

・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 やや良くなる	— 商店街（代表者）	— ・消費税増税後であるため、ゴールデンウィーク期間中は旅行等で各所に出かけることが控え目になるが、その後は天候にも左右されるが、ゴールデンウィーク中に使わなかったお金を消費に回すことになり、来街者が増加する。また、消費税増税の影響もわずかながらに薄らいでくるため、地元客による購買は例年以上となる。
		百貨店（売場主任） コンビニ（エリア担当） 家電量販店（店員） 旅行代理店（従業員） 旅行代理店（従業員） その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員） 住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前には若干の駆け込み需要がある。 ・一時的ではあるが、消費税増税前の特需が徐々に見込める。 ・3月末までは駆け込み需要が期待できる。 ・今まで我慢していた客の購買意欲が増してきているため、今後についてはやや良くなる。 ・4月以降の旅行への問い合わせ件数が減っていないため、今後についてはやや良くなる。 ・厳冬期も終わり、徐々にではあるが観光客が増加することになる。 ・消費税増税にともなう駆け込み需要は3月まで続くが、4月以降は大幅に落ち込む。
	変わらない	一般小売店〔土産〕（経営者） 一般小売店〔酒〕（経営者） 百貨店（売場主任） スーパー（店長） スーパー（企画担当） スーパー（企画担当） スーパー（役員） 家電量販店（経営者） スナック（経営者） 観光型ホテル（スタッフ） 旅行代理店（従業員） 旅行代理店（従業員） タクシー運転手 通信会社（企画担当）	・残念ながら、当地には現政権の経済対策の効果はまだ表れていない。客との会話でも、燃料価格等の値上がりで景気が悪くなるのではないかという声が多い。 ・今月の売上も前年に比べて微減であり、ずっとこういう状況が続いている。底を這っていて、なかなか浮上のきっかけが見えてこない状況であり、当分、同じような状況が続く。 ・先買的な購入もみられるが、今後、大きな変化が出てくることは想定できない。物産展催事などの動きをみても、趣味や余暇に対する客の意欲が強く感じられるため、マイナス要素はない。 ・消費税増税前の3月はかなりの売上が見込まれるが、4月以降については影響が不透明であり、分からない。 ・政府の政策が前のめりで、政策効果が片寄ることが懸念される。政策が空振りすることになれば、失われた20年以上のダメージとなる。 ・足元で消費税増税前の駆け込み需要が発生しているが、4月以降の消費の反動減がどの程度になるか見当がつかない。そのため、今後の消費動向についても見込みが立てにくい状況にある。 ・3月はある程度の駆け込み需要があるが、4月は反動期となり、落ち込むことになる。ただ、食料品については大きな変動はないとみており、上期平均ではやや良くなる。 ・消費税増税前の駆け込み需要もさほど多くないため、消費税増税後の反動もさほどない。 ・景気が良くなる要因が見当たらない。 ・中国本土からの仮予約が活況を呈しているが、先行きについては不透明である。また、需要を喚起するようなイベント、学会なども予定されていない。 ・4月の消費税増税により、観光客の消費動向に影響が出てくるが、ビジネス客の動きは引き続き好調に推移する。 ・季節が春に向かい、客の気分が解放的になるが、その反面、消費税増税があるため、差引きゼロとなる。 ・消費税増税前の利用増を見込んでいるものの、予約状況などに変化がみられないため、今後についても変わらない。 ・雪解けにともない客足が戻ることになる。また、新卒生を対象とした商戦が激化するものの、客に勧めるような新しい通信機器の発売が直近にはないため、今の動向が当面続く。

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		観光名所（従業員）	・大きなプラス要因となっている、外国人観光客の入込については引き続き好調に推移するが、国内観光客については、消費税増税後のタイミングとなることから、旅行、観光を手控えることになり、プラスマイナスが相殺して現状のままで推移する。
		観光名所（職員）	・消費税増税や電気料金の値上げ等、消費者目線での懸念事項が多い。また、それらに対する国、自治体の具体的な対策が見えてこない。
		美容室（経営者）	・当面は消費税増税の影響で出費を控えるような話が多く、美容関係もしばらくは売上が厳しくなる。特に高齢者はその傾向が強くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・次回の駆け込み需要が生じるまでは停滞することになる。
		商店街（代表者）	・消費税増税後は、必需品以外の消費はかなりの落ち込みとなる。
		商店街（代表者）	・客が一層買物に対してシビアになっているため、消費税増税の余波が続く。
		商店街（代表者）	・消費税増税を前にして駆け込み需要が起きているため、消費税増税後は消費が停滞する。
		商店街（代表者）	・消費税増税後の購買意欲の低下は、客の様子から避けられそうにない。4月から2～3か月は我慢の時期となるため、商業者は戦々恐々としている。
		百貨店（販売促進担当）	・4月の消費税増税後の3～6か月間は消費の落ち込みが顕著に表れる。特に北海道は、過去の例から落ち込み後の回復が遅い傾向にある地域であるため、回復基調になるには時間がかかる。
		百貨店（役員）	・4月はホームセンターの最大需要期であるが、消費税増税後となることが心配である。
		スーパー（店長）	・消費税増税により客の日々の買物が抑えられることになり、景気回復に歯止めがかかることになる。
		スーパー（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動に加えて、消費税増税により客の節約志向が強くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・過去の実績からみて、消費税増税前は買いだめ需要で売上が増加する反面、その後は減少することになる。また、たばこの値上げにより、禁煙者の増加も見込まれるため、来客数が減少することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・当地域の主要産業である漁業が軒並み不振であるため、当地域の周辺も含めて景気の良くない状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の生活必需品の買いだめが始まっていることに加えて、4月からの光熱費の値上げ、ガソリン価格や灯油価格の高値推移、入学・卒業や転勤で出費が多くなることなどから、きものや宝石などの高額商品の消費は今一つ動きが悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税後の買い控えが生じることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の需要の先食いにより、4月以降は期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月以降の消費税増税後の反動は、予測はつかないが、必ず影響が出てくる。
		自動車備品販売店（店長）	・現在みられているカー用品の購入はあくまでも消費税増税前の特需であるため、4月以降は前年を下回ることになり、景気は上向きとはならない。
		その他専門店 [造花]（店長）	・3月までは消費税増税前の特需のため、景気は良いが、4～5月は反動で落ち込むことになる。
		高級レストラン（経営者）	・4月からの消費税増税にともない、数か月は買い控えが起きる。また、消費税は材料等すべてにかかってくるため、原価率が上がり、販売量も増えないとなると経営にも響いてくる。
	高級レストラン（スタッフ）	・5月はゴールデンウィーク以外はかなりの落ち込みとなる。売上はもとより、客単価、来客数とも下回ることになり、飲食店では混迷期を迎える可能性もある。前年からの食材価格の高騰で仕入れが厳しいうえ、有名ホテル等では料理に使う食材の産地証明書の手配におおわらわであり、調理責任者は料理の見直しに手を付けられない状況が続いている。このままでは、消費税増税時に消費者に受け入れられる適正価格の料理が提供できないことになる。	
	観光型ホテル（経営者）	・消費税増税を控えて、4月以降の集客がすでに苦戦している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・旅行業界では、国内旅行の先行受注は良いものの、海外旅行の先行受注は前年並みである。4月からの消費税増税や各種料金の値上げなどが影響している。
		タクシー運転手	・例年、3月の雪のある時期までは、タクシーの利用はまずまずであるが、4月以降は消費税増税の影響により、利用客が減ることになる。
		タクシー運転手	・4月の消費税増税が控えていることもあり、先行きについては、販売量、受注量とも減少することになる。したがって、この先数か月は低調な動きで推移する。
		タクシー運転手	・物価が上昇していることに加えて、4月からの消費税増税があるため、タクシーの乗り控えが生じることになり、やや悪くなる。
		パチンコ店（役員）	・電気料金やガソリン料金の値上がりに加えて、消費税増税により、製造業等を始めた体力のない事業者の今後の動向が懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・4月の消費税増税後、数か月は需要が落ち込むことになる。しかし、最近の分譲マンション市場では、供給量が抑えられており、駆け込み需要のすべてを満足させるだけの供給量がなかったため、4月以降も一定の需要が残っているとみられ、増税の悪影響は限定的なものになる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税、便乗値上げ、ライフラインである電気代、ガス代の値上げといった要因により消費動向は鈍化する。現政権の経済対策の恩恵のない高齢者は節約することしか防衛策がない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が、3月中旬から下旬にかけて生じるとみられるが、4月の消費税増税後は集客が厳しくなる。特に衣料品関連の販売に関しては非常に厳しい状況となる。
		スーパー（店長）	・3月まで先買いにより伸長したカテゴリーは苦戦することになる。ただし、備蓄分がなくなれば、消費は回復する。新生活での必需品は例年並みとなる。ゴールデンウィークは安近短志向が再来することになる。ただ、好天が続くなどの要因があれば全体の消費は回復する。
		家電量販店（地区統括部長）	・4月の消費税増税後、しばらくの間は消費を控える傾向になる。また、駆け込み需要の反動がしばらく続く。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後で、ちょうど需要が落ち込んでいる時期のため、今より明らかに販売台数が減る。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。生き残りをかけた本当の試練が始まりそうだ。店の抜本的な顧客対策の見直しが急務である。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税にともない消費意欲が減退することになる。
	企業 動向 関連 (北海道)	良くなる	—
やや良くなる		建設業（経営者）	・公共工事の発注が進み、順次、工事も着工することになるため、量的にはまだそれほど多くないが実需が発生してくる。ただし、民間建築や住宅工事については前年より引き合いが少ない。
		建設業（従業員）	・建築鉄骨製作工場は、秋以降まで仕事が埋まっている。
		通信業（営業担当）	・受注量、問い合わせ件数が堅調に推移している。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・特需的な案件の受注がほぼ確定している。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・消費税増税後の動向がまだ読めない。
		食料品製造業（役員）	・今後、良くなるか、悪くなるかは分からないが、消費税増税の影響がどのようになるかが不安である。ただ、今のところ、消費税増税の影響とみられるような受注量の増減は生じていない。
		輸送業（営業担当）	・生乳不足により、バター、粉乳の保管が落ち込んでおり、倉庫業にとって厳しい環境が今後も続く。
		輸送業（支店長）	・消費税増税の影響は生じるが、すでに計画に織り込まれているため、大きな市場ショックが起きることはない。
		司法書士	・消費税増税の影響もあり、今後について大きな期待は持てない。現時点では何とも言えない。
		コピーサービス業（従業員）	・消費税増税の影響がどう出てくるか非常に微妙な状況にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業 [建設機械リース] (支店長)	・現状より上向き要素はない。
	やや悪くなる	金属製品製造業 (役員)	・消費税増税により、消費が鈍ることになる。
		金融業 (企画担当)	・消費税増税により、多くの業種で駆け込み需要の反動減が表れる。しかし、建設業界は公共工事が高水準を保つことで比較的堅調に推移する。観光業界は外国人観光客の増加で増税の影響をカバーする。総じて景気の悪化は軽微なものとなる。
		司法書士	・景気回復の動きを消費税増税が帳消しにする。
		その他非製造業 [鋼材卸売] (役員)	・消費税増税の影響が懸念される。販売量、売上は一時的に落ち込むが、全般的に仕事量が多いため、その後は緩やかに景気が上向き。
	悪くなる	家具製造業 (経営者)	・売上は3月末まで増加するが、納期の問題もあり、3月以降の受注は減少傾向になる。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○
(北海道)	変わらない	人材派遣会社 (社員)	・先行きに明るさを感じる企業が多くなり、求人ニーズは底堅く継続する。新卒者の就職率も近年にない回復を示しており、全体としては久しぶりに好況感に包まれている。ただし、長期間、就職が決まらない新卒者や若年者、高齢者も多いため、雇用対策は今後も必要になる。また、就職したものの、条件が違うなどで短期間で離職するケースが増えることも見込まれるため、労働市場の動きを継続して注意することが必要である。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・消費税増税が消費者の購買意欲に影響を与えることで、求人数の減少につながる恐れがあるため、先行きは不透明である。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・卸売業や小売業などの流通関係で求人が増えた一方、食品以外の製造業や道外の製造業務請負業で求人が減少したが、全体的に大きな変化はないため、求人数は今後も高い水準のまま推移する。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・消費税増税がどのように影響してくるかがまだ見えてこない。大きくは変わらないとみているが、多少は影響が生じることになる。また、現状では景気が良くなるような具体的な話は聞こえてこない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・消費税増税後の4月以降、どのような変化をみせるか予測できない。ただ、今までのような明るさは感じられない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・心理的に影響が大きく、雇用環境を悪化させるような要因としてTPP問題が挙げられる。当地は農業が基幹産業であるだけに、地域経済に与えるインパクトは相当大きい。ただ、数か月後にそのような事態が生じているかは不明であるため、当面は変わらないまま推移する。
		職業安定所 (職員)	・これまで消費税増税前の駆け込み需要に対応する求人もみられていたことから、今後、求人数の伸びは落ち着くことになる。
	やや悪くなる	職業安定所 (職員)	・現在は消費税増税前の駆け込み需要で消費が回復傾向にあるが、4月から消費税が増税されることにともない、反動で落ち込むことになるため、雇用環境もやや悪くなる。
		学校 [大学] (就職担当)	・消費税増税の影響で、耐久財等の購入が3月で落ち着くことになり、しばらくは節約傾向が続く。そのため、雇用環境もやや悪くなる。
	悪くなる	—	—

2. 東北 (地域別調査機関: 公益財団法人東北活性化研究センター)

(—: 回答が存在しない、○: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	コンビニ (店長)	・雪国なので春になると人の動きが目に見えて良くなる。除雪等の経費がかからなくなり、ようやくきちんとした収入が取れるようになる。売上、来客数共に今月と比べると格段に上がる。

