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）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北海道)	良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前までは少しは良くなるが、４月からは落ち込むとみられる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の商戦が来月から始まるため、３月までは比較的良い状況が継続する。また、外国人観光客の入込状況も良く、旧正月を迎えて、前年よりも一層増加すると期待している。
		家電量販店（地区統括部長）	・３月末までは、消費税増税前の駆け込み需要が月を追うごとに大きくなる。３年前の地上デジタル放送移行時以来の大きな需要になるものと期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、すべての業種で３月までは大きな需要が生じることになる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今月の売上は悪いが、２月から３月に向けて観光客の動きが活発化してくることからやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・４月からの消費税増税を控えて、３月には駆け込み需要が生じる。商材によっては、２月から駆け込み需要が生じることになる。特に衣料品関連は春物の投入が早いため、２月、３月と売上が顕著に上がってくる。日用品に関しては３月下旬を中心に駆け込み需要が出てくる。
		百貨店（売場主任）	・高額品については、消費税増税前までは購買が継続する。ボリュームゾーンについても購買動向に勢いが出てきている。ラグジュアリーについては、価格改定による単価上昇にも客の購入スタンスは変わらないとみられる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が、多少なりとも出てくる。
		スーパー（役員）	・消費税増税前の３月には酒やたばこなどの日用品を中心に売上が増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税が増税されるまで、このまま来客数がある程度のところまで回復してくる。
		衣料品専門店（店長）	・これから暖かくなるにつれて、景気も少しずつ良くなる。
		家電量販店（経営者）	・ソチオリンピック、消費税増税前の駆け込み需要などのプラス要素はあるが、全く未知数であるのも事実である。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要で３月末までは期待が持てる。パソコンの高額タイプ、省エネ冷蔵庫、ドラム式洗濯機、大型液晶テレビなどが注目されており、少しずつ売れるようになってきている。
		その他専門店［造花］（店長）	・２月から３月にかけて、消費税増税前の特需が発生する。
		旅行代理店（従業員）	・ビジネス客の伸びは今後も継続する。流氷観光も、前年よりは遅いが、オホーツク海に流氷が到着し、一部接岸してきているため、今後に期待できる。
		タクシー運転手	・例年、冬期間はタクシーの利用が多いため、今年も３月までは売上が増えると期待している。４月の消費税増税にともなう値上げの影響がどうなるかが心配である。
		観光名所（従業員）	・毎月、利用客数が前年実績を上回り続けており、この勢いにブレーキをかける要因が見当たらない。
		その他サービスの動向を把握できる者［フェリー］（従業員）	・気温が上昇するとともに、輸送量も増加することになる。
		設計事務所（所長）	・例年の動きから、やや良くなると期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税前であるが、買わずに我慢する傾向になるとみられるため、駆け込み需要はあまり期待できない。
		商店街（代表者）	・消費税が上がるため、多少は駆け込み需要が生じるとみられるが、全体としては大きく変わらない。
		商店街（代表者）	・消費税増税の直前となるが、周辺で話を聞く限り、特に高額の商材を購入する予定はないとのことであった。ただ、２月から３月にかけて、夏のボーナスでの一括払いによる購入を検討するとの意見はあった。いずれにしても、現在のところ、景気の回復感がないため、就職、進学の時期ではあっても、売上増加につながる要因はみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店［土産］（経営者）	・全道的な大雪のため、排雪のための重機が不足しており、除雪作業に追われることが多い。また、灯油価格の高止まり、４月からの消費税増税といったことを懸念して、消費ムードが非常に悪くなっている。多くの客からは、消費税増税を行うのは１年早かったのではないかとみており、現政権の経済対策の効果が薄れることを懸念する声が多く聞かれる。
		一般小売店［酒］（経営者）	・ここ２～３か月の動きをみると、良い時と悪い時の差が極端になっている。良い月があったり、悪い月があったり、一進一退を繰り返しているため、しばらくは現在の状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・北海道では雪解けの時期や気温の変化によって、購買行動がかなり左右される。今後の気象状況は例年並みとの予報だが、今年も雪が多く、人々の足にかなりの影響を与えている状況から、気候が春めいて外出する気運が高まってくるまで、しばらくかかることになり、売上にも少なからず影響を及ぼす。
		百貨店（販売促進担当）	・天候要因に左右されることが多く、本来の景気判断が難しい状況にある。消費税増税にともなう、３月の駆け込み需要と４月の落ち込みの振れ幅をどのように判断するかについては、不透明な部分があるが、当地区としては、３月の伸びはそれほど大きくない反面、４月の落ち込みが大きくなるとみている。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるとみているが、その後の冷え込みが心配である。ただ、駆け込み需要も前回の増税時ほどの期待はできない。
		スーパー（企画担当）	・地方では景気回復の実感が全くない。株価が安定してきたことを感じる程度である。
		スーパー（役員）	・原料価格の値上げにより、小売価格もこれからやや上昇傾向になる。また、消費税増税を控えて、２月後半から３月にかけて、駆け込み需要が多少生じるとみられるが、４月以降は現状と比べてかなり厳しい状況となる。
		衣料品専門店（経営者）	・原油価格の高騰にともない、ガソリン、灯油などの節約がありえるが、消費税増税前の駆け込み需要は直前まであまりないとみられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・年度内は現状のまま推移する。前年後半から上昇傾向にあるが、地方においては今がピークだとみられる。
		観光型ホテル（経営者）	・旧正月期間を含めて、向こう１か月程度は外国人観光客の入込が大きく伸びることになるが、大型貸切バスの不足と借り上げ単価の高騰により、国内の団体客が伸び悩んでいるため、その後は集客に苦戦することになる。また、円安でエネルギーを中心にコストが上昇しており、収益はむしろ悪化する可能性がある。
		観光型ホテル（スタッフ）	・さっぽろ雪まつり、札幌モーターショーといったイベント時の予約状況が鈍いほか、Ｗｅｂ経由の価格訴求型の旅行商品へのシフトがみられることから、今後も変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・相変わらず販売量が不安定な状態であり、海外旅行が伸びると国内旅行が落ち込むなど、今後も両輪がそろわない状況が続く。
		タクシー運転手	・３月に決算期を迎える企業が多いことに加えて、４月からの消費税増税を控えていることから、この先については、市況、景況がやや慎重な動きになってくる。また、これから原油を始めとした物価高の影響がじわじわと押し寄せてくるため、まだまだ予断を許せる状況ではない。
		タクシー運転手	・消費税増税前の利用増を見込んでいるものの、予約状況などからは変化がみられない。
		通信会社（企画担当）	・都市部を中心に販売量は増加しているものの、価格競争の激化により、利益はあまり変わらない。
		観光名所（職員）	・北海道内の中小企業まで景気回復が浸透するには、まだかなりの時間がかかる。
		美容室（経営者）	・給与や年金受給額が実際に増えない限り、今以上に消費意欲が増すことはない。
	やや悪くなる	百貨店（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要が本当にあるのか不安を感じる。駆け込み需要が起こらず、増税後の落ち込みだけを受けることになると大変なことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・足元の食品価格はじわりと上昇しているものの、一方で競合各社の価格競争はとどまるところを知らないという状況にあり、低価格販売に対する消費者のニーズは今後ますます強くなる。消費税増税前の駆け込み需要もこれから起きてくるだろうが、その後の消費の冷え込みの方が懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により、し好品や単価の高い商品群が売れなくなる。より安いものにシフトすることになり、来客数以上に売上が減少することになる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税直後に大きな影響が生じることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税により、落ち込むことになる。
		自動車備品販売店（店長）	・消費税増税を控えて３月の売上が伸びる分、４月以降は苦戦することになる。
		高級レストラン（経営者）	・建設会社を始めとした一部の企業はこれからもますます上向きになるだろうが、当店のような小売業者は消費税増税の影響を直接受けることになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税を控えて常連客の単価が下がっている。多くのレストランは、メニューを変えずに増税分を値上げするとみられるが、一部の店では、コースメニューを更新して、見た目には値上げにならないように工夫するケースも考えられる。
		高級レストラン（スタッフ）	・現状、価格競争になりつつあるため、消費税増税により一層の冷え込みが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税、その他の値上げ、年金受給額の減少などの影響が心配されるため、良い予測はできない。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税を控えて、３月に駆け込み需要で物販を買うことになれば、旅行に使う費用が控えられる。
		タクシー運転手	・天候にも左右されることになるが、現状、前年実績とほぼ変わらずに推移しているなかで、４月に消費税が上がることから、客の乗り控えが生じ、やや悪くなる。
		パチンコ店（役員）	・前年に売上を伸ばした建設業の受注が、ここにきて落ち込んでいることなどから、今後、消費者が買い控えに走る可能性がある。
		住宅販売会社（従業員）	・４月以降の数か月は、消費税増税と３月末までの駆け込み需要が影響して、売上は減少する。しかしながら、分譲マンションの販売単価が、ここ数年上昇傾向にあるにもかかわらず、市場はその価格上昇分を吸収しながら、ある程度の売行きを保っていたことに加えて、供給戸数が限られていたため、供給過剰の状態には陥っていないことなどから、客側が消費税増税に対して過度に反応しなければ、分譲マンション市場は３％の増税分を十分吸収できるとみられる。
	悪くなる	スーパー（店長）	・今でもあまり景気が良くない状況のなかで、消費税率が８％に上がれば、今以上に価格に敏感になり、財布のひもが固くなる。その影響も一時的なものにはならない。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税による反動が出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車販売では、すでに駆け込み需要が起きているため、今後、一旦動きが落ち着き、その後落ち込むことになる。エコカー補助金の時と同じような状況になるとみられるため、今よりも悪くなる。
		その他専門店［医薬品］（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できそうにないほど、しらけたムードとなっている。ひたすらたんす貯金が行われるだけかもしれない。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税増税の影響がどの程度になるか判断が難しいが、間違いなく消費は冷え込むことになる。
企業動向関連 (北海道)	良くなる	その他サービス業［建設機械レンタル］（総務担当）	・現政権の経済対策の効果がさらに表れてくる。
	やや良くなる	建設業（経営者）	・公共工事のゼロ国債工事などが３月までに発注されることになり、実需はなくても、マインド面が上向くことになる。民間工事については消費税増税の影響がどの程度出てくるのかよく分からない面がある。
		建設業（従業員）	・消費税増税の影響を避けるため、前年の秋に契約した工事が春先から実質的に着工されることから、建設業界の景気は上向くことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（支店長）	・ちょうど年度替わりの時期となるが、消費税増税にともなう市場の混乱が起きることにはならない。物流面においては、引き続き、貿易や関東方面の案件、復興需要などの輸送力確保に向けて積極的な行動がみられており、今後も好調に推移する。
		通信業（営業担当）	・消費税増税の影響が未知数であるが、現状の受注量及び今後の見込み数から、この先も景況感は緩やかな右肩上がりで推移する。
		その他非製造業［鋼材卸売］（役員）	・消費税増税までは、景況感が上向きで推移する。ただ、一部の商材では増税前に手当てするものが増えることで、増税後に買い控えが生じることが懸念される。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・消費税増税前に多少は受注が増える。増税直後は反動減がみられても、その後はこれまでどおりの受注量に戻ることになる。
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる要因が見当たらない。
		金属製品製造業（役員）	・客の話を総合すると、あまり変化は生じない。建築着工件数をみても大きく変わらないものとみられる。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前には輸送量の増加が生じることになる。輸送量の増加は一定期間で落ち着くとみられるが、反動減が心配される。
		金融業（企画担当）	・多くの業種では、３月までは駆け込み需要で好調に推移するが、４月以降は反動減となる。建設業界は、手持ち工事が多いこと、公共予算が手厚いこと、住宅ローン減税の拡大などの政策が実施されることなどから底堅く推移する。
		司法書士	・景気が良くなるかどうか、今しばらく様子をみる必要がある。現在では結論が出ない。
		コピーサービス業（従業員）	・消費税増税を前にした受注量の増加は頭打ちとなっていることから、今後は横ばい傾向で推移する。
		その他サービス業［建設機械リース］（支店長）	・公共工事増加というプラス要因はあるが、資材等の固定費の高止まりや人手不足といったマイナス要因が解消されない。
	やや悪くなる	家具製造業（経営者）	・駆け込み需要の反動が３月中旬には顕在化することになる。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税が上がるため、今後どれだけの仕事量が出てくるか分からない面がある。
		司法書士	・消費税増税が間近になるため、駆け込み需要も終わり、買い控え等で消費は落ち込む。景気刺激策の予算も公共事業が中心であるため、今後の景気回復は難しい。
		その他サービス業［ソフトウェア開発］（経営者）	・２～３か月後は年度の切れ目であり、継続しない案件が多いため、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	－	－
雇用関連 （北海道）	良くなる	－	－
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税時は一部に混乱があるかもしれないが、北海道の基調としては、企業活動が以前よりも活発で、かつ前向きであるため、現状を下回ることにはならない。営業拡大に向けた人材の雇用も、建設、土木だけではなく、サービス業においても増えることになり、あわせて補助業務の増加にともなう派遣ニーズも増えることになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・安定した農業基盤に下支えされたなかで、社会資本の整備や建設関連の新規事業が増えたことから、今後の求人意欲も盛んになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・冬の観光シーズンに入るため、ホテルなどの観光産業の求人が伸びてくる。先行きが明るいため、外国人のみならず、本州からの観光客の増加も見込まれる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税が実施されるまでは求人数の増加傾向が続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・直接、利益につながる営業系の職種の求人が多いが、人気がなく、なかなか充足しない状況にある。このため、企業の売上向上につながらず、今後も変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・４月に消費税増税が控えているが、それまでは現在の水準を保って推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費増税がどのように影響してくるのか不透明な面がある。また、求職者の動きが弱く、一時期の募集を出せば集まるという状況でもない。状況は全く違うが、バブル期の求人難と似たような様相にあり、少子化や若年層の都市部への人口流出なども一因となっている。

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）	・ＴＰＰに対する不安はあるが、他に大きな懸念材料もないため、非正規社員の雇用環境を中心に現状と変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・円安による燃料価格の高騰が続いているなど、不安な面もあるが、景気回復の兆候もあり、当面はこのままの傾向で推移する。
	やや悪くなる	学校［大学］（就職担当）	・消費税増税による買い控えが始まり、特に住宅や新車の販売には直接的な影響が出てくることになるため、雇用面における影響が懸念される。
	悪くなる	－	－

２．東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （東北）	良くなる	百貨店（売場主任）	・消費税増税直前の動きに期待している。
		百貨店（買付担当）	・３月までは消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		百貨店（経営者）	・消費税増税が近くなり、駆け込みによる食料品や生活消耗品、オールシーズン品の需要に期待感がある。
		高級レストラン（支配人）	・年度変更が落ち着くと人や金の動きが活発になる。スポーツのシーズンも開幕し、明るいニュースなどで活気が戻ることを期待している。
		タクシー運転手	・４月からの消費税増税の影響は心配であるが、引き続き良くなっていくのではないかとみている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・当商店街では、２～３月にかけて新入学、就職者への制服、教科書類、文房具の取扱が大きく増加するので、消費税率引上げ前までは期待できる。
		一般小売店［書籍］（経営者）	・給料日以降は持ち直しているようであり、消費の低迷からは抜け出しつつあるようである。消費税増税前の駆け込み需要による景気がどの程度あるかに期待したい。
		一般小売店［医薬品］（経営者）	・現在、医薬品、化粧品、雑貨、食品のいずれの分野も好調に推移している。２、３か月先も良い傾向が続くとみている。
		一般小売店［医薬品］（経営者）	・消費税増税直前の３月までは、駆け込み需要により順調に推移するものと予想している。なお、当店の客層は年金生活者が多いが、今後も灯油など固定費の上昇による家計の圧迫が予想される。増税後の４月以降については、厳しくなるとは予想するものの、どの程度になるのかは計りかねている。
		百貨店（総務担当）	・今月に入り、ブライダル関連やラグジュアリー関連、オケージョンという部分で消費税増税前の購買動向が見られるようになってきている。３月までは、新生活に関するオケージョンや、もっと身近な身の回り品で駆け込み需要が見込めるのは明らかである。ただ、一転、４月に入っての反動は否めない。３月までは上向きで、４～６月くらいまでは反動でマイナスになっていく。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が更に拡大する。ただし、４月以降の減少も大きいと予測している。しかしながら、前回の増税時の増減幅よりは縮小するとみている。各店舗の営業施策により変動していくと読んでいる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の３月までは、高額商品又は身の回り品のまとめ買い、前倒しの買上に期待ができる。
		百貨店（経営者）	・４月の消費税増税前までは、前年を上回る売上が期待できる。ただし、４月以降については大幅な減速が懸念される。
		スーパー（経営者）	・３月までは消費税増税に向かって駆け込み需要が期待される。４月以降については反動による価格競争激化が懸念されるのでマイナス予測をしている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込みに期待したい。
		コンビニ（店長）	・雪も融け、除雪代の支出もなくなり、来客数も少しずつ増えてくる。複数店舗を経営しているが年末開いた新店も売上が伸びてくるころだと期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・今のところ消費税増税前の駆け込みはみられないが、増税直前の２、３月になれば、駆け込み需要が増えるのではないかと期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・４月になれば気候も安定し客足も伸びるので、今よりは期待できそうだが、消費税率が上がることを考えると不安もある。

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
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税でどのような心理状態になってくるかが一番気に掛かるところではあるが、２、３月というのは新生活を始めたり、新入学の方々が非常に増えるので、元より非常にたくさんの客が来店する時期である。それに早買いの客が乗っかってくるとしたら、相当忙しくなることが予測される。
		衣料品専門店（店長）	・春物商材は動きが良くなりそうな様子がうかがえる。また、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税による駆け込み需要が増える。さらに、２、３月は入学、入社によるスーツ需要が増える。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が予測される。
		家電量販店（店長）	・３月までの消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、４月はいったん落ち込む。しかし、当県の場合は引き続き復興需要がある。新築をする客や引越しに伴い家電の買換えをする客の見積依頼が多く発生しているなど、復興需要がみられるので、いったん下がった後は持ち直して、また上昇に転じるのではないかとみている。特に単価の高い商品、良いものが出るようになってきている傾向は、客のマインドが良くなってきているということではないか。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税が５％のうちにと駆け込み客が増える。実際に現在も増えているし、これからも３月までは増えるとみられる。
		乗用車販売店（店長）	・話題のビッグコンテンツの登場で、しばらくの間は例年以上の来客が見込める。それに伴って受注の底上げが期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・４月からの消費税増税を前に耐久消費財、高額商品は少しずつ動き始めているので、３月まではある程度の駆け込み需要が望める。しかし、４月以降にその反動がどうなるかは分からない。
		住関連専門店（経営者）	・被災者の方の新築がやっといくらか進んでいるので、その方面への販売が出てくることが予想される。しかし、大手の同業者も力を注いでいるので、当店のような小規模な店にどの程度回ってくるかは不明である。だが、期待も込めて売上は伸びるとみている。
		その他専門店［靴］（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待するが、購買を控える動きがうかがえる。
		その他専門店［白衣・ユニフォーム］（営業担当）	・新年度に向けては忙しくなるが、消費税増税の影響がどれほどなのか予想がつかない。
		スナック（経営者）	・２月末ごろからそろそろ歓送迎会が始まるので、送別会などで団体の予約数が増えてくる。この１月は数字が予想以上に伸び悩んでおりかなり厳しいが、２月後半、３月くらいから良くなると考えている。
		通信会社（営業担当）	・４月までの２か月間は消費税増税前で景気が上向くとみている。ただし、４月以降はその反動が出てくることが考えられる。
		通信会社（営業担当）	・３～４月にかけては、大がかりな加入促進イベントの開催も決定しており、多くの新規加入も見込めるため、加入者増加に伴う売上増加も見込める。
		美容室（経営者）	・当店でも消費税増税前にと高額な美容液を購入した客が何人かいる。こういった人が色々なところで多数出てくるのではないか。
		その他サービス［自動車整備業］（経営者）	・消費税増税の影響は懸念されるが、期待感もこめてこのまま回復傾向が続いてほしい。
		設計事務所（経営者）	・今月になりいろいろな所から建築の計画の話が出てきている。それが決まってくれれば上向きといえるような状況になるのだが、資材価格の高騰や人手不足により計画だけで終わるものもあるため、少し様子を見ないと判断できない。
	変わらない	商店街（代表者）	・景気回復の実感がなく、消費意欲が減退している。
		一般小売店［寝具］（経営者）	・販売量の落ち込みはもう少し続く。消費税増税前の駆け込み需要は期待できない。
		スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み消費に期待したいが、先食いの感が強く、限定的とみられる。実感できる景気回復を望む。
		スーパー（店長）	・競合店の状況が変わらないので、現状と変わらない。
		スーパー（店長）	・ここ２、３か月、変化があまりみられない。
		スーパー（物流担当）	・消費税増税前で耐久消費財等の需要は一時的に増えるとみられるが、あくまでも一時的なものであり、増税後の景気の先行きは不透明である。

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
		コンビニ（経営者）	・個々の給料が上がっていないなか、４月からは消費税率が上がる。そういったこともあり、現在の底の状態が続くとみられる。上向きになる可能性はほとんどないのではないか。
		コンビニ（経営者）	・売上は相変わらず前年割れが続いている。プラス要因がない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も特に客数増の見込みはない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要はたばこ以外は多くは見込めない。増税後は反動があることを予測している。中期的には変化は少ないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税にこのまま突入し、景気は更に悪化するのではないか。
		コンビニ（店長）	・消費税増税に対する意識がより一層高まり、食料品や日用品等への出費抑制が懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・地方ではいまだアベノミクスの恩恵は見えず、給与にも反映されていない。消費拡大には時間が掛かる。
		衣料品専門店（総務担当）	・取扱商品から見ると、消費税増税前の駆け込み需要も期待できない。
		家電量販店（店長）	・来客数の増加は消費税増税前のにわかなものと受け止めた場合、消費税増税後の反動がある。
		乗用車販売店（経営者）	・３月の年度末までは駆け込み登録の好調さが維持されるが、４月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動減が大いに予想されている。したがって、状況とすれば上下運動を繰り返すのではないかとみている。
		その他専門店［酒］（経営者）	・回復傾向にあるかもしれないが、消費税増税がどう影響するか見えない。また、来月初旬に売場での清酒の値上げがあるとみられる。消費者の所得が増えているわけではないので、大きい売上の増減はないと予想している。
		その他専門店［酒］（経営者）	・積雪状況や天候に人の動きが大きく左右されるので不透明ではあるが、年度替えの時期で人も動くことが予想され、これ以上良くはならずとも、横ばいの状態はキープできると考えている。
		その他専門店［ガソリンスタンド］（営業担当）	・消費税増税前ではあるが、石油関連の買いだめ等は困難なため、消費者の動向から我々が受ける影響は少ない。生活必需品を取り扱ってはいるが、一般的な景気の影響を受け、しばらくは状況が厳しくなると予測している。良くて現状維持である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要はレストランにはあまり関係がなく見込めない。今年は雪が少なく良い方向を向いているので、少しでも上向きになることを願っているが、今と同じくらいの状況が維持できればよい。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税となるが、入学シーズンや新年度の始まりになることから考えると、お祝いや歓送迎会は省くことができないと予想している。実際には景気が下向いてきても、その時期だけはプラスになるので、プラスマイナスゼロになる。
		観光型ホテル（経営者）	・この先の入込は、その月にもよるが前年並みである。なお、週末は良いが平日は悪いというその波が大きい。歓送迎会などの関係か、公務員的な利用者が大半である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況、特に２、３月は例年と比較しても非常に低調に推移しており心配される。飲食業界は他の業界とは違い、３月の駆け込み需要的なものは見込めないので、いかにして地道に消費者が求める商品を提供していくかになる。
		旅行代理店（店長）	・消費税増税等の効果と、現在の景況感や賃金の上昇傾向から、現状維持とみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前後につき、右往左往するとみられるが、結果的には好況には至らない。
		通信会社（営業担当）	・顧客訪問での様子からは、特に何もうかがえない。
		住宅販売会社（経営者）	・当地域の公共事業及び大型民間物件工事が年度をまたいで多くあるため職人の手がない。受注予定はあるが、工期の確定が難しく契約ができない。自社物件は工期が半年以上遅延している。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・４月の消費税増税に加え、会社の決算期となる。国内の需要環境は軒並み悪化しているので、低迷が続く。
		商店街（代表者）	・今回は以前の消費税増税時のような駆け込み需要はないのではないかと考えている。
		一般小売店［酒］（経営者）	・日本酒は仕入価格が値上がりしている。それに加えて消費税率も上がるので、売上は落ちると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・３月は直前の駆け込みが見込まれるが、４月以降、特に４月に関しては消費税増税の影響をまともに受けることが予想され、高額品は前年の半分程度の売上にとどまると予測している。一般商品も反動が見込まれ、影響は９月くらいまで続くとみている。
		スーパー（店長）	・地域商圏人口の増加も見込めないなか、４月からの消費税増税前の備蓄やまとめ買い等、需要は若干高まるが、食料品に関しては倹約ムードに入り、景気に関してはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・４月からの消費税増税の影響で、景気はこの先半年から１年は悪くなる方向で進むとみている。
		コンビニ（経営者）	・これまで堅調に推移してきた客単価や買上点数がダウンしているために、プラス材料は見当たらず、不安が先行する。特にたばこのダウンが大きく、消費税増税ともなれば、より一層ダウンの可能性が大きいのではないかと不安である。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により、消費が冷え込む可能性がある。
		コンビニ（店長）	・４月からの消費税増税に対して消費マインドが低下してくるのは間違いない。また、ここにきて電気料金が上がっており、当店でも10万円程度上がることになる。また、灯油も高いなど良い材料が何も見当たらない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後の冷え込みが懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・４月以降は消費税増税後の反動減が予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・車両等の高額商品の消費税率上昇後の落ち込みが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・４月以降は消費税率上昇の影響をもろに受け、販売量は落ち込むことが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税が始まるので、３月の注文だと間に合わない。そのため、今後は落ち込んでいくのではないかと考えている。
		乗用車販売店（店長）	・初売りと消費税増税前の駆け込み需要で、販売量の増加を見込んでいたが、新車の納期の問題などで予想を下回る結果となった。今後２、３か月先はクリーンエネルギー補助金の終了や消費税増税により、更に厳しくなると予想される。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は用品などではある程度考えられる。しかし、車検は時期が決まっているし、補修や板金修理も突発的なものなので、その点では考えにくい。当地域は今期降雪が少ないが、除雪に携わる業者にとっては死活問題である。
		その他専門店［パソコン］（経営者）	・消費税増税後、落ち着くまでは必要最小限の売買になるとみられる。今後数か月は物もお金も動かず、売上は激減する。
		その他専門店［ガソリンスタンド］（営業担当）	・燃料関連は価格が上がりすぎて、消費者の節約志向が定着し、販売量が減少している。４月以降は消費税増税でより一層減少するとみられる。
		その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・高単価商品の購入が伸張しており、消費税増税前の駆け込み需要がピークを迎えつつある。４月以降は売上が減少すると考えざるを得ない。
		一般レストラン（経営者）	・４月には消費税率も上がるので、当然消費者は買い控え、わが社でいえば食べ控えをする。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の問題と材料価格の値上がりがあり、３か月後はやや景気が悪くなるのではないか。エビに限っていえば価格が約２～2.5倍になっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・業績が良いとみられる会社の利用がある反面、いまだに復興から完全に復帰できず、利用のない顧客もみられる。このまま一進一退が続くとみられ、前年実績を上回ることはかなり厳しいという状況である。
		観光型旅館（経営者）	・高級で高額な宿が好調とは聞いているが、ミドルクラスの中小旅館を利用する地元の顧客層は宿泊旅行を控えているようである。ここにきてますます動きが鈍くなってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・中心市街地に建設した施設のテナントが撤退するという話がある。県や市といえども集客が難しい構造になってきている。秋までは大きなイベントがないので、それまでどのようにしてにぎわいを作っていくかというところである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税に伴うパッケージ商品の見直し、また、会計システムの必要経費等、現状の売上実績では負の要素が多く不安材料が多い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・震災特需の影響による来客数の増加や、イベント増の影響は終了し、来客数、イベント数とも震災前の状況に戻っている。来月以降の予約状況も前年を下回り始めている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・悪くなる理由としてはやはり消費税増税に尽きる。また、結婚式を挙げる方々がますます減ってきている状況なので、予算修正もしなくてはならない。
		旅行代理店（経営者）	・４月の消費税増税により、若干落ちてくることが予想される。
		タクシー運転手	・乗客の話のなかに消費税の影響や消費税の負担の話が時々出てくる。その内容を聞くと、景気が近々良くなることは考えられない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、３月前後は一時的に上向くが、４月以降は需要が冷え込み悪くなると予想している。
		通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しく、やや悪くなる可能性が高い。
		観光名所（職員）	・大きなイベントも無く、閑散期となる。
		遊園地（経営者）	・消費税増税後の客の動きは予測がつかない。２段階増税ということもあり、今回は価格据置きを中心に検討している。
		競艇場（職員）	・４月の消費税増税の影響で弊社のような娯楽産業の利用は減ることが予想される。
		美容室（経営者）	・４月からの消費税増税に絡み、３月に集中するか、５、６月に先送りされるかという状況である。４月はもしかすると厳しい状況になるかもしれない。
		その他住宅［リフォーム］（従業員）	・消費税増税直後は、前年と比べて30～40％冷え込むと予想している。
	悪くなる	一般小売店［医薬品］（経営者）	・４月からの消費税増税についても、医薬品等では駆け込み需要は見込めない。私どもの分野においては景気は悪くなると考える。
		百貨店（売場担当）	・確実に消費税増税は売上に影響してくる。今月、重衣料が好調なのがよい例である。アベノミクス効果などと言っているのは、一部の富裕層だけであり、いまだ経済状況は好転していない。４月以降は更に厳しい状況になることが予想される。
		スーパー（経営者）	・食品における駆け込み需要は非常に限定的だが、４月以降の消費税増税の反動減については大きいとみている。均すとマイナスに振れ悪くなる。
		スーパー（店長）	・現在は節約志向が高く、買い控え傾向である。３月は買い置きのための駆け込み需要があるとみているが、その後２か月くらいは消費がかなり冷え込むと予想している。
		スーパー（店長）	・食料品でも保存が可能な米、調味料、し好品、酒などは２月後半から３月は消費税増税前の駆け込み需要で売上は大きく伸長する。しかし、その反動で４～６月にかけては大きく落ち込むことが予想される。
		スーパー（総務担当）	・円安による公共料金の値上げとともに消費税増税による買い控えも起きる。その一方で、給料の増加は望めないため、景気は低迷する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率の上昇によって、衣料品は真っ先に削られると予想している。
		住関連専門店（経営者）	・３月までは消費税増税前の駆け込みがあるとみていたが、今月の様子から希望が消えそうである。４月以降もどうなるか心配している。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税の反動があり、なかなか回復しないであろうが、夏くらいにはなんとかと考えている。
		高級レストラン（支配人）	・格差はもうとどまることがない。今年１年持つかどうかという厳しい状況である。
		一般レストラン（経営者）	・４月からの消費税増税で確実に冷え込む。
		観光型旅館（スタッフ）	・賃金上昇などの話も聞こえてはくるが、４月以降の予想の話である。消費税増税前の需要増加はあまり見込めず、増税後は反動で一時的とは予想しているが確実に悪くなるとみている。

