

II. 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：株式会社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)		乗用車販売店（従業員）	・今後、7～9月にかけて当社の人気車種のマイナーチェンジ、フルモデルチェンジが相次ぎ、今期一番の山が見込まれるため、巻き返しが一気に図れ、景気も良くなる。
		商店街（代表者）	・例年であれば、当地の夏まつりも終了し、来街者が減少傾向になる時期だが、今年はフリーWi-Fiの整備が7月に完了するため、若年層を中心に来街者数の良い状態を維持できる。カラオケなどの遊興施設、コンビニ、ファーストフード店などの飲食店で例年以上の売上が望める。
		商店街（代表者）	・夏の行楽シーズンを迎えてイベントなどで好調な入込が期待できる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前年の台風被害の影響もあり、道内客の動きがあまり良くないという声も聞こえるものの、当社の6月の売上は前年比、一昨年比共に98.4%と前年並みであったことから、今後についてはやや良くなる。ただ、当市において、従業員を集められないことで、体力の少ない企業の店じまいや倒産の噂話が随分と出てきていることが気がかりである。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・外国人観光客の購買単価は頭打ちになっているものの、依然として外国人観光客が増加傾向で推移していることに加え、これから夏の観光シーズンを迎えて、LCC利用の国内客の動きも期待できるため、今後の売上は回復することになる。
		百貨店（担当者）	・商業施設のオープンによる周辺のにぎわいを持続させ、消費マインドを高めるようなイベントを地区内の各施設で行っていくことで、今以上の消費が期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・6月は週末の雨が多く、市内客の来店に大きく影響したため、7月以降、気温の上昇とともに夏物衣料を中心とした買上が増えることが期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・前年と比較して、新型車の発表や新車種の追加などの話題が多く、来客数や販売量の増加が期待できる。
		高級レストラン（経営者）	・中国などからの外国人観光客が減ったため、その分売上が下がってきているものの、これから観光シーズンを迎えることで景気はやや上向きになる。ただ、特別に良い材料は見当たらないため、天候などによっては大きな影響が生じることになる。仮に今年も台風が直撃するようなことがあれば、農作物も打撃を受けることになり、景気は良くならない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・お盆の曜日並びが良いこともあり、団体、個人共国内客が好調に推移している。外国人観光客については、中国、台湾、韓国が堅調な反面、タイ、マレーシアが伸び悩んでいる。
		観光型ホテル（役員）	・夏場の集客が比較的堅調に推移しており、予約単価も若干上昇傾向にある。
		旅行代理店（従業員）	・夏場の観光需要は今年も堅調と思われるが、7～8月の東京便が機材繰りなどの関係で前年よりも座席供給量が減少するため、その影響が懸念される。また、陸上、ラグビーを中心にスポーツ合宿の活発な動きがみられ、今後も東京オリンピックやラグビーワールドカップに向けた動きが期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・下半期の旅行に関する相談の件数が、ここ数日多くなってきているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・ボーナスが支給され、旅行やレジャーなどを検討する客が増えてくるが見込まれる。
	通信会社（企画担当）	・都市部を中心に販売強化施策を予定しているため、その効果が期待できる。	
	美容室（経営者）	・例年、外出が多くなる時期となるため、6月よりも売上が増加すると期待している。	
	美容室（経営者）	・気温の上昇とともに来客数の増加や来店サイクルの縮小が期待できる。	

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
		商店街（代表者）	・生活防衛型の消費が定着しており、客の積極的な消費意欲が感じられないため、今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・北朝鮮問題の影響もみられず、何も変わらない状況で推移しているため、今後も同じような状況で推移する。
		商店街（代表者）	・観光のオンシーズンを迎えるため、今後も景気の良い状態が続く。
		商店街（代表者）	・外国人観光客の入込が多く、一時期心配された客単価低下の動きも落ち着いてきたことから、今後も売上を下支えすることが見込まれ、景気は現状のまま推移する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年に入ってから売上に勢いがみられない。例えば今週の売上がとても良かったとしても、次の週が全くだめだったりする。6月の売上も前年から5%以上も落ち込んでおり、今後も同じような状況で推移する。
		百貨店（売場主任）	・当社の売上は若干ながら回復傾向にあるが、あくまでも前年の施策失敗の反動によるものであり、食品が伸びれば衣料品が下がり、高額商材の売上が前年並みの水準で推移するなど、景気の回復又は落ち込みを表すような明確なサインがみえないため、現状維持のままで推移する。同業他社も似たような状況にある。
		百貨店（役員）	・6月にみられた初夏の客の動きから、8月一杯までは今の状況が続く。
		百貨店（営業販促担当）	・来客数については、今後も催事、企画の内容次第で前年並みを維持できる。ただし、その場合、客の来店目的が催事、イベントに限られるため、食料品や化粧品等の微増は見込めたとしても、衣料品の売上減少は続くことになる。今後については、商品構成の見直しをかけていくことが重要課題となってくる。
		スーパー（店長）	・来客数の減少傾向が今後も続く。
		スーパー（店長）	・景気変動するような要因が見当たらないため、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・変動要因がないため、今後も変わらない。
		スーパー（役員）	・年金や保護費の支給日に客の来店が集中するため、各業態では支給日やその直後に集中して販促を行っているが、支給日前の2週間の来客数がこれまでよりも少なくなっている。相当シビアな状況になってきており、今後もこうした状況が続く。
		スーパー（役員）	・前年ほどの観光客の増加が期待できず、これといったプラス要因が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・天候条件が悪い時の落ち込みが大きい。無駄な消費を抑える傾向も依然として強い。客の消費マインドは弱いままであり、消費の上乗せにつながるような要素が少ないため、今後も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・春先の流水の影響で、コンブ漁の水揚げの悪い状況が続いており、沿岸地区の店舗を中心に売上が厳しくなることが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・年金支給日や給料日に動きはみられるが、それ以外の日の引き締め感が強いいため、今後も変わらない。
		コンビニ（オーナー）	・最近の健康志向の高まりから、サラダや低糖質品の売上が好調である。健康志向の商材の品ぞろえの良さが来客数や客単価アップのポイントになってきている。
		衣料品専門店（店長）	・来客数や買上金額が増えてこないため、今後も変わらない。
		家電量販店（経営者）	・景気が上向く材料が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・猛暑になり、消費が上向くことを期待している。前年の台風被害の復旧工事で当地に工事関係者が多く来ていることもプラスとなる。
		乗用車販売店（経営者）	・今年前半からの需要の高まりは、レンタカー需要も多分に含んでおり、現状が上限とみられるため、今後も変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・年金額の見直しに加えて、テレビや雑誌などでの過剰、過度な健康情報が軽医療産業に影響を与えている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・当面、石油製品の価格が変動するような要因がないため、今後も変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・第2四半期の先行受注状況が決して良くないため、先行きが読めない。
		旅行代理店（従業員）	・良くなる材料が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・6月までの上半期の売上実績から、これからも前年並みで推移する。
		タクシー運転手	・この先の予約や問い合わせなどの件数が特に増えているわけではないため、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・今後も例年どおりの傾向で推移するとみられる。
		タクシー運転手	・人口減少に伴う需要減少に歯止めがかからないため、今後も変わらない。
		観光名所（従業員）	・前年の北海道新幹線の開業効果が徐々に収束していることがマイナスに働くものの、前年と比べて天候の良い状況が見込まれることがプラスに働き、全体として大きな変化はないまま推移する。
		観光名所（職員）	・前年を上回る来客数が続くなど、好調を維持している。外国人観光客の増加が大きな要因とみられ、今後も好調なまま推移する。
		美容室（経営者）	・特に不安要素もないが、ここ半年の様子をみても景気の上昇機運までは感じられない。ただ、新商材の購買意欲も衰えていないため、今後も変わらないまま推移する。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・9月上旬までは現在の輸送量が続くと思込める。
		住宅販売会社（経営者）	・非住宅は堅調に推移するとみられるが、一般住宅は頭打ちの状況が続くため、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・6月は酒類、特にビールの値上げによる反動がみられた。また、前月に続いて買上点数や客単価は伸びているものの、来客数の減少に歯止めがかからないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・6月からのビールの値上げを控えて、5月に駆け込み需要がみられたこともあり、6月に入ってからビール類の売上が大きく落ちている。競合各社の中には値下げに向けた動きも出ており、価格の上昇機運が定着しないことを懸念している。
		コンビニ（エリア担当）	・映画の撮影が行われていることで、関係者などによる来店が増えているが、撮影が終了すると売上が下がることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果はいつまでも続くものではないため、今後については景気が下向くことを懸念している。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・物価の上昇などが続いているため、消費拡大につながっておらず、今後についてはやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・食材の値上がりが続くなか、日欧EPAの交渉の結果、輸入チーズが安くなれば、外食利用や景気上昇のきっかけになることが期待できる。しかしながら、北海道のチーズ生産者や生乳生産者に大打撃を与えることも懸念され、北海道の酪農業に大きな影響が生じることが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・夏のボーナスが消費に回れば良いが、影響は一部の消費にとどまるとみられるため、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・内需については好転材料がないため、今後の景気はやや悪くなる。ただ、外国人観光客の旅行形態が富裕層を中心に個人旅行にシフトするようになれば、観光需要の増加が期待できる。
		タクシー運転手	・タクシー業界は全体的な景気動向に左右されやすく、景気が上向くためには景気回復が前提となる。地方での景気回復が遅れている現状からは、今後も景気の悪い状況が長引くとみられる。
		パチンコ店（役員）	・各種の値上げが客の消費動向を抑えているため、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンション市場は低金利の恩恵を受けているが、その一方でマンション用地と建築価格の高騰で販売価格が上昇しており、販売戸数が伸び悩んでいるため、今後についてはやや悪くなる。
	x	*	*
企業動向関連		-	-
(北海道)		食料品製造業（従業員）	・スポット商材ではあるが、大型案件が決まってきているため、今後2～3か月先についてはやや持ち直す。
		建設業（経営者）	・土木建築、官民工事共、施工の最盛期となる。土木分野では、補正予算による災害復旧工事も増えている。ただ、人手不足や河川工事に用いるコンクリートブロックなどの資材の供給がタイトとなっていることから、工期への影響が懸念される。

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
		建設業（従業員）	・農業を中心とした公共事業が続くことが見込めるため、中小を含めた建設業者の活況が期待できる。その一方で、人手不足の影響が懸念される。
		建設業（役員）	・公共工事の入札案件の出足が順調であり、今後も土木工事関係の受注が期待できる。
		金融業（従業員）	・良好な雇用環境や幅広い業種での賃上げによって、個人消費は緩やかな持ち直しが続く。公共投資や外国人観光客による消費が道内景気を押し上げることも見込まれるため、道内景気はやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・年度内の鉄骨市場の受注が決まってきている。道東を中心に建築構造物の建設予定も多く、当分の仕事量が見込める状況にある。
		食料品製造業（従業員）	・キャベツや玉ネギの仕入価格が見込みよりも安くなっていることがプラスとなる。ただ、販売量は、前年が好調だったことの反動で前年を上回れない月が出てきている。
		家具製造業（経営者）	・政治の混乱が収まらない限り、先行きの不透明感が払拭されない。そのため、大都市圏の景気がまずまずで推移したとしても、地方都市での好転は当面見込めない。
		輸送業（支店長）	・引き続き本州からの輸送量が順調に推移すると見込んでいるが、大型のスポット輸送の引き合いが依然として弱いため、現行と変わらないまま推移する。
		輸送業（営業担当）	・新年度も農作物関連の在庫がほとんどないなかでスタートしており、今秋の新物収穫時期まではこの状況が続く。
		通信業（営業担当）	・今後、しばらくは受注量、単価共、大きく振れる可能性が低く、景況感は現状のやや良い状態のまま推移する。
		司法書士	・地域性や高齢化の進展などから、一部の業種を除けば目立った動きはみられず、当地の景気も可も不可もない状況が続く。
		司法書士	・食料品を中心に日用品の価格が上昇している一方で、給与の増加もみられないことから、今後も景気の回復を感じることはのこないまま推移する。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・前年の同時期と比べると新規案件の話が少ない。また、話があっても規模の小さい話が多い。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・災害復旧工事が底支えとなり、今後も堅調なまま推移する。ただし、人手や工事資材の不足による入札不調も散見されており、予断を許さない状況になってきている。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・景気が今以上に上向くことは考え難いため、現状のまま推移する。
		司法書士	・都市部ではベースアップの話も聞かれるが、地方では現状維持のままであるため、今後、不動産取引や建物の新築着工が増加することは考え難い。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-
		求人情報誌製作会社（編集者）	・前年夏の台風被害の復旧工事のテンポが速く、大型の公共施設の建設工事でも人手不足ではあるものの、順調に推移していることから、今後についてはやや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年は天候が順調に推移しており、前年に比べて農作物が順調に生育していることに加えて、前年は台風被害の影響で落ち込みがみられた観光業界が持ち直していることから、今後についてはやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・現在の旺盛な派遣ニーズは秋まで続く。社員の採用についても現状のまま推移するとみられ、今後の求人数の増加が見込める。ただ、企業側が求めるスキルは高く、安易に採用を決定しない傾向にある。一方、人材側も、内定をもらっても別の求人に興味を示し、内定を辞退する人も多い。採用のミスマッチが起きており、企業側は採用活動のストレスが高まっているようである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員の求人が過去2年の件数をやや上回っている一方で、アルバイトなどの非正規の求人は下回って推移している。全体としては例年どおりの水準を維持しており、しばらくは大きな動きはないとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・景気は上向きだが、求人件数は天井感がある。人が集まらない状態はしばらく続く。
	職業安定所（職員）	・月間有効求職者数が前年を下回り、月間有効求人数が前年を上回る傾向が今後も続く。	

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
		職業安定所（職員）	・新規求人数が増加し、新規求職者数が減少する状況の下で、必要な人員を確保できず、受注調整を行っているとの話も聞こえてくる。今後もこうした状況は変わらず推移する。
		職業安定所（職員）	・極端に景気が悪化することはないが、水産加工業者が前年の厳しい状況から回復できるか、観光客が前年の好調を維持できるかといった懸念材料がある。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が9か月連続で前年を下回っており、先行きに不透明感が出てきている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・11月までは新卒を求める企業側の動きが高止まりで推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・労働力人口の高齢化と若年層を始めとした人口減少の影響により、今後についてはやや悪くなる。
	x	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)		コンビニ（店長）	・夏場は来客数、単価共に年間で一番稼ぐことができる時期であり、期待もしている。厳しい冬に向けてこの時期に売上と利益を計上できないと年間の売上に響くことになる。
		商店街（代表者）	・季節が夏に向かって進んでいるということが、気持ちを楽にさせているのか、客の動きが良くなっている。商店街、飲食店においても、少しずつではあるものの、来客数が着実に増えている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・お中元、ピヤガーデンなど一番の繁忙期に入るため、良くなると期待している。ただし、天候不順や選挙など不安要素が無いわけではない。ちょっとしたことが消費者の動きに大きく影響し売上に直結するため、注意深くみていかなければならない。
		百貨店（営業担当）	・婦人服に回復の兆しがみえている。引き続き初秋物、秋物の回復が進めば、景気が上向き可能性がある。また、お中元商戦も出だしが好調に推移しているため、この傾向が続けば売上増につながるとみている。
		スーパー（営業担当）	・降水量は平年並み、気温は高めの子報となっており、飲料や酒などの消費拡大が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・近くの競合店が看板の掛け替えのため来月中旬まで休業している。新しい客を獲得するチャンスであり、季節的に最も来客数が増える時期でもあるので、期待している。
		コンビニ（経営者）	・気温が高く、天候に恵まれれば、来客数も増えると思っている。
		コンビニ（経営者）	・近隣店舗が閉店するという情報があり、今後の来客数増加に期待もてる。
		コンビニ（エリア担当）	・長期天気予報では、例年より高い気温を示しており、値入率の高いソフトドリンクやアイスコーヒー、アイスクリームの販売量増加が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・このまま梅雨の晴れ間が続けば、飲料、アイスクリームなどの販売量増加が見込まれ、7～8月の盛夏への売上拡大が期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物の準備が始まれば、少しは上向いてくるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車効果が続き、新車販売が好調に推移するとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナスによる車両販売の増加を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・取扱車種のマイナーチェンジやフルモデルチェンジが予定されており、期待をしている。
		乗用車販売店（店長）	・今後は、新型車効果もあり、9月半期決算に向かって販売量が上向きと見込んでいる。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・売上が停滞している商品の販売に関しては、この先一定の動きが出てくるとみている。また、季節商材が出荷される時期でもあるため、若干は持ち直す見込みである。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・猛暑の予報に、燃料油の販売量の増加を期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・全体的な来客数が増えてきており、夏物商戦も上向き感がみられている。また、商品の動きも良くなっている。
		高級レストラン（支配人）	・夏のイベントによる来県者を見込んでおり、多少の改善につながると期待している。
		一般レストラン（経営者）	・例年、暖かくなると人の動きが良くなる。夏祭りなど外に出る機会も増えるため、景気はやや上向きになるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・暑くなれば人の動きも良くなるため、飲食の機会も増える。今よりは少し良くなるのではないかと。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先に大会やイベントがあるため、予約状況は前年を上回っている。
		観光型旅館（スタッフ）	・夏休みの家族旅行、海水浴、帰省、夏祭りイベント、花火大会などの客の取り込みが、例年よりも早めにできている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・第1四半期を、東北開催の大きな大会で迎えられたことは、当県にとっても大きなことである。これからは夏祭り、紅葉シーズンなどを迎えるため、良いタイミングで客を迎え入れる下地ができている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・公務員のボーナスが増えたとの報道もあり、マインドの面で個人消費が増えるかとみている。
		テーマパーク（職員）	・夏休み時期のため、来客数増加に伴う売上の増加を見込んでいる。
		競艇場（職員）	・7月にビッグイベントが控えており、来客数が増えると思込んでいる。来客数が増えれば、購入単価が変わらなくても売上増加につながるため、ぜひともイベントを成功させたい。
		商店街（代表者）	・大きな環境変化もなく、現在の明るさが継続するよう祈るのみである。
		商店街（代表者）	・夏物商戦やイベントは例年どおりに行うものの、起爆剤がなく、状況は変わらないとみている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費に対するマインドは引き続き厳しさがあるものの、夏のボーナスにある程度の期待はしている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・例年であれば、7月以降は客の動きが良くなる時期であるが、7月末に大きな選挙があるため、横ばいで推移するとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の様子からは買い渋りはみられず、必要な物は必要な数を買っている。今後、夏に向かってより購買力がアップするため、このままの好調な状況が続くとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・梅雨前に夏物商材の買換えを顧客に提案しても、今一つ反応が良くない。いかにして魅力ある商品を顧客に勧めるかが課題である。
		百貨店（売場主任）	・客の購買に対するシビアな感覚は依然として変わらない。気温の上昇で夏物商材の動きに期待をしたいが、大きなトレンドがみえないなかでは景気の上昇は期待できない。
		百貨店（総務担当）	・客との会話から、思ったほどボーナスが上昇していない様子であり、この先1～2か月は現状維持の状態が続くとみている。
		百貨店（企画担当）	・売上や来客数の動きをみても、景気が大きく落ち込む要因はない。ただし、良くなることも期待できないため、当面の景気は変わらないとみている。
		百貨店（営業担当）	・社会の流れに変化がなく、個人所得の増加も見込めないため、景気の上昇も期待できない。ただし、食料品に関しては外食業を含めてそれほど景気が悪くないため、新しさ、話題性があれば消費喚起につながっていくとみている。
		百貨店（買付担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		百貨店（売場担当）	・今後も百貨店は苦戦を強いられるとみている。ネット販売、量販店にはない、百貨店にできる事を違う目線で新しい事にチャレンジしていくことが重要となる。
		百貨店（経営者）	・販売量の微増状態は今後も継続するとみている。夏のセールについては、消費者の動き以前に、衣料品流通における川中メーカーの生産量減少が懸念されている。ただし、前年並みで供給されれば、上向きに推移する可能性もある。
		スーパー（経営者）	・夏のボーナスと猛暑に期待している。
		スーパー（経営者）	・店舗周辺の商圏内において、他事業所の閉鎖の話や聞くなど、消費者の心理的環境は芳しくない。一方、公共事業などの執行決定の話もあり、期待をしたいところだが、消費環境は依然として厳しいままだとみている。

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
		スーパー（店長）	・乗客数はやや改善しているものの、1品単価、販売量は依然として落ち込みが続いている。この状況は今後も続くともみている。
		スーパー（店長）	・競合店の出店の激化により、乗客数の前年ベースの維持が厳しい状況である。今後も乗客数の減少が続くとみている。
		スーパー（総務担当）	・今のところ、北朝鮮問題は小康状態であり、米国大統領も当初の勢いがなくなっている。そのため、大きな気候変動がなければ現状の状況が続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・ここ1～2年間は、かなり悪い状態が継続している。3か月先もこのままの状態が続くとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・周辺の商業環境が改善する見込みがない。
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数が増加するような要因が見当たらない。
		コンビニ（店長）	・猛暑の予報が出ている。暑くなればコンビニなどの小売店は乗客数が増えるため、前年と比較しても売上は悪くならないのではないかとみている。ただし、建設関係が下請レベルで仕事が減ってきていることが懸念材料である。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては、顧客の節約志向が顕著であり、単価の低下がここ数か月続いている。今後もこの状況は変わらないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・お中元商戦では、カタログ持参で飛び込みなどの営業活動をして新規開拓に懸命である。また、無料の月刊誌に特典付きの広告を掲載し、店頭に乗客数を増やす作戦をしている。
		衣料品専門店（店長）	・猛暑が予想されており、夏物商材の動きは期待できる。ただし、単価が稼げるビジネス衣料については、動きが停滞することが見込まれる。
		衣料品専門店（店長）	・売上は天候に大きく左右されるが、景気そのものは変わらないとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・この先はシーズン性の高い商品の動きに期待をしたいが、天候に左右されるため、現状維持が続くとみている。
		家電量販店（店長）	・乗客数が年々減少しており、この傾向は変わらないとみている。
		家電量販店（店長）	・復興需要による伸びは期待していないが、4Kテレビやオリンピックに向けた家電製品の需要は期待している。また、冷蔵庫、洗濯機などの白物家電の買換え需要は堅調であり、景気は前年並みで推移するとみている。
		家電量販店（店長）	・暖かくなっているが、エアコンなどの下見客が少なく、先行きの売上につながるか不透明である。
		家電量販店（従業員）	・売上があまり伸びていないなか、エアコン、扇風機などの季節商材の売行きが今後を左右する。猛暑が続けば期待できるが、そうでなければ少し厳しい。
		乗用車販売店（従業員）	・通常であれば買換えをするような年数の車も、修理をして乗り続ける客が多い。
		乗用車販売店（従業員）	・土日の乗客数がずっと変わらない。悪い状態のまま横ばいが続くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・受注活動において見積案件が増えていることから、成約につなげる工夫をして安定した売上を確保したい。
		住関連専門店（経営者）	・販売量は多少の落ち込みがあるとみているが、商品の付加価値を高めることによって利益を増やしていきたい。
		住関連専門店（経営者）	・先行きの景気に変化はないとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・ポイントが高い日か、安い物しか売れない状態が続くとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油燃料の需要低下傾向は今後も続く見込みであり、需要が回復するような要素も考えにくい。
		高級レストラン（支配人）	・現在の売上、予約状況、周囲の状況からは先行きを見通すことが難しい。
		一般レストラン（経営者）	・ボーナス時期のため、これ以上は悪くならないのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・レストランは特別な機会にだけ利用する傾向にあり、予約にしても1～2か月前から席を確保する風潮ではない。このような状況はしばらく続くともみている。

