
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・現状と同様に、年度が替わり人事異動や人員体制の変動等の要因による派遣スタッフの求人が増える。	
		人材派遣会社（社員）	・有能な人材を正社員として中途採用しようとする求人ニーズは、依然として強い。	
		人材派遣会社（営業担当）	・新年度に入って、派遣の求人はいったん減る傾向にあるが、2、3か月後には、社員の退職や人事異動等で需要は高まると見込んでいる。	
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・為替相場は円安基調を維持し、海外への輸出も伸びるものと思われる。国内の新車販売の状況も徐々に良くなる傾向にある。	
		職業安定所（所長）	・為替相場や原油価格の動きが落ち着いてきており、ベースアップが進めば消費が拡大し、緩やかだが景気上昇となる。	
		職業安定所（職員）	・大手企業のベースアップにより、若干は消費が活発化すると思われる。また、下請の中小企業に良い仕事をしてもらうため、発注単価の引上げを検討するという話もあるので、ある程度は景気が良くなることを期待したい。	
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は19か月間続けて1倍を超えている。直近の新規求人数は、前年同期比では1.7%マイナスとはなっているが、製造業では14.8%の増加、労働者派遣業が56.5%減少と、産業別の求人内容から考えると、人手不足感を背景に今後も緩やかながらも改善の動きが続く。	
		職業安定所（職員）	・プラス要因としては、春闘によるベースアップで実質賃金が上昇し、消費者の財布のひもも若干緩む可能性がある。また、海外に生産拠点を持つ大手メーカーでは、円安ではあるが、国内工場でも人材募集を行っている。マイナス要因は、製造業でも大企業は好調であるが、下請の中小企業では、仕事が増えても加工賃が上がらず円安に伴い材料費は上昇している。また、求人数は、引き続き増加傾向ではあるものの、相変わらず先が読めない状況にあって、正社員よりもパート求人の増加が目立っている。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・4月以降は大手企業を中心に中途採用が活発化すると見込まれる。また、大手企業において、ベースアップの報道も多く出てきている。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大手企業の春闘の結果から、ベースアップで消費も増加傾向となり、消費拡大に伴って中小企業も活性化し、経済全体の活性化にもつながると見込んでいる。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業からの学生インターンシップの受入れ案内が、件数も対象学年も拡大しており、企業の採用意欲が積極的になっていると感じる。	
		変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・景気回復へつながるような特別な材料が見当たらない。
			人材派遣会社（営業担当）	・企業へ提案するエンジニアの不足感はまだまだ続きそうであり、製造業では、引き続き好況であると見込まれる。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行きのプラス要因が見当たらない。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人手不足感は改善されないが、どのような求人方法でも確実に人材を採用するのは困難となってきたため、企業は、費用をかけて募集することに二の足を踏む傾向が続くと思われる。			

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
		職業安定所（職員）	・企業の景況感は業種や規模別にばらつきがあるが、求人状況は、全体として高い水準を維持している。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比では増加しているが、前月比では減少している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用活動により中途採用の動きは多少鈍化することが見込まれるが、求人件数は拡大している。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・景気が良くなりそうな気配が、全く感じられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今月が好調であった反動で、先行きは少し悪くなりそうである。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣業務のアウトソーシングへの切替え提案等を失注した影響で売上減少が見込まれ、しばらくは厳しい状況となる。地域としては、受注受付センター等の効率化や低コスト化を目的とする、アウトソーシング化の引き合いが増えてきている。
	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	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・少なくとも今年の9月ごろまでは大口のコンベンションなどが予定されているので良くなるであろう。現状、にぎわいは金沢の一部で能登や加賀は今一つと見受けられるが、徐々に増えている。県内を舞台にした朝ドラも始まり、能登観光は輪島を中心にさらに増加すると思われる。今後はこの効果を維持、継続することがもっとも重要である。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は2月107%、3月103%、4～6月は200%と北陸新幹線開業の影響は出ている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大型の学会や大会が、いよいよ4月から予定されており、宴会やレストランにも良い効果がある。ただ、レストランの地元客は消費税増税後の戻りが悪い。
		タクシー運転手	・今後、観光シーズンになれば、例年になくさらに乗車が増えるような気がする。またビジネス客が増えていることから、今後も期待ができる。北陸新幹線効果は非常に大きいと思う。
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・来月分の売上も目標達成が見込める。
		百貨店（営業担当）	・だんだん暖かくなり、5月のゴールデンウィークに向けて旅行を考えている方が多いので、それに伴い衣料品やバッグ、雑貨などが動くため良くなると思われる。
		スーパー（店長）	・4月に入れば、昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動も落ち着き、普段の状態に戻ると予想されることから、良くなっていくことを期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・先々どうなるかはわからないが、悪い材料が見当たらずなくなっているのではないかと。あるのかどうかはわからないが、賃上げの噂も聞こえている。株価も相変わらず高い。期待のムードが高まっているような気がする。
		家電量販店（店長）	・高付加価値商品の4Kテレビやハイレゾオーディオなどの趣味嗜好商品に対しての問い合わせが増えてきていて、実績も先月から比較して緩やかではあるが上がってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・新商品の発表も予定しており、購入も少しずつ戻ってくる。
	住関連専門店（店員）	・飛躍的な伸びは想定できないが、企画などを仕掛けた部分への反応は確実に見られる。昨年の消費税増税の施行から1年経ち、一時期に比べると消費者の志向にも慣れが見受けられる。夏物の展開へとシフトしていく中で、外へ出かけなくても家庭で得られる満足度を高める動きもあり、インテリア用品への期待は持てる。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・希望的な期待感で、やや良くなるとした。現在、北陸新幹線の開業や、ペースアップがかなりあったなど、良いニュースが周りで聞かれることから、2～3か月前は少しは景気が良くなるのではないかと期待をしている。	

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		その他小売〔ショッピングセンター〕	・北陸新幹線開業効果で多くの観光客や地元市民が駅や新施設を訪れ、またピンポイントではあるが有名観光地、飲食店ににぎわいをもたらした活気が出てきた。ベースアップ報道も取り上げられ、景気回復が目の前までできているように感じる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・特に北陸エリアは北陸新幹線開業の影響もあり、観光だけではなく、一般マインドも上げ潮である。買上点数や購買動向に明るさを感じる。
		高級レストラン（スタッフ）	・北陸新幹線開業により、今年度は1000名以上の大型コンベンションが30件以上あり、料亭部門では既に30名以上の宴席受注が伸びている。テレビでの特集も多く、個人客の動きも好調である。
		観光型旅館（経営者）	・4月以降は北陸新幹線効果もあり、募集型団体旅行やインバウンドを中心に予約数が前年比10～30%ほど上回っている。
		都市型ホテル（役員）	・北陸新幹線の開業、そして立山黒部アルペンルートの開通を控え、今後期待される。
		通信会社（役員）	・中央におけるベースアップ実施企業の増加動向が地域にも波及してくるものと期待しており、合わせて提供サービスの契約獲得増に繋がることを期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・20代後半～30代前半の若年層の動きに加え、65歳以上の年配者層の動きも増えている。いままで年配者はリフォームを考える人が多かったが、新築を検討する方が多くなってきた。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の改善や省エネ住宅ポイントの復活で客の動きに期待したい。
		商店街（代表者）	・周りが良いというほど、良い動きはない。金沢は駅を含めた完成度が高く、富山の客が金沢に引っ張られている感がある。
		商店街（代表者）	・商店街の業種の中でもまだ健闘していた飲食関係でさえ、最近は新店に負けられないよう値引きや企画で奮闘しているが、思ったほど売上の伸びはない。大企業のベースアップが地方へ波及してくるには、まだ時間がかかりそうだ。
		商店街（代表者）	・4月からは大手企業のベースアップもあると思うが、消費者マインドはすぐには改善しないものと思われる。なお、今後夏期に実施予定のプレミアム付き商品券には、少しだけ期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・北陸新幹線効果が、徐々に街中まで浸透してきて景気が良くなるとも考えられるが、逆にストロー現象によって客がとられることも懸念される。景気の状態は予断を許さぬ状況であると思われる。
		百貨店（営業担当）	・昨年の3月は消費税増税前で4月は増税後であったので、この3～5月トータルで昨年と比べてどうなるかということ注視している。北陸では北陸新幹線の開業などがあるため、食品についてはお土産などの購買動機があり3か月累計で前年を上回る感じがしているが、ファッションではどちらかという北陸から首都圏の方に買物に出かけるという消費行動が予想され、少し厳しい。3～5月全体をとらえると前年並みなのではないかなという気がしないでもない。
		スーパー（総務担当）	・食品の値上げが引き続き予定されているため、客単価アップにより売上高は前年並みに推移すると思うが、決して景気が良いためではない。
	スーパー（統括）	・今後については、現状大きく変化する要素はない。しかし4月以降については、前年度に消費税増税があり、3月の駆け込み需要による売上増、4～5月の落ち込みということがあったのだが、今年はそれが無いであろうということと、まだ小売業界には効果が出ていないと思うが、3月14日の北陸新幹線開業について期待はしている。	
	コンビニ（経営者）	・イベントに依存する立地であることから、土曜や日曜、祭日の天候や、イベントの規模などにより多少の上下はあると思われるが、平日に関しては変わらないと考えている。	
	コンビニ（店舗管理）	・地方都市の企業では、賃上げも無縁である。景気好転の空気感には皆無かと思われる。	
	衣料品専門店（経営者）	・今後、衣料品全体の売上が増加していくとは思われない。景気回復の波に乗って自店をより一層磨き上げなければ、生き残れないと思われる。	

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
		家電量販店（店長）	・テレビの販売数量が伸びても小型テレビが中心で、単価の伸びがない。
		乗用車販売店（役員）	・自動車販売は新型車効果の恩恵が一番大きいのだが、年度の前半期は現状の商品で乗り切らなければならないので、中古車や修理部門の拡大に期待している。
		自動車備品販売店（従業員）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要の反動で来客数も大きく減少したが、今期は安定すると思われる。しかし新車軽自動車の税率変更など駆け込み需要後の動きは鈍くなる予測で、景気的には大きな変化は期待できない。
		一般レストラン（店長）	・北陸新幹線の開業効果が全く感じられない。金沢、能登に客がとられ、かえって悪いくらいだ。
		一般レストラン（統括）	・金沢駅付近は北陸新幹線効果の恩恵がある。しかし金沢から離れた市町村では若干の動きはあるが、大きな動きが見られない状況である。
		旅行代理店（従業員）	・北陸新幹線開業効果が企業から個人へ波及してくるかどうかは、2～3か月見てみないとわからない。まだまだ個人の財布のひもは固い。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は週末のみが忙しく、ほかの日は相変わらずさびしい。
		通信会社（営業担当）	・例年通りこの時期の商戦期にあたり、問い合わせ件数や契約数は目標達成しているが、解約数が増加しているため、結果としては大きな変化は感じられない。
		通信会社（店舗統括）	・大きな変動の要因は感じられない。
		通信会社（役員）	・競合している大手通信事業者の新サービスの影響が不透明ではあるが、契約数は変わらず推移するとみている。
		テーマパーク（職員）	・前年同月比でみると、昨年は消費税増税などの影響があったが、今年はそういった影響は受けない。団体やインバウンド客は増加傾向にあるものの、個人客の動きが依然として鈍く、トータルとしてみた場合、これから2～3か月先も今月並みに推移すると思われる。
		競輪場（職員）	・開催日数が増加する時期に突入り、客がよりレースを選別するようになる。開催グレードによって売上の増減が激しくなる。
		その他レジャー施設（職員）	・子供教室の入会につなげるため、体験教室を企画しているが、反応が今ひとつで新年度でもなかなか結びついてこない。大人も同様の施策を行っているが、これも反応が今ひとつである。
		美容室（経営者）	・今の不安定な景気の状態が当分は続きそうな気がする。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動向から変わらないと思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・情報量も目標数字に近い線まできており、今後コンスタントに推移すれば景気は良くなると思われる。ただ、増改築で大型案件の手離れが悪くなるなど、商談時間が長くなる傾向にある。連動して思ったほど受注が伸びないことも十分予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・金利及び税制の優遇面は浸透してきているが、まだまだ契約までに時間がかかっている状況である。
	やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・乳製品やその他の食品、また野菜類などの値上がりや高騰などがあり、悪くなる要素ばかり目立つ。
		スーパー（店長）	・今月と比べると、4月からまた値上げがあるということで、それを踏まえて節約志向も進んでいくのではないかと思っている。
		コンビニ（経営者）	・販売が好調な商品はコーヒーが唯一といっていいほどであり、ドーナツもそこそこ調子がいいが、このような商品でもそれだけを買っていく人が多い。店内の商品の単価自体は上がっているものも多いのだが、客単価が上がっていない。この状態では、来客数の減少もあり売上の増加が見込めない。
		コンビニ（店長）	・近くに競合店出店の情報がある。これまでも売上が大きく下がっているが、競合店の出店となれば確実に更なる売上悪化となる。出店自体は春以降の話なので2～3か月でどうなるものではないが、夏ごろにかけてものすごく悪化するものと思われる。コンビニの潰し合いが続く昨今、どこの店舗も抱える不安要素であることは事実である。競合店出店による売上低下の恐れがない店舗は皆無であり、業界全体が潰し合う事で本部の売上は上がるものの、個店の売上は下がり、私たち店舗経営者にとっては大変厳しい状況にある。