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
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響で、必要な物以外は買い控えに走る傾向にある。アベノミクス効果はうかがえるものの、給与のベースアップなどはこれからであり、景気が良くなるとは考えづらい。
企業動向関連 （東北）	良くなる	－	－
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・安価な消耗品でも消費税増税前の駆け込み需要が期待されるので、準備を怠らない。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がかなり出てくるとみられる。
		土石製品製造販売（従業員）	・積雪のある地域では、雪が融けてから道路補修工事が出てくるので、少し景気が上向くとみられる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・例年、年末年始休暇による稼働日減の影響もあって大手企業の設備投資は縮小される傾向にあり、１月は必然的に売上が減少する。３月の大手各社決算時期や４月からの消費税増税を見据えると、今月より上昇すると見込んでいる。
		輸送業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要に大いに期待している。それに伴って、輸送増にも期待している。
		輸送業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		金融業（営業担当）	・マインド面は改善してきている。
		広告業協会（役員）	・２、３月は季節要因により広告市場は好調であるが、今年は特に新聞、テレビ、折込、交通広告など幅広いメディアに打診がきている。消費税のこともあるが、とにかく嬉しい話題である。
		広告代理店（経営者）	・消費税率変更に伴う表記変更で、印刷物やホームページの修正の駆け込み的な発注があると予想される。
		広告代理店（経営者）	・受注量が増加している。
		経営コンサルタント	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化する。
		公認会計士	・建設関係の資材価格高騰、人手不足の解消が進めば、現在よりは業績の改善等が見込める。
		その他企業［工場施設管理］（従業員）	・現在は装置の移動等でコストが掛かっているようだが、それが一段落すれば更に物流が増えると予想される。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・このまま変わらず、２、３か月先もやや良い状態で推移すると考えている。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響がどのようにでるかわからない。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税増税前の特需は期待できず、好転する要素もない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・やはり消費税の問題があるので、駆け込みが若干見込めるかもしれないが、その後を考えるとむしろマイナスではないかと考えている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・４月以降の状況は分からないというところが多いが、あまり大きな変動はないと予想している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・携帯端末などの電子機器の生産見通しは横ばい傾向である。新興国等への新たな販路拡大の可能性も現状は低いため、景気としては変化が無いとみられる。
		建設業（経営者）	・消費税増税前の受注があるので、３、４か月は現在の景気は続く。
		建設業（企画担当）	・消化能力が限界となっており、しばらくは現状維持が続くと予想される。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		金融業（広報担当）	・コスト増の状況は変わらない。
		司法書士	・中古不動産などは年度内の駆け込み需要が見込めるものの、新築住宅の需要については落ち着きを見せている。
		コピーサービス業（経営者）	・土木建築関連は景気が上向いているようだが、今のところ我々の業種にその恩恵は全くない。この先も通常どおりの売上で推移していくのではないか。
		その他非製造業［飲食料品卸売業］（経営者）	・商品そのものの単価が全然上がらず、むしろ下がっていることが多い。そういった状況でも値上げは認めてもらえず、利益に全然結び付かない。この辺りの地域は中小企業が多く、給料なども なかなか上がっていないのが実情で、まだまだ時間が掛かる。
		その他非製造業［飲食料品卸売業］（経営者）	・消費税増税を控え、若干の仮需要が見込まれるが、近年、在庫を多く持たない得意先小売店が多く、大きく出荷が延びることは見込めない。
		その他企業［企画業］（経営者）	・得意先における来年度予算も厳しい状況が予想され、当方の見通しとして楽観視はできない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属工業協同組合（職員）	・駆け込み受注の終了等により受注案件は期待できない。半導体関連や医療器関連等の引き合いは強いが、依然として単価及び納期は厳しく、その対応に苦慮している。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・農協の指導もあり、４月からの消費税増税を前に生産資材の駆け込み需要が盛んになっている。
		農林水産業（従業者）	・新年度からの消費税増税により、農業資材や農機の支払金額が増える。
		繊維工業（経営者）	・消費税増税の影響で、店頭での売行きは大分悪くなることが予想される。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工の受注量が減ってきており、需給のバランスが悪くなると予想している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、国内については消費税率引上げ後の消費の反動が出ると予測している。輸出についても新興国経済に陰りが出ていることの影響を受けることになるとみている。
		建設業（従業員）	・年度末を迎え、官公庁からの発注が一時的に減少することが予測される。
		通信業（営業担当）	・顧客の業績不振などの理由による解約案件が予想されるため、対応策に追われている状況である。
	悪くなる	通信業（営業担当）	・消費税増税の影響が出てくる。
雇用関連 （東北）	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・製造業において求人数の増加傾向がみられる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・中途採用で採用しきれなかった塾、外食産業、住宅関連、小売業が、中途採用ではなく新卒採用、大卒採用に切替えて、積極的に説明会の開催や募集活動をしている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数の増加は今後も見込まれるので、需給バランスは悪いものの、良化していくとみられる。
		アウトソーシング企業（社員）	・３月も既に予約が入っている。３月までは良いと予測している。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、３月ごろまでは高額商品を中心に消費が高まる。ただ、増税後の４月以降にどのくらいの落ちになるかが読めないところがあり、その先の不安感はあるが、現在の状態は引き続き続いていくと予想している。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・４月の消費税増税が心配だが、年度内の採用や設備投資を計画通り進めれば、４月以降も上向きで推移する。
		職業安定所（職員）	・製造業からの求人が伸びており、引き続きの伸びを期待したい。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前になり求人をけん引していた建設業の伸びが鈍くなったが、製造業の求人、特に食品製造が大幅に増加している。しかし、季節的な求人が多く、やや良いを選んではいるがそこまではいえないかもしれない。
	変わらない	職業安定所（職員）	・地域内の景況感が悪く、求人の増加等の見込みがない。
		職業安定所（職員）	・前年の求人が非常に多かったことから、新規求人数は前年割れの状態がここしばらく続いているが、引き続き高水準で推移するとみられる。しかし、消費税増税後の影響がどれくらいになるか、今後は注視していく必要がある。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年比増加の傾向だが、非正規パートが多くを占める。原材料価格及び原油価格の高騰や消費税増税の影響なども注視していく必要がある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は１年間ほぼ同数で推移している。新規求職者数は最近では久しぶりに２か月連続で前年比プラスとなり、懸念材料となっている。また、３月末で100名の製造会社の企業整備があり、年度末における注意が必要である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けた繁忙需要に好材料が無い。また、一部の地域で製造業の合理化による派遣社員削減の可能性も発生している。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税など不安要素が多く、採用に慎重になっている。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・現在は消費税増税を前に消費が拡大しているが、４月以降は経済の縮小が容易に予想される。
		職業安定所（職員）	・消費税増税後の反動を懸念している企業が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	新聞社［求人広告］（担当者）	・消費税増税の影響で個人消費の落ち込みがあるのではないか。

３．北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （北関東）	良くなる	スーパー（店長）	・３月いっぱいは消費税増税前の駆け込み需要があるので、それまでは業績が上がる。
		コンビニ（経営者）	・２月の降雪が心配だが、人が動きだし始める春はもうすぐそこである。功を奏している品ぞろえの充実と廃業対策の両立も進化させたい。
		家電量販店（店長）	・３月までは消費税増税に伴う駆け込み需要が続くと判断しているが、商品の供給が心配である。決算期を迎え、企業は在庫にシビアになるため、供給バランスが保てるか懸念が残る。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・現在、駅前の周辺を改修しており、３月にはバスの駐車場が出来上がる。観光客が増えるのではないかと期待している。
		商店街（代表者）	・２月から新学期の販売も始まり、４月からは新入生も入るのでかなり良くなる。
		商店街（代表者）	・３月までは消費税増税前の駆け込み需要が見込めるが、４月以降の景気は後退する。
		一般小売店［家電］（経営者）	・消費税絡みの客の動きが期待できる。
		百貨店（営業担当）	・２、３月は消費税増税前の駆け込み需要で売上は伸びると思うが、４月以降はその反動減で若干のマイナスが続く。その先は何とも言えない。
		百貨店（店長）	・少し売上が上向いている。
		スーパー（商品部担当）	・消費税増税及び商品の値上げ傾向により、各小売企業において仕掛けが多くなり、競争が激しくなることが予想されるので、購買意欲が増すのではないかと思われる。
		コンビニ（経営者）	・春の兆しと共に心理的にうきうきしてきて、ある程度来客数が増えてくるのではないかと期待している。また、節分やバレンタインなどのイベントにも乗じて上昇できればと願っている。
		コンビニ（経営者）	・現在の状況よりも３か月先のほうが客がコンビニを利用する頻度が多くなるからである。
		乗用車販売店（経営者）	・３月までは自動車の購入や車検の駆け込み需要があり、売上は伸びそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要により販売量は増えているので、それまでは好調に推移する。
		住関連専門店（経営者）	・消耗品において消費税増税前のまとめ買い現象はいまだに認められないが、今後発生してくると考えられる。この現象は、これまでの経験から、ひとたび起こると急激に広がる傾向があると思われる。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、３月まではやや良くなると思うが、４月以降の落ち込みが心配である。
		一般レストラン（経営者）	・４月から消費税増税、それに伴う仕入原価の高騰、メニュー価格の見直しによる客の反応が先行きの不安材料である。
		通信会社（営業担当）	・新築物件など高額案件に関しては、消費税増税の影響で販売数の増加が期待できるため、一時的な売上増が期待できる。
		通信会社（局長）	・アベノミクスに関してはまだその効果が表れていないという周囲の多くの意見と同様に、地方都市はこれからという考え方が定着している。わずかながら個人消費の拡大傾向が実感できつつあるので、願望も含め、将来に大いに期待したい。
		遊園地（職員）	・富士山の世界遺産登録の効果もあり、今後も引き続き多くの客の来園を期待している。
		ゴルフ練習場（経営者）	・３月に消費税対策のイベントをどこでも考えているようである。
		設計事務所（所長）	・来月のイベントを控えており、多数の集客を狙う予定であるので、今月よりは多少数字的に良くなると期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・周辺の別荘同業者に若干動きがあり、新築物件の引き合いもあると聞いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要でも買い回り品に対しては慎重な様子がうかがえる。
		一般小売店［精肉］（経営者）	・消費税増税前だが、買いだめという話は全く聞かない。諦め模様というか、余裕がないようである。
		一般小売店［家電］（経営者）	・消費税増税前の駆け込みを狙いたいところだが、消費者は冷静な判断をしている。必要に迫られての購入はあっても、４月以降の様子をしていることがうかがえる。
		百貨店（販売促進担当）	・２、３月は、消費税増税前の駆け込み需要に期待できるが、消費税増税後の反動を考慮すると通期ではプラスに転じず、むしろ消費マインドの低下が懸念される。
		百貨店（販売促進担当）	・やはり３月は消費税増税前の駆け込み需要がある程度予想されるため、一時的な増加も期待できるが、４月はその反動減も十分予想できるので、トータルではあまり変わらない。
		百貨店（店長）	・食料品で高品質、安全、安心な品物は継続して売れているが、身の回り品の高額商品は取り扱っていないため、駆け込み需要に大きな影響はない。ベースアップの話題はあるが、中小業者が多い地方への浸透はこれからである。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待できるが、その後どれだけ影響が出るのかがみえない。ただ、消費税が５％に上がった時ほどの影響はないような気がするので、状況は変わらない。
		スーパー（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要、及び増税後の影響は1997年と比較すると限定的で、公共料金の値上げなど経済活動を抑制するようなフィスカルドラッグがない分、景気の戻りは早い。
		コンビニ（経営者）	・店舗前が新しい道路になって４か月が過ぎても客が戻らないので、今後はこのままいってしまう気がしている。
		コンビニ（経営者）	・楽観視はできないが、オリンピック効果やアベノミクス効果が少しずつ表れてくる。ただし、問題は消費税増税の反動である。駆け込み需要の後の反動をどこまで抑えられるか、まだ一般消費者には３％の増税分を吸収する力はないような気がする。
		コンビニ（店長）	・一般的には消費税増税前の駆け込み需要といった話があるが、当店の場合そこまでの影響というのは特にない。客も日々使っているものを消費するという程度で大きな変化はないような気がする。
		衣料品専門店（統括）	・商売というのは１年を通してすべてが良いということではないかなと思うが、冬のこの時期と夏の暑くなるまでは少しブランクがあるのかと思っている。いろいろと街の活性化に取り組んではいるが、なかなかこれといった良い成果は得られていない。個店で頑張るしかないのかなと感じている。
		家電量販店（営業担当）	・このまま高水準でいけば良い。東京オリンピックまでは期待したい。
		乗用車販売店（営業担当）	・３月までは何とか見込めるがそれ以降は全く予想がつかない。
		乗用車販売店（管理担当）	・４月の消費税増税を控え、駆け込み需要の動きがある。
		一般レストラン（経営者）	・４月には消費税も上がるので、消費者の財布のひもはなかなか緩んで来ない。特に、地方においては、好景気の実感は感じられない状態である。
		一般レストラン（経営者）	・時節がらそれぞれの団体、企業のトップの話を聞くことが多いが、こぞって上向き傾向にあると口にするため、そうなのかと錯覚している気がするが、消費税増税を境にそれぞれの明暗が分かれるように思う。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税後の需要減で景気が一時的に悪くなるため、休暇を取って旅行をする人が増える一方、しばらくは旅行を控える動きもあり、そのバランスで旅館の景気は停滞する。
		都市型ホテル（営業担当）	・ここまで徐々に良い状況になってきたように感じているが、この先は消費税の影響もあるので今以上に良くはならない。ただし、現時点より下がるということもはっきりとは分からない。
		都市型ホテル（副支配人）	・業種的に消費税増税による駆け込み需要等は期待できない。ここ数か月、売上的には前年実績をどうにか維持している状態である。先の予約状況等から判断しても、ほぼ前年並みとなりそうな状況である。
		旅行代理店（従業員）	・引き続き、為替変動が大きく出ているため、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
		タクシー運転手	・２月は毎年悪く、期待できない。３、４月は歓送迎会などで、少しは動くと期待したいが、恐らく期待外れになる。
		タクシー（経営者）	・12月から１月の中ごろまでの動きは良かったが、後半から動きが悪くなりだしたので、この先良くなるか悪くなるかの見通しは予測できない。
		通信会社（経営者）	・円安が続くとなれば輸入品を取り扱う業種は逆風である。政策で円安にしているのだから、バランスを考慮すべきである。デフレ脱却というが、販売価格は確かに高騰しているが、仕入価格も高騰しているため、利幅はむしろひっ迫している。適正な利益を確保して販売しても物が売れるのが脱デフレではないだろうか。所得が上がるどころか人員削減を考えざるを得ない。
		テーマパーク（職員）	・降雪がないことから現在は安定しているが、大雪になると悪くなる可能性がある。
		ゴルフ場（業務担当）	・２～３か月先の予約の取込みも今のところ順調に引き合いが来ているので、同じような形で前年を上回るような入場者が確保できると見込んでいる。ただし、売上が伴うかは不確定である。また、消費税増税後の客の商品の購買や食堂利用等での消費についてはまだ読めない部分がある。会員募集については、今のところ駆け込み需要はまだ表れていない。４月以降は消費税分が自動的に支出にプラスとなるので、その反応がどう出るのか今のところ分からない。いずれにせよ引き合いは順調に来ている。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が前年度と比較してもほとんど変化がみられないからである。
		その他レジャー施設［アミューズメント］（職員）	・ここ最近は上向きではあるが、消費税の増税等もあるのでしばらくはそのままで推移するのではないかと考えている。
		美容室（経営者）	・２月は毎年売上が減少する月なので、営業をしっかりし、売上増加対策を講じないと売上は増えない。少し景気も良くなりつつあるので、客の要望にこたえてエステやメイク、ネイルなどのメニューを用意するなど対策をし、提案して営業を増やさなければ売上が増えない。
		その他サービス［立体駐車場］（従業員）	・消費税増税前で家電量販店の売上等が増えているようで、来客数も増えているが、４月になると一段落してしまうため、先行きは変わらない。
		その他サービス［イベント企画］（職員）	・先行きを警戒する動きはまだ強いと思われるため、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・年度末、消費税増税前の３月までは忙しい。
	やや悪くなる	一般小売店［青果］（店長）	・景気が上向く様子は全然感じられない。アベノミクスで円安が進み、ガソリンなどの経費部門が増加することによって、ますます悪くなっている。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要後の反動、消費マインドの低下でやや悪くなる。
		百貨店（店長）	・４月の増税を境に将来不安等も払しょくされていないことから、少なくとも数か月は低迷すると考えている。
		スーパー（経営者）	・競争の激化で、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・来客数は以前より伸びているものの、客の財布のひもは固く、客単価が持続的に下がっているので、先行きはやや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の反動減が始まっていると思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・やはり消費税増税や中小零細企業の社員の所得が変わらないことで、将来の生活設計の目途が立たないため、購買意欲の減退が続くとみている。そのような状況でも、当社は４月にはベースアップをしなければならない。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、４月以降は販売台数が落ち込むのではないかと懸念している。現在も輸入車の中古車、新車販売は横ばい状態なので、消費税が上がると販売台数が伸びなくなってしまうのではないかと、不安に感じている。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税の影響を受けると予想されるためである。
		自動車備品販売店（経営者）	・８％の消費税率が３か月後には施行されるので明らかに販売は落ち込む。整備に関しては７年前のリーマンショック後と３年前の東日本大震災後の車検がちょうど重なって来る年だが、かなり厳しい状況になると予想している。黙っていると良いことは何もないので、頑張るしかない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（仕入担当）	・４月以降の消費動向は一時的にせよ冷え込むことを想定せざるを得ない。特に、生活用品は無駄な購入をしない消費者が増えると思われる。
		高級レストラン（店長）	・高品質の料理を千円以下のリーズナブルな価格で提供してきたが、低価格競争が激しく、ランチタイムは営業してもとても採算が合わない状況である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税率の引き上げによる消費の停滞を予感している。
		スナック（経営者）	・落ち込んでいる理由がよく分からないのだが、消費税増税前の駆け込み需要の方にお金が流れてしまって、飲食には回っていないのか、もう少し様子を見たい。
		スナック（経営者）	・本当は良くなると回答したいところだが、２～３か月先というと消費税のこともあって悪くなるのではないかと感じている。
		観光型ホテル（営業担当）	・宴会、婚礼など高額な利用について、消費税増税による利用控えを懸念している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・４月から消費税の問題があるので、料飲関係に関しては今よりは悪くなる。消費税の対応で、内税表示にするか今検討中である。景気は決して良くなっているとは思えない。
		旅行代理店（所長）	・消費税増税前は駆け込み需要が見込まれて当然だが、百貨店などで宝飾品や絵画などを中心に高額品が大幅に伸びているのに対し、旅行はそういう傾向にない。やはり、資産として保管できるものでないと厳しいのかもしれない。
		旅行代理店（副支店長）	・もちろん消費税増税で３月までの駆け込み需要はあると思うが、それ以降については一旦、客数や受注は落ち込むと思われる。現に３月までの受注は前年より良いが、４月以降の受注や申込、旅行相談などが減っている。消費税増税以降の旅行者の減少を懸念している。
		タクシー運転手	・運行回数は同じだが単価が下がっているということは、夜に外で飲む客、要するに長距離の客がいなくなっているということである。
		通信会社（経営者）	・ガソリン、灯油などの値上がりが続いていると共に、消費税増税などで節約志向がさらに強まってきているので、解約が増えることを心配している。
		ゴルフ場（支配人）	・寒さのため来場者数は少ない。また、隣県のゴルフ場がすべて閉鎖しているため、周辺ゴルフ場との値引き競争が相変わらず続いている。消費税増税により消費が落ち込み、ゴルフをする気分にならないため、来場者は減少する。
		設計事務所（所長）	・３か月先は４月で新年度となり消費税増税が始まる。今月でさえ仕事の情報がなくなってきているので、消費税増税が始まる４月に建築を計画する人がいるとはまず考えられない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税が増税され、一般の消費と共に買い控えになることが予想されるので、一時的に景気は低迷する。
	悪くなる	一般小売店［衣料］（経営者）	・来月には市長選挙と市議会議員選挙が行われる予定なので、市中の動きは少なくなり、残念ながら経済的には停滞する。
		一般小売店［乳業］（経営者）	・消費意欲が改善するような施策がない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税の影響で、買上点数が減少し、買上金額も当然減少すると思われる。また、商店街の老齢化が大変進んでおり、活動する人員が限界を割りつつあるため商店街そのものの解散という話も出ている現状では、良くなる予想はまるで立たない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が予定されているほか、このところの灯油、ガソリン代、電気料金等の生活関連物資とサービスの値上げが影響しているので、先行きは悪くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税が上がる４月１日に向けて高額品は確かに駆け込み需要が相当出てくると思うが、当店のような婦人服関係は置き去りになっていき、かなりスピードアップして悪くなっていくような感じを受けている。夏に向けて相当ひどい状況になっていくのかなと懸念しており、今から店をどう存続させていいのか手探りを続けているような状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・３か月後には消費税が８％に上がる。５％のうちに買っておこうという客は前倒しで買っているので、前回のエコカー補助金の時と同じように動きが止まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税、エコカー補助金終了は自動車販売だけでなくいろいろなところで影響が出てくる。消費税増税分の値引き、金額調整などで赤字になる企業も出るかもしれない。
		通信会社（経営者）	・年度末から次年度にかけての受注予測が困難である。自社の業種の幅を広げる以外に生き残る道はなさそうである。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要も幕を閉じ、元のさやに収まる。４月以降の需要は全く予想できない。
企業動向関連 (北関東)	良くなる	その他製造業［環境機器］（経営者）	・太陽光の0.5メガ発電が３月に開始され、年内に合計３か所が発電開始になるため、良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・県の観光推進機構が導入したワイナリーを定額で巡るワインタクシーが好評で、来客数が増加している。また、和食に合う甲州ワインも順調に採用されており、今後更なる増加が期待できる。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・２～３か月先までは順調に仕事もあるとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・近隣の自動車メーカーからボリュームのある増産応援要請があり、フル生産で対応する予定である。また、自動車の試作関連の案件も増加傾向にある。油圧建設機械、特にショベルカーの動きは現状良くないものの、中国の春節明けに上向くことを期待している。
		その他製造業［宝石・貴金属］（経営者）	・ユーザー対象の展示会企画が多くあるので、２、３月は駆け込み需要が見込まれる。
		建設業（開発担当）	・10年続いた厳しい状況から、現政権の経済政策のおかげで一息つける。ただし、消費税増税後の景気にはやや不安がある。
		経営コンサルタント	・大手企業関連の下請の中で若干好調さを見せている企業もある。地域の企業に少しずつ、まだら模様的に良い影響が現われているところもある。
		司法書士	・年始に来る客の顔が少し明るくなってきている感じがするので、多分これから上向くのではないかと思っている。
	変わらない	化学工業（経営者）	・３月の期末に向けた駆け込み需要がいくらか出てきているが、大して期待できない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末で贈答品の動きに多少期待をしているが、予想は難しい。
		金属製品製造業（経営者）	・１月は労働日数が少ないため、売上自体は少なかったものの、持ち直している感じがしている。今後の動向に注意したい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・昨年の４月ごろから10月までは受注量が徐々に増加していたが、11月になると増加が止まり横ばいになってしまい、いまだに採算性は悪いままである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現時点では当社の主要取引先に大きな動きはみられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・厳しさは変わらず続く。営業努力あるのみである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現在は受注、生産量共に確保しているが、消費税増税によるこの先の景気への影響が非常に不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・昨年１年間をみても、非常に悪い月はなかったが、取引先や仕事量について、まずまずかちょっと悪いか、非常に良いかの乱高下だったので、２～３か月先の見通しはなかなか難しい。
		輸送業（営業担当）	・年度替わりを迎え、新社会人、学生や転勤等の移動による引越依頼が徐々に増え、消費税増税前に前倒しで早めに動きが出ている状況である。そのような中、各協力会社の車両等の確保は大変厳しくなり、コスト的にも高く、利益は薄くなっている。
		金融業（調査担当）	・製造業では米国を中心とした海外需要が順調に推移するほか、国内では３月末に向けて非製造業の消費税増税前の駆け込み需要が高まるとみられる。
		金融業（役員）	・車の部品生産、公共工事を受注した建設業の会社は若干仕事があるが、それ以外は個人消費も含め、消費は非常に低迷している。一つの目安は春闘の賃上げかと思っている。
		新聞販売店［広告］（総務担当）	・売上に目立った変化がなく、このまま推移しそうである。経営者や商店主の中には、賃上げに慎重論が聞かれる。
		その他サービス業［情報サービス］（経営者）	・売上に特段の変化はみられない。ただし、消費税増税がどう影響してくるのかという不安要素もある。