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
		一般レストラン（経営者）	・例年であれば海沿いのエリアに観光客を取られてしまうが、今年はスポーツの大会が控えている。会場エリアの宿泊施設やその他の施設も潤うため、差し引きゼロとなり、景気は悪くならないとみている。
		スナック（経営者）	・なかなか景気が上向きにならない。そろそろ納涼会のシーズンのため、多少は団体客が動くともみているが、経費の少なから売上は伸び悩むとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・全体的な不景気感が否めない。
		観光型旅館（経営者）	・景気が上向くような大きな要因がない。また、様々な取組を行っているものの、効果を出すことは簡単ではなく、現状維持が続くとみている。
		旅行代理店（経営者）	・格安旅行代理店の破産問題が影響しているのか、客は地元の会社を敬遠して、認知度の高い会社で旅行の申込をしている。ただし、全体的なパイが変わらず、販売量も変わらないため、このまま現状維持が続くとみている。
		旅行代理店（従業員）	・続いている世界情勢不安などが、販売量や客の動きに影響している。この傾向はしばらく続くとみている。
		通信会社（営業担当）	・値上げによる支出の増加を補うような材料が見当たらない。当面はこのまま推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が変動するような要因が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・同業他社がさまざまなサービスメニュー展開をしており、他社へ移行する客が増えている。そのため、当社のサービスに対する客の反応はあまり良くない。それでも今後もキャンペーンやイベントを予定しており、現状を維持することは可能とみている。
		通信会社（営業担当）	・新サービスがなかなか売れず、商談内容も毎回コスト削減の話ばかりであるため、先行きもあまり変わらないとみている。
		観光名所（職員）	・予約数が前年と変わらない状況が続いている。突破口となるような要因もなく、このままの数字で推移していくのではないかとみている。
		遊園地（経営者）	・猛暑の予報であり、屋外の施設に影響が表れる心配もあるが、イベントなどで前年並みを維持していきたい。
		美容室（経営者）	・現在の客の様子からも、先行きの急激な変化はないとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に景気が変化する要因は見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・受注までの時間が長くなっており、現場での職人ロスが出ている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・水回りなどリフォームの受付件数の減少傾向はしばらく続くとみている。
		商店街（代表者）	・低価格帯の客に動きが全くみられていない。社用は相変わらず低調であり、この先も更に静かになるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・暑くなると過ごしにくくなり、来客数にはね返ってしまう。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客層のほとんどが年金受給者や無職の方である。買物客の表情はそれほど悪くないものの、現状では景気に活況をもたらすような起爆剤がない。先々の収入が増える見込みがなければ、消費行動は守りに傾いてしまう。アベノミクスが初期のシナリオどおりに展開されればまだまだ期待できるが、インフレでデメリットのある層もあり、今後理想どおりに進むが見通しは不透明である。広く均等に配慮をすれば、大きな変革は当面起こりそうにない。
		スーパー（店長）	・前年末に進出してきた競合店の影響がじわじわと出てきている。また、アニサキスやカンピロバクターなどに関する報道により、鮮魚部門、寿司などの総菜部門の数字が伸びにくくなっている。
		スーパー（店長）	・今後も競合店との客の奪い合いが続くとみている。
		スーパー（営業担当）	・競合店の出店が続いており、来客数、買上点数、客単価のマイナスが続いている。そのため、先行きの収益悪化が見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・景気は少しずつ悪化していくのではないかとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・この先は、秋物が本格的になるまで売上が低迷する時期となる。

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
		衣料品専門店（店長）	・マーケットが冷え切っている。現在の来店ベースからは、クールビズのニーズが過ぎた後も、客が服を買いにくくは考えにくい。
		乗用車販売店（経営者）	・少子高齢化による、市場縮小を懸念している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・7～8月は秋口に備えて準備をする期間であり、動きが少くない。
		高級レストラン（経営者）	・新しい政策が発表されるなど、劇的な変化がおこらない限り、景気が良くなる要素は何もない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏に向けての対策はあるが、宿泊、婚礼、宴会において伸びる要素がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前月からの予約減少が続いている。加えてフリーの来客数の動きも鈍っている。これらの状況が好転するような要因もなく、現状維持もしくは更に悪化していくのではないかとみている。
		旅行代理店（店長）	・国内旅行、海外旅行共に予約数が伸びていない。7～9月は特に悪い状況である。
	x	スーパー（経営者）	・同一商圏内に、スーパー、コンビニの出店がある。客の選択肢が増えるため、売上は分散してしまう。
企業 動向 関連 (東北)		食料品製造業（総務担当）	・雇用、所得環境の改善を背景に、実質賃金の増加がプラス要因に働くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給が良くなる見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・業界に底打ち感がみられている。
		輸送業（経営者）	・主要荷主の生産が順調に進んでおり、今後物流の増加が期待できる。
		広告代理店（経営者）	・インバウンド系の案件が増えており、多少先までの売上が見込めている。
		公認会計士	・クライアントの話では、夏から秋にかけて建設業の受注状況は良好と聞いている。そのため、小売業は現状維持としても建設業が上向きになるとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・個人情報保護法の改正により、今までセキュリティに興味がなかった企業も対策を検討し始めている。その結果、当社が扱うセキュリティ関連商材の引き合いが以前より多くなってきており、今後に期待がもてる。
		食料品製造業（経営者）	・大きなイベントがあるため売上は良いが、逆に大きなイベントがなければ売上は良くないことから、個人消費の基調は決して良くない。
		食料品製造業（経営者）	・この先は選挙があるため、人の移動や贈答品の動きが鈍くなる。
		繊維工業（経営者）	・衣料品の売上が悪い状態が続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・復興予算の削減から印刷物の発注が減っている。民間企業も建設業が財布のひもを締め始めている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・この先、前年のような台風や集中豪雨が予想される。納期がずれ込む可能性もあり、状況は良くならないとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・販売価格及び顧客の動きは、当初の見込みどおりに推移するとみている。
		建設業（経営者）	・現状の景気が続くとみているが、受注は小口工事が多く、技術者の不足もあり、納期やコスト面を心配している。
		建設業（従業員）	・中央官庁を中心に発注の平準化が図られているため、発注状況は同程度のまま推移するとみている。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、2～3か月は現状のままで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・供給能力以上の受注にはリスクがあるため、今後は受注条件を見極めて受注する必要がある。
		金融業（営業担当）	・今後特に景気を大きく左右するような変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・ボーナスやお盆に向けて個人消費が上向く時期ではあるものの、家計において給与が上昇していないため、前年並みで推移するとみている。
		広告代理店（経営者）	・受注量の落ち込みは今後も続く見通しである。取引先も様子見しており、首都圏からの動きも良くない。
	経営コンサルタント	・夏のボーナスによる消費喚起次第である。	
	司法書士	・低価格帯の建て売り住宅の取引が目立つものの、景気の変動を左右するまでには至らないとみている。	

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
	x	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・酒税法の一部改正で飲食店でのメニュー価格が改定されるようになり、飲食市場の景気に水を差すとみている。
		金属工業協同組合（職員）	・良くも悪くもなく、平均的な受注の流れが続くとみている。
		農林水産業（従業者）	・ももの主力品種の収穫が、前年よりも5日程度遅れる見込みのため、最盛期が8月中旬にずれ込む可能性がある。そうなるとお盆前の販売価格に影響が表れると心配している。
		農林水産業（従業者）	・長期予報で猛暑となっており、作物の収量減につながることを懸念している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2～3か月後の受注残は前年よりも約1%下回っており、見通しは悪くなっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内需要は堅調に推移しているものの、海外の需要はやや減少傾向にある。
		通信業（営業担当）	・政治が不安定では消費や経済の回復に影響が出てしまう。特に地方企業の景気回復に悪影響となる可能性が高い。
		広告業協会（役員）	・7～8月に向けた動きもなく、広告業界の回復は当分難しいとみている。各社は行政や自治体のインパウンド対策、地方創生対策のコンペティションに賭けている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・景気が良くなる要素がなく、取引先も毎月のように廃業している。スーパーや激安店などの価格競争のなかで一般の商店は埋没しており、先行きが非常に不安である。
		食料品製造業（営業担当）	・販売量の前年割れをどこまで抑えられるかという消極的な営業活動で精一杯であり、新商品の拡売にも力が入っていない。先行きは不透明な部分が多く、良くはならないとみている。
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・受注済みの7月案件のほか、現在見積中の案件が成約すれば、2～3か月先の景気もやや良くなる見込みとなる。
		人材派遣会社（社員）	・案件数及び登録者数が増えているため、この先2～3か月は堅調に推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・自治体も県外からの企業誘致に動いており、その関係で小売関係の店舗が地域に進出してきている。これにより、地元の人口減少問題も落ち着くのではないかとみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業を中心に回復傾向となっている。ただし、新規採用者が入社した後の採用のため、派遣での対応が目立っている。
		人材派遣会社（社員）	・この先数か月は企業の採用意欲が減退することはないとみている。新卒の採用目標数を満たしていない企業は、説明会などを実施して、学生との接点を模索している。
		人材派遣会社（社員）	・働き方改革における長時間労働是正については、求人の増加が見込めるため、業界としては追い風であるが、来年以降に向けての労働関係法令の改正などを鑑みると、先行きは不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなるような要因は少ない。
		人材派遣会社（社員）	・景気が好転する材料が今のところ見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告を掲載しても反応が鈍く、人手不足が定着している。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は引き続き旺盛である。ただし、これは景気が良いからではなく、人手不足に起因するものである。
		職業安定所（職員）	・各業種において、人手不足に改善の見込みがないとの声が多い。
		職業安定所（職員）	・人材確保のため、離職者を出さないよう処遇の改善を図る企業が増加している。ただし、小額の賃金改定と、業務シフトや仕事の見直しで残業を減らす方向であり、手取り額が増えないため、当面変化はないとみている。
		職業安定所（職員）	・求人側の採用意欲は依然として高いが、ミスマッチによる人手不足が続いている状態である。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数の前年同月比は、6か月連続で8%ほど減少している。反して、有効求人数は4か月連続で前年同月比が10%ほど増加している。このような状況は今後も変わらないとみている。
		学校就職担当者	・事前の採用計画からの増員、新規採用の企業はほとんどなく、採用意欲の向上はみられていない。
	アウトソーシング企業（社員）	・仕事を受けても、やる人がいない状況になっている。そのため、受注金額を値上げできないまま、人件費が増えるという事態に追い込まれるとみている。	

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・7~10月にかけて、県内では立て続けに大きな選挙が控えている。選挙期間中は様子見で経済が停滞する傾向にあるため、景気が上向きになることはないかとみている。
	x	-	-

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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)		コンビニ（経営者）	・7~8月は来客数が増えることや、イベント等が多くあるため、買い方や来店回数が増えるのではないかと。・観光地のため夏休みなどでイベントもあり、来客数が増える。
		コンビニ（経営者）	・デスティネーションキャンペーンに期待している。
		商店街（代表者）	・猛暑が予想されているので、エアコン、冷蔵庫等、夏物家電に期待する。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・7月半ばにはイベントがあるので少し良くなる。
		コンビニ（経営者）	・夏は非常に暑いという予想で、コンビニ得意の清涼飲料水、アイスクリーム、ビール等が売れるだろうと予想している。また、土用の丑、お中元などのイベントがあるので、そういう物である程度稼いでいきたい。ただし、いずれにしても、競合店が多いことは自分たちではどうしても解決できないので、非常に大きな問題が横たわっている。
		コンビニ（経営者）	・夏は非常に暑いという予想で、コンビニ得意の清涼飲料水、アイスクリーム、ビール等が売れるだろうと予想している。また、土用の丑、お中元などのイベントがあるので、そういう物である程度稼いでいきたい。ただし、いずれにしても、競合店が多いことは自分たちではどうしても解決できないので、非常に大きな問題が横たわっている。
		衣料品専門店（統括）	・季節的な要因もあり、各地で屋外で行うイベントが、大分多くなり、人の往来が活発になっている。しかし、客の購買意欲は上がっていないようである。
		家電量販店（店長）	・7月も天候に左右される月のため、暑さ次第で変化したが、天気予報からみて、夏は好調に転じる。
		乗用車販売店（経営者）	・主力車種のモデルチェンジがあるため、初期受注が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・不景気の影響で、新車への買換えが進まなかったが、今後は徐々に増えてくるのではないかと。
		自動車備品販売店（経営者）	・依然として、買い回り品は低価格志向だが、高付加価値の商材やサービスも、体験型の接客で販売数が伸びている。
		一般レストラン（経営者）	・客の動きが良いようである。
		一般レストラン（経営者）	・今が最低であってほしいし、そうでなければならない。当地域や当店が今の世の中の動きに全く追いつけていないのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・7月からデスティネーションキャンペーンがスタートするので、期待を込めて、やや良くなる。
		スナック（経営者）	・先の見通しは正直よく分からないが、客が明るい感じで来店しているので、しばらくはこのまま良い状態が続くのではないかと。
		観光型ホテル（支配人）	・来客の多いイベントがもたらす効果が続いてほしいものだが、これは2か月間の特需であるため、今後いかにつなげていくかが市民や行政の課題である。
		観光型旅館（経営者）	・今年はデスティネーションキャンペーンが開催される。これにより集客がやや増えると考えられるため、やや良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・前年の大河ドラマに続き、今年は7月からデスティネーションキャンペーンが始まる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・7~8月は宴会、宿泊共に前年同期比103%と変わらず好調である。
		都市型ホテル（営業）	・夏場は売上が厳しい時期のため、集客に向けたイベントやクーポン券等で、売上増を図るための手を打っているため、今後良くなっていくのではないかと。また、良くなってもらいたいという願望を込めている。
	旅行代理店（所長）	・夏休みから秋の行楽シーズンまで、堅調に伸びていく。	
	通信会社（経営者）	・都内の仕事が始まったので、当社は持ち直さそうだが、地域の厳しさは変わらない。	
	通信会社（総務担当）	・売価がこなれてくれば、動きそうな新商品は複数ある。	
	テーマパーク（職員）	・新駅開業やS Lの復活運転など、明るい話題が多い。	
	ゴルフ場（総務担当）	・天候に左右される業種なので今年は空梅雨の影響もあるが、前年同時期と比べて入場者の予約状況はやや良くなってきていることから、今後の景気も良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・今夏の長期予報は暑くなるということで、髪を短くする人が増えているものの、単価は上がらない。
		美容室（経営者）	・季節商材のUV化粧品に限らず、高額化粧品が売れるようになってきている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・医者にそろそろ危ないと言われ相談に来た客に、1週間くらいして、その後どうかとか、そろそろどうかと営業はできないので、そこが難しい。
		設計事務所（経営者）	・次の仕事や物件予定も入っており、今後数か月は忙しくなっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・大型観光キャンペーンによる県外からの入込客増が見込める。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・これから先は、暑さがより一層厳しくなるので、人の動きは悪くなりそうである。客寄せのイベント、七夕や納涼祭をうまく利用して、人の動きが出るよう期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・ボーナス商戦、夏物商戦へと売上増を期待したいが、新規の販売は難しく、家電品の売上増は見込めない。新商品発売などのメーカー施策にも客は飛び付いてこない。相変わらず、客の買換え需要を逃がさないように抱えておけるかが重要である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・実感として売上が上がらないので、何とも言えない。
		百貨店（営業担当）	・ボーナスの平均支給額が前年より落ちているので、個人消費は依然慎重な状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・長期にわたり不振であった婦人衣料が、以前のような大きな落ち込みを見せなくなったことや、化粧品など堅調な商品群があることをみると、以前のような景気の悪さは多少緩和されてきている。ただ、このような状況が長期継続するかは疑問である。
		百貨店（営業担当）	・お中元商戦が盛り上がりのないまま終盤を迎えることになりそうなかで、衣料品を中心とした夏物バーゲンに入るが、いまだ堅実な消費行動は継続しており、流れを変えるような勢いは見込めない。今後2～3か月先も状況は変わらない。
		百貨店（店長）	・地方百貨店の売上は相変わらず厳しい。客の購入単価も下がっている。食品はまずまずだが、衣料品は相変わらず売れない。客は必要な物以外買わない。
		百貨店（店長）	・客の動きが変わらない。
		スーパー（経営者）	・改善の兆しが見られない。
		スーパー（総務担当）	・夏のボーナスが良いという話も聞かないので、景気の上向き要素がない。
		スーパー（商品部担当）	・外的要因も大きな変化はなく、現状を維持できれば御の字である。集客を目的とした対策を考慮しても、数字が大きく変化することはない。
		スーパー（副店長）	・現状では、前年売上を100%達成するのも大変難しく、2～3か月先はもう秋でお盆などのイベントも終わり日常生活に戻っているので、景気の上向きはあまり望めない。
		コンビニ（経営者）	・大口の取引先が1軒減少して、ギフト等の季節商材の伸びが減るとみているが、店頭売りの中食等は、前年を超えているので、ほぼ横ばいで変わらない。
		コンビニ（店長）	・来店客に対する高齢者の比率が高くなっているため、先行き、買上に大きな変化はない。
		コンビニ（店長）	・天気の長期予報もあてにならないようなので、来客数が戻るような状況は特別ないものの、これ以上減るとい理由もあまり見当たらない。今とあまり変わらないのではないかと。
		衣料品専門店（販売担当）	・このところいろいろ手を替え品を替え、手を尽くしているが、客の反応が本当に鈍い。年金が出た時だけは若干動きがあるものの、それが続かない。この後、本当に良くなる要素が見当たらず、セールをしても、電話作戦をしても反応が鈍い。さてどうしたものかというくらいひどい状況が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	・製造業中心の当地の経済メカニズムはよほどのことがない限り、数か月程度では大きな変化はない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後2～3か月というと、7～9月だが、例年8月はどうしてもお盆月で売上がダウンする。7月の梅雨が終わって、8月のお盆月なので、どちらにしてもそれほど良くなる要素はない。ただし、現状がどん底なので、これ以上そんなに悪くはならず、このままの状況で推移していくのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（管理担当）	・大型観光キャンペーンによる乗客増効果は続いてほしいが、2か月程度の特需であるため、これを今後いかにつなげていくかが市民や行政の課題である。新型車の発表がなく、販売は低調である。
		住関連専門店（経営者）	・ボーナスの支給が行われると、多少の活性化はあるかもしれないが、景気の高揚感が出るほどのものではないと想定されるので、現状維持止まりかと見ている。
		住関連専門店（店長）	・客単価と1品単価が、ほぼ前年並みに推移している。
		住関連専門店（仕入担当）	・ビールの価格改定が好例で、値上げ前に販売は大きく伸びるが、その反動も大きい。必要以上の購入は控え、節約志向である。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・販売は、受注残が減少してきているものの、大きくは変動していない。
		一般レストラン（経営者）	・大手のファミリーレストランを含めて、全体的に飲食関係の成績はあまり良くない状態が続いている。特に、ディナー客が顕著に減少している。
		一般レストラン（経営者）	・足元の景気に減速感があったとしても大したことはない。夏場の暑さの度が過ぎると、景気が悪くなる可能性がある。
		都市型ホテル（経営者）	・景気が良くなる理由が見当たらない。
		都市型ホテル（営業担当）	・客の現状からみて、3か月後に確実に良くなる決め手の要素はない。現状と月ごとに元々ある需要は、多少浮き沈みはあるだろうが、状況は根本的に変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・予約状況から判断して、8月中はこの好調が続く見込みである。
		旅行代理店（従業員）	・来客数が伸びてこない。
		旅行代理店（副支店長）	・夏休み、秋の行楽シーズンを控えるが、大きな動きはなく、受注量も例年並みで景気が良くなる気配はない。来月のボーナスで多少動くので、その後の客の動向を観察したい。
		タクシー運転手	・これ以上悪くなったら若者は生活できなくなる。
		タクシー運転手	・この1年、大きく上回ったり下回ることもなく、前年比100%前後で動いている。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが悪いので、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・客はまだ節約志向が強く、現状維持が精一杯で、それ以外にはあまりお金を使わない。
		通信会社（営業担当）	・景気回復の実感を給与所得では感じられない状況が続くなか、物価上昇により消費傾向は、ほぼ横ばいとなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・当地域から北のエリアでは、景況感は停滞し続けるとみている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・2～3か月先、夏休み等を含めて予約状況は例年どおりである。また、各テナント、ホテルや大型シネコンについても予約等は横ばいであるため、変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・景気の良くなる要素が、なかなか見当たらない。
		設計事務所（所長）	・本来ならば、そろそろ新年度物件の情報がありそうなものだが、今年は少ない。
		設計事務所（所長）	・2～3か月先の受注予定がみえない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅ローン金利も落ち着いており、地価動向も変わらないため、相変わらず動きは鈍いと予想する。
		商店街（代表者）	・政治不安が増し、貧富の差が更に拡大する懸念がある。中間層相手の商売は、お先真っ暗である。
		商店街（代表者）	・これからもっと景気は悪くなるのではという予想である。一般的に良いというようなことを言われているが、実際に客が来店しても、なかなか良い話は出ていない。今後は一層景気が悪くなるのではないかと。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・梅雨の時期で、雨が降ったりするとだめだが、天候の良い日には、道路に車が混んでどうしようもない時もある。地元名刹にお参りしているようである。そうした影響で多少良いが、残念ながら私ども一般の店の売上につながることはない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・地方の消費はまだ減退しているようである。
		スーパー（企画担当）	・税金の負担増や各種経費の上昇により可処分所得が減っているため、消費者マインドの冷え込みがある。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店で、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
		自動車備品販売店（経営者）	・3か月後に良くなる材料は見当たらない。ただし、苦勞をすれば、何らかのプラスは見込める。周りは良くならないが、いろいろ考えて、当社を良くしていくつもりである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・隣接市の駅前に、新規競合店の出店が控えている。
		タクシー（役員）	・ドライバーの確保が出来ないため、やや悪くなる。
		通信会社（経営者）	・大型案件が減っている。地方では設備投資をする企業が少ない上に、業種も限られている。
		通信会社（局長）	・若者の流出、特に若い女性の流出が止まらない。
		ゴルフ場（経営者）	・異常気象による猛暑予報に、ゴルファーがプレー回数を減らす場面がある。また、山岳コースなので、急な大雨も心配である。
		ゴルフ場（経営者）	・人口減少が続く限り、消費拡大は望めない。競合他社と全く違う価値を産み出して、別のカテゴリとして生き残ることができるか、当社のような施設産業では難しい課題だと言えるが、需要創出に向けて努力を続けるのみである。
		競輪場（職員）	・全国発売の特別競輪レースの売上が最低発売記録を更新したため、なかなか先の売上は見込めない。
		x	スナック（経営者）
企業 動向 関連 (北関東)		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・当社事業の3本柱の2本は、開発から製造、直接レンタル、リースという、ビジネスモデルが出来上がってきている。
		金属製品製造業（経営者）	・仕事量が徐々に多くなる予定である。今月は前月よりも仕事が多いので、今後を期待している。
		金属製品製造業（経営者）	・7～8月は忙しいと親会社から連絡を受けているが、その先は分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・本格的な新規受注案件の立ち上がりは何件か重なり、売上は徐々に上向き見込みである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先で9～12月までが繁忙期になるところがあるが、例年の繁忙期の2割増くらいの生産予定で、当社も生産がかなり厳しくなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・生産量が今月より増えそうである。
		建設業（開発担当）	・新年度から2か月を経過した時点で、発注が前年比35%増と好調である。前年が厳しい発注だったので、今は一安心である。ただし、建設業は10年以上続いた不況の影響で経営は厳しい。今後の発注に期待している。
		輸送業（営業担当）	・今夏は暑い日が続く予測が出ているので、エアコン、扇風機等、夏物家電や夏物寝具、マット等の冷涼品の物量が増えそうである。
		通信業（経営者）	・希望的予測であるが、やや良くなる。
		司法書士	・孫請け企業の事業主と飲む機会があるが、忙しくなってきたという話がよく出る。少し明るくなってきているようである。
		食料品製造業（製造担当）	・特別良くなる要素もなく、このまま推移していけば、まだ良い方である。
		化学工業（経営者）	・今後の引き合い等の情報を考慮すると、現状維持は可能と考えている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新技術による製品や、夏向けのワークショップ等、種々展開しているが反応は薄い。動向予想すら読めない状態である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・この先2～3か月に、好転する見込みはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の売上動向に伸びがみられない。また、今後の目標は高く設定しているが、その実現には無理がある。
	電気機械器具製造業（経営者）	・相変わらず仕事の確保は厳しそうである。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先は毎月、忙しい会社と暇な会社と様々である。2～3か月先のことはあまり分からないが、総合的には変わらない。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車の輸出量の伸び率は一段落した感があるので、先行きも変わらない。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・単発的な展示会では良い数字は出るものの、宝飾業界全体でみると、国内市場の回復が遅れている。	