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）	・3月が過ぎると、例年徐々に売上や来客数が減っていく。
		スナック（経営者）	・今春、当店の複数の常連客が会社を退社し、目にみえて落ち込みそうである。絶えず国際的な要因が引き金となりマイナスとなって現れる。少しマイナス的な気持ちになる。
		通信会社（職員）	・昨年の消費税増税による駆け込み需要とその後の反動もなく、プラスの要因もマイナス要因も少ない。競合新規参入による市場の変化は今のところ少ないものの、今後は徐々に影響が出てくる。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売に伴い、来客数はそこそこ安定してくると思うが、最近は新機種が出たからといって直接販売台数アップにつながるほど販売は増えないと思われる。
	悪くなる	-	-
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・政府施策の後押しもあり、国内消費の改善が期待される。
		繊維工業（経営者）	・為替が安定し、内需では仮需がやや強そうである。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・株高、賃金上昇により個人消費の伸びが期待できる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内は「地域工場・中小企業等の省エネルギー設備導入補助金」で工作機械も対象になったので、引き合い、受注が増えると予想している。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線の影響は少なくとも短期的には確実にプラスである。取引先などのマインドも同様に感じる。
		不動産業（経営者）	・同業者もそうだが、法人でも一部では動きが出ていると言われていることから、今後2か月先ぐらいには、皆動き出すのではないかと感じている。
		税理士（所長）	・若い人でも新たに事業を始めたい、あるいは会社を設立したいという案件が、私の身の回りで上がってきている。いろいろなビジネスチャンスが出てきていると感じている。ただ、規制があり異業種が参入しづらい業種がある。そういった規制緩和が大事なのではないかと最近感じるものが多くある。ただ、傾向としてはいろいろな面で明るい方向、拡大の方向に今ようやく向かいつつあるのではないかと思う。
	変わらない	化学工業（総務担当）	・今後の受注予定は横ばいの見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合をみて、そのように思った。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が安定している。また、先の数か月についても現状ベースの内示をもらっている。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・国内販売、海外販売とも、ここしばらく大きく変化していくような要素は見当たらない。	
	建設業（経営者）	・年度初めとあって公共工事の発注は例年通り少ないであろうが、建設産業の担い手確保のために政府が「担い手3法」の改定を行って適正な利益を確保できるような政策を打ち出しているため、その一環として早期発注が期待できるのではないかと考えている。	
	建設業（総務担当）	・受注環境に地域格差が生じており、地域によって受注価格競争が激化することも予測され、先行きは不透明になっている。	
	輸送業（配車担当）	・現状のなかでは、今後急速に物量が回復するとは思われない。	
	金融業（融資担当）	・北陸新幹線開業で当面のピークを迎えているが、夏ごろまでは好調が継続すると思う。最近、デパートに行っても、昨年よりもにぎわっていると思う。	
	司法書士	・抵当権設定の案件が増加しているが、ほとんどが借換え案件である。非常に安い金利になっており、これで金融機関の利益が出るのか疑問なものもある。	
	やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・外部環境の変化がない以上、為替の影響でますます原材料の平均単価が上昇し、収益に与える影響が一層増してくるものにとらえている。
	悪くなる	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・27年度も各月売上が前年比を上回るとは思えず、いまだ景気の底には到達していないのではないかと。業種的にも、住宅や不動産、家電量販店のチラシの出稿は上向きに転じていない。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（役員）	・北陸新幹線の開業、大型アウトレットモールの開業など、流通店の進出で少し求人が出てくるような感じがしている。

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
(北陸)		職業安定所(職員)	・これまでの人手不足の業種だけでなく、幅広い事業主から求人が出されており、人手不足の状況はしばらく続くと思われる。
		職業安定所(職員)	・北陸新幹線開業の後には、県内にアウトレットモールが7月ごろにオープンを予定しているなど、しばらくは求人増加傾向は続くものと思われる。
		民間職業紹介機関(経営者)	・7～9月にかけて、複数の大型商業施設がオープンする。オープンに向け、本格的な求人が増え、人の動きも物の動きも活発になることが期待できる。
	変わらない	人材派遣会社(役員)	・北陸新幹線効果が増すことを期待したい。
		人材派遣会社(社員)	・今後、専門職の人材確保に向けた取組みを検討していく必要がある。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・企業の大量雇用の動きがあまりない。
新聞社[求人広告](担当者)		・3か月前と比べて求人数が増えているものの、この流れが続くかどうかは不透明であり、今のところこのまま増加するような動きも出ていない。ただし、新卒学生の採用意欲は近年になく高い。	
	職業安定所(職員)	・業績が良くなるという事業所がある一方で、依然として先行きを不安視している事業所もある。	
	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	百貨店(企画担当)	・消費税増税の影響による消費の落ち込みは依然として続いているものの、外商顧客については既に回復基調となっている。また、外国人客向けの売上の急増傾向は、免税対象商品の拡大による影響が一巡するまでは継続する。
		タクシー運転手	・年度末でにぎわっているほか、中国などからの観光客も増えているため、需要が伸びて供給も増えてくる。
	やや良くなる	一般小売店[鮮魚](営業担当)	・今後モインバウンド客の増加により、来客数の更なる増加が見込まれる。
		一般小売店[衣服](経営者)	・売れるかどうかは別として、客の出入りが多くなるので良くなる。
		一般小売店[花](店長)	・来客数、販売量共に、多少であるが伸びている。何の影響かは分からないが、良い兆候である。
		百貨店(売場主任)	・耐震工事がほぼ完了し、昨年10月のリニューアルによる効果も出てきているので、少しずつ良くなっていく。
		百貨店(売場主任)	・今後、更なる外国人客の需要により、売上の増加が見込まれる。ただし、株高の上昇や大手企業を中心とした賃金のベースアップなど、購買を刺激する材料はあるものの、恩恵を受けるのは一部にとどまる。全体の購買を押し上げるにはまだまだ時間を要するため、国内客の購買が大きく増えることは期待できない。
		百貨店(売場主任)	・大手企業による賃金のベースアップなどで来客数も増加する。
		百貨店(売場主任)	・春闘での労使交渉の妥結結果などをみても、賃上げの動きには広がりが見られる。また、原油価格も低位で推移しており、製造業や運輸業には追い風となる。5月の大型連休は国内旅行が盛り上がるのが期待されるほか、インバウンド関連も好調な推移が続く。
		百貨店(企画担当)	・3月は前年が消費税増税前で売上が伸びた影響もあり、前年比では大きくマイナスとなるが、4～5月は反動増となるため、この調子が続けば3月の落ち込みを取り戻すことができる。
		百貨店(営業担当)	・海外の高級ブランド品や金製品などの引き合いが出てきている。株高の影響もあって、今後も富裕層の優良顧客による美術品、高級ブランド品などの高額品の購入が増える。
		百貨店(営業担当)	・競合店のオープンから1年が過ぎ、客の商品の買い方も安定し、動きが戻ってきている。
		百貨店(服飾品担当)	・外国人客向けの売上の伸びがまだまだ続くほか、今年は盛夏商材のセールを7月以降に計画している取引先が多く、夏商戦への期待度が高い。

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
		百貨店（販促担当）	・消費増税の影響で前年は苦戦したが、今年が良くなるかどうかは不透明な状況である。一部の化粧品などの消耗品には期待できるものの、ファッション関連は不透明感が強い。大きく回復する要素は見当たらず、3月の落ち込みを取り戻すことは困難と予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・企業の決算が好調となるなか、労働分配率が賃金のベースアップなどで上昇している。その結果、可処分所得が増えるため、消費が増える可能性は高いものの、新しい商材やサービスの切り口が明確でなければ、企業格差や業態格差は更に広がる。
		百貨店（売場マネージャー）	・苦戦していたバーゲン期間が終わり、春夏商品が中心の品ぞろえに変更した売場から、売上が回復基調となっている。消費増税によって節約していた客の、購買意欲の回復が感じられる。
		百貨店（マネージャー）	・景気が回復しつつあるほか、春闘による賃金のベースアップで給与と所得が増えるため、中間層の消費増が見込まれる。
		百貨店（営業企画）	・株価の上昇、春闘による賃金のベースアップなどの影響が、いずれは消費に波及してくるという期待感がある。
		百貨店（外商担当）	・各業界で賃上げが実施され、株高も続いていくことから、高額品を中心に消費意欲は高まっていく。
		スーパー（経営者）	・来月の初めに卒業、入学シーズンが終わるとともに、客の動きが落ち着く。
		スーパー（経営者）	・去年は消費増税後の買い控えが4月から2～3か月続いたため、その反動によるプラスを見込んでいる。また、大企業中心の賃上げやパートを含む時給アップなどで、消費者の財布のひもが少し緩むことも期待したい。
		スーパー（店長）	・3月後半の落ち込みは想定以上で、春の実需は4月以降に期待がかかる。商品の値上げによる影響は、賃金のベースアップによって相殺されそうである。一方、インバウンド需要の盛り上がりもしばらく続きそうであるが、過度の集中は従来客の客離れにつながる懸念もある。
		スーパー（店長）	・消費増税による落ち込みの翌年となるが、賃金のベースアップなどの良いニュースもあるため、4月以降は上向いてくる。
		スーパー（店長）	・今後は去年の消費増税の特需による反動も落ち着き、消費の回復が進むと思われるものの、引き続き楽観視できず、予断を許さない状況となる。
		スーパー（店長）	・春闘による賃金のベースアップが各社に波及し、徐々に消費が増える。
		コンビニ（経営者）	・ファストフードやコーヒーが更に充実し、ファストフードのチェーン店との垣根がなくなっている。今後は客単価だけでなく、来客数の増加も期待できる。
		コンビニ（経営者）	・近隣の競合店の閉店で来客数の動きが例年と異なるため、全般的に在庫を増やしていく。ロスも多くなるが、より多くの来客数を望める。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・春夏物スーツ、シャツなどのオーダーが順調に増えてきている。
		家電量販店（企画担当）	・春闘での賃金のベースアップが需要喚起につながる。スマートフォンのほか、リフォームなどの住設関連を中心に、来客数の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・3月は建築や土地の動きが良くなるが、今年は景気の良い年の3月の動きではない。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月に入ると一服感が出てくるものの、新型車の受注が好調に推移することで、受注量は確保できる。
		住関連専門店（店員）	・新生活関連の需要が始まり、ゴールデンウィークには買い増し需要も期待できる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・夏のカatalogが発刊されるため、受注が増加する。
		高級レストラン（企画）	・企業による出張や会議、接待利用などの需要が増えている。
		一般レストラン（経理担当）	・3～4月の先行予約が好調であり、引き続き来客数は増えると予想している。インバウンドも好調な動きが続く。
		観光型ホテル（経営者）	・株高や給与の引上げにより、少し良い方向に向かうという期待感が大きい。
		観光型ホテル（経営者）	・燃料価格の下落の影響で消費が増えている。

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
		都市型ホテル（支配人）	・4月以降の賃金のベースアップによる個人消費の底上げを期待している。不安材料は、電気料金の値上げや人件費の高騰による企業収益への影響である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室部門では高単価のプランにも需要があり、売上が伸びている。宴会は、統一地方選挙の動き次第で5月の状況が変わり、予約が6月以降にずれ込むことが予想される。一方、食堂部門は4月からのイベントが好調で、予約件数、人数共に前年を大きく上回ると予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は今年ほどではないが、前年を大幅に上回る予約状況が続いている。一方、宴会の先行予約は悪く、月による増減が大きい。
		都市型ホテル（客室担当）	・先の予約については、ゴールデンウィークまでは順調に入っているが、それ以降は昨年並みとなっている。現在に比べると、少し動きが鈍くなると予想される。
		タクシー運転手	・現状よりは良くなる。
		通信会社（企画担当）	・景気回復が期待できる。
		テーマパーク（職員）	・新施設のスタートが思った以上に好調であり、メディアでも多く取り上げられているが、いつまでも続くわけではない。
		ゴルフ場（支配人）	・来場者数や予約状況の減少傾向に歯止めがかかりつつあるため、景気は良くなっていく。あとは客単価が上向いてくれば良くなる。
		パチンコ店（店員）	・新聞などで明るい記事が増えてきている。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・雑誌や週刊誌をみても、バブル期を思わせるような記事であふれている。一般大衆の期待や願望が反映されていると感じる。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・インバウンド関連は引き続き堅調であるほか、春闘での賃上げや株価の上昇ムードなどから、国内のレジャー消費は好転することが期待される。
		美容室（店員）	・暑くなるとパーマのオーダーが増えてくる。
		その他サービス [コインランドリー] (経営者)	・あらゆる分野で人手不足となっているため、必然的に賃金が上昇し、消費マインドの改善が進む。
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	・株価の上昇や円安が進むため、景気が悪くなることはないが、企業間の格差が開くことになる。業績の良い企業が、そうでない企業を分る穴埋めし、トータルで景気が良くなるような状況が予想される。ただし、やや良くなるといっても、ほんの少し良くなる程度である。
		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。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の前の動きに戻ったように感じる。
	変わらない	商店街（代表者）	・売上からインバウンド関連を差し引くと、昨年を下回っている。
		一般小売店 [精肉] (管理担当)	・テレビや新聞のニュース、株価をみていると、ものすごく景気が良くなっているように感じるが、販売の現場では全く動きがない。逆に、原料の仕入コストが上がり、ダブルパンチとなっている。変化の兆しも感じられない。
		一般小売店 [自転車] (店長)	・今後は仕入価格が上昇するが、販売価格を据え置いても客の購買量は変わらない。今は例年以下の状況であり、残念ながらこの先も上向きになるとは思えない。
		一般小売店 [野菜] (店長)	・まだ状況が変わるところまでは期待できない。
		百貨店（売場主任）	・東北の早期の復興や、国内景気の回復などが不可欠である。
		百貨店（売場主任）	・ヘビーユーザーには高額品が売れる一方、入店客数は減り続けており、売上全体としては横ばいの状態が続いている。
		百貨店（商品担当）	・現状では賃上げが消費の増加に結びつかどうかどうが、懐疑的になっている。統一地方選挙の影響で消費が一時的に滞ることもマイナス要因である。
		百貨店（サービス担当）	・来月からは、新しい商業施設が梅田地区で再オープンする影響などで、入店客数が大変厳しい状況となるため、真の力が試される。
		百貨店（商品担当）	・値上げに関するニュースは多いが、無駄な物は買わない傾向が続いている。やや高額な物は好調であるが、ボリュームゾーンの婦人服は苦戦している。