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
(東北)	やや良くなる	商店街（代表者）	・中心商店街の再開発等も若干遅れてはいるが順調に進んでいる。原材料価格の高騰、人材不足等もここにきて多少緩和している。また、経産省や国交省の補助金により、ますます中心市街地の頑張りが期待されることも含めて、今よりも良くなるととらえている。
		百貨店（営業担当）	・4月の消費税率引上げに伴い、実用品や買い置き品の消費動向に期待する。
		百貨店（経営者）	・過去1年程度は来客数が前年を下回っていたが、今年に入り来客数が前年を上回る日が増えている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の効果が若干とはいえあると予測している。
		家電量販店（店長）	・12月あたりから質の良い商品、単価の高い商品がよく売れており、今後もこの流れが継続していくとみている。
		高級レストラン（支配人）	・冬期間さまざまな自然災害に見舞われ、物価にも影響が出たが、春の到来と新年度への期待から、楽しみを生み出すような消費活動につながっていく。
		一般レストラン（経営者）	・3月については多少予約が見込めるため、2月よりは改善していくが、4、5月は消費税増税の影響がどのように出てくるかが非常に危惧される場所である。流れが良い方向に向いていってほしい。
		スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンに入り、団体客の利用が増えてくることが予想される。既に予約も少しずつ入ってきている。4月過ぎころまでは良い方向でいけそうである。
		通信会社（営業担当）	・4～5月に向けて新規造成地への入居が始まるため、新規加入者の獲得が見込める。そのため、売上的大幅な増加が見込める。
		観光名所（職員）	・春の観光シーズンに入り、そこに向けて様々なPRを用意している。
	変わらない	商店街（代表者）	・町中は静かで、景気が上向き気配はない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ここ数か月、良い方向に向かっており、今のところ売上は前年比110%弱となっているが、3か月後については分からない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・消費税増税で買物を控える客が増える。
		スーパー（経営者）	・3月は消費税増税前の駆け込み買上が増えるであろうから良い結果が残るとみられる。ただ、2月は来客数も買上点数も伸びがなかったので、反動の起こる4月には賃上げや復興投資外の企業の雇用拡大投資で、消費環境改善などが進むことを期待したい。あわせて政府の経済対策の第三の矢が4月以降に腰折れしないことを期待したい。
		スーパー（店長）	・競合店及び来客数の状況が変わらないので、引き続き変わらない状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税前の買い置き需要はそれほど目立った動きはなく、酒、たばこが若干増えている程度である。4月からの増税の影響は多少出ると予想している。
		スーパー（営業担当）	・3月は消費税増税前で消費が拡大するとみられるが、増税後の消費がどのようになるかは不透明である。しかし、今以上景気が良くなることは考えられない。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税に伴いこれからの売上がどうなるかはわからないが、景気が良くなるとは考えられない。
		コンビニ（エリア担当）	・来期も各チェーンで過去最高の出店が計画されている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に販売が伸びてくるが、それ以降消費が少なくなることは目に見えており、否定的に考えざるを得ない。
衣料品専門店（店長）	・入学、卒業といったモチベーション需要、消費税増税前の駆け込み需要で一時的に売上が上がると予想できるが、4月以降の反動を考えると、現状とさほど変わらないか、やや悪化すると想定している。		
衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要もなく、この先も景気が上向きになることは考えられない。		
乗用車販売店（従業員）	・消費税率が上がれば、来客数や販売台数が減る。		
自動車備品販売店（経営者）	・通常3、4月は新卒者の購買で中古車がよく動く時期である。今年は4月から消費税増税が控えているため、3月は良いが、その分4、5月は例年より悪くなることが予想される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・当店で販売している商品は、どうしても必要とする方々が購入するものである。衣類や食料品のように消費税率が引き上げられるから購入しておこうといった類のものではないので、税率引上げ後の極端な反動はなく、販売には大きく影響しないとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税増税の影響等は一段落していると思うが、余談を許さない状況で、景況よりも対応次第で良くも悪くもなると考えている。景気の実態はしばらくこのままの状況が続くとみられる。そうすれば、特に資材等仕入価格高騰への対応や経費節減をしなければならぬので、各家庭で酒類は買い控える可能性もある。一層売手の工夫が必要になる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・特にたばこの売上は、値上げに伴い禁煙を口にする消費者も少なくないため、更に落ち込むとみている。消費者の動向が不透明である。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税の影響による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）	・4月1日の消費税増税以降、購買客数は間違いなく減少する。各企業のオーナー等も先行きが見えないことに大きな不安を抱えている。弊社においても増税後、売上テコ入れ策を実施するため、全体の景気は変わらない状況になりそうである。
		一般レストラン（経営者）	・消費税率が4月から上がるので少し心配しているが、外食は食いだめでできないので変わらないと予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・3、4月は地元客で前年並みであるが、5、6月の旅行シーズンの入込が悪い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・長い冬が終わり買物などで外に出られる方が多くなるが、4月の消費税増税により、プラスマイナスで変わらない状況になるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税を控えて4月に予定されているものが3月に実施されることを希望しているが、3月の予約状況は芳しくない。加えて4～6月の第1四半期についても、主力の宴会、婚礼共に例年と比較しても低調に推移しており、大変心配している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年4月より、各レストランの営業効率を上げるため、営業時間短縮や人員の有効配置等を実施し、人件費、食材費の圧縮にそれなりの効果はあった。しかし、レストランクローズによりホテル全体のイメージがマイナスになったとの声も多数寄せられ、販売量の増加も踏まえ通常営業か季節営業を検討している。
		旅行代理店（店長）	・マーケットの好調は続くと思われるが、消費税増税に伴う影響が不透明である。
		旅行代理店（従業員）	・4月以降については購買に慎重さがうかがえる。
		タクシー運転手	・良い方向に向かう状態は変わらない。朝早く出て昼間だけの乗車だが、朝早く出ても繁華街でお酒を飲んでいる人が結構多くいる。
		通信会社（営業担当）	・景気回復に向けた良い材料は短期的には一部ありそうだが、全般的には否定的である。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前後の差し引きにより、景気回復を実感するには至らない。
		観光名所（職員）	・乗客数の伸びは今年だけのものなのか、3月からの乗船予約状況は例年とさほど変わらない。2月の良い状況が3、4月と続くとは断言できない。
		設計事務所（経営者）	・状況が大きく変わることはない。
		住宅販売会社（経営者）	・受注は順調だが、業者の手が不足していて現場の動きが悪く、完成売上が伸びない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・3月は新入学、就職関連商品を中心に例年以上に好調を期待できるが、4月以降の反動減の予測が難しい。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税率が上がるので、商品が動かなくなる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要の後には、反動もあり、しばらく慎重な動きになる。
		百貨店（総務担当）	・4月からの消費税増税の影響が出るのが想定されるので、4～6月までの第1四半期くらいまでは、今よりも消費マインドが下振れる。

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（企画担当）	・消費税増税の影響は、特に好調に推移してきた高額商品の動向にマイナス影響を与える。また、例年4月展開の初夏の商品アイテムも、3月の需要を狙い前倒しの展開が予測されるため、4～5月は衣料品、雑貨に1割ほど影響が出るものとみている。食料品は微減、回復は早めと予測している。
		百貨店（買付担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が数か月は表れる。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の影響で、3月は月末にかけて買いだめが起こればプラスになるが、4月からは反動でマイナスとなる。差し引くとマイナスの方が大きくなるとみている。
		スーパー（店長）	・現在は買い置き需要があるものの、4月以降の節約傾向は目に見えている。春には基幹店のすぐそばに大型の競合店出店の予定もあり、ますます厳しくなる。
		スーパー（店長）	・3月は4月からの消費税増税前のまとめ買い特需により、若干景気も持ち直すとみられるが、4月以降の買い控え、買上点数の減少による売上低迷が懸念される。
		スーパー（店長）	・消費税増税直前の3月は2月以上に中長期の保存が可能な加工食品や基礎調味料、嗜好品などのまとめ買いが予測されるが、4、5月はその反動が大きく出ることが予測される。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響が出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・4月の消費税増税に伴い、買上単価の減少が懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が今後も続く。
		コンビニ（店長）	・3月は消費税増税の直前ということで、いろいろなものが多少売れるが、その後4～7月と夏に向かっては流通業ではデフレが懸念されている。また、そういう傾向が見られる。
		コンビニ（店長）	・4月以降は消費税増税に伴う駆け込み需要の反動により、消費マインドが低下すると考えられる。消費が冷え込む可能性に不安がぬぐえない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後の消費の動向を注視しなければならない。先行きは不安である。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が長引くと考えている。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前にとすることで、本来の車検よりも早めに購入している客が多いため、その影響が出てくる。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税後に買い控えが起こる。
		乗用車販売店（店長）	・繁忙期に入るが、集客に苦勞する傾向が日に日に強くなっている。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で販売量は若干上向きになったが、これからは新車の生産が3月に間に合わないものが多く、販売量も減ることが予想される。
		住関連専門店（経営者）	・4月以降消費税増税の影響で売上が減少することを非常に懸念している。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・4月以降は消費が冷え込むことが目に見えている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費税増税の動きが4月に控えており、心理的に消費マインドが冷え込みそうである。一般の消費者心理が買い控えに動き、しばらく消費が低迷すると考えている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・物価は上がっているが、給与が上がっていないことや、消費税増税などにより、販売不振が予想される。
		高級レストラン（経営者）	・大企業を中心にベースアップすれば少しは良くなるだろうが、あくまで期待値である。地方経済は全く別の法則で動いているように思えてならない。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税の影響が一段落するまでは、客単価の高い外食は苦戦が続き、生き残れなければ淘汰されていく。
		一般レストラン（経営者）	・4月からの消費税増税はどのような形で出るかは分からないが、何らかの影響が出ると予想している。
		一般レストラン（経営者）	・来月には東北最大級のモールが当商圏にでき上がる。一時的には街全体が活性化するが、地元の商店等は客を取られるので、長期的には街の景気は良くなる見込みはない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・現在既に減少している個人客だが、いろいろ値上がりし、奥様方による財布のひもの締め付けが強くなっており、落ち込みはしばらく続くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人、法人共に来月以降の予約状況は前年を下回っている。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・暖かくなるに従い人出も増えてくるだろうとの期待がある。しかしながら、ホテルの宴会プラン、レストラン、和食料理において花見を前面に打ち出して販売をするが、消費税増税の影響は未知数とはいえ、飲食業へのマイナス部分は大きくなることが予想される。
		旅行代理店（経営者）	・個人旅行については横ばいだが、法人旅行の動きが悪い。4月の消費税増税後も不透明感がある。
		タクシー運転手	・4月からは消費税率引上げの影響で客が減るとみている。
		タクシー運転手	・消費税率引上げ後はもうタクシーには乗らないという客もいる。税率の引上げは財布のひもを締めさせつつある。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税により小売業の競争激化や客の買い控えが予想される。また、単価の値下げにより企業が賃金カットの方向に進めば2、3か月後の景気は悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・4月以降はものが売れなくなり、徐々に販売量が減っていくと想定している。景気は悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税により、買い控えが起きる。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税により、不要不急な買物を極力控える風潮になり、観光土産品などはその影響をまともに受ける。
		遊園地（経営者）	・今回の消費税増税には料金据置きで対応するが、家計への影響は免れないとみている。
		競艇場（職員）	・消費税増税の影響で娯楽やレジャーにかける金額が抑えられる。
		美容室（経営者）	・消費税増税に伴い、客足が一時的にストップするとみている。
		美容室（経営者）	・この先入学シーズンは着付けやセットの客が増える時期だが、その後学校にかかる費用がかさむということで美容室にかかるお金を節約される客が多い。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税による消費後退は否めない。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税直後の4、5月の販売量の冷え込みが予想される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響はもう既に出てきている。この状況はしばらく続くとみており、この先もかなり悪くなると予想している。
		商店街（代表者）	・これは一時的だと思うが、アルバイト募集が非常に困難になってきており人が集まりにくい。そのため、人件費も上がらざるを得ない状態である。これで、消費税率も上がり、売上も伸びないとすれば、零細企業は本当に深刻な状態になる。少なくとも4～6月は深刻な状態になるのではないかと覚悟を決めている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ソチオリンピックが終了しても、客足は遠のいたままである。この状態で4月の消費税増税が実施されれば、当分客は戻らない。消費税の増税に消費者が慣れたころ客が戻るということを信じてじっと待つしかない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・本来なら、消費税増税を控え一時的にでも積極的な消費活動が展開され、当店も含め世の中が活況を呈するところだが、ここに至ってむしろ店頭における動きが沈滞してきている。身近に景気の良い話も聞かない。こういった状態で消費税率が引き上げられれば、その後は大変厳しいことになるのではと危惧している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響が出る。現在好調な高額品、化粧品、生活用品の反動減とともに、衣料品などの買い控えも予測され、相当の影響を受けることが予想される。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税の買い控えの影響は当然見込んでいるが、その影響をどこまで抑えられるのかが心配である。4月は当然来客数も減少するが、5、6月にどのように関心が変わっていくかが重要である。
		百貨店（経営者）	・消費税増税後に大幅な落ち込みが想定される。儉約意識の高まり、価格競争などが想定され、大幅な売上減を想定している。
		スーパー（経営者）	・駆け込み需要の反動減やコストプッシュ、物価高等により、景気が悪くなる。
		スーパー（店長）	・前回の消費税増税後の景気が低迷したのと同じように、今回も4月の増税後は景気の低迷が長く続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・消費税増税前にもかかわらず、価格改定の際に値上げする商品が目立ってきている。規格変更という名目での値上げが相次いでいる。来客数が増えないなかでこれに3%の増税では購買意欲も減退するとみられる。
		コンビニ（経営者）	・消費税率が8%に上がるということで、田舎の場合には給料面も上がらないため、そういった面ではかなり落ち込む可能性が高い。
		衣料品専門店（経営者）	・4月からの消費税増税により、生活防衛意識はますます強まり、必要最低限のものしか買わなくなる。衣料品に関しては単価、販売量共に低下する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が8%に上がることもあり、変わらないというより期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率の引上げにより、衣類は確実に買い控えの対象になる。
		衣料品専門店（店長）	・商況の変化による来客数の減少と、消費税増税後の買い控えの影響が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降、例年だと就職、転勤、進学などに伴う需要が引き続き発生する時期だが、3月までの駆け込み需要の反動減が出てくることは明らかである。ただ、賃金交渉の結果いかんによっては、反動減の幅が縮小されるのではないかと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降は消費税率引上げによる販売量の反動減が予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・売上は消費税増税後の反動減が心配される。いろいろ対策を考えているが、どこまで通用するか。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税に間に合わないと思った時点で購入を控える客が増えてきている。各社、3月成約の客に対しては、納期遅れ値引きとして増税分を負担するとの触れ込みをしている。4～6月は確実に販売量が落ち込むことが予測されることから、3月中にできるだけ受注を獲得する必要があり、そのための施策を検討している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・繁忙期と重なる時期だけにどうなるのか全く読めない。しかし、消費税増税前の駆け込み需要があればあるだけ、その後は受注数が減ることは目に見えている。
		一般レストラン（経営者）	・4月の消費税増税が響いてくるとみている。同業者も戦々恐々としているようである。
		観光型旅館（スタッフ）	・消費税増税後は来客数が減少し、増加する経費を価格転嫁しづらい状況にあるため収益は悪化する。ただ、早めに仕掛けたこともあり、ゴールデンウィークの先付けは順調である。
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）	・私どもの商品は耐久財ではないので、駆け込み需要は期待できないが、その反動も少ないとみている。連日の受注状況と年度末パターンを考え合わせても、大きな落ち込みは考えにくい。
		繊維工業（経営者）	・円安により大手輸出企業は良くなっているようなので、徐々に全体的にも良い方向に向かうことを期待したい。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・例年3～5月ごろは受注がおう盛になる傾向がある。
		金融業（営業担当）	・マインド面は改善してきている。
		広告代理店（経営者）	・賃金上昇による消費促進を狙った広告が増えてくる。
		司法書士	・2、3か月後においては今の状況を維持できるとみている。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・人員配置等の策で無駄を省きコストダウンを図っているのので、その成果が表れてきている。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・相変わらず牛タンの人気は良い。今後、暖かい時期に向かえば向かうほど来客数も増え、良くなるという期待感はある。やや良い状態が継続するとみている。
		食料品製造業（経営者）	・4月からの消費税増税で動きが鈍る可能性が高い。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があまり見込めないのに、増税後の買い控えムードが懸念される。
		土石製品製造販売（従業員）	・新年度に入ってから大きな発注工事予定がない。しばらくは補修工事などとなり、景気を左右するほどの工事はなさそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・携帯電話、スマートフォン、PC、タブレットなどの携帯端末機器の新製品開発動向に大きな変化見通しが無い。各分野の割合に変化はあるが、トータルボリュームに変動が見られない状況が続くとみられる。	
		建設業（経営者）	・今後3、4か月は、現在の受注量で景気は維持できる。	
		建設業（企画担当）	・消費税増税の影響が多少あるとみられるが、官の出件量は現状維持が続くと予想される。	
		通信業（営業担当）	・先行き見通しの明るい要因は今のところ見当たらず、予断を許さない状況である。	
		通信業（営業担当）	・政治次第である。	
		公認会計士	・人不足、資材不足が解消されない限り、建設関係の業績は現状維持とみられる。小売、サービス関連の会社も業績は落ち着いており、2～3か月での業績回復は難しい。	
	やや悪くなる		その他企業〔企画業〕（経営者）	・顧客の現況や今後の動静を考慮すると、しばらくこのままの推移と予測される。
			農林水産業（従業者）	・減反にかかる助成金が大幅に減る見通しである。
			木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工の受注量が減少に転じており、部材の販売減が想定される。
			出版・印刷・同関連産業（経営者）	・やはり消費税率の引上げによる消費低迷が心配される。
			一般機械器具製造業（経営者）	・新興国経済に陰りが出てきていることによる輸出の減少と、消費税率引上げによる反動等による受注減が考えられる。
			建設業（従業員）	・年度をまたいだ大型公共工事の発注が進捗してはいるものの、年度初めの時期であるため、発注速度はやや低下するものと推測される。
			輸送業（経営者）	・消費税増税後の見通しは分からないが、物流の減少になるのではないかと心配している。
通信業（営業担当）			・消費税増税による買い控えが出てくる。	
金融業（広報担当）			・消費税増税後の反動が出てくる。	
広告業協会（役員）			・消費税増税後の反動で景気が落ち込むことが予想されているが、その対策に広告費をかけようという企業や団体は見当たらない。増税後2～3か月は静観しようというムードが伝わってくる。	
悪くなる		広告代理店（経営者）	・消費税増税の影響が出る。	
		金属工業協同組合（職員）	・これまでは、消費税増税前の駆け込みを含め内需主導による受注の引き合いがあったが、4月からの増税に伴い、反動で受注が落ち込む。	
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・現在、消費税増税前の駆け込み需要が起きている。4月以降はその反動が出て、景気は落ち込む。	
		輸送業（従業員）	・消費税増税による消費意欲の低下が懸念される。	
		コピーサービス業（経営者）	・消費税率が上がり、受注量は激減することが容易に想像できる。	
雇用関連 (東北)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・しばらくは現在の受注ペースが続くのではないかと考えている。	
		民間職業紹介機関（職員）	・近郊の製造業が回復傾向にある。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・四大卒向けの説明会において、中小企業、100名以下の企業は前年のエントリー数の8割ほどであるが、2000名以上の企業は前年比102～103%と伸びている。景気の良さが採用マーケットに表れているようである。	
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響が読めない。	
		職業安定所（職員）	・窓口の状況からみると、求人状況は今後も高水準で推移する。また、求職者についても目立った企業整備等の予定もないことから、減少傾向は続くと思われるが、消費税増税の影響がどれくらいになるか注視していく必要がある。	
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率の上昇には一服感があり、年度初めは求職者の自然増も予想される。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数は高止まりで推移しているが、新規求職者数は23年4～6月以来となる3か月連続、前年比増加となっている。また、月間有効求職者数は東日本大震災以後初めて前年比増加となり、先行きが懸念される。3月末に製造業で120名の企業整備があり、不安要素となっている。	
		職業安定所（職員）	・年度末を迎えて建設業の求人が増加してきた。製造業も増加しているが季節的要因が強い。求人倍率についても伸び悩んでいる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・復興需要に伴う新規求人数は高水準で推移しているものの、景気自体が良くなっているとの判断は難しい。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けたプラス情報に乏しい。また、依然として新規登録者数が低迷している。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動が4月以降出始め、売上減から採用人員の引き締めが発生する可能性が高い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の駆け込み需要の反動の落ち込みは当然懸念される。ただ、企業側もそれに対する対策を準備しており、消費者側がそのことを周知徹底できればそんなに遅くなく戻ってくるとみられる。事実、先行求人の申込も4月以降前年比であまり落ち込んでいない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響は大きい。買い控えが採用意欲減退につながりそうである。
		職業安定所（職員）	・4月からの消費税増税により消費が落ち込み、景気が悪くなると予想される。
		職業安定所（職員）	・年度末に向けて、従業員の大量解雇の動きがある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあるものの、人出不足、コスト高、消費税増税後の反動等により、今後を懸念する企業が多い。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税が開始される4月からの落ち込みが強く懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税により、消費が落ち込む。