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
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・４月からの消費税増税がどう影響するか不安である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税増税のために事前に印刷物を作るということは、４月になってからはその分が落ち込むと予想される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・住宅は３月末までに完成すれば消費税が５％であるため、増税後は受注量が激減すると予想している。４月からが頭痛の種である。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手自動車メーカーの３か月見通しによると、受注関係についてはやはり高水準を保っており、繁忙感はあるが、収益状況は非常に厳しくなっている。特に、燃料代が上昇しているほか、いろいろな消耗品、経費関係も上昇傾向に入ってきているということで、収益面が非常に圧迫され始まっている。増収減益がはっきり表れてきているということで、非常に厳しくなってきている。
		建設業（総務担当）	・消費税増税の影響が少なからずあると思われる。
		通信業（経営者）	・消費税増税や電気料金の値上げ等、良くなる要素がない。
		金融業（経営企画担当）	・４月の消費税増税に伴う消費の反動減を懸念している。
		不動産業（管理担当）	・委託内容は現状維持でも、取引先にコスト上昇分の値上げをお願いし、受け入れてくれるかどうかが不透明である。消費税増税分も懸念材料である。
		社会保険労務士	・かさばらない物や日持ちする資材などは消費税対策で発注をかけ出している。４月以降は一時的に影響が出ると思われる。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・値上げを検討しているが、実行すると２割生産量が減る予測である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・資金繰りが大変で、支払のやり繰りに四苦八苦している。
		不動産業（経営者）	・二極化がかなり進んでおり、消費等にも偏りがみられる。数の多い層の経済的な状況はさらに厳しくなり、消費は抑制傾向にある。先行きの不安定な要素も多い。よって、経済の基盤がぜい弱化している状況はまだ止まっていない。
雇用関連 (北関東)	良くなる	人材派遣会社（経営者）	・久し振りに大口の仕事が入り、今は本当に忙しい。３か月先が楽しみである。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・携帯電話、スマートフォン関係の細かい電子部品等と、家電関係の電機部品の組立てや製造加工、こういったところの求人は伸びていくと見込んでいる。これは消費税増税等に伴う駆け込み消費で購買力が上がってくるものと思われる。衣料品等は季節の変わり目でまだ寒さも厳しいため、一進一退である。サービス業は全般的に求人数が増えてきている。
		人材派遣会社（管理担当）	・期末のため、スポット的な臨時の仕事が増えると予測している。
		人材派遣会社（支社長）	・求人の引き合いは多くても、動かせる人材が少ないのが現状である。これ以上続けば、人手不足感が強調されすぎてしまい、採用意欲に水を差す可能性もある。
		職業安定所（職員）	・管内企業の動向をみると、タクシー会社の年末年始の売上が昨年、一昨年と比較して上がり、大手自動車メーカーからの受注が増えた自動車部品会社ではラインを増設、大手電子部品メーカーは円安により利益が出ているなど、明るい材料を提供する企業が増えている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・採用状況が慎重である。
		職業安定所（職員）	・求人、求職などの状況から考えると改善してきたような感じがあるが、周辺企業の現況を聞くと受注はあるものの先の見込みが読めず厳しいという声がやはり聞かれている。状況的にはやや良くなってきた感じだが、依然厳しい状況の企業もあることから全体としてまだ変わってきていない。
		職業安定所（職員）	・極端な落ち込みはないものと思われるが、消費税増税の影響による一時的な停滞が懸念される。
		職業安定所（職員）	・年度末に向け、いくつかの企業で人員整理を行う予定との情報がある。１年～１年半先に大手企業の撤退が予定されており、そのことも一部では影響しているようである。しかし、土木建築、介護福祉、食品製造業などでは人手不足感が強く、求人も安定しているなど、業種間の格差が大きい。４月には消費税増税もあり、求人側からも不安な声は聞こえてくるが、全体的には大きな変化なく推移していくものと感じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税増税の影響を懸念して、企業は正社員求人については慎重な姿勢を崩していない。
		学校［専門学校］（副校長）	・就職が確定していない学生に対する就職あっ旋支援の情報が多くなってきている。全国的にも地域的にも内定率の伸び悩みの状況であることが予想できる。今後の求人増加傾向は感じられない。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	－	－

４．南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (南関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・アベノミクスで来客数が伸びており、工事関係の車両の出入りも非常に多い。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待でき、業績が良くなる。
		家電量販店（営業統括）	・この先３月末までは確実に消費意欲は高い状態で推移し、買上単価、客単価共に上昇すると考えている。また、訪日外国人観光客の数も右肩上がりで上昇しているため、４月以降に発生する増税による消費減退を多少はカバーできると考え、外国人客の招致に努力していく。
		家電量販店（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が、幅広い商品群で発生していく。例年２月は端境期で需要が落ちる傾向にあるが、今回だけはないと考えている。
		乗用車販売店（販売担当）	・４月１日からの消費税増税で駆け込み需要が続き、前年と比べて需要が相当増えており、１月は160％以上、２月についても同じぐらい、３月は倍近くなると見込んでいる。ただし、４月以降反動でどこまで落ちるか分からないので、３月までの間に販売できるものはどんどん販売している。
		その他小売［雑貨卸］（経営者）	・来客数の動きもコンスタントに増えているし、客の様子も非常に強気である。
		タクシー運転手	・年が明けて都心の街中ではいたるところで道路工事が行われるようになった。デフレ脱却に向けて動き出したようである。政府も総理大臣の支持率も高いようで、世の中に良いムードが漂ってきたように思える。４月の消費税増税までは景気は良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・まだ消費税増税になる前に間に合う不動産や建売物件の購入、リフォームなどの客が積極的に動き出した。住宅建設など請負部門にも動きが出てきている。駆け込みの受注増から４か月がたち、ようやく明るい兆しが見えてきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・業績が良くなるのではないかという期待があるものの、消費税増税後に対する不安がある。
		一般小売店［家電］（経理担当）	・４月から消費税が上がる影響で、３月は一時的に売上が伸びると思われるが、４月以降が心配である。
		一般小売店［文房具］（経営者）	・今月は来客数が増えているので比較的明るいのではないかと思う。これから先、客単価が上がることによって売上が多少伸びていく。
		一般小売店［祭用品］（経営者）	・消費税増税前の需要を見込んでいる。
		一般小売店［家電］（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が多分にある。
		一般小売店［文具］（販売企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が確実に来ている。病院等で千冊単位で発注のある別製のファイルが今回は1,500冊の注文である。保存のきく物は多めに買っておこうと、売上のほとんどが非課税を占めるような不動産関係や病院、郵便局などの売上が特に大きくなっている。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要で２、３月は期待できる。
		百貨店（総務担当）	・３月までは売上は上がるが、４月以降は大きく落ち込み、夏ごろまでは厳しい状況だと考えている。短期的な対策を打ち出す必要がある。
		百貨店（広報担当）	・４月の消費税増税前の２～３月までは好景気が続く。ここ１年程度は高額品が売上をけん引していたが、４月の増税直前にはそれに加えて実用品の駆け込み需要も見込まれる。ただし、そこが景気の潮目で、その後は一気に状況が変化し、しばらく景気は停滞する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要や外国人旅行客による購買などが増加する。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の売上への良い影響が継続する。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の需要として３月までは日常品、高額品の動きに期待している。４月以降は消費が伸び悩み、６月以降は４～５月と比較して復調になるのではないか。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税直前には更に状況が良くなる。
		百貨店（予実算担当）	・消費税増税前の３月までは、駆け込み需要で改善する見込みである。
		百貨店（店長）	・給与増が決定した企業はまだ少ないが、今後の春闘次第では、小売の売上増が期待できる。
		百貨店（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は確実に出ると思われ、３月までは売上は上がるが、４月からの落ち込み幅は予測できない。
		スーパー（営業担当）	・３月までは消費税増税前の駆け込み需要で販売量の動きは活発化するが、４月からはその反動で落ち込む。どの程度落ち込むかが問題である。
		コンビニ（経営者）	・季節的な要因だが、これから暖かくなれば今より客の動きが良くなる。
		コンビニ（経営者）	・消費税が上がる４月からは不安があるが、今のところ前年を超えるような数字なので期待が持てる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要を狙い、前年以上のイベントを計画している。２、３月の目標は２けた増で、４、５月の落ち込みをカバーする。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、乗用車の整備、販売共に今月は順調である。４月以降は販売不振にならないか心配である。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税前の駆け込み需要やアベノミクスによる景況感、新型車効果などによる来場が多い。環境対応、経済的なハイブリッド車が好評な状況はしばらく続く。
		住関連専門店（店長）	・４月の消費税増税に向けて購入が増える。
		住関連専門店（統括）	・消費税が引き上げになるため需要が多少増えると思うが、それはあくまでも一時的なことであって、景気回復での売上上昇ではない。
		一般レストラン（経営者）	・１、２月は寒い時期で売上が１年で一番悪いため、２～３か月先の３月は人の動きも活発になるので売上が倍増し、良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・新旧交代の店が増えたことにより、街にやや活気が出ている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税前の需要で売上はやや伸びる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・徐々に良くなっていると感じている。コンサート等のイベントは人出があるし、個人の還暦、喜寿、傘寿、誕生日の祝い事でのレストラン予約は途切れることなく入ってきている。
		旅行代理店（従業員）	・間際での申込が増えており、すでに満席の飛行機、満室のホテルが多数見受けられる。
		タクシー運転手	・１月ということもあって客が少ないが、２月に入れば少しは増えるのではないかと思っている。
		タクシー運転手	・タクシー業界の景気は一般より少し遅くなって良くなるので、今のところあまり実感がない。景気が悪くなっていると話す客はほとんどいない、これから良くなるのではないかという話を多く耳にする。業種毎の利用客数に関しては、タクシー利用の多かった新聞、出版、広告業界が非常に減っている。
		通信会社（経営者）	・賃金アップが現実となりやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・新商品の投入が予定されており、消費税増税前の駆け込み需要と合わせて、業績の回復を予想している。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税に合わせ、所得が増えて景気が良くならないと家計は成り立たなくなる。景気は良くならなければならない。
		通信会社（局長）	・対象の分野、業界、商品は限定されるが、株式投資関連において、景気回復の足音を感じられるため期待感がある。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況は例年より少し良い状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は数か月消費が落ち込む。その後、大企業においては景気が回復するが、中小企業はなかなか回復できないと思う。個人消費にも不安がある。しかし、希望的観測でやや良くなると期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による駆け込み需要の反動がそろそろ薄らいでくる。
		住宅販売会社（従業員）	・４月からの消費税増税で一時的な落ち込みはあると思うが、まだ景気は良くなっていくと予想している。不動産を購入する投資家はまだ伸びると思う。
	変わらない	商店街（代表者）	・景気自体は良くないが、消費税増税前に多少は駆け込み需要があると期待している。
		一般小売店［和菓子］（経営者）	・消費税増税とともに電気料金やガス料金などの値上がりもあるようなので、消費が厳しくなるのではないか。
		一般小売店［印章］（経営者）	・当店は商店街には属しているが、点在型商店街であって、一点集中できるような商店街ではない。また、近隣に大手ショッピングセンターがいくつか点在しているので、やはり客が分散してしまっている。ショッピングセンターの利便性に慣れてしまった客が多い感じがする。
		一般小売店［米穀］（経営者）	・食品小売流通関係では近隣で閉店する店が何軒かあるので、その分当店の売上が上がるかというかとそうではなく客の動きもそれほど変わりない。不透明である。
		百貨店（営業担当）	・例年より気温の低い日が多く、婦人、紳士、子どもの防寒衣料の動きが良い。また、宝飾、時計、美術品等の高額品も動きが良い。景気回復の兆しはあるものの個人消費は天候に起因するものが多い。
		百貨店（営業担当）	・２月以降は多少消費税増税前の駆け込み需要があると思われるが、４月以降の落ち込みが大きいと感じている。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の３月には、一時的に消費が活発になることが予想される。増税後の４月にどのような消費の動きになるかを考え、策を打っていく必要がある。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税の反動は想定されるが、政府の経済対策や民間の賃上げの動きなどにより、前回増税時よりも消費者心理は冷え込まず、一時的な影響にとどまると思われる。
		スーパー（経営者）	・３月の後半は消費税増税前の駆け込み需要で多少は上がると思うが、４月からその反動が来るのでトータルでいうとあまり良くない。普段の日の消費は相変わらず良くないが、ハレの日の消費は上向いている。
		スーパー（店長）	・３か月後は良いと答えたいが、消費税増税の対応がある。食品スーパーはそれほど影響がないところだが、やはり３月はある程度需要があり、４、５月ぐらいは少し反動で落ち込む。また、競合店ができて３月で１年になり、本当は回復傾向に持っていきたところだが、消費税増税が懸念材料なので変わらないと判断した。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に売上は上がるかもしれないが、増税以降はしばらく反動がくるのは目に見えており、先が見えない状態はまだ続く。
		スーパー（店長）	・２～３か月後は消費税の増税前後ということで、上がる部分もあるが、下がる部分もあるので、総じて今と大きく変わらない。
		スーパー（総務担当）	・２～３月、特に３月の後半にかけては消費税増税前の駆け込み需要で、日持ちする食品や家庭用品などを中心に売上が大きく上がると思われるが、増税後の４月以降、６月ぐらいまではその反動で落ち込みが予想され、トータルとしては今までの流れどおり、前年同様か、もしくは前年を若干下回る。
		スーパー（仕入担当）	・３月は消費税増税前の駆け込み需要があると思うが、増税後の４月は実質の支出増になり、消費の冷え込みが懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・４月の消費税増税を控え、保存がきく加工食品や雑貨等は今後売上の伸びが見込めるが、生鮮品等の賞味期限の短い商品に大きな影響はない。
		コンビニ（経営者）	・競合店の進出と４月の消費税増税で良くならない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税を控えて様子見になりそうである。
		コンビニ（店長）	・平均値では見えてこない生活が苦しい層や相応に豊かな層の消費の傾向が世の中の景気に反映されると思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・当店は特別高額な商材がなく、消費税増税前の駆け込み需要は期待できない。４月以降の売上が不安である。また、税額表示方法が決まらず近隣店舗の情報を集めているが、客の混乱も不安要素である。
		家電量販店（店員）	・今後の景気についても極端な動きはなく、現状と変わらないと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・３月中旬までは新車販売が順調に伸びるが、４月以降は反動で減少する。
		その他小売［ゲーム］（開発戦略担当）	・新型ハードの発売はあるものの、出足は鈍いと予想している。
		その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・消費税増税前後となっているので、前後で大きな違いが出るが、２～３か月後はトータルするとほとんど変わらないか若干のプラスになると考えている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税で少し消費が落ち込むような気がする。
		一般レストラン（経営者）	・東京都知事選が始まると接待や飲食など少し控える傾向となる。また、２～３か月後は消費税増税で全般的に消費が控えられてくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全般的に先の受注を見ても例年並みかそれ以下で、動きも鈍く厳しい状況が続く。一部業種での法人利用が増えてはきているものの、消費税増税などのマイナス要因もあり、景気が改善される気配は感じられない。ただし、大幅な販売量の減少もなく例年並みの状況で推移しており、景気はあまり変わらないように感じる。
		旅行代理店（経営者）	・今のところ現状維持である。
		旅行代理店（従業員）	・宿泊費、施設見学料が消費税率引き上げにより上昇するので、団体旅行を控える意識が働く。
		旅行代理店（支店長）	・やはり４月の消費税増税が問題である。現在出ている個人向けのパンフレットは３月31日までの表示であり、来月早々に続々と出てくる４月以降のパンフレットの料金にもよると思うが、多少の影響はある。ただし、３月から４月にかけての春休み、卒業旅行は例年通りに実施されると思うので、そういった環境を考えると総じて変わらない。
		タクシー運転手	・タクシー減車法が施行されたので多少は希望が持てるが、実際はまだ足踏み状態の中で、消費税だけは上がってしまうので非常に厳しい。
		タクシー（団体役員）	・消費税が８％になるので、景気浮揚策にやや足踏み状態が起きるのではと考えている。
		通信会社（経営者）	・４月に消費税増税や経営統合があり、多少混乱が予想されるが、早めの対応で乗り越えたい。
		通信会社（経営者）	・オプションサービスの高額品の販売数増が鈍化してきている。
		通信会社（営業担当）	・今後も特にテレビサービスについては、よく利用する客と、少しでも月額料金を抑えたい客に分かれる傾向が続く。
		通信会社（局長）	・新サービスで活性すると思われるが、放送、通信業界的にはまだ何とも言えない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を目前にして、家計の中での負担増が明らかである。出費を抑えようという意識はしばらくは続きそうである。
		通信会社（総務担当）	・賃金アップや求人増加の経済効果が出るにはもう少し時間を要する。
		通信会社（経営企画担当）	・既存顧客における今後の商談状況に変化があるが売上は変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・長い年月景気が低迷していたので、少し良くなったように思えても、簡単に良くなるとは思えない。
		ゴルフ場（支配人）	・全体の所得が上がり余暇にお金を回せる状況になるまでは、レジャーには消費が向かない。
		パチンコ店（経営者）	・４月から消費税が上がるので、３か月後となると、店も増税に対する貸玉対策もしなければならない。客も前に比べると遊ぶのを控えるのではないかということで、やや減少する可能性もあると思うが、期待を込めて現状維持という形で変わらない。
		その他サービス［学習塾］（経営者）	・生徒数の減少は下げ止まった感があるが、まだ上昇に転ずる気配は感じられない。しばらく同じような状況が続く。

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
		その他サービス［保険代理店］（経営者）	・過去２～３か月で期待してたほどの伸びがなかった。今後の売上増収や顧客増加にはあまり期待できず、このまま４月の消費税増税に入れば、なおさら期待が持てない状況となる。
		設計事務所（所長）	・消費税増税の問題及び建物の価格が安定してくるまではどのように良くなるのか分からない。また、オリンピックの経済効果に関しても同じように物価が上がるのみであって、いつ景気が回復していくのか分からない。
		設計事務所（職員）	・４月より消費税増税があるが、これによる大きな変化はないと思われる。建設業界の資材高騰よりも、ＲＣ造からＳ造への偏りに起因する職人不足がより顕著に表れており、入札不調、建設コスト上昇は今後も続く。
		住宅販売会社（従業員）	・受注はあまり期待できないと思うが、売上については現在工事中の案件が３月完成に向けて間に合わない状況にあり、前年を上回るのは確実である。
		その他住宅［住宅資材］（営業）	・現在、景気が良くなっているのは消費税増税前の駆け込み需要が出ているからである。ユーザーは通常よりも多めの在庫を持つ動きがあるので、２～３か月はあまり変わらないが、その後は急激に落ち込む可能性がある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税の問題がかなり重要で増税時点で、悪くなるのではないかと考えている。
		商店街（代表者）	・少なからず消費税増税の負の影響が現れると思う。
		商店街（代表者）	・消費税増税後の消費の冷え込みが不安視される。
		一般小売店［家電］（経理担当）	・３月までは様々な動きが見込まれるが、４月からしばらくの間は反動で低迷すると予想される。以前の消費税導入、税率引き上げ時は、夏ごろまでは影響があった。
		一般小売店［家具］（経営者）	・消費税増税が実施されると景気は悪くなる。
		一般小売店［靴・履物］（店長）	・大企業は別だが、給料も上がっていないので本当に必要な物しか買わなくなっている。消費税増税になれば生活防衛で購買意欲がなくなってくるので、非常に心配している。
		一般小売店［茶］（営業担当）	・世の中の景気が少しずつ回復していると耳にするが、個人向けのお茶のランクを下げたいという客は少ないものの、企業向けのお茶のランクを下げる傾向はまだ続いてる。中小企業などの事業所の景気は回復には至っていない。
		百貨店（総務担当）	・４月１日の消費税増税で一時的に景気が下向きになる。ただし、全体の景況感、企業のインフラ投資等徐々に上がってきているのでそれほど長くは落ち込まず、早い時期に今の状況に戻ると考えている。
		百貨店（広報担当）	・２～３か月後の４月は消費税増税があり、反動減で９月ごろまでは販売数量が落ち込む。
		百貨店（営業担当）	・現在が好調の半面、消費税増税後となる４月以降は厳しくなる。ただし、前回の消費税増税時も、食料品は販売量が大きく落ち込むことがなく影響が少なかったため、全体の食料品シェアが高い当店は、同業他社と比較すると影響は少ないと考察する。
		百貨店（販売管理担当）	・消費税増税の影響で、前年実績を大きく下回ることが確実である。また、この影響は数か月継続すると考えている。
		百貨店（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に上向くが、４月以降は停滞、もしくは悪くなる。
		スーパー（店員）	・４月１日から始まる消費税増税が最大の原因となる。２、３月は駆け込み需要で来客数、売上単価共に上がる見込みだが、４月以降はその反動で売上等に必ず影響が出てくる。
		コンビニ（経営者）	・来客数が５％ずつ減少している状況が続いている。消費税増税でこれからの消費がどうなるか全く不透明である。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税がどう影響するかまだ不明である。
		コンビニ（経営者）	・３か月後になるといよいよ消費税増税の時期となる。こういう状態の時に売れるものというのは、持っていて価値があってなおかつ日常使う物である。当店の場合はたばこであるが、たばこに関しては多く売れるとその後で必ず売れなくなり、利益率も低い。そういった面からも、全体的な店内の商品構成を考えると、先行きは少し苦戦するのではないかと考えている。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税が影響して景気はやや悪くなると思う。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税により、日常の生活の中で節約意識が高くなり、買上点数、客単価が低下することが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響もあり、しばらく消費は控え目になる。
		衣料品専門店（経営者）	・４月からの消費税増税、また、円安による原材料の値上がりで物価が先に上がっている。給与が上がらないと消費も上向かないので、ごく一部の企業は良いのだろうが、地方の中小企業はまだそのような状況にない。売上には不安がある。
		衣料品専門店（店長）	・ファッション衣料については消費税増税前に駆け込み需要は起こらない。実用品については若干の駆け込み需要はあると思うが、1997年の増税時と同様に、増税後の落ち込みが大きくなると想定している。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後の反動減が見込まれるので今から心配である。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響で大幅な落ち込みが予想される。
		その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・消費税増税の影響なのか白物家電や高額品が好調である。その反動が気になるところである。
		高級レストラン（支配人）	・４月の消費税増税が懸念材料である。３月までは駆け込み需要が期待できるが、４月以降は受注状況をみても前年を大きく下回っている。
		タクシー運転手	・４月から消費税が上がることと、所得が増えていないのに様々なものが値上がりしているので足踏み状態である。
		タクシー運転手	・無線本数、営業回数共に増えていないのが現状で、先が見えない。消費税増税を前にして利用が更に減るのではないかと不安で仕方ない。
		通信会社（社員）	・毎年３月は引越しによる解約が増える時期であるとともに消費税増税を迎え、消費者の動向は活性化せず待機状態になると予想される。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・レジャー業でも消費税増税後の景気の冷え込みによる利用者減、消費単価の低下が大いに懸念される。
		美容室（経営者）	・消費税増税など不透明なところがあって、買い渋っているのではないかと思う。
		その他サービス［立体駐車場］（経営者）	・マスコミ等で景気が上向いているような報道をしているが、近隣の同業者や他業種の店も景気が悪いとこぼしている人が多い。
		設計事務所（経営者）	・新年を迎えて、アベノミクスで好景気が見受けられるようだが、実際には営業は低迷している。行政の仕事は年度末までに終わらせなければならないので、新しい仕事へのチャレンジはできない。また、新しい営業の展開を考えているが、それも日数的に年度末まではできず、営業戦略上でもマイナスをきたしている。さらに新しい客の獲得を考え、展開していかなければならないと考えている。
		設計事務所（所長）	・昨年の秋ぐらいから民間の業務は全くない。厳しい状況は今年も続く。新年度に期待したい。
		設計事務所（所長）	・３月までは消費税増税前の駆け込み需要があるかもしれないが、問題は４月以降であり、また１年後は消費税が１割になるということで、先行き不透明である。オリンピックの方に人出を取られ、これから地方での仕事が非常に切迫してくる。
		住宅販売会社（従業員）	・当社も同業他社も受注残の工事を３月末までにしゅん工させるために職人や資材の確保に奔走しており、単価上昇が顕著になってきているため、粗利が落ちることは間違いない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・今月の状況と４月に消費税が上がることから考えると、４月からは一度かなり低い状況になるのではないかと危惧している。また、前倒しの需要があるかというと、我々の商売の中ではあまりそういう期待感は持てない。
		一般小売店［茶］（経営者）	・例年どおり１月は寒くなったが、消費の低迷で来客数、客単価が下がっている。売上高は前年同月を下回っており、厳しい状況は続いている。
		一般小売店［家電］（経営者）	・４月からの消費税増税で駆け込み需要があると思ったが、当店ではそのような動きが全くない。逆に年配客は買い控えが起きている。どのようになっていくのか先が見えない状況である。
		一般小売店［食料雑貨］（経営者）	・競合店のオープン以降、来客数が激減している。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税後は、増税前の駆け込み需要の反動が大きいと見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（計画管理担当）	・３月までの駆け込み需要の反動で、４月以降は食品や日配品以外のカテゴリーが落ち込む見込みである。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税等が近付き、客の多くがディスカウント店に集中している。コンビニへの客足が遠のき、現在の売上を維持するのは非常に困難である。
		衣料品専門店（経営者）	・現状の売れない状態を考えると、４月からの消費税増税でどうなっていくのか大変不安な気持ちである。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税増税や復興特別税により税負担が増す影響で一時的に財布のひもが締まるだけでは景気回復への何の解決にもなっていない。
		家電量販店（統括）	・４月以降は、反動によるマイナスがある。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の冷え込みで景気は悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税率８％になったら客の動きが落ち込む。
		その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	・競合店の出店が２店舗決定しているためである。
		その他小売［生鮮魚介卸売］（営業）	・消費税増税が悪影響を与えそうである。
		一般レストラン（経営者）	・この３か月ほど回復基調で推移しているが、４月の消費税増税で売上、来客数共に必ず減少する。回復が長引くと死活問題になる。
		一般レストラン（スタッフ）	・景気が良く、高級品が売れていると言ってるが、これは株などでもうけた人だけであり、一般消費者は大変で、その一般消費者を相手にしている当店のような商売はもっと大変である。これから良くならず、厳しくなるので、どうなっていくのか分からない。
		都市型ホテル（経営者）	・原材料費が高騰する中、客単価が上がる傾向は見られない。４月の消費税増税を受けて景気はますます冷え込んでいくのではないかと心配している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税で一時的かどうか分からないが、消費が落ち込むのは明確だからである。
		旅行代理店（従業員）	・３月までの販売は伸びているが、消費税増税の影響により、４月以降は前年と比べ半分以下の状況で推移している。
		観光名所（職員）	・２～４月の初旬は旅客が一番少ない時期なので今月と比べるとかなり減少する。
		その他レジャー施設［ボウリング場］（支配人）	・消費税増税前の駆け込み需要で単価の高い商品は売行きが良いようであるが、その反動で、単価の低い当業界では良い話は聞かない。今後も消費税が増税され、落ち着くまではしばらくこの状況が続く。
企業動向関連 (南関東)	良くなる	－	－
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・徐々に都心以外にも景気の良さが伝わりつつあるように感じている。消費税増税がどのような形でかかわってくるかは分からないが、良い方向に向かっている。
		食料品製造業（営業統括）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待したい。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は横ばいだが、来店客との中で、個人需要が少し上向きになっていると感じる。必要に迫られて作成する印鑑ではなく、祖父母が持っていた物を彫り直してみようかといった注文が割と多く見られるようになっている。
		化学工業（従業員）	・出荷量が少しずつではあるが増えている。消費税増税の影響が出ているのか分からないが、しばらくは継続しそうである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・住宅関連部品の受注が増加傾向にあり、化粧品、医療容器の新企画が予定どおり決まれば、設備投資もしているので利益は生み出せると思う。
		一般機械器具製造業（経営者）	・アベノミクスの効果が徐々に現れて、業績はやや良くなる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で３月までは受注がある。しかし、その後は取引先の情報を精査すると４～９月はどこも落ちる予想をしているので心配である。
		建設業（営業担当）	・昨年は３月に近づくと東日本大震災による防災工事等の案件が増えて売上が伸びていったが、今年は消費税増税の影響がありそれにも増して工事案件が増えている。今後も期待していきたい。
		輸送業（経営者）	・消費税増税で動きが出て、多少は良くなる。