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
		百貨店（売場マネージャー）	・上半期に占める3月のウェイトは大きく、春夏商戦は3月に決まるともいわれている。3月が低調である以上、夏物商戦にも厳しい見方が出ており、衣料では単価のダウンもあって期待薄の状況である。一方、インバウンド客の動きは活発であり、前年の3倍となっている。大阪地区とは売上の大きさが異なるものの、好調な動きが目立つ。
		スーパー（経営者）	・都市部と地方の格差が広がっていると感じる。地方では、依然として必要な物以外は売れず、特にぜいたく品は売れないという状況に変化はない。
		スーパー（店長）	・今春闘でも景気が良いのは一部の職種や企業であり、全体的な賃金増には結びつかない。節約志向は当分の間続くと思われる。
		スーパー（店長）	・来客数が伸びない。
		スーパー（店長）	・今期は3～4月の2か月の合計で比較する必要があり、4月の売上が重要になる。3か月先の景気については、気候の影響にも左右されるが、客のニーズに合った売場づくりができるかが重要である。
		スーパー（企画担当）	・前年の4月からは消費税増税によって落ち込んだため、今年はその反動で少し良くなる見込みである。ただし、来客数の落ち込みと相殺されるため、大きな変化はない。
		スーパー（経理担当）	・賃上げが実施され、所得の増加が実感されるにつれて上向いてくる。節約志向は残るものの、ハレの日の消費や、高額でも少し良い商品に対して、お金を使う動きが増える。
		スーパー（広報担当）	・賃金アップに伴う消費回復を期待したいが、賃上げは大手企業に限られている。中小企業は依然厳しい状況であるため、効果は限定的なものとなる。
		スーパー（開発担当）	・春闘での賃金のベースアップは大手企業が中心であり、内需型の小売企業はなかなか厳しい。
		スーパー（社員）	・店頭では食品部門の動きが良く、特に総菜部門の良い状況が続いている。最近の雇用環境の改善が、働く女性の増加につながり、次第にスーパーの総菜部門の業績にも反映されつつあると実感している。この傾向は当面続きそうである。
		コンビニ（店員）	・物価の上昇に伴い、低価格商品に目が向くことは避けられない。景気が良くなる兆しは感じられない。
		コンビニ（広告担当）	・まだ大きく好転する要因が見当たらないため、このままの状態が続くと予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が上向き要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・補正予算によって景気刺激策が実施される見込みであるが、景気の押し上げ効果は疑問である。徐々に物価が上昇している一方、収入が増えていない。
		家電量販店（経営者）	・客の財布のひもは固く、年金生活者の不安感の払拭や、給料所得が増える見込みがなければ、景気は良くならない。
		乗用車販売店（経営者）	・賃上げの動きは全体に広がっておらず、一部の大手企業のみにとどまる。
		乗用車販売店（経営者）	・悪くなる感覚はないが、良くなる材料もない。客の収入が増えるどうかは分からないほか、今も増加分が消費に確実に回っている実感はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の販売台数は変わらず低迷しているが、サービス売上は目標を達成している。現状維持の状態がしばらく続くため、2～3か月先の景気は変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・ベースアップやボーナス増などによる、賃金の引上げが期待される。ただし、中小企業をはじめ、もともと消費税増税の影響で可処分所得が減っていた企業が多いことを考えると、十分な景気の底上げにはつながらず、更なる消費マインドの縮小も懸念される。
		乗用車販売店（販売担当）	・賃金アップによって景気は更に上向きになり、消費者の購買意欲も高まる。ただし、一部の賃金アップだけでは全体の押し上げにはつながらないため、全体的な増加を期待したい。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・賃金ベースアップなどへの期待感もあるが、今後どれだけ生活が上向きかは不透明である。4月ごろからは値上げ商品も増えてくるため、一時的に売上は上がるものの、継続は難しい。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来月の統一地方選挙で変化があれば別であるが、今の状況では変化が起きるとは思えない。以前にも増して、消費の二極化が進んでいる。

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
		その他専門店〔食品〕 （経営者）	・景気が良くなる要素は今のところ見当たらない。統一地方選挙などで消費が冷え込む恐れはあるが、大手企業の決算が増益となることで、半年後は少し上向くことが予想される。
		その他専門店〔宝飾品〕 （販売担当）	・円安が続き、消費者の購買意欲が低迷する。
		高級レストラン（スタッフ）	・新入社員や異動してきた同僚との食事が、ランチ時に増える傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・人事異動に伴う歓送迎会、新規顧客の獲得、ウエディングシーズンの到来など、上向く要因はいくつかあるが、それなりの広告費やサービスの費用を差し引くと、極端な上昇はない。
		一般レストラン（店員）	・日々の努力の積み重ねにより、今年に入っても売上が変わらないため、今後も下がることはない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・最大手の会社による、賃金のベースアップなどの報道は聞くが、それが実際に消費の増加につながるかどうかは分からない。
		観光型ホテル（経営者）	・先行予約が順調に推移している。
		観光型旅館（経営者）	・アベノミクスの評価は、今後の景気によって左右される。
		観光型旅館（経営者）	・客の動きが、北陸新幹線の沿線といった一定の場所へ集中しそうである。当エリアは目玉となる観光スポットがなく、苦戦しそうな予感はあるが、今のところは通常の入込状況である。
		観光型旅館（団体役員）	・宿泊人員は増えているが、仕入価格などの諸経費が高騰し、経営的にはまだまだ苦しい。
		都市型ホテル（総務担当）	・外国人客の予約状況は依然として好調である。
		都市型ホテル（管理担当）	・一時的には少し良くなってきたように感じるが、食材価格の上昇や電気料金の値上げなどの不安要素もある。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行の3月の駆け込み需要やゴールデンウィークの宿泊の予約が、インバウンド需要の増加で非常に取りにくくなっている。また、海外旅行については、イスラム国関連や飛行機事故の影響が欧州方面で大きく出ている。燃油サーチャージが下がってきているが、それ以上に心理的な落ち込みが大きくなりそうである。
		旅行代理店（店長）	・客が不安を感じており、良くなることはないが、悪くなることもないという感覚である。
		旅行代理店（広報担当）	・テロや旅客機の事故など、長期的に客の不安感がぬぐえない状況であり、この状態は今後も続く。
		タクシー運転手	・一般の客や企業の予約は従来どおり推移しており、大きな変化はない。
		観光名所（企画担当）	・リニューアル効果が薄れ、来場者数が減少気味である。来期は開業から25周年となるため、新規イベントなどで集客を図るが、来場者の維持が精一杯の状態である。
		遊園地（経営者）	・良くも悪くも、情勢が変化する材料が見当たらない。
		競艇場（職員）	・4月以降は来場者が増えることも減ることもないため、状況は変わらない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンとなるほか、5月には家族向けのイベントや多くのコンサートが開催されるため、若者を中心に多数の来場が予想される。
		美容室（経営者）	・季節に左右される仕事であり、今後は客の増加が見込まれるが、最近のカットの客が多いため、客単価は上がらない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・今後は新しいコンセプトの店舗が続々とオープンする。ブランド価値の向上を目指し、既存店の売上アップにつなげたい。
		住宅販売会社（経営者）	・市内中心部では地価が上昇している一方、周辺部では上昇していない。全体的に上向いている動きはみられないため、現在の状況がしばらく続く予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・新規客の動きは徐々に改善しているが、以前に比べて明らかに予算が少ない。優良な顧客の減少が続いている。
		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）	・金融機関の融資姿勢は変わらないと思われるが、不動産に対する融資金額が減少傾向にある。金融機関に対する融資の申込件数も増えていない。
		その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・新築住宅の需要喚起につながる目立った政策もなく、当分は低迷状態が続く。
		その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・景気にはプラス要素が多いものの、価格高騰局面にあるため、綱渡りの状態が続く。

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・売上を増やすために安売りが進むことで、かえって全体の売上を落とすことになる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・すべての商品ではないが、一部の腕時計や目覚まし時計の値上げの通知が各メーカーから送られてきている。4月から様々な物が値上がりするなかで、必要最低限以外の物を買おうという気にはならないため、しばらくは厳しい状態が続く。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・東京への一極集中の傾向がみられる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・当地域は零細企業や工場が多い。小さな鉄工所で少しは仕事が出てきたとの声も聞かれるが、実際は給料がアップするまでには至らない。物価は上がっているため、地域の隅々まで賃金アップの動きが広がらなければ、来客数は今後一層減っていく。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・株価は上昇しているが、もうけているのは限られた人である。
		スーパー（管理担当）	・円安で製造業などの好調企業による値上げが目立つが、小売や流通関連はかなり苦戦が続いている。
		コンビニ（店長）	・政治への不信感が高まりそうななか、特に大きな出費をする様子はない。どちらかといえば買い渋りが先行しそうな気がするため、景気が良くなることはない。
		コンビニ（店員）	・4月から様々な物の値段が上がり、買い控える客が増えそうである。
		衣料品専門店（販売担当）	・給与のペースは変わらない一方、食品は値上がりするため、ますます買い控えが激しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・世界的に株価は上昇しているが、零細企業にまでその恩恵は回っていない。逆に、円安で原材料価格が高騰しているが、納入価格を上げられないため困っている。今後も円安・株高が進行すると予想されるため、景気は良くならない。
		住関連専門店（店長）	・年度替わりの時期は、いつも売上や注文が一段落するが、今年は個人消費が戻ってきているといったニュースが増えている。ただし、家具などの生活用品は好影響の波及が遅く、回ってこないこともあるため、とても楽観視はできない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・70～80代といった主要顧客には消費拡大につながるプラス要因がないため、今後も一進一退の状況が続く。
		一般レストラン（企画）	・春闘によって各社で賃金のベースアップが行われる一方、既に始まっている材料費の値上げが4月以降は加速する。家計を直接的に圧迫する要素であり、外食への支出が減るのではないかと懸念している。
		通信会社（経営者）	・物価の上昇による個人消費の低迷が予想される。
		通信会社（社員）	・携帯電話会社と通信会社による、光回線サービスでの連携が徐々に増えてくるとみられ、その影響が顕著に出てくる。
		住宅販売会社（経営者）	・建築費などの高騰による影響が、エンドユーザーにも出てきたと感じる。
		住宅販売会社（従業員）	・今後の新築マンション価格は、土地価格や高騰する建築費などから推測すると、現在の価格水準を上回ることは確実であり、エンドユーザーはついて来られない。
	悪くなる	一般小売店〔花〕（店員）	・繁忙期であったにもかかわらず、売上が伸び悩んでいる。今後、売上が伸びる要素はない。
		衣料品専門店（経営者）	・2～3月の売行きが悪いと、夏物商品の手配をし損なうため、売りたい時に売れる商品がなくなる。また、厚手の春物が残っていたりすると、今後売れなくなる。
		一般レストラン（経営者）	・値上げの影響で、外食の機会はますます減る。
		競輪場（職員）	・昨年はアベノミクスが注目されたが、状況は変わらなかった。今後は賃金が上がるといわれているが、この4月からは物価がそれ以上に上がる。年金の受給金額も増えない。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・現在交渉中の商談が順調なため、これから景気は良くなると感じる。
	やや良くなる	繊維工業（団体職員）	・政府の景気対策による民需の回復に期待している。
		木材木製品製造業（経営者）	・受注量が次第に増加していくため、売上、利益共に増加を見込んでいる。
		化学工業（経営者）	・営業からの報告では、比較的明るい話が多くなっている。
		化学工業（管理担当）	・賃金が増えて購買力も上がれば、お金が市場に出回ってくる。