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	良くなる	コンビニ（経営者）	・気温が高くなってきていよいよ春めいてきた。消費税増税などの影響で多少の変化はあると思っているが、品ぞろえやサービスをさらに改善していけば、今の勢いが続いて良くなっていく。
(北関東)	やや良くなる	百貨店（店長）	・4月に消費税増税を控え、3月は駆け込み需要が期待できる。4月以降も工夫をしながらきめ細かな対応を行うことで、影響を最小限にとどめていけると考えている。
		コンビニ（経営者）	・春の暖かさによって客の動きが非常に良くなってくると考えられるが、一方で競合店の問題があるのであまり大きくは期待できない。多少は良くなる。
		衣料品専門店（統括）	・今月は120年来初めての大雪ということで、約1週間ほとんど客が来ず、雪かき三昧という月になってしまった。例年2月は大変暇な時期であるが、天候的にも大きな打撃を受けている。これから暖かくなるにつれ、客の動きも活発になってくるので、景気が良くなることを期待したい。
		スナック（経営者）	・歓送迎会の時期ということもあるので期待している。ゴールデンウィークが始まるころには少し客足が落ちるかと考えている。
		観光型旅館（経営者）	・今月があまりに悪いため、それよりは回復する。
		旅行代理店（所長）	・消費税増税による影響は否めないが、観光シーズンでもあり、影響分を差し引いても景気は上昇する。
		タクシー（経営者）	・2月の動きが良かったのでこの先も良くなる。
		通信会社（営業担当）	・決算期、消費税増税前の駆け込み需要により一時的に消費が高まる可能性がある。
		遊園地（職員）	・外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの来園客を期待している。
		美容室（経営者）	・卒園式や入園式、卒業式や入学式等イベントがあるため、2月よりは売上の増加が見込まれる。
		設計事務所（所長）	・消費税の対策もあり、駆け込み受注で慌ただしくなり、今月よりさらに忙しくなる見込みである。
		変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）
	百貨店（販売促進担当）		・3月は消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、4月以降は反動減が懸念される。