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
		輸送業（経営者）	・今月はかなりの減収であったが、２～３か月先は新学期等で現状よりは回復してくるのではないか。しかし、現状大きな改善要因はなく、４月からの消費税増税等を考えると回復度合いは低調なものになりそうである。
		金融業（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要で景気が幾分持ち上がっている。
		金融業（従業員）	・建設業や不動産業では、業況回復の動きが続いている。その一方、小売業の業況は厳しく、業種間で偏りが生じている。先の見通しについては消費税率引き上げに対する懸念は強いものの、やや改善しているようである。
		金融業（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要により自動車、住宅を中心に堅調である。４月の消費税増税で大きな落ち込みがなければ、本格的な回復を迎える。
		税理士	・アメリカでは日本車が売れているが、新興国、中国の景気がどうなるか分からないので懸念している。日本ではアベノミクスで上場企業が最高益を出してきているが、中小企業までは下りてきていない。海外で製造して日本に持ってきているということもある。政治に期待して、先行きは少し良くなっていく。
		経営コンサルタント	・駅前に10戸の貸しビルを持つオーナーの話では、借り手は小規模事業者や創業者であるが、かなりの期間３戸の空室が埋まらず困っていたところ、ここへきて２戸決まった。残る１戸についても、以前より問い合わせが多くなっているので、決まるまでそれほど時間がかからないのではないかとのことである。
		経営コンサルタント	・サービス業、消費者対象の事業に活況感が出てきているようで多少良い方向に動いているのではないか。
		その他サービス業［廃棄物処理］（経営者）	・消費税増税前までは取引が活発になる様子である。しかし、４月の増税後は不透明である。
		その他サービス業［警備］（経営者）	・３月までは受注増になり、業績はやや良くなる。
		その他サービス業［情報サービス］（従業員）	・年度末が近いこともあると考えられるが、公団マンションのインターネット環境整備の受注件数が若干伸びてきており、当面の間、この傾向が継続する。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・消費税増税までは景況感に変化がないと思う。
		繊維工業（従業員）	・今年の福袋は多くが売れ残ったという情報もあり、冬物のバーゲンが早くも終わったが、結果は大分低迷した様子である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末の仕事が増加する関係で多少良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・４月からの消費税増税の影響があると思われる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・世の中はアベノミクスで景気が良くなるのではないかという期待を持っているようだが、現実の景気は全く変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・３月ごろまでの受注はかなり増えているが、４月以降の動きがどうなるのかは分からない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・経済活性化の情報はいろいろ出ているが、現実に中小零細企業に波及してくるような流れがまだ起きていないので、決して先が明るい状況ではない。
		その他製造業［鞄］（経営者）	・４月からの消費税増税に対する警戒感で、商品や品質の確認など技術面でも非常にシビアになってきているので緊張感を持っている。
		建設業（経営者）	・景気対策が確実に実行されていない。
		輸送業（総務担当）	・年度末までは今のまま続くと予想しているが、新年度から消費税増税に伴い、どのような荷動きになるのか不安である。
		金融業（支店長）	・どの業種も４月からの消費税増税後の先行きがまだ見えないということと、価格に転嫁できるのかという不安がある。現在の売上は若干良くなっているが、先行きはあまり変わらないのではないかと思う。
		不動産業（経営者）	・古い物件の募集をどう進めていくかが当社の業績を左右する今後の課題となる。

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
		不動産業（総務担当）	・オフィスビルの新規入居希望テナントはやや増加傾向にあるが、成約決定までに要する時間がかなり長くなっている。恐らく水面下で競合ビルと条件面での駆け引きが仲介会社間で活発化しているからだと思われる。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による広告宣伝の受注を狙えると思っているので景況感は変わらない。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		税理士	・３月までの時限なのでそろそろ落ち着く傾向にあると思われるが、高額品以外はそれほど影響を受けない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・２～３月もこの状況が続くが、４月以降が全く見えていない。年度内のプラス影響で落ち込む傾向だと考える。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・街中では景気が良くなっていると思うようなところはあるが、消費税増税前にもかかわらず売上、受注量共に前年同月より少ない。
		金属製品製造業（経営者）	・４月以降の消費税増税による影響がどのくらい出るか懸念している。
		金属製品製造業（経営者）	・２月の仕事まではあるが、それ以降大きな仕事の予定がない。先行きが本当に心配である。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税増税の反動はどのくらいか見当がつかないが、いずれにせよ、今より増えることはない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社のような部品屋はメーカーから距離があるので、消費税増税前の駆け込み受注の分はもう終わってしまっている。
		その他製造業［化粧品］（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がみられる。
		建設業（経営者）	・消費税増税のほか、来年度も職人不足と単価上昇が続きそうだからである。
		建設業（経営者）	・消費税増税後の景気後退が懸念される。
		建設業（従業員）	・４月からの消費税増税が影響してくる。
		建設業（経理担当）	・現在行っている仕事は消費税増税前の駆け込み需要による案件と25年度の補助金絡みがほとんどで、これが完工すると仕事が一段落してしまい、その反動で仕事量が急に落ち込みそうである。
		輸送業（経営者）	・消費税増税ですでに買い控えが起きているという話があるし、価格に転嫁できるかというような議論もしているようなので、一時的に景気は悪くなるのではないかと思う。
		輸送業（総務担当）	・今まで継続して行っていた業務が４月より一部規模の縮小、統合があり、売上が減少する。消費税増税後の物流への影響もあり、厳しい状況になる。
		通信業（広報担当）	・短期的には消費税増税の影響を受け、業績はやや悪化する。
		金融業（役員）	・消費税等の負担増がいよいよ現実的になってきて、経営者の行動がやや様子見となっている。
		広告代理店（従業員）	・毎月継続して売上のあった仕事がなくなり、前年比で売上減が続いている。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税の関係で、新年度上期は宣伝予算の縮小の話が多い。
		経営コンサルタント	・消費税増税の影響が懸念される。
		その他サービス業［映像制作］（経営者）	・材料費が高くなっており、消費税増税があって受注量が増えるとは思えないので、景気は良くならない。
		その他サービス業［ソフト開発］（経営者）	・消費税増税前でこの状態のため、増税後は落ち込むのではないかと思う。
	悪くなる	広告代理店（経営者）	・政府が盛んに景気回復をアピールしているが、実感は全くない。期末需要も全く見込めない。そのような実感だから消費税増税が恐ろしい。税金で土建業の仕事を無理矢理作ったり、う回させて大企業の損益分岐点の下方圧縮に寄与するような政策の効果は景気に影響を与えない。
		その他サービス業［ビルメンテナンス］（経営者）	・４月からの契約については、元請先から減額要請があるので業績悪化が見込まれる。
雇用関連 (南関東)	良くなる	新聞社［求人広告］（担当者）	・年度替わりということで、例年同様かなり期待できる。計画としても14、5件は話をもらっている。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人数、求職者数共に増加傾向にある。そのため、派遣労働人口が増加し、人材派遣市場は活性化する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・アンケート調査で採用数を増やす企業が多くなっている。また、次年度の採用活動時期が変更されることもあって産業界、大学とも対応に苦慮しているが、人材業界としては少し上向きと感じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・消費税が上がることによって、増税前は多少景気は良くなるが、その後は悪くなるのではないかと思う。周辺でも大きな買物を済ませようとしている人が多い。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が増加に転じ、前年同月比で新規求職者数の減少幅が縮小してきているため、緩やかに雇用情勢は改善する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・監査法人をはじめ採用を増やす企業が多くなってきた。しかし、雇用の流動化を止めることにはならない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税増税の影響は年後半では持ち直すとみられているようで、慎重ではあるが採用者数も増加傾向となる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税率が上昇することもあり、建築、自動車、家電の販売業者に話を聞いたが、建築は消費税８％になる前の締切で、駆け込み需要は終わったのではないか、自動車はまだ若干売れているが一過性のものではないかという話だった。家電はオリンピック頼みだけどあまり期待できないということである。一過性の売上増、消費税増税前に買ってしまおうという駆け込み需要があるものの今後もそれが続くとは思えないという人が多い。
		人材派遣会社（社員）	・各業種の顧客へヒアリングをしたところ、消費税増税が直接、企業の採用活動を抑制する要因にはならない様子である。各業種とも４月以降も採用活動が続く見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの求人数は多いが、採用が厳しい状況が続きそうである。
		人材派遣会社（社員）	・おう盛な人材需要が継続すると考えられる。
		人材派遣会社（社員）	・２、３か月で景況感に変化が出るような要素はない。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数と求職登録数との反比例が続き、成約に至らない状況が続きそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・現在、採用数は少しずつ増えている。消費税増税による影響が出始める懸念をぬぐいきれない。
		人材派遣会社（支店長）	・ここ２か月求人数があまり変わらず、一服感がみられる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・消費税増税前の消費販促などの動きが期待したほど多くない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きがやや増えてきている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、効果が読めない。
		職業安定所（職員）	・更新求人ばかりで、設備投資に伴う新規求人数があまり増加していない。
		職業安定所（職員）	・常用雇用が伸びない中で、消費税増税や円安等による各種商品の値上げが予定されていることから、良くなっていく実感が持てない。
		職業安定所（職員）	・消費税率の引き上げでどのように経済環境が変わるのか予想ができないので難しい。求人数が増えても、内容がすぐに改善されるとは考えにくい。
		民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税がどう影響するかは見えないが、企業はそれを見込んで採用枠を決めているので３か月では変わらない。影響が長引くようであれば悪化が懸念される。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の採用意欲に陰りが見えない。
		学校［専修学校］（就職担当）	・新年度に向けた採用状況調査を実施しているが、今年度と比較して新規採用、採用数増員を決定している企業は微増である。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	－	－

５．東海（地域別調査機関：三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連（東海）	良くなる	商店街（代表者）	・オリンピックの開催が決まり、その効果で景気はどんどん良くなる。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が発生するのは２、３月からと考えていたが、年末あたりからその兆しがみられ、年度末に向けて需要は更に高まり、景気は確実に上昇局面となる。
		百貨店（販売促進担当）	・３月末まではアベノミクスの効果や消費税増税前の駆け込み需要による好景気が続くと予測している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・３月中は消費税増税前の駆け込み需要が高まり、これまでの高額な耐久消費財よりも、むしろ日常使用するものの購買が活発になる。特に女性には生活防衛本能が働き、支出すべきものと抑えるものが区別され、売れるものと売れないものの差がはっきりと表れる。
		スーパー（販売担当）	・４月から消費税が増税となるため、駆け込み需要が見込める。
		コンビニ（店長）	・暖かくなって人出が増えてくる。新入学生や新入社員等がいるため、希望的観測を含めて良くなるとみる。
		衣料品専門店［紳士服洋品］（売場担当）	・２、３月に関しては、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化するため、前年をはるかに上回る販売台数を記録する可能性がある。フェアの期間に関係なく、新車を検討している客の来店が多くなっている。また、中古車市場が高騰しているため、新車を購入する客が増えてきているのも最近にはなかった状況である。
	やや良くなる	一般小売店［電気屋］（経営者）	・消費税増税前の駆け込み購入を見込んでいる。
		一般小売店［自然食品］（経営者）	・消費税率が上がる前に駆け込み需要があるという声の一方で、変わらないという声もよく聞く。冷静に判断している消費者も多いようであり、消費税増税前の駆け込み需要は考えていない。
		一般小売店［贈答品］（経営者）	・１～３か月先は、消費税が増税となるため自分のためのプレゼント需要は増える。しかし、反動による落ち込みもあるためプラスマイナスでは変わらない。自分への消費は増えているが、全体的なプレゼント需要は減っている状況である。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税前までは引き続き単価の上昇傾向が続き、売上は好調に推移する。
		百貨店（経営企画担当）	・少しずつ消費税増税前の駆け込み需要などを感じられるようになるとともに、紳士物を中心に衣料品の動きも例年になく良い。良くなる伸びしろがあると感じる。
		百貨店（販売担当）	・正月の来店客数は予想より多く、客からは購買意欲を感じる。
		スーパー（店長）	・消費税率が上がるまでは、このままの良いムードが更に良くなっていくように感じられる。
		スーパー（店長）	・当地は自動車産業の城下町であるが、春闘ではベースアップも予想され今後の景気に好材料と考えられる。
		スーパー（店員）	・消費税増税後の影響がどう出るか様子見が必要である。しかし今の様子をみていると、極端な反動は出ないように思う。
		スーパー（総務担当）	・年末の食品全体の売上は前年並みを維持している。節分の恵方巻の予約数も、現在のところ好調に推移している。
		スーパー（支店長）	・アベノミクスの効果と消費税増税前の駆け込み需要で、さらに上昇する可能性を感じる。
		コンビニ（店長）	・消費税率アップ前の駆け込み需要があると期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・これから気候が良くなってくるため、来客数が増えてくる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前には買換え需要が多くありそうである。現段階では４月からの反動減は予測できない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税までは駆け込み需要で伸びる。
		乗用車販売店（従業員）	・３月までは消費税増税の駆け込み需要があり景気は良くなる方向であるが、その先は一旦反動がある。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が、新築住宅、分譲住宅、リフォーム物件等で増大している。また、官公庁工事を含め建築物の新築工事が多くなってきている。
		その他専門店［雑貨］（店員）	・３月中は、消費税増税に伴う駆け込み需要がある。
		その他専門店［雑貨］（店員）	・消費税増税前であることも手伝って、衝動買いに走っているところがある。
		都市型ホテル（支配人）	・取引先からは、忙しくなったとの声を聞く。円安などで仕入価格がじりじり上がっているが、価格転嫁が進まない。
		通信会社（サービス担当）	・年度替わりに伴い、転勤等の移転とともに新規申込が増えるので、今よりは良くなる。
		通信会社（営業担当）	・設備の増設とともに同機能で安価な設備への投資が重なり、引き続き増加傾向が続く。

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

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

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［食品］（経営者）	・３月末くらいまでは現状の景気で推移する。一部の業種を除けば賃金引上げは厳しい上に、輸入原材料も高止まりの状態である。この状況では４月の消費税増税を機に景気は落ち込み、落ち込みはしばらく続かざるを得ない。
		百貨店（売場主任）	・今から消費税増税前に高い靴を買っておこうとする客が多い。１月末にはクリアランス商品も縮小し２月はまだ春物も出ておらず品薄状態になるため、売上は減少する。３月になると春物商品が出てくるため、少しは売上が回復するかもしれないが厳しく、これからは落ちると思う。
		スーパー（経営者）	・４月から消費税が増税となり駆け込み需要が終わった後には消費が低迷する。消費税増税と年金引下げがダブルで家計に影響し、生活者は節約志向となり消費は一段と厳しくなるため、景気は短期的にはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があると思うが、それ以降は逆に少し冷え込むと予測する。また各種の値上げが次々と発表されており、今後も続けば非常に厳しい状況が継続すると感じる。
		スーパー（営業企画）	・消費税率の引き上げ直前までは耐久消費財や高額商品に家計支出が向かい、食料品を扱う業種では、駆け込みによる特需の恩恵はほとんどない。４月以降しばらくは買い控えが顕著になり、消費は冷え込む。
		コンビニ（企画担当）	・消費税増税の影響は、日用品や食料品では短期間だと思う。まとめ買いと言っても、生鮮品は長くは持たないため、せいぜい２週間分、グローサリー（日配食品など食品雑貨）で１か月分というところである。高額品は半年以上にわたって大きく落ち込む。
		コンビニ（店長）	・給与の引上げは大企業だけで中小企業には無関係という人が多い。消費税増税の影響で、たばこを始め消費が落ち込む。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税による買い控えの発生で、来店頻度の低下が予想される。
		家電量販店（店員）	・消費税増税後、４～６月くらいまでは家電製品の販売にかなり影響があると思われる。全体では10%以上の落ち込みを予測する。
		家電量販店（店員）	・円安による海外での動向も影響するかもしれないが、国内的には、消費税増税による駆け込み需要後の節約ムードが一番心配である。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の効果も２月までと思われる。３月以降から４月に入れば、一気に落ち込んでいくことが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税を頭に浮かべ、必要最低限に出費を抑えることを考える人が多い。
		乗用車販売店（従業員）	・３か月後には消費税が増税となるため、その影響が出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・受注の先食いが相当あるとみられるので、４月以後の落ち込みが非常に懸念される。来年度の給料がどれくらい上がるかが問題との話をよく聞く。
		乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税後の反動減は避けては通れない。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税により販売量が減る。
		その他専門店［貴金属］（営業担当）	・消費税の増税が影響する。
		その他小売［ショッピングセンター］（営業担当）	・消費税増税後は、消費動向が著しく悪くなると考える。
		一般レストラン［居酒屋］（経営者）	・消費税の増税により売上が減る。
		その他飲食［仕出し］（経営者）	・消費税増税で、確実に財布のひもは固くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税により消費が上向くのか停滞するのか世間が注目している。増税後により消費者が消費に慎重になる懸念もあり、今の状況より低く推移することも充分に考えられる。消費者が経済の先行きに疑心暗鬼になり、そのような状況下で経済活動が行われるため、今よりもやや悪くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税により消費者マインドの低下が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・旅行業界においては消費税増税前の駆け込み需要はないようである。消費税増税後は、景気が停滞する。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み受注がなくなってきている。客の中では、３月中に間に合わなければ様子をみようとする動きがある。
		観光名所（案内係）	・新年度に入ると消費税増税やその他の値上げが多くなりそうである。従って、世間一般では景気は良くならない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体での低単価・薄利多売の傾向と消費税増税を踏まえた客の支出抑制のためやや悪くなる。
		理美容室（経営者）	・消費税の増税があり、景気は良くならない。
		美顔美容室（経営者）	・毎年２、３月は売上が減少する。対抗策として消費税増税前に化粧品の購入を促す予定である。
		美容室（経営者）	・実際に消費税増税が実施されるにあたって、客の財布のひもは固くなる。
		その他サービス［介護サービス］（職員）	・消費税増税の前後で、販売量の動きやコストのかけ方などが大きく変わってくると想定している。
		設計事務所（職員）	・大手企業はともかく中小企業では景気の良い話は全く聞かない上、消費税増税も気にしている状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率が上がってからの方が、競合により値引きが期待できると考える人も多少はいるであろうが、結果的にそういった人からの発注は少なく、建築物への投資意欲は減少する。
		その他住宅［住宅管理］（経営者）	・企業も個人も管理契約にはシビアで、企業所有者以外は、オプションを極力排除して契約を結ぶ。この先も厳しい状態が続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
		一般小売店［書店］（経営者）	・消費税が増税となるため、４月になると大幅に売上が落ちるのではと心配している。その割に３月も需要は伸びないと思う。
		一般小売店［酒類］（経営者）	・消費税増税により、客が外食を控える傾向がますます強まると考えられる。
		百貨店（企画担当）	・現状、売上を後押ししている要因として、いわゆるアベノミクス効果と消費税増税前の駆け込み需要が考えられるが、好調な動きを見せているのは、価格帯としては中価格帯から高価格帯のアイテムが多い。このことからも数か月後には反動減が見込まれ、景気が悪くなることが予測される。
		百貨店（販売担当）	・受注商品の中には３月中の引き渡しが既に難しいものも多く、４月以降は消費税増税の影響を受けるため、大きく落ち込む。
		スーパー（店員）	・消費税が増税となるため、毎日の買物は少しでも安くしたいと思い、確実に買い方が変わる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税が控えているため、その前に多少は売上が上がるであろう。増税後は、たばこを中心にコンビニ主力商品である弁当等の価格も上がるため、より単価の安い商品が買われる。
		乗用車販売店（従業員）	・車種によっては、消費税増税前の３月納車に間に合わない車も出てきており、増税前に間に合わないなら見送ると、買い控える客も徐々に出てきている。
		高級レストラン（役員）	・法人利用は横ばいの予測であるが、個人利用は消費税増税前の耐久財・半耐久財の購買が急速に進み、その影響で高単価業態を中心に一時的な外食離れを起こすと予測する。
		一般レストラン（経営者）	・外食の頻度、使用金額が減る。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税前には多少の駆け込み需要は期待できるにせよ、消費者は賢くなってきており、トータルでの節約志向が更に加速する。
		テーマパーク（職員）	・予約などが少ない。
		理容室（経営者）	・消費者は余分な金は使わないため、これからも景気は良くなるとは思えない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税による買い控えを心配している。
企業動向関連	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の増加による。
	やや良くなる	化学工業（総務秘書）	・消費税増税の駆け込み需要の反動は、数か月の短期にすぎないとの論調が強く、世間もそれを受け入れている。

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
（東海）		一般機械器具製造業（営業担当）	・先月までは米国系大手ＥＭＳ（電子機器受託製造サービス）でも設備投資縮小やプロジェクトの凍結など暗い話題が多かったが、今月に入ってからは新製品の問い合わせなど、設備投資に前向きな商談が増えている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がほとんどみられないので、その後の落ち込みもないと予想する。また、建設業界の人手不足により、施工価格も現状を底にして徐々に上がっていくと期待する。
		輸送業（従業員）	・消費税率が上がるまでは、景気は緩やかながら好調を維持するが、引上げ後はしばらく消費全体が落ち込むと予想される。また、円安によりトラックの燃料である軽油価格の高止まりが経営を圧迫することが懸念材料である。加えて高速道路料金の実質値上げは、景気の停滞に結び付く。
		輸送業（エリア担当）	・これから数か月で人件費と燃料費のダブルコスト高も解消され、荷物の増量がそのまま利益になる。
		行政書士	・荷動きはあるが、燃料費が上がっていることとドライバー不足が大変という声を業者からは聞く。
		その他サービス業［ソフト開発］（社員）	・年度末に向けて予算執行が活発になり、今期中に発注の案件が増加する。
	変わらない	金属製品製造業（経営者）	・見積り件数が増加していないことから、横ばいと予想する。
		金属製品製造業（従業員）	・ターミナル駅周辺再開発など大型プロジェクトが端境期を迎え、仕事の谷間になる懸念がある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、販売量が高水準で安定している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米国の金融引き締めと国内の消費税引上げの影響がどこまで表れるか不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・消費税増税前の３月までは、設備投資関係の仕事が安定してあるものと思われるため、一定の売上が期待できる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の様子から、このまましばらくは微増の状況が続いていく。
		建設業（経営者）	・アベノミクスは大企業のための政策であり、大企業や下請企業の景気が良くならなければ、小さなリフォーム会社まで仕事が回ってこない。アベノミクスが効果を発揮して３～４年後にやっと当社のような規模の会社に仕事が回ってくるのであって、すぐには庶民を助ける力にはならない。
		建設業（営業担当）	・仕事の取引に消費税の増税が影響する。企業努力をしたところで、必ずしも増税に対応した金額はもらえない。テレビで言われるような景気の良さは、地方やサービス業では実感が乏しい。
		輸送業（経営者）	・荷主企業の各社は消費税増税による影響を読みきれない様子で、増税前後での物量変動への迅速な対応を求められても、事前に手の打ちようがない状況である。
		輸送業（エリア担当）	・燃料費が前年と比較して１リットル当たり10円60銭も値上がりし、荷動きが良くなっても帳消しである。
		輸送業（エリア担当）	・運送業界は世の中の景気の流れから２～３か月ほど後に影響を受ける傾向がある。建設業を中心としたにぎわいや受注件数の増加が当業界へ波及してくるのはまだ先であると思う。建設業の動きは製造業に結び付いているわけではないため、運輸業界に波及してくるとしても、それほど大きくない。
		通信会社（法人営業担当）	・景気の回復を実感できる状況が見通せない。
		金融業（企画担当）	・円安、株高が一服している。更なる景気回復にはもう一段の株価高、円安が必要である。
		不動産業（経営者）	・消費税増税後は一時売買を控えることになろうが、いずれ現状に戻ると思う。
		不動産業（用地仕入）	・今以上に景気が良くなる要因が見当たらない。
		不動産業（管理担当）	・中小企業向けのオフィス賃貸事業は停滞が続いており、景気が良くなるか悪くなるかは、今後もうしばらくみてみないとわからない。
		広告代理店（制作担当）	・消費税増税までは現状を維持すると思うが、４月以降はどうなるか、まだ予想がつかない状態である。
		経営コンサルタント	・地価の底入れ傾向が当地域でもみられるようになってきた。景気は底堅く推移していくと考えられるが、先行きとしてはまだまだ不安定要素が大きく、どうなるかはわからない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		会計事務所（社会保険労務士）	・消費税増税に備えて消耗品等の買いだめをするところはあろうが、一部には４月以降に在庫を安く放出するのではという期待から、４月以降の購入を考えているところもある。税率が引上げられるのだから景気が良くなるとは思わないが、極端に下がることもない。
		その他非製造業［ソフト開発］（経営者）	・円安の為替相場に調整が起こるのか、当分このままの状態が続くのか判断に迷う。貿易収支の悪化をマスコミが取り上げ始めたが、収支改善には円高になることが必要であり、悪化の流れは簡単には改善されない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税後は、消費マインドの冷え込みが避けられない。特に、し好品を扱う業種にとっては一層厳しい落ち込みが予測され、せめて落ち込み後からの早期の回復を期待する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・原材料の値上げが発表され、更に消費税が増税となるためとても厳しい状況になる。
		印刷業（営業担当）	・景気は悪くなる一方である。４月から消費税が増税されるため、それ以降も厳しい状況である。
		化学工業（総務担当）	・消費税増税前には売上がやや上向くと思うが、増税後の売上の反動減と原料価格高騰及び電力の値上げにより、利益確保が厳しくなる。
		化学工業（人事担当）	・消費税が増税になるので、景気は先行きやや悪くなる。ただし、その影響は限定的で、それよりも海外の状況や為替の影響の方が明らかに大きい。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・業績回復の要となっている製品はスポット的な要素が強いので、３か月後には受注量が非常に少なくなっている可能性がある。
		鉄鋼業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み受注による盛り上がりが、１月中旬以降一服している。土木建築では３月末までの工事に追われ、新たな発注がほぼゼロに近い。持続的なけん引役を失い、失速感が広がる可能性が出てきている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税の影響による買い控えが出てきて、来期は厳しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在は売上も増加しているが、消費税増税前の駆け込み需要の物件が非常に多く、３か月後には減少し停滞する。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費税増税の影響がどれくらいかは不透明ではあるが、現在の良好な販売量からの減少は免れない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・消費税増税で景気が下降する。業界では、４月以降は具体的にはどのようになるかはわからないが、落ち込むであろうと考えている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・消費税増税に伴う取引量の減少による。
		建設業（経営者）	・消費税増税後は一気に景気が落ち込むことが予想される。したがって所要の対策が実施される事を期待する。
		金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要によって現在の好調があるため、そのギャップが４月以降に表れることを心配している。景気は結構悪くなってしまうのではないか。
		新聞販売店［広告］（店主）	・消費税増税で、新聞購読・折込広告ともに減ることを覚悟しなければならない。
		公認会計士	・大企業の業績回復に関する報道が多いが、中小企業の業績には変化がない。むしろ円安による原材料価格高騰、電気料金の値上げに伴うコスト増分を大企業への販売価格に転嫁することが困難なこと等により、中小企業の業績見通しは厳しい。消費税増税前の駆け込み需要の反動による需要減退局面を予想する。
		会計事務所（職員）	・円安の影響でガソリン等燃料費は高値が継続しており、他の輸入品も値上がり傾向にある。消費者の財布のひもはますます固くなるばかりである。景気の先行きは、賃金が上昇するか否かにかかっている。
	悪くなる	金融業（法人営業担当）	・消費税率引上げ以降は、駆け込み需要の反動から、自動車部品関連等の生産も減少が見込まれる。
雇用関連（東海）	良くなる	－	－
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・引き続き求人案件が増加傾向にある。
		人材派遣会社（支店長）	・求人ニーズや採用数は堅調に推移しており、４月以降も回復が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・輸送用機器製造業の求人が劇的に増えている。また、派遣法の改正を受けて、企業では優秀な人材は直接雇用で採用する動きが出る可能性が高く、転職も有利となって人材の動きは活発化しそうである。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加と新規求職者の減少から先行きもやや良いとみるが、４月以降の先行きはみえない。
		職業安定所（職員）	・求人数は依然として前年同期比で増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・１月下旬～２月は、新年度からの人材を中途採用で確保するために企業が最も動く時期であるが、その状況から好景気がしばらくは続くと考えられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税で先行き一時的な停滞感はあるものの、雇用情勢の活性化により景気自体は上向きと想定する。
		その他雇用［広告代理店］（求人広告担当）	・変化はあまりないが良くなる兆候は出てきているように感じる。求人広告も、若干ではあるが増えている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・同業者で情報交換を行っているが、求人はあるが紹介できる人材がほとんどおらず、いたとしても50代以上という状況が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・大きな景気回復要因が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響はあると思うが、大きな落ち込みはない。
		職業安定所（職員）	・医療、福祉やサービス業、建設業、運輸業では求人状況が改善している。円安や消費税増税が景気に与える影響に不安感を抱いている様子がうかがえる。
		職業安定所（職員）	・３月末までは良い状況が変わらないと思うが、消費税増税後は不透明である。
		職業安定所（職員）	・消費税増税を控え、若干の駆け込み需要があるので現状は維持されていく。
		学校［専門学校］（就職担当）	・周囲の就職活動者は、内定辞退による未内定者を除けば、ほぼ内定を得ており、採用活動も次年度卒業者へ移行していると感じる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営企画）	・消費税の増税、新興国での信用不安の影響を懸念する。
		人材派遣会社（社員）	・派遣法改正案の動きにより、派遣スタッフにとっては、派遣労働は雇用が安定しない働き方と映る可能性が高い。
		人材派遣会社（社員）	・今月が良すぎるため、先行きは、例年並みではあるが今月と比べるとやや悪くなる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動を予想する。
		職業安定所（職員）	・企業からの聞き取りでは、前年と比較すると増収増益となっているが、消費税増税の駆け込み需要が減少する４月以降は冷え込みがあり、先行きの不透明感が強い。
		職業安定所（職員）	・現在は、消費税率引上げ前の駆け込み需要があり、自動車関係の製造業から派遣求人が増えているが、期間社員やパート求人が多い。企業も４月以降の仕事量には不安を抱えているため、求人が減少する可能性がある。
	悪くなる	新聞社［求人広告］（営業担当）	・消費税増税前の３月の駆け込み需要をピークに景気後退が予想される。後退の程度や回復までに要する時間は、現状では予測できない。