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
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新たな案件の獲得など、先行きの見通しが良くなりつつある。これまでのローコスト生産が、利益率の引上げに貢献しそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・製造業においては、これから無駄な物や効率の悪い物は淘汰され、効率の良い技術が高く評価される時代になる。そのなかで日本の中小企業が力を発揮すると期待しているが、その足を日本の財政問題が引っ張るのではないかと不安である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・給料については、大手だけでなく中堅企業も増えるようになってきている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年は高付加価値の4Kテレビの市場が更に拡大する見込みであり、夏のボーナス商戦では4Kテレビの荷動きが活発になる。
		建設業（経営者）	・年度末の駆け込み需要なども含めて、やや良くなると予想している。
		輸送業（営業担当）	・輸出の増加と原油安で海運事業が好調であり、来月も荷量が多いため、増便することになっている。
		通信業（管理担当）	・統一地方選挙による影響は不透明な部分もあるが、今後は良くなると予想している。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・近隣の事業所から、店に折込広告を直接持ち込む客が増えており、折込収入が伸びている。
		広告代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けての企画が多く、効果が期待される。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税率の引上げから1年が経過し、徐々に影響は薄れてきたように見える。ガソリン価格の高騰もなく、今後は安・近・短の外出が増える。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・5月の連休ごろから、補助金を活用した顧客の改修工事が始まってくる。
		変わらない	食料品製造業（従業員）
	食料品製造業（営業担当）		・昨年の夏は冷夏であったが、今年は特に飲料水の動きに変化はないと予想される。
	食料品製造業（経理担当）		・食品の値上げが続いており、賃金が上がっても追いつかない。
	繊維工業（総務担当）		・現状の為替水準では、利益率の上昇が見込めない。国内生産への転換も検討しているが、それには時間がかかる。
	繊維工業（総務担当）		・消費者のニーズを的確に反映したものづくりを考えていかなければ、低価格に頼った営業になり、販売が伸びない。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）		・忙しいが、配達料に変化はみられない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）		・受注量の増加についての話が、顧客から聞かれることがない。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）		・今月は期末需要で受注量は増えたが、現時点では来月以降の新しい動きや案件の話があまり多くない。一部の企業では、新年度から組織変更となる特需もあるが、それほど大きな受注は見込めない。
	化学工業（企画担当）		・原料コストの販売価格への転嫁が取引先に認められず、利益の出ない状態が続く。
	窯業・土石製品製造業（経営者）		・3か月程度の短期間では変わらない。
	金属製品製造業（経営者）		・年度末にもかかわらず荷動きは悪いため、新年度になってもあまり期待できない。
	一般機械器具製造業（設計担当）		・まだまだ物価上昇に賃金がついてきていない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・新規戸建住宅の着工の回復が見込めないため、大型商業施設の案件はあるが、市場環境は大きく変わらない。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・好調も3月末までであり、特に5月以降の受注が少ない。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・あまり景気の良い話はない。		
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いのある案件をいかに確実に受注に結びつけていくのか、企業努力が必要である。引き合い自体は増加傾向にあるが、価格競争が激しい。		

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
		その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・大手企業を中心に、春闘による賃金のベースアップへの満額回答が続いているが、中小企業は景気の回復を体感することができない。むしろ円安により原材料費が高騰するなか、販売価格に転嫁できず、経営が圧迫されている状況である。
		建設業(経営者)	・新年度を迎えて季節も良くなるが、依然として顧客の所得は増えそうにないため、現状維持となっても仕方がない。
		建設業(経営者)	・技術員や技能労務者の不足が慢性化している。今後、アベノミクスによる景気回復で各企業の設備投資が増えても、深刻な状況が続くと予想される。
		輸送業(商品管理担当)	・入学や母の日、父の日関連で、少しずつ販売量は増えているように思うが、全体的には昨年よりも悪化している。
		金融業(営業担当)	・全体的に良くなってきているが、企業規模による格差が大きい。今後も大企業は潤う一方、中小企業はまだ厳しい状態が続く。
		金融業〔投資運用業〕 (代表)	・株価の今後の揺り戻しが心配である。景気判断が下降気味に推移していることも不気味である。
		不動産業(営業担当)	・神戸から企業が出て行く動きは今後も続く。
		広告代理店(営業担当)	・売上が前年を超えているものの、何とか超えている状態であるため、先行きの予測は難しい。
		経営コンサルタント	・大企業はかなりの賃上げが実現しそうであるが、中小企業の賃上げのほか、人々の消費意欲がどう変わっていくかが重要であり、それによって大きく変わる。
		司法書士	・今月は少し動きが良かったが、長続きするかどうかの判断が難しい。全体的には大きく変わらない。
		コピーサービス業(店長)	・特に明るい話題はないが、注文の問い合わせは増加しており、しばらくこの流れは続く。
		その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	・周囲からも良い話が聞かれない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	・2～3か月ぐらい前から、値上げの話が各メーカーから出てきているが、得意先に認めてもらうまでに時間がかかるため、状況は芳しくない。
		やや悪くなる	金属製品製造業(営業担当)
金属製品製造業(管理担当)	・太陽光発電の大手企業による事業撤退のニュースなど、不安要素が大きい。現在、太陽光関連で当社の売上の6割を占めている。		
輸送業(営業所長)	・じゅう器の搬入も落ち着き、事務所移転などの案件が数件決まっているが、年度末ほどではない。		
輸送業(営業担当)	・例年は機の品切れが発生し、納品が5～6月ごろまでかかるが、今年は品切れもなく納品できているため、配達量が減る。		
広告代理店(営業担当)	・年度初めは、広告の出稿を控える企業が増える。		
その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	・景気回復の実感が得られない。		
悪くなる	-	-	
雇用 関連 (近畿)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(経営者)	・景気は右肩上がりになり、少なくとも消費税率が上がるまでは大きな変化はない。
		人材派遣会社(支店長)	・消費税増税の影響がなくなり、統一地方選挙以降も需要が増える。
		アウトソーシング企業(管理担当)	・夏物商品の加工に関する依頼が入れば忙しくなるので、期待している。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・このまま好調な動きが続く。新年度を迎えて、まずは投資などの意欲が高まると感じる。
		新聞社〔求人広告〕(管理担当)	・求人数の増加傾向が続いているほか、株価も堅調に推移している。円安で好調な輸出関連以外の企業も業績が堅調であるため、この先も景気は上向く。ただし、関西圏は明確に良くなると断言できる状況にはない。
	職業安定所(職員)	・管内企業からの聴取によると、機械・電機関連の製造業を中心に、景況感はやや良いか、普通という企業が多い。今後の展望も、やや明るくなるか、現状維持という企業が多く、景気が良くなる兆しとみられる。	
変わらない	人材派遣会社(営業担当)	・物価の上昇による、一時的な消費の冷え込みがあると予想される。	

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
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・円安が業績にプラスとなる業種は伸びるが、その逆もある。全体的な値ごろ感の水準が上昇してきているのは確かだ、デフレからインフレに少しずつ移行している。ただし、全業種で社員の収入が伸びているわけではなく、偏りがある。求人も新卒に関しては活発化しているが、30代からの転職は停滞している。正社員化は進みつつも、特別契約の社員のウェイトが高い状態が続いている。
		職業安定所(職員)	・新規求人数が増加傾向で、新規求職者数は減少傾向という状況は変わらないが、臨時パートタイマーや非正規社員の割合が高く、景気回復が実感できるほどではない。
		職業安定所(職員)	・景気が良いと考えている事業所は多く、悪いという声は聞こえてこない。3か月先も今の状況が続くと予想される。
		民間職業紹介機関(職員)	・建設需要は持ち直していくが、高齢化などによる地域の日雇い労働市場の縮小は止められない。関西では賃金も上がる方向にない。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・景気は現時点で良くなっているが、更に良くなる要素は見当たらない。
	やや悪くなる	-	-
	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	競艇場(職員)	・3か月後には全国発売の最高格付け競艇レースが開催されるので、売上が期待できる。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・季節的な要因もあるが、身のまわりの人の中にも景気は良い方向に向かっていると話す人が多い。
		商店街(代表者)	・気候が良くなり観光シーズンに入るので、景気も良くなって欲しいという願いを持っている。ただ円安や物価高に今後どの時点で歯止めがかかるのか、不安である。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・法人設立関係の注文がはじめており、企業に前向きな取組が感じられる。
		一般小売店〔酒店〕 (経営者)	・地方へのばら撒きという見方もあるが、プレミアム付き商品券が発売されるなど、地方への景気対策が動き出す。大いに期待している。
		一般小売店〔紙類〕 (経営者)	・国内客に限らず海外の観光客も増えると考えられ、景気は良くなる。
		百貨店(経理担当)	・今後を予想することは非常に難しいが、少なくとも売上は前年実績を達成しないとイケない。
		百貨店(販売促進担当)	・4月末に県から20%お得な商品券が20億円発売される。市の発売分と合わせると、プレミアム分を含めて36億円相当であり、この商品券が消費高揚の起爆剤になってもらいたい。
		スーパー(店長)	・3月は久しぶりに来客数と客単価がともに前年を上回った。この状況は今後も継続する。
		スーパー(店長)	・前年4~6月は消費税増税後の反動減で売上が非常に悪かったため、それに比較すれば今年は良くなる。
		コンビニ(エリア担当)	・消費税増税から1年が経過したことに加えて、季節的にも消費が上向く時期である。現状より景気は良くなると思われるが、大きな伸びは期待できない。
		コンビニ(支店長)	・最近の客数の動向から判断して、景気は良くなる。
		家電量販店(店長)	・前年4月は消費税増税後の反動減で大きく落ち込んだので、今年はそれに比べれば景気は良くなる。
		家電量販店(企画担当)	・今でも景気は良くないが、これ以上悪くなることはない。
		乗用車販売店(統括)	・4月からは消費税増税の影響が弱まり、前年を上回る販売量が見込まれる。
		乗用車販売店(営業担当)	・今まで消費を抑えていた客も、将来の消費税再引上げを見越して動き出す。
		乗用車販売店(営業担当)	・来客数が増加し、客の購買意欲は上向く。
		その他専門店〔和菓子〕 (経営者)	・プロ野球が開幕し、地元球団を応援する人で街中が盛り上がる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 (所長)	・前年は駆け込み需要の反動減が大きかったが、今年は売上が回復する。特に影響が大きかった衣料品や住関連商品が回復する。

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
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付き商品券が発売されるので、今より景気は良くなる。
		その他飲食[サービスエリア内レストラン]（店長）	・尾道松江線の開通に伴い、高速道路の交通量が増加する。
		観光型ホテル（支配人）	・姫路城の再オープンが期待できる。また台湾や韓国からの季節定期便が復活するので、両国からの旅行者が増える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・賃上げ等を実施した元気な企業に利用していただくと期待する。
		旅行代理店（営業担当）	・春闘のベースアップ効果と、国の補助金等の景気対策に期待する。
		タクシー運転手	・今後は観光シーズンに入るし、花見や歓送迎会等のイベントも行われる。特に当地は学校が多いので、期待できる。
		通信会社（企画担当）	・複数の大手キャリアが同時にモバイルやひかり商品について従来のサービス枠を一新する動きを始めている。消費者の関心が徐々に高まる。
		通信会社（販売企画担当）	・ベースアップ実施等で賃金が上昇し、その効果から景気が良くなる。
		テーマパーク（業務担当）	・天候が良くなり、春のイベントも始まる。また連休もあるので、行楽客が増える。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況を見ると、3か月先も好調である。
		住宅販売会社（従業員）	・8%への消費税率引上げから1年が経過するので、消費税増税の影響も薄れてくる。
		住宅販売会社（営業担当）	・客は物件情報の取得がますます巧くなっている。あまり広告宣伝していない物件についても、客が自ら情報を仕入れて、問い合わせしてくる場合が増えている。具体的に検討する客の増加を期待する。
		住宅販売会社（営業担当）	・ボーナスの支給時期となるので、客に多少の動きは出る。
変わらない		商店街（代表者）	・客の様子から、客は必要以上に商品を購入することもなく、財布のひもは固い印象を受ける。
		商店街（理事）	・生活関連の日用品等が値上がりする一方、賃金は消費に結びつくほどは上がっておらず、消費者に不安感が残っている。悪くなることはないが良くもならず、景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・株価上昇や一部大企業のベースアップ実施等により、2～3か月先も3月同様に景気の堅調さが維持される。
		商店街（代表者）	・客の買物に対する態度は2極化が進む。物価上昇の影響を大きく受ける低所得者が買い控える一方、所得が増えている客は商品を大量購入する。
		一般小売店[靴]（経営者）	・年度初めは買物が増える時期であるが、4月以降も様々な値上げが予定されているので、今後も景気は厳しい状況が続く。
		一般小売店[食品]（経営者）	・相次ぐ値上げで客の買い控えが起こり、また客の高齢化と人口減少により消費の低迷も続く。
		百貨店（営業担当）	・アパレルは依然として低迷しているが、飲食、ヘアサロンやエステ等は好調であることから、今後期待している。ただテナントの空き区画の解消が喫緊の課題であり、景気回復を実感できるのはまだ先になりそうである。
		百貨店（営業担当）	・外国人旅行者の来店も多少はあるが、テレビで見る爆買いは当地ではみられない。フリー客を呼び込むよう施策を展開しても客数は伸び悩んでおり、今後も常連客を大切にしてい
		百貨店（営業担当）	・大手企業のベースアップ実施等、景気回復が期待できるようなニュースも出ているが、地方では景気回復が感じられ消費意欲が向上するような材料は少ない。現状より景気が良くなるとは考えにくい。
		百貨店（営業担当）	・景気が変わる要因がない。
		百貨店（売場担当）	・円安による原材料高で衣料品、靴やバッグ等の価格が跳ね上がっている。客の買い方は非常に慎重であり、特に60歳代や70歳代の客は若い世代よりシビアに買物する。4月以降も急に景気が上向く様子はない。
		百貨店（購買担当）	・来月から外商部門は客にお得なカードに切替える予定であり、外商の上得意客であっても3月は購入を見合わせる動きが出ていると聞く。客はポイント付与等の特典があるものには反応するが、それ以外には厳しい姿勢である。アパレルではヒット商品が生まれておらず、今後も試行錯誤が続く。