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
		百貨店（販売促進担当）	・3月は消費税増税直前ということで駆け込み需要が見込めるが、一方で4月の反動も十分考えられる。ただし、主力の衣料品は4月以降、春物から夏物に随時入れ替わるため、消費税増税による消費への影響は薄らぐと思われ、トータルではあまり変わらない。
		コンビニ（経営者）	・道路が変わってしまったので、よほど当店にしかないものでもない限り、客はわざわざ遠回りしてきてはくれない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税でばたばたするとは思いますが、当店の場合は扱っているのが消え物なので、大幅に良くなったり悪くなったりするような状況ではない。あまり変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後、しばらくは販売量が減ると思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月中の登録を目指し商談は活発だったが、車が間に合わない車種もあり、慌ただしい現状である。なんとか先につなげていきたい。
		乗用車販売店（管理担当）	・4月からの消費税増税による駆け込み需要により3月末までの売上は増収となるが、4月以降数か月は反動による減収が見込まれる。大企業は春闘の状況によりベースアップが見込まれるが、消費税増税により全体的な消費は後退する。
		一般レストラン（経営者）	・メディアで報道しているような大企業の業績の良さ、景気の良さというのは、なかなか地方では実感としてはない状況である。
		観光型ホテル（経営者）	・ゴールデンウィークを除けば、消費税増税と実質所得の伸び悩みにより、多くの消費者がレジャー分野に対して消費意欲を減退させるのではないかと危惧している。
		都市型ホテル（副支配人）	・夏場に向けての団体客の予約は、ここまではほぼ前年並みである。個人客に関しては、消費税増税後の価格傾向をみてから判断する動きがみられ、出足が鈍いように感じる。
		旅行代理店（従業員）	・為替変動に落ち着きが見られないため、変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・旅行自体については消費税増税でもあまり影響はないが、旅行以外のものやサービスへの駆け込み需要により、旅行に影響が出る。また、大雪の被害が大きく、今後、春先の旅行減が懸念される。
		通信会社（局長）	・消費税増税を目前にし、駆け込み需要による消費の増加を実感している。これが一時で終わらず持続的な景気回復につながることを切に望んでいる。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税による影響が心配である。
		競輪場（職員）	・天候の影響もあり、暖かくなれば入場者数も増えてくるので、それなりの状態で変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・地方では景気の上向きを示すような顕著な動きはみられない。
		設計事務所（所長）	・3か月先は消費税増税後なので、更なる新規物件の冷え込みが予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・全般的に景気上向きの雰囲気はあるものの、地域間格差があり、地方に波及するまで時間を要するためである。また、消費税増税による反動も小さくないためである。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・3月までは小売店でも何かしら売れるが、4月以降は買物客が極端に減るものと思われる。
		商店街（代表者）	・消費税増税後は需要が減少する。
		商店街（代表者）	・新学期の納品等の注文もかなり減っており、いろいろな物価が上がってきているので今後は悪くなる。
		商店街（代表者）	・間違いなく消費税増税の影響が出てくる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・増税に伴い消費は控えられる。売上も減少は避けられない。必要な物は必要な時に購入する消費者が多くなっている中で、価格重視の量販店の価格競争が始まると、小売業はさらに売上を維持していくことが厳しくなる。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。悪くなる要素は消費税増税である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・4月からの消費税増税により、やはり消費が落ち込み、景気が冷え込むのではないかと予想している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・当地域では景気が良くなる兆候はみられない。4月からの消費税増税に伴い、客の買物意欲も悪化する。
		百貨店（店長）	・消費税増税後は必ず落ち込むが、駆け込み需要は期待されているほど大きくないのではないかとと思う。
		スーパー（経営者）	・競争の激化である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・3月に消費税増税前の駆け込み需要が多少あり、4月以降しばらくは流通関連が駆け込み需要の影響を受けそうである。また、3月の駆け込み需要の取込みについても還元セールなどができないので、前回の消費税増税の時よりも売上は上がらない。
		スーパー（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要は3月中旬ごろからで限定的である。むしろ増税後の不安感から、2～3か月は消費意欲が減退するのではないかとみている。
		スーパー（経営企画担当）	・3月は中旬以降で消費税増税前のまとめ買いの特需で多少は売上が増えるが、4月以降は逆に売上が減少する。どの程度になるか予測はつかないが、消費が下がるのは確実である。
		スーパー（商品部担当）	・消費税増税前後の影響により、3月末は一時的に良いが、4月を含め食品業界自体が値上げ傾向にあるため、厳しい状況になる可能性が感じられる。
		コンビニ（経営者）	・4月から消費税が増税となり、消費者の購買力が低下し、景気は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税後になり、まとめ買いの反動、買い渋りが起こると思う。コンビニの日配品においても買い渋りは表れるとみている。
		コンビニ（店長）	・あまり良くない現状ではあるが、消費税が増税されるためにある程度前倒して買物をしているのではないと思われる。そのため、先行きの景気はやや悪くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・全体的には消費税増税前の駆け込み需要というところで一時的に良くなる業種もあると思うが、この夏ぐらまではやはりこのまま買い控え、我慢してしまう状況が続いていくとみている。特に、当店は婦人洋装で、必需品ではないので、かなり厳しい状況になってくる。
		家電量販店（物流担当）	・4月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動減が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で受注が減少する見込みである。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の受注量は確かに増えている。ただし登録、納車が3月に間に合わないものが半数以上である。メーカー施策では3月半ばまでの注文については、4月にずれ込んでも消費税増税の3%分を補てんしてくれるところもある。いずれにしろ、4月以降は販売量が激減する恐れがある。
		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で販売量が減少するのではないかと危惧している。
		乗用車販売店（販売担当）	・今は消費税増税前の駆け込み需要が多いので、今後2～3か月先ということになると反動が多少来るのではないかと思う。また、ゴールデンウィークの行楽シーズンが来るため、車の販売や修理関係はやはり落ち込む。そのような理由から2～3か月先は現在よりは悪くなっていく。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税に加え、今月の雪害の影響もあるのでやや悪くなる。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税後は新車購入が激減する。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の揺り返しが起こり、若干の冷え込みは発生するものの、アベノミクスの景気高揚感が維持できれば、2～3か月の影響にとどまると思われる。
		住関連専門店（店長）	・3月までは駆け込み需要があると思うが、4月以降は悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・大雪の影響によるが、この先は消費税増税による影響が不安材料である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税により、外食の回数を減らすと考えられるからである。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税への不安感と、それに伴う駆け込み需要も陰りが出てくるのではないかと思う。
		スナック（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要に関係のない業種なので、他にお金を使ってしまっただけには回って来なくなるのではないかと不安である。また、4月からの落ち込み、原価上昇も心配である。
		観光型ホテル（営業担当）	・消費税増税の影響のほか、先日の大雪による野菜など食材の価格高騰も心配である。宿泊に関しては電話予約が良くないが、ネット予約は数日前に増える傾向が顕著にみられ、予約がますます間際化してきている。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月1日より消費税が上がるということで買い控えるようになる。外食産業においても、あまり外に出ずに自宅で間に合わせてしまうのではないかと思うので、しばらくの間は現在よりは落ちる。
		旅行代理店（営業担当）	・4月からの消費税増税の影響がマイナスに働くと懸念される。
		タクシー運転手	・消費税増税で消費を控えるのではないか。
		通信会社（経営者）	・消費税増税が実施され、消費意欲は相当減退し、節約志向が強まる。
		ゴルフ場（支配人）	・4月からの消費税増税によるものなのか予約が伸びてこない。各種コンペの集客に努力はしている状況だが、個人消費の大幅な下落が予想されるので、不安を感じている。
		ゴルフ場（業務担当）	・今回の大雪で2月はほとんど営業にならず終わってしまった。客のゴルフ熱も雪と共に冷めてしまい、春の引き合いも今は若干鈍っている。ただ、ゴルファーのゴルフへのニーズは大体横ばいのものであり、会員の補充募集等についての引き合いはぼちぼち出てきている。いずれにしてもゴルフ熱が上昇するにはちょっと時間が必要である。外のスポーツのため、天候に左右されることが大きくあるということを含めて実感させられている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・消費税の増税があるためである。
		美容室（経営者）	・客との会話で消費税が話題になることが多くなった。当店の来客数を考えると、料金は上げずそのままではいかななくてはならない状況だが、利潤は低く、経費を考えると非常に心配である。所得税、消費税の納付が同じ時期にあり、現金の手当てをどうするかつらいものがある。客も消費税による価格の変化がどのように家計に波及するかを考え、お金を使えないと話している。
		その他サービス [立体 駐車場]（従業員）	・隣接の家電量販店、駅ビルの来客数に関しては消費税増税前の駆け込み需要で多くなっているようだが、4月以降は反動で少なくなる。また、ホテルや大型の映画館にしても予約が少ない状況なので、先行きはやや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税によりしばらくは仕事量が減る。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の影響から消費マインドが低下することが予想される。状況をみて少し待ちの状態が続くことも予想されるので、悪くなりそうである。
	悪くなる	一般小売店 [衣料] (経営者)	・4月は市長選挙及び市議会議員選挙が行われる予定になっている。そのような時期は客はあまり移動しないので大変悪い状況になる。
		百貨店（営業担当）	・2～3か月後となると消費税が増税される。どの程度の影響が出るかは想定できないが、マイナス要因であり、どうしても消費は減退する。
		百貨店（店長）	・ベアの情報は1～2%であり、消費税増税分の3%に届かないため、買い控えは夏ごろまで続く。
		スーパー（店長）	・4月に限れば、消費税増税前のまとめ買いの反動と実際の増税とで、間違いなく悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・地方の景気は全く良くなってきていない。
		家電量販店（店長）	・販売量は確実に下がっていく。消費税増税による特需で先食いしていた分、数か月は大きな前年割れが続く。夏場のエアコンがどれだけ動くかが回復のカギとなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・現在は消費税増税前の駆け込み需要で来客数が増えている。その割にそれほど売れてはいないが、これから3か月後になると反動減でかなり落ちる。
		自動車備品販売店（経営者）	・2月は消費税増税前の駆け込みで多少良くなっているが、5月になるとその反動でかなり落ち込むことは否めない。
		高級レストラン（店長）	・県内全域で大小さまざまな被害があり、カーポートや屋根、車などの破損が多く、各家庭の出費が予想される上に、消費税増税も重なり、消費が冷え込むことは間違いない。
		スナック（経営者）	・とにかく消費税増税の影響があり、良くなる要素は本当に1つも見当たらない。いつものことだが良い方法があったら教えて欲しい。
		タクシー運転手	・例年、3、4月は歓送迎会等で販売量が増え景気が良くなるが、消費税増税による料金値上げでますます景気が冷え込んでしまうのではないかと心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（経営者）	・何といても消費税増税による買い控えである。脱デフレと称した金融緩和と株価吊り上げによる物価上昇は一部の大手企業には追い風であるが、そのあおりを受けるのは大多数の庶民、中小零細企業である。支出ばかりが増えていく状況では雇用促進、賃金増などありえないので、景気が好転するとは思えない。
		通信会社（経営者）	・リーマンショックから東日本大震災、そして現在、いくらばらまきを行っても、地方の景気は良くなる。来月末は年度末であるが、このタイミングで廃業を予定している同業者が2社あることを既に聞いている。
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・本業が順調に伸びている上にメガソーラーの発電開始となるため、良くなる。
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・ユーザーに余裕が出てきているのか当社製品の受注が良くなってきている。オリンピック施設、首都高速道路改造整備などの話を受けて先行投資をしてきているように感じている。
		建設業（開発担当）	・建設業にはアベノミクス効果が顕著に出てきている。当社も事業縮小してきたが、ここきて建設的に考えて人員を増やしている。10年以上続いた低迷からの脱却も計りたい。
		経営コンサルタント	・家計の消費マインドの好転は今後も徐々に進み、実際の消費も相応に増えるものと見込まれる。また、企業の設備投資意欲も、投資分野により選択的ではあるが増加しつつあり、現実の投資活動も促進される。
		司法書士	・仲間内で話を聞いてもやはりムードが良くなってきている。なんとなく明るさを感じている。
変わらない		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末ながら、それに関する受注の話はなく、Web等で季節商材のPR展開をしても問い合わせもない状態である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・原材料価格の値上げなどが出てきており、見通しが立たない。
		金属製品製造業（経営者）	・新規取引先ができそうで、試作品を作っている。しかし、現在の状況が良くないのでまだはっきりは分からない。心配している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・依然として朗報は全く入って来ず、採算が悪い状況は変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・消費税増税後も大きく減少する計画は出ておらず、大きな変化はないと見込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の生産計画に大きな動きはみられない。消費税増税による変化については見極めができない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・生産量はしばらくの間、現状維持で推移していくと見込んでいる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・このところ2～3か月は調子が良いが、その先は全く分からない状況である。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前は駆け込みにより物量は増えるが、それにしただがって車両の不足等も見込まれ、対応が難しくなりそうである。また、円安による原油高で燃料負担が増え、利益も薄くなっている。
		金融業（役員）	・業種により差があり、建設業と自動車関連は良いが、それ以外はまだ恩恵を被っていない。消費税増税を4月に控え、雪害の影響も大きく、材料価格の値上がり等もあるため、まだ予断は許さない状況である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・特段の変化はみられない。消費税増税の影響も思っていたほど悪くはない。
		やや悪くなる	
食料品製造業（営業統括）	・大雪による後遺症的な影響は避けられず、それに加え消費税増税も大きな負担になるため、急速な回復は難しい。		
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で注文が前倒しになっているので、4月以降はその分注文が少なくなるのではないかと懸念している。		
窯業・土石製品製造業（経営者）	・4月からの消費税増税でこの先どうなるか分からない。景気はやや悪くなる。		
電気機械器具製造業（経営者）	・下請に対するコスト減の要求は相変わらず厳しい。今後、より厳しくなってくるとみている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手自動車メーカーの3か月見通しによると、3月をピークに、4、5月は段々減少傾向に入っており、横ばいか減産かというところである。消費税増税前の駆け込み需要的な部分が終わり、下方に振れ始めてきているということである。その他4月からコストの低減要請が回っているため、少しずつ減収減益になり、良くはならないとみている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費税増税後しばらくは仕入に慎重な動きが出てくる。
		建設業（総務担当）	・補正予算による発注はあるかもしれないが、民間の発注量は確実に減ると思われるので、厳しい。
		通信業（経営者）	・消費税増税後は消費の落ち込みがありそうである。
		金融業（経営企画担当）	・14日の大雪による雪害で当地域の経済活動が停滞した。この影響はしばらく尾を引くと感じている。
		不動産業（経営者）	・なかなか人件費を増やせない状況が続いている中、消費税増税等の負担感が重く感じる。周囲でも富の二極化が定着しつつあり、多数派の実質収入減が全体に与える影響は大きいと思わざるを得ない。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税後は、売上減に加え原価の上昇で、経営はもっと厳しくなる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・消費税が増税される4月以降は、いろいろな業種で宣伝費を減らすという話が聞かれる。店側でも売上が落ちるという見方をしている証でもあると思っている。
		社会保険労務士	・政府の経済対策などはあるが、4月の消費税増税以降はとてあえず一時的に落ち込むという見通しを立てている事業所が多い。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・輸入原料の価格はますます高騰し、利益が出ない状況に陥る。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・なかなか利益が出ない。
		金融業（調査担当）	・消費税増税前の駆け込み需要後の反動減による影響が懸念される。4月以降の需要動向を予測できない企業が多く、不安感が強まると、改善し始めた投資にも影響し、景気を一層下押しする可能性がある。
		不動産業（管理担当）	・消費税増税によるコスト増分について、オーナーや顧客から理解を得られ前年売上を維持できるかどうか不透明であり、一方で業務コストは確実に3%以上増えることが決まっているので収益は減少する。
	雇用 関連 (北関東)	良くなる	—
やや良くなる		人材派遣会社（経営者）	・取引先の業務が忙しい様子は2～3か月先までは続くと思込まれる。
		職業安定所（職員）	・新規求人、求職の状況では改善してきた感があり、周辺企業に現況を聞くとまだ先の見込みが読めず厳しい状況との声や消費税増税もあり依然厳しいという企業があるのも事実だが、全体としては上向きの気配があるような感じを受けている。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加して、求職者が減っている傾向から景気はやや良くなる。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・新年度になると高校、短大、大学卒業の求人関係は落ち着くので、製造業、販売、サービスあたりはいくらか落ち着いてくる。住宅関連等と公共事業関連の業界は今後もしばらくは活況を呈すると思われる一方で、人手不足の問題が解消されていないため、かなり求人が増えると見込んでいる。しかしながら、先の景気は依然としてやや不透明だと感じている。
		人材派遣会社（支社長）	・消費税増税に対応する需要と、年度末の人材の移動が重なっている様相を呈していることから、4月以降は急激な採用意欲の低下が予想される。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・消費税増税を控えた現在はあまり変わらないが、増税後は多くの面で悪い影響が出てくる。
		職業安定所（職員）	・大雪の影響で、ハウス物の農業関係が被害を受けたという話もあるが、大雪の影響で出た被害が、すぐに管内に影響を及ぼすとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・記録的な大雪のため、農作物に大きな影響が出た。そのため、観光目的の一つである果樹に期待することができず、観光による宿泊利用者が激減するのではというホテル関係者からの声も聞かれる。一方で、景気回復の影響で徐々に良くなってきたと話す求人先もある。全体的に景気が回復し、良くなる状況とは言い難いので、変わらないと判断した。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人数は若干増えてきたが、非正規雇用が増え、正社員は現状維持あるいは若干減少し始めており、4月の新卒入社と消費税増税の影響が色濃く出てきている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・製造業などの業種の求人数は増えているが、専門学校生や高校生の新規就職先としての業種はまだ厳しい状況である。県の有効求人倍率がまだ全国平均まで達しておらず、今後、駆け込み求人が増えることを期待している。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・新年度を迎えて求人数が減ると予測している。既に連絡が来ている取引先もある。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税で悪影響を受ける。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
	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	観光名所（職員）	・今月は降雪の影響で大幅減収となっている。今後、これ以上の減収はないと思うので良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・ここ何年もの間、製品の値上がりがなかったにもかかわらず、エアコン、冷蔵庫等の卸値が高くなってきており、販売価格も高水準で推移している。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・時期的に3、4月は文房具類は良く、これ以上落ちるといふことはないため良くなっていく。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・消費税増税までの残り1か月で少しは消費が進むことを期待している。また、暖かくなり行事が増えることで需要が多くなる。
		百貨店（店長）	・消費税増税で落ち込むとは思いますが、給与アップが消費を押し上げる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・現在の景気は消費税増税前で若干伸びており、この先も駆け込み需要でさらに伸びて景気が良くなるのではないかと思います。
		コンビニ（経営者）	・今月は天候が悪かったが、気温も徐々に上昇してきて、春から夏に向けては良くなる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要があるとされているが実際はそうではなく、3月に期待した分、4月以降は心配である。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み受注が増えているので期待が持てる。メーカーの生産台数が追い付かないために新車の登録が間に合わない恐れがあるが、3月まではかなりの販売台数が期待できる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の打ち出す経済政策が的確と思われ、景況感はやや良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・2月は年間で一番売上の低い月である。特に今月は降雪の影響で大分売上が減少したので、2～3か月先は今年よりかなり良くなるのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストランは4月の消費税増税がどれだけ影響するのか全く不透明である。入学や進学、新社会人等の記念日での家族客利用はそれほど大きく減少することはないと考えている。少人数の歓迎会はこれから予約が入る時期を迎える。企業主催の宴会は特に大きく変化することはないが、個人の会費で開催する歓送迎会、同窓会等は単価の安い居酒屋や競合店舗に流れそうな感じがする。単価を落として対抗処置を取らざるを得ないので、件数は落ちなくても内容は厳しいものになる。宿泊は周辺のイベントに左右されるが、イベントに来るファンの個人消費は大きく落ち込むことはないと考えている。
		旅行代理店（従業員）	・今月の販売量は非常に伸びが悪かったので、これ以上悪くならないということと、前年比では100%を少し切るぐらいで推移しているためやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後の4～5月は今のところ特に4月が厳しい。5月は幾分問い合わせが増えつつあるので、今月と来月が底だと思っているので、それに比べればやや良くなる。		
		タクシー運転手	・悪くなるという人はほとんどおらず、やや良くなるという客が多い。		
		通信会社（経営者）	・賃上げがかなり行き渡って良くなる。		
		通信会社（経営者）	・既存客において高額サービスへの移行数が増加してきている。この傾向はしばらく続く。		
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を控え、駆け込み需要が期待できる。		
		通信会社（局長）	・映画やレジャーにお金を使う人が明らかに増えた。近距離の旅行などする人が周りに多くおり、数か月前と明らかに違う。		
		ゴルフ場（支配人）	・3月以降の予約状況は例年以上で順調に推移している。		
		ゴルフ場（支配人）	・希望的観測も含め、春闘の賃上げ状況や非正規雇用者の待遇改善が顕著になってくれば、全体に明るさも戻り、良くなる。		
		設計事務所（経営者）	・客側に新しいプロジェクトの計画が複数上がって来ていることに関連して、当社に関連の相談が来ている。		
		住宅販売会社（経営者）	・消費税率引き上げ後は数か月消費が落ち込む。その後、大企業は景気回復するものの、中小企業はなかなか回復できない。個人消費にも少し不安があるが、希望的観測でやや良くなる。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税でいったん客足が止まるかもしれないが、大きく影響するとは考えていない。緩やかに良くなっていくと思う。建築の繁忙はまだ続く。		
		変わらない		商店街（代表者）	・国内での生産が低迷している石油精製、石油化学関係が周辺に多いためである。
				商店街（代表者）	・天候が崩れて東京でも動きが悪く、自動車が止まってしまうということがあった。とにかく何とかしなければならぬ時に東京が動かないというのは問題である。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・消費者は商店街等の路面店より大型ショッピングセンター等に買物へ行ってしまう。大型スーパー、大型店舗で購買することが定着してしまうのではないかと懸念している。				
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・明るさがまだあまりみえてこないことと、客の購買意欲が弱いような気がする。				
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・個人レベルでは景気回復傾向が少しずつ感じられるが、企業はお茶などの経費削減がいまだに多く、本当の景気回復はまだのように感じる。				
百貨店（営業担当）	・2回の大雪の影響で婦人、紳士衣料の動きが鈍かったが、消費税増税による前倒し需要で美術、宝飾、時計等の高額品の動きが良い。景気より天気と増税前の需要効果による影響が大きい。				
百貨店（営業担当）	・消費税増税後は落ち込むのは必至であり、婦人服に関してはかなり厳しい状況である。不要不急な商品の購買は難しい。				
百貨店（販売促進担当）	・3月は、消費税増税直前ということで高額品、買い置きが可能な食料品や化粧品の駆け込み需要で一時的に景気は上向くが、4月以降の反動が読み切れない状況である。4、5月の落ち込みは厳しいことが予想される。				
百貨店（営業企画担当）	・消費税増税後の影響が出るため、しばらくは厳しい状況が続く。				
スーパー（経営者）	・4月以降は少し悪くなるという感じがする。ただし、2月から消費税を含めた本体価格表示にしたので値ごろ感が出ているため、降雪の影響もあるが売上が良い。ただし、2、3月が良くて、4月から買い控えになり変わらない。				
スーパー（総務担当）	・3月は間違いなく消費税増税前の駆け込み需要、買いだめ需要で売上が上がると思うが、その後4、5月は落ち込む。ただし、ファッション性の高いものや生鮮食品等についての買いだめはないので、最寄品を中心とした物の買いだめである。スーパーで販売しているような商品に対する実質的な消費は、3～5月はほぼ前年並みで、これまで同様に厳しい状況が続くとみている。				
スーパー（仕入担当）	・4月の消費税増税後1～2か月は一気に消費が冷え込み、消費者は1回の買物額を税込額で増税前の金額と合わせるような意識が働き、実質の売上は減ってしまう。				
コンビニ（経営者）	・3か月先のことは分からない。消費税増税でどうなるか全く予想がつかない。				