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、〇：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （北陸）	良くなる	一般小売店［精肉］（店長）	・４月の消費税率引上げ後の売上状況については不透明であるが、当該税率の引上げまでの間は売出しを予定していることもあり、売上は増加すると考えている。なお、今後２～３か月先の状況については、全体としては今月より良くなると予想する。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・例年より春物商材の展開が早期化しており、天候や気温が今月と同様の状況が推移すれば、３月まではプラスの要素が大きいと判断している。今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・２～３月については、消費税率引上げ前の時期であることから、駆け込み消費をかなり期待している。具体的には、一般的な耐久消費財といわれている大型商材である家具や敷物などへの動きがかなり出ると予測している。ただし、４～５月においては、駆け込み需要への反動が発生することが想定される。なお、今後２～３か月先の状況については、全体としては今月よりやや良くなると予想している。
		百貨店（営業担当）	・３月までは消費税率引上げの駆け込み需要により、景気は良くなると考えている。なお、４月以降については、駆け込み需要の反動に伴い、目的外の商材などに対する客の購買意欲が低下することから、景気が低迷すると想定している。なお、全体としては、今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・特に高単価な商材を中心に消費税率引上げ前の駆け込み需要を見込んでいることから、今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると想定している。
		スーパー（総務担当）	・今年の３月においては消費税率引上げ前に伴う特需が発生すると想定しているが、同年の４月以降については買い控えが発生し、当該傾向は同年の５月まで継続するものと考えている。なお、今後２～３か月先の状況については全体としては、やや良くなると予想する。
		家電量販店（店長）	・今月の売上状況については、パソコンは今年４月に代表的なＯＳの旧バージョンのサポートが終了することに起因して、また、冷蔵庫や洗濯機などの生活家電については消費税率引上げ前の買換え需要に伴い、増加傾向にある。なお、クリーナーにおいては、掃除用ロボットや充電式スティックタイプなどの用途別による複数台の購入が増加していることから好調な傾向にある。今後２～３か月先の状況については、全体としてはやや良くなると想定している。
		乗用車販売店（従業員）	・今年４月の消費税率引上げ前の駆け込み需要に期待をしていることから、今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		住関連専門店（店長）	・今年４月の消費税率引上げに伴う駆け込み需要により、売上が増加すると想定しているが、その反動を懸念している。なお、今後２～３か月先の状況については、全体としてはやや良くなると予想する。
		その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・今年の４月の消費税率引上げ前における季節の生活商材などへの需要の増加については大きな期待を持っている。今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		タクシー運転手	・現状においては、同業者以外の客から、消費税率引上げ前の駆け込み需要に伴い仕事量が増加しているという声を聞く機会が多い。今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると予想している。
		通信会社（営業担当）	・未成年者における携帯電話の所有者が増加傾向にあることから、春先の学生向け販売については例年ほど期待できないが、今後２～３か月先の状況については全体としては今月よりやや良くなると予想している。
		通信会社（店舗統括）	・今後２～３か月先の状況については、新商材の発売や新学期に向けての需要に伴い、売上の増加が見込まれることから、今月よりやや良くなると予想している。
		通信会社（役員）	・１月は例年加入申込者数が落ち込む月ではあるが今年は順調に推移した。また、例年３～４月は当該申込者数が増加する時期であることもあり、今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると想定している。
		その他レジャー施設（職員）	・新年度の開始の意識が高まることに伴い、見学者や体験者の増加が見込まれ、当該客による入会者数の増加を期待している。今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると考えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・都会においては高額商材が売れ始めたとの声も聞くが、地方では同様の状況が見受けらていない。なお、今後２～３か月先の状況については、消費税率引上げ前の駆け込み需要を見込める業種は良いが、当店を含む当該状況を見込めない業種においては、当該税率の引上げ後に想定される売上の減少分をカバーできる状況にはないと考えており、今月とほとんど変わらないと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・今年４月の消費税率の引上げ前の同年３月においては、駆け込み需要による売上の増加を想定している。ただし、同年３月には競合店のリニューアルが予定されていることから、当該月の売上については、今月と変化がみられないと考えている。また、当該税率の引上げ後の４月においては、買い控えの発生を懸念しているが、今後２～３か月先の売上状況については全体としてはほとんど変わらないと予想する。
		スーパー（店長）	・今月の売上状況については今一歩の状況下にあるが、２～３月において季節的な催事を予定している。なお、当該業界においては、他の業界と異なり景気は上向き状況にはなく、今後２～３か月先の状況についても、全体としては今月とほとんど変わらないと想定している。
		コンビニ（経営者）	・今年４月の消費税率の引上げの影響もあり、たばこなどの商材の売上は一時的には急増するが、当該状況よりも財布のひもを締める客が増加するように考えているため、今後２～３か月先の状況については売上が増加するとは考えられない状況下にある。また、４月は競合店の近隣への出店予定もあるため、当該件を考慮しても売上が増加することは考えにくい。
		コンビニ（経営者）	・現在の状況が悪くなる要素も良くなる要素も見当たらないが、体育館などの施設があり、イベントが開催される立地であることから、例年よりもイベントの規模が大きくなるように祈っている状況にある。なお、全体としては、今後２～３か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		コンビニ（店長）	・コンビニエンスストア業界における過度の出店競争による店舗の飽和などにより、２～３年前より外的要因の変化が無い状況において売上が減少傾向にあったが、今月の売上については前年同月を下回らない状況となった。なお、当該出店競争については今後約１～２年続くと想定されるが、最近、当該業界における店舗については乱立から淘汰の状況に変化してきていることも起因して、今月の売上が前年同月を下回らない状況になったと考えている。今後２～３か月先の状況については、全体としてはほとんど変わらないと予想する。
		コンビニ（店舗管理）	・今年４月の消費税率の引上げの影響に伴い、消費マインドの冷え込みは必至であると想定している。ただし、充分な対応策を予定していることから、今後２～３か月先の状況については、売上の減少は回避可能となり、全体としてはほとんど変わらないと予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・現状は、当地の大手企業においても、給料の上昇についてはまだ困難な状況にあるとの発言をする人が多数である。なお、私の周囲においては、世間の報道と同様、株によりもうけている人が結構存在しており、１人でぜいたくをしているように見受けられる。今後は、このような流れが多数の人々へ浸透していくことを願っている。全体としては今後２～３か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		衣料品専門店（総括）	・最近の数か月間において、前年同月より、売上が多少減少傾向が続いているなかにおいて、増加傾向への好転要因が見当たらない状況下にある。また、当社の主要商材であるカジュアル衣料品については、消費税率引上げ前に急いで購入しなければならないほど単価が高くないこともあり、消費の優先順位が低いと考えている。今後２～３か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと予想する。
		その他専門店［酒］（経営者）	・今後２～３か月先の売上状況については、今月より悪くなる可能性はあるが良くなる可能性は少ないと考えているが、希望的な観測によりほとんど変わらないと予想する。
		その他専門店［ガソリンスタンド］（経営者）	・今年４月の消費税率引上げに伴う駆け込み需要への期待もあるが、現在ガソリン価格が高値傾向にあることもあり、先行き不安から、今後２～３か月先の売上状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		一般レストラン（統括）	・客は外食において高単価なものを求める傾向にあるが、今年４月の消費税率引上げに伴い、当該消費行動がどのようになるかは不明であることから、今後２～３か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・２～３月における予約数は前年同月を上回っているが、４月以降の消費税率引上げに伴う外出控え傾向の発生が心配要素である。なお、今後２～３か月先の状況については、今月とほとんど変わらないと想定している。
		観光型旅館（スタッフ）	・間際受けの状況は不明であるが、１～３月までの予約状況については前年同月比110～120%となっており、前年同月を上回る見込みである。なお、今後２～３か月先の状況については、全体としては今月とほとんど変わらないと予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後２～３か月先の予約状況については、前年同月を上回っていることから、売上については、今月と同様、好調を維持できると想定している。
		旅行代理店（従業員）	・今年４月の消費税率引上げ後においては、一時的に景気後退の可能性があると考えているが、金融面及び円相場の安定により、当該後退傾向が発生した場合においても、迅速に景気が回復傾向に戻るとも想定している。なお、今後２～３か月先の状況については全体としては今月とほとんど変わらないと予想する。
		通信会社（営業担当）	・今後２～３か月先はボーナス商戦期と重なるが、現状は客による新サービス及び新機種などへの関心は高いものの、今月は来客数及び販売量ともに前年同月とほとんど同様の状況下にある。今後２～３か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		通信会社（役員）	・通信環境の高速化が求められるなかにおいて、今年４月の消費税率の引上げを控えているが、通信契約の需要を変化させる性格のものではないことから、今後２～３か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		テーマパーク（職員）	・今後２～３か月先の予約状況をみると、今年４月の消費税率引上げの影響が起因してか、国内の個人旅行客及び団体旅行客ともに、前年同月と比較すると減少傾向にある。ただし、海外旅行客については、引き続き堅調に推移すると想定しているため、全体としては前年同月並みの水準を維持すると考えている。なお、上述のような状況は、旅行業界全体においても同様である。
		美容室（経営者）	・今年４月から適用される新しい消費税率への意識が浸透するまでは、客の現在の消費行動は変わらないと考えている。
		住宅販売会社（経営者）	・今月の客の動きを踏まえると、全体としては今後２～３か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率の８%への引上げが浸透し、抵抗感が薄れるまでには相当の期間が必要と考えている。なお、当該状況になるまでには、景気は徐々にしか回復しないと想定しているため、粘り強いユーザー対応が重要であると認識している。上述の件により、今後２～３か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今年４月の消費税率引上げに伴う影響が発生することが想定されることから、今後２～３か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		一般小売店［事務用品］（店員）	・今後２～３か月先の状況については、４月の消費税率引上げに伴う買い控えが始まり、これまで前倒しで商材が動いたことから、売上が減少傾向になると想定している。
		一般小売店［鮮魚］（従業員）	・今年４月の消費税率引上げの影響に伴い、節約を意識した外食の手控え傾向は確実に発生すると想定している。
		一般小売店［書籍］（従業員）	・今年４月の消費税率引上げの影響は大きく、売上についてはこれまで以上に減少すると想定している。
		百貨店（営業担当）	・今後２～３か月先の状況については、今年４月の消費税率引上げ実施の影響に伴い、ファッションアイテムの売上減少が想定されることから、全体としては今月よりやや悪くなると予想している。
		スーパー（総務担当）	・今年４月の消費税率の引上げに伴い、同年３月後半より食品などにおける駆け込み需要が発生すると考えているが、同年４月以降に想定される節約志向による影響を一層懸念している。今後２～３か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（統括）	・今後２～３か月先の状況については、今年４月の消費税率の引上げ前に保存可能な商材を購入する傾向は発生すると想定しているが、不要なものを購入することは無く、食料品全体の需要については増加せず、やや悪くなると予想する。特に、４～５月の売上状況については、前年同月よりかなり減少すると考えている。
		スーパー（店舗管理）	・今年４月の消費税率引上げに向けての警戒が起因してか、前年同月と比較すると今月から買上数量が減少傾向にあり、また、客単価についても低下傾向にある。今後２～３か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率の引上げに伴う売上への影響を懸念している。今後２～３か月先の状況については今月よりやや悪くなると予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・当業界においては、今年４月の消費税率引上げを始めとしてマイナス要因しか見受けられないことから、今後２～３か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		家電量販店（店長）	・３月までは４月の消費税率引上げによる駆け込み需要に期待を持てるが、４月以降については駆け込み需要に対する反動が大きく発生すると考えている。なお、全体としては今後２～３か月先の状況はやや悪くなると予想する。
		乗用車販売店（役員）	・今年４月の消費税率引上げに伴い、同月１日以降は受注量及び販売量が大幅に減少すると想定している。
		自動車備品販売店（従業員）	・今年４月の消費税率引上げに伴う特需については期待が薄く３月の春タイヤ商戦の前倒しがあれば売上への期待ができるが、天候状況により変動すると考えている。今後２～３か月先の状況については、一層厳しい状況になると予想する。
		その他専門店［医薬品］（総務担当）	・売上については、２～３月は消費税率引上げ前の駆け込み需要に伴い増加が見込めるが、４月以降については駆け込み需要の反動により減少すると想定している。なお、今後２～３か月先の状況については、全体としてはやや悪くなると予想する。
		高級レストラン（スタッフ）	・当地においては約２か月後に知事選挙が実施されるが、それに伴い、法人の動きが鈍化することから、夜の売上が減少することを想定している。また、約３か月後の４月における消費税率の引上げについても売上の減少要因にしかならないと考えている。
		一般レストラン（店長）	・現状においては、地方と都会及び業種間における景況感の差により、全体としては景気が良いとは感じられない状況下にある。また、今年４月の消費税率引上げ後の消費者心理を考えると、今後２～３か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		スナック（経営者）	・今後２～３か月先の状況については、今年４月の消費税率引上げが客の心理にマイナスの影響を与えることが予想され、今月よりやや悪くなると想定している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・３月は、今年４月の消費税率引上げに伴う唯一の駆け込み需要となる婚礼部門において、前年同月の３倍の予約件数を確保しているが、４月以降の前倒し予約の様子がうかがえる。また、４月以降については、消費税率の引上げに伴いすべての価格へ転嫁が可能となれば良いが戦略的に据え置くものもあることなどから、一時的に売上が減少すると想定している。さらに、夫婦及び子供２人の世帯において、消費税率の引上げに伴い年間約７万円の支出が増加するとの試算もあることから、日々の食費にしわ寄せが発生することに伴う影響についても懸念している。今後２～３か月先の状況については全体としてはやや悪くなると予想する。
		旅行代理店（従業員）	・今後２～３か月先については、海外旅行については円安に伴う料金の上昇傾向や治安の不安定化などにより、また、国内旅行については消費税率引上げなどに伴い、旅行へ出掛ける動機付けがみえない状況下にある。また、団体客による受注型企画旅行への提案依頼も増加傾向にはない。上述の件により、今後の状況については、やや悪くなると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・今後２～３か月は歓送迎会や花見などにより人出は見込まれるが、今年４月に消費税率が８％へ引上げられることに伴い、タクシー料金についても改定が予定されていることから、消費税率の引上げ後においては、当初は節約志向により、タクシーの利用を控えると考えている。なお、今後２～３か月先の状況については全体としてはやや悪くなると予想する。
		通信会社（職員）	・今年４月の消費税率引上げの影響により、契約などに対する客の選択が厳しくなるケースが一層増加すると考えていることから、今後２～３か月先の状況については全体としてはやや悪くなると想定している。
		住宅販売会社（従業員）	・現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結時期の前年９月末の終了後においては、新築の受注は鈍化傾向にあることにより、今後においてもほとんど期待できないと考えている。なお、今後２～３か月先の状況については、ローコスト住宅やリフォーム需要の動向次第であると想定しているが、展示場への来場者数などの状況を考慮すると、あまり期待はできずやや悪くなると予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・今後２～３か月先の状況については、今年４月の消費税率引上に伴う駆け込み需要が一段落し、客の動きが緩慢になると考えていることから、やや悪くなると予想している。
	悪くなる	乗用車販売店（経営者）	・地方都市における自動車の需要量は限定されていることから、今年４月の消費税率引上げ前の駆け込み需要が終了することに伴い、販売は一気に落ち込むと想定している。今後２～３か月先の状況については全体としては悪くなると予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結期限を前年９月末に迎え、消費税率引上げに伴う駆け込み需要が終了したことによる影響が続くことから、今後２～３か月先の状況については今月より一層厳しくなり悪くなると予想している。
企業動向関連 （北陸）	良くなる	－	－
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・受注数量は改善傾向がみられるが、今後は加工賃の上昇への交渉が課題になると認識している。なお、賃上げ交渉は、アベノミクス効果を中小企業までに波及させるには必要な交渉であると考えている。今後２～３か月先の状況については全体としては今月よりやや良くなると予想する。
		繊維工業（経営者）	・今年の３月までは消費税率の引上げの影響により、受注は横ばいで推移すると考えている。また、同年４～６月は、国内における受注数は多少減少すると想定しているが輸出については期待できる。なお、今後２～３か月先の状況については全体としてはやや良くなると考えている。
		化学工業（総務担当）	・今後の受注計画により、生産量の増加を予定している。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅については、消費税率引上げに伴う経過措置により、前年10月以降来年３月末までの間に締結した工事の請負契約に基づき、来年10月以降に当該契約にかかわる引き渡しが実施される物件については、当該税率は８％が適用されることになる。今年の年末ごろまでは、当社の受注状況については増加傾向がみられ、今月よりやや良くなると想定している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内においては今年４月の消費税率引上げに伴う影響が発生するが、同年の秋には景気が回復すると想定している。また、海外については、引き続き受注量が増加していくと考えている。なお、全体としては今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		精密機械器具製造業（経営者）	・少なくとも今後数か月間における高価格帯商材の販売数については堅調な傾向にあると予想していることから、今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると考えている。また、新規分野における新製品の生産を予定していることから、現在、当該生産のための派遣社員数を増加している状況下にある。
		建設業（経営者）	・現状においては、平成25年度の公共工事の補正予算に伴う今年の２～３月における発注が発生しており、また、来年度の４月以降については新規工事の早期の発注が期待できる。今後２～３か月先の状況については、全体としては今月よりやや良くなると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（総務担当）	・技能工の不足や資材価格の上昇により無理な受注競争を避ける業者が多く、当面は低価格の受注競争は緩和傾向が続くと考えられる。なお、今後２～３か月先の状況については今月よりやや良くなると予想している。
		金融業（融資担当）	・今年３月末までは、消費税率引上げ前の駆け込み需要が一層盛り上がると想定される。今後２～３か月先の景気については、やや良くなると考えている。
		金融業（融資担当）	・最近の状況については、企業業績の回復や株式市場の好転に伴う心理的な変化により、節約疲れのある個人消費の回復につながっているように考えている。また、求人数についても増加傾向にある。あとは確実に、個人所得の賃上げが実施されるかが重要なポイントであると認識している。なお、今後２～３か月先の状況については全体としてはやや良くなると予想する。
		不動産業（経営者）	・個人客からの問い合わせについては２月を過ぎると発生し、また、３月ごろになると物件の問い合わせを含んだ様々な形の動きが想定されることにより、今後２～３か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・同業者のなかには売上が減少している企業が多数存在することから、当社における現在の販売量の増加傾向については、消費の回復に起因するものとは言い難いと認識している。今後２～３か月先の状況については当社においても状況が改善するとは想定し難いことから、全体としては変わらないと予想する。
		金属製品製造業（経営者）	・今後２～３か月先の受注の入り具合より、業況は変わらない予想している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外景気の影響などに伴い、円安ではあるが海外からの受注の増加幅は小さい状況下にある。また、国内の設備投資案件についても引き合いを含め単発であることから、今後２～３か月先の状況については大きな変化が見込めないと想定している。
		輸送業（配車担当）	・今後２～３か月先の状況については、今年４月の消費税率引上げに伴う影響が少なくなり、物量の動きが改善するとは想定し難い。
	やや悪くなる	司法書士	・前年末においては、今年４月の消費税率引上げ前の特需により、住宅に関する依頼業務が発生したが、今後については、反動減を予想している。今後２～３か月先の状況については、全体としてはやや悪くなると想定する。
		税理士（所長）	・給料については、大手上場企業においては上昇すると考えているが、下請の中小企業や販売業及び非正規労働者までに同様の傾向が波及することは想定し難い。なお、今後２～３か月先の状況については全体としては今月よりやや悪くなる予想している。今後は、４月に消費税率の引上げが実施されることもあり、収入の増加などの社会全体を盛り上げるような動きが重要なポイントになると考えている。
	悪くなる	－	－
雇用関連（北陸）	良くなる	－	－
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加に伴い、雇用失業情勢の改善が予想されることから、今後２～３か月先の景気についてはやや良くなると考えている。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・現状においては、有期雇用の派遣案件に対する求職者が少ないことから、当該案件への人材の手配が厳しい状況下にある。なお、今後２～３か月先の状況については、全体としては今月とほとんど変わらないと予想している。
		人材派遣会社（社員）	・最近は優秀な人材の確保を目的に正社員への採用を前提とした紹介予定派遣により募集を実施する企業が増加してきてはいるが、今後２～３か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員の募集が増加傾向にはないことから、今後２～３か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・今月のような人手不足感が継続することに伴い、企業活動が足踏みする懸念はあるが、今後２～３か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・今年４月の消費税率引上げの影響がどのように出るか不透明であるが、雇用失業情勢は２～３か月先も変わらないと考えている。
		職業安定所（職員）	・仕事は多忙であるが、燃料費や資材の高騰により利益率が低い状況にある企業が多数である。今後２～３か月先の求人数の状況については、全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・今後２～３か月先の状況については、当初は今年４月の消費税率引上げに伴う買い控え傾向が発生し、その後については販売価格が低下すると想定している。なお、全体としては、今月とほとんど変わらないと予想する。
	やや悪くなる	新聞社［求人広告］（役員）	・今年４月の消費税率の引上げが景気へ悪影響を与えることは確実であると考えている。上述の件により、今後２～３か月先の景気については今月よりやや悪くなると予想する。
	悪くなる	－	－