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
		百貨店（売場担当）	・当県の地域性かも知れないが、景気の回復や伸長が感じられず、停滞感がある。
		百貨店（営業推進担当）	・4月からは前年の消費税増税後に反動により減少した実績との比較になるが、現状も反動減から完全回復したとはいえず、厳しい状況は継続する。
		スーパー（店長）	・3月より良くなることも悪くなることもなく、このままの状況が数か月は継続する。
		スーパー（店長）	・景気が変わる要因が見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・商品単価等も落ち着いているので、景気はこのまま推移していく。
		スーパー（財務担当）	・中小企業の賃金はまだ上昇していない。客は普段は節約しておき、ハレの日にプチぜいたくするような状況が続く。
		スーパー（管理担当）	・景気の改善が続いていると発表されるが、景気は改善というよりも現状維持である。客数や客単価の推移をみると、この先しばらくは今の状態が続く。
		スーパー（販売担当）	・来客数が減少する一方、客単価は上昇する状況が継続する。
		スーパー（営業システム担当）	・商品の値上げが多いため、売上は増加するが、販売数量は減少する傾向になる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・地元のプロ野球球団の応援者を町のあちこちで見かける。
		衣料品専門店（経営者）	・少なくとも自分のまわりでは、景気が良くなるような動きはみられない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の反動が今なお継続している。陽気はすっかり春であるが、客の財布の雪解けは遠い。
		家電量販店（店長）	・販売増を期待できる商品はほとんど見当たらないが、節電志向の高まりにより冷蔵庫やエアコンの単価アップが期待できる。当店で取組を強化しているリフォーム関連商品の伸びを期待する。
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー減税制度に関係した駆け込み需要で、3月の売上は最後になって多少好転した。4月以降も前年のような反動減にはならないと思うが、現状を超えるとは考えられない。
		乗用車販売店（店長）	・自動車業界にとって4～5月は年間の中でも厳しい月である。また目新しい商品もないので、当面は現状維持が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・主力車種のマイナーチェンジが近いため、商談を中断する客が出始めた。新型車の安全技術を比較検討する様子である。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では円安も株価上昇も、あまり経済効果はない。このままだと景気はもっと悪くなる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・当地でもプレミアム付き商品券が売り出される。多少、消費が伸びるかもしれないが、一時的なものに止まる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・売上を伸ばす方法として、割引等で客を呼び込む策しか思い浮かばない。客は我慢して待てばセールが開催されると考えるので、通常の日には客が少ない状況が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・現在は景気の好材料がない。
		高級レストラン（スタッフ）	・個人利用の予約状況はあまり良くないが、全体では前年並みである。
		一般レストラン（店長）	・外国人観光客は前年に比べて増えているが、一般客が減少傾向にあり、トータルでは客数はあまり変わらない。近隣市にできる大型ショッピングセンターが当店にはマイナスに影響する。
		一般レストラン（外食事業担当）	・前年4月は消費税増税で買い控えが起こった。今年4月は統一地方選挙の影響が懸念されるが、前年実績はクリアできる。食材の値上がりや売価に反映させているので心配な面はあるが、全体としては景気に影響はない。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・客単価が上がらない。
		都市型ホテル（企画担当）	・大型ショッピングモールの開業景気は納まった。一時よりは低調な景況であるが、天候が良くなるので市場の動きも活発になる。しかし前年は団体需要で特需があったので、その反動が出ると思われ、景気を楽観できる状況ではない。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊部門は現状が続く。レストラン部門は回復傾向にあるが、物価高騰の影響で客数の減少が考えられる。
		都市型ホテル（総支配人）	・身のまわりでは景気に影響するような事象はみられない。

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
		旅行代理店（経営者）	・3月決算の企業も多いが、今後の動きに大きな変化は見受けられない。個人消費はやや良くなる可能性がある。
		タクシー運転手	・数が月前から景気に変化はみえない。
		タクシー運転手	・企業は人事異動の時期であり、一時的には人の動きは良いかもしれないが、景気が上向くほどの材料ではない。統一地方選挙が行われ、行事の自粛ムードが出る。
		通信会社（社員）	・販売量が増えるような問い合わせがみられない。
		通信会社（総務担当）	・県内の景気はやや良くなる見込みである。当社の販売数はここ数か月増加しておらず、客の購買意欲も感じられない。
		通信会社（広報担当）	・客は単価は低ければ低いほど良いという姿勢である。景気が良くなる見通しは持てない。
		テーマパーク（管理担当）	・地方では都会ほど賃上げ実施という声を聞かず、個人消費についても消極的な傾向がみられる。
		テーマパーク（営業担当）	・団体予約では高単価なものが減っている。また外国人旅行者の増加も一時的な現象である。
		美容室（経営者）	・駅前に大型ショッピングモールが開業したため、以前と人の流れが変わっている。近くの商店主に集客が難しくなると心配する声がある。
		美容室（経営者）	・2～3か月後に客の収入や小遣いが増えているとは考えにくく、売上は現状維持が精一杯である。逆に消費税増税で客の出費は増えているので、理容業にとっては景気が悪くなる心配がある。
		美容室（経営者）	・景気が悪くなっている部分もあるが、良くなっている部分もある。客の2極化が進んでいる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月、身のまわりで景気の変化がうかがわれる話は一切聞かない。今後2～3か月で景気に変化がみられるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・展示場への来場数が回復しなければ、景気の改善は難しい。
		設計事務所（経営者）	・地方経済は崩壊に進んでいるが、国に危機感が感じられない。北陸新幹線が開業したが、東京へのストロー現象に拍車がかかるだけである。
		設計事務所（経営者）	・省エネ住宅ポイント制度も始まったが、現状は景気が上向きになる雰囲気は感じられない。特に新築物件の動きが悪い。
		設計事務所（経営者）	・建築価格は高止まりしたままで、下がる気配はない。省エネ住宅ポイント制度は始まったが、客の反応は感じない。景気が上向く要因が見つからない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・子供服業界は少子化・多店舗・デフレ・インターネット販売という四重苦にあえいでいる。客の可処分所得が上がって消費が拡大するとは到底思えない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・地方経済がますます疲弊していく状況が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税と食料品の値上げの悪影響を受ける。
		スーパー（販売担当）	・当社が扱う生活雑貨においては、若年層の消費離れが著しい。現在は高齢客に支えられているが、全体の来客数は減少傾向にある。やはり景気の回復は期待しづらい。
		コンビニ（エリア担当）	・客に買い控え傾向がみられる。各種商品の値上げが追い打ちをかけ、厳しい状況が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・原材料が値上がりするため、問屋の仕入価格も上がる。小売段階では値上げ額はかなりの金額となり、最終的には客の負担が増えるので、消費が冷え込む。
		家電量販店（販売担当）	・決算商戦も終わり、夏までは消費が落ち込む。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の来場数が全く増加していない。また4月からの自動車税制変更が売上に影響する。
		住関連専門店（営業担当）	・当地は経済的に大手化学メーカーに依存する割合が高い土地柄であり、その企業の業績が悪いと地域全体が影響を受ける。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・プラス要因は高速道路尾道松江線の開通である。残念ながら、団体客の集客の悪さがこのプラス要因を上回る。
		一般レストラン（経営者）	・都会と違い、地方の賃金水準は増加どころか減少傾向にある。家計が苦しくなる一方で、仕事を選ぶ傾向に拍車がかかり、労働環境は悪循環に陥っている。今後もしばらくの間、地方は苦しい。
		タクシー運転手	・消費者の節約指向が強まることはあっても、財布のひもを弛めて生活する姿は考えられない。

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
		通信会社（工事担当）	・需要期である3月が過ぎると、その反動で4～5月は工事件数が減少する傾向がある。
		通信会社（営業担当）	・物価上昇に所得増額が追いついておらず、景気浮揚の兆しはみられない。かえって消費の冷え込みが増進する。
		通信会社（総務担当）	・現在は契約件数が増加しているが、年度替りによる一時的な契約増である。
		悪くなる	スーパー（店長）
		スーパー（業務開発担当）	・4月からコーヒーなど多くの加工食品が大幅に値上げされる。食品スーパーにとって消費の落ち込みは火を見るより明らかで、対策に頭を痛めている。
		コンビニ（エリア担当）	・3月に客単価が下がった理由は、円安等の影響による商品値上げである。今後も値上げが続くようなので、景気は悪くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・地方に効果が出る景気対策を聞かない。地方創生と言っても、今の大企業中心の考え方は、地方は疲弊し富は東京等大都会に集中するだけである。
		企業動向関連 (中国)	良くなる
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・住宅業界では消費税増税後の反動減が徐々に鎮静化してきつつある。
		輸送業（経理担当）	・物流体制を見直す企業もあるが、生産・出荷数量が増加している客も多い。今後も現状のまま推移する。
		金融業（貸付担当）	・多くの企業がベースアップを実施することで、個人消費の動向に刺激を与える。また前年は消費税増税後に景気が落ち込んだが、今年はその要因がないので、景気は良くなる。取引先の情報によれば、都市部での受注は増加しつつあり、地方にも波及すれば景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の情報や受注量の動きからみて、景気は上向きに推移する。ただ売上が急上昇する状況には至らない。
		会計事務所（職員）	・製造業の受注状況は年度末という事情もあり、やや増加している。そのため下請会社の中には、親会社に対して受注単価の引上げ要請を検討しているところもみられる。
		変わらない	
繊維工業（統括担当）	・景気が良くなるよう期待しているが、好転する材料が見当たらない。		
化学工業（総務担当）	・政府の景気回復策は進んでいるが、職人不足による工事の遅れ等、内需拡大を妨げる現象も起こっており、実体経済はまだ回復していない。公共工事の拡大等、景気回復に有効な施策が望まれる。		
窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け受注が好調で、現在の生産水準を維持できる見込みである。ただ客先が生産調整に入るとの情報もあり、懸念している。		
鉄鋼業（総務担当）	・輸入材の安売り攻勢が強く、また市中在庫も高水準で推移している。不安要素はあるものの、取引先の活動水準は足元同様に底堅い状況が継続する。		
鉄鋼業（総務担当）	・受注は少し下振れしているが、株価が高めに動いているため受注のテコ入れとなり、下振れを抑えてくれると期待する。		
非鉄金属製造業（経理担当）	・景気に特段の動きはみられない。		
金属製品製造業（総務担当）	・受注量は現状と同程度か、増加すると見込んでいる。ものづくり・省エネ補助金の公募が発表され、客先の引き合いが増えているという情報がある。5月より再生可能エネルギー賦課金が単価改定され電力料金が上がるが、コストアップ分は仕事量の増加でカバーしたい。		
電気機械器具製造業（総務担当）	・まだまだ中小企業にはアベノミクスの恩恵は波及しておらず、気配すら感じない。一方、消費税は予定どおり引き上げられたため、収入と支出の大きなギャップを埋めることができない。		
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注量は内示に比べて減少する傾向にある。5～6月は変わらないが、4月の受注量は1か月前の内示から4%強減少する。		
輸送用機械器具製造業（財務担当）	・現在の景況感や為替水準が当面継続しなければ、川下産業である関連機器メーカーにとって恩恵は非常に小さい。		