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
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業（総務担当）	・良くなる情報はあまりなさそうだが、例年並みの発注予定はある。
		金融業（経営企画担当）	・国内株式市場もようやく2万円台に乗せてきており、ポジティブな情勢が続いている。ただし、米国の経済指標の数字がやや弱さが目立ってきていること、また、中国企業への信用リスク等、外部環境の悪化が進むようであれば、リスクオフの流れから円高となり、景気の腰折れにつながるとみている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・店舗間、地域間の格差がはつきりしてきており、消費者の選択もシビアになってきている。良いところはますます良いが、それなりのところが目立っている。
		経営コンサルタント	・雇用がひっ迫するほど需要が安定しており、ボーナス支給等による個人消費や企業投資が続き、景気はなだらかな高原を維持すると期待する。
		社会保険労務士	・中小企業のボーナスは前年とほとんど変わらないようである。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数が増加しており、今後は受注、販売量共に増加する。
		食料品製造業（営業統括）	・EUとのEPA関係交渉で、ワインの関税撤廃がほぼ確実になり、今後の国産ワインの消費動向が大変心配である。
		不動産業（管理担当）	・取引先の業務見直しにより、前年より業務の受注回数が減ったり中止になったものがある。今後はその影響が始まるため、売上、利益の減少が予想される。
		広告代理店（営業担当）	・例年、夏場の販促は落ち込む。
		×	出版・印刷・同関連産業（経営者）
雇用 関連 (北関東)		*	*
		人材派遣会社（経営者）	・梅雨時期でもあり天候次第だが、夏に向けて衣料品は店頭をかなりにぎわすとみている。夏休み期間中の子供たちのレジャーや衣料雑貨、施設等の利用も増えてくるので、多少上向くのではないかと。ただし、人手不足はどうか、まだしばらくは続くのかという不安材料もあり、この辺りが若干気になる。
		人材派遣会社（経営者）	・仕事はあるものの、人材がなかなか見つからない。
		職業安定所（職員）	・当面は、製造業を中心として新規求人数が増加していくことが見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・宿泊施設関係の客は順調である。県内の入込客数もそこそこ多く、2～3か月先も堅調に進むのではないかと。これから時期的に夏休みで、7～8月は例年同様、あるいはそれ以上の集客があるとみている。
		人材派遣会社（営業担当）	・休日など買物客が増えていない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・7～8月は夏期商戦となるのでパート、アルバイトの募集が極端に多くなり、人手不足はさらに続く。
		職業安定所（職員）	・ミスマッチにより人手不足は解消されていない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・景気減退への懸念が根強く、正社員採用には慎重な姿勢を崩さないが、目の前の忙しさからパート、派遣、契約社員等が担当する一般的な業務への求人は、目立って増えている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・求人数、求人企業は共に増えている。ただし、製造職種など偏りがあり、全体として景気が上向いているとはいえない。
		人材派遣会社（管理担当）	・今後の製造計画等に変化がなく、今と変わらない状況であるが、派遣単価が低く、徐々に求職者が減少し、派遣売上が減少するとみている。
	人材派遣会社（支社長）	・引き合いは続くものの、中身に目をやれば難しい要件の物ばかりが目立ってきている。エントリーしにくいオーダーが残っているため、今後マッチングスピードは衰え、決定数も減る。年末の繁忙期までこの流れは変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	-	-

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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)		スーパー（経営者）	・良くなるように、日々努力している。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後は今よりも、徐々に景気が良くなり、客が増えてくると思う。物価がいくらか下落してくれば、もっと良くなる。
		観光名所（職員）	・6月は梅雨のはしりで、旅客はそれほど多くない。また、2～3か月後は、8～9月の夏休み期間、秋のはしりとなるため、6月よりは良くなる（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・特に今は悪いが、情報が入ってきているので、今後は良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・来客数が少しずつ増えてきている。商品の問い合わせも増えており、購入意欲が見受けられる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・どれだけイベント、祭事があるかによるが、街のにぎわいを取り戻そうとする動きがある。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・今年は猛暑と聞いているので、季節商材の需要を期待したい。
		百貨店（営業担当）	・国際情勢や国内政治状況は安定しているとは言えないが、経済面では大きな落ち込みもなく、安定した状態が続いている。個人消費も徐々に伸びていくのではないかと（東京都）。
		百貨店（店長）	・大きな競合出店などの環境と件もなく、売上をけん引している各テナントの状況が非常に良い。
		コンビニ（経営者）	・当店近くの工事現場の人数が徐々に増加してきたため、来客数と売上が増加している。
		コンビニ（経営者）	・来月は、最初の週から高温注意報が出ているため、飲料水等を買う客が大幅に増加する可能性もある。ただし、あまりに猛暑だと客が外出しないので、その心配もある。コンビニエンスストアは7～8月と売上、来客数がピークになる。今年の夏、どのように天候が推移し、災害等はないのか、その辺も心配であるが、今までの経緯からすると、順調に同じような動きをしている。
		コンビニ（経営者）	・梅雨が終わり天候が安定すれば、来客数も伸びてくる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニは夏に売上のピークを迎える。今年は猛暑と予報が出ているので期待している。
		コンビニ（経営者）	・今年の夏は前年よりも猛暑になると予想されている。コンビニは天候にも左右されるため、売上、来客数も伸びていくものとみている。ただ、業界自体は飽和に近付いており、個店ごとの売上が厳しい状況は変わらない。
		家電量販店（店長）	・季節商材のずれと、テレビ市場における有機ELが単価を押し上げていく（東京都）。
		家電量販店（店長）	・ボーナスを見込んだ購買も見受けられ、全ての客ではないが、回復している感はある。
		乗用車販売店（販売担当）	・経営者の話によると、運送業、建築業共に人手不足のなかで、忙しいようである。募集をしても人が来ない、そのため賃金を上げざるを得ない、賃金を上げてでも実際の受注価格が上がってこないという状況で、景気は良くなりつつあるが、利益は増えていない状況のようである（東京都）。
	乗用車販売店（渉外担当）	・販売量は前年並みに推移しているが、新型車効果もあり、来客数が増加している。	
	乗用車販売店（総務担当）	・ボーナス月、夏のフェア、9月需要月と活発化してくるので、景気は上向いてくる。	
	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年の夏は酷暑だということなので、夏物商材の売行きを期待している。	
	その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の打ち出す手立てが、正確に当たっていると思うからである（東京都）。	
	その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・夏以降は有力タイトルが出そろうため、活気が出る（東京都）。	
	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は8～9月だが、8月は一番店の売上が落ちる時期である。しかし、6月がかなり落ちており、これ以上悪くなることはないと思うので、少しは良くなるのではないかと。	
	一般レストラン（経営者）	・近隣にマンション、ホテル、専門学校を建設しているため、回遊者数の更なる増加は期待できる（東京都）。	

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）	・豊洲市場移転問題も、正式に移転が決定し、都議会議員選挙の争点もぼやけてきたので、大方の予想どおりの結果となるとみている。その結果を受け、政治が安定して景気はやや良くなっていくという期待感が膨らむ（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・夏に向けて外で飲む機会が増える（東京都）。
		観光型旅館（スタッフ）	・東京オリンピックがあるので、やや良くなる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏期の行楽シーズンは、景気の上昇がある程度見込める。
		旅行代理店（従業員）	・ボーナス商戦時期であることや訪日外国人の消費、夏休みの旅行シーズンで航空機やホテルなどの空席が少ないことから、やや良くなる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・夏季の繁忙期を迎えるため、やや良くなる。
		タクシー運転手	・先行きを展望すると、米国大統領の政権運営など海外の政治、経済動向に不透明感が残るものの、製造業の在庫復元に伴う生産増、世界的なIT需要の拡大や設備投資の回復を受けた輸出の増加、都心部での再開発など非製造業の建設投資、人手不足を背景とした雇用所得環境の改善、が下支えすることで、景気回復基調が続く見込み等の報道から、景気は多少上向きとみている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・新サービスを中心に販売していくことで、販売実績も向上していくものとみている。
		通信会社（管理担当）	・法人企業向けのソリューションは横ばいかと感じているが、個人向け携帯電話やその周辺機器の需要は、夏の商戦期に向け上向きとみている（東京都）。
		ゴルフ場（企画担当）	・夏以降の予約は例年以上の予約数となっている。
		競輪場（職員）	・インターネットでの広告告知、10月まで実施する大規模なキャンペーン、イベントを盛り上げるための協賛金募集、プロレスなどの新規イベント等を同時多発的に行うため、やや良くなる。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・消費拡大の手ごたえを感じる月となっている。ファミリー、ジュニア、大人、全ての層の来場数が増えてきている（東京都）。
		商店街（代表者）	・最近、商店街の方々といろいろ話すが、物販はあまり思わしくない結果になっているようである。前年の数字を取ることは大変難しく、努力してもなかなか届かない。飲食のほうはまだ少しは良いのではないかと。
		商店街（代表者）	・これから先、7～8月はかなり暑いという予想が出ている。30度を超えると人出が途端に少なくなるので大変である。気候が変わってきているので仕方がないと思うが、商売としてはなかなか難しい（東京都）。
		商店街（代表者）	・都議会議員選挙の影響もある。東京オリンピックに向かって追い風となる結果であれば良いが、逆の場合、商店街などの単位ではやや影響が出るのではないかと懸念される。ラグビーワールドカップもあるし、このビッグイベント2つを利用しようという機運が欲しいところである（東京都）。
		商店街（代表者）	・景気が浮揚する要因を見い出せない（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暑い夏になると期待したいが、メーカーに希望の商品がそろっていないようで、繁忙期を控えて心配である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・ここ2～3か月、来客数、販売量とも良くもなければ悪くもないという状況である。これから先良くなるかと言われると、変わらないような感じである（東京都）。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・業種にもよるが、客の購買ルートが全く変わってきている。個店にわざわざ出向くというより、今は通信販売やパソコンでの販売高も膨大なものになっている。次第にそういうものに移行しているのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・客からの問い合わせもあまり増えてこないし、新聞、テレビ等の報道でも良くなるようなニュースが出て来ないので、現在の状況が継続する（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・数か月後に予定される大きな案件も特にはないが、全く案件がないわけでもない。店頭部門も、極端に良くも悪くもなく、来客数や売上も天候によっては安定しているため、この先の景気は横ばいである。

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
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・世間ではボーナスの話などが出ているにもかかわらず、このところずっとボーナスが出ていない。とても良くなるとは思えない（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・7月はクリアランスで動員があり、前年並みと推測している。クリアランス後から9月前半までは天候に大きく左右される。株価や社会状況に大きな変動がないことが前提条件だが、天候が大きく崩れなければ前年並みで推移できる。
		百貨店（売場主任）	・今の店舗に来て4か月で動きがまだ読めないが、入店と数字が大体前年100%位できていることからして、今後大きく跳ねていくことは非常に難しいため、前年を維持していく動きとなる（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・客の様子、販売の量の動き等をみても、消費をこれ以上押し上げるような状況にない。
		百貨店（総務担当）	・ボーナス支給等の追い風はあるものの、消費に対する慎重な姿勢は継続することが予想される。
		百貨店（総務担当）	・消費傾向として、必要なもので付加価値の高い商品を厳選して購入する傾向が継続するとみている。
		百貨店（広報担当）	・来月にクリアランスセールを控え、また、7～8月と高気温が続くとの予報もあることから、夏物を中心に衣料品が動くことを期待したいが、足元では、前年に届くかどうかという水準で推移しており、この先の動向も慎重に見ている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・雨の日が少なく、天候も安定しているが、衣料品の動きが良くない状況が続いている。化粧品はインバウンド需要で大きく前年を上回っている。景気が個人消費を押し上げている実感はない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・アパレル業界の不振が続くなか、晩夏～秋物の動きが大幅に改善する見通しはない。インバウンド需要として、化粧品の好調がしばらく続くと思われるが、以前の爆買いほどのインパクトはなく、全体としては厳しい状況が続くのではないかと（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・経済環境において好条件がないなか、前年同様に猛暑や台風の影響など不安材料のほうが多い（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・商品カテゴリー別の売上推移を見ても、傾向はほとんど変わらず、今後消費が活性化されるような材料も特に見つからない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・ボーナス増の与件もあるが、目的購買に特化し、消費動向全体のけん引にはつながらないのではないかと（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・現状は、好調な食料品を中心とする消耗品に加え、衣料品の動きも良くなりつつある。今後、クリアランスセールに入ってから衣料品の動きや、ボーナス支給後の客の様子を見る必要があるが、先行きも変わらないとみている。
		百貨店（計画管理担当）	・今の状態が一過性のものか、今後も継続するか不透明である（東京都）。
		百貨店（店長）	・さまざまな不安要素は取り除かれていない。株価の上昇など、やや明るさも垣間見ることが長い低迷期との差であるとは思うが、それがすぐに回復に直結するということではない。
		百貨店（副店長）	・現時点では、安定的な株価推移などで、客の消費動向も堅調だが、今後の見通しについては不明瞭な部分もあり、楽観視できない。
		百貨店（営業企画担当）	・政治、外交、気候変動等、消費にはさまざまな要因が簡単に影響してしまうため、先読みは困難である（東京都）。
		スーパー（経営者）	・競合店の安売りが激しくなっており、粗利が取れにくくなっている（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争もあり、平均単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年を上回っているものの、平均単価が下がっている分、1人当たりの買上金額が前年をなかなかクリアできない状況が続いている（東京都）。
		スーパー（経営者）	・競合が出ているため、なかなか厳しい状況が続いている。また、先週の大雨も一つの大きな理由である。それ以外はあまり雨は降っていないが、大雨の日は全く売れていない。いろいろな要因が絡んでいると思うが、一番大きいのは競合が大きいことである。
		スーパー（経営者）	・売上、来客数共に変化はあまりない。

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）	・乗客数が減少している理由が、なかなか店では判断出来ないところがある。3か月後の景気は、本来であればやや良くなるという回答をしたいが、現段階では今と変わらない形で推移していくのではないかと考えている（東京都）。
		スーパー（店長）	・節約志向が依然として根付いており、必要最低限の物を買っている。しばらくは現在の状況が続く（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・客の購買に対する力強さが見えてこない。これから先、明るい兆しがなく、特別なことがなくなっていることが大きな心理的要因である。ギフト物の売上も良くなく、天候と件も、梅雨又は酷暑で、売上は厳しい状況が続く。
		スーパー（営業担当）	・夏物商材の動きが早く、現在も活発に推移している。販売量は伸びているものの、今のところ買上単価は前年並みであり、販売量の分が上乗せされているという状況である（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・生鮮品の動向が不安定である。食肉は輸入牛、豚肉、鶏肉の動向は良いが、相場が上がり、価格が上昇することが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・ここ数か月、あまり大きな変化を感じない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・天候の変化などがない限り、客の動向に変化の兆しはない。
		コンビニ（経営者）	・近隣に店舗が増加する予定のため、悪い方向に行く（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・施策の投入を継続しているものの、来客数の伸びが追い付いてきていない現状があり、トレンドは大きく変わらない（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数は改善せず、今後も改善につながるようなきっかけが見当たらない（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・この先も暑いとの長期予報があるため、夏物衣料は善戦するとみているが、客の安さへの要望は依然として強く、大幅な売上増は期待できない。
		家電量販店（店員）	・このままの状態では変わらない（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・レジ通過客数は堅調に推移するとの楽観的な見方もあるが、生活防衛的な動きとして、単価の動き、特に単価低下にも注目している。このあたりは政局を含めた不安定さ等があり、自信を持ってない（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしている。整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。今年いっぱい景気が悪いのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の売上は急激には伸びないが、整備部門で補い、前年並みになる。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス商戦とは言いつつ、財布のひもは固く、必要に迫られての買換えや新規購入が多く、車が欲しくなって購入する客は少ない。
		住関連専門店（営業担当）	・基本的にはリフォーム需要は堅調に推移するとみているが、今年は生活必需品などの値上げが相次ぐため、消費マインドに影響を与えることが懸念される（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・先行きについても、販売量はさほど変わらないのではないかと。
		その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・業界全体の景気動向は、悪い方向を向いたまま進む。また、現在好調な企業も、いつ不調に転ずるか分からない状況にある。しかし、景気に大きな変化が表れる外部要因は見当たらないため、変わらない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・プレミアムフライデー特需も期待したほどの反応はなく、市場マインドも、導入当初と比較すると低下傾向にあるように見受けられる（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・アニサキス報道の影響による売行き低迷の状況がすでに1か月続いている。これからは食中毒を警戒しなければならない季節でもあり、心配である（東京都）。
		高級レストラン（副支配人）	・法人関連の宴席、予約状況は、ほぼ前年並みの数字で推移している（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・販売単価を上げられるほどの勢いは感じられない。先々の予約状況からもほぼ前年並みと見込んでいる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・依然として人手不足が続いている。豊洲市場移転問題の影響もあると思うが、仕入原価の高騰等、経営的には厳しい状況が続いている。客の財布のひもは、ほんの少しだけ緩んできているように見受けられる（東京都）。

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）	・景気が良くなるような状況が全く見えないため、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・好転する要素が少ない。仕入値が上がっているのに対し、売価の値上げができていない（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・取引先と話していても、業況が改善しているという話は全く聞いたことがなく、海外進出等の前向きな話も立ち消えになってしまう傾向にある（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・こここのところ景気が良いのか悪いのか判断しにくい状態が続いているので、この状態がしばらく続くのではない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今月は復調傾向にあるが、2～3か月先のホテル全体の予約状況を見ると、受注が例年をやや下回っており、厳しい状況である。夏休みなどがあるため、宿泊とレストランは好調を維持できそうだが、婚礼、宴会は夏枯れの時期を迎え、伸びが期待できないことから、景気は変わらない。
		都市型ホテル（総務担当）	・物価や賃金が上昇傾向にあるため、将来のコストアップが懸念され、売上が伸びても、収益は楽観視できない。
		旅行代理店（経営者）	・客の決定がなかなか難しい状況であるため、これ以上は回復は望めない。7～8月はお盆時期に入ってしまう、客自体があまり動かない。
		旅行代理店（従業員）	・繁忙期に入っているが、例年どおりの見込み客以外の新規客の申込がほぼない。あっても単価が低く、海外旅行の販売は著しく少ない。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は夏休みで、個人旅行の最需要期になるが、法人関係、また海外団体も含めて動かない時期に入る。個人が増え、団体のMICE関係がなくなること、ほぼ同じような感じがする。ただし、個人についても、最近は先取感の強い傾向があるため、1か月前になってキャンセル等になると、数字が動く可能性があり、その点は懸念をしている（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・景気に変化する大きな材料が見当たらない（東京都）。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークが終わり、今度は夏休みに向けて、動いている。今はちょうどその谷間の状態で、夏休みを控えて出費のことを考えると、我々の商売はあまり良くはない。
		タクシー運転手	・タクシー業界は明るい材料が見当たらない（東京都）。
		タクシー運転手	・景気の良し悪しがタクシー利用に反映されなくなっている。以前はよく利用してくれていた新聞、雑誌、広告代理店、コンピュータ関係の客が利用を控えている。景気に関係なく、深夜の客が減っている（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・夏季休暇を控え、現状の景気が継続するかは不透明である。
		通信会社（経営者）	・何となく明るい話題が少ない。経済関係に限らず、明るい話題があると消費にも活気が出てくる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・加入促進の手立ては画策中で、まだ時間が必要である。取材や広告出稿は季節変動以外に大きな予定はない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・競合他社も安さを前面に打ち出したプロモーションを行っており、安いプランの契約が多くなる傾向はしばらく続く。
		通信会社（管理担当）	・格安スマホが乱立しており、もう少し淘汰されるまでは、大手3社の固定インターネットを中心に、伸び悩みが予想される。人気スマートフォンの新機種などが起爆剤となり、若干回復するか見定めている状況である。
		通信会社（局長）	・今のところ、何かインセンティブが働いて業界の景気底上げにつながることはない。しばらくはこの調子で推移する（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・上昇を期待できるような材料がない。
		通信会社（総務担当）	・夏季ボーナス、レジャー関係で景気もやや上向きになると思うが、あまり変化はない（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・3か月先の案件がいまだに見えていない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・競合他社への対策を実施しているが、当社の場合、ストックビジネス的な部分があり、結果が出るまで、4～5か月ほど掛かる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・株価は上がってきているが、酷暑の予想も出ており、ゴルフ人口の減少は止まらない。
		ゴルフ場（支配人）	・予約で良いように見えても、結果としては前年並みもしくは若干のマイナス等、総体的に変化は感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		パチンコ店（経営者）	・パチンコは機械の良し悪しによって変動がある。また、今ある人気の機械でも、規制のためこの先外さなければならぬような機械もある。なかなか厳しい状況だが、来客数が増えるような営業を心がけて頑張っていくつもりである（東京都）。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事や利用客の予約は堅調だが、インバウンド団体の誘致が鈍っているのが若干の懸念材料である（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数的には景気が下げ止まった感はあるが、夏期講習の時期にもかかわらず問い合わせがあまりない。各塾とも体験入学の期間を長く伸ばしているため、景気が良くなるような気配は今のところない。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・政治的にも経済状態等を大きく動かすような結果、施策等ははまだ出ていないため、その意味では、まだ3か月くらい先まではこのままいくのではないかと（東京都）。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・身の回りの状況は、大型商業施設が閉店してから変わらない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・季節にさほど影響されない業種のため、自然増も期待できない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・夏の集客は例年並みである。
		設計事務所（経営者）	・新しい仕事の話はあるが、具体的にどうか、今は見当がつかない。
		設計事務所（経営者）	・公共工事は例年並みの発注が予想されるが、民間が低迷しているため、相変わらず受注競争は厳しい。おおむね現状のまま推移するとみている。
		設計事務所（所長）	・工費が上がり、土地も高く、新しい動きが感じられない。作業がない状態が続くのではないかと（東京都）。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピックの関係で、仕事が都心に偏っているのが現状である。特に良くなる要素は見当たらない。仕事量が増えなければどうにもならない。
		設計事務所（職員）	・多少の上下はあると思うが、恒常的な景況感には影響がない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・今後は金融機関の対応により変化があるかもしれないが、現状がしばらく続く。客の購入意欲も維持できているので、大きく落ち込むことはないかとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・前月は「今後はやや良くなる」と感じていたが、そうした状態は長続きしない。先日、ニュースで「好景気の状態が続いている」と報道されていたが、実感は全くない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・景気が良くなってきたと言われていたが、客もまだ実感がなく、話はあるが仕事が決まるまで時間がかかっている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の動きが停滞している。大きく下がることはないが、仕事量増加にはつながっていかない（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・今年の夏は暑い日が続く予報なので、和菓子の需要が厳しくなるのではないかと。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・梅雨時期の割に比較的天候に恵まれていたにもかかわらず、今月の売上は前年を下回っている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・今後、必需品の更なる値上げが予想される。それに反して、衣料品についてはデフレ状態が続き、単価が上昇すると関心がなくなる傾向が更に強くなると予測している（東京都）。
		スーパー（店長）	・現在、来客数による売上増加は見込まれるが、客単価、1品単価は横ばい、下落傾向である。特に、買上点数は横ばいか減少がみられる。来客数増加が見込めない場合には、売上、利益等が減少する。
		コンビニ（経営者）	・株価が上がり、企業も収益が大分出ているようだが、実際に店に立っていると、やはり客はお金を使うことを控えていると強く感じる（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・インターネットでの買物が拡大しており、買物を楽しむことに時間を割かなくなってきた。先行きが怪しくなってきた。
		衣料品専門店（経営者）	・これから夏祭り、盆踊りのシーズンになる。原因はまだ分からないが、いつも注文してくれるところの注文減や取り止めがある。季節的な販売が減っている。
		衣料品専門店（統括）	・今の状況が3か月後に劇的に変化するとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（営業担当）	・ターミナル駅が新規オープンし、今までの10倍の広さとなる。当店へ通じるショッピングセンターも、この8月から1年間耐震工事のため閉店する。さらに、別のショッピングセンターも工事になると思われ、人が流れて来なくなる。
		住関連専門店（統括）	・販売件数が大分減少し、販売額も低下が続いている。今後ともまだ景気は低迷するのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・政治不安の影響により、やや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックに向けて、大手の建設業だけは若干良いほうに向かっていると思うが、その他の業種で景気が良いという話はあまり聞いたことがない。
		一般レストラン（経営者）	・不安定な世界情勢、極東における軍事的緊張と外交上の不調和、国内市場の収縮、国内政治への不信感、日本企業の経営破綻、災害等、ネガティブな要素が多ければ多いほど、消費意欲が減退する。このような傾向が今後劇的に改善に向かうとは考えにくい。景気回復はまだ先のことである。
		タクシー運転手	・ここ数か月、深夜の利用客が少ない日が続いている。近場で飲み、終電前には帰宅するといった飲み方で、優先順位を家庭や家族に置いているようである。自宅での晩酌が増えているのではないかと。
		ゴルフ場（従業員）	・獣医学部新設問題等に白黒付けなければ、先に進まない。
		美容室（経営者）	・ディスカウント店が増え過ぎて、客の来店回数が少しずつ減っているような気がする。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・マンションの販売状況が悪いと、将来計画も先送りになりがちのため、今後に影響が出そうである（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・雨の多い時期、暑い時期を迎えて、客の来場数が落ちてくると、それに伴い、販売量もやや悪くなる。当社が出展している総合住宅展示場から大手ハウスメーカーが撤退することとなり、展示場を解体している。展示場の来場者数、販売量が落ち込み、このエリアからの撤退を決めたのだと思われる。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストア状態のため、悪くなる。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	・質の良い高単価商材の売行きは確実に落ちており、消費者の購買意欲は下がっている。高単価商材に対する単なる美味しさの提案では買わない傾向にある。
	×	衣料品専門店（店長）	・買上点数の下落傾向が止まらないため、今後もしばらく改善は期待できない。
	×	高級レストラン（経営者）	・政治不安、株価や為替の話題に対して、大手企業の民事再生などマイナスの話題が多い。外食産業全体が落ち込んでおり、人材確保も難しい。
	×	一般レストラン（経営者）	・夏はお盆休みで、店も4日くらい連休を取って従業員を休ませなくてはならない。休みの日が長くなることもあり、8月は飲食店は難しい（東京都）。
	×	住宅販売会社（経営者）	・経済波及効果の大きい住宅対策を打たなければ、景気はますます悪化していく。また、個人消費を増やす対策もお願いしたい。公共工事については、現状にあった工事価格の見直しが必要である。
企業 動向 関連 (南関東)		輸送業（経営者）	・今、日本銀行もいろいろと手を打っているようなので、大いに期待している。
		食料品製造業（営業統括）	・猛暑が予想されているため、夏物商材の売上増が期待できる。売り逃しに注意したい。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新規案件が続々と立ち上がり、現在金型を製作中である。数か月後の量産に期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先が忙しそうなので、当社もこぼれた仕事を何件かももらえることになった。まだ1台目の段取りをしたばかりだが、あと2～3台埋めてもらえるという話なので、期待を持っている。
		建設業（経営者）	・設備投資的な話が増えている。ただし、同業者のなかには、民間工事が少ないため官公庁の工事を集中して取っているところもあるようである。
		建設業（従業員）	・以前に見積もった案件が決まりつつある。
		建設業（営業担当）	・資材、人件費が上がっており、施工単価が高くなっているなか、取引先からの発注が増えてきている。仕事を請負っても、現状は人手不足で、施工管理をする人員が配置できない。