７．近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （近畿）	良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税対策の生活応援セールなど、増税前のまとめ買いを誘う企画による、売上増加の期待は大きい。また、４月以降も生活応援セールを開催する。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・春夏物スーツ、ジャケットなどの問い合わせが多い。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。自動車は取得税率が下がるものの、合計金額でみれば値上がりとなる。
		住関連専門店（店員）	・前回の消費税増税の際も、売上は前年比130％ほどで推移していた。春の季節需要と消費税増税前の駆け込み需要が重なり、いやが上にも実績は上ぶれする。
		その他専門店［食品］（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要はあると思われるが、４月以降に一時的な減収となった後、回復するかどうかが心配である。
		美容室（店員）	・消費税増税による動きが出てくるため、良くなるが、４月以降に関しては悪くなる。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・消費税増税前後の駆け込み需要と落ち込みでどう変わるかは不透明であるが、良くなることを期待している。
		百貨店（サービス担当）	・来月からは、消費税率引上げ前の駆け込み需要が本格化することで、高額商品が好調に推移する。ただし、４月以降の売上減少が懸念される。
		スーパー（店長）	・白物家電が好調となるなど、消費税増税前の駆け込み需要の動きも出てきている一方、先行き不安による買い控えや節約志向の動きもあり、明確に景気が回復しているとは言い難い。２、３月は確実に増税前の特需の動きはあると推測されるが、増税後の落ち込みの度合いが不透明であり、大きな不安要素となっている。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があると思われる。ただし、４月以降の落ち込みは非常に厳しいものとなる。
		スーパー（社員）	・年末年始の売上が例年を上回る傾向が続いている。イベント日には単価の高い商品（寿司、鮮魚、冬物衣料、デザート類など）の動きが良く、客の消費意欲は昨年に比べて高い傾向が当面続く。
		コンビニ（経営者）	・消費税率の引上げに伴い、事前にたばこのまとめ買いはあるが、菓子類などは買い控えられる。スパゲティ、スープ、サンドイッチなどの中食に関しては、低価格商品を増やすことで売上増をねらう。
		家電量販店（企画担当）	・３月末までは消費税増税前の駆け込み需要が増え、特にパソコンの買換えの増加が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要については、大阪は東京よりも遅れている感じはあるが、年明け以降は来客数も増え、良くなってきているので楽しみである。ただし、増税による影響は心配である。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が次々と発表されて販売量が増えるなど、消費税増税前に景気が良くなる条件がそろっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算時期となるほか、消費税増税を前に販売量が増加する。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・歓送迎会シーズンに入り、団体予約が増える。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要や、年度末関連など、経済の動きが活発になる要素はいくつもある。
		その他飲食［コーヒーショップ］（店長）	・平均単価は依然として横ばいであるが、販売量が回復している。消費者マインドに少し余裕が出てきたため、購入頻度の増加につながっている。
		タクシー運転手	・これから年度末を迎え、２月の中旬ぐらいから忙しくなる。
		タクシー運転手	・企業関係の予約が、景気回復の雰囲気と共に増加傾向にある。
		通信会社（社員）	・ソチオリンピック、サッカーワールドカップと大きなスポーツイベントが開催されるので、４Ｋテレビを含めたテレビの需要喚起が期待される。
		通信会社（企画担当）	・景気回復に期待したい。
		ゴルフ場（支配人）	・２、３か月後の予約は今のところ順調であり、昨年を上回りそうであるが、４月以降は、消費税増税による来場者への影響が気になるところである。
		その他レジャー施設［イベントホール］（職員）	・外交についての問題がないとはいえないが、以前に比べて落ち着いてきている。この状況がしばらく続くように思われるため、経済に好影響を及ぼす。
		その他サービス［生命保険］（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
		その他住宅［展示場］（従業員）	・建売住宅で３月末引き渡しの物件は販売好調であるが、４月以降は反動減となる。
	変わらない	商店街（代表者）	・１品単価の低下により、客単価の低下が続いている。この傾向は変わらない。
		一般小売店［花］（経営者）	・消費税率の引上げまでは、今までとあまり変わらないと思われるが、消費税増税後の販売価格がどうなるかが不安である。
		一般小売店［鮮魚］（営業担当）	・大きな変動要因はみられず、今のままの状態で推移する。
		一般小売店［衣服］（経営者）	・売上は前年を下回っており、今後も今と変わらない状況が続く。
		一般小売店［野菜］（店長）	・まだまだ景気回復の動きは広がっていない。
		百貨店（売場主任）	・３月は消費税増税前のため、高額品、実需品を含め、駆け込み需要が期待できる反面、４月はその反動による苦戦が予想される。アベノミクス効果や、一部の企業での所得増加に向けた取組などで、消費者の懐具合は良くなるイメージがある一方、恩恵を受ける人はそれほど多くないため、現状と大きな変化はない。
		百貨店（マネージャー）	・地域による差はあるが、高齢者の買い控えが継続するため、売上は一部の高所得者に支えられる。
		百貨店（売場マネージャー）	・現在は少し良くなっており、このままの傾向が続く。３月は駆け込み需要が増えるが、過去の消費税増税時ほどの動きにはならない。４月は一度財布のひもが固くなるが、回復も早いと思う。また、企業のベースアップや賞与アップの動きにも影響を受ける。
		百貨店（売場マネージャー）	・先行きに不透明感がある。資産家が多い地域特性もあるが、消費税増税前の大きな盛り上がりがない。メディアが伝える雰囲気が浸透し、４月以降の冷え込みだけが出てくるという、最悪の予測もしている。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が３月に向けて出てくるが、４月以降は３か月ほど厳しくなる。その後の回復に期待するが、注目のベアの結果も影響するため、予測が難しい。
		スーパー（店長）	・一部に消費税増税前のまとめ買いがみられるが、４月からは落ち込む。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があるものの、４月以降はその反動がある。
		スーパー（開発担当）	・消費税率引上げ前に駆け込み需要が起きるが、その反動の行方が不透明である。
		スーパー（販売担当）	・競合先との価格競争もあり、商品の単価を下げて、価格の安さを打ち出していく商品が増えている。客の買上点数は昨年並みであるが、買上金額が昨年を下回っている。
		コンビニ（店長）	・ここ数か月の変化をみる限り、急に何かが変わるという感じがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店員）	・消費税増税の影響は少なく、現状維持が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税に伴う買換え需要で、耐久消費財を中心に動いている状況であり、今一つ期待できない。動きがあるとしても、３月に入ってからになりそうである。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税増税の前の駆け込み需要があるかもしれないが、買い控えも増えると思われるため、全体では変わらない。
		家電量販店（経営者）	・消費税率５％で契約された新築案件もあり、景況感は良い状態を維持できる見通しである。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要は見込めるが、価格には相変わらずシビアである。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約は少し好調であるが、４月以降は分からない。
		その他専門店［医薬品］（経営者）	・季節や気温に大きく左右される業種であり、インフルエンザやノロウイルスの関連商品の動きは良いが、化粧品の動きは良くない。
		その他専門店［スポーツ用品］（経理担当）	・４月の消費税率引上げもあり、昇給が確定するまでの４～６月は景気の停滞感が出てくる。
		その他専門店［宝飾品］（販売担当）	・年度末の駆け込み購入の対象として、宝飾品が上位に立つことは難しい。
		その他小売［インターネット通販］（企画担当）	・２、３月の消費税増税前の駆け込み需要に期待したいが、昨今の状況をみる限り、大きな需要は期待できない。逆に、４月以降の反動減だけが出るという不安を感じる。
		一般レストラン（経営者）	・客の話などで、大阪は景気が良くないと聞く。春には歓送迎会などの予約が入る見込みであるが、相変わらず商店街では人通りが少ない。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税率が８％に上がるまでは、現在の動きが継続する。
		一般レストラン（経理担当）	・単価の低い飲食関連業界においては、客の動向にほとんど変化はない。
		一般レストラン（店員）	・先月と同様に来客数が増えており、若年層による新規の来店もみられる。
		スナック（経営者）	・状況が変わらないため、新しいイベントを検討中である。
		観光型ホテル（経営者）	・アベノミクスの効果は大企業だけにみられ、零細企業には影響が及んでいない。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税の４月までは、このまま順調に販売量が推移すると予想される。３月はまだ詳細が分からないが、２月の先行予約は順調である。
		観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格が高止まりし、消費税率が上がる前の駆け込み需要が予想されるが、当地域には観光名所やレジャー施設がないため、この時期の来客数はあまり期待できない。
		観光型旅館（経営者）	・地方経済にはまだまだ回復への動きはなく、新年会の数も増えてない。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は訪日外国人のけん引により好調を維持すると思われるが、宴会の法人需要は消費税増税前の駆け込み需要にも大きな期待は持てない。食堂も増税後の消費マインドの低下が懸念される。
		都市型ホテル（客室担当）	・４月からの消費税増税に不安を抱えているが、３月まではこのまま推移する。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行の受付状況が今一つである。円安の影響で価格が上がっているほか、少し動きかけていた韓国向けも靖国問題が水を差している。ただし、ビジネスクラスはますます予約が取りにくくなる傾向があり、二極化が進んでいる。
		タクシー運転手	・タクシー業界では競争が激しく、客の獲得が難しい。これから消費税増税もあり、客がまばらな状態が続く。
		タクシー運転手	・例年のように、１月中旬から２月下旬までは、京都では客足が鈍る。
		観光名所（経理担当）	・閑散期に入ったが、何とか前年比で10％増となっている。昨年３月のリニューアルによる効果も薄れてきたが、春先に向かってイベントを打ち、集客の維持を図る。
		観光名所（経理担当）	・今年は例年に比べて雪の日が少なく、好天に恵まれたが、その割には来客数が増えていない。やはり、この時期は天候にかかわらず人出が増えにくく、リノベーション事業として５～７店舗が改修工事に入っていることもあり、当地を訪れる観光バスや乗用車の駐車台数は、ほぼ昨年度と同水準で推移している。客の店舗での購入状況をみても、景気が上向いているようには感じられない。

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
		遊園地（経営者）	・来客数や売上から景況感が良くなる気配を感じつつも、まだ明らかに実感するまでには至らない。
		競艇場（職員）	・１人当たりの購買単価の下落は止まったが、そこから上昇に転じたとは言い難い。
		その他レジャー施設［球場］（経理担当）	・プロ野球が開幕して４月には公式戦があるほか、人気歌手のコンサートも開催されるため、多数の来場者を見込んでいる。
		美容室（経営者）	・今年は駅前の改修計画や大手スーパーの全面改築などで人の流れが変わるため、ついでに来店する客が減る。わざわざ来店する客が中心になるため、どのようなサービスをすればよいかを検討中である。
		その他サービス［保険代理店］（経営者）	・明るい兆しが出てきたかと思えば、海外で新たな問題が発覚するなど、昔よりも複雑さが増している。景気は悪くはならないと思うが、一気に好景気ということにはならない。
		その他サービス［マッサージ］（スタッフ）	・寒い時期は来客数が減少するが、暖かくなると少しずつ増加する。
		その他サービス［ビデオ・ＣＤレンタル］（エリア担当）	・時間や空間をぜいたくに楽しめるブックカフェの売上は好調であるが、低価格志向の強いレンタル単独店は厳しい状況が続きそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税を前に、新築需要にはブレーキがかかったままとなっている。改修は引き続き忙しいが、これも増税後にブレーキがかかることが目にみえている。売上の柱となる新築物件を何とか獲得しなければ、来期以降が思いやられる。
		住宅販売会社（従業員）	・新興国情勢の不安などから、円安、株高基調が持続するか不透明であり、企業の業況が停滞する懸念がある。
		住宅販売会社（従業員）	・建築費の高騰による新築マンションへの影響が大きく、今後販売価格に転嫁された場合、売行きに影響が出ることが予測される。
		住宅販売会社（総務担当）	・請負契約は減少傾向であるが、建売などの不動産売買は駆け込み需要もあって増加傾向にある。
		その他住宅投資の動向を把握できる者［不動産仲介］（経営者）	・３月末までは景気が良いと思われるが、４月以降は消費税増税のため、必ず落ち込むことになる。
	やや悪くなる	一般小売店［珈琲］（経営者）	・消費税増税前には高額商品の駆け込み需要が増えるため、身の回り品は買い控えが予想される。
		一般小売店［時計］（経営者）	・３月に大阪府下で最大となる商業施設がリニューアルオープンする。地元の個人商店には不安が広がっており、落ち着かない様子である。
		一般小売店［事務用品］（経営者）	・４月以降の消費税増税による売上の落ち込みは避けられない。
		一般小売店［精肉］（管理担当）	・４月以降の消費税増税による消費の変化については、想像がつかない。原料の高騰による値上げも必要であり、税率の引上げが非常に重く感じる。
		一般小売店［衣服］（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要は今のところみられない。むしろ価格の低い商品の方が動いていて、増税後の景気にも全く期待できない。むしろ販売量が一層減るのではないかと心配である。
		一般小売店［自転車］（店長）	・消費税率引上げの影響はやはり大きい。
		一般小売店［花］（店長）	・消費税増税で客足は確実に鈍くなる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響についてはプラスもマイナスもあるが、全体としては非常に厳しくなる。売上には３％減ぐらいの影響が出る。
		百貨店（営業担当）	・消費税の増税後、４月は高額品を中心に消費は落ち込む。特に、２、３月は優良顧客向けの高級ブランド品を中心とした店外催しを行うため、４月以降は買い控えが進む。
		百貨店（販促担当）	・消費税増税に備えたまとめ買いの傾向が、冬物クリアランスでは目立たない。増税に対する備えについては、高額品の好調や消耗品のまとめ買い以外では、むしろ節約志向が強まる可能性もある。衣料雑貨については伸びが期待できず、４月以降は全般的に苦戦が必至である。
		百貨店（商品担当）	・４月の消費税増税が大きく影響し、増税直後は買い控えが増える。
		百貨店（外商担当）	・現在よく売れている高級時計や海外ブランド品は、４月に入って消費税率が上がるとしばらく売れなくなる。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の影響が出る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・４月から消費税率が上がるが、食料品は買いだめできず、家計に余裕もないため、一番大きな影響を受ける。また、受験や入学などにお金がかかる時期と重なり、厳しいという会話を耳にする。
		スーパー（店長）	・３月の売上は消費税増税前であることや、改装オープンによって増加するが、４月以降の反動は避けられない。ゴールデンウィーク前に気温が上昇することを祈る。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税後は、一時的に消費が落ち込むことは避けられない。それに合わせて競合他社のディスカウント合戦も激しさを増すものと予想され、マーケットが通常の状態に戻るまでには、しばらく時間を要する。
		スーパー（広報担当）	・駆け込み需要の盛り上がりが想定したほどではない一方、消費税増税後の消費の冷え込みがかなり厳しくなる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・来客数の減少傾向が続くほか、消費税増税による買い控えなどで、客単価も下がることが予想される。
		コンビニ（広告担当）	・４月の消費税率引上げの影響で、たばこなどの駆け込み需要と増税後の買い控えが予想される。日常品の反動減は時間がたてば落ち着くが、しばらくは時間がかかる。
		乗用車販売店（経営者）	・駆け込み需要の反動が出る。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税を前に、ある程度の駆け込み需要は期待できるが、その後の反動の方が心配である。
		乗用車販売店（販売担当）	・４月からの消費税増税後は受注量が減少するほか、先行き不透明感がある。
		自動車備品販売店（営業担当）	・身の回りでは全くアベノミクスの効果が感じられず、景気の回復も消費税増税前の売上の増加が中心である。４月以降も売上が伸びればアベノミクスの効果だといえるが、実際は厳しい状況となる。
		住関連専門店（店長）	・消費税率引上げ後はしばらく様子見となり、買い控えが進む。消費税率引上げ前に買いたいという客の声をよく聞くため、先行きは楽観視できない。
		その他専門店［宝石］（経営者）	・４月から消費税率が上がるため、その直前に駆け込み需要が増える。消費税率が上がった後は、しばらく需要が減ることになるが、それが落ち着いてからが問題である。
		高級レストラン（支配人）	・春の観光シーズンに入り、季節変動で良くなる時期ではあるが、来客数の減少など、消費税増税による悪影響が懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税となる４月は、それまでの駆け込み需要のあった分、消費が減る。
		観光型旅館（団体役員）	・消費税増税を前に、耐久消費財にお金が流れるため、旅行に対する投資額は減少傾向となる。
		都市型ホテル（支配人）	・４月の消費税率引上げで消費が落ち込み、一度景気は停滞する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税に伴う印刷物の記載変更にコストがかかっている。客への案内の際も、税金・サービス料込みというケースが多いので、対応に苦慮している。一般企業への影響はさほど大きくないものの、個人利用客には苦戦を強いられる。
		都市型ホテル（総務担当）	・消費税増税の影響は避けられず、特に個人客が大半を占める料飲部門への影響が大きいと考えられる。前回の消費税率が３％から５％に上がったときに、レストラン店舗の売上が落ち込んだ経験から、４月から９月までの影響が大きいと考えられる。
		旅行代理店（広報担当）	・消費税増税の影響が、４月以降は具体的に出てくる。ゴールデンウィークの旅行の申込の時期に当たるが、今年は夏休みだけにするといった客も多い。
		通信会社（経営者）	・駆け込み需要の反動など、消費税増税の影響が出る。
		テーマパーク（職員）	・取引先からも消費税増税に関する問い合わせが多く、対応に苦慮している。実質的な負担が増えるため、企業だけでなく家計にも影響が及ぶのではないかと考えている。
		パチンコ店（店員）	・消費税率が上がるため、客が支出を控える。
		競輪場（職員）	・消費税増税などで様々な物が値上がりする。収入、賃金が上がらなければ遊興費なども少なくなることが予想される。
		その他レジャー施設［飲食・物販系滞在型施設］（企画担当）	・消費税増税により、レジャー支出を控える動きが大いに懸念される。

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
		美容室（店長）	・人件費の上昇やパソコンの買換えなどの費用が増えているなかでの消費税増税であり、収益の悪化が懸念される。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税に関しては客の反応が敏感であり、駆け込み購入の動きが落ち着くため、一度冷え込む。
		住宅販売会社（経営者）	・建築材料の値上げは今春以降も続くという通知が、メーカーなどから来ている。
		その他住宅［情報誌］（編集者）	・新築マンションでは施工コストの上昇が激しく、今後の着工案件については、今の相場をかなり上回る価格での販売を余儀なくされる。販売価格の上昇による、消費者の購入マインドの低下が懸念される。
	悪くなる	一般小売店［貴金属製品］（従業員）	・消費税率が上がるため、悪影響を受ける。
		一般小売店［花］（店員）	・消費税増税の影響で生花の買い控えが予想されるため、売上が落ち込む。
		一般小売店［酒］（社員）	・円安による価格改定と消費税増税が重なるため、４月以降の落ち込みは免れない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響が大きくなるのは必至で、収益減少が経費削減につながり、宣伝費が圧縮され、更なる売上減を招くという負のスパイラルが生まれる。
		百貨店（企画担当）	・３月末の消費税増税前には駆け込み需要が予測される反面、４月から数か月間は前年割れが続く見通しである。夏までに下げ止まれば良いが、前回の増税から17年も経過しており、根拠のある予測ができない状況である。
		百貨店（店長）	・３月までは消費税増税前の駆け込み需要もあるが、４月以降は大幅な売上の落ち込みが予想される。
		スーパー（経営者）	・今月、来月は消費税増税前の駆け込みなど、特需が発生することが予想されるが、増税以降は家庭内在庫もあり、買い控えが進む。それに伴い、売上を維持するために、価格競争も激しくなることが大いに予想され、小売業同士の合従連衡などの動きも進む。
		スーパー（店長）	・消費税増税後には、一部の食品を除き、消費が一度は減退する。特に、衣料品や大型家電、家具は駆け込み需要の反動がかなり大きいとみられる。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税が始まるが、かつての３％から５％への引上げ時以上の苦戦が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が８％に上がる前の買い控えが増え、必需品ではない衣類は買い控えの対象となる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の特需以降はエコポイント制度の終了時のように、来客数、単価が著しく落ち込むことが予測される。
		乗用車販売店（営業企画）	・３月初旬から徐々に単価の動きが悪くなる。
企業動向関連 （近畿）	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業がスタートし、売上、利益が増えてくる。
		化学工業（管理担当）	・消費税増税の駆け込み需要と、円安による輸出の増加が見込まれる。
		金属製品製造業（管理担当）	・春ごろから名古屋駅前再開発案件の納入が始まる。職人不足の影響や資材の値上げなどで、全体的にコストが上がりそうである。今後、東京オリンピックやリニア新幹線、米軍基地（沖縄、山口）関連などの大型案件もあるため、更に価格は上がると思われる。一方、消費税率引上げの影響は少なそうである。
		建設業（営業担当）	・当面は企業の設備投資意欲の高い状況が続きそうであるが、関西では２、３年後のプロジェクトの予定がない。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・消費税増税がある４月までは、駆け込み需要が多少出てくることは間違いない。これぐらいの理由しかないが、少しは良くなる。
		食料品製造業（営業担当）	・４月からの消費税増税に伴い、３月末までは売上が伸びる一方、４月以降は低迷する。
		食料品製造業（経理担当）	・賃上げをする企業や、特別賞与を出す企業などが、少しでも出てきていることを思うと、今後は良くなる。
		繊維工業（団体職員）	・消費税増税前の駆け込み需要により、受注は３月までは増加する。４月以降の動向が気になるところである。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達の量が増えている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・案件の引き合いが多く、具体的な話が増えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・これだけ資金が市場で増えれば、景気は良くなるに決まっている。ただし、あくまで数か月先までであり、実体経済に流れる資金と、金融市場へ流れる資金は別である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要のうわさがある。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・３月末までは好調が予想される。消費税増税後は悪化することになるため、４月以降の環境はまだ何ともいえない状況である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いを確実に受注に結びつけていければ、先行きは良くなる。
		その他製造業［履物］（団体職員）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		建設業（経営者）	・急激にではないが、徐々に動きが良くなっているので、今後もこの調子で良くなっていく。
		輸送業（商品管理担当）	・消費税率が上がる関係で、２、３月は買物をする人が増えるので良くなる。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前なので、駆け込みの購入が予想される。
		輸送業（営業所長）	・年度末でもあり、消費税増税の影響で駆け込み需要が増える見込みである。
		新聞販売店［広告］（店主）	・消費税増税前の駆け込み需要もあって、２、３月は折込件数の増加が期待できるものの、４月以降が心配である。
		広告代理店（営業担当）	・３月は、駆け込み需要で前年よりもかなり広告出稿は多くなる。
		経営コンサルタント	・季節変動の要因もあり、春先には良くなる。
		その他非製造業［機械器具卸］（経営者）	・下向き傾向ではなくなったため、我々の業種もこれからは上向くと期待している。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・帳簿上の数字は前年と変わらないが、新聞やテレビでのこの１年の動きをみていると、景気は良くなっている。
		金属製品製造業（営業担当）	・消費税増税後も生産状況は変わらないという取引先が増えてきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の投資計画が凍結されているため、今後数か月先の状況に変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界的には経済成長が続き、米国を中心として景気が良くなるといわれているため、日本の景気も上向いていくことが期待される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事の受注はまばらな状態である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税率引上げを前に、３月までは需要の増加が期待できるが、４月以降は需要の冷え込みも見込まれるため、景気の良し悪しの判断が難しい。
		その他製造業［事務用品］（営業担当）	・新学期となるが、受注量に変化がないため期待できない。
		建設業（経営者）	・工事量はある程度の増加傾向にあるが、急激な工賃、建設資材の高騰に予算がついていけるかが疑問である。官庁、民間工事共に、工賃、建設資材の上昇を積算に反映させなければ、入札辞退、不調が続くと予想される。
		輸送業（営業担当）	・荷物は増えているが、燃料費や人件費が上がっているため、利益が減っている。２月からは運送業界の大半の企業が運送料を上げるらしく、まだまだ回復したとは感じられない。
		金融業（営業担当）	・受注の見込みが定まらない状態である。
		不動産業（営業担当）	・神戸から事業所の撤退が続いている。これを食い止めなければ、景気は良くならない。
		広告代理店（営業担当）	・例年２月はあまり期待できない。３月に気温が上がってくれば、春物が動き出す。
		広告代理店（営業担当）	・全社的にみても、大阪だけが売上の伸び率が良くない。
		司法書士	・例年１月は案件数が少ないが、今年も消費税増税前の駆け込み需要も感じられず、変化はない。
		コピーサービス業（店長）	・数か月間にわたって順調な動きを続けているほか、問い合わせや相談の件数も増加していることから、良い流れが続くと予想している。
		その他サービス［自動車修理］（経営者）	・消費税が増税になることで景気回復は続かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業［店舗開発］（従業員）	・消費税率の引上げ前であるが、身の回りでは特に目立った動きは見受けられない。増税後についても、必要な物は今までどおり買い、不要な物は買い控えるようになるだけである。エコカー減税や地上デジタル放送対応の駆け込み購入も、その後の市場の動きをみると、消費者からすれば慌てて買う必要はなかった。これらの直近の経験も影響しているように感じる。
		その他非製造業［電気業］（営業担当）	・まだまだ先行きは不透明である。
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・現在の価格でも売行きは悪くなっているが、消費税の増税が購買意欲を更に低下させる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費税増税後は、一部の顧客で悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療業界では新しいニュースもあり、今後も安定受注が見込まれる。新薬の開発や新技術の開発などで、メーカーの競争が激しく、受注量が増えている。住宅関連は消費税増税の影響が考えられるが、４月以降の推移と、10％への引上げの有無に大きく左右される。
		化学工業（企画担当）	・年末の食品需要の盛り上がりが、例年よりも早く終息したように思われる。冷凍食品の農薬混入問題などで食への信頼が薄らいでおり、大型ヒット商品もないことから、景気の改善につながる要因が見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要の反動が出てくる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・給与の増加が見込めない上に、消費税率の引上げで良くなる見込みがない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末以降の引き合いがなく、受注の動きがみえてこない。
		建設業（経営者）	・４月からの消費税増税の悪影響と、人件費、材料等の高騰による需要の停滞が懸念される。
		経営コンサルタント	・消費税率の引上げで、いったん投資や消費意欲は落ち着く。
	悪くなる	化学工業（経営者）	・数社の得意先から消費税増税前の駆け込み大型発注があり、その分の出荷が４月以降は確実に止まる。
雇用関連 （近畿）	良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しており、前年は弱い動きであった製造業も６か月連続で前年を上回っている。ただし、４月以降は消費税増税による雇用への影響が懸念される。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・間違いなく１～３月は良い動きとなるが、すべては４月からの消費税増税にかかっている。４月からの案件は動き出しているが、短期の案件ばかりで、経営者は慎重な動きとなっている。
		人材派遣会社（支店長）	・消費税増税に伴う駆け込み需要もあるが、様々な業種からの受注も増えてきていることから、今後も好調が継続する。
		人材派遣会社（支店長）	・消費税増税の影響がどう出るかは分からないが、徐々に良くなってくる。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・消費税増税の駆け込み需要が、好調の最大の理由である。メディアもアベノミクス効果と盛んに報じている影響で、関西の消費マインドが上がってきた雰囲気がある。
		職業安定所（職員）	・徐々にではあるが、良くなっていくと予想される。少なくとも悪くなるとは思えない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・今後、採用需要は高まる傾向が進む。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・もう既に景気が良くなってきており、このままで推移していく。
		人材派遣会社（営業担当）	・３月に入れば駆け込み需要で景気は良くなるが、一時的なものであり、消費税増税後の４月以降はしばらく景気の落ち込みが続く。
		アウトソーシング企業（営業担当）	・現在の傾向が大きく変わるとは思えない。
		新聞社［求人広告］（管理担当）	・求人数の伸び悩みに加え、内需関連の中小企業は円安の影響に苦しんでいる。好調な輸出関連の大企業のように、ベアや賞与引上げを行える状況にはない。
		新聞社［求人広告］（営業担当）	・関西は景気の停滞が続いてきたが、今後も急激な景気回復は期待できない。徐々に働く場が増えつつあるという状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・正月明けもこれまでの状況に変化はなく、しばらくは好調な状況が続きそうである。ただし、年度末には周辺で大規模な雇用調整が実施される可能性があり、消費税増税と相まって情勢が大きく変わることも予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇い労働市場では建設労働者不足のため、受注を抑えざるをえないという事業主が大半である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には不透明であり、何ともいえない。
		学校［大学］（就職担当）	・消費税の増税による影響がまだ読めない。
	やや悪くなる	新聞社［求人広告］（営業担当）	・消費税が増税されれば、まずは様子見状態となり、景気は悪くなる。
	悪くなる	－	－