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・高齢化が進んで若い人が商店街にあまり来ないので、衣料品も先行きが思いやられる。春物の仕入を極端に抑えていかなければならないという話も聞いている。
		商店街（代表者）	・寒い冬、大雪による自然災害的要素と、消費税増税の影響は間違いなく避けられない。
		商店街（代表者）	・4月の消費税増税以降の景気後退が心配される。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税による値上がり等で家計が厳しくなるのではないかと思う。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・3か月先は消費税が増税されているので景気が悪くなる。ただし、高額品は消費税増税前に買っているので、その後の来客の反応をみたいと思っている。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・消費税増税前の特需は間違いなくきていると踏んでおり、その後の4、5月あたりにそのしわ寄せが来るのは間違いない。ただし、客が必要な物、欲しい物は多分にあるので、そういったものへの特化や販売をいかにうまくやっていくかという努力を社内でも行っているため、それほど深刻な影響は受けないのではないかと思うが、やはり多少の低迷は覚悟している。
		百貨店（売場主任）	・現在、駆け込み需要で動いているので、4、5月は苦戦が予想される。
		百貨店（広報担当）	・4月から実施される消費税増税に対し小売各社がまとめ買い等のセールを打ち、消費者もそれに呼応することが想定される。その結果、3月に一気に駆け込み需要があり、4月からはその反動で売上減が見込まれる。ただし、いまだにアベノミクス効果が継続して所得増も見込まれるので、以前の消費税増税時ほどの落ち込みはないのではないかと考える。
		百貨店（広報担当）	・4月の消費税増税以降、半年ぐらいたと思うが一定の期間、反動減があると想定している。
		百貨店（営業担当）	・食料品が堅調に伸びていることと、社会全体でも賃上げの方向に向かっているため、長期スパンで見れば消費全体は大きく落ち込むことはない。一方で、2、3か月先ということであれば、消費税増税の影響が全くないとは考えにくく、一時的な落ち込みがある。ただし、食料品のシェアが大きい当社においては、その影響は比較的限定的である。
		百貨店（営業担当）	・4月以降しばらく購買行動を控える客が増えそうである。そのため毎日買わなければならない食料品しか動かない状況が続く。
		百貨店（販売管理担当）	・消費税率引き上げによる消費意欲の減退が如実にあらわれると考えられる。
		百貨店（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により景気がやや悪くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・4月からの消費税増税の影響や期間は、前回よりも軽微なものと想定されるが、当然マイナス影響が想定される。
		スーパー（店長）	・消費税増税があり、当然、中だるみがあるので今よりは若干悪くなる。その中で5月に集客に向けた様々なイベントを企画して売上増加を目指していると考えている。
		スーパー（店長）	・生鮮食料品等の日々の食材は変わらないと思うが、日用雑貨や一部の一般食品等は消費税増税前の特需が見込まれるので、特需後の反動がそれ以上に長引けば厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・2、3か月後は消費税増税の反動で大物商品を中心に厳しくなる。また、過去の例でいくと食料品も2、3か月は落ち込むので、今回も厳しくなってくる。
		スーパー（店員）	・4月1日からの消費税増税で消費は低迷する。逆に2、3月においては駆け込み需要が見込まれるが、4月以降の売上増、利益増は不透明である。また、今月は2週にわたり降雪があったので特需ではないが多少のまとめ買い、ストック買いの結果、前年、前月より売上は増加している。
		スーパー（営業担当）	・4月からの消費税増税によって一時的ではあるが消費は冷え込む。
		スーパー（仕入担当）	・4月の消費税増税を控え、調味料や酒、飲料類の売上が伸びることが予測されるが、4月以降の反動も同じように大きく影響する可能性がある。
	コンビニ（経営者）	・4月からの消費税増税で、来客数、客単価共に下がる。	
	コンビニ（経営者）	・4月の消費税増税が影響して景況感はやや悪くなる。	
	コンビニ（経営者）	・高付加価値商品の売上も消費税増税とともに安価な商品へと取って代わり、全体的に売上が低迷する。	

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
		コンビニ（経営者）	・消費税増税前に何かしようという人達がお金を使った場合、8%になった時には買い控えが起こる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税に伴う一時的な需要縮小のためやや悪くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税により、日々消費するものについては駆け込み需要は期待できない上に節約志向が高まるため、来客数の減少が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・4月から消費税が上がるというマイナス点のみで、建築や高級品の一部では前倒しで売れているところもあるようだが、一般的な衣料品ではそのようなことがないので、しばらくは低迷が続く。秋口までに景気が回復すればと願っている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の客の来店、買物が来月に集中するため、4、5月については来客数の減少が予想され、売上減も考えられる。
		衣料品専門店（店長）	・手取り収入が改善しない中での4月の消費税増税で、半年～1年は前年を下回ると想定される。
		家電量販店（営業統括）	・4月の増税以降は間違いなく消費意欲が減退し、駆け込み需要の反動もあって、マイナスになるになる。どのくらいの期間で回復できるかが重要なテーマであり、各企業の工夫しどころだと思っている。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っており、販売は1月から順調にきている。しかしながら来月から消費税増税前の駆け込み需要がなくなるので、減少するのではないかと心配している。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の影響で景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税に伴い反動減があるので販売に影響がある。
		乗用車販売店（販売担当）	・前年同月比で1、2月の販売量は160%ぐらいだが、3月は200%近くまで伸びるのではないかと。前倒しで受注、登録をして販売しているため、4月以降については相当落ち込む。ただし、年の後半の9月以降についてはまた持ち直していくと判断して取り組んでいる。
		乗用車販売店（販売担当）	・客の動向を考えると良くなるとは思えない。
		住関連専門店（店長）	・4月以降の消費税増税のタイミングで少しずつ景気は下降気味になる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税前の特需の反動が気になる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・トレンドを好転させる材料がない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税率3%、5%時の経験上、8%の影響は否めない。メニューの書き換え1つを取っても、手間や費用がかさむ。
		一般レストラン（スタッフ）	・当店は3店舗あり、場所によって違いはあるが古くから営業しており、良い物を提供している店のためまだ良いが、周辺では廃業する店が多い。テナントや歴史のあまりない新店舗は若い客が多く、あまりお金が使えないためどんどんつぶれている。衣料品店やスーパーなどをみても買物が少なく、これで消費税を増税したら大変である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税で一時的に景気が冷え込む。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税によりやや悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税を控えた駆け込み需要も期待したほどは伸びず、逆に増税後の落ち込みが懸念される。先々の予約も少なく、直近での問い合わせでどれだけ取込めるかが課題である。若干ではあるが増税に伴う値上げを行うため、更に落ち込む可能性が高く、先が見えない状況が続く。景気が回復している実感はない。
		タクシー運転手	・4月からの消費税増税で、買物や外出する機会が少なくなる。
		タクシー運転手	・ここのところ不安定な天気が続いているので、それなりに売上も維持できている。しかし、消費税増税があるために確実に利用は減る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（社員）	・3月は引っ越しなどによる解約が増えるが、その分加入契約も増加する傾向にある。ただし、今年は消費税増税の影響で悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・異常気象による損害が影響し、少し景気が冷え込むのではないかと考える。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・消費税増税を控え、大きな買物は特需があるのかもしれないが、レジャーには回ってこない。増税後は全体の消費が控えられるため、ますます良くない。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・消費税増税の影響がピークになり、消費が減少している時期のためやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・消費税増税も含めて今から皆が買い控えを始めているような気がする。
		設計事務所（経営者）	・2月は新しい仕事が少し途絶えている。来客数や指名数が過去に比べて大変押しているように思える。新しい営業展開としてホームページでのPRや人的な営業作戦を取ろうと考えている。
		設計事務所（所長）	・当事務所のような弱小企業では、昨年の秋から民間の動きが止まったままであるが、公共業務を行っている関係で、なんとか仕事をしている。年間収入は1月の時点で、計画の2割近く減少になっている。
		設計事務所（所長）	・4月からの消費税増税で大幅に購買意欲がなくなる。増税前の駆け込み需要で景気が良いように思われるが、この景気が長続きするとは思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による買い控えが更に出るよう感じられる。
		住宅販売会社（従業員）	・雪害により取引先からの資材納入に遅れが生じており、客との約束期限に間に合わないことが危惧される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・今年に入って来客数、買上額等が若干マイナスに動いており、4月から消費税が3%上がるとますますその影響が大きくなるので本当に心配している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・2月は関東地方の大雪で来客数、販売量共に前年同月を下回っており、一層厳しい状況となっている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・先月もそうだが、駆け込み需要等もないし、客の動きが本当に鈍い。電化製品を買うとかいう以前の問題である。地域性もあるのかもしれないが全体的に難しいような気がする。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税が上がるとしばらくは停滞する。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、原材料価格高騰で粗利が下がる。消費税が上がっても10円単位で上げられない駐車料金等の業種もあり、便乗値上げとみられないようにすると結局は粗利が下がる。人件費の高騰、社会保険料等の値上げで売上が伸びずにはに経費は上昇する。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・4月から消費税が上がるので、その影響で大幅に景気が悪くなる。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・大企業や公務員以外は給料は上がらず、むしろ減っているところもあるなかで、消費税が上がれば当然消費は悪化する。特に、年金受給者はその分生活が圧迫されるため、非常に景気が悪くなるのではないかと心配している。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税後の買い控えの影響で悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・現在の好調をけん引している高額品の落ち込みは避けられない。マイナス分を施策でどれだけ埋められるかがポイントとなる。
		百貨店（副店長）	・消費税増税の影響は確実に出ると思うが、その規模は判断できない。5%以上のマイナスは想定できる。
		百貨店（計画管理担当）	・消費税増税後の売上の落ち込みは予測がつかない。
コンビニ（経営者）	・たばこの駆け込み需要が終わり、その影響が出て1日当たりの来客数と売上、客単価が1～2割落ちていくのではないかと考えている。それに代わる何か新しいものが開発される、あるいは客が欲しいものを上手に仕入れられれば良いが、当店はたばこの構成比が全体の30%近くと大変大きいので、ばん回が難しい。		
衣料品専門店（経営者）	・当店も客の消費税増税への反応が不安要素である。駆け込み需要のある商材でもなく流れに任せている状態である。4月以降良くなる要素はない。		
衣料品専門店（経営者）	・3月は駆け込み需要で期待できるが、4、5月は消費税増税があり、しっかり頑張るが大変厳しくなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・春物衣料の最盛期に入るが、消費税増税直後ではしばらくは厳しい状態が続く。
		衣料品専門店（営業担当）	・4月から消費税増税で買い控えが起こり、衣料品は慌てて買うということはないので、2～3か月先も悪く、低迷した数字が続く。
		家電量販店（統括）	・1997年の消費税増税時と同水準の反動が必ず現れる。様々な見方があるが、家電においては需要の先取りをしているだけでパイが増えているとは思えない。
		家電量販店（経営企画担当）	・消費税増税後の反動減が発生する。ただし、落ち込みを最小限にできるように海外からの旅行者対応、新サービス等でカバーしていく。
		乗用車販売店（店長）	・今月受注の3分の2以上は4月生産予定の車となり、駆け込み需要に拍車はかからない。一気に冷え込んでくる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・ハイブリッド車を中心に受注が順調に続いているが、2週連続の悪天候もあり、総数では前年より10%強減少している。登録は前年並で推移しているが、2か月後には消費税増税がスタートし、かなり落ち込むとみている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の出店により来客数が減る見込みである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税で一旦悪くなる。その幅をどのくらいで抑えられるかが課題だと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・今月は大雪の影響を受け、今後は消費税増税の影響が出てくる。景気対策はどうなっているのか。
		一般レストラン（経営者）	・すでに4月以降の消費税について客からの問い合わせもあり、3月31日までの年度内に買換えの消費など前倒しでお金を使ってしまっているので、増税後はしばらく良くない。
		都市型ホテル（経営者）	・3月は駆け込み需要が若干みられると思うが、4月以降は消費税増税によってかなり落ち込むのではないかとみている。原材料の高騰等で利幅が大変少なくなっており、先行き真っ暗である。
		タクシー運転手	・消費税増税に伴ってタクシー運賃も上がりそうなので利用客が減る可能性が大きい。一般企業の春闘で給与賃金が大幅に上がりそうなニュースも伝わってこないし、先行き不安なのでしばらくは景気は悪くなる。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・自動車、特に乗用車の総需要は限られている。2、3月に消費税増税前の駆け込み需要で受注量が膨らむということは以前の増税時も経験している。4月以降は反動で相当の受注量が落ちるのではないかと危惧している。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費税増税後、反動減で需要が落ち込む。		
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（営業統括）	・少なくとも3月限定で上向きになる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・アベノミクスの効果が出ると思う。消費税増税前の駆け込み需要もありそうである。
		建設業（営業担当）	・昨今顧客からの要望で、アベノミクスによる女性雇用対策から子どもを預けられる保育園事業が増えてきており、今後も増えていくと見込んでいる。
		金融業（従業員）	・景気回復は、まだ中小企業全体には広がっていない。今後は消費税率引き上げによる影響が注目される。
		金融業（支店長）	・日銀の金融緩和継続の発表もあり、当面の低金利状況は変わらない。消費税増税があるものの、当面の景気回復期待は強い。
		税理士	・アメリカでは景気が少し戻ってきていることもあり、日本車の売行きが伸びているが、新興国では少し落ちたり不安な面がある。日本国内ではアベノミクスによる円安で企業の業績が良くなってきており、大企業は今後伸びていく。それが中小企業に徐々に回って良くなっていくという希望を持っている。
		経営コンサルタント	・3月決算の会社では、新年度の経営計画を策定中である。内容をみると、人件費の賃上げを計画に織り込んだ計画が、前年度より多くなっている。コストベースを押し上げる賃上げは、売上増の見込みが立たないと容易には決断できない。売上増を見込んだ企業が増えてきているということである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者)	・小さい案件と4月から中規模の新規物件を久しぶりに受注している。
		繊維工業 (従業員)	・消費税増税に伴う駆け込み受注が起こった場合、中小企業経営者のほとんどが大幅な受注増には対応できないと話している。また、その後の取引中止等が起こることを懸念する発言も聞かれる。
		出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・2月の法人関係は会社の新規設立の印鑑が8本出て、いつもと同じぐらいではあるが、その他の名刺やゴム印は伸びていない。対個人は少しは上がっているかといったところなので、どちらとも言えない。
		化学工業 (従業員)	・4月の消費税増税によって少しは出荷量が増加しそうだが、4月以降はその分落ち込み、トータルではあまり良くなさそうである。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・受注に関してはある程度見通しはついているが、仕入価格の高騰と駆け込み需要の影響がどうなるかで変わってくる。
		金属製品製造業 (経営者)	・新規の引き合いが多くなってきているが、単価が厳しく人件費を含めた経費の増加により利益につながらない。
		金属製品製造業 (経営者)	・新年度に向けての見積件数が多くなっている期待はしているが、価格が厳しいのが現状である。これからは研究開発関係に力を入れて営業活動し、競争相手の少ない仕事にまい進していきたい。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・消費税増税があるが駆け込みの受注もほとんどなく、このまま推移していくと思うので、景気が良くなるとは見込めない。
		精密機械器具製造業 (経営者)	・価格は依然下降気味である。アベノミクスはどこへ行ってしまったのだろうか。
		その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・消費税増税によって、少なくとも一時的には客足が遠のく。
		建設業 (経営者)	・政策が十分に実行されていない。
		輸送業 (経営者)	・消費税増税後の見通しが不明である。
		不動産業 (経営者)	・厳しい状況がまだ続く。
		不動産業 (総務担当)	・マンションの完成在庫がはける見通しがつきにくい状態が続いている。思い切った値引きしか策はないとも考え始めている。
	社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。	
	経営コンサルタント	・消費税増税後の影響が懸念される。	
	経営コンサルタント	・アベノミクスに期待しているが、現状は変わらない。	
	その他サービス業 [廃棄物処理] (経営者)	・市況は良くなりつつある傾向が見えてきているようだが、消費税増税の影響が見え隠れし、不安である。	
	その他サービス業 [情報サービス] (従業員)	・今年に入ってから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、先月同様、当面の間、この傾向が継続する。	
	やや悪くなる	食料品製造業 (経営者)	・消費税増税の影響で数字が下がるという予想が多い。
		食料品製造業 (経営者)	・消費税増税の影響が出てくる。
		出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・消費税8%への増税は確実に影響がある。
		出版・印刷・同関連産業 (総務担当)	・年度末需要の終わりと、消費税増税の影響で売上は落ち込む。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・2か月先の生産見通しまで出ているが良くない。通常3月はまだ忙しいはずだが、悪い状態である。
電気機械器具製造業 (経営者)		・消費税増税の影響なのか、4月以降の受注残の伸びに勢いが無い。	
その他製造業 [靴] (経営者)		・まず出てくる言葉は消費税増税であり、需要が減るのではないかということでもかなり警戒している雰囲気があるので、期待できない。	
建設業 (経営者)		・消費税増税後でどれだけ停滞するか様子見の状況である。	
建設業 (経理担当)		・消費税増税を踏まえて事業を計画していたところは発注をにかけてしまっているため、これから新たな案件は非常に少なくなる。	
輸送業 (経営者)		・消費税増税を控えているので、その影響が非常に大きく出るのではないかという観点から、若干、あるいはもっと悪くなるような傾向にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（経営者）	・消費税が上がるということで我々の商売でも消費税分を値引きしろとの話が出てくるので、大変厳しい状態になる。どうしたらいいのかが悩んでいるところである。
		輸送業（経営者）	・4月からの消費税増税で買い控えが強まり、その影響で取扱量の減少が大変懸念される。
		輸送業（総務担当）	・年度末にかけて生産量が少なくなり、出荷量も減少してきている。新年度は消費税増税の影響もあり、出荷量は激減する見込みである。
		輸送業（総務担当）	・消費税増税後のコスト削減を図る動きが取引先にみられ、2～3か月先には取引量が減少する可能性が大きい。
		通信業（広報担当）	・4月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動が若干出る。
		金融業（統括）	・消費税増税前の駆け込み消費の反動もあり、多少落ち込む。
		金融業（支店長）	・4月の消費税増税で、各取引先は受注の減少や不安材料が多いこともあり、そんなに景気が良くなるとは思えないので、変わらない。
		金融業（役員）	・消費税増税の影響により景気は悪くなる。賃上げの動向次第で景気回復のペースは変わるのではないかと思う。
		広告代理店（経営者）	・現時点では運よくほぼ前年同様の発注額をクライアントが予算化しているが、消費税増税は間違いなくダメージになり、売上が良くなるとは到底思えない。
		広告代理店（従業員）	・受注予想は前年比で減少している。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税後の状況が読めない。
		税理士	・消費税増税後は消費が落ち込むのは必至である。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・4月に入ると公共工事が減る。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税後は新規受注がますます減る。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・消費税増税後の反動が怖い。
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・3月中旬で一度落ち着く状況が予想される。4月以降は白紙状態で世間の動向を見ながらになるが、当面は悪い状態を打破できない。	
		建設業（経営者）	・消費税増税で消費者マインドが下がりそうである。
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度替わりに向かって来月は少し厳しそうだが、4、5月は相当の増大があるという予定が入ってきているので、かなり期待している。
(南関東)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・おう盛な求人ニーズは今後も継続すると見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・新聞等でも景気回復感が出てきており、各企業の業績好調に伴い、求人数も増加する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・決算を終えて追加募集があるのではないかと予想される。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用が各社活発のため、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加とともに相変わらず新規求職者数も減少しており、特に事業主都合による離職者数の減少が目立っている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・給与面の条件に目をつぶれば、中高年の求人が多くなってきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税増税で一時的な影響はあるものの、国内での中高齢者の消費動向が上昇しているように感じられる。
		変わらない	人材派遣会社（社員）
人材派遣会社（社員）	・派遣社員の採用が厳しい状況は継続する。		
人材派遣会社（社員）	・景気の変化は年単位でみないと変わらない。		
人材派遣会社（支店長）	・景況感が先々継続するかはみえない。		
人材派遣会社（営業担当）	・求人は引き続き増加傾向にあるが、競合があるため採用数と終了数が同程度で推移している。今後、消費税増税による懸念はあるが、すぐに影響は出ない。		
人材派遣会社（支店長）	・景気の良い企業、業態とそうではないところがあり、全体的な求人数は当面変わらない。		