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
		金融業（統括）	・経営者のマインドが多少良くなっているように見受けられる。
		不動産業（従業員）	・引き続き建築案件の増加が見込まれる（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・夏休み期間中に開催される大型イベントの前売券の売行きが、以前より良い。
		税理士	・米国の景気がやや良いが、不透明なものを抱え、中国もバブルが弾けるかもしれない。日本は政治にも大きく影響される。都知事にかけているため、少し良くなっていくのではないかと（東京都）。
		経営コンサルタント	・全体的な経済動向からみれば期待もあるが、良くなる兆しがある。ただし、多くの中小企業にとって、楽観視はできない状況である（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・仕事、買物などの人の流れを見てみると、徐々にではあるが、景気は回復傾向にあるのではないかと。
		食料品製造業（経営者）	・当社の商品は、気温が高いと売上が悪くなるため、少々心配している。
		繊維工業（従業員）	・ここ最近ずっと衣料品が売れていない。消費者の節約志向が強く、衣料品にお金を出さない傾向は今後も変わらない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・電話は鳴らず、FAXも来ない。取引先や資材屋に声を掛けても、皆仕事が少ないと嘆いている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年どおりなら変わらない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人客の実印、銀行印や通常の小さいゴム印等を店頭で売っており、そちらはやや下向き加減である。それに対して法人、特に今、大手電力会社関係の仕事が増加しており、同じ物を10個だとか、かなり大きい物を3個など、普段出ない個数の注文が出始めている。個人は下向きだが、法人はやや上向きなので、どちらとも言えないというのが現場の感覚である（東京都）。
		化学工業（従業員）	・今後、発注を抑えるところが多々あるため、多少は悪くなる可能性はあるが、海外向けの受注があるので、トータルで変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・良くなる要素、悪くなる要素、どちらも特にこれといったものはないので、3か月先も大きな変化はない。
		金属製品製造業（経営者）	・近隣工場の稼働状況から、切れ目なく受注が確保できそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・海外向けの受注が増えてきているが、良い時期がどの程度続くのか疑問である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ここ20年間の売上を見てみると、日本のGDP推移と同様に、高原状態で推移している（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	・前月あたりから取引先が中国への生産移管を検討している。ギリシャ不安の再熱、米国金利上昇による円安、北朝鮮情勢など不安要素も非常に多く、日本経済も非常に混とんとした時代に入っている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・ここ数年、良い状況のなかで変わらない。大変順調にしている。
		建設業（経営者）	・中小企業に対する景気対策が浸透していない。
		建設業（経理担当）	・製造業者の設備投資の話はない。集合住宅、商業ビルの建設話も、なかなか出てこない。都心の建設ラッシュは30キロも離れたこの近辺には、なかなか及んできそうもない。
		輸送業（経営者）	・現況改善の気運は、荷主側、業者側共に高まってきているが、取扱量の減少に歯止めがかからないため、実効性のある改善策が打てず、厳しい状況が続く（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・毎年8～9月に実施している大型案件が今年はなくなり、売上減少は必定である。また、募集費や人件費、燃料価格の上昇もあり、厳しい状況は続く。
		輸送業（経理担当）	・大手宅配業者では労働環境等、いろいろな点で改善策が報道されているが、中小企業では難しい。
		通信業（広報担当）	・中小企業の経営環境に大きな変化はない（東京都）。
		金融業（従業員）	・建設業や不動産業では、業況が良くなっている取引先もみられるが、東京オリンピック以降を警戒する見方も多い。中小企業の経営者は、総じて長期的には厳しい景気見通しを持っているようである（東京都）。
		金融業（支店長）	・株価は安定しているが、米国、日本の政権が安定しない限り、景気の回復はあり得ない。当面、この状態のまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業担当）	・先行きの受注状況、今後の売上推移、人件費上昇等を勘案しても、将来的に景気が上がるとは思えない（東京都）。
		金融業（役員）	・株価や賃金の上昇により、個人消費はやや改善しているが、世界的な金利上昇リスクや政治情勢の不透明感を踏まえ、当面、景気は大きく変わらない。
		不動産業（経営者）	・客は、新築物件について初期費用や賃料を抑えて決めているようである。古い物件がなかなか決まらなくなっている（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・この先も収益が落ち込む状況は当面ないと見込んでいる。むしろ、地震や大雨の被害が多発しているので、これから本格的な夏に向かって、自然災害発生のほうが景気に及ぼす影響が大きいのではないかと（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・前年同期と同じような売上予定で、増減はみられない（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・猛暑予想が出ていることと、海外情勢が引き続き落ち着いた状態とみている（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・大きく変化する要素がない。
		税理士	・前年より悪くなることはないかとみている。今のところ、米国大統領に対する不安の影響を受けずに推移している。好調な株価は先行きの好材料だが、大幅な上向きは期待できない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場の稼働率が上がってきている様子ではあるが、同業他社との価格競争や資材の値上げ予定もあり、利益的には相殺されるため、景気は変わらない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・長期的な案件はまだ出てこないで、しばらくはこのまま推移していく。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足の解消には至っていないので、今の状況が2～3か月先も続く（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・大きな変動要素はみられない（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・この先2～3か月は、受注状況に大きな変化は見込めない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・定期的な受注案件も減少しているなか、新規案件としての話が全く出てこない状況である。
		金属製品製造業（経営者）	・主要取引先の生産計画が先送りされたため、仕事がやや少なくなりそうである。一層の営業努力をしていかなければならない。
		建設業（経営者）	・人口減少のため、やや悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・主要荷主の出荷量の激減状態は、当分続く見込みで、自車による配送も少なくなっている。専属よう車には別の仕事でやり繰りしてもらおうが、採算性が悪くなるので心配である。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・中小企業では宣伝等にかかる費用がほとんどなく、今後も景気が良くなるとは思えない（東京都）。	
	x	広告代理店（経営者）	・昨夏にあった仕事なくなる事が決定し、売上が前年同月比6割程度まで更に落ち込む。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・社内でも有期労働契約の無期化対応、雇用形態の転換により、給与が増額された人が多い（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・既にお盆明けの予約が12件あり、今後計画中というところが17件、合わせて20件近く、大々的な募集が入っているため、かなり盛り上がる予定である。
		人材派遣会社（社員）	・海外情勢に不安要素はあるものの、国内経済は引き続き堅調であるように見える（東京都）。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人情報誌の問い合わせが増えている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ボーナスシーズンを迎えるので、消費が増えると予測している。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・自社、周辺企業共に、中途採用の動きがあり、売上や利益が増えるのではないかと。また、新卒採用も積極的に行う予定があるので、雇用が増え、景気が良くなってきているように感じている（東京都）。
		職業安定所（職員）	・企業の求人意欲は旺盛で、新規求人数の増加傾向が今後も続くかとみている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（経営者）	・次年度採用の前しよう戦であるインターンシップ合同説明会は盛況である。流通、サービス系企業のほか機械加工、部品メーカーの出展が増えているようである（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・社会保険の負担も大きく、人件費の固定化を避ける意識は強いものの、商売の安定とともに雇用ニーズが高まっている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・リストラというか企業整理をしているところが非常に多いが、求職者数に対して、求人が非常に少ない。このままでは良くなるとは思えない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足により、これまで派遣や人材紹介といったサービスを利用してこなかった企業でも、利用を検討せざるを得ないという事例が増えており、今後もその流れは続く。
		人材派遣会社（社員）	・短期的に景気回復効果を見込める施策がない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣依頼は減少傾向だが、有料の人材紹介は堅調に受注が伸びており、いかに良い人材を確保するかが課題となっている（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・例年、夏場に向かって派遣求人が鈍化する。
		人材派遣会社（営業担当）	・取引先では、東京オリンピックまではこの状態が続くのではないかと見立てており、当面は現状維持がうかがえる（東京都）。
		職業安定所（職員）	・景気変動する要素が見つからない。
		職業安定所（職員）	・求人は多く出ているものの、採用者が増えていない。職種によって差が大きく、人手不足は変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の売上高はそれほど伸びていないが、生産や事務の効率化は常に行われているので、体質的には良くなっている（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・現状において、大きな変化要因はみられない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・都議会議員選挙の特需の分だけ今よりは下がるが、それ以上に下がることはない。求人が引き続き多い状況は変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年、夏場は求人数、求職者数の動きが鈍くなる時期だが、今月は求人数が例年より大幅に減少しているため、次月以降の成約数も減少する可能性が非常に高い。この地域の派遣市場は、求職者の減少による停滞感から動きが鈍くなり、市場景気も悪くなる。
		職業安定所（職員）	・北朝鮮問題など世界的に政治が不安定であり、株価、為替は影響を受けやすい。
	x	-	-

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式会社）

（-：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)		商店街（代表者）	・東京オリンピックが近づくにつれて、ますます景気は良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・8月からキャンペーンが始まり、セット購入が増え売上が伸びる。
		商店街（代表者）	・ここ数か月、客には購買意欲の高まりが感じられ、実際に販売増加にもつながっている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・希望的な見方かもしれないが、ほんのわずかながら良くなりつつある。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・お中元の繁忙期を迎える。
		百貨店（経営企画担当）	・この夏は暑くなるという予想で、夏物衣料や雑貨を中心に動きが活発になり、売上アップが期待される。
		スーパー（店員）	・肉等の重たい食材の売上はやや減少するが、ウナギやスイカ等、季節商材の伸びが全体をカバーする。
		スーパー（販売担当）	・10月には競合店が開店するため、それまでの期間にあの手この手の販促策を考える。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の改装休業等を好機と捉え、エリア商品やエリアキャンペーンを活用して一層の改善を図る。
		コンビニ（エリア担当）	・今年の夏は一段と暑くなるとの予報で、盛夏を迎える時期は売上の伸びが十分に期待できる。

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
		コンビニ（商品開発担当）	・この夏は気温の大幅な上昇が予想されており、飲料やアイスクリーム等の販売増加が期待でき、来客数の増加も見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・7月以降はボーナス商戦も本格化するので、販促活動等で消費マインドを刺激して需要を掘り起こしたい。
		乗用車販売店（総務担当）	・人手不足感が高まっており、先行きの所得には上昇感がある。多少は消費拡大にも影響してくる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏期休暇の時期に入るため、関連して需要の高まる商品が増える。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・ボーナスが支給され、リゾートに行く人が増える。出かける時には何かおしゃれをしたいという人が増え、少しずつ動きが活発になる。
		高級レストラン（役員）	・安価なメニューを増やしても客単価が前年並みを維持しており、景気回復の底堅さを感じる。
		一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・夏場はあまり売上増加につながるイベントはないが、アイスクリーム等のデザートに力を入れて売上を伸ばしたい。
		一般レストラン（従業員）	・当面はボーナスが支給された分だけ良くなる。
		一般レストラン（従業員）	・来客数は、寒い時期よりも暑い時期の方が多いため、これからは売上増加が見込める。
		観光型ホテル（販売担当）	・宿泊についてはまだ先が読みづらいが、2か月先の一般宴会の受注が、現時点で前年より10%以上増加しており、業況全体を押し上げ、やや良くなる。
		都市型ホテル（営業担当）	・悪くなる要素が見当たらないので、横ばいか、やや良くなる見込みである。
		旅行代理店（経営者）	・長い夏休みに入り、天候に恵まれれば売上が伸びる。
		旅行代理店（経営者）	・消費全般は横ばいだが、高齢者の近場への旅行等が増えている。法人関係の出張需要は引き続き好調である。
		旅行代理店（従業員）	・スポーツ団体の各種イベントが多く企画されていて、参加チームや団体も順調に増えている。企業や自治体が助成金を出して援助を行っており、相乗効果でイベント需要が増加している。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・労働条件の改善等から消費が増加する。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・7月から店舗を拡大する予定で、売主と買主の双方で来客数が増加する。
		商店街（代表者）	・業務等で必要な商品しか動かない状況がずっと続いている。自家消費用の商品にも動きが出ないうちは変わらない。
		商店街（代表者）	・売上に占める低単価商品の割合が高止まりで、なかなか景気上昇ムードにはならない。ただし来客数に減少はみられない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・これ以上悪くなると非常に厳しく、何とか少しでも良くなって欲しい。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・リピーターの観光客が増えることを期待する。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・大きなイベントの予定もなく、短期的には特に目立った変化要因が考えられない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への客の流れが今よりも更に良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・新店舗の売上は好調で、しばらくはこのままの調子が続く。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先は今と変わらない状態が続く。客は付き合いの幅を狭めており、自分や家族等の身近な範囲にはたくさん金を使うが、返礼品や贈答品といった幅広い付き合いに関する需要が伸びない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・居酒屋を含む一部の飲食店は、いつも混んでいて、こんなに景気が良いのかと錯覚する時があるが、そんな店は一握りである。飲食店は閑古鳥が鳴いている店がほとんどで、地方の経済の落ち込みがそのまま影響している。地元の衣料品店の店長もぼやいてばかりである。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・足元の状況からは、3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政治の動向が不安定である。海外情勢も様々な問題があって不安定で、先行きが見えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・夏までには、ある程度例年どおりの受注が見込まれる。
		百貨店(売場主任)	・ターミナル駅周辺に新しいビルが増えてから、来客数は増加している。昼食に来たついでに立ち寄る人が多く、こまごました物を購入する客は多いが、高額商品を購入する客はいないので、売上は減少してきている。
		百貨店(企画担当)	・ここ数か月、食料品は堅調であるものの、衣料品や洋品雑貨等は前年同期を下回っている。大型商業施設のオープンによるエリアへの集客増加はプラスに寄与しているものの、競合エリアから客が移行した結果であり、地域全体の景気が上向いているとはいえない。
		百貨店(経理担当)	・企業業績の回復や株価の安定がみられるものの、その恩恵を受けるのは一部の高所得者層である。可処分所得の拡大を通じて、中間所得者層が消費をけん引しない限り、景気の回復は実感できない。
		百貨店(販売促進担当)	・大きく景気が変動する要因がなく、景気は変わらない。
		百貨店(販売担当)	・クリアランスセールが終わると財布のひもは固くなる。暑い季節のうちに秋物商材の販売が始まるため、購買意欲は低下するが、テナントビルや自社の販売施策によって、大きく落ち込むことはない。
		百貨店(販売担当)	・高額品の商品群の伸びが全体を引っ張っており、株価の上昇がこのまま続けば一層良くなることも考えられるが、明確な見通しはもてない。
		百貨店(売場担当)	・客を呼べるメインイベントがなく、現状と変わらない。
		百貨店(計画担当)	・足元のやや上向きな状況が、今後数か月は続いていく。
		スーパー(経営者)	・家計消費の好転が期待できない。天候不良が相次ぎ、青果の価格も安定していない。
		スーパー(経営者)	・円安で輸出は順調に伸びるが、新商品の開発力が求められるため技術開発への投資が常に必要で、収益にはマイナスの影響となる。継続的に投資をすれば将来的には大きなプラスとなるが、3か月先としては、投資に金が回って社員には還元されないため、労働者の所得はあまり伸びない。
		スーパー(店長)	・業況が良くなってほしいとは思いますが、客の数が変わらないなかで店が増えているため、苦しくなるのは当然である。半年後には、大型店の出店が決まっており、今から客をしっかりと確保しておく必要がある。
		スーパー(店員)	・客単価や購入点数等を見ると、必要最低限の購入しかしない。価格が安い商品だけを選ぶ傾向がずっと続いている。
		スーパー(販売促進担当)	・消費者の財布のひもは固い。高齢者も生活への不安から購買を控えている。
		スーパー(人事担当)	・夏のボーナスが大きく伸びれば別であるが、今のままでは消費が拡大するかは疑問である。
		スーパー(販売担当)	・はっきりした理由はわからないが、近隣競合店のチラシには様々なお買得品が出ている影響なのか、来客数が減少している。
		スーパー(ブロック長)	・株価が少しずつ上昇しており、良い方向へ向かっている感じがあるが、周りの会社ではボーナスもあまり良くないという話で、消費にすぐには回らない。
		スーパー(商品開発担当)	・来客数は前年同期の98~99%でここ数か月変わらず、売上もほぼ同様の数字で改善策が見つかっていないため、今の状況から変化はない。
		コンビニ(企画担当)	・近隣では競合店が増えているが、コンビニは店舗の差別化が難しいため、客の分散が続いている。
		コンビニ(店長)	・飲料類の売上増加に期待したいが、天候に左右されるので、現状維持ができれば良いと見込んでいる。
		コンビニ(店長)	・3か月前から競合店のオープンが続き、売上、来客数共に影響が出ている。今年はこういった傾向が続くので、業況の回復は難しい。
		衣料品専門店(経営者)	・馴染み客に頼らざるを得ない。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕(売場担当)	・好転する要素が見当たらない。
		家電量販店(店員)	・各社の有機ELテレビが出そろったが、価格は従来型の2倍くらいで、購入を検討する客は容易には増えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・大手企業の賃金は増えているそうだが、客との会話からは、中小企業では変化がないか、むしろ減っているようである。人手不足でも給料は上がっていない。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格は安定しており、良くも悪くも変動がない。
		乗用車販売店（経営者）	・客の購買環境に変化を与えそうな要因がない。
		乗用車販売店（従業員）	・夏のボーナス、主力車種のマイナーチェンジ、7月のフルモデルチェンジ車種の発表と、客を店頭で誘致する材料は多数そろっているが、客と話をしていても、今すぐ買換えようといった積極的な意欲は感じられない。まだまだ市場は厳しい状況にある。
		乗用車販売店（従業員）	・工場在庫数は落ち込む見通しであるが、来客数は予想を上回って増加しており、前年比100%を超えている。購入を前提に来店する客が増えており、その場で契約をする客もある。意外な動きで少し明るい材料である。
		乗用車販売店（従業員）	・車の販売台数は年々減少している。同社系列の販売店間での競争が一層激しくなっており、新規客への販売は、年々減少している。
		乗用車販売店（従業員）	・6月が良かっただけに先行きの見通しが難しく、変わらないというより、わからない状態である。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、マンションは横ばいから減少傾向である。リフォームや改修工事は増加しており、民間企業の設備投資や商業施設についても、増加傾向にある。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・現状よりも景気が上昇する要因が見当たらない。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・夏休み期間に、今年は例年の倍ほどのイベントを企画している。レジャーに金を使う時期であり客をどこまで呼び込めるかはわからないが、前年比で1割ほどの売上アップを目指す。
		一般レストラン（経営者）	・サラリーマンの小遣いは上がり、良くなる理由がない。
		一般レストラン（経営者）	・祭りや花火といったイベントが増える。
		スナック（経営者）	・経済の先行き不安で財布のひもは依然として固く、遊興費は節約され、期待がもてない。地方はどんどん衰退していくばかりである。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・足元の景気は良く、消費者の購買も順調に推移している。
		観光型ホテル（経営者）	・大河ドラマの影響もあり、宿泊者数は伸びている。一方、地元需要の対象となる昼食、夕食は減少してきている。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいが見込まれる。
		都市型ホテル（経営者）	・不安定要素が多く、先が読めない。
		都市型ホテル（支配人）	・秋以降の宿泊予約の動きが弱い。宴会予約も同様で、忘年会・新年会の受注が例年に比べて芳しくない。
		都市型ホテル（経理担当）	・宴会、宿泊共に、前年並みの予約件数で推移している。
		旅行代理店（経営者）	・旅行代理店を通さず客が直接手配をする形態が増えているので、代理店の業務は縮小傾向が続く。
		旅行代理店（経営者）	・変化する要因が見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・夏休みや9月の大型連休を経て、秋・冬の旅行需要の取り込みが本格化するので、早めに力を入れたい。忘年会・新年会需要も、早期予約のメリットをアピールをすることで、取り込みを図りたい。
		タクシー運転手	・長い間、飲食店街では人出の少ない状況が続いている。当分の間はこのような状態が続く。
		タクシー運転手	・7～8月ごろは暑くなり、ボーナス支給で人の動きも活発になるため、6月並みの好調さを維持できる。
		タクシー運転手	・良くも悪くも変わる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・今の状態のままが続く。なかなか景気は良くならない。
		通信会社（サービス担当）	・光回線の申込は増加しているが、メタル線を利用した固定電話の解約も増加している。
		通信会社（営業担当）	・当面は現状維持が続く。
		通信会社（営業担当）	・若い客層が質を求めて買う商品がないため、このまま安価な商品に金が流れる動きは変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（職員）	・団体客の予約状況は前年並みである。
		テーマパーク職員（総務担当）	・好転する要因が見当たらない。
		観光名所（案内係）	・世の中のどこで景気が良いのか、自分の周囲では全く実感が無いため、3か月先も良くなるような期待はもてない。
		ゴルフ場（企画担当）	・2か月先の予約数は順調である。7～8月は暑くなるが、当社には夏向きのゴルフ場もあるので、台風等がなければ来客数はあまり変わらない推移が見込まれる。
		その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・季節的には期待がもてるものの、交通手段としての列車への評価に対しては、大きな変化は期待しづらい。
		その他レジャー[スポーツレジャー紙] （広告担当）	・国内の動きは悪くはなさそうだが、海外の情勢が不透明である。
		美容室（経営者）	・客との会話のなかでも、レジャーの話や遊び、食事に行くという話題が出ない。
		住宅販売会社（従業員）	・悪い状態のままであるため、これ以上は悪くならず横ばいと見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・横ばいが見込まれるが、この先消費税の引上げの影響がどれくらい出てくるかに関心をもっている。
		その他住宅[室内装飾業] （経営者）	・新築物件は少ないが、住宅のリフォームや工場の改装工事等、引き合い案件は順調に推移している。
		商店街（代表者）	・地域電器店の主要な客は60歳以上であるが、その年齢層に対して魅力のある商品が少なく、重要なのは簡単・便利なことであるが、今の家電は機能が複雑で、むしろ魅力がなくなっている。
		商店街（代表者）	・運送業者が相次いで値上げの意向を示している。販売コストが上昇し、利益を減らすか値上げをするか苦渋の選択が必要となる。
		商店街（代表者）	・あまり暑くなりすぎると、客足が悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・雨が少なかつた影響で、農産物等には品質が良くない商品もある。
		スーパー（営業企画）	・都議会議員選挙の結果によって、政治面では更に不安定さを増すと思われ、消費者の心理はより生活防衛に向かう。
		スーパー（企画・経営担当）	・市内の競合店やホームセンターの閉店がいくつもあり、良い方向へ向かっているという感じは一切しない。
		コンビニ（企画担当）	・景気に対する、政策の影響が大きい。
		コンビニ（店長）	・恵まれた天候にもかかわらず、酒類以外の売上はあまり良くないため、まだまだ消費には慎重さがうかがえる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・加工所では、このままでは廃業を考えると話している。実際に廃業が増えており、国産品の供給が厳しい状況になる。
		乗用車販売店（従業員）	・政治不信や大手自動車部品メーカーの倒産等で、この先の景気も悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今年に入ってから来客数が減少している。新しく目玉となる車種がないこともあり、今後も来客数が減少していく。
		その他飲食[仕出し] （経営者）	・何か刺激的な要因がなければ、業況の改善はなかなか難しい。
		通信会社（企画担当）	・大河ドラマの効果や工場の移転等で、全体的には良いムードは続くものの、大型量販店の進出による環境変化や政治への不信感等、先行きには不透明感がある。
		理美容室（経営者）	・あまり良いニュースもなく、このまま景気は良くなるらない。
		美容室（経営者）	・今年の夏は暑くなると報道されており、高齢者の客足は悪くなる。
		美容室（経営者）	・現在の県政は、経済的な対策が弱い。
		設計事務所（経営者）	・今のところ次につながるような計画案件が少ない。
		設計事務所（職員）	・身の回りの話でも、政策的な動きをみても、景気が良くなるような要因はないため、今後も景気の回復は期待できない。
		その他住宅[住宅管理] （経営者）	・せん定作業の依頼を、これまでの年2回から1回に減らす客が増加しており、この先は景気が悪い方へ進むのではないかと心配している。
	×	衣料品専門店（店長）	・深刻な人手不足と販売員の質の低下が影響する。
	×	パチンコ店（経営者）	・監督官庁の規制で業界全体が低単価傾向にあり、一層厳しい状況となる。
	×	理容室（経営者）	・景気の良い話はなく、この先も良くなるとは思えない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・販売価格の値上げ等により、売行きが一段と悪くなっていく。