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
		建設業（経営者）	・先日、地価が公示されたが、3大都市圏以外では地価は相変わらず低下しており、当地も下がったままである。土地が動かないことは建設業界にも悪影響がある。景気が良くなならない状況は今後も続く。
		建設業（総務担当）	・仕事が繁忙な状況は長期に亘り継続する。人材や資機材面で難しい対応が迫られる。
		建設業（総務担当）	・景気の先行きは不透明である。
		通信業（営業担当）	・更なる消費税率引上げが予定されていることもあり、中小・零細企業には好況感を感じられない。賃上げは大手企業のみであるが、個人消費がどこまで伸びるかが鍵である。残念ながら、地方経済への取組があまり伝わってこない。
		金融業（自動車担当）	・地元完成車メーカーの環境対応車は好評である。現在の為替水準であれば、輸出が落ち込む可能性は低く、部品メーカーの受注も高水準が持続する。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・当社売上の2割を占めるOEM生産について、委託元企業の今後の動向がはっきりしないため、景気はやや悪くなると判断している。
		化学工業（経営者）	・苛性ソーダのダブつき感から、メーカー各社は相次いで値下げしている。この影響から当社商品及び由来製品について値下げ要求が強く、取引量の多い取引先から段階的に対応せざるを得ない。
		通信業（営業企画担当）	・地元の大規模の客は情報通信への設備投資が停滞している。中小規模の客には核となるニーズへの対応に時間を要することから、短期間での景気好転は厳しい。
		不動産業（総務担当）	・例年、賃貸物件の需要は4月中旬で落ち着くため、景気はやや悪くなる。
		コピーサービス業（管理担当）	・景気が良くなる要因は全くなく、また当業種は衰退業種なのであきらめている。事業縮小も考えている。
悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・景気が良くなる情報は一つもない。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きからみて、景気は悪くなる。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・新入学シーズンが終わるので、受注が減少する。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・製品は地球規模で競争するので、なかなか値上げできない一方、材料コストは上がり続けている。海外より材料を仕入れ、国内で商品を販売する業界は非常に苦しくなる。	
雇用 関連 (中国)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・引き続き雇用は拡大して、景気が良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・生産年齢人口の減少と景気回復によって、労働者の急激な売手市場化が起こっている。この変化に対応できない中小企業は人材の採用や定着で問題を抱えるケースが増えており、限られた優秀な人材の奪い合いが起こる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・改正派遣法が9月に施行され、マイナンバー制度は10月に通知され翌年から運用される。様々な案件が動き始めるが、一つ一つを真摯に受け止め、自社体制を更に強化する必要がある。盤石な基盤を構築できる企業が新年度に生き残る。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・新卒採用を行う企業の活動が一層活性化し、広報に力を入れる企業が増える。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・新卒採用には構造的な問題があり、景気がよほど失速しない限り、高水準の採用意欲が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地場企業のベースアップは今後の交渉となるが、ベースアップ実施はごく一部にとどまりそうである。しかし景気浮揚の気運が出始めており、景気は上向いていく。
		民間職業紹介機関（職員）	・日経平均は20,000円に迫る勢いがあり、心理的に投資や&Aを実施しやすい環境になる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大型ショッピングモール開業に伴う特需が続く。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・求職者のうち、在職者の多くはパートや嘱託などの非正規労働者が中心で、正社員への転職希望者が少ない。離職による失業を踏みとどまり、在職中から改善傾向にある労働市場をみながら求職活動している。	
	変わらない	人材派遣会社（社員） 求人情報誌製作会社（広告担当）	・特に突出した景気に関わる情報はない。 ・採用意欲の高い企業群は引き続き積極採用を行っていく傾向にあり、求人は高止まりしている。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・地方ではベースアップを実施する企業は少なく、物価上昇が賃金の伸びを上回っている。消費者の節約志向は続き、個人消費の回復は期待できない。
		職業安定所(産業雇用情報担当)	・倒産や大量解雇等の話は今のところ聞いておらず、雇用情勢は落ち着いている。
		職業安定所(雇用開発担当)	・来春卒業する大学生等の企業セミナーを開催したが、前年を大幅に上回る企業から参加申込があった。新卒者の採用意欲は引き続き高い。
		職業安定所(産業雇用情報担当)	・例年、4月以降は有効求人数が減少し、有効求職者数は増加するが、今年は求人減少幅が大きくなる。
		学校〔短期大学〕(学生支援担当)	・あまり景気に目立った動きは感じない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

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	百貨店(営業担当)	・昨年の駆け込み需要を踏まえると、今年の3月は客の購買動向は鈍っている。
		スーパー(店長)	・昨年は消費税増税による反動減の影響が非常に大きかったので、今年は良くなるとみている。
(四国)	やや良くなる	商店街(事務局長)	・今後、プレミアム付き商品券の発行が起爆剤となって、消費が活発になると期待している。
		商店街(代表者)	・継続的な活性化事業が実を結びつつある。
		商店街(代表者)	・近隣の大学の学生数が4月から増える。夏には、商店街内の再開発ビルが竣工し、定住人口も増えて賑わいが増すと期待している。
		商店街(代表者)	・現在の顧客動向のまま推移すれば、良くなると期待している。
		スーパー(財務担当)	・賃上げが地方に及んでくる。
		コンビニ(店長)	・これまで建設業のお客様だけ購買力が回復していると感じていたが、ホワイトカラーのお客様も昼食の客単価が上昇している。ゆとりが感じられる。
		衣料品専門店(経営者)	・4月になると気候も良くなり、人の出入りも増える。ある程度は持ち直すのではないかと。
		乗用車販売店(役員)	・今年に入って少し動きが出て来ていたが、3月の新車販売は前年を下回っている。むこう3か月は、新型車の投入等々があるので、良くなる。
		住関連専門店(経営者)	・消費税増税後の昨年4月以降は厳しい状態が続いていたが、最近では株高や賃金上昇の動きもみられ、少し明るい。
		その他専門店〔酒〕(経営者)	・花見などで需要が多くなる。暑くなると飲み物も良く売れることから、景気は良くなるだろう。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(支配人)	・昨年春は消費税増税後の下落があったことから、今年は回復の動きが出てくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(副支配人)	・地域振興券の発行が予定されており、消費を刺激すると期待している。
		タクシー運転手	・例年4～6月は乗客数が多い。
		通信会社(企画)	・契約状況を見ると、季節要因も多少あるが、夏に向けてやや良くなっていくとみている。
変わらない		一般小売店〔文具店〕(経営者)	・乗客数と販売量が増加する要因は見当たらない。
		一般小売店〔生花〕(経営者)	・必要なもの以外は、見るだけで購入しないという傾向が続いている。客単価が増えることを期待したい。
		一般小売店〔酒〕(販売担当)	・4月からプレミアム付き地域商品券が期間限定で発売されるので、商品券の取扱店は少し潤うと期待している。個人経営の専門店にも消費者が流れてくることを願うばかりだ。
		百貨店(販売促進担当)	・昨年4月の消費税増税後、食品や大型専門店などのデイリー商材は早く回復したが、衣料品や高額品は、低調のまま推移している。
		スーパー(企画担当)	・大手のベースアップなどの情報はあがるが、地方企業はまだまだ給与面などで厳しい状態が続く。商品の値上げも続くため、売上は厳しい状況が続く。

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
		コンビニ（店長）	・3月末から気温が上昇し、人の動きも増えていくと予測していたが、実際は順調とは言えない状況が続いている。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に大きく左右されるが、来店客数が増える兆しが見えない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後の落ち込みも一段落している。大きな伸びは期待できないが、ある程度の売上は確保できるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・急激に景気が悪くなるとは考えていない。
		衣料品専門店（総務担当）	・気温が高くなり春物販売が増えてくると予想するが、客の様子からは景気回復の動きが感じられない。消費意欲が高まる気配はない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売され受注台数は増えているが、全体的に好調とまではいえない。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が上昇に転じたことや円安による商品値上げなど、景気が好転する材料は少ない。
		乗用車販売店（従業員）	・若者の車離れから、春の新卒需要が期待できなくなって久しいが、新型車の投入で販売量が回復することを願っている。市場の大きな伸びは期待できず、例年と変わらない。
		観光型旅館（経営者）	・株価上昇で消費意識が少し上向いてきているようにみえる。例年3～4月は利用客が多いが、5月以降はどうなるか見通せない。
		タクシー運転手	・今より良くなる気配はない。お遍路関連の乗客も昨年は四国遍路開創1200年ということで多かったが、今年は少なくなるだろう。
		通信会社（営業担当）	・春の新規需要が一段落し、夏のボーナス商戦までは動きが鈍くなる。
		通信会社（支店長）	・景況の底入れ感は昨年10月頃と思っているが、なかなか上昇しない。上がる要素はあるが、夏以降になるだろう。
		観光遊園地（職員）	・繁華街の景気があまり良くないと聞いている。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月後は気候的には非常に良いシーズンになるが、予約数は今とあまり変わらない。また、消費単価も下落してきている。
		美容室（経営者）	・地方の景気が上向き要素がない。
		設計事務所（所長）	・良いところと悪いところとの差がはっきりしてきているようにみえる。
やや悪くなる		スーパー（統括担当）	・今後も商品価格の値上げが予想され、財布のひもはますます固くなっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・多少なりとも軽自動車税増税に伴う駆け込み需要があったことから、先取りした分の反動減はあると予想している。
		旅行代理店（支店長）	・ヨーロッパ・中東を中心とする海外での政情不安により、販売単価の高いヨーロッパ方面の旅行客が激減しており、回復の兆しがみえない。
		通信会社（営業担当）	・季節的要因から判断。
		競艇場（職員）	・5月にはゴールデンウィークレース、周年記念競走が開催され、売上増が期待される。しかし、6月は本場開催日が14日と少なく、期待できない。
		美容室（経営者）	・転勤などで失った客数分は、カバーできていない。
悪くなる			
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）	・商品価格の値上げ等が実施されるが、政財界の方向性がはっきりしているため、2～3か月後には落ち着くとみている。
		繊維工業（経営者）	・都市部と外国人観光客が訪れる観光地の小売店は好調に推移するとみている。
		鉄鋼業（総務部長）	・円安の影響は販売価格の上昇、資材仕入価格の上昇と両面あるが、販売価格の上昇の方がメリットは大きい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電設備は一段落し、今はバイオマス発電に力を入れている。最初の契約が間近に迫っており、計画が形になりつつある。売上計上はまだ先のことだが、今後良くなる。
		輸送業（経営者）	・給料等が上昇傾向にあるため。
		通信業（部長）	・光関連サービスの受注次第ではあるが、やや良くなると考えている。
		金融業（副支店長）	・大企業の多くは業績が改善している。株高と業績改善に伴って賃金も上昇している。中小企業も遅れてはいるが、徐々に波及してくると期待している。

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
		公認会計士	・観光客が増えてきているという話をよく聞く。特に道後地区においては、ホテルの稼働率も上昇し、土産品などの売上が伸びている。また、不動産についても、若干ではあるが、値上がりが見られるようで、経営者も設備投資を検討する動きが増えてきている。
	変わらない	農林水産業（総務担当） 食料品製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経理） 建設会社（経理担当） 建設業（経営者） 通信業（総務担当） 広告代理店（経営者）	・気温上昇とともに、市場への出回り量が増加する。早めの売り込みで消費を喚起したい。 ・得意先の売上が上がり、受注量は増えていない。 ・得意先からの受注見通しに大きな増減が無く、また市場における需要増減の要因も生じていない。 ・売上は確保できているが、利益が伴わないので、景気は変わらないとみている。 ・公共工事の受注がどれだけ獲得できるかが勝負。 ・変動する要素が見当たらない。
	やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） 建設業（経営者） 輸送業（営業） 輸送業（支店長）	・採算割れにならないよう、思い切った価格修正をやっていかなければならないと考えている。 ・年度始めのこの時期は、例年やや悪くなる。ただし、受注量のある程度有しているため、新年度の事業量次第である。新規発注量が少ない場合は、想定よりも低評価となる。 ・販売が比較的堅調に推移していた頃は、ある程度の需要を予測した見込み生産や仕入を行っていた荷主の中にも、ここに来て受注量に応じた計画生産や仕入に切替えるところが以前にも増して多くなった。景気回復は地方にまでは波及しておらず、消費者の購買意欲は鈍く、消費低迷はしばらく続くのではないかと。 ・原油安による軽油価格の下落はプラス要素ではあるが、むしろ円安による輸入貨物の減少のマイナスの方が大きい。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
(四国)	やや良くなる	人材派遣会社（営業） 人材派遣会社（営業担当） 求人情報誌（営業） 新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度を迎え、様々な立場で環境が変わり、雇用が落ち着いた後に消費ニーズも高まると考える。 ・売手市場となっている労働市場において、企業の求人におけるコストも上乘せとなり、雇用改善の兆しが広告業者等への良い波及効果にも繋がる。 ・求人市場では、引き続きどの業種でも人材不足が見込まれており、採用に掛ける予算は増加する見込み。 ・次の消費税増税は確定しているので、どこかで販促に力を入れないと増税後の不景気に巻き込まれてしまう。昨年4月の消費税増税から1年を経て、消費者も慣れてきているので通常の消費活動に回帰していくのではないかと。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（所長）	・求人と求職者のミスマッチが多くあり、就業につながりにくい。新卒採用などにより一般的な業務は求人が減少しており、景気は現状を維持している。 ・月間有効求人倍率は、前月比較0.01ポイント上昇。ただし、新規求人数が前年同月比マイナスになるなど一服感がある。 ・事業廃止や企業の撤退もあるが、進出企業の話もあり、全体としては変化はない。 ・管内の有効求人倍率は、3か月連続1.0倍台で推移している。ただし、新規求人を産業別で見ると、小売業が7か月連続で減少している。 ・特に好材料が見受けられない。医療、介護系でも、生き残りを懸けた競争が始まっている。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・連休前後で求人数の減少が見込まれる。
	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	良くなる	百貨店（営業統括）	・前年の消費税増税後の反動が想定されるので、4～6月までは前年比増となる。