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
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・相変わらず有資格者の求人は堅調である。以前は流通関連や飲食サービスなどの件数が多かったが、このところ動きがない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ここ3、4か月の求人数の動きがあまり変わっていない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税がどう影響するかみえない。
		職業安定所（職員）	・4月からの消費税増税の影響が不明で、また、中小企業の賃上げの動きもほとんどみられない状況の中で、前向きな転職への動きが持続するか不明である。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動から企業の業績も一時的に停滞し、採用活動も慎重になる。
		職業安定所（職員）	・消費税率の引き上げ等の不安材料はあるものの、影響が出てくるのはもう少し先になるのではないかと考えられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税による影響はなくはないが、企業は織り込み済みで大きな落ち込みになるとは考えにくく、引き続き求人環境は活発といえる。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用数共に勢いが衰える気配がない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の獲得見込み求人数については、前年の事前調査から採用を再開、募集人数増加など、変化のあった企業は少ない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・消費税増税で駆け込み需要があった後は、売上が落ち込むのではないかと。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックが開催されるまで、ずっと景気が良いと思う。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税により、一時的には増税前駆け込み需要の反動が出るが、5、6月にかけてアベノミクスの効果で回復する。
	やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・賃金上昇への期待感による。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・春先の3、4月は人の動きが増えるため、小売業にとっては少し上向きとなる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・4月に消費税増税となるため、その分を見越して3月は良くなる。
		百貨店（販売担当）	・バレンタイン商戦は思ったより伸びなかったが、週末の来客数は多く購買意欲はあるので、今後はやや良くなる。
		コンビニ（店長）	・この先は暖かくなって人も多くなるため、来客数も買上点数も増えていくと希望的な見方を持っている。
		住関連専門店（営業担当）	・新築、分譲住宅や官公庁工事などの3月工期末の完成、消費税増税前の販売完了ということで、職人が不足し工事自体が間に合わない状況が4月以降も続きそうである。その後、5、6月くらいには反動が出て、住宅関連市場は少し冷え込みそうである。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・4月以降は問題であるが、3月一杯は、前年よりも良くなりそうである。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税の前に買い置きができるものは買おうという客の心理が働くため、少し売上が増加する。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税増税1か月前のラストの駆け込み需要が見込める。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・大手自動車メーカー関係者の収入上昇で、旅行代理店では、消費税増税後の旅行を多く受注しており、今後も良い状況が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・単価の高い商品が売れており、客単価が上昇している。
		観光型ホテル（販売担当）	・現時点で、年度末最終月と年度最初の月となる3、4月の受注見込みが良い。内容としては、一般宴会で、既存物件の取り込みを確保できたことと、特需として一見客から単発的に受注したことで助けられている。