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
企業 動向 関連 (東海)		*	*
		食料品製造業（経営企画担当）	・長期予報のとおり、暑い夏に期待する。
		化学工業（人事担当）	・海外の状況は相変わらず不安定だが、国内をみる限り、ヒト・モノ・カネがうまく回っており、景気は緩やかに良くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新製品の発売があるため、売上、利益共に増加を期待している。
		輸送用機械器具製造業（デザイン担当）	・商品の受注数が安定していることや、株価の動き等をみると、多少は景気が良くなっている。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーからは、輸出が堅調に伸びる見通しと聞いている。
		輸送業（経営者）	・人手不足は相変わらず深刻だが、荷主への値上げ要請も受け入れられやすい環境にある。
		輸送業（エリア担当）	・荷物量が前年同期比で増加しており、最近では新規客からの引き合いも入っている。重量当たり単価の下振れも抑えられている。
		金融業（従業員）	・ここ数か月は変わっていないが、客先では受注量が若干増えてきている感触があり、今後に関しては少し良くなる。
		会計事務所（職員）	・工事業者は大型の公共工事で状況が大きく変わる。近隣には予算的に余裕のない自治体が多いため、公共施設の延命対策が多い。建物の老朽化が進んでおり、案件は年々増えている。
		会計事務所（社会保険労務士）	・今後数か月に関して、既に受注見込みが立っている客先が多い。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・取引先での案件受注が続いており、年明けまでは発注が続く見込みである。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・為替相場はこう着状態であるが、我が国にとっては大変都合の良い状況である。先の見通しについては意見が分かれており、企業としては新製品の開発を急ぐ等、用心が必要である。
		食料品製造業（営業担当）	・夏のボーナスが出ても、生活費の補填に回すという話が多い。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・夏季に入って飲料水関連の販売増加が見込まれているが、他の要因と相殺されて、景気としてはあまり変わらない。
		印刷業（営業担当）	・景気が上向き気配は全くない。取引先も同様である。中小企業に関しては、景気の落ち込みが続き倒産する会社が増える。
		化学工業（総務秘書）	・来春の新卒採用や常勤のパート採用において、内定を辞退する人の割合が高く、売手市場であると強く感じる。景気が悪くなる要因は、特に見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・客先を回った感触では景気の後退感はないが、受注額が大きく落ち込んでいる。新製品も成約にはなかなか結び付かず、景気の本格的な回復は難しそうだ。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い状況は横ばいから減少傾向のため、先行きはほとんど変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・足元の仕事の取り合いという傾向は変わらない。他社の安値対応が悩ましい。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・大型案件や増設の話がある一方、生産量の半減により設備投資を中止したり延期をする客もあり、まだまだ先行きは不透明な部分も多い。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今後も高い水準での受注量の維持が見込まれる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・業況が良くなる見込みがない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・受注状況は順調に推移しており、数か月以内に急速に悪化することはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今のところ工作機械関係や自動車関係の製品が非常に好調で、秋ごろまではこの状況が見込まれる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・システム構築案件の増加に対応するため、専任の工事監理技術者の確保が必要であるが、人手不足のため積極的な受注活動を展開できない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・しばらくはこのまま悪い状況が続く。

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
		建設業（経営者）	・個人レベルでは好景気という実感はないが、公表されているデータを見る限りは、景気は良いものと見込まれる。ただし、少しの要因で大きな変化が起きかねない不安定な状況であることは間違いはない。
		建設業（営業担当）	・新規業務の成果が出てくるのはまだ少し先である。減少分と増加分がバランスすれば良いが、投資しただけで終わることもあるので、まだ何ともいえない。
		輸送業（従業員）	・物流業界では、人手不足が依然として解消されないが、ガソリン等の石油製品は値下がり傾向にあり、経営的にはプラスにある。
		輸送業（エリア担当）	・配送単価の引上げはまだ先のため、当面の状況は厳しい。
		輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油価格が前年同期比で大幅に値上がりしており、この先がとて心配である。
		輸送業（エリア担当）	・為替の状況が変わらなければこのまま推移する。
		通信会社（法人営業担当）	・景気の上昇を肌身では感じられない。欧米等の経済的な影響をかなり受けており、このまま変わらない状況が続く。
		通信会社（法人営業担当）	・案件数は増えているものの、AI等の新技術を駆使したシステムの導入といった案件ではなく、過去のシステムの更新にとどまっている。
		金融業（企画担当）	・株価は天井感があり、為替も円安方向にはないため、個人投資家は動きにくい。含み益が出てくると消費拡大に向かうが、様子見の個人投資家が多く、当面は現状のままの景気が続く。
		不動産業（経営者）	・天候の長期予報からは、売上は前年同期比100%以上での順調な推移が見込まれる。
		不動産業（経営者）	・不動産需要には活発な動きは期待できない。
		広告代理店（制作担当）	・出稿量や見積りは前年同月比でほとんど増えておらず、しばらくは景気の回復を実感できない状況が見込まれる。
		公認会計士	・中堅・中小企業を巡る状況が好転するような要因が見当たらない。
		行政書士	・秋口までは、一部を除いて貨物の動きが少なくなる。
		化学工業（営業）	・容器の原料であるポリエチレンの供給制限がある。
		鉄鋼業（経営者）	・例年の季節要因で夏場にかけては受注量の減少が見込まれるが、現状よりも更に減少すると、全くの不採算状態になってしまう。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシ配布料の値上げの影響で、売上の増加よりも受注量の減少が大きい。
		×	建設業（経営者）
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・お盆明けからは、下半期からの就業に向けて求人や求職の動きが活発となる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加に伴い、今まで二の足を踏んでいた転職希望者が動き出し、転職市場はこれから活発になる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産分野においては、下期に向けて雇用者数を増やす動きが出てくるため、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数が増え、求職者が選択をできる状況が続いているが、就業可能な人材は少なく、求人ニーズに対する供給が不足している。
		人材派遣業（営業担当）	・企業の進出による地域への効果は、長期的な部分での成果につながるため、直近での変化としては小さい。
		人材派遣会社（営業担当）	・2020年に向けては緩やかに景気が良くなるが、直近3か月の比較では目に見えて大きな変化はうかがえない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人手不足が急激に改善されるとは考えにくい。新入社員が慣れてある程度の戦力になれば生産性は上がるが、それでも充足できず、企業としては中途採用を続けていくことになる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・設備投資や景気を刺激するような話題が見当たらない。
		職業安定所（所長）	・管内及び隣接地域においては、大型倒産等の情報もなく経済面での大きな変化もない。人材確保についても、現状と同様の状況がしばらくは続く。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加しているが、正社員での求人は前年同月比で2か月連続して減少となっており、条件面での改善は進んでいない。

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）	・中小企業では、仕事が増えても利益が伸びないなかで人手不足が続いている。従業員に利益が還元できないため、景気は足元と特に変わらない状況が続く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求職者数は横ばいであり、求人数に対しての採用決定者数も、それほど劇的には変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・足元の業況が良かったので、先行きはやや落ち込む。予約状況も現時点では例年よりも悪い。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用での求人は相変わらず多いが、マッチする人材が枯渇して採用が進まず、停滞感が漂う。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数が減少している原因は、はっきりとはわからないが、改正労働者派遣法による無期転換の動きや、同一労働同一賃金等への動きが少なからず影響していると考えられる。
		職業安定所（職員）	・5月の新規求人倍率は1.99倍と高いが、4月からはわずかに減少している。新規求人数についても約2割減少している。
		民間職業紹介機関（支社長）	・6月下旬から株価が下落傾向にある。
	x	-	-

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)		-	-
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・働き方改革の職場環境改善商品や季節商材の販売に動きがみられ、微増ながらも期待できる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・景気の底から脱し、来客数が増えて購買動向が良くなってくると期待している。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・7～8月は連休や夏休みで人が動くので、それに期待したい。
		コンビニ（経営者）	・店の認知度が上がり、販売量が上がると見込んでいる。
		家電量販店（店長）	・有機ELテレビの販売に期待が持てそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・今月は他社との合同開催の中古車フェアに参加しており、新規客の増加に期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・猛暑予想が出ているので、不振が続いている盛夏衣料や暑さ対策品、飲料に期待したい。
		タクシー運転手	・観光の予約や、そのほかにも見積などの問い合わせが入っている。
		タクシー運転手	・夏休みに入れば、レジャーなどでタクシー利用が増えたと見込んでいる。
		通信会社（役員）	・競合事業者への契約移行件数が、やや減少傾向にある。夏のボーナス支給によって消費者心理が刺激され、契約件数が増加することを期待している。
		その他レジャー施設（総支配人）	・夏休み期間限定プログラムの募集が、ほぼ予定どおりに進んでいる。しかし、新規入会の見込み客獲得につながらない。前年より単価の安いクラスへの問い合わせが多く、期間限定プログラム実施後に入会に結び付くかが不安である。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅販売の大型イベントで、来場者数が前回の5割増しとなり潜在客は増えている。今後、来場者からの契約が増えると考えているので、景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・特に良くなるような環境にない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・お中元ギフトの序盤戦は、売行きが軒並みダウンしている。7～8月もこのままの状態が続くのではないかと心配している。
		百貨店（売場主任）	・中間層の可処分所得が増えず、衝動買いやまとめ買いが減っている。そうしたなかで日経平均株価が2万円を超えたため、一部の富裕層の購買行動が多少活発になると見込んでいる。全体としてはあまり変わらないと考える。
	百貨店（営業担当）	・催事で一時的に来客数が増加しても客単価が低い。現状は客の買い方がシビアなままで、ここ最近ずっと変わらない傾向である。この状態はずっと変わらないと考える。	
	百貨店（販売促進担当）	・株高は一部の富裕層だけの経済効果であり、中間層に影響がない。消費改善の兆しはないと考える。	
	スーパー（店長）	・良くなる要因が見当たらない。	
	スーパー（総務担当）	・雇用状況は有効求人倍率が高いまま推移している。採用が難しい状況は変わらない。夏に向けて観光客数が増えることにやや期待感はあるものの、変動はないと考える。	

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（総務担当）	・気温の変動による日々の売上高増減はあるが、月間では前年並みの売上に推移しそうである。
		スーパー（統括）	・消費動向が変化する見込みがない。
		コンビニ（経営者）	・特需というわけではないが、夕方の来客数が増えて客単価が上がっている。この状況に間違いはないのだが、これが更に上振れする要因は特に見当たらない。
		コンビニ（店長）	・改装した転換店舗は良くなり、既存店は前年を割る状況であるため、トータルで考えて現状は変わらない。競合他社から売上を獲得できていると考えたと上向く可能性はあるが、あくまで本部事情による売上の上昇であるため、景気という意味では実感しにくい。直感的に変わらないと感じているので変わらないと回答した。
		コンビニ（店舗管理）	・ビール等の値上げにより、ディスカウントストアやドラッグストアからの客の流れを期待していたが、影響は見られなかった。そのほかに思い当たる好材料がない。
		衣料品専門店（経営者）	・製造業では景気が上向いているという話をよく聞く。確かに、北陸新幹線延伸や人手不足とか、にぎやかになっている。飲食店は好調だと聞いており、そろそろ小売業にも来るだろうかと期待している。
		家電量販店（本部）	・季節要因を除けば大きな変化はない。
		自動車備品販売店（役員）	・9月までは車検需要、車販売が好調に推移すると見込んでいる。しかし、その後の落ち込みが不安である。また、人手不足が続いている中、良い賃金を求めて転職者が例年以上に増えている。事業運営自体が厳しくなっており、今後の見通しは厳しい。
		住関連専門店（役員）	・前年と比較して買上客数及び買上単価の減少が継続している。単価のダウンからもわかるように、消費者の低価格傾向がより一層強まっていると考える。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・この先、景気が良くなる様子は全く感じられない。7月はお中元や商店街の夏祭りなどのイベントのため忙しくなるが、景気が良くなるとは感じられない。
		一般レストラン（店長）	・週末を中心にフリー来店客の動きが良い。持続を期待したい。
		一般レストラン（統括）	・客のニーズに対する新規の取組など、売上、来客数アップにつながる課題は多くある。しかし、人手不足が原因ですぐに対応できない、機会ロスの状況である。外国人労働者の起用、人材育成のスピードアップが最優先課題となっており、売上や来客数を増やす施策が打てない状況にある。
		観光型旅館（経営者）	・7月以降も個人客の動きが悪い。予約状況は前年や一昨年を下回っている。
		観光型旅館（スタッフ）	・当月の予約状況は前年並みを確保出来たが、この先6か月の予約保有は北陸新幹線開業前の水準で推移しており、まだ回復には時間がかかる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・イベントがある特定日はほぼ満室になるが、なかなか安定して客室稼働率が上がらない。夏休みにファミリー層を取り込むための商品開発をして客離れを防ぎ、来客数増を図っている。レストラン、宴会部門共に単価アップは期待できない。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門では、山岳観光のハイシーズンが過ぎて、これからはインバウンド客が減少傾向となる。レストラン部門においては、店舗により異なるが、個人、法人共にまだ回復傾向にはない。一般宴会の申込状況をみると、全館としては景気動向は変わらないと考える。
		旅行代理店（所長）	・夏休みなどでの旅行需要に動きがみられない。
		旅行代理店（支店長）	・現在より良くなる、あるいは悪くなるような具体的根拠がみられない。
		通信会社（職員）	・新サービス商材が早くても9月の投下となり、現状維持でいっばいである。
		通信会社（役員）	・夏休みは閑散期となるので、契約獲得数が厳しくなると考える。
		通信会社（営業担当）	・しばらくは現状維持となり、10月以降に発売される新商品によって販売が伸びると見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・客の動向をみても大きな変化が感じられない。前年比で同じような推移である。
		テーマパーク（役員）	・2～3か月先の予約状況を見ると、国内の団体客は好調に推移するものの、インバウンド客の動きがやや鈍く、全体としては横ばいに推移すると考える。

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
		競輪場（職員）	・公営競技の業界全体が停滞気味であり、良くなる気配も悪くもなる気配も見受けられない。
		美容室（経営者）	・既にボーナスが支給された企業はあるようだが、景気のいい話が聞こえてこない。
		住宅販売会社（従業員）	・下半期にかけて受注棟数は前年同様と見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注に関して、伸びる要因が見つからない。過去に取引があった関係先からの受注が多く、飛び込み客が少ない。
		商店街（代表者）	・近隣に大型ショッピングセンターがオープンした影響がありそうだが、まだはっきりとはわからない。徐々にパンチが効いてきそうである。
		スーパー（店舗管理）	・依然として競合店との集客の競り合いが続く。更に旧盆セールに影響しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の売上については、底打ち感が全く感じられず、依然として厳しい状況が続いている。
		家電量販店（店長）	・前年に比べて季節商材の動きが悪い。今後の気温上昇に伴って季節商材のピークに偏りが出て、取付工事の集中や商品在庫の不足のため販売機会のロスが発生する懸念がある。
		乗用車販売店（経営者）	・例年は夏場に入ると来客数が減るので、販売は苦戦するとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年に好調だったシネマの反動が引き続き影響するため、来客数は前年比を下回ると考える。また、衣料品のトレンドも前年割れから改善しないため、雑貨、食物販、サービス、アミューズメントの売上に頼る傾向が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・夏場は団体旅行客や法人接待、法人宴会が一年で最も少ない時期である。個人利用を促すため7～9月末までポイント倍増のキャンペーンを行うが、今のところ受注ペースはよくない。
		スナック（経営者）	・祝日などが多いと、普段の日も静かになる傾向があり期待できない。また、内外的な要因によりマイナスになることもありえる。
		住宅販売会社（営業）	・客の動きが限定的になっている。
	x	-	-
企業 動向 関連 (北陸)		プラスチック製品製造業（企画担当）	・主力の建築資材では、高齢者住宅や宿泊施設等での伸びを期待している。また、産業資材では引き続き自動車関係の堅調な伸びを見込んでいる。
		食料品製造業（経営企画）	・良くなるにしても悪くなるにしても、これといった変動要因が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・輸出関係の受注状況が、今一つである。
		繊維工業（経営者）	・自動車関連の資材やユニフォーム関連の受注は堅調だが、百貨店での衣料消費の低迷に象徴されるように、衣料関連はスポーツ向けも含めて今後とも苦戦する。
		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、変わらないと判断した。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・引き続き、国内、欧米市場からの受注量が安定してくると見込んでいる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・依然として海外向けを中心に受注状況は好調を維持すると考える。個人消費が活発になってきているようにも感じられるため、今後は更なる受注増を期待する。
		精密機械器具製造業（役員）	・今後3か月は数量的には多少増産の計画となっているが、大きく変わるレベルには至っていない。
		建設業（経営者）	・北陸新幹線が一昨年開通し、関連事業がほぼ一段落している。今後、新たな目玉になる事業は多く見込めない。
		金融業（融資担当）	・前向きな投資の話は出てきているが、更なる景気上昇につながる生産、販売拡大のための投資というより、効率化のための投資が多い。人手不足の中、IT等を活用しながら少ない人員でオペレーションを行うニーズが強い。
		金融業（融資担当）	・建設業者の話では、工事が発注されても人手不足で施工に支障を来すとのことである。
		不動産業（経営者）	・同業者の話だが、最近個人からの問い合わせが増えてきているという情報と、法人からの問い合わせも出てきているとのことであった。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・引き続き売上は前年を上回った。ただし、1か月限定の特需的な広告が入ったおかげである。注意すべきは大型ショッピングセンターのチラシ出稿量が落ちていることである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・事業用資金の借り入れはあまりないが、居住用住宅地の購入や住宅の新築は堅調である。
		税理士（所長）	・一番の問題は、地方での人手不足である。特に当地ではなかなか人が採用できず、昔ほど仕事がこなせていない。また、熟練技術者の高齢化による廃業が見られ、身の回りでも徐々にそうした生産力が失われつつあると感じる。何となく社会の働き場所が限られ、需要があるが人手が足りないという状況は、将来的な伸びしろが薄いのではないかと感じさせる。さらに、給与が上がらないことも影響している。中小企業では消費につながるような給料が従業員へ出ていないと考える。
		輸送業（配車担当）	・大手物流業者が打ち出した乗務員の週3日の休日運用の影響により、今後は乗務員の賃金が上昇して利益を圧迫すると考えられる。
		通信業（営業担当）	・今年度に入って売上がガタ落ち状態となっている。理由は不明である。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・求人動向が一回りしているの、給与を受ける人数が安定してくれば消費に安定感が出てくるのではないかと考える。
		職業安定所（職員）	・製造業や建設業を中心に、企業の設備投資の高まりによって求人の増加がみられる。しかし、人手不足や海外経済の動向、為替相場の先行き不透明などで懸念がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・継続募集や新規募集の案内が5月末から続いており、人材確保の厳しい状況がうかがえる。求人件数は前年の件数を超えた。
		人材派遣会社（役員）	・専門技術者の求人が増えているが、経験者が少ないためマッチングしない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・大きな雇用につながる話が出てこない。
		職業安定所（職員）	・求人数は、わずかながらではあるが伸びている状況にある。求職者については、わずかながら減少方向にある。これらのことから考えると、これからも横ばい状態で進むのではないかと考える。若干、産業間において差があるものの、募集する人材という点では、どの産業も若い技術者の確保に苦勞しているようである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新卒採用した企業では5～6月が人手不足と言いつつ、ある程度は充足感があつたようである。人材紹介や派遣の求人依頼は、緊急や短期的なものが多かった。しばらくこの傾向が続くと考える。
		-	-
	x	-	-

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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)		百貨店（販売推進担当）	・固定客化の勢いはとどまる気配がない。ハウスカード、外商、友の会の加入率も、当初の計画を大幅に上回っている。このまま固定客化や顧客の囲い込み策を継続、強化していくことにより、不振部門であるアパレルの浮上も大いに期待できる。
		家電量販店（店員）	・7月の第1週目の土日は、気温が30度を超える予報であり、エアコンや扇風機が売れると予想している。
		家電量販店（人事担当）	・猛暑により、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の販売が伸びる。
		百貨店（売場主任）	・消費マインドが上向きである状況は変わらず、株価の安定を背景に、高額品も動く。
		百貨店（営業担当）	・お金を比較的自由に使える高齢者層の消費意欲を、新たな提案で刺激する方法はまだある。消費者は自分が納得した物しか買わないが、生活を充実させたい若年層の取り込みができれば、更に景気は良くなっていく。
		百貨店（外商担当）	・インバウンドが引き続き好調を維持すると考えられるほか、9月からの商品の入替えによる、売上の増加が見込まれる。
		百貨店（営業企画）	・今月の悪化は、販促関連や天候の影響による一過性の動きと考えられ、中期的なトレンドに変化はない。