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
関連 (九州)	やや良くなる	商店街（代表者）	・新年度になり人が動くので、販売量がいくらか拡大するものと期待している。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークまでは今月と同じような売上となる。その後、停滞、減少する。
		商店街（代表者）	・大分市の中心市街地は大きく変貌している。東九州自動車道も開通し、4月には県立美術館と駅ビルがオープンする。中心市街地にはかなりの人が買物や観光等で流れてくるので、消費が伸び景気が上向く。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・得意先の飲食店が増床リニューアルオープンし、それに伴い納品量も増える。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新茶時期に入るが、売上は毎年減少している。近所にマンションが増えているようだが、若い家族のため日本茶をあまり飲んでいないようである。今人気の粉末緑茶に力を入れていきたい。
		百貨店（総務担当）	・前年の消費税増税後の反動で、売上増が見込める。
		百貨店（営業担当）	・紳士・婦人衣料は苦戦しているが、自家需要が多い化粧品等の婦人・紳士雑貨と食品は、前年比で回復傾向となる。また特選・美術への客の関心が高まっている。
		百貨店（経営企画担当）	・消費動向や地方創生政策等により、今後2～3か月については期待が持てる。
		百貨店（売場担当）	・系列店4店舗については、4月以降、若干上向いていく可能性がある。全体的な客単価、衣料品と雑貨の売上は回復する。食品はさほどぶれはない。
		百貨店（業務担当）	・前年は消費税増税後ということもあり、客が買物に慎重になっていた。その反動で、売上は良くなると期待している。
		スーパー（店長）	・前年の消費税増税後、落ち込みが大きかったので回復傾向になる。
		スーパー（店長）	・競合店の閉鎖により客数が増えている。また、前年4月は、一般食品、たばこ、飲料等は消費税増税前の駆け込み需要の反動、青果の野菜は増税による値上げで売上が減少したが、今年は回復に期待できる。全体の売上は前年比107～108%で推移する。
		スーパー（総務担当）	・客単価がここ数か月上昇傾向にある。
		スーパー（経理担当）	・ここ数か月、大きな減少はなく、下げ止まりから回復基調にある。ただ、一部地域で減少に歯止めが掛からない。
		スーパー（業務担当）	・新規出店のテナント動向は予想通り堅調だ。衣食住のバランスが取れた店づくり等変化のあるゾーンは、今後も集客が見込まれる環境になりつつある。
		コンビニ（店長）	・世界経済の状況も、不安要因が少し減った。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税から1年が経過するので影響も弱まり、売上は、前年水準と同等か上回ると期待している。
		家電量販店（店員）	・今月は非常に好調で、個人目標額の150%を上回り、びっくりしている。アベノミクスが功を奏し、全体的に売れているという印象がある。この調子で2～3か月後も伸びていく。
		家電量販店（店員）	・前年は4～6月と消費税増税の影響で落ち込んだので、前年と比べてやや良いと判断する。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向けて新生活用品購入が増える。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の影響が3月で一巡し、落ち着いたところで夏季商戦を迎えるため、ある程度の回復を見込む。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・5月になると気温も高くなるので、客の動きが活発になる。それに伴って、例年新規客の来店も増えるので、顧客数と売上の増加につながる。		
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）	・前年の消費税増税の影響が弱まるので、4月から数か月間は前年比プラスと見込んでいる。ただし、物価上昇による消費減の影響度合いによる。		
高級レストラン（従業員）	・歓送迎会があるので、関連店舗はその待ち合わせに使っていただける。		
一般レストラン（経営者）	・予約状況も良く、日常の来客数も増えてきている。		
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税先送りを受けて消費行動が活発化している。		

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月に市内で大型施設が相次いで開業するため、人の流れが大きく変化する。ライバル店の開業もあり、宿泊部門の第1四半期はやや弱含みな状況ではあるが、全館でみれば前年並みもしくはそれ以上の予約状況である。
		タクシー運転手	・今年は春闘の結果が非常に良かったようで、給与がいくらか上昇するので、少し期待している。
		通信会社（企画担当）	・複数の自治体において、補正予算などによる発注が見込まれる。
		競馬場（職員）	・この数か月の状況を鑑みて、今後も上昇傾向にある。
		設計事務所（所長）	・今年度、病院の耐震補強、スプリンクラーの設備施設の充実などに国の補助金が出るため、その関連の仕事がある。
		設計事務所（所長）	・民間の計画の持ち込みが増えているのに加え、官公庁の予定工事が意外と多いので良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントやフラット35金利低減などの住宅関連経済対策効果が現れてくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・当地は外国からの観光客が少なく、福岡のように売上を支える「爆買い」など見込めない。厳しい商況が続く。
		商店街（代表者）	・新しい物を欲しがるといふ消費者心理がほとんどない。今持っているもので生活する、あるいは物を整理する人が増えているため、今後も需要は伸びない。また、お金のある人とならない人の格差が大きく、消費行動が大きく異なる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・これからの季節、魚種が増えるので販売量も増える。寒かった冬も終わり春が訪れ陽気になるので、消費増に期待したい。
		百貨店（販売促進担当）	・少しずつではあるが、高額品の動きがみえ始めた。しかし、本当に必要なものしか購入しないという傾向は多くみられ、今後も大きな変動はみられない。
		百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税後の影響に対する回復が見込まれる。しかし、不要不急の商品に対する客のシビアな傾向に変わりない。行楽期の売上は上がるとしても、春休み明け、ゴールデンウィーク明けなどの閑散期に苦戦が見込まれる。
		スーパー（経営者）	・株価が2万円超えるかどうかで状況が変わってくる。
		スーパー（店長）	・前年の消費税増税の影響が弱まり、4月の売上は前年比増が期待できる。しかし、それ以降は好転の要因がなく、競合店の出店や各競争が依然として続いており状況は厳しい。
		スーパー（店長）	・価格圧力は相変わらず強いが、購入傾向の変化は少ない。今後もこの傾向は大きくは変わらない。
		スーパー（店長）	・今後も値上げ商品が非常に多くなるので、消費が伸びない。
		スーパー（統括者）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動もあるため、先行きが不透明である。
		コンビニ（経営者）	・景気変化の材料が見当たらないので変わらない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・コンビニコーヒーと一緒に売るドーナツが5月から導入されるので、客の購買意欲を引き出す商材と期待する。しかし、それ以外の商品では買い控えが続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・1～3月はわずかに前年比増だが、今後、原材料高騰による値上げ商品の販売個数は、現状維持にとどまる。
		衣料品専門店（店長）	・どの業種においても、2～3か月の状態も今と変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・3月に入っても寒い日が続いており、春物の出足が悪い。この景気の悪さは変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	・気候が良くなったので、夏服の需要を期待したい。外国人観光客が増えているので、その需要にも期待したい。
		衣料品専門店（チーフ）	・消費税の再増税が迫るにつれ、客の購買意欲も減退する。
		家電量販店（総務担当）	・景気の回復をあまり感じない。
		乗用車販売店（総務担当）	・1月に販売開始した新型車の受注が順調であるが、新年度からの自動車関係税の増額が販売にどう影響するか注視する必要がある。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税から1年が過ぎたが、末端の企業や消費者は景気の上昇というものをさほど感じられずにいる。この状況で再増税を控えているとなると、景気の大規模な回復は厳しい。

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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は今後、仕入価格が不透明である。高騰が継続するようであれば、必要数量のみ購入が増加するかもしれない。仕入価格が安定し、4～5月の行楽客等による、燃料油やカーケア商品の購入増加に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・大企業、資産家層中心の景気回復は、一般消費を押し上げる効果が実感しづらい。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・異動シーズンを迎えているが、それが販売増に直接つながらない。商品の売上単価が下がり、来客のわりには売上が増えない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・前年4月の売上は、消費税増税前の駆け込み需要の反動で厳しい状況だったため、今年は若干は前年を上回ると想定している。ただし、消費環境が良くなるわけではない。
		高級レストラン（経営者）	・4月の統一地方選挙が終わるまで少し厳しい。しかし、駅のリニューアルに併せ、美術館が開館などを控えているため、市中心部にかなり人が流れ込む。それに併せ当店の客が増加すると期待している。
		高級レストラン（専務）	・5月までは客に動きがあり、イベントや祭りがあるので期待している。安倍政権に対する批判も出ているが、何をやっても良くなかなか20年よりはずっと期待が持てる。あと2～3年でもっと良くなる。
		都市型ホテル（販売担当）	・5月は例年並になりそうだが、先行き不透明なので判断しづらい。大きなイベント等がなく、前年と変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・大きな団体はないが、インターネット予約の下支えの効果が明確に出ている。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行は引き続き好調で、前年より売上を大きく伸ばしている。
		旅行代理店（企画）	・海外の政情の動向が読めない。
		タクシー運転手	・賃上げによる期待感はあるものの収入が物価上昇に追いついていない場合も多く、格差の広がりに対する客の不満の声を良く聞く。
		タクシー運転手	・夜の客の動きは今のところ若干良い。しかし、新しい駅ビルがオープンすると、日中の利用動向が読めない。
		通信会社（業務担当）	・4月前半までは最需要期であるが、それ以降は新商品、新サービス等での市場活性化の材料に乏しく、販売は苦戦する。
		通信会社（営業担当）	・案件が増える様子もなく、先々明るい話題もない。
		ゴルフ場（従業員）	・来月の入場者数の動きは前年を若干上回る状態で、特に土日は、前年の2～3割増しの状態である。しかし、ゴールデンウィーク、またそれ以降の予約が前年より大幅に鈍化しているため、5～6月は少し落ち込みそうだ。プレー代の値上げを予定していたが、今の状態では無理だと判断している。
		美容室（経営者）	・3月は、売上など全てが好調に推移する予定だったが芳しくなかった。消費税増税の影響が尾を引いているのかもしれない。今後もこの状況が続く。
		美容室（店長）	・来客数は変わらないが、周りに美容室が増えたので先行きに不安がある。
		設計事務所（代表）	・良くなる要因が見当たらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・春先あたりから、安価な品物についても、円安の影響で仕入原価が2割ほど上昇している。商品の値上げにより、消費者の慎重な購買行動が続く。
		商店街（代表者）	・高齢者は年金をかなり減らされており、企業の残業もあまりないため、良くならない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税の再増税が控えているのに加え、食料品以外の商品も高騰する。購買心をくすぐるようなプラス材料が少なくマイナス材料が多いので、厳しい状況が続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから先、新生活での観葉植物やお祝い、母の日の需要があるが、3月の卒業・異動シーズンの需要より少なくなる。新規顧客の開拓に力を入れる必要がある。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税から1年経過したので、客の購買意欲は少しずつ上がってくるとみている。株高で、富裕層による高額品の購入も好調に推移する。
		百貨店（企画）	・競合出店の影響により、4月以降、苦戦が想定される。
		コンビニ（エリア担当）	・アベノミクスの効果は全くない。競合店の出店でコンビニエンスストアの状況は悪化する傾向にあるので、ますます状況は厳しくなる。