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
		旅行代理店（経営者）	・4月の消費税増税で、一旦景気は横ばいから下降すると考えられるが、1～2か月でまた回復すると思う。理由としては、冬季オリンピックも終了し暖かい季節となり、旅行に対する客のモチベーションが上がってくる。そして、全般的な傾向として、ネット注文から専門家への注文への回帰傾向もみられる。
		タクシー運転手	・今が悪すぎるため、暖かくなれば客は買物にも行き、夜の街にも出てくる。
		通信会社（営業担当）	・当面は、設備更改による設備構成の変更が続いて、やや良くなるとみている。
		ゴルフ場（企画担当）	・予約数は前年比以上となっており順調である。春に向かって気候が回復すれば入場者数は良くなると考えている。2か月先も前年並みに予約が入っており、そんなに大きな変動はないと考える。
		美容室（経営者）	・1月と比べると2月の方が客足は良く売上も良いが、3、4月は行楽シーズンとなるため、更に良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・3月中旬からキャンペーンが始まるため、新しい客が増えれば良くなると見込める。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・住宅、企業設備投資など、見積り依頼が多数ある。
	変わらない	商店街（代表者）	・4月からの消費税増税を控えてはいるが、法人需要が伸びてきているので、個人需要の落ち込みをカバーできるのではないかとみている。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・来月から4月にかけて消費税増税の前後で変動はあるだろうが、その後の様子がみえない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・消費税増税前で3月は売上が増加する。4、5月はその反動で売上が減少し、全体的には変わらない。贈答品店でも前倒しに購入するだけで、他のものが売れなくなり、総合的には変わらない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・調剤部門は良いかもしれないが、4月の診療報酬改定でかなりの減額が予想されている。消費税増税後の動向も気がかりである。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは今の状況は変わらない。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と増税後の反動減が交錯し、向こう2～3か月先は景気が激しく浮き沈みするが、結果的には、現時点の景気水準に落ち着くのではないかと考える。
		スーパー（経営者）	・遷宮フィーバーも落ち着き、例年より多少の参拝客の増加を期待している。
		スーパー（経営者）	・ここ数か月の基調はほとんど変わっていない。大雪があった点を除けば、現状がそのまま続いていく。
		スーパー（店長）	・4月の消費税増税が消費にどのように影響を及ぼすのかわからない。
		スーパー（店長）	・3月末に向けた消費税増税前の駆け込み需要による売上増加は期待できるが、4月にはその反動があり、結果としては変わらない。今後は、税率8%の価格に対してひしひしと増税の重みが実感され、より一層の節約志向が予測される。
		スーパー（総務担当）	・生鮮食品を主として販売しているため消費税増税の影響は少ないが、雪の被害による農産物への影響が心配である。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税後に景気は落ち込み、回復には時間がかかると思われる。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税前に商品を購入し、増税後には抑えるため、変わらない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が多少あるかもしれないが、その後の落ち込みの方が心配である。結果的にプラスマイナスゼロであれば良いと思う。
コンビニ（エリア担当）	・売上の前年割れ状況は、今後も続くと思う。		
コンビニ（エリア担当）	・4月の消費税増税を控え3月は一時的に改善されるが、4月以降の買い控えが予想される。		
コンビニ（店長）	・消費税増税を4月に控え、客の消費性向は以前と変わらず、駆け込み需要もそれほどには盛り上がらない。		
衣料品専門店（経営者）	・消費税が増税となるため、目的なしに来店して購入する客は少なくなり、常連客の来客頻度によって売上が大きく変わるという傾向が続く。		
衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税前だが、あまり影響はなく前年並みに落ち着きそうである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税を前に駆け込み需要が殺到しているが、4月から先が読めない。ただ、貯めていた金が動き出しているため、景気が良くなる可能性はある。しかし、増税後また金をしまいこんでしまう恐れもあり、そうすると景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・4月になって新車の成約件数は落ちるが、消費税の増税を了承して購入する客もたくさんあり、しばらくは今の流れで持ち堪えたとみている。工場への入庫も、メンテナンスパックを購入している客がほとんどで、安定的な入庫が見込まれるためさほど影響は受けないが、車検や部用品では他社との競争が激化するので、売上面では厳しくなると見込む。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で売れているという事は、消費税増税後にはどのようなことになるのかという不安がある。具体的に期待できる要素がなく、判断が難しい。車業界に限らず今後の動きに関しては不透明である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比で2.4%のプラス、来客数は同じく1.0%プラスで、久しぶりに売上高・来客数ともに前年を上回ったが、まだまだ動きは継続性や力強さに欠ける。
		スナック（経営者）	・消費税増税に伴い財布のひもは、ますます固くなり厳しくなる。
		都市型ホテル（支配人）	・季節的な要因はあるものの、消費税増税分を価格に転嫁できるか見極めたい。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税に加えて燃料費が上昇するなかで、旅行費用の単価が抑えられている。夏休み以降やハネムーンの問い合わせでも、特に料金には細かい。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税は、企業では仕入れ控除が可能であるが、末端の消費者としては、財布のひもを固くせざるを得ない。景気の先行きは、駆け込み需要の終わる4月に給与が上がるかどうかにかかっている。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税後から3か月经過すれば、景気は少し落ち着いてくる。ただ、景気が良くなるころまではいかない。
		タクシー運転手	・長い間人出の少ない状態が続いているため、3か月後も変わらない。
		タクシー運転手	・4月からの消費税増税の影響でタクシーは少し割高になるため、どのように客に影響するかわからないが、それほどは変わらないと思っている。
		通信会社（企画担当）	・春の異動シーズンを迎えるものの、消費税増税もあり現状程度の状況が続くものと思われる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込みで受注したものの、期間的、物理的に間に合わない受注が残りそうなので、現状と変わらない。
		テーマパーク（職員）	・春のグリーンシーズンは、近隣県からの客が主体となり、インバウンドが多かった冬期とは違う状況となりそうである。
		観光名所（案内係）	・消費税増税のほかにも値上げが待ち構えているため、景気は良くならない。
		美容室（経営者）	・客は、今は様子をうかがってあまり無駄な買物もせず、節約をしている。当分はこの状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・仕事量の増加によって忙しくはなるが、忙しいだけという状況で景気は変わらないと思われる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・これからは、徐々に客単価も来客数も伸びるはずの時期であるが、客単価が現状より低くなる傾向にあるため、やや悪くなる。
		商店街（代表者）	・4月の消費税増税に伴い、消費が冷え込む。
		商店街（代表者）	・消費税増税後しばらくは消費活動が低迷するので、景気は悪くなるとみている。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で少しは上向くが、その後の反動がある。消費税率が8%になることによって、増税前に比べ競合店との価格差が一層出るため、更に厳しくなるものと思われる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前年の大幅な観光客増加の動きからは、やや落ち着きを取り戻す。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税増税の影響がしばらくは出る。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮景気もそろそろ落ち着いてくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・4月に輸入品の小麦粉を始めとする材料費が値上がりするが、消費税増税分と合わせて価格を上げることは難しく、経営的には厳しい状況になる。中小企業では、賃上げにも対応できるほど十分な価格改定ができるとは考えにくい。ため、景気回復には、まだしばらく時間がかかる。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・4月からの消費税増税により、一時的に売上が減少する。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税の影響により4、5月は買い控えが予想される。
		百貨店(売場主任)	・ソチオリンピックが終わって家でテレビをみる人が減ったのか、直後の日曜日の売上は増加している。消費税増税を考へてのまとめ買いと思われる。3月になると、そのような客がもっと増えるが、4月からは少し売上が悪くなるのではないかと思う。
		百貨店(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による売上減が予想される。
		百貨店(経営企画担当)	・ここ1年かなり売上が伸びてきたことの反動は大きいと想定されるとともに、一時的に消費マインドが冷え込み、売上減になると考えられる。
		スーパー(経営者)	・3か月後は消費税が増税となって2か月目で、駆け込み需要の反動のため消費は伸びず、景気は良くない。生活者全体の3分の2以上が中小企業で働く世帯であり、給料はあまり上がらず可処分所得が増えないのに、消費税と物価が上がるため、景気にはマイナスに影響する。
		スーパー(店長)	・3月中～下旬にかけて、消費税増税前の買い置きのため消費の増加が予測される。その反動により4月以降、景気は少し悪くなると考える。
		スーパー(店長)	・消費税増税前には買いだめ等が起きると思われるが、増税後は逆に冷え込み少し厳しい状況になる。
		スーパー(店員)	・農林水産省の発表した「大雪による作物への影響の恐れ」がどうなるか懸念される。また、消費税増税の影響は、実際になってからでないと見当がつかないので、先行きに不安は残る。
		スーパー(店員)	・競合店が増えており、消費税も増税となるため、良くはならない。
		スーパー(支店長)	・今は消費税増税前の駆け込み需要で忙しいが、4月以降の見通しが不透明であり、不安である。
		スーパー(商品開発担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が出てきている。反動が避けられないと考えている。
		コンビニ(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要の受け皿は、たばこは別として、大手スーパーや量販店が中心になると思われる。その反動だけは等しく我々の業態にも及ぶので、4月以降の売上減少が心配である。
		コンビニ(商品開発担当)	・高付加価値商品の販促が成功し、現在はその波及効果で好調を維持しているが、消費税増税後は、こうした商品の冷え込みを予想する。
		家電量販店(店員)	・消費税増税前の駆け込み購入で、まだ壊れていないのに買換える人が多い。4月以降の反動減は大きそうである。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が落ち着き、その後の消費需要は下がるのかどうか気になる。
		乗用車販売店(従業員)	・新型車やハイブリッド車が納期待ち状態のため、登録台数の落ち込みは限定的であると思うが、4、5月の販売見込ユーザー数は、前倒し販売のために相当減ると思われる。かなり厳しい受注活動になるのではと心配している。
		乗用車販売店(経理担当)	・2～3か月先では消費税増税後の反動からは抜けきれていない。
		乗用車販売店(販売担当)	・現金購入が多いため、何かきっかけがないと購入のタイミングにならない。消費税増税により買い控えが予想される。
		高級レストラン(役員)	・消費税増税前の駆け込み消費による反動が、4、5月には表れ、客足は減少すると思われる。
		一般レストラン〔居酒屋〕(経営者)	・消費税率8%への増税が売上に影響する。
		その他飲食〔仕出し〕(経営者)	・消費税増税後は、金銭的にも心理的にも確実に消費抑制が起こるため、やや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月後は消費税の影響で地域経済や個人需要がどうしても弱くなる。景気の良かった余波があるため、急激に悪くなるというよりも、打ち消されてやや悪くなるのではないかと思う。法人には消費税増税は特に関係ないが、仕入れ価格上昇分の転嫁がどこまで適切に進むかという点がある。業績好調な企業の慰安旅行や研修旅行がまたあると思うので、それほど悲観はしていない。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税後の動き、アベノミクスによる成長戦略の動き、雇用のひっ迫や政策的な奨励による賃上げ等の影響などが、まだ不透明である。
		都市型ホテル（経理担当）	・4月以降は消費税増税の影響で、1人当たり単価が前年を下回る。
		旅行代理店（経営者）	・天候も安定してくると思うので、消費の動きが多少は出てくるのではないか。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税により買い控えもしくは出控えが生じるというパターンで旅行業界は厳しくなる。余裕がなくなると旅行はどうしても控えられてしまう。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税により旅行代金も値上がりし家計を圧迫するため、レジャーに金を使う人は減るであろう。取扱件数は減少し、売上も減ると予測している。近年は職場旅行が復活するムードであるが、旅行予算は据置きのところが多いため、増税分は縮小した旅行が増えてくるので、全体的には利益も減少すると思う。
		通信会社（サービス担当）	・引越しシーズンが終わるので、今後新しいサービス等を開始しなければ、現在よりも販売数は減る。
		理美容室（経営者）	・消費税増税のため、皆が金を使わなくなる。
		美容室（経営者）	・消費税増税のこともあり、まだ何とも言えない状態である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税増税に伴う多くの影響が予想される。販売面では販売単価の低下や買い控えが生じ、レンタルでは、単価の見直し（総額表示では増税分を転嫁しているようにみえるが、実質は本体価格を一部値下げ）による、売上減少などである。
		設計事務所（経営者）	・個人住宅を設計事務所に依頼することがなくなるのではないかと思うほど、案件がハウスメーカーや売り建て住宅に流れている。
		設計事務所（職員）	・景気が良くなっているという話はマスコミ報道の上だけの話である。消費税増税前の駆け込み需要がクローズアップされているが、それ以降の景気は全くわからない。
		住宅販売会社（経営者）	・所得が増えているのは一部の企業である。全体からみると数%の人の所得しか上昇していないため、今後も厳しい状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前に間に合う最後の最後まで、駆け込みで建物外壁や屋根の塗り替えなどの依頼が出ており、リフォーム需要までも出尽くした状態にあるため、先行きの不安が広がる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・消費税増税の影響で、4、5月の景気は停滞すると判断している。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み受注で下請もたくさん仕事を抱えているが、税率が8%から10%になるとどうなるかと、業者のなかでは心配や戸惑いが出ている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税率が上がるので、買い控えが起こる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が必ず起きる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税により、消費者は今まで以上にメリハリをつけて支出をするようになる。都市部での飲食業は、非常に厳しくなっていく。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の可能性が高いが、ここ数か月は消費者の高額品中心とする購買意欲の向上がみられ、販売実績も上がっている。また、法人需要についても3月までの引渡し物件が多い。その反面、4月以降は駆け込み需要の反動が予測される。
		百貨店（販売担当）	・現状の消費税増税前の駆け込み消費は、通常の客の動きとは明らかに異なっており、購買内容や量は、通常の範囲を逸脱している。期限の短いものや急を要するもの以外の購買は、増税後には当面止まる可能性が高く、消費の低迷は免れない。

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		
		百貨店（営業企画担当）	・4月の消費税増税を機に購買意欲が大幅に減退し、商況は悪くなると考える。		
		百貨店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が多いだけに、4月以降は客足が激減するのではないかとと思われる。生活必需品以外は、確実に落ち込む。		
		スーパー（営業企画）	・不要なものに対する買い控えなど、消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想以上にあるように感じる。		
		コンビニ（企画担当）	・消費税率の2段階の上昇は、想定しているより重くのしかかるとと思われる。しかし、国の借金は減らさなければ、次世代への重荷になる。		
		コンビニ（エリア担当）	・3月は消費税増税前であり、たばこを中心にそれなりの特需は期待している。4月以降は消費税増税になるので販売量は落ちる。それに加えてコンビニ以外の競争店も次々と出てくるため、店舗としては厳しい状況となってくる。		
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めるのも3月までで、4月に消費税率が8%になると、これまでの反動で、売上も落ち込んでしまう。		
		家電量販店（店員）	・4月以降に関しては、エコポイントの時と同様に大幅に来客数が減り、間違いなく売上に影響が出てくる。		
		家電量販店（店員）	・海外の景気は今一つ精彩を欠くが、国内は今のところ消費税増税前の駆け込み需要がある。しかし、4月に入ると駆け込み需要は無くなる。		
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降は一気に需要が減るものと予想される。		
		乗用車販売店（従業員）	・3か月後は消費税の増税後であるため、今より景気は悪くなっている。客の感覚からすると消費マインドは下がっている。		
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前に駆け込み需要で売っていたため、増税後は間違いなく反動が来る。		
		乗用車販売店（従業員）	・人気車種は軒並み生産が4月以降になっており、消費税増税前に納車を求める客は、もういなくなってしまっている。4月以降も、増税の影響で車両販売の見込みは厳しいと思われる。		
		乗用車販売店（総務担当）	・4月には消費税増税に伴う販売の反動減を予想している。		
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税により、外食費などは大きく締め付けられる。		
		一般レストラン（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が4、5月には顕在化する。		
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きは悪くなると判断する。		
		パチンコ店（経営者）	・サービス業は消費税増税の影響を受けやすい。		
		理容室（経営者）	・これからも景気は良くなるとは思えない。消費税増税が景気回復のネックである。		
		企業 動向 関連 (東海)	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	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・4月の消費税増税までは、駆け込み需要で景気が上向く。
		化学工業（総務秘書）	・これ以上悪くなる具体的材料はあまりなく、景気が良くなるという期待は、確実に良い方向へ向かせる力があると感じる。		
		輸送業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で、3月には過去の消費税増税前と同等に相当量の荷動きがあると見込んでいる。しかし、前回は増税後に落ち込んだ物量が元に戻るのに1年以上かかっており、今回も懸念をしている。物流業界は、円安と原油価格の高騰、ドライバー不足で、決して経営環境は良好とは言えない。		
		輸送業（エリア担当）	・荷主から適正な配送単価を得られるように動き出している。人件費、燃料費のダブルコスト高も解消していく。		
		輸送業（エリア担当）	・緩やかではあるが、当地区における企業の業績改善と円安レートが定着し、輸出輸入ともに上昇傾向は続く。		
		金融業（従業員）	・自動車産業など大手企業では業況が比較的良くなっているなかで、少し遅れて中小企業も良くなるという流れがある。今までは、あまりそういった繋がりがなかったものの、今後は多少見込めるという話をよく聞く。		
		企業広告制作業（経営者）	・消費税増税の影響次第であるが、全体的には明るい兆しがみられる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		行政書士	・貨物量が増えている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新年度を迎え、各企業ともIT投資が活発になると思われる。
	変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税後の消費マインドの冷え込みによる影響はあるものの、全体的な底上げが着実になされていると期待され、大きな落ち込みとはならないと思われる。
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・大企業では景気回復が顕著であるが、中小規模の陶磁器メーカーでは、継続の仕事を大手発注先から突然キャンセルされるなど受注量が急減しているところもある。
		化学工業（人事担当）	・消費税率が8%となると、多少は購買が控えられるかもしれないが、景気自体には大きな変動はないと思われる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・前月の受注再開品については5月頃まで現状の数量を確保できそうとの情報が入っている。その他の製品は、全体的に横ばいの予想である。
		鉄鋼業（経営者）	・4月の消費税増税前に駆け込み受注があると思うが、足元の受注量は徐々に落ち着いてきているので、販売量が全体として伸びるほどとは思えない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が増えておらず、先行きは横ばいではないかと考える。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・受注金額はようやく平年並みに回復したが、一度値崩れした後はコスト競争が激しく、大幅な値引きをしないと受注ができない案件が増えている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・客からのフォーキャスト（発注計画）から判断すると、景気の先行きは横ばいである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米国の金融引き締め、欧州の景気回復の足踏み、近隣諸国の金融問題並びに国内の消費税増税など不安定要素が大きく、景気が上向きとなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状の為替相場の傾向から変わらなければ、大きな変化はないと思われる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・インターネットによる放送、通信の拡大が見込まれるなか、通信、放送業界では、インフラ強化がますます重要になっている。新技術への対応のためソフト関連業では活況となっているが、業界全体では受注競争の激化が続き、利益が得られない状況がまだまだ続く。
		建設業（経営者）	・アベノミクスは、一般市民には全く関係ない。まず大企業の景気が良くなり、その後に大企業の従業員、それから一次、二次、三次の下請企業へとなる。小規模な工務店が対象とするのは一般市民の人々であり、この人達の給料が上がらないと仕事が回ってこない。アベノミクスの効果が零細企業にも出始めるのは、3～5年後である。
		建設業（営業担当）	・消費税増税により部品等は高くなる。給料については、上がることもあるが、そうではないところもある。その辺がしっかりしていない分、物価が上がると、仕事量の増減とは関係なしに、単純に景気は下向きとなる。
		輸送業（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は増えている。住宅建設用の袋入りセメントの輸送も大幅に増えているが、4月以降の需要はまだみえていない。また、軽油の価格も高止りしたままである。
		輸送業（エリア担当）	・現在の一時的に景気が回復したようにみえる動きは、円安による効果であり輸出業者、とりわけ自動車産業に限られた話という認識である。その他の製造業や卸・小売業の世帯では財布のひもは固い。輸出業者が輸出で儲けているだけであり、それが広く還元されていないのが実態である。
		通信会社（法人営業担当）	・賃金が変わらないなかで、消費税の増税や物価上昇が先行している。
		金融業（企画担当）	・消費税増税の影響がどれくらいかわからないので、景気が良くなるとは言いがたい。
		不動産業（経営者）	・消費税増税特需も一段落し、以前と変わらない水準へ戻ると予想される。
		不動産業（用地仕入）	・長期スパンでは景気は上向きと考えるが、短期的には大きくは変わらない。
		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したままで、今後とも良くなる兆しがない。
		広告代理店（制作担当）	・消費税増税後の先行きがよく見通せないこともあり、新年度の広告予算は、減少するか良くて現状維持といったところである。