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
		百貨店（宣伝担当）	・前月から訪日外国人の優待ルールが変更になったが、変更後も売上は維持できている。売れ筋が消耗品に移行していることから、今後もリピート購入が予想され、好材料として期待している。
		百貨店（マネージャー）	・富裕層の消費意欲が回復しているため、高額品を中心に需要が増える。今夏は猛暑の予想であり、夏物商品の強化によって需要を取り込みたいが、台風などの発生や、極端な猛暑による来客数の減少が不安要素である。
		スーパー（店員）	・夏休みやお盆になると、単価の高い果物が売れる。
		コンビニ（経営者）	・今年は例年より暑くなるということで、飲料水の動きが良くなる。また、酒類の安売りができなくなるため、コンビニの利用も多くなり、おつまみ類の売上の増加にも期待できる。
		コンビニ（経営者）	・ドリンクやフード類の機能性商品の売上が増加傾向にあり、客単価の上昇が少し期待できる。
		コンビニ（店員）	・夏は来客数が増え、販売量も増える傾向にある。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物スーツのオーダーに加え、コートなどの冬物の問い合わせも多い。会社の制服の引き合いも増えている。
		家電量販店（店員）	・今夏は猛暑が予想されるため、エアコンの販売量は前年よりも増える見通しである。さらに、ボーナス支給後は客の購入率も上がり、セット買いも予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・株価が2万円台で推移しており、今後も高い水準を維持すると予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・天候に左右されることが多いほか、6月にビールなどの価格が上がったことで売上は落ちたが、一時的な影響と考えられる。また、今年の夏は厳しい暑さが予想されるため、清涼感のある商品の動きが期待される。
		一般レストラン（経営者）	・ボーナスの支給時期を迎え、消費者の動きが増えると思われる。多少なりとも支給されるといった話も聞くため、景気への影響が期待できるかもしれない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・経済対策の影響はみられないが、節約疲れからか、日常の買い回り品や飲食に関する消費は戻りつつあると感じる。
		観光型旅館（団体役員）	・繁忙期が到来することもあり、期待度は高い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大きなイベントはないが、宿泊に関しては売り手市場であり、高めの価格が続く。宴会の先行予約も良く、特に企業や各種団体による周年行事の宴会が目立つ。
		都市型ホテル（管理担当）	・引き続き、海外からの宿泊者は好調に推移しているほか、レストランでの高額メニューの注文も好調である。費用面でも、電気料金の低下など、明るい兆しがみえてきている。
		タクシー運転手	・他府県にはない、大阪ならではの食文化の評判は良く、大阪独自の観光地も根付いてきたと感じる。
		通信会社（社員）	・2020年の東京オリンピックの特需につながるような、ボーナス商戦の伸びが少しずつでも出てきてほしい。
		競艇場（職員）	・全国発売のスペシャルグレードやG1の競争では、売上が前年度を上回っている。特に、電話投票の売上が好調である。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の前には、購入検討中の客にも動きが出てくると予想される。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・一部の富裕層による動きは相変わらず活発であり、投資目的での購入が業界を下支えしている。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・夏休みなどを控えた休日出勤に伴い、一時的に給与が増える。
		商店街（代表者）	・購買の決定に慎重で、単価が上がらない。消費マインドが冷えたままであると感じる。
		商店街（代表者）	・商店街の来客数が停滞している。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・変化する要因が見当たらない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年の夏は、例年よりも暑くなるといわれている。熱中症対策の必要性から、電気料金の負担が増えても仕方がないという声や、年配客だけでなく、小さな子どもを持つ若い客からも聞かれる。レジャーにもお金がかかるため、当店で消費が回ってくるとは考えにくい。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・お中元の前受注が、現時点で前年比8%のマイナスとなっており、先行きが不透明である。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・日本銀行が株価を買い支えている状況であり、とてもではないが、景気が良くなっているとはいえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔花〕(店員)	・販売量は特に変わっておらず、売上が減る要因、増える要因共に、見当たらない。
		一般小売店〔菓子〕(営業担当)	・今月は順調であるが、今後2～3か月も維持できるとは断言できない。
		百貨店(売場主任)	・インバウンドの好調は、少なくとも半年は続くと考えられる。ただし、消費に対する、国内客の中間層の姿勢はますます厳しくなっており、改善する要素が見当たらない。業績が好調な取引先も限定的であるため、現状の傾向は続く。
		百貨店(売場主任)	・入店客数は前年比で0.1%減と、ほぼ前年並みながら、客単価が下がっている。また、前月と同じく、アニサキスの報道以降、生食が主流の関西各店では鮮魚の売上が10%減と、極端な落ち込みが目立っている。
		百貨店(企画担当)	・前年の11月から拡大傾向に転じたインバウンド売上の影響が一巡するまでは、今月と同様の動きが続くと予想している。お中元ギフトやクリアランスの立ち上がりは前年割れとなっているが、インバウンド売上の増加分がそれを上回り、増収となる構図が続く。
		百貨店(営業担当)	・中間層の客の動向は順調に推移すると思われるが、富裕層の買上が伸び悩み始めており、高額品の売行きに不透明感がある。
		百貨店(営業担当)	・景気の良い状態が更に継続すると予想される。高級ブランド各社は、今まで購入のあった優良顧客をイベントに招待したり、新商品の早期案内などで売上を伸ばす。
		百貨店(マネージャー)	・今月は好調に推移しているが、天候要因による影響が大きく、楽観できる状況ではない。特にアパレルでは、前年は7月1日にスタートした夏のクリアランスセールが、今年は今月末にスタートすることもあり、7月の売上減少が予想される。また、メーカーによる減産や、猛暑による夏商戦の長期化もあり、本格的な秋が始まるまでは、アパレルを中心に厳しい状況が予想される。
		百貨店(サービス担当)	・当分はインバウンド効果が好調に推移すると予想される。入店客数やレジ客数は前年実績の約5%増で推移し、売上目標、前年実績共に上回る。
		百貨店(販促担当)	・県知事選において、4候補者の政策にも大きな違いが見当たらないなど、変化のきっかけがない。現状は個人の収入が増加しておらず、消費に慎重な状況が続くと思われる。食料品の限定品や人気商品によって集客し、店では商品全体をアピールするという、基本的な対策を徹底していく。
		百貨店(商品担当)	・免税売上が全体に占める割合が拡大し、国内需要の動きが判断しにくくなっている。催事の好不調や、進物品の需要、他業態との競合、客の厳しい目などを考慮すると、先行きは不透明である。
		百貨店(マネージャー)	・全体的には緩やかな回復傾向にあるが、個人消費は二極化の状態が続いている。コト、モノ消費共に、単価はシビアで、価値観に合った選択消費が続くと思われる。今後のファッション消費の動向を占うためにも、7月上旬からスタートするクリアランスの動きと、定価商材の動きを見極めていきたい。
		百貨店(服飾品担当)	・近年は8～9月の売行きがかなり厳しい。10月初旬までは、一定の気温の低下がみられない状況が続くことから、秋物商材の動きは前年並みにとどまる。また、気温にあまり関係のない、ハンドバッグやアクセサリといったアイテムも、最近は新作の早期買いよりも、じっくりと商材を見極める購入スタイルが定着しているため、初速には期待しにくい。一方、化粧品の伸びは衰える感覚はなく、今後も微増が続くと予想される。
		百貨店(売場マネージャー)	・実需に左右される傾向がますます強まっており、気候が涼しくならなければ厳しいと思われる。シャツやブラウスなど、端境期でも使える商品を充実させ、前年の実績を確保したい。政権運営が不安定になりつつあり、経済政策に支障が出ないかと心配している。
		スーパー(経営者)	・猛暑の予想で、飲料やアイスクリーム、素麺、冷麺などの季節商材の好調が期待される。また、前年は一昨年のプレミアム付商品券の影響で前年比が大きく落ち込んだため、その反動増も期待できる。ただし、今年はお盆休みが少しずつれるため、帰省需要への影響が気になる。また、暑くなり過ぎると外出頻度が落ちるため、この2点が懸念材料である。

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
		スーパー（店長）	・食品は売上の増加要因が見当たらない。衣料品や住居関連品は猛暑需要に期待できるものの、食品の落ち込みをカバーできるほどのボリュームはない。
		スーパー（店長）	・競争の激しい地区なので、なかなか客が増えない。何かを変えなければ、来店動機が高まらない。
		スーパー（店長）	・販促による客の取り合いで、客の買い回りが増えることから、競合店を含めて、今と同じ状況が続く。
		スーパー（店長）	・株高の影響で、富裕層による高額品の購入は増えると予想されるが、一般的な買物については、生活防衛意識がまだまだ強く、割引やチラシ折込日に売上が集中する傾向が続きそうである。
		スーパー（店長）	・猛暑の予想で、季節商材は堅調な動きが予想される一方、日々の食品への総支出額は抑えられる傾向が続く。
		スーパー（企画担当）	・来客数が安定しているほか、今年は冷夏の予想ではないため、夏物商材は例年並みに動く。
		スーパー（企画担当）	・既存店舗の売上がなかなか伸びず、苦戦している。特に、鮮魚部門ではアニサキスの問題もあり、客がなかなか生魚を買ってくれない。7月は土用の丑の日も控えており、アニサキス問題とは関係のないうなぎを、いかに売り込めるかが好調のかぎとなる。
		スーパー（経理担当）	・夏のレジャーシーズンを迎え、ボーナスの動向には多少左右されるが、現時点では堅調な消費が予想される。
		スーパー（社員）	・今後も競合の厳しい状況が続くと予想され、大きくは伸びない客の消費を、多くの店舗で取り合うことになる。ただし、客の消費意欲は堅調であるため、他社を上回る魅力を訴求することで、まだまだ売上が伸びることができると期待している。
		スーパー（管理担当）	・景気が好転する材料や兆しはなく、しばらくは我慢の期間が続きそうである。
		スーパー（開発担当）	・政府の見解では景気は上向きであるが、賃金アップは期待できず、今期のボーナスも増える見込みがない。この状態で景気が良くなるとは思えない。
		コンビニ（店長）	・売上、来客数の様子はそれほど変わらず、気温が上がれば売上も悪くなることはない。ただし、求人の不調など、人手不足が経営に影響を与えそうな深刻な問題になっている。
		コンビニ（広告担当）	・大きく好転する要因はなく、ほぼ現状維持となる。
		コンビニ（店員）	・来客数も安定しており、現状維持が予想される。
		衣料品専門店（販売担当）	・客からは、不要な物は買わないとの声が聞かれる。
		家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素が見当たらない。所得を増やし、将来不安を払拭するような景気対策が期待される。
		乗用車販売店（経営者）	・特に上向き要因が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検の予約、修理台数は例年並みで、あまり変化がない。
		乗用車販売店（販売担当）	・モデルチェンジが続いているが、以前に比べると盛り上がりには欠ける。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・猛暑による、外食関係への影響が不安視される。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替の変動も特に感じられないが、消費者の購買意欲をかきたてる要因も見当たらない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・顧客数の減少傾向に歯止めがかかれば、売上の減少は続いて、減少幅の縮小につながる。
		高級レストラン（企画）	・近隣の競合レストランも同じような状況となっているほか、婚礼や宴会の相談に関する、新規の来館者数の減少が続いている。
		一般レストラン（企画）	・景気の大きな変化は期待していないが、7～8月は前年が悪天候やリオデジャネイロオリンピックの影響で苦戦したことから、今年はその反動で良くなると予想している。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今月の気温の上昇により、客単価がかなり下がっている。今後2～3か月も暑くなると思われるので、客単価や客足が悪化する。
		観光型ホテル（経営者）	・今の状態がしばらく続くと予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・世の中の動きが混乱しており、世界的にも大きな変化が起きそうなので、今後の見通しが非常に不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・身の回りに変わった様子はないが、採用がかなり厳しい。都心部の景気が良い影響で、求人への応募が減っていると感じる。
		都市型ホテル（支配人）	・しばらくは今の状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大阪中心部の宿泊単価は落ち着きをみせており、イベント日以外は高単価での販売が難しい状況である。宴会についても、費用を抑える企業が目立ち、厳しい状況である。
		都市型ホテル（客室担当）	・これから市内各地で新規ホテルの開業が予定されており、ますます競争力が必要となる。
		都市型ホテル（総務担当）	・今後2～3か月については、宴会の予約は前年を上回っているが、宿泊の予約は前年を下回っており、客室単価も低下している。
		旅行代理店（店長）	・今は良くなってきたものの、今後どうなるかは、世界情勢や国内情勢を含め、政治要因にも左右される。
		旅行代理店（支店長）	・新しいイベントや新施設の開業といった、明るい材料が見当たらない。景気は良くなっているとの報道はあるものの、客には実感がなく、夏休みの間際需要についても期待が薄い。
		旅行代理店（営業担当）	・個人消費の伸びる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・例年どおり、天候や季節の変化に左右される。タクシーの利用は、暑くならない限り大きくは変わらない。
		タクシー運転手	・日本三大祭りの1つが行われ、多くの国内客が京都を訪問するが、近年は宿泊ができないため、目にみえて減少している。今年はせめて横ばいにとどまることを期待している。
		タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約は比較的順調である。
		通信会社（経営者）	・特に、変化の兆しや展望はない。
		テーマパーク（職員）	・日本を取り巻く様々な脅威は全く取り除かれていないが、何も起きない状態が続いている影響で、国会では何をしたいのかがよく分からない議論が続いていた。このような状況で、健全な物の見方ができる方が不思議である。
		観光名所（企画担当）	・前年の実績は上回っているものの、今一つ伸びがないため、しばらくは変化がないと考えられる。
		遊園地（経営者）	・国内外共に、政治情勢が不安定であり、安定した経済成長が望める環境にはない。官民一体となって成長する機運が求められる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、今後も人気球団の試合が8試合予定されているほか、多くのコンサートも開催されるので、多数の来場者を予想している。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・特に、変化が期待できる材料はない。
		その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・アロマオイルを使うマッサージで、服を脱ぐため、暑い時期には来客数が増加する。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・今後の改装や増床、移転などにより、より多くの顧客満足が得られる店づくりを目指したい。客の需要は強いと感じる。
		住宅販売会社（経営者）	・目にみえる形での景気の良さは感じられない。地価は上昇しているが、実勢取引の金額はそれほど上がっていない。
		住宅販売会社（経営者）	・販売状況が改善する要素が見当たらないので、あまり変わらないと予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの販売価格がここ数年で急激に上昇し、実需とのかい離が出てきている。ただし、販売価格は下落基調に変わっておらず、販売にも時間はかかっているが、止まるまでには至っていない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介]（経営者）	・不動産取引の状況や金融機関の融資姿勢に、前月との変化はみられない。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	・来場数が増加する要因が見当たらない。低金利もここまで続くと普通になり、新鮮さがない。消費税増税も再来年の予定であるため、しばらくは様子見の状態が続く。
		一般小売店 [貴金属製品]（従業員）	・米国大統領が何をするか分からない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・すぐ近くに大型商業施設がオープンするため、何らかの影響を受けると予想している。専門店としての立ち位置をもっと明確にしなければ、大変なことになりそうである。ただでさえ人口が減っているのに、スーパーが次々に進出している。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・夏物商材のセールにはあまり期待できない。真夏の暑さの影響で、販売量、来客数共に減るのではないかと。ボーナスに関しても、消費者はあまり期待している様子はなく、財布のひもが緩むとは思えない。
		百貨店(売場主任)	・売上の主力となる衣料品に明るい兆しが全くみられない。比較的低単価で、多くの数量を売る必要のある商品は動いているが、来客数が劇的に増える要素が見当たらない。
		コンビニ(店員)	・通常の売上に戻る。
		家電量販店(企画担当)	・各企業のボーナス支給額が減っているため、大きな消費拡大にはつながらない。
		その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・今後は海外、特に米国との貿易摩擦が生じるとされる。それによって株価が下落することで、現在の状況よりも悪くなる。
		一般レストラン(経営者)	・良くなる要素が見当たらない。残暑が続けば、商店街の人通りはますます少なくなる。
		一般レストラン(店員)	・ボーナスが出るなど、客にとって収入が増える月となったが、来客数は増えていない。
		観光型旅館(経営者)	・ホテル、旅館を利用する外国人旅行者が減っており、民泊へ流れている。
		観光型旅館(管理担当)	・海外事業の不振などによる、大企業の赤字が取りざたされるなか、大手自動車部品メーカーの倒産など、不安要素が増えている。また、政治に対する不信感も増しているなど、プラス材料が見当たらない。
		旅行代理店(役員)	・最繁忙期の夏場においては、インパウンドの激増による在庫不足もあり、実績が伸びない。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 (職員)	・賃金の伸び悩みや、値上げによる消費の減退、売上の停滞などで、お金が消費よりも貯蓄に回っているため、景気回復の実感がない。
		その他サービス〔学習塾〕 (スタッフ)	・退会の話が徐々に出てきている。夏休み前に更に増える可能性もある。
	×	スーパー(経営者)	・価格競争が厳しくなってきたと感じる。大部分の消費者が低い価格を求めているので、資金力が大きく、システムの整ったディスカウントストアに集中しつつある。
	×	スーパー(店長)	・商品単価や買上点数が悪化している。
	×	衣料品専門店(経営者)	・公共料金の上昇が生活を直撃している。
	×	衣料品専門店(経営者)	・前年に比べて売上が10%落ち込んでいる。
	×	競輪場(職員)	・今月の客単価が上がった反動で、例年はやや悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業(経営者)	・現在は商品の需要と供給のバランスが取れておらず、効果的に売上、利益を得ることができていない。今後は両方を改善することで、早く良い結果につながるようにしたい。
		輸送業(営業担当)	・人手不足解消策として、9月の運賃値上げがほぼ決定したが、今月も荷物量が増え続けている。
		食料品製造業(営業担当)	・梅雨が明けると、一気に気温上昇が見込めるため、飲料水の売上は伸びる。
		化学工業(管理担当)	・受注量が好調なため、やや良くなる。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・試作関連の注文も増えている。量産を見据えた試作も含まれているので、徐々に量産品の受注につながる。新規受注の案件も増えているなど、机上の話にとどまらず、実際に物を作るための予算が増えているため、しばらくはこの動きが続く。
		金属製品製造業(経営者)	・地域によっては、災害の復興需要や、東京オリンピックなどの新規需要が動き出している。
		建設業(経営者)	・今の受注や問い合わせの状況からすると、今後は少しずつ良くなる。特に、下半期に向けて良くなることが予想される。
		建設業(営業担当)	・土地の売却情報が少ない状況が続いている。建築用地さえあれば、新たな設備投資を行うニーズは継続的に出てくる。一方、土地のニーズに比べると非常に少ないが、資金調達のために不動産を売却したり、有効活用する情報もあることから、当面は建築需要の安定した状況が続く。

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
		輸送業（商品管理担当）	・来月、再来月はお中元の時期となるため、販売量が増加する。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・現政権になって、株価は2.5倍となっている。このままの勢いが続けば好調が期待できる。その一方、勝ち組と負け組の格差が開くことによる悪影響も懸念される。
		広告代理店（営業担当）	・クライアントからの問い合わせが増えてきている。
		食料品製造業（従業員）	・この先は猛暑になる予想であるが、どちらかといえば、当社の製品は夏場には消費が落ちる傾向にある。ただし、夏場には辛口の製品が受けるので、関連する商品を増やして売上を伸ばしたい。
		繊維工業（総務担当）	・特殊な付加価値商品は問題ないものの、売上の中心を占めるボリューム商品は低迷しており、売上が減少している。
		繊維工業（総務担当）	・従来の商品開発や提案では、消費者のニーズや購買意欲が高まらない。若者向けの商品をリサーチしていく必要があり、情報が下流から上流に素早く還元されなければ、メーカーが対応できず、在庫の元になる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量には変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からは、増産計画に関する情報がない。
		化学工業（経営者）	・新規の案件が少なく、良くなる要素は見当たらないが、これ以上悪くなるような話も出ていない。しばらくは、景気があまり良くない状態が続く。
		化学工業（企画担当）	・市場での商品価値の低下が顕著であり、高機能な製品よりもコストパフォーマンスが最優先されるため、利益の出ない状況が続く。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・中小のガラス瓶製造業者は、数字上は良くも悪くもない。新聞紙上では景気が良いといわれているが、その実感はない。社員のボーナスを増やすなど、対応は進めているが、生活が苦しいとの声が聞かれる。
		金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格の転嫁はなかなか進まない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・市場の方向性が不安定なため、思い切った投資ができない。投資意欲があっても決断に至らないようで、今後迷走すると感じる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量の増加が見込めない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・海外との取引は、成果が出るまでに時間がかかる。海外取引を担えるスタッフの育成は困難で、不足しているため、景気が良くなることは期待できるものの、2～3か月では時間が足りない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界の政治情勢は混とんとしており、経済面にも影響が出てくる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大型案件もなく、やや悪い状態が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・この先は景気の良くなる要素がない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年は猛暑の予想であるため、エアコンなどの夏物商材は活発な荷動きが期待されるが、季節要因によるものであり、景気が良くなるわけではない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・自動車産業以外の引き合いを、いかに受注に結び付けるかが課題である。中小企業の設備投資は相変わらず鈍い。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・夏休みに入るため、少しは売上が増えると思われるが、全体としては例年どおりと予想される。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷により、衣料品関係の売上が伸びない。靴メーカーの受注量が伸びず、苦戦する状態が続いている。
		建設業（経営者）	・問い合わせや来場数は増えていると感じる。予算が厳しく、成約に至る確率は低下気味である。
		建設業（経営者）	・今後も東京一極集中の動きが続くと予想される。技能労務者、監理技術者共に、東京に引き寄せられているように感じる。
		輸送業（営業所長）	・新規案件が乏しい。
		通信業（管理担当）	・しばらくはボーナスの影響で好調が続く。
		金融業（営業担当）	・中小企業がもっと活気を取り戻さなければ、景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（副支店長）	・外部要因をみても、米国大統領や北朝鮮などの問題は流動的であり、景気が右肩上がりでは推移するとは予想しにくい。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退は、今後も続くと思われる。現状、神戸では土地の値段が上がり、収益物件の利回りは下がるなど、土地の動きは良いが、実体経済は全く良くなっていないため、将来的にも景気は悪いままとなる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数は維持できているものの、折込件数がかなり落ち込んでいる。少々上向いても、良いといえる水準にはならない。
		司法書士	・起業や業務の拡大といったような案件がなく、現在と同じような状態が続く。
		経営コンサルタント	・人材不足で、社員の個々の能力を強化する必要がある。各社の要求は継続的なものであり、今後も教育訓練によって管理職を強化したい。
		コピーサービス業（店長）	・特別なプラス材料もないため、今の状態がしばらく続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今の状況が変わる要素はない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今の状況からみて、今後も大きな変化は起こらない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・当面は特に景気が刺激される材料もなく、ほぼ現状どおりの販売の地合いが続く。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の経済展望が見通せない。
		繊維工業（団体職員）	・ギフト需要が低迷しているとの声があるため、7月の動きが懸念される。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後2～3か月で大きな需要は見当たらず、伸びる傾向の業種もない。毎年夏は売上が落ち込む時期であるが、今年は例年を下回る見込みである。
		金属製品製造業（管理担当）	・材料費の値上がり止まらないが、販売価格に転嫁できず、1つの工場ですら毎月100万円以上の損失が出ている。今後は、販売価格を仕入金額に合わせなければならないが、それに伴う顧客離れが懸念される。
		広告代理店（企画担当）	・セールが終わった後も猛暑が続くと予想され、外出機会の減少を懸念している。商業施設では、セール後の失速が例年よりも大きくなる可能性がある。
		広告代理店（営業担当）	・今のところは良い材料が見当たらない。
	×	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・新製品の開発や販売ができていない以上、淘汰されることになる。また、今の状況が続けば、ターゲットとする業界を取捨選択する時期が、そう遠くない段階で訪れる。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の動きが続く。
		職業安定所（職員）	・直近の有効求人倍率が1.49倍と、昭和48年5月以来の高水準となり、雇用失業情勢は着実に改善が進んでいる。また、前年比で求人数が増加している一方、有効求職者数と雇用保険受給者数は減少傾向が続いている。管内事業所への今後の展望についてのヒアリングでは、現状維持とする事業所が約7割で、明るい、やや明るいとする事業所が2割を占めている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・インパウンドの動きが活発になっているように感じられる。都心部のターミナル駅では、最近また観光客が増えている。
		人材派遣会社（経営者）	・今後も当分の間、企業は慎重な姿勢となる。採用に関しては、世間でいわれているような力強さが全く感じられない。右肩上がりのトレンドには変わりないが、例年はゴールデンウィーク明けに大きな案件が出てくるものの、今年は全くみられなかった。今後、当分は緩やかな採用の動きが続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・これから夏にかけて、求職者、求人数共に、別の月に比べて減少傾向となるため、9～10月までは現状のままとなる。
		人材派遣会社（役員）	・このまま人手不足の状況が続けば、経済活動に支障が出る可能性がある。
		アウトソーシング企業（社員）	・雇用の正社員化が進まない。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・季節商材の仕事が入ると思われるが、それ以外は期待できない。

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
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・新聞求人を見る限り、景気が良くなるとは考えにくい。決算発表のシーズンを迎え、輸出企業を中心とした大企業の好決算が新聞をにぎわしているが、中小零細企業が多い関西が、大企業の好決算による恩恵を受けているとは、残念ながら感じられない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・このまま、上振れすることもなく推移していく。
		職業安定所 (職員)	・景気回復や人材不足の傾向は変わらず、求人の伸びは続くと思われる。その一方、大手自動車部品メーカーの倒産に伴う下請企業の雇用動向や、中国景気の減速懸念など、注意すべき点もみられる。
		民間職業紹介機関 (職員)	・建設日雇求人での社会保険加入の義務化と、雇用保険の適用厳格化の影響により、現場の混乱と雇用の抑制が続いている。また、人手の確保が困難なことから、新規の事業に手を出すことができないといった声も、事業所からは聞かれる。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・現在の好調さは、世の中の景気が良いからではなく、就活時期が理由であるため、いつまで続くのかは分からないが、2～3か月は今の状態が続く。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・季節的な要素もあり、紹介依頼件数、求職者数共に、あまり動きがないと思う。例年は、9月ごろから徐々に良くなる傾向となる。
		学校 [大学] (就職担当)	・人材不足に変化はなく、求人の勢いは前年並みである。
		人材派遣会社 (営業担当)	・求職者の動きについては、8月ごろまでは転職活動が落ち着く。
		学校 [大学] (就職担当)	・中小企業の採用意欲は高いものの、本当に必要な人数を採用しようとしているのか、周辺企業の影響なのかが分からない。企業が必要な人数を採用できる手段を選び、適正な規模の採用活動をすれば、過当競争がなくなり、採用関連ビジネスは縮小する。
	x	-	-