８．中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （中国）	良くなる	百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めるため、３月までは景気は上向きになる。
		スーパー（販売担当）	・現在の状況から推測して、消費税増税前に法人客からの注文がかなり増えると思われるので、増税までの間は、売上は好調に推移する。
		家電量販店（店長）	・３月までは、消費税増税前の駆け込み需要が大いに期待できる。新築、改築による需要も期待できるが、４月以降の反動が懸念される。
		家電量販店（販売担当）	・入学・就職等に伴う需要や決算セールに加えて、消費税増税前の駆け込み需要も期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前に大きな買物をするとの声が、日々増えている。しかし、それも３月末までで、その後を心配する客の声も聞く。
		乗用車販売店（店長）	・今後、消費税増税前の駆け込み需要が本格化する。
		自動車備品販売店（経営者）	・少なからず、消費税増税前の駆け込み需要があると思われるため、当面は景気が良くなる。ただし、その後が不安である。
		その他専門店［海産物］（経営者）	・今月の売上が予想以上に悪かったので、徐々に良くなってくる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待する。
		一般小売店［食品］（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、ものが動くことを期待する。
		百貨店（営業担当）	・例年は４～５月になる夏物の納品が、１月から始まり、２～３月はどのブランドも、フェアを頻繁に予定している。数字は必ず取れるので、売上は良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・３月までは、消費税増税前の先行購買が期待できる。呉服、イージーオーダー等の加工を伴う商品は、例年以上に仕掛けを早期化して対応する。また、冬物も３月末まで来年用としての購買も期待できるため、良いもの、定番をキーワードに、販売延長で対応する。ただし、４月以降は相当に落ち込む。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が、３月までは見込めるが、４～５月には売上が若干減少する。
		スーパー（店長）	・消費税増税までは、客の買いだめ行動が考えられるので、売上は増加する。ただし、増税後にどのような形になるか、想像がつかない。
		スーパー（店長）	・２～３月は、消費税増税前の駆け込み需要があり、逆に、４月は前半が厳しい。しかし、価格競争力のあるディスカウントストアは、他のスーパーに比べて優位性があると考える。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		スーパー（店長）	・気候が安定し、客の動きが良くなる。
		スーパー（営業システム担当）	・消費税増税前には、たばこなどは、駆け込み需要があると見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前のたばこ等の駆け込み需要は期待できる。しかし、４月にその反動がある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・３月は、消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
		家電量販店（店長）	・３月までは購入客が増えるので、景気は良くなる。

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
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要による販売増が見込まれる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で好調に推移する。しかし、３月に入ると納期が間に合わないケースが出てくるため、勢いは低下する。
		住関連専門店（営業担当）	・客からの予約が伸びる。
		その他専門店［ファッション雑貨］（従業員）	・卒業、入学シーズンに入り、必要にかられた需要がある。
		その他小売［ショッピングセンター］（支配人）	・４月の消費税増税を意識して、特に耐久消費材、家電製品、日用品等の駆け込み需要が、２～３月にかけてみられる。また、企業がベースアップを行い、消費者に賃金アップの実感が高まれば、４月以降の反動減は小さいと思われる。
		その他小売［ショッピングセンター］（運営担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めるため、３月までは期待できる。しかし、４～５月には、若干の反動が懸念される。
		一般レストラン（店長）	・客との会話でも、前向きな話がよく話題に上る。予約の入り方が良い。
		スナック（経営者）	・今月は、例年に比べて新年会が減少し、売上も減少している。景気が良くなっているとは思えず、３か月後もこの状態が続くと閉店も考えなければならないが、今後は、景気対策が少しは効いてくると期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税前の駆け込み需要があるためか、３月は宴会の予約が増えている。
		タクシー運転手	・２～３月は、入試、入学、転勤などで人の動きが出るので、売上は伸びる。
		通信会社（総務担当）	・新たな割引サービスの導入により、需要喚起・販売増が期待できる。
		通信会社（工事担当）	・１年で最も高い需要時期に入る。
	変わらない	商店街（代表者）	・これといって良くなる要素が見当たらない。
		商店街（代表者）	・客に話を聞くと、３月からは良くなるという人と、消費税増税が絡んで悪くなるという人の両方がいる。
		商店街（代表者）	・円安で燃料費が高止まりしており、アベノミクス効果は地方にはすぐに出ない。
		商店街（代表者）	・消費税増税までは、アベノミクス効果により、今月同様、景気動向は全体的には良い状況である。
		一般小売店［靴］（経営者）	・大手の競争相手の品ぞろえに追い付けず、波に乗れない。来客数は増加しているが、客のニーズに追い付けないので、当店の景気に変化はない。
		一般小売店［印章］（経営者）	・春先は、就職、進学と民間需要期に入るが、対象人数が減少しているので、期待は薄い。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税を控え、駆け込み需要を期待しているが、冬のセールは今一つである。ベースアップが実施され、客の懐が暖かくならないと、景気が良くなるという希望が持てない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税直前の３月は、駆け込み需要により売上増が期待できるが、４月はその反動で苦戦が予想される。結果的に、３～４月の２か月トータルでみると、前年と変わらない。
		百貨店（売場担当）	・４月以降に、３月までの駆け込み需要の反動が予測されるが、業界としては明確な売上対策がないため、先行きは判断しにくい。
		百貨店（電算担当）	・出雲大社遷宮のおかげで、出雲大社や出雲空港の売店の売上が好調である。人が集まるところは売上が良い。しかし、消費税増税前の駆け込み需要が今一つ盛り上がらず、今後に期待している。バーゲンをすると来客数が増加し、売上がアップするので、消費者は価格に敏感になっている。
		スーパー（総務担当）	・仕入価格が不安定であるため、売上の伸びは難しい。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税前の３月までは、多少の駆け込み需要はあるが、ほぼ現状維持であると予想する。
		コンビニ（エリア担当）	・工事関係者の客が今月に入って減少していたが、ここ１週間は少し増加している。この増加傾向がいつまで続くか判断がつかない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がみえてこない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待できない。

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
		乗用車販売店（総務担当）	・年度末の繁忙期を迎え、消費税増税前の駆け込み需要もあり、例年よりも売上が期待できる。しかし、商品の納期が徐々に遅れてきているため、今後の見通しを立てにくい。
		その他専門店［和菓子］（経営者）	・良くなる要素、悪化する要素が、ともに見当たらない。
		その他専門店［時計］（経営者）	・消費税増税を控え、駆け込み需要があると考えたいが、当店の扱う商品については、駆け込み需要があるかどうか分からない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は、ほぼ前年と同じくらいで推移しているが、今後については判断できない。
		都市型ホテル（企画担当）	・４月の消費税増税を控え、購買シーズンの３月には、個人消費が活発になる。増税後の一時的な消費の落ち込みを考えれば、景況感に変化はない。
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税の影響は不透明であるが、予約状況を見ると、景気は横ばいの状態が続く。
		旅行代理店（営業担当）	・３月までは消費税増税の影響で需要拡大があると思われるが、まだ顕著ではない。
		タクシー運転手	・消費税増税が実施され、タクシー業界が苦戦する状況は変わらない。
		タクシー運転手	・当地のような田舎では、アベノミクス効果は実感できない。
		通信会社（社員）	・新規のサービス加入の問い合わせに変動がない。既存の利用者では、新たにパソコンを買換えて設定を確認したいとの問い合わせが、以前より増えている。
		通信会社（通信事業担当）	・年明けは、新規加入の動きが少ない時期であるが、今年はまずまずである。しかし、全般的に良くなっているとの判断はできない。
		通信会社（広報担当）	・春商戦期になるため、販売数が増えるが、時期的なものなので、一概に景気が回復したとはいえない。
		テーマパーク（管理担当）	・地方まで経済波及効果が伝わるのには、時間を要する。
		ゴルフ場（営業担当）	・思ったほど予約が動かない。
		競艇場（職員）	・今月と３か月後では、開催レースのグレードに変化がない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなるような要因はない。
		その他サービス［介護サービス］（介護サービス担当）	・ここ１年以上、身のまわりで景気の変化がみられないことから、２～３か月で景気の変化がみられるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・受注残を抱えているが、建設・建築会社では人手や資材不足が続いており、数か月は施工が間に合わない状況にある。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税が目前で、来月は駆け込み受注があると思われるが、その後の見通しは全くない。
		設計事務所（経営者）	・現在進めているプロジェクトは、消費税増税前の駆け込み需要による建築費の高騰が、今後、落ち着くことを見込んでおり、数か月先に工事の発注を延ばしている状況である。
		住宅販売会社（営業担当）	・建築工事が３月まで忙しくなっているが、その先は見えてこない。
	やや悪くなる	商店街（理事）	・景気が悪化するというよりは、３か月後は消費税増税が実施されているので、客の購買意欲が減退して、自然と、ものが動かなくなり、最終的に景気がやや悪くなると予想する。
		商店街（代表者）	・３月は駆け込み需要を見込んでいるが、消費税増税後は景気が落ち込む。
		一般小売店［茶］（経営者）	・ムードが良くなってきている実感がない。
		一般小売店［酒店］（経営者）	・原材料価格の値上がりによる日本酒や焼酎の値上げが２月に実施され、さらに消費税増税にあわせて値上げをするメーカーもあるため、酒販店にとって厳しい環境が続く。
		百貨店（購買担当）	・消費税増税前に買うという客の動きで、３月までは景気は上向きであるが、その反動が４～５月に来ると予想され、景気は下降する。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響はあるが、食品中心の当店の特性上、大幅な落ち込みはない。
		百貨店（営業推進担当）	・消費税増税後の状況は、かなり厳しいものがあると思う。店舗の大小等で、かなり色分けされる。
		スーパー（店長）	・３月までの買いだめの反動が４月に起き、客が買い控えに走る。

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（業務開発担当）	・消費税増税を控え、一時的な需要はあるが、その後は客の買い控えと節約で、景気は悪くなる。
		スーパー（財務担当）	・４月以降は、消費税増税による節約のため、売上が減少する。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は一時的なものであり、増税後は買い控えが進む。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により、単価の低下と買上点数の減少が予測される。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税増税を控え、一時的に駆け込み需要はあるが、４月以降は反動減を懸念する。
		衣料品専門店（経営者）	・４月から消費税が上がる影響は大きく、消費に関しては、ますます厳しくなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・現在は、消費税増税前の駆け込み需要があるが、今後はそれが落ち着き、景気はやや悪くなる。
		その他専門店［布地］（経営者）	・大型建築関係の仕事が３月までで終了するため、４月以降が心配である。地方の商店街は、シャッター通りになっており、官民一体でアベノミクスを呼び込まないと、地方の活性化はない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響で、景気は落ち込む。
		一般レストラン（外食事業担当）	・消費税増税が迫ってくるため、客は買い控えたり、外食頻度を減らす。これに対応して、販売する側でも調整する動きが出てくると予想され、その影響が全体に及ぶ。
		観光型ホテル（支配人）	・消費税増税後の宿泊・飲食業の先行きは、マイナス要因しかない。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・前年と比較して、先行の団体予約・外来予約の受注が減少傾向にある。消費税増税後の館内消費も、さらに減少する不安がある。
		都市型ホテル（総支配人）	・４月以降、しばらくは消費税が８％になることによる影響が出る。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税により、今までよりも支払総額が高くなるため、消費が落ち込む。
		通信会社（企画担当）	・年度区切りのタイミングで消費税増税なので、年度明けの４～５月の売上は落ちる。
		通信会社（営業担当）	・４月以降は消費税増税の影響が大きく出る。
		テーマパーク（業務担当）	・年度末の慌ただしい時期に入るため、行楽等の利用も期待できず、また、４月からの消費税増税も懸念される。
		美容室（経営者）	・仕事は忙しいが、客の給与が増えることはなく、消費税増税になると客の節約傾向が強くなる。
		美容室（経営者）	・美容室は、消費税増税で大きな影響は受けないと思われるが、多少の冷え込みはある。
		設計事務所（経営者）	・新築工事は春までにほぼ終了の予定で、今後のリフォーム工事もあまり期待が持てない。官庁からの仕事が出るとしても、しばらく先になりそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税が上がり、客の購買心理が買い控えになる。
		住宅販売会社（販売担当）	・所得の向上が見込めなければ、消費税増税により、客は住宅取得の支出について、消極的になる。
	悪くなる	家電量販店（企画担当）	・４月以降は、消費税増税前の駆け込み需要の反動が出る。
		乗用車販売店（営業担当）	・４月以降には、消費税増税の影響が避けられないが、どの程度出るのか不透明である。
		自動車備品販売店（経営者）	・３月は消費税増税前の駆け込み需要が見込めるが、４月以降は不安である。
		一般レストラン（経営者）	・外食産業は、３月に駆け込み需要が見込める業種ではない。消費税増税に対応する売価上昇であっても、最初は、客は値上げと感じると思うが、税抜きの本体価格を変えないのであれば、夏までには、客の理解を得られるものと願っている。
		その他飲食［サービスエリア内レストラン］（支配人）	・４月からの状況は、かなり厳しい。高速道路料金の割引が縮小され、消費税も増税となるので、客の動きは悪くなる。
企業動向	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先関係の増産・増設に合わせ、当社も増産予定である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (中国)	やや良くなる	化学工業（経営者）	・景気動向の不透明感から長期化していた主原料である苛性ソーダの値上げが、１月より本格実施となり、販売価格への転嫁交渉もほぼ決着したので、受注増加による景気上昇を期待したい。
		化学工業（総務担当）	・公共投資等による需要増を期待している。
		金属製品製造業（総務担当）	・同業者が仕事量の減少により生産を停止する話があり、その受け皿として当社は、仕事量の増加が見込まれる。得意先からの引き合いも増えつつあり、消費税増税によるマインド低下が懸念されるものの、受注は増加するとみている。
		建設業（総務担当）	・受注環境が好転しつつある。
		輸送業（業務担当）	・取扱量の増加傾向は、当分続くと思われるが、今後の車両不足により下請等に支払う作業料金が高騰することが気がかりである。
		輸送業（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、一定の固定客もついているので、今後も堅調に伸びる。
		通信業（営業企画担当）	・消費税増税前に、当社が購買を予定していた車について、生産が追い付かないため年度内の納期が厳しいと、販売店から報告を受けた。全体的に購買が上向いていると思われる。
		金融業（自動車担当）	・自動車部品メーカーでは、円安による輸出好調が続く。北米向けは好調を持続し、中国向けが回復することから、増収増益を期待する。
		金融業（貸付担当）	・消費税増税による景気悪化が懸念されているが、年度末に向けて資金需要は多くなる。また、給与所得者のベースアップが実現され、消費税増税による消費落ち込みもある程度カバーできるのではないかと思う。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期であるため、来店数・成約件数が増加する。
		会計事務所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響は、建築や自動車のほうに回っていて、一般の消費材や小額商品にはきていない。過去の事例からみると、増税前の駆け込み購入は、２月の終盤頃から始まると思われる。
		コピーサービス業（管理担当）	・年度末需要で受注増を期待しているが、コピー業自体が衰退業種なので、積極的な営業展開はしていない。すでに資源を投入していく事業ではない。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・２～３月は、消費税増税前の駆け込み需要があると想定していたが、１月に思ったほど動きがなかったことが不安材料としてあるため、景気判断としては、変わらないに下方修正する。
		繊維工業（統括担当）	・期待はしているが、景気に変化はない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・焼却炉工事案件の予定はあるが、その後の予定はない見込みである。鉄鋼向けは、客先事情もあって、生産量の減少を見込んでいる。全体としては変わらない。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車関連などで、消費税増税による反動減を見込むが、好調な建築分野が下支えとなり、需給タイトが継続する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連で、中国の台頭による低価格化の動きを懸念するが、為替相場には大きな変動はない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは変わらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・消費税増税分をいかに価格に転嫁できるかが課題になる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新入学関連商品が落ち着いてくる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・国内本業の受注内示量は、高止まりのまま変わらない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・国内造船所が受注量を確保した上で、船舶の需給バランスが改善して船価が上昇すれば、裾野である舶用関連メーカーの収益性も改善するが、そうなるまでにはもうしばらく時間がかかる。
		輸送業（総務担当）	・客から良い情報をもらえない。
		通信業（営業担当）	・消費税増税後の需要の落ち込みを想定すれば、景気は若干落ち込む。
		広告代理店（営業担当）	・４月から新年度を迎えるが、取引先の様子や受注量予定等をみると、変わらない状況である。また、消費税増税の波及が出てくるのか、はっきりしない。
	やや悪くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・４月は、消費税増税により、景気は下向く。その後は、政府の景気対策との綱引きとなる。

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
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税による国内消費の落ち込みと、中国経済の成長鈍化を受けて、円高が進行し、輸出にも影響が出る恐れがある。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わり、反動がくる。
		建設業（経営者）	・建設の公共事業は年度末が最盛期になるので、３か月後にはほとんどの仕事が終わる。ショッピングセンター建設などの民間事業は、地元にあまり工事が降りてこない状況である。
		建設業（総務担当）	・来年度末にかけて、岡山地区では大型物件の工事がピークを迎えるため、今後ますます協力業者や建設資材の確保が困難となり、工期を間に合せることや利益の確保に苦労することが予想される。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・消費税増税の影響が今後のカギとなるが、不透明な状況が続く。
		その他製造業［スポーツ用品］（総務担当）	・来期上半期の生産受注数は非常に厳しい。現在の円安により海外部材の為替損は、非常に大きな損失要因となっている。さらに、消費税増税や原油値上げによる電気料金・ガソリン代の値上げもある。メーカー・問屋関係は良好であるが、海外部材を仕入れて国内販売する当社のような企業にとっては、非常に暗い状況である。
雇用関連（中国）	良くなる	－	－
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・大型ショッピングモールが今年11月にオープンするので、将来的に新卒採用や新卒紹介、未就職者支援等にも波及効果があればありがたい。
		人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率が１倍を超え、働く環境は整ってきている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・前年に比べて、採用予算を増やす企業は少ないが、中には、良い人材が確実に確保できるならば予算を追加確保するという動きも出てきている。地場中小企業でも、優秀な人材が確保できるのであれば、ある程度の費用がかかっても採用していく意欲が感じられる。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・2020年のオリンピック開催に向けて、景気が上向くと考える経営者が多く、そのような企業が積極的に採用を続ける。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれ、３月までは回復基調が続く。ただ、地方経済の動きはまだまだ鈍く、４月以降の反動減は避けられず、どの程度の影響が出るかが気掛かりである。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規求人全体に占める正社員求人の割合が、３か月前に比べ6.7％上昇している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新年に入って、新規オープンした店舗が複数あり、パート及びアルバイトが主ではあるが、雇用の動きが出ている。
		職業安定所（雇用開発担当）	・消費税増税による不安要素がないわけではないが、総じて企業の採用意欲は高い。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の人材増強への取組が、当社の業績拡大に寄与していく。
		その他雇用の動向を把握できる者［労働機関］（職員）	・来春の新規高卒求人は、製造業、医療・福祉、卸売・小売業、サービス業での増加が目立つのを始め、ほとんどの業種で増加したことから、全体では前年同月比で２割増となり、新卒労働市場に明るさがみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気が良い企業と、消費税増税などのマイナス要因を受ける企業が混在しているため、全体でみれば、雇用環境は変わらない。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・４月からの消費税増税を控えて、多くの事業所が４月以降の先行きを判断しかねている。
		学校［短期大学］（学生支援担当）	・景気回復が波及してくることを希望しているが、まだまだである。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・現在のおう盛な受注に対し、今春の消費税増税がどう影響するか見込みにくいが、少なからずマイナスの影響が出る。

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

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）	良くなる	通信会社（営業担当）	・新生活シーズンを迎え、新規需要・買換え需要が高まっている。
	やや良くなる	百貨店（営業推進）	・３月までは、消費税増税前の駆け込み需要による高額品の宝石や美術品等の売上は伸びるが、４月以降は売上が低下していく。
		コンビニ（店長）	・建設業系のお客様の様子が明るく感じる。
		コンビニ（店長）	・建設関連の工事関係者の動きにやや活況が感じられ、しばらくは現状維持が見込める。しかし、競合が激しく、グループの施策や競合他社のキャンペーン次第で、売上に影響を及ぼすことから、予断は許せない状況にある。
		乗用車販売店（営業担当）	・良いのは１～３月まで、４～６月は消費税増税で反落し、１～６月累計では前年割れになると予想している。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の動きを感じている。
		その他専門店［酒］（経営者）	・例年、12月の反動で１月は大変景気が悪い。３月、４月は花見や歓送迎会シーズンなので、一定の売上を見込んでいる。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税前で、２月、３月の予約状況は昨年より良い。
		旅行代理店（支店長）	・消費税増税を前に個人旅行の申込が増加。平均単価も例年を上回りつつある。
		タクシー運転手	・３月は人の移動等が多く、少し良くなると判断する。４月は消費税増税で客の出かける頻度は少なくなる。
		タクシー運転手	・今年は四国八十八ヶ所霊場開創1200年に当たり、人出は増えるとみている。今より景気は良くなるはず。
		通信会社（社員）	・第４四半期（１月～３月）は１年間で最も販売が良く、消費税増税前の駆け込み需要も見込める。
		通信会社（企画）	・ここ数か月続いている、お客様からの引き合いが今後も続くと思われるため、やや良くなるとは思うが、数か月前に比べると若干弱くなっているように感じる。
		観光名所（職員）	・３月、４月は学生の春休みの時期あたりから、来客数が多くなる。
		競艇場（職員）	・３月、４月とも、本場開催が多く組まれている。場外発売においても重賞レースの発売が予定されているので売上も増加していく。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税で仕入価格が上昇すると、当社も販売価格を引上げなければならない状況。今後の景気に対して不安がある。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前までは景気は安定しているが、４月以降は客の動きが鈍くなる。
		コンビニ（総務）	・気温や天候の影響が大きい。景気の回復感は全く感じられない。
		衣料品専門店（総務担当）	・３月は消費税増税前の駆け込み需要で売上は増加するが、４月以降はしばらく低迷する。
		家電量販店（店長）	・現在は消費税増税前の駆け込みで来客数は若干増えているが、消費税増税後また元に戻る。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想されるが、新型車が好調のため、現状維持が続くのではないか。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税によって、どのような状況になるか不確定要素が多い。それぞれが置かれた状況がはっきりすれば、消費行動にもつながると思う。
		都市型ホテル（経営者）	・宴会の予約は低調。宿泊も増加要因に乏しい。
		ゴルフ場（従業員）	・消費単価が落ち込み、売上が伸びない。
		設計事務所（所長）	・建物の建築単価が上昇すれば廃業する建設会社が出てくるとみている。今後は景気が失速するのではないか、あるいは消費税増税後に落ち着いて、さらに良くなるのではないかという、両極が予想される。
	やや悪くなる	商店街（事務局長）	・消費税増税に伴い、４月以降は消費の萎縮は避けられないと覚悟をしているが、どの程度の減少になるか不安を感じている。ただし、夏頃には立ち直りをみせるのではないかとも期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・今の状況は、一般国民に負担増だけが重なり、脱デフレというよりも質の悪い経済社会ができてしまう雰囲気がある。
		一般小売店［生花］（経営者）	・お客様が贈答品に掛ける費用が少しずつ減ってきている。最低限の必要量を購入する人が多くなっている。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要から売上は上昇すると推定する。ただし、景気が上昇しての売上増ではない。前回の消費税増税時には年間で１％程度の売上減であった。
		スーパー（財務担当）	・消費税増税により、消費者の節約志向は強まる。
		家電量販店（店員）	・増税前の駆け込み需要の反動でしばらくは買い控えが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が現れ、３月下旬以降に極端に受注が減少するとみている。単月赤字の収支が数か月続くと懸念される。今年度下期までには単月で利益を確保できる体制を築きたい。
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税前で、２月、３月は販売が増加するとみている。車は３月までの登録が基準であり、４月以降は反動減が必ず現れる。
		美容室（経営者）	・競合店が増えている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税後については今の段階では具体的には読めないが、何か月かは消費の低迷が続き、ますます景気が悪化するだろう。
		一般小売店［乾物］（店員）	・消費税増税によって、景気が良くなるわけがない。
		一般小売店［書籍］（営業担当）	・消費税増税による反動減で、販売量は４月以降大きく落ち込む。
		一般小売店［酒］（販売担当）	・４月からの消費税増税に向けて、消費者の財布のひもは固くなるだろう。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で消費は一旦上向くが、４月以降は反動で大きく冷え込む。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出る。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前に一時的に景気は良くなるが、増税後は悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減と、３年前の震災に伴う新車販売が落ち込んだ時期の車検対象車数減によりサービス売上の減少を予測している。
		その他小売［ショッピングセンター］（副支配人）	・消費税増税の影響は避けられない。
		美容室（経営者）	・消費税増税により節約傾向がさらに強まる。
企業動向関連 （四国）	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・消費税増税後に価格の下落が考えられ、消費は回復すると思われる。現在の株価の上昇・円安から考察すれば消費税増税の影響は軽微とみる。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・近隣に製造工場が新設する等、周辺の動きは活発である。またエリア内での求人倍率が１倍を超えている。
		繊維工業（経営者）	・特に関東、関西、中部地区の大型商業施設に出店している小売店が好調で、この傾向は今後も続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費税増税前の２月、３月は、一時的に受注量が増加する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注･商談状況から、引き続き堅調に推移するとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・家庭用の太陽光発電機器は、消費税増税前の駆け込み需要の傾向がある。従って、３月、４月以降は少し落ち込むだろう。
		輸送業（営業）	・消費税増税前の駆け込み需要により取扱物量が上向いてきている。３月にかけて、学生の進学・卒業や社会人の就職による引越し需要が増加する時期とも重なり、需要量が供給量を大きく上回る事から、輸送業者の売手市場となり、運賃相場が上昇する。よって、車輌や人員に余力のある業者は増収が見込まれる。
		金融業（融資担当）	・公共工事が増加するとみており、必ず波及効果が現れる。建設業ではすでに人員不足になっている。
	変わらない	鉄鋼業（総務部長）	・主力取引先の造船会社の受注状況は堅調であるが、当社への発注は半年から１年先となるため、受注量・価格ともに変化はない。
		電気機械器具製造業（経理）	・国内販売に関しては消費税増税前の需要増が認められるが、輸出販売に関しては受注の先延べ傾向が生じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設会社（経理担当）	・利益が出ない上に、職人不足による賃金の上昇や、資材不足から建築価格の値上げが予想され、厳しい状況が続く。
		建設業（経営者）	・手持ち仕事をこなしながら、新規受注も見込めるため、今後とも現状レベルの受注量・販売量を維持できる。
		建設業（経営者）	・人材難、材料費の上昇が、まだまだ続きそうである。
		広告代理店（経営者）	・３月までは消費税増税前の販売促進広告が見込めるが、その後は不透明である。
	やや悪くなる	農林水産業（総務担当）	・消費税増税によって購買単価の抑制、発注量の縮減を懸念する。
		通信業（総務担当）	・消費税増税後の落ち込みが想定される。
		不動産業（経営者）	・昨年末からの消費税増税前の駆け込み需要もほぼ終わり、今のところ、不動産に対しては様子見の状況である。消費税増税後は少し悪くなるとみている。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税後の動きが全く見えない。物が動きにくい環境にある。
		公認会計士	・経営者は消費税増税後に需要が減ることを心配している。１～３月は駆け込み需要があり、車や住宅、家財の動きが活発化し、売上がかなり伸びている。ただし、４月以降はその反動を恐れている。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・消費税増税の反動がある。
雇用関連 （四国）	良くなる	－	－
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・消費意欲も向上し、景気も上向くのではないかと考える。求人ニーズが高まっても求職ニーズとのバランスが懸念される。
		人材派遣会社（営業担当）	・賃上げにより消費税増税後も消費が大きく落ち込むことはなく、経済は回復基調をたどるとみている。ただ、中小企業への恩恵についてはもう少し先となるだろう。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期になり、求人数の増加が見込める。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、前月比0.05ポイント上昇、前年比0.19ポイント上昇している。
		職業安定所（職員）	・建設業、卸・小売業に加え、製造業等においても、求人が増加傾向にある。アベノミクス効果が幅広い業種に波及している様子が見受けられる。
	変わらない	求人情報誌（営業）	・周辺企業の業績回復に合わせて、人員の募集は引き続きある。ただ、求職者数が増えていないので求める人物が採用できず、マッチングの割合は低く留まっている。
		職業安定所（職員）	・雇用労働者の環境に変化が起きなければ、就職者数の急な増加にはつながらない。
		民間職業紹介機関（所長）	・特に景気への高揚感は感じることが少なく、景気浮揚の要因も見当たらない。
		学校［大学］（就職担当）	・消費税増税を前に慎重な動きとなる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・人材派遣料も消費税の対象であり、３月までの契約が目立つ。
	悪くなる	新聞社［求人広告］（担当者）	・３月までは消費税増税前の駆け込みで売れる。駆け込み効果は高額耐久品以外にも日常品にまで及ぶはず。反面４月以降は買い控えが起きるのは間違いない。それが３か月なのか半年続くのかが問題である。