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
		乗用車販売店（従業員）	・決算も終わり、購入意欲がわかなくなる。
		住関連専門店（経営者）	・円安による材料値上げに伴う仕入商品の値上がりは4月より始まる。同業者、関連業者の話聞いても地方の景気回復感はない。
		高級レストラン（支配人）	・3～4月を過ぎると客数が減少する。
		スナック（経営者）	・例年、5～6月は3月より業績が下がる。3月の実績が前年を下回るので、景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・高齢者、子どものタクシー利用が減っている。高齢者は、病院に行く日を月1回に減らしている。時間貸切も利用が減っている。
		通信会社（企画担当）	・市場に飽和感がある。
		通信会社（営業）	・転勤や卒入学に関連する人や物、金の動きも一段落し、夏商戦の前の時期となる。
		理容室（経営者）	・卒業や就職、転勤等で一気に客が減るため悪くなる。以前は、減った後でも徐々に回復していたが、ここ数年そのような動きがないので期待できない。
		美容室（経営者）	・2～3か月後は梅雨に入るため、消費者はお金を使おうとしない。
		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）	・介護報酬改定による大幅な減収が見込まれるため、厳しい経営環境となる。
		住宅販売会社（従業員）	・株価は非常に高値になっているが、末端まで景気が良くなるのはまだ先の話である。景気が上向きに推移すると判断するには早い。
	悪くなる		
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・今の状況が続く。企業の業績が本格的に良くなれば、さらに良くなる可能性はある。
		家具製造業（従業員）	・平均受注額が10%弱上がっており、高額商品の動きがかなり活発である。ヨーロッパからの高額輸入品も為替が安定しているため、供給価格を低く抑えられていることから動きが活発になってきた。商業施設向け家具購入予算は全般的に上がっており、デフレ時の価格ありきの動きから脱却しつつある。
		鉄鋼業（経営者）	・受注量は大幅には回復していないが、多少増加傾向にある。受注した新規建築物のなかに、これまで極端に少なくなっていた共同住宅が増えてきている。大型の分譲マンションも見受けられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いがある程度増えてきて、景気が上向きになる様子がうかがえる。エネルギーやスマートフォン関連の顧客の動きが目立つ。
		電気機械器具製造業（取締役）	・大手企業の撤退等もあるが、工夫次第で新たなビジネスチャンスもあり、必ずしも悪いということではない。
		建設業（経営者）	・賃上げ等で給与が上がり、景気が良くなる。
		通信業（経理担当）	・当面はマイナンバー制の導入に対する受注量を見込める。
		金融業（従業員）	・原油価格が低下しているなど、地元中小企業を取り巻く環境が好転してきている。また、人手不足などを背景に給与引き上げの動きが広がってきているほか、外食産業では少しずつ客足が回復してきている。
		金融業（営業）	・当面は受注があり、製造業を中心に好調が続くと考える。
		不動産業（従業員）	・インバウンド効果もあり、ホテル部門の業績が好調で高水準の稼働率が継続する。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・大企業は賃上げが増えているが、地方の中小企業への恩恵は少ない。しかし、賃上げによる消費の増加が期待できるので若干良くなる。
		経営コンサルタント（社員）	・顧客は、清酒から高級なワインに移行しつつある。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・製造業の顧客は設備更新を計画している先が多く、老朽化更新以外に増産目的の案件も多い。飲食業からのリース引き合いも多く、新規店舗に関するファイナンスニーズも徐々に増加している。

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	農林水産業（経営者）	・販売面の引き合いはマイナス要素が少ない。問題は、工場の稼働に影響を与える原料確保である。各社販売が順調であるため、原料である鶏の高値買いが目立っている。原料確保と原料高によるコスト高が大きな負担になっている。
		農林水産業（営業）	・国産の各畜種の荷不足により、需要が高い状況がしばらく続く。
		食料品製造業（経営者）	・大幅な改善は見込めないが、この時期にしか作れない商品があるため、比較的安定した製造と売上は期待できる。
		化学工業（総務担当）	・当社の製品は景気の影響をあまり受けない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・通常、2～3月は商品が良く動くが、今年はあまり芳しくない。このままの状態が2～3か月続く。
		金属製品製造業（事業統括）	・春闘が妥結する様子がない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・業績が上がっているため、この状態がこの2～3か月は続く。問題は、我々が受注をこなしていけるかどうかだ。
		電気機械器具製造業（経営者）	・業界の動きとしてはやや悪くなるが、当社はリストラにより会社の規模を縮小し対応している。その結果、業績は変わらない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・全体的に輸出車両は好調ではあるが、計画台数を大きく上回る上方修正もない。
		建設業（従業員）	・ここ数か月、見積案件が減少傾向にあり、なかなか受注に結び付かない。しかし、新幹線開通に向けた駅前開発や県庁移転による効果に期待したい。
		輸送業（従業員）	・なかなか物が動かない時期に入る。トラック不足と言われているが、3月の時点でもトラックが通常通り配車できる状態であった。運送会社は引き続き配車可能とのことだ。物の動きが弱いため、景気回復には時間がかかる。
		輸送業（総務担当）	・あまり良くない状態が継続する。客からもあまり良くないという話を多く聞く。
		通信業（職員）	・今年度の部門受注予算は達成の見込みとなった。次年度の第1四半期も同様のレベルで推移する。
		金融業（営業担当）	・中小企業では、建設業、不動産を除く業種の業況停滞が続く。消費に向かう本格的な刺激策がない限り、現状の低迷は続く。物販は、売上の低迷を見越し、資金繰り安定化のために借入する企業も出てきている。
		広告代理店（従業員）	・3月の新聞折込枚数は、前年同月比90%と相変わらず下降したままの状態である。ガソリン代の上昇など、家計への朗報はあるが、消費活動が活発でないため、販促経費に予算が回らない。娯楽・流通・通販は低調であり、前年の消費税増税前の駆け込み需要があった自動車等は今年は良くない。
		広告代理店（従業員）	・12～2月にかけて出稿数は徐々に減少した。3月は12月のレベルに戻ったが、前年割れを抜け出していない。上向く兆しはない。
		経営コンサルタント	・当社開催のセミナーの参加者がこのまま少ないと対策を考えねばならない。今後、急激に景気は上向かず、参加者も増えない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数や受注見込みに大きな変動はない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国の地方創生に関する「総合戦略」について、国から全国の市町村へ補助金が交付される。市町村では、平成26年度3月の補正で予算化されているが、市町村で考えることが原則となっており、調査等を行うコンサルタントへの委託にはばらつきがある。また、発注はプロポーザル形式が多くなると予測されるため、大手のコンサルタントへ集中すると予想される。このため、業況は良くならない。
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）
精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの委託製品が伸び悩んでいる。要因ははっきり分らないが、3か月先の計画もかなり落ち込んでいる。		
その他製造業（産業廃物処理業）	・現状の高価格で仕入れなければならないが、インドネシア鉱山のストが解除されればまた相場が暴落する。		
輸送業（総務）	・原油単価の高騰で燃料も高くなり、景気は悪くなる。		
金融業（従業員）	・企業の変化はあまり見られないが、家計においては、今後軽自動車税の値上がりもあり、家計支出増加が見込まれる。今後、やや景気は悪くなると判断する。		

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
	悪くなる	建設業（社員）	・手持ち工事が1～2件残るぐらいで、作業員も空いてきている。当社の作業員は全員社員なので、会社の負担のみが増えるだけである。早期の発注を期待している。
雇用 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・求職者の売り手市場になっているものの、企業の求めるクオリティに人材が追い付いていない。本来、労働者側の意識の向上がないと、企業はグローバル競争に勝てない。
		人材派遣会社（社員）	・新年度需要も一旦落ち着くが、中元時期に備えて注文が入る時期である。鹿児島市内は新規店舗も多く、そこからの注文も見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・企業訪問や取材をすると「地方創生」に期待する声が多い。消費税の増税の延期もあり、具体的な地方創生への取り組みが出てくれば、景気にも好影響を与える。
		職業安定所（職業相談）	・今後も求人数は増加する。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・すでに採用活動を始めている企業もあると聞く。4月以降に自社での説明会を実施し、続けて選考に移る予定の企業も多いようで、一気に企業活動が活発になる。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・良くなる要素も悪くなる要素も今のところ見当たらない。
		人材派遣会社（営業）	・雇用状況は、労働人口年齢比率からすると人材不足に変化はない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・中小企業の経営で好材料として挙げられるのはガソリン価格下落ぐらいで、ほかに好材料は見当たらない。採用難を回避するために、時給アップを余儀なくされているところも出てきた。
		職業安定所（職員）	・大企業では賃上げ実施のところも多いが、地場の中小零細企業においては、依然として厳しい状況にあるとの声を多く聞く。景気好転はあまり期待できない。
職業安定所（職員）		・これまでの好景気を支えてきた経済情勢が極端に負の方向に振れるような状況は今のところ見受けられず、また、これまで以上にプラスとなる要因も考えられない。しかし、世界情勢における目まぐるしい動きが景気を左右することが十分考えられる。	
職業安定所（職員）		・新規求人が増加する傾向はまだ続く。月間有効求人倍率が12～1月に1倍を超えた。この傾向は続くと思われる。	
民間職業紹介機関（支店長）		・労働者派遣法改正の国会審議の結果によるが、プラスに転じるであろう材料が今のところ見当たらない。注文主も法改正の結果待ちといったところである。	
学校〔専門学校〕（就職担当）	・外的マイナス要因がない限り、企業の人材ニーズは数か月は変化がない。		
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・町の空き店舗が今年になって増え、新たなテナントが入らない。小売業の物販は一段と厳しいようだ。	
	民間職業紹介機関（社員）	・派遣依頼が伸びない。	
	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	-	-
		スーパー（販売企画担当）	・前年は消費税増税の影響で消費はやや落ち込んでいる。その反動で今年はやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・夏場に向かって客単価、客数が増えるので期待できる。
		コンビニ（経営者）	・近隣の商店街の活性化で、来客数増を期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・来月からは気温も上がり、それに比例して気分も購買意欲も上がることを期待したい。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税後の落ち込みがあった前年の実績は上回る。
		旅行代理店（マネージャー）	・5～6月の旅行の問い合わせも前年よりは多い。
		ゴルフ場（経営者）	・マイナス要因が無い。予約状況は、以前よりは良くなっている。
住宅販売会社（営業担当）	・来場客数は前年同様となり、ゴールデンウィークでの集客が見込まれることと、まだ続く低金利、エコポイントが少なからず意欲の後押しになる。		

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
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・観光客の入域に関しては国内よりも海外から伸びるとの情報があり、商品の特性的に伸びる見込みは少ない。
		百貨店（営業企画）	・インバウンド効果と食品売場改装による効果で、引き続き好調を維持できる。
		コンビニ（エリア担当）	・前年のたばこ値上げによる反動は若干あるが、本島では大型店舗出店による工事関係者の特需で全体的に底上げされている。離島も観光客数は増加傾向にあるが、ゴールデンウィーク以降、格安航空会社の撤退で総数や流れに影響があるとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・安定した観光客の流入は今後も続き、景気には好影響を及ぼす。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、ほとんど同じような状態で推移している。客の購買意欲が変わる様子もあまり見られず、横ばいの状態が続いているが、新しい季節の商品に期待する。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・沖縄観光はクルーズ船等で外国人観光客は増え続けている。今月は以前の大規模店の跡地に新施設もオープンした。また、沖縄本島中部の大規模ショッピングセンターのオープン等で4月以降沖縄は景気が上昇するかもしれないが、当店近くの通り周辺は梅雨明けの6月末までは現状はあまり変わらない。一見の観光客は多いが、実際に購買する客はまだまだずっと先になる。
		観光名所（職員）	・外国人客は増えると思うが、北陸新幹線の影響などで国内客の動きが心配である。
	住宅販売会社（代表取締役）	・個人住宅が減少傾向にあるなか、共同住宅等の建築相談があり、それで建築工事高の埋め合わせを見込んでいる。	
	やや悪くなる	一般小売店〔靴・袋物〕（経営者）	・近隣に超大型店がオープンするので、その影響を受ける可能性が十分にありうる。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・飲食業の中でもトレンドの変化で一気に風向きが変わり、繁盛店とそうでない店舗の格差は広がる一方である。
観光型ホテル（マーケティング担当）		・現時点での予約状況から推測できる今後2～3か月先の客室稼働率は、今月より前年同月実績とのマイナス幅が大きいことが見込まれる。例年より予約受注の動きが鈍く、今月より悪くなってくることを見込んでいる。	
悪くなる	商店街（代表者）	・一部の大型店は販売促進等で売上を確保しているようであるが、街中の小企業等は、なかなか単独で対応できない。単価が伸びず、今後の商売に危惧を抱いているようだ。	
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）	・円安や原材料の値上がりが見込まれるが、引き続き雇用や個人消費の好調が見込める。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・前年度発注の公共工事が開始予定されており、やや良くなる見通しである。
		建設業（経営者）	・高額物件の引き合い件数が増えている。
		輸送業（営業）	・大型ショッピングモールのオープンが間近で、それに付随する貨物がかなり動いており、オープン後もしばらく続くものと考えられる。
	変わらない	通信業（営業担当）	・人材は売手市場になってきており、確保も難しくなっている。人件費の予算を上げないと、他の業界と比較され人材の確保は難しい。仕事は確保しやすいので人材が確保できれば受注は可能な状況だが、今後は人材の確保ができなければ受注も難しくなるので景気は変わらない。
		広告代理店（営業担当）	・好調な外国人入域観光客数などの程度、県内景気を後押ししてくれるのかが不透明である。高額商品の売行きが好調に推移すれば、県内企業の基礎体力が強まり、販促投資も活性化するのは、と期待している。
		会計事務所（所長）	・賃上げの兆しはあるが、まだ消費活動を向上させる内需拡大につながるかは不透明である。
	やや悪くなる	輸送業（代表者）	・宮古、石垣は大型インフラ完成で先々は民間需要が増えるが、職人不足により、スムーズな対応はなかなか難しい。与那国は夏場以降に陸上自衛隊工事が本格化すると考える。
	悪くなる	-	-
雇用関連 (沖縄)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・3月は期末で企業からの求人は前月から継続して増加している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ゴールデンウィーク前で観光業関係の求人が増えてくる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後は更に求人が増えると思われる。

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
	変わらない	人材派遣会社（経営者） 求人情報誌製作会社（編集室）	・派遣依頼数は増えているが、同時に契約終了予定も少しずつ決定し、数字としてはさほど伸びそうもない。また需要はあるが、人材確保が困難な状況も全分野、職種で続いている。 ・このまま好調を維持すると見られる。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-