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)		一般小売店 [靴] (経営者)	・単価の高いオーダーメイド靴を購入する客の周りには高級品を購入する客層が一定数ある。
		一般小売店 [眼鏡] (経営者)	・土木建築業の景気が良くなる。
		スーパー (店長)	・梅雨明けになり晴天が増えれば季節商材の動きが良くなり、レジャーなどでの需要も伸びる。
		コンビニ (エリア担当)	・来客数の伸びにまだまだ期待できる。
		コンビニ (副地域ブロック長)	・日常生活に必要な商品群が高い伸びを示していることから、今後も客の購買の頻度は低下しない。また、今年は猛暑が予想されるため、前年と比べて飲料や酒の販売量が増える。
		家電量販店 (店長)	・来客数が前年の102%で推移しており、今後も現状が続く。
		家電量販店 (販売担当)	・エアコンの需要に期待が持てる。
		家電量販店 (企画担当)	・季節商材の動きが良くなる。
		乗用車販売店 (業務担当)	・新型車の投入があるので、しばらく好調が続く。
		乗用車販売店 (営業担当)	・現在が景気の底であり、新型車が出れば来客数は増える。
		乗用車販売店 (営業担当)	・夏にかけて客の動きが良くなる。
		その他専門店 [土産物] (店長)	・8～9月にかけて花畑にはヒマワリが咲き、ブドウやイチジクなどのフルーツのイベントも行うとともに、広告等の販売促進にも力を入れるため、来客数と売上が共に増加して景気はやや良くなる。
		その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	・6月に新たな施設がオープンしたことで集客効果が期待できる。

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
		一般レストラン（経営者）	・最近商工団体での会合で今年の夏ボーナスの話が多く聞かれるため、期待が持てる状況になりつつある。
		一般レストラン（店長）	・予約状況から現状の売上は前年と同程度になると見込んでおり、先行きで増加となることは確実である。また、前年に比べてインバウンド予約も増えているので、それに伴った売上も増加する。
		一般レストラン（外食事業担当）	・前年は再開発の影響で駐車場利用が不便になって集客が良くなかったが、それが解消されて競合店とのすみ分けも一段落している。予約は前年の160%を超え、平日売上は前年の105%となり、今後も来客数は順調に推移していく見込みなので、暑い時期や夏休みに対応した活動を展開していく。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏に向けて来客数は増加する。
		都市型ホテル（総支配人）	・前月同様に観光客、学会絡みの先行予約は順調に推移しており、デスティネーションキャンペーンなどによる観光客の増加に期待が持てる。
		タクシー運転手	・ボーナスが出るところが次第に増え、観光地も混むようになり、梅雨の影響もあることに加えて新卒の新人もそろそろ戦力になるので状況はやや良くなる。
		タクシー運転手	・気温が上がればタクシー利用の客が増え、ピヤガーデンが始まれば夜の客も増えるので7～8月は忙しくなる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は上向く。
		テーマパーク（業務担当）	・台風等の天候の心配も増えてくるが、夏休みから秋の行楽シーズンが続く時期となり、多くの集客が期待できる。
		競艇場（職員）	・8月初旬の本レース、下旬のG3競争で売上が確保できる。
		住宅販売会社（営業担当）	・引き合い案件が多くなっていく。
		商店街（理事）	・収入に大きな変化はなく、客の生活防衛本能は強まり、景気は良くならない不安感と堅実な消費行動とが継続する。
		商店街（代表者）	・商店街に出店したいとの話はあるが、出店予算の関係で計画のみにとどまっている。
		商店街（代表者）	・消費者の購買意欲の低下で景気の停滞は続く。
		商店街（代表者）	・大都市部では景気が上向いているようであるが、地方都市では業種によって状況が異なり、客の動向がつかめない。
		商店街（代表者）	・客の買い控え姿勢は続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立用の印鑑注文などの前向きな注文が減少している。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・平均単価の低下と来客数の減少傾向に変化はない。
		百貨店（経理担当）	・前年売上を達成できるかどうかの状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・衣料品は前年以上の施策を行わないと前年売上をクリアすることは難しい。
		百貨店（営業担当）	・必要な物だけを購入する客の購買動向に変化はなく、8月の最終セール、9月の秋物立ち上がりも現状から大きく好転することはない。
		百貨店（販売促進担当）	・お中元商戦、夏のセールが本格化してくる一方で、アパレルの生産調整が進んでおり、品ぞろえが良くなく、大きな期待はできない。
		百貨店（購買担当）	・以前であれば土日や売出し開始日に来客数は増加したが、現在それほどの集客力はない。駅周辺部にドーナツ化現象がみられ、隣の専門店にも空き店舗が増えているので来客数は減少する。
		百貨店（売場担当）	・地域性や経済動向に大幅な変動はなく、現状維持が継続する。
		百貨店（外商担当）	・前年の売上ベースは保っているものの、それを上回る様子はなく、このまま推移する。
		百貨店（売場担当）	・クリアランスセールが前倒しになっており、7月はセールの勢いが早く収束する。
		百貨店（人事担当）	・地元産業の景気は少しずつ上向いているが、今夏のボーナスは前年度の成績が反映されているので、今の景気が反映されるのはもう少しあとになる。
		スーパー（店長）	・客の消費動向が上向きになる要因がなく、必要最低限の購買行動が続く。
		スーパー（店長）	・景気を判断する材料はない。

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
		スーパー（店長）	・国際問題などの不安要素が多く、これといった明るいニュースや具体的な政策が乏しい。株価は上がっているが恩恵を受けるのは一部で、ますます格差が広がる。
		スーパー（店長）	・競合店が2店舗出店しており、客単価、来客数、販売点数が前年を下回る状況は続く。
		スーパー（店長）	・梅雨が明ければ夏物の動きが活発になり、景気は回復してくる。
		スーパー（総務担当）	・来客数、客単価共に伸び悩む。
		スーパー（販売担当）	・前年よりも父の日の商品の動きは悪いが、単価が上昇したことで今後の売上にそれほど影響はない。
		コンビニ（エリア担当）	・前年よりも天候などの条件が良ければ前年の数字をクリアできる。店のメンテナンスや接客の見直しをして前年数値クリアを目指している。
		コンビニ（支店長）	・来客数は回復状況であり、現状のまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・4月から来客数が減少し続けており、回復する手段がない。ボーナス時期になれば何か動きがあるかもしれない。
		家電量販店（店長）	・猛暑になってエアコンを中心とした夏物商材が動かないと景気に変化はない。
		家電量販店（店長）	・景気が良くなる材料が何もない。
		乗用車販売店（統括）	・新型車効果が弱まるので、販売量は伸びない。
		乗用車販売店（店長）	・景気が良くなる要因はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月以降苦しい販売状況が続いており、客も出費に対して厳しくなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	・今年度に入って徐々に販売成績は良くなっているが、商談件数はまだまだ伸び悩んでいるため、現状維持が精一杯である。
		自動車備品販売店（経営者）	・大手メーカーは利益を末端の販売店や社員に還元して金を循環させようとは考えておらず、メーカーの体質、法律を変えない限り景気は良くならない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数が増加する要因がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・空き区画は現状のままなので厳しい状況は続く。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・新商品の投入などで来客数は順調に推移し、予約状況も前年並みである。
		スナック（経営者）	・街中で昼間の小さなイベントはいろいろとあるが、夜まで結び付くものはない。地方の景気が上向かない限り当業界は厳しい状況のままである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊に関しては観光客が増える時期になるので宿泊客数が伸びるが、飲食関係に追い風はないので現状が続く見込みであり、夏のピヤホールに期待するばかりである。
		都市型ホテル（企画担当）	・物価高や大企業の不祥事など不穏な空気がまん延し、個人消費のマインドも低下しているが、景気に左右されない企業の安定需要の見込みもあり、法人企業のホテル利用の動向次第では景気が上向く可能性はある。
		都市型ホテル（企画担当）	・客単価が多少上昇するが宿泊客数に変化はなく、レストランの予約状況もあまり変化はない。
		旅行代理店（経営者）	・獣医学部新設問題では、当事者の学校法人本部が当県にあるので景気への影響が心配されたが、先行きへの影響はない模様である。
		旅行代理店（営業担当）	・海外情勢が不安定なので販売量に大きな改善は望めない。
		通信会社（社員）	・景気が良くなりそうな兆しがない。
		通信会社（総務担当）	・県内での夏イベントを開催するが、消費拡大はそれほど期待できない。
		通信会社（営業担当）	・放送通信需要期の春を過ぎて以降やや停滞気味になっており、今後も景気を浮揚させる要因がない。
		通信会社（広報担当）	・このまま客が低価格のものばかりを求めるようであれば、あまり景気回復は見込めない。
		通信会社（企画担当）	・スマートフォンに関して、客はより高機能な端末を求める志向にある一方、当面は低価格を維持できる見込みであるため、今後も商品訴求力とサービスの両方で一定水準の水準を維持できそうである。
		通信会社（総務担当）	・6月に新規加入キャンペーンを打ち出したものの加入への効果は薄かった。今後も同様のキャンペーンを予定しているが、大幅な加入数の増加に期待はできない。

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
		テーマパーク（管理担当）	・地方での消費に変動がみられず、個人消費が鈍化する。
		ゴルフ場（営業担当）	・6～8月は比較的来場者が少ない時期であり、例年どおり落ち着いてくる。
		美容室（経営者）	・数か月で客の様子に変化はない。
		美容室（経営者）	・景気に変化する大きな要素がない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料は見当たらず、同業他店も同じ状況である。
		設計事務所（経営者）	・客の購買意欲は高くなっているが、収入の伸びは大きくなく、所得総額が増えないので住宅購入数量は増えるが金額が伸びない。
		設計事務所（経営者）	・民間では全体的に新築工事の受注が減っており、リフォーム工事も今一つ仕事につながらない状況となる。
		設計事務所（経営者）	・建築費が高値安定している状況なので、景気が回復して賃金が上がらなければ改善は望めない。
		設計事務所（経営者）	・取引業者から支払の要求がたびたびあり、資金繰りが次第に悪くなっていく傾向がみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・客の購買意欲をかき立てるようなものが見当たらない。
		住宅販売会社（営業所長）	・客の動きがあまり良くならない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・しばらく厳しい状態が続く。
		スーパー（管理担当）	・ディスカウント店やコンビニの進出により来客数と客単価の維持が難しくなっており、今後も上昇は見込めない。
		スーパー（営業システム担当）	・前年に比べて売上が低下しており、来客数増加のための企画を実施しているものの伸び悩んでいる。
		スーパー（業務開発担当）	・盛夏、盆と繁忙期に向かうが、客の節約志向で競合他社と一層厳しい戦いになり、売上、利益共に前年割れになる。
		スーパー（財務担当）	・一部の商品で競合他社との価格競争が一段と激しくなっており、客の節約志向もあいまって1品単価の下落が続く。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・当市では活性化が何も行われず、国の活性化政策の恩恵はない。
		一般レストラン（経営者）	・タウン誌に掲載された効果が消えてしまい、来客数は減少する。
		テーマパーク（営業担当）	・屋外施設が中心であるため、猛暑傾向にある夏季は入園者数が減少する。
		住宅販売会社（営業担当）	・例年夏季に入ると客の外出機会が減少する。
	×	商店街（代表者）	・バーゲン価格になっても客は購入しない傾向にあり、客が何を求めているのかわからない状況が続く。
	×	スーパー（店長）	・競合店と客の取り合いが続く。
	×	スーパー（販売担当）	・客がインターネットで購入する頻度が増えており、価格のみならず送料等でもインターネット購入の方が優位な商品が数多くなっている。特に人口が減少傾向にある地方都市で、当店のような従来型の店舗を構えての商売は限界を迎えつつあるとの危機感を抱いている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・1年で一番の開散期に突入するため、景気は悪くなる。
	×	その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方ではボーナス時期になっても購入には結び付かない。
企業 動向 関連 (中国)		化学工業（経営者）	・製品の主要原料である苛性ソーダの値上げによる製品単価への反映交渉もほぼ決着し、主要取引先の増産に伴う受注量の増加もあいまって業績回復が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口案件の製造着手で多少生産量は上向くが、それ以外の引き合いは強くない。特定部門が多忙なだけで全体ではやや低調な状況になる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・大口受注の生産と出荷は今後とも順調な見込みである。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・海運市況の緩やかな回復を背景に、造船業界や船用関連業界へも景気回復の動きが広がることに期待が持てる。
		建設業（総務担当）	・当面の受注量に心配はない。
		輸送業（経理担当）	・客との料金改定交渉を実施しているが、全く理解してくれない客は少ないので、今後の改定が見込める。

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
		通信業（営業企画担当）	・モノのインターネットソリューションの商材等、これまでの情報通信技術から、実用性が高くスモールスタートに資する商材が増えてきており、客のニーズとマッチすれば短期での売上が期待できる。
		広告代理店（営業担当）	・客からの情報と受注量の見込みから景気は上向きに推移する。
		農林水産業（従業員）	・消費者の生魚を敬遠する流れがなくなる限り、相場が回復する見込みはない。
		食料品製造業（総務担当）	・商品群を変更する動きに伴う取引先や消費者の反応によって販売量が変化する。
		木材木製品製造業（経理担当）	・政治が不安定になりつつある一方で景気動向は小康状態にあるため、先行きの新設住宅着工件数も前年並みとなる。
		化学工業（総務担当）	・関東ではオリンピックの影響で工事が増えているが、地方では景気回復の兆しがない。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注量は横ばい傾向で推移する。
		鉄鋼業（総務担当）	・当面は低調な活動水準が継続する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・販売量は製品の種類によって浮き沈みはあるが、全体としては変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・8月に夏季連休を迎えるが、日当たり生産量は増加していく。
		建設業（総務担当）	・発注時期の遅れはあるものの、予定物件を順調に受注できており、この状況は今年いっぱい継続する。
		輸送業（支店長）	・社員の労働環境整備にかなりの投資が必要であるとともに、不採算荷主との運賃引上げ交渉を行っていかなかで、流動的部分がかなりある。
		通信業（営業担当）	・上場企業などは判断できないが、中小企業の景況感が政府とずれている部分へのテコ入れ政策や補助制度もなく、今後も同様な状況が続く。
		金融業（貸付担当）	・百貨店、スーパーの販売額や乗用車の新車販売台数は増加傾向にあり、個人消費が持ち直しに向かっている。
		金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーでは、新型スポーツ用多目的車の販売が好調であり、系列の地元自動車部品メーカーの受注は当面高水準を維持する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期ではないため、8月ごろまでは今月と同様の動きになる。
		食料品製造業（経営者）	・取引先のスーパーの客は節約ムードで売上が厳しく、夏になれば暑さで客の外出頻度が減少するため更に売上が悪化する。
		金属製品製造業（総務担当）	・ものづくり補助金や省エネ補助金による受注増加を期待する一方、それが景気に大きく貢献することはなさそうである。中国産の材料価格が高騰し、製造コストに影響を及ぼすことは必至であるが、需給状況からして得意先への価格転嫁は難しい。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・最近の商品は高機能化し特殊素材を使用することが多く、生産前に試行錯誤する必要があるが、国内販売のため数量が少なく苦勞の割にはすぐに販売が終わってしまう。製造原価はどんどん上昇するのに販売単価は据置きとなり、業績の先行きには非常に厳しいものがある。
		会計事務所（職員）	・低金利とはいえ設備投資は相変わらず低調で、製造業では夏場にかけて受注状況が空白なところが見受けられる。
	x	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは良くならない。
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・中小企業を含め求人が増えており、有効求人倍率も1.78となるなか、いかに求職者とのマッチングを図るかが課題になる。
		人材派遣会社（支店長）	・引き続き積極的な採用が見込まれる。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用は6月1日の解禁日以降、学生アンケートを実施したところ、大学生と大学院生の内々定率は68%で前年の65%を超えている。文理男女別では文系男子66%、文系女子61%、理系男子75%、理系女子73%と微増で、男女間での内々定率に差がないのも特徴である。中途採用も企業側の募集は依然として増え続けており、どちらも企業側の採用意欲が高いままで推移するものと期待できる。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・雇用の改善が個人所得を引上げて消費に反映する流れが緩やかながら出てきているが、人手不足による生産期の延長もいくつかの業種でみられ、今後はそれに対する早期の対策が必要になる。
		職業安定所(所長)	・機械加工部品製造工場の増設やホームセンターの新規出店など、新たな求人募集が増えており、求職者の減少傾向とあいまって人手不足感が増し、今後の求人動向は増加傾向で推移する。
		職業安定所(雇用開発担当)	・求職者の動向が不透明であるが、管内企業の人手不足感は強く、雇用関係はやや良くなる。
		民間職業紹介機関(職員)	・求人の高止まりや採用ハードルの低下など、雇用創出がしやすい環境になってきており、完全失業率も3%を割る状況となり雇用と賃上げに好影響を与えていることから、更なる景気浮揚が期待できる。
		人材派遣会社(経営企画担当)	・求職者とは一過性ではなく、就業を通じたキャリア形成支援の関係を深めていくことが人材ビジネスに求められる。接点のポイント創出、フォロー回数の向上こそが人材会社としての努めである。
		人材派遣会社(支社長)	・豊富な求人受注や苦戦している求職者確保に大きな変化は考えにくく、現在の水準で推移する。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・高位安定が継続する。
		職業安定所(産業雇用情報担当)	・新規求職者数、新規求人数共に大きな動きはない。
		民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・働き方改革が議論されており、ホワイトカラーまでもが対象になっている。時代とともに変化している若者の考え方に合わせ過ぎている状況があり、対応できない中小企業等には人が集まらない。
		学校〔短期大学〕(進路指導担当)	・求人数は高い水準を維持しているが、景気の良さというよりも、ここ数年の求職者不足によるところが大きく、新規事業の求人は増えていない。
		学校〔大学〕(就職支援担当)	・新卒採用のピーク時期を過ぎるため、今後の採用動向を注視する必要がある。
		-	-
	x	-	-

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 (四国)		-	-
		スーパー(店長)	・来店数が一定の水準を保っており、高単価の商品も売れてきている。特にマイナス要素もなく、徐々に景気回復に期待が持てる。
		コンビニ(店長)	・競合激化のなか、来客数は前年並みで推移している。客1人当たりの来店回数が増え、客単価、買上点数も増加している。
		コンビニ(商品担当)	・猛暑となる予報を受け、冷麺・飲料・アイス等の需要が高くなると期待している。
		衣料品専門店(経営者)	・夏物セールを実施すると少し良くなる。
		家電量販店(店員)	・季節商材がけん引役となり、他部門の商品も下見に来る客が増えている。
		住関連専門店(経営者)	・低金利の今、住宅を購入、建築する人が多くなっている。すぐ景気に影響しないだろうが、将来的には良くなるとみる。
		通信会社(営業部長)	・夏休み、新商品等により販売拡大が期待できる。
		観光遊園地(職員)	・来客数が伸びている。地元での国体開催など来客数の増加が見込める。
		美容室(経営者)	・夏になると少し忙しくなる。
		設計事務所(所長)	・工場などへの投資が増えている。
		商店街(代表者)	・大型客船の入港予定が多数あり、外国人観光客を中心に伸びると思う。店舗の新陳代謝も進んでいる。
		商店街(事務局長)	・ここ数ヶ月は世界経済も比較的安定しており、金融や日本経済にも一定の安定感がある。ただ、地方都市においては所得が増えた実感が持てず、先行きは見通しにくい。急に景気が良くなるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔文具店〕 (経営者)	・景気に変化があるとは思えない。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・予報では晴れの日が多いようなので、平年並みの人出を予想している。市場の出荷量の減少が仕入れ価格の上昇につながらないか懸念している。
		百貨店(販売促進担当)	・衣料品が健闘しているのはセール前倒し効果によるもの。夏休みにはショッピングセンターのイベント等により、当店の集客に影響が出てくる。
		スーパー(企画担当)	・梅雨明けすると夏物商材の売上状況が変わる。こちら飲料メーカーの商品が中心になるので競争は更に激しくなる。
		コンビニ(総務)	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		衣料品専門店(経営者)	・当面、大きな変化はない。
		衣料品専門店(総務担当)	・年々、セールの動きが悪くなっている。客の購買意欲の低迷は続いており、まだまだ改善するのは難しい。
		乗用車販売店(従業員)	・今のところガソリン価格は安定しており、ボーナス次第で新車販売台数は前年以上の実績が出る。
		乗用車販売店(従業員)	・好調とはいえない現状である。
		乗用車販売店(従業員)	・例年、夏の新型車発表は少ないので商品構成に変化はない。ボーナス時期だからといって販売量の増加は見込めない。景気は変わらない。
		乗用車販売店(営業担当)	・来店客が少なく厳しい状況にあり、良い方向に転じる要素はない。
		旅行代理店(営業部長)	・四国デスティネーションキャンペーンが終了するが、夏休み需要で好調に推移すると期待している。6月と比べれば横ばいになるのではないかと。
		タクシー運転手	・8～9月は「よさこい祭り」や夏休みで人の動きが多少はあるが、これまで大きな変化がなかったため今年も変わらない。
		タクシー運転手	・夏はお遍路の仕事がほぼなくなる。街の動きも良くない。猛暑になる予報が出ているので、乗車機会が増えることを期待したい。
		通信会社(営業担当)	・プラス要素が見当たらない。
		通信会社(支店長)	・影響を与える要因がない。
		ゴルフ場(従業員)	・客の様子や予約状況によると、2～3か月先も前年と比べてやや弱い。
		競輪競馬(マネージャー)	・所得の増加は期待できず、全体的に利用者数、来場者数、売上の増加は見込みが薄い。若いファミリー層の利用推進策が望まれる。
		美容室(経営者)	・夏場はあまり変わらない。
		コンビニ(店長)	・売上高も来客数も前年割れになっており、このままでは厳しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(副支配人)	・もうしばらく来客数の減少が続く。
		観光型旅館(経営者)	・建物の耐震構造問題で、取壊しにかかっているところが数件ある。工事中では、しばらくは客が減るのではないかと危惧している。
		通信会社(技術)	・台風時期は設備が故障する恐れがあり、修繕費用がかかる。
	×	一般小売店〔酒〕(販売担当)	・酒税法が改正されたのにスーパー、ディスカウント店との価格差はまだまだ改善されていない。一般の酒屋は厳しい状況が続く。
企業 動向 関連 (四国)		*	*
		パルプ・紙・紙加工品 製造業(経営者)	・夏場は需要が鈍くなるが、受注量はあまり変わらない。
		化学工業(所長)	・原油価格が下落し、ドル円相場は安定している。輸入品価格が下がると購買意欲へつながり、個人消費が伸びるのではないかと。
		鉄鋼業(総務部長)	・産業用機械(自動車関連)の大型鍛圧プレス機案件がメーカーサイドで数台決まったと情報を得た。その部品の鋳鋼品の受注が見込まれる。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・国の支援や銀行融資が受けられさえすれば、景気は良くなる。規制緩和で必ず景気は良くなる。
		建設業(総務)	・仕事量が増えて多忙であるが、人手不足により他地域からの参入など懸念材料もある。