10．九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （九州）	良くなる	スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で、３月までは行事関連商品や耐久消費財、コモディティ・グッズが売れる。その反動で４月は一旦消費が落ち込む。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税増税後の４月はわからないが、３月まではこのままの状況が続きそうだ。その要因の１つに、県内の量販店は１月から税抜価格の表示に変えており、他も表示を変えるところが増えている。消費者からみると非常に値頃感があり、安く感じるようで、購買意欲は高まっている。４月以降、食に関してはそこまで落ちることはないとみている。
		その他小売の動向を把握できる者［土産卸売］（従業員）	・変動はあるかもしれないが、そのままの良い状況が続く。お土産という商品の性格から消費税増税は大した問題ではない。

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
		ゴルフ場（従業員）	・たまたまかもしれないが、来月、再来月は既に予約数が前年比を上回っている。そのなかでも、単価の高い土日のウィークエンドに客が集中し、キャパシティオーバーで予約を断る日も出てきており、うれしい悲鳴を上げている。少しずつ良くなってきている一方で、地元客の動きがそれほどないのが、若干の不安材料である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・２、３月と消費税増税前の駆け込み需要があるのではと期待しているため、景気は幾分か良くなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要がそれなりにあると考えられるので、３月いっぱいまでは売上が上がり景気は良くなる。しかし、増税後、どの程度落ち込むか心配である。
		商店街（代表者）	・消費税増税の対策としてキャンペーンを打つ予定だ。しかし、４月に入ると先行き不安になる。
		一般小売店［生花］（経営者）	・２月の中旬まで需要がないが、春先は、卒業や異動などで花の需要が一番高まるため期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、高額品の動きが良くなっている。
		百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要による購買促進が期待される。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税前の駆け込み購買が出てくる可能性大である。既に、宝飾、毛皮、家具等、一部の高額商品でその兆しが出てきている。
		百貨店（営業政策担当）	・海外ブティックや時計・宝飾品といった高額品は、一服感もありながら引き続き堅調な需要があり、今後も売上が大幅に落ち込む与件はない。一方、雑貨・衣料品・日用品等では、前回ほどではないにせよ、消費税増税前の駆け込み需要が発生すると考えられるため、３月末までは好調が続く。また駆け込み需要が過熱気味でない分、４月以降の反動減も緩やかと思われ、中長期的には景気回復が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が影響するため、貯蔵の利く加工食品などの売上増を予測している。
		スーパー（総務担当）	・３月末までは、消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財などの購入やまとめ買いが増える。
		スーパー（経理担当）	・４月の消費税増税に備え、保存のきく食材や酒・タバコなどのし好品などの買いだめが発生する。
		スーパー（統括者）	・身の回りも明るい話が多くなっている。
		スーパー（業務担当）	・消費税増税は顧客動向に影響を与えている。スーパーやＧＭＳ店舗のような小売店では、まとめ買いによる一時的な販売点数の増加が発生するのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店員）	・２、３月だけは消費税増税前の駆け込み需要で売上は上がる。しかし、４月はその反動があるので、景気が良くなるとは言い難い。
		家電量販店（店員）	・１月上旬は調子が良かったが、その後は尻すぼみになった。原因はよく分からない。４月の消費税増税を控え、今が買い時という店内掲示物を増やした結果、大分客の目に留まるようになってきている。消費税増税前の駆け込み需要があるため、やや良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		家電量販店（従業員）	・消費税増税前に買換えを考えている方が結構いる。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がくると考えられる。
		その他専門店［コーヒー豆］（経営者）	・年間を通して１月が一番売上が下がる時期であるが、売上や来客数は、前年同月比で若干増えている。これから３～４月と春にかけて異動シーズンということもあり、コーヒーの売上はさらに増えてくるものと予想される。
		高級レストラン（専務）	・鹿児島は、観光や各種大会に新幹線を利用する来訪者が多く、そのなかでも少し単価の高い、珍しいものを望む客が少し増えてきた。３月まではこの調子が続く。しかし、消費税増税後はどうなるか分からない状態である。
		観光ホテル（総務）	・今後３か月の収入予測より、やや良くなると判断した。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門と宴会部門の予約状況が好調に推移している。消費税増税の影響を危惧していたが、前年比103％台と好調な伸びが続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総支配人）	・宿泊の予約状況や宴会予約等の状況が、好転している。
		旅行代理店（企画）	・前年より、旅行単価が上昇傾向にある。
		通信会社（販売部）	・例年の傾向から、３月の卒業シーズンに向け中学３年生及びその家族の需要が高まることが予想される。
		通信会社（総務局）	・今後、ブラジルサッカーワールドカップや東京オリンピックを控え４Ｋ・８Ｋテレビの普及も期待でき、契約数も徐々にではあるが増加すると期待している。
		競輪場（職員）	・売上が段々と良くなってきており、消費税増税となる年度替わりまでこの状況が続く。
		理容室（経営者）	・３、４月は卒業、入学シーズンなので客が少し動くため、今月、来月より良くなる。
		住宅販売会社（代表）	・現在建築関係は、大工や左官などの業種においても忙しくなっている。２、３か月先も同様の忙しさという印象を受ける。一方、工務店やメーカーにおいて、受注棟数が昨年の９月以降伸びてない会社も多く、３か月先以降は不透明である。
	変わらない	商店街（代表者）	・売上は増加する時期だが、経済格差がはっきりと表れてきているので、景気としてはあまり変化はない。
		商店街（代表者）	・４月からの消費税増税で先行き不安であるが、現状の客の様子をみていると、悪くはならないと考える。
		一般小売店［精肉］（店員）	・光熱費が徐々にではあるが高騰しており、利益を圧迫しかねない。
		一般小売店［鮮魚］（店員）	・全く売れる気配がしない。売れそうな材料もない。
		百貨店（業務担当）	・消費税増税を控え、消耗品・日用品の先買いや買いだめが起こることが予想されるが、おしなべてみると客の買物に対する慎重さは日増しに強くなってきている。
		スーパー（経営者）	・今後の消費税増税に対して賃金の上昇状況が不明なので、客の買い控えがあると予想される。
		スーパー（店長）	・４月からの消費税増税に合わせ、商品の表示方法を変更する必要があるが、税抜価格で表示をすると客からの信頼度が薄らいでいくようだ。３月になれば駆け込み需要はあるが、現状では、少し買い控えがあるのか買上点数がまだ伸びていない。
		スーパー（店長）	・食料品業界と衣料品業界において消費税増税前の駆け込み需要はそう期待できない。耐久消費財の自動車、家等は需要増の見込みがあるかもしれないが、食料品、住居関連用品等はあまり需要増が見込めないため、今の流れと変わらない状況で推移する。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税導入前の買いだめに期待があるものの、同業種間のし烈な顧客争奪合戦が更に激化すると予測され、全体の集客増はあまり期待できない。一方、消費税増税に伴う表示方法の変更コスト増も考慮しておく必要があり、一進一退が続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税を控え、客の支出減少の可能性が考えられる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響は今のところあまりみられない。消費税が上がるのは決まっていることなので、その時はそれなりに対処するしかないと考えているようだ。上がる前と上がった後の変化は大してない。
		衣料品専門店（取締役）	・消費税増税前と増税後の売り方をどうするか、企業努力のみで試行錯誤している。３月は増税前の駆け込み需要があるが、４月以降は一旦は買い控えが起こる。
		乗用車販売店（代表）	・変わるような雰囲気がない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が少しでてきたようだ。しかし、景気そのものは良くなっている感じは地方ではなく、給料が上がる話も聞かない。４月以降は不透明だ。
		その他専門店［ガソリンスタンド］（統括）	・燃料油の小売価格が急に下がるような気配はないが、販売はほぼ昨年並みの状況であり、灯油の販売シーズンはこのままの状況で推移する。
		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）	・４月の消費税増税前の好影響は必ずあると考える。また、エネルギー価格高騰も今後影響し、差し引きゼロになる。
		高級レストラン（支配人）	・常に安定は望めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（スタッフ）	・４月の消費税増税を控え、客の動きがまだ読めない。
		都市型ホテル（販売担当）	・４月からの消費税増税に関して、取引会社の値上げと客に対する当方の値上げがうまく伝わるかどうかが心配で、今後が不安である。
		都市型ホテル（副支配人）	・ここ数か月、２、３月の受験シーズンを除けば大きな団体の予約はないが、個人の予約が伸びている。
		タクシー運転手	・消費税増税、燃料費、又は物価の上昇に庶民の収入増が追い付かない状況で、格差がますます広がっている。
		タクシー運転手	・プロ野球のキャンプ等はあるが、県外からの人の動きがあまり望めない。
		タクシー運転手	・県外の客の予約状況は良いが、地元の客の動きが今一つだ。
		通信会社（業務担当）	・２月は１月同様、起爆剤となりうる新商品がないこともあり、来客数、販売台数ともに苦戦すると予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・２、３月は年度末で物の動きが悪くなる。消費税増税に伴い客の買い控えが出てくるので、少し景気は悪くなる。賃上げベア交渉も影響してくる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・３、４月は年度替わりで、卒業や入学、就職などの出費負担がかなり大きい。家計を預かる者の財布のひもはかなり固くなる。消費税増税を控え、買い急ぐ人が出てくる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前だが、地方の商店街において単価の低い品ぞろえの店舗では、駆け込み需要はほとんどない。逆に、増税後に備えた買い控えが懸念される。
		一般小売店［青果］（店長）	・半年ぐらい前から、客が消費税増税後の生活をそれなりに想定しており、全体的に買い控えの傾向がある。消費税増税後は、さらに買い控えが本格的になり、厳しい状況が続く。
		一般小売店［茶］（販売・事務）	・消費税増税前の駆け込み需要は関係なく、増税後は売上が確実に減少するので不安も大きい。
		百貨店（営業担当）	・売上、レジ客数、買上単価が上昇傾向にあったが、当月は停滞に転じている。予約も順調だが、商品供給にやや不安がある。また、客の消費税増税前の駆け込み需要が早く出ており、対応策は実施するが増税後の反動減が懸念される。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要にはそこまで期待していないが、１月の状況をみるともう需要が発生しているようだ。従って、客は２、３月にかなり価格の高いものを中心に購入する。景気上向きとは言い難いが、売上は伸びる。
		百貨店（営業担当）	・入店客数減や衣料、雑貨の売上減をみると、一部の外商客を除き一般客の消費マインドは決して上がっていない。消費税増税前の駆け込み需要は幾分あるが、４月以降の落ち込みを考えると今より悪くなると推測する。
		百貨店（売場担当）	・３月は消費税増税前の駆け込み需要があるが、４月以降はかなり買い控えが生じるので、やや悪くなる。おそらく消費税増税後のダウンは４、５月と２か月ぐらいは続く。それを越すとほぼ平常状態に戻る。流れ的には決して悪くない状況なので、おそらく５、６月は前年をクリアする水準に戻る可能性があると期待している。
		百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要と増税後の反動減で、差し引きややマイナスと見込む。不要不急商品の購入が先延ばしとなり、衣料品中心に苦戦を予想している。
		スーパー（店長）	・我々のスーパーマーケット業界では、消費税増税前の駆け込み需要をあまり多く期待できない。全体的な影響としては、４月以降の反動減の方が大きいと考えざるを得ない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わると客の購入意欲がなくなっていく。
		その他専門店［書籍］（代表）	・消費税増税の影響が多少出る。
		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］（支配人）	・消費税増税による買い控え及び節約により、やや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・当店は、接待での法人利用が多い。接待費等も消費税増税を念頭にいれるだろうが、動きが良くなるのか、動かないのかはっきりまだ読めない。当店のような業態においては、消費税増税前の駆け込み需要がなく厳しい状況になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の年になり、大きな買物の最終的駆け込み需要が発生するため、飲食及びサービス業の利用は控えられるのではないかと考える。飲食業も値上げせざるを得ない状況であるため、しばらくは低迷する。
		居酒屋（経営者）	・消費税増税により飲食業界は少し冷え込む。
		旅行代理店（従業員）	・非常に好調であったが、ここにきて予約ペースが落ちている。国内旅行は前年割れの状態となっている。
		タクシー運転手	・これから先、消費税が上がるので皆の財布のひもが非常に固くなり、景気はいくらか悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・２～３月の季節要因を除き、契約数の純減が改善する見込みが立っていない。
		競馬場（職員）	・来客数や販売量が前年比を下回る傾向が続いている。
		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）	・４月からの消費税増税や診療報酬改定が、利用控えにつながる懸念がある。
		その他サービスの動向を把握できる者［フィットネスクラブ］（営業）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・今月の新規資料が少ないので、３か月先は今月よりもやや悪くなる。
		設計事務所（代表）	・消費税増税の影響がある。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・３か月後、消費税の増税により客の購入意識に変化があるため、一時は厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が出る。
		衣料品専門店（店長）	・アベノミクス効果が依然地方都市に波及せず、11月から毎週イベントを打ち続けたが、来客数は減少するばかりで全く効果がない。消費税増税前の駆け込み需要に期待したいところだが、このままではその効果も期待できない。
		衣料品専門店（総務担当）	・３月は、消費税増税前の駆け込み需要で景気は一時的に良くなるが、４月はその反動減も含め極端に悪くなると考えている。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売においては予想以上に消費税増税前の駆け込み需要が大きい。４月以降はその反動減があり厳しい状況になる。
		その他専門店［書籍］（地区支配人）	・消費税増税の影響は軽微との論評もあるが、全くそうではない。価格転嫁ができず、増税前の駆け込み需要も多く期待できないため悪くなると予想する。
		美容室（経営者）	・４月からは消費税増税となるので、非常に悪くなる。駆け込み需要の反動減を心配している。客は買物で安いところを狙っている。一般の商店街や個人商店が伸びていくような政策を考えてほしい。
		音楽教室（管理担当）	・転勤により退会される方が多いため、生徒数減少が大きい。
企業動向関連 （九州）	良くなる	輸送業（従業員）	・４月の消費税増税を前にメーカーは増産体制を迫られている。業界によっては生産が追い付かないところもあるようだ。３月の需要としては、例年同等、もしくは例年増し、昨年12月よりも12％増しというところもある。しかし、その分４、５月と落ち込みが激しくなることが予想される。短期的には消費税増税前の駆け込み需要で物は動くが、年間通して考えると景気が上向いているわけではない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・今後２、３か月後の景気は、消費税増税前の駆け込み需要により明らかに良くなる。今から関連のセール等がかなり出てくる。特に高額商品は相当数販売量が増える。ただし、４月以降にその反動減が出てくる。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・２月は日数も少なく、原料不足もありあまり期待できない。３～５月は少しずつ原料肉が戻り、異動や行楽シーズンも重なるため、かなり期待できる。放牧牛肉の相場価格が順調なため今後は安定してくる。ただし、１月に解禁になったタイからの鶏肉輸入が市場にどう影響を与えるのか、少し未知数である。

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
		食料品製造業（経営者）	・昨年は九州外への観光客の流れが顕著であったため、客数が大幅に減少し業績に大きな影響を与えた。今年は、４月からの消費税増税の懸念を払しょくすることはできないが、大河ドラマの影響で、西日本・九州への誘客が見込めそうであるため、やや良くなると予想している。
		家具製造業（従業員）	・２、３月は消費税増税前の駆け込み需要で、前年比120～150％程度アップする見込みであるが、４月度以降の落ち込みが心配である。一般家庭用の家具は受注を見込み、増産・在庫積み増しをしているようだ。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末は、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・太陽光発電関連、地場公共事業など業者間の需給がひっ迫している。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先から受注量がかなり増え、作業人員も足りない状態にある。これは、中国向けの家庭電化製品部品の影響であり、まだはっきりはしてないが、今後も増産計画になる。
		建設業（従業員）	・４月からの消費税増税に伴う受注で景気は回復しているが、その反動でどうなるか不安材料はある。また、職人不足による工期遅延などの問題がどうなるのかで景気は左右される。
		輸送業（総務）	・消費税増税を目前にした３月は、更に荷動きが活発になると予測する。
		通信業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の効果が様々な方面に波及していく。
		金融業（調査担当）	・消費税増税後の４月以降を心配する話が多い。ただし、２～３月までは良い流れが続く。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が上昇傾向にある。
		広告代理店（従業員）	・この勢いで行けば消費税増税前の３月まで、前年を超える売上が期待できる。
		その他サービス業［物品リース］（支社長）	・消費税増税前の駆け込み需要と製造業の好調により、やや良くなる。当社もベースアップが決まった。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・畜産物の販売単価は、下がってはいないが上がらないため厳しい状況になっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要により高額商品は割と購入されているが、我々の低価格商品はそのような状態にない。今後、増税により我々の受注関係が変わってくるのではないかと心配している。
		金属製品製造業（事業統括）	・受注残は増加傾向だが、職人不足による工事延期で売上延期が続いている。材料費の高騰、輸送費の高騰により、２、３か月は変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いや見積等は順調である。期待される消費税増税前の駆け込み需要もさほど耳にしない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量はやや増えているが人手を増やしていないので生産コストが上がっている。人手不足だが、一から教育を始めると時間が足りず大変難しい状況である。深刻な状況がきそうだ。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・消費者向けのメーカーは売価を上げることができるが、メーカー向けの下請は逆に利益を削られているところが目立つ。受注量が増えても絶対的利益は変わらないか、逆に悪くなるところも出てくる可能性がある。
		通信業（職員）	・省エネ関連の新サービスに対する補助金が終了しており、次年度からの受注量を確保するためには原価低減と新しいサービスの開発が必要となる。
		金融業（従業員）	・円安による原材料価格の値上がりで収益悪化を見込む先が増加している。また、消費税増税後の売上の反動減を懸念する先が少なくない。一方、設備投資を前向きに検討する先が増えてきているほか、賃金を引上げる動きが徐々に広がりをみせてきている。
		金融業（営業）	・少なくとも消費税増税前の３月までは、現状の景気が続く。又は上向きで推移すると考える。
		経営コンサルタント	・業界を見回しても、新しい事業に取り組むことよりも、現在の事業を確実にフォローするという消極的な受け身の姿勢がみられる。
		経営コンサルタント（社員）	・消費税増税による影響の様子見である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・受注量や取引先から聞く業況により、この先しばらく良い状況が続く。

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
	やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・今よりはマシになっていくが、これからの時期は繁忙期なので、普通の受注では物足りない。結果的には例年と比べて悪くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・既に受注していた建築物件の工事が進んでいるため、鉄筋の出荷が増加し、販売量は堅調である。しかし新規の建築物件の受注が少なく、今後、販売量は一時的に減少する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・各メーカーの決算期にあたり、在庫調整の時期に入っている。一方、消費税増税前の駆け込み需要も考えられるが、プラスマイナスで考えるとどうかというという状況である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産量の減少が計画に織り込まれている。
		輸送業（総務担当）	・日常生活に必要な商品の取扱が多いが、出荷量は徐々に落ちてきている。しばらくはこの状態が続く。
		金融業（営業担当）	・大半の事業者は、消費税増税後の４月以降、物販を中心に売上が落ち込むと予想しており、借入金返済金額の減額措置を計画している顧客もいる。
		広告代理店（従業員）	・１月の新聞折込受注枚数は、前年同月比98％と相変わらず下回っている。消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、消費者の購買意欲は一部の商品に限られている。消費活動が活性化しないと販促費も増えない。このままでは、消費税増税により直接ダメージを受けそうであり、折込業界における景気の回復はまだまだである。
		その他サービス業［設計事務所］（代表取締役）	・消費税増税前の駆け込み需要による発注のピークは過ぎ、１月に入って設計の新たな発注はかなり少なくなった。増税前の新たな発注は見込めないと推察されるため、景気は悪くなると予想する。
	悪くなる	建設業（社員）	・わずかな繰越工事は発注されるが、平成26年度の予算が決まらないうちは官公庁の発注は望めない。補正予算では賄いきれない。ゼロ県債やゼロ国債の早期発注を希望する。
雇用関連（九州）	良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末、次年度に向けた求人依頼が堅調である。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・昨年同様、年度末に向けた問い合わせがきている。また、派遣から直接雇用に変える企業も数件でてきている。
		人材派遣会社（営業）	・求人は確実に増加傾向にあるが、九州における今後の伸びと消費税増税の影響は未定である。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・北部九州は自動車関連産業が集積しており、好調な業績が関連業種へも波及しつつあるようだ。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・景気の動きに連動して求人が発生しているのは建設土木業ぐらいである。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・年度末まで求人件数は堅調に推移するが、消費税増税後は一時的に求人にも影響がでてくると考えられる。
		職業安定所（職員）	・企業の業績は上がってきてはいるものの、４月からの消費税増税による消費の冷え込みが懸念されるため、横ばいで推移する。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率がかなり上昇傾向にあるが、製造業等にやや求人数の減少が見込まれるので、現状の数字がしばらく続くのではないか。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は減少傾向にあるが、求人数の伸びは鈍化傾向にある。消費税増税を控え、先行き不透明感がみられる。
		民間職業紹介機関（社員）	・決算期を踏まえた人材需要がでていない一方、登録者数が減少傾向になっている。事務分野では、例年の求人がでてきているが、求職者がいないという現象が現れている。
		民間職業紹介機関（支店長）	・年度末の繁忙需要といえるものがない。また新規注文数なども、通常時季とあまり変わりないない。
		学校［大学］（就職支援業務）	・2014年卒業予定の学生に対して引き続き求人が届いており、2015年卒業予定の学生向けの求人も順次届いている。しかし、前年度と比較して好不調の判断ができるほどの傾向は現時点ではみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税後は一旦受注が減ると予想される。
	悪くなる	－	－

11．沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向	良くなる	家電量販店（総務担当）	・増税前の駆け込み需要が３月に向け本格化する。

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
関連 （沖縄）		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現状の予約状況から見込まれる２、３か月先の稼働率においては、前年同月実績を上回る見込みである。企業等の団体宿泊利用も含め、予約が動き始めてきている。
		その他のサービス［レンタカー］（営業担当）	・３月、４月と観光客の予約状況が好調に推移している。旅行代理店の担当者によれば、消費税増税前の駆け込み需要が要因の１つではないか、とのことだった。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・ファストフードやデザート類の売上増加が期待される。
		コンビニ（経営者）	・前年より、街の集客力が良くなっている。
		通信会社（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が３月の学生を対象としたサービスの契約の繁忙期と重なって相当期待ができるが、４月以降は冷え込みが予想される。
		通信会社（サービス担当）	・アベノミクスや一括交付金などの影響で良くなると思われる。
	変わらない	一般小売店［菓子］	・消費税増税前の駆け込み需要で、３月の状況は例年よりも良いとみている。ただし、４月以降は悪化すると思われるため、全体を通してみて変わらないという判断である。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、多方面において２月中旬～３月は売上がアップすると予測する。ただし、４月以降は必ずその反動がある。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、テレビ等で報道されるほど景気は良くなっていると思えない。全体的には横ばいが続いており、売上的には前年より若干ダウンしている状態である。今のところ先行きにはあまり良い材料が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・３月に限れば、消費税引上げ前の駆け込み需要で景気は良くなるとみているが、４月に急激に落ち込むのではないかと懸念している。５月、６月は引上げに慣れてきて、戻ってくるのではないかと考えている。
		その他専門店［楽器］（経営者）	・アベノミクスにより景気感が少しずつ上向いていることを感じるが、まだ少し来客数が増えてきたかもしれないという程度にすぎず、売上金額には反映されていない。
		住宅販売会社（代表取締役）	・もうしばらくは、消費税増税前の駆け込み需要の反動からの受注回復に時間を要するとみられる。
	やや悪くなる	百貨店（営業企画）	・３月は消費税増税前の駆け込み需要で上がるとみられるが、特に４月はその反動は免れないと判断している。６月まで前年を割るとの見通しを立てている。
		コンビニ（エリア担当）	・増税後の動きが読みづらいが、４月以降は必ず駆け込み需要の反動がある。景気が回復するまでにどれくらいかかるか分からないが、購買意欲を損ねない販促、戦略が必要である。
		旅行代理店（マネージャー）	・消費税が上がって少しの間は買い控えが増えそうである。
		ゴルフ場（経営者）	・利用人数は見込みよりやや落ち込んでおり、その落ち込みをカバーするための善処策を取る予定である。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・建売棟販売などの消費税増税前の駆け込み需要が３月で終わり、住宅営業の受注は減少すると考える。しかし、住宅ローン減税やフラット35の100％融資等の制度を活用できれば、「悪くなる」まではならないと考える。
	悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街のエリアは来客数も落ちている。観光客が歩いていても、なかなか売上が伸びない状態で、お土産品店も大変苦戦をしているようである。アベノミクスの効果が現れるまで時間がかかり、当分は厳しいと予測している。
		その他飲食［居酒屋］（経営者）	・消費税増税が大きな壁となっており、４～６月の３か月間が生死をかけた戦いとなる。
企業動向関連 （沖縄）	良くなる	－	－
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・沖縄の営業担当から、首都圏で大型案件等が動き始めているとの話があった。沖縄の情報系専門学校の就職担当の話でも本土企業の採用が目立ち、就職率も良いようである。今後沖縄への景気の波及は望めそうである。
		会計事務所（所長）	・消費税率が上がるまでの限定ではあるが、全体的な景気が上向きであることから、傾向としては良くなる方向にあるとみられる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末に向け、公共工事、民間工事の増加が見込まれる。
		輸送業（代表者）	・客先の受注残は積まれており、施工業者自体が鉄筋や型枠工等の職人不足が発生する程、需要が活性化している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・県内企業が消費税増税に伴う売上減少を懸念する傾向が強まるなかで、販促予算を削減する可能性はあるが、現時点においては現状を維持するものと予測している。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・様子見、あるいは検討期間の長い客が多い。
		輸送業（本社事業本部）	・消費税増税前の駆け込み需要による物量増は予測されるが、瞬間的なものであり、継続して取扱量が増える可能性は無いとみられる。逆に取扱量が控えめになる可能性が大きいとみている。
	悪くなる	食料品製造業（総務）	・４月の消費税増税による消費の減少が考えられる。
雇用関連 （沖縄）	良くなる	－	－
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人件数が、前年同月比で微増ではあるが、増加し続けている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・２月と３月は例年求人数が増える傾向にあるため、採用も増える。
		学校［専門学校］（就職担当）	・次年度の新卒採用活動が早々に始まっている。
	変わらない	学校［大学］（就職担当）	・今年採用の求人は増加傾向にあるが、それが景気に直結するかは、いまだ分からない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（総務担当）	・現在受注の案件で短期案件は、３月末終了の予定が大半を占め、また、長期案件についても４月以降の更新は、消費税増税の影響もあり、減少するとみられる。４月以降は、派遣ニーズへの影響が懸念される。
	悪くなる	－	－