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
		公認会計士	・地元の国体が近づき、経営者も非常に期待している。しかし、設備投資は不十分。
		食料品製造業（経営者）	・水産原料や乳製品原料など原材料相場が引き続き強いなか小売店の売価は上がらず、収益が圧迫される。
		繊維工業（経営者）	・2020年まではオリンピック効果を期待できるが、その先がみえない。東京など都市部の景気悪化が全国に波及する恐れもあり、自社の基盤を強化しなければならない。
		電気機械器具製造業（経理）	・在庫変動に伴う出荷量の増減は予想しているが、実需そのものの大きな変動は予想していない。
		建設業（経営者）	・公共事業予算が横ばいのため、景況に変化はない。一年を通じて仕事量や納期が平準化されれば、生産性が向上して景気も良くなる。
		輸送業（支店長）	・原油価格の動向を注視している。
		輸送業（営業）	・下げ止まっていた燃料油価格が2割ほど値を戻している。運送業界は、燃料油価格と季節商材の動向に大きく左右される。
		通信業（総務担当）	・変化する要素が見つからない。
		金融業（副支店長）	・取引先企業の足元の資金需要動向は、運転資金・設備資金とも変化はない。
		広告代理店（経営者）	・ホテルなどインパウンドで好調な得意先は多少広告費の増加が見込めるが、他の多くは慎重論が強い。
		通信業（営業担当）	・自動車、住宅設備、食品などでテレビのスポットCMの引き合いが少ない。キャンペーン規模も小さくなっている。
	x	-	-
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（営業担当）	・旺盛な求人倍率を背景に、今後も景気は回復傾向を保つ。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・お盆までは求人数が減少するが、その後は異動時期を迎え、求人数増が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2～3か月での大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・5月の有効求人倍率は1.35倍で、前年7月以降は1.3倍以上が続いており、変動はない。
		職業安定所（職員）	・雇用者数が減少に転じる動きはなく、採用意欲は維持されている。
		民間職業紹介機関（所長）	・新卒者採用はピクになりつつあるが、採用人数は前年並みという企業が多い。経済の先行き不安もあって、多くの企業が採用に慎重になっている。
		学校就職担当	・労働賃金の底上げが行われない限り、消費は回復せず、景気も上向かない。
		求人情報誌（営業）	・採用難が続いている。労働力のみならず、次世代の幹部候補生の採用に苦戦している企業が多く、長期化するほど景気は悪化する。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率が高いため、派遣社員の数が減っている。

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		観光名所（従業員）	・7月から本格的な長期休暇となりゴールデンウィークのような入込数が期待できる。台風や長雨が来なければ良い。
		百貨店（営業担当）	・父の日ギフト需要により紳士服が好調で、婦人服も回復傾向にある。自家需要中心の購入継続からの変化がみられる。お中元ギフトでも、当月は金額・客数・数量・単価共に向上し、前年からの縮小緩和傾向にある。
		百貨店（営業統括）	・7月は企業好業績によるボーナス増、8月はお盆の曜日の影響で、消費喚起につながる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・7月に入り梅雨も明け、繁忙期に入る。若干来客数、売上が伸びる。競合店の数は変わらないが、来客数は天候に左右される。
		家電量販店（店員）	・ここ3か月はやや景気が悪い状態であったが、この6月は更に悪くなった。だが悪くなった反動は必ずあるので、今の悪い状況を脱してやや良い状況へ進む。
		家電量販店（総務担当）	・猛暑が予想されているので、エアコンなどの季節商材に期待している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり季節商材の需要が増える。

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〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏場は7月のお中元があるので店頭売上が良くなる。通常の客がギフトを購入するので客単価も上がる。やや良い方向へシフトしていく。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・関西方面からの旅行者数の増加、修学旅行件数の増加に改善の兆しが見えているため、土産品の販売増加が見込める。
		観光型ホテル（スタッフ）	・予約も順調に入っている。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行はテロの影響で低迷が懸念されるが、国内旅行は京阪神や九州の集客が伸びてきている。ただ、長期予報での猛暑、残暑の影響は出るかもしれない。
		タクシー運転手	・相変わらず町自体が活性化しており堅調さを保てる。
		通信会社（企画担当）	・客の動きをみると、今年度はまだ発注が出そろうておらず遅れている。
		通信会社（営業担当）	・ドラマの影響で良い傾向が続く。
		美容室（経営者）	・現在は客を迎えられる状況ではないので、今が最低だとすると3か月後は店ができてはいるはずである。
		商店街（代表者）	・天候、気候に左右されるが、先も今とあまり変化はない。景気に左右されない年齢層が主な客なのであまり変化はない。
		商店街（代表者）	・客は、おいしい物を食べたり、旅行に行ったりと、必要なもの以外の物品購入より、自分の楽しみのためにお金を使うことが多い。
		商店街（代表者）	・暑さに伴い商品管理が難しくなり、ショーケースがないため、店頭の商品を並べられなくなる。商店街に来る客に商品を見せないと売上につながらない。
		商店街（代表者）	・ボーナス商戦になるがそういった感じが全くない。この状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・現状より売上が増加する好材料はない。初盆返礼品の予約注文があれば伸びる。
		百貨店（営業担当）	・基本的に良くなっており回復基調にある。この先、今月より良くなるかは分からないが、お中元も好調な滑り出しであり、今月末から始まるセールも盛り上がる。何とか良くなると思い。
		百貨店（マネージャー）	・前年7月は夏のセール時期より伸ばしたため、今年も変わらない。
		百貨店（企画）	・直近3か月の売上が、前年を下回っている上に、今夏は酷暑になる。
		百貨店（売場担当）	・暑い夏が予想され、季節通りで良いが、酷暑となると外出を控えるなどで販売量にも影響する。
		百貨店（店舗事業計画部）	・衣料品は長い夏で鈍るが、夏休み、お盆と人の動く時期で活発になる。
		百貨店（業務担当）	・衣料品や衣料品雑貨に、飛ぶように売れる商品がない。リビング関連の商材、食料品などの日用品が堅調で、売上を大きく増加させるものがない。
		百貨店（売場担当）	・3か月連続で売上は前年実績を超えた。特に悪化する要因はない。現状維持で進んでいく。
		スーパー（経営者）	・政権、行政が安定しているときには比較的安定した環境だが、不安定になってくると全体的に景気に揺さぶられるような傾向になる。
		スーパー（店長）	・ディスカウントストアやドラッグストアが多数できており、その影響が大きい。
		スーパー（総務担当）	・生鮮品の売上が前年割れの状況が続いている。特に、鮮魚と青果部門の売上が前年比で厳しい状況が続いており、来客数の増加を図るために価格訴求やポイント率アップなどの施策をとっている。今夏、猛暑が予測される中、競合店の新規出店の影響もあり、既存店では価格訴求以外での来客数の増加が見込みにくい。
		スーパー（統括者）	・財布のひもは、将来的な見通しが明るくならないと緩まない。売上確保のために値下げを余儀なくされつつあり、増収減益、悪くすると減収減益となる可能性が高くなっている。
		コンビニ（経営者）	・無駄なものを買わないという購買意欲が続いており、変化する兆候はない。
		コンビニ（店長）	・穏やかな経済状態である。
		コンビニ（販売促進担当）	・一部原材料費の上昇や人手不足は当面続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店長）	・7月に地域振興券が発行されるが、今年から商店街から離れた市の施設で発行されることになり、期待できない。
		衣料品専門店（総務担当）	・良くなる要素が全くない。
		家電量販店（店員）	・東京オリンピックが近づいてきたため、4Kテレビがよく売れている。有機ELという液晶を使ったテレビが出てきたがまだ50万円するので、4Kテレビの割安感が浮き彫りになっている。
		家電量販店（広報・IR担当）	・生活家電は安定しているが、テレビなどAV関連商品の伸びが鈍い。
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ数ヶ月の流れからすると、しばらくは買い渋りが多くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・フルモデルチェンジ、マイナーチェンジの新車発表が控えている。販売機会を逃さないよう積極的に宣伝、誘致活動を行い新車販売台数を確保していく。
		住関連専門店（経営者）	・大臣の発言や秘書官の口利き問題など政治的混迷が続き、これが総選挙などにつながれば景気は落ち込み、先行きは不透明である。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・経済政策の失敗を多くの人々が認識するようになってきている。政治家に近い会社だけが得をする仕組みに多くの国民は失望している。
		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落ち着いており、現在の価格を維持しながら推移する。来月は多くの会社でボーナスが支給され、夏に向けて自動車での家族旅行等が多くなる。カーケア商品の販売に期待したい。
		ドラッグストア（部長）	・先行き不透明な状況だが、現在の状況だけを見れば、特段変調する要素がない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・景気回復につながるような明るい材料が少ないことから、将来の景気は微増、あるいは変わらない。また国内の景気が上向いてきたとしても、当地で実感できるようになるまで時間が掛かる。
		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）	・熊本地震の影響は夏休みまではある。それ以降は例年並みになる。
		高級レストラン（経営者）	・8月は企業の宴会が少なくなるが、6月も初めは予約が入っていなかったが、次第に予約が埋まって結果的に良かったので今と変わらない状況になる。
		高級レストラン（支配人）	・ほぼ予約客で運営しているが、予約が少ない。
		高級レストラン（専務）	・アジアの外国人観光客が行き来するが、県内、市内の人が食べる機会が少なくなっている。まだまだ盛り上がり欠ける。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況も芳しくなく、来客数が増えない。
		観光ホテル（総務）	・熊本地震から1年2か月がたち、日銀熊本支店は県内景気について、しっかりとした回復基調が続いており、個人消費は熊本地震からの根強い生活再建需要があり堅調、としている。
		都市型ホテル（副支配人）	・大きなMICEがなく、ドームでのコンサートだけは好調である。ただ、客の絶対数は減っているので客単価の引上げで売上を維持している。
		タクシー運転手	・太陽が出ると暑すぎて昼のタクシー利用が少なく、夜になるにつれて人出がある。
		通信会社（営業）	・8月は毎年売上が低下する時期であるが今年は販売促進策を設けており、前年より上向きになると予想する。
		ゴルフ場（従業員）	・シニア層の固定客はいるが、若年層のゴルフに対する取組について、なお一層プレーしやすい環境を作らなければならない。また、外国人観光客に対して、プレー料金以外の客単価を伸ばすために、その国にあったものを開発したり真似たりして努力していかないと厳しい。
		競輪場（職員）	・当地の営業拠点での売上額に変化の兆しがない。
		美容室（経営者）	・この業界では夏枯れで景気が低調となる傾向にある。繁忙期がないが閑散期もあまりなく季節感がなくなっている。景気対策をしてもらえると動きがでる。
		理容室（経営者）	・梅雨でうっとうしくなり、来客数が増えたが先は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（店長）	・近辺に同業者が増え、売上も良くならない。2～3か月先も同じ状況になる。
		設計事務所（所長）	・国内、海外状況共に不透明さがあり、良くなるのか悪くなるのか分からない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きも一定数あり、現在の状況は継続する。
		住宅販売会社（代表）	・基本的に良くなる要素が全くない。変わらない、若しくは悪くなることも想定している。
		商店街（代表者）	・客の購買行動に、消費できる世帯と消費を極力控えている世帯との差がますます広がっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ウナギの時季もそろそろ終わり、暑い季節は生ものが売れず大変である。総菜を作って売ることが多くなりそうである。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・従業員を募集しているが、いまだ応募がなく、このままでは事業縮小も検討しなければならない。
		百貨店（総務担当）	・好転する要因がない。
		百貨店（販売促進担当）	・今年は、猛暑で残暑が長引くと予想され、次季節商材の動きが鈍くなる。
		百貨店（経営企画担当）	・6月は天候にも恵まれ、前年を上回る売上であった。夏のセールまでは堅調に推移するが、8月以降は引き続き消費低迷が続く。
		スーパー（店長）	・贈答品の売上は前年は震災需要で150%で推移していたが、今は前年比100%強くらいであり、健闘している。鮮魚が刺身の風評被害でお盆まで苦戦する。青果の相場も前年比で94%と低くなっており厳しい状況になる。
		スーパー（経理担当）	・現在のところ空梅雨に近く、消費が安定している。
		コンビニ（エリア担当）	・高齢の年金生活者の声として、手取りが税金により減額され、通常よりも購入点数が減ってしまう可能性があり、今後も厳しい状況が考えられる。
		タクシー運転手	・今後景気が良くなる見込みがない。景気が良くなる要因が見当たらない。
		通信会社（業務担当）	・インセンティブの下落が続いており、今後1年以内に大幅に下がる見通しとなっている。
		音楽教室（管理担当）	・インターネットを使って宣伝をしているが、あまり集まりが良くなく困っている。
		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）	・平成30年4月の医療・介護報酬同時改定において、軽度者に対する報酬見直しの議論があるなど、売上減に直結するような環境が見込まれる。
		設計事務所（所長）	・新規の資料が非常に少なく、結論は2～3か月先に出るので3か月先の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・株価や景気が良い企業だけが好調だが、その利益が回っていない。どこかで留まっている。
		x	一般小売店〔青果〕（店長）
	x	一般小売店〔生花〕（経営者）	・店舗がないので来客数も売上も減少する。今後屋根のない状態でのように売るか、または外回り営業を確立しないと、猛暑のため夏の売上はかなり厳しくなる。
	x	スーパー（店長）	・世界の情勢や経済状況から消費動向が高まる材料が見当たらない。そういったなかで競合店の出店があり、ますます厳しくなる。
	x	衣料品専門店（店長）	・季節商材の動きが鈍い。
	x	スナック（経営者）	・6月は過去最低を記録した。飲食店で元気が良いのは低単価の業態ばかりである。前年から連続して前年割れが続いている。
企業 動向 関連 (九州)		農林水産業（従業者）	・販売単価が現状と変わらなければ、農業者への経営打撃が大きいと見られ、市況改善が行われ、景気は多少回復する。
		家具製造業（従業員）	・ホテル向けコンラクト市場用家具の需要が確実に増えている。今年に入り若干頭打ちとなっていたが4月以降徐々に増えている。新規物件も旺盛だが、改装やリノベーションが2割増となっている。
		鉄鋼業（経営者）	・徐々にではあるが受注量が回復してきた。また販売価格も底を打った。今後の物件の出方次第だが、受注量は増えてくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（事業統括）	・東京オリンピック関連のホテル施設への案件が増えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の声から今後受注量は増える。受注活動をしている客先については、徐々に引き合いの話も増えている。また、今まで仕事量の薄かった客から仕事の依頼がくるようになった。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後夏に向けての商戦も動き始める。
		電気機械器具製造業（取締役）	・仕事はこなせないほどあるが、こなせないのが実情である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注量が徐々にではあるが増えつつある。景気が良いかという点はまだ予断は許されない状況である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・当初の生産計画に対して3か月の内示数が増加傾向にある。
		その他製造業〔産業廃物処理業〕	・今後、自動車向けサーバーの増設など、大量に必要なってくるので仕事量はおのずと増える。
		建設業（社員）	・2か月後はピークにならないといけない時期ではあるが、官公庁の平成29年度予算が減額されるようである。発注される時に極力受注したい。
		金融業（従業員）	・夏のボーナスに期待している。ボーナスによる購買意欲が活発になる。観光業も夏の観光に向けた期待感がありやや良くなる。
		金融業（従業員）	・輸出が好調な自動車関連を中心に生産水準が高まってきているほか、公共工事が持ち直してきている。また、企業の求人意欲は根強く、雇用者所得も増加傾向にある。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・比較的、前向きな資金需要が多い。補助金を活用したリース取引の需要も高く、問い合わせが多数ある。
		農林水産業（経営者）	・7～8月の梅雨明け以降は大いに期待できる。国内生産は元に戻るのが秋口くらいになるので、今夏は高相場になりそうである。加えて、鶏胸肉の成分に疲労回復力があるという学説があり鶏肉は追い風状況である。ただ、秋口以降は供給過剰が予想され、相場が崩れる。
		農林水産業（営業）	・秋口までは変わらない。
		繊維工業（営業担当）	・運賃改正や最低賃金の見直しの時期に差し掛かる。何もかも上がる。もし、大幅な上がり方をすれば、様々な企業の存続に関わってくる。
		化学工業（総務担当）	・世界経済の先行きが不透明であり、予測がつかない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・これから夏に向けて、陶器からガラスへ需要が移る。インターネットでの売上はあまり変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置、特に洗浄系の装置の引き合いは引き続き好調である。
		建設業（経営者）	・周りの客の状況が変わりそうにない。
		輸送業（従業員）	・特に景気が良くなるような情報は荷主からもない。
		輸送業（総務担当）	・運送会社が一律値上げに踏み切ったことに対し、荷主側がそれに応じるかどうかで左右される。荷主側が応じれば、先行き不安はないが、応じなければ当社のような中間業者が損を被ることとなる。
		通信業（職員）	・今年度に入り省エネ関連システムの引き合いが増加してきているが、今後3か月で大きく変化する理由は見当たらない。
		金融業（営業）	・製造業や建設業など一定の需要はあるものの、人材不足と先行きの不透明感から大きな投資には踏み切れない。当面は様子見である。
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の空室率が横ばいで推移する。
		広告代理店（従業員）	・6月の新聞折込受注枚数は、前年同月比95%とさえない数字が続いている。景気が良いのか悪いのか最近の営業実績推移では判断がつかない。業界的には熊本地震の影響も落ち着き徐々に回復しているが、景気要因で受注が上下することがなくなった。
		経営コンサルタント（社員）	・これからもセミナーを企画するが、多数の参加は見込めそうにないので、対策を考える。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社のホームページのアクセス件数や問い合わせ件数に変化がない。
		食料品製造業（経営者）	・地方では人口減少、さらには高齢化が進み、今後も続く。経済活動に中長期的に深刻な影響を及ぼす。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注予定の前・後倒しによる受注量の変化がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	建設業（従業員）	・見積案件も低調で、受注にも結びついていない。公共工事もまだ入札で出ておらず、民間工事も少ない。また、社員の退職により人手が不足し、受注が難しくなる。
		金融業（営業担当）	・一般の消費者の給料は全般的に上がっていない。カードローンで生活資金の赤字補填をしてきたが、金融庁、監督官庁の規制が掛かることが予想され、赤字の補填ができなくなり、良くならない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・当県内の市町村の6月議会で上程されている補正予算は、調査や計画等の委託業務の追加の予算が例年に比べて少なくなっている。今後、受注できる業務自体が少なくなり、景気が悪くなる。
雇用 関連 (九州)		人材派遣会社（社員）	・人員不足の状況が続き、求人数の増加が続いている。採用のために平均時給も上昇し、その結果、既存の派遣社員の時給上昇にもつながっている。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・お盆の帰省時期でもあり、新聞各社もUターンやIターンを狙って求人企画を実施する。雇用状況は上向きである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地場の経済については住宅、建設など地震復興関連で底堅く、夏休みに入り観光で来客が復活すれば更に上向く。
		人材派遣会社（社員）	・労働契約法の影響がどのように出てくるのか、見えない。雇止めなどの発生が出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・求人数もある程度落ち着き、2～3か月前を超えるほどの求人数ではない。お中元の注文も確定しているため、特にその時期と変わらずに推移している。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法や労働契約法の動きが2018年に控えており、派遣業界ではプラス要因にならない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・夏休みやお中元に関連した求人は動く。したがって、短期的な求人は活発になるが、それらは大手が吸収するので地元にはチャンスはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地は相変わらず外国船籍の大型客船の来港で観光客も多い一方、落とすお金が減ってきている。待つだけでなく、魅力ある観光政策も同時に進めていく必要がある。
		職業安定所（所長）	・人手不足業種からの求人募集が続いており、引き続き1倍以上の有効求人倍率が維持される。
		職業安定所（職員）	・求人・求職者数はここ数か月同じ状況であり、需要が多く人員が必要という企業の話をお聞きしない。
		職業安定所（職員）	・建設、警備、運輸業の人手不足は相変わらずであるが、建設業の事業主の中には、熊本地震復興に伴い民需については、需要を先食いしており、今、正社員を採用しても、3～5年先が大変なので、無理に正社員を増やす必要はないという考えも強い。
		職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加傾向と求職者の減少傾向は続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。
		民間職業紹介機関（社員）	・夏は例年依頼が減少するが、今年はまだその傾向はない。
		民間職業紹介機関（支店長）	・一部の業種を除いて、求人数が伸びておらず、横ばい状態である。さらに、法的規制である無期雇用化、所定外労働時間制限など、企業側の雇用意欲が減少する。
学校〔大学〕（就職支援業務）	・新卒採用については、6月1日以降徐々に落ち着いてきたが、採用予定数を充足できていない企業は、継続的に求人活動を行っている。しかし、それらが景気そのもとと直接関係があるとは明言できない。		
		人材派遣会社（社員）	・労働契約法の影響で稼働人員が減少し始める。
	x	-	-

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)		-	-
		スーパー（企画担当）	・新店オープン効果が既存店に波及すると予想する。
		コンビニ（経営者）	・コンビニの総菜を使用した簡単料理がブームになり、売上や来客数は好調である。特に主婦の来客数が伸びている。
		通信会社（店長）	・9月ごろには話題性のある新商品の発売が予想されることから、市場が活気付くことが期待できる。
		観光名所（職員）	・予約状況が良い。
		ゴルフ場（経営者）	・基本的に流れも良くなっているが、主に営業努力によって大きく売上を伸ばしている。

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
×		一般小売店〔菓子〕 (企画)	・土産品としては大きな変化は無いとみている。
		百貨店(店舗企画)	・継続して現状を維持できるとみている。しかし、今年は旧盆が後ろにずれるため、7月と8月の売上に凸凹はある。また、台湾、香港にて当社のPRを強化しており、インバウンド客増加も期待している。
		スーパー(販売企画)	・競合店の新規出店などもあり、競争は激化している。
		コンビニ(代表者)	・好調な観光に支えられ、堅調に推移する。
		衣料品専門店(経営者)	・今月は梅雨時ということもあり、客足が更に少ない感じがする。市場は、セール前ということもあり買い控えが起こっているように感じられ、状況的には悪循環が続いている。
		その他専門店〔書籍〕 (店長)	・特に大きく変わる要因は見当たらない。
		観光型ホテル(マーケティング担当)	・現段階の予約状況から推測される今後2~3か月先の客室稼働率は、今月同様前年実績を若干下回る見込みである。これから繁忙期シーズンを迎える沖縄だが、予約の入込は前年を上回る勢いは無いのが実情である。
		旅行代理店(マネージャー)	・夏休み企画商品は若干伸び悩んでいるが、それでも前年度並みの需要は見込まれる。
		住宅販売会社(代表取締役)	・工事受注はおおむね順調であるが、現場代理人や下請業者の不足感があり、受注契約時期及び工事着工の段取りがポイントとなる。
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・慢性的な人手不足から、中堅、大手は対応に追われている。逆に小さな専門店の居酒屋が安定して入客が取れている。これから夏場になり、求人はリゾートに取られるので、より厳しくなる。
		住宅販売会社(営業担当)	・職人を確保するため、住宅建設費が高騰しつつある。
	商店街(代表者)	・沖縄県全体としては、観光客のにぎわいもあり、良くなっているところもあるが、こと商店街のエリアは、大型店との単価面での競争もあり太刀打ちできず、客は見には来ているが売上には結び付かない。特に衣料品関係は落ち込んでいる。逆に小ぶりな立ち飲み屋が現在多くなりつつある。それに伴い、環境があまりよろしくないのでは、という声も寄せられる。	
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・7月から公共、民間共に工事が開始する予定である。
		輸送業(代表者)	・生コンは離島のホテル等のリゾート関連の民間工事が出ており、公共工事でも出荷は増勢となっている。アスファルトは現状は低迷しているが、農道舗装やクルーズ船対応の岸壁工事の本格化により、先々は期待できる。
		広告代理店(営業担当)	・県内企業の販促活動は決して消極的になっているわけではないが、費やす予算が増加する可能性は極めて低いと感じている。
		会計事務所(所長)	・特に業績に対する好材料も悪材料も感じられない。
		輸送業(営業)	・重油価格上昇に伴う海上輸送コストの増加分について、荷主がどこまで協力してくれるかが、収支に大きく影響する。
	×	建設業(経営者)	・見込み客の引き合い件数が減少、悪化している。
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		人材派遣会社(総務担当)	・企業からの求人は引き続き堅調に推移するとみているが、最低賃金が上がり、人手不足が顕著な業種は人件費増加で更に厳しい状況になると予測する。
		学校〔大学〕(就職担当)	・選考解禁の時期に入り、多くの企業が選考を行っており一時的な結果待ちの様子である。一方、企業からの求人も同様のペースであり、特段加速した動きなどは見られない。しばらくはそのような状況が続くのではないかと。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・例年求人数が落ちる時期である。
		求人情報誌製作会社 (編集室)	・8月に入ると求人意欲に一服感が表れ、求人件数は更に減少するとみられる。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	・6月の求人案内はかなり減ってきたようである。しかし、採用人数に達していない企業はまだ動きを止めていない。応募者がいないので苦戦している様子である。
	×	-	-