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
		経営コンサルタント	・地価について、駅に近いところを中心に盛り返しの兆しが見えたが、ここに来て失速気味となっている。消費税増税による影響で先行きは不安定であり、判断としては横ばいである。
		会計事務所（社会保険労務士）	・消費税率が上がるので、一時的には消費を手控える動きもあると思うが、新年度のスタートであったり、ウィンドウズXP（パソコンの基本ソフト）のサポート終了でパソコンの買換えが必要になるなど、状況に押されて消費は続くと思う。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中小企業にとっては新製品開発の時間と労力の負担が大きい。開発は続けているが、受注するのは、簡単ではない仕事ばかりである。また、他の中小事業者が作った機械が廃業によって廃棄物化している状況であり、この課題をなんとかしなければならない。
	やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・消費税増税や原材料等の値上げがあるため、受注量、販売量とも低調になり、景気は悪くなる。
		印刷業（営業担当）	・現状では景気が良くなる材料が見当たらない。消費税増税によって景気は悪くなっていく。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今が良いのは、消費税増税前の一時的なものと思われる。自動車や高額商品については、3月末で受注が落ち込むのではないかとと思われる。また、工作機械等についても、消費税増税により先行きは減少が考えられる。その一方で、従業員等の給料が増税分に見合って3%近く上昇するかというと、見通しは非常に暗い。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の終了によるため、悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・自動車輸出については、円相場が102円くらいで安定しており米国景気も堅調のため問題はないが、国内需要が消費税増税の影響で落ち込むため、トータルでは悪くなる。
		輸送業（経営者）	・消費税増税の影響が不透明であるが、4月以降は、少なからず物流量が落ちると想定している。
		金融業（法人営業担当）	・消費税率引上げ後の自動車販売の減少を受け、地域の自動車部品関連メーカーの受注減少が見込まれる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税増税の影響は、既に始まっている。
		公認会計士	・円安による材料価格の上昇や電力料金引き上げによるコスト増加が、中小企業の収益性を圧迫する。また、消費税増税前の駆け込み需要の反動が考えられる。
		会計事務所（職員）	・消費税増税で消費の冷え込みが予想される。中小企業では賃上げが実施されるところが極めて少ない。
悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の状況などから、消費税増税後の受注量がかかり減ると思われる。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・来年度の見込利益を受けて、社内予算が厳しくなっている。	
	建設業（経営者）	・消費者はかなり現実的であり、先行きに対して非常に不安を感じている。消費税増税が、消費者心理に暗い影を落としている。	
雇用関連 (東海)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・正社員採用の求人数が伸びている。
		人材派遣会社（営業担当）	・新年度に向けての求人、求職者は毎年大きく動く時期であり、一時的に活発化する可能性がある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・自動車産業を中心としたマーケットは比較的堅調であり、今後も裾野産業を含めて体制強化のための人員増強に動く会社が増えてくる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数は増えているものの、求職者が派遣という雇用形態を選ばない傾向には変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響が見通せない。
		職業安定所（職員）	・4月の消費税率引上げの影響を懸念して、求人者には様子見の傾向がある。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同期と比較して増加傾向にあるが、求人者には近い将来に対して悲観的な見方が多い印象である。
		職業安定所（職員）	・引き続き介護関係、建設関係の求人はあるものの、充足が難しい状況にある。製造業全体でみて増加しているものの、企業においては、円安や原材料の高騰により収益が落ちているという情報もある。

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
		職業安定所（職員）	・今のところ、求人増加、求職者減少の好循環が続いており、基調は変わらない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税後の動きが見通せず、現状のままで様子を見る傾向に動くと考えられる。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・景気が良くなるようにも、悪くなるようにもみえる気がする。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・3月の送別会等の予約状況は好調であるが、その先の予約状況はあまり良くない。
		人材派遣会社（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。当エリアは、関東・近畿の派遣求人動向と比べて2～3か月遅れての推移を示すため、減少は緩やかなものにとどまると予測している。
		人材派遣会社（営業担当）	・この先2～3か月の予想としては、消費税増税の影響で下向きとみる。第二四半期あたりからは、回復傾向になると予想する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・国内新車販売数は、4月以降の消費税増税と駆け込み需要の反動で落ち込むものと予想する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中小企業の求職件数の動向が、4月以降は景気の影響をどう受けるのか全く不透明である。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、しばらくの間は消費が落ち込むと思われる。
		職業安定所（職員）	・消費税率が8%に上げられ、消費が落ち込むと予想される。
悪くなる		職業安定所（職員）	・求職者はこのところ数か月連続で減少しているが、年度末に人員整理予定の企業が複数あることや、駆け込み需要の生産増加等に対応した非正規雇用者の契約打ち切り等が危惧されることから、2～3か月の先の雇用状況には不安がある。
		—	—

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・今年4月の消費税率引上げ前までは駆け込み需要が見込まれる。なお、今後2～3か月先の状況については、商材単価が上昇し、提案力により左右されるが客単価についても同様の傾向が想定されることから、やや良くなると予想する。
		コンビニ（店舗管理）	・今年4月の消費税率引上げ後に予定している販売促進策の効果がでて、外食産業から客が流入すると想定している。
		住宅販売会社（従業員）	・現状においては、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月末までにおける駆け込み需要の反動減から、まだ抜け出せない状況が続いているが、多少回復傾向にある。今後については、今年4月の当該税率引上げ後における住宅ローン減税の拡充策や現金給付策に伴い、実質的な増税額が減少する対象者が存在することから、同様の傾向が続くと想定している。なお、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。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・来月の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、日常的なものから大型の耐久消費財まで、多岐にわたった商材において購入が増加すると考えている。また、例年の当該月と比較すると、売上については、前年同月比2～3割増加するのではないかと予測している。なお、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の影響に伴い、売上は前年同月を下回る懸念もあるが、全体としては今月とほとんど変わらないと予想する。
		コンビニ（経営者）	・今年4月の消費税率引上げ直前においては、たばこなどの商材については駆け込み需要が発生し、当該税率引上げ後については反動減を想定している。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。
衣料品専門店（経営者）		・今年4月の消費税率引上げの影響は不透明ではあるが、衣料品業界においてはプラスには働かないと考えている。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
		衣料品専門店（総括）	・直近の数か月においては売上の傾向が変わらないことから、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予想している。
		乗用車販売店（従業員）	・今後2～3か月先の状況については、新車販売や車検などにより、通常月より売上が増加する時期であることから期待をしているが、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。
		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の駆け込み需要を見込んでいたものの、現時点においては日用品以外の嗜好品や耐久消費材の買換えなどの動きが活性化していない。当該税率引上げ後における落ち込みをむしろ懸念している。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としてはほとんど変わらないと予想する。
		観光型旅館（経営者）	・予約件数については、前年同月と比較すると、3月は上回っているが、4月は前年並みであり、5月については下回っている。また、今年4月の消費税率引上げに伴い、外出を控えるのではないかと懸念している。今後2～3か月先の状況については、全体としては今月とほとんど変わらないと予想する。
		観光型旅館（スタッフ）	・3月末までの予約状況については、前年同月比110%を超えている。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）	・今年4月の消費税率引上げ以降の見通しについては厳しくなると想定しており、対策を早急に検討することを予定している。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。
		タクシー運転手	・今年4月の消費税率引上げの影響に伴い、しばらくはタクシーの利用客数が減少すると考えているが、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予想する。
		タクシー運転手	・夜の繁華街については、スナックは当然のことながら居酒屋においても来客数が少なく、タクシーの利用客についても同様である。なお、当該状況については、今後2～3か月先においてもほとんど変わらないと考えている。
		通信会社（職員）	・今年4月の消費税率引上げ後の動向が不透明であることから、現状においては、様子見客が多数であると感じている。なお、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。
		通信会社（営業担当）	・売上については、3月は今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要及び新入学準備の時期が重なることから一時的に増加すると考えているが、4月以降については今月の状況から大幅に変化することは想定できない。上述の件により、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。
		通信会社（役員）	・3～4月は異動の時期であることから、転居に伴う通信契約の獲得機会が増加すると想定しており、高速な通信環境に対する需要の高まりのなかで、顧客単価の上昇を期待している。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（店舗統括）	・今後2～3か月先の状況については、売上が今月より減少するとは考えておらず、今月の新商材への期待状況を踏まえると、前年同月並みになると想定している。
		通信会社（役員）	・今後2～3か月先の状況については、契約件数は今年4月の消費税率引上げに伴う消費者心理の影響から一時的には減少すると考えているが、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。
		住宅販売会社（経営者）	・見込み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）	・今後については、成約数が厳しい状況は継続すると想定しているが、今年4月の消費税率引上げ後における当該税率の影響の出方次第では、持ち直してくる可能性もあり、流動的であるとも考えている。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としては今月とほとんど変わらないと予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・今年4月の消費税率引上げ後においては、しばらくは客の動きが緩慢になると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況については、今月とほとんど変わらないと予想する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今年4月の消費税率引上げの影響から、商材の動きが弱まると予想している。
		商店街（代表者）	・現在、消費税率引上げ前の駆け込み需要についての報道をよく耳にするが、地方においては今一つ認識できない。なお、今後2～3か月先の状況については、現在当該需要が無く、また、当該税率の引上げに伴い、消費が低迷状態に入ると懸念している。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・今年4月の消費税率引上げ前の3月までは売上の増加傾向が続くと考えているが、当該税率引上げ後については、多少減少傾向になると想定している。
		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、今年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は、外食業界においては打撃になるとの声が多い。また、当該業界の状況を踏まえると、納入業者は価格転嫁が難しい側面がある。上述の件により、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〔書籍〕（従業員）	・今年4月の消費税率引上げに伴い、日用品などの売上に多大な影響が発生すると想定していることから、小売店の業況はさらに厳しくなると考えている。
		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、売上は前年同月実績を下回ると予測している。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よりやや悪くなると想定する。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・来月の3月は今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要に伴い消費が増加し、一時的に景気が上向きになるが、当該税率引上げ後については消費が落ち込み、景気が低迷すると想定している。
		スーパー（店長）	・今後2～3か月先の状況については、今年4月に消費税率が8%へ引き上げられることに伴い、買い控えの発生を懸念している。上述の件により、当該月の状況についてはやや悪くなると予想する。
		スーパー（店長）	・今年4月の消費税率引上げ前の3月までは、食品や雑貨などの買上量が一層増加傾向になると考えている。なお、今後2～3か月先の状況については、当該税率引上げに伴う影響が発生すると想定されることから、やや悪くなると予想する。
		スーパー（総務担当）	・売上については、3月は今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要に伴い、食品を含めて増加し、当該税率引上げ後においては、同需要の反動により減少を想定している。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。
		スーパー（総務担当）	・今年4月の消費税率引上げに加え、今後も、原材料の高騰による値上げや野菜の相場高の継続などに伴い、当該月以降は一層家計を圧迫することが考えられるため、少なくとも同年4～5月については売上への悪影響が発生すると想定している。
		スーパー（統括）	・2月の前半ごろからみられる客の買い置き行動が、3月においては、生活雑貨から調味料やラーメン、菓子類などに広がると考えている。なお、今年4月の消費税率引上げ後の4～5月については、上述の買い置き商材が消費されることから、売上は多少減少すると想定している。
	コンビニ（店長）	・今後2～3か月先の状況については、近隣における新規の公共工事などの計画が確認できないことから、現在の工事関係者の利用に伴う売上の増加については、一時的なものであり、継続的には見込めないと考えている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・今年4月の消費税率引上げ実施が決定し物価も上昇するなかで、給料が増加しない状況においては家計が苦しくなっていることは確実であると考えている。なお、景気回復の気分のみでは家計の支出が増加することは想定し難く、同年3月の売上については期待しているが、同年4月における落ち込みを懸念している。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。
		家電量販店（店長）	・今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動から、4～6月は売上の減少傾向が続くと想定している。
		家電量販店（店長）	・現状は、今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要が大きく、買換え需要の客による購入が前倒しになっていることから、同月以降の数か月の売上は今月より減少傾向にあると予想している。
		乗用車販売店（役員）	・今後2～3か月先の状況については、今年4月の消費税率引上げ前の買換え需要の反動により、自動車の販売は減少すると予想している。
		自動車備品販売店（従業員）	・3月については、今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要及び春タイヤ商戦の前倒しから売上への期待はできるが、4月以降については反動減により、厳しい状況になると予想している。上述の件により、今後2～3か月先の状況については、全体としてはやや悪くなると想定する。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・今後2～3か月先の売上については、今年4月の消費税率引上げに伴い、同年2～3月の駆け込み需要の反動減を予想している。なお、消費が回復するには、約3か月の期間を要すると考える。
		高級レストラン（スタッフ）	・今年4月の消費税率引上げに伴い、客単価が低下することが考えられるが、来客数も減少した場合、大幅な売上の減少となることが想定される。上述の件により、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。
		一般レストラン（店長）	・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よる景気の腰折れを懸念している。また、来年の北陸新幹線の開業に期待しているが、開業までは出控え傾向が発生すると考えている。なお、同開業効果については終着駅止まりであり、当地までの波及効果については未知数であると想定している。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想する。
		一般レストラン（統括）	・今後2～3か月先の状況については、原料費の高騰や人手不足から求人経費の負担を売価へ転嫁し、また、今年4月には消費税率の引上げが実施されることに伴い、売上が一時的に減少すると考えている。なお、客のマイナス心理は、同年6月下旬から回復傾向になると想定している。
		スナック（経営者）	・今年4月の消費税率引上げに伴う影響を、車の販売関係者、商店主及びブティック関係者などは大変危惧しているようである。なお、当店においても、上述の関係者と同様の意見である。上述の件により、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している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年4月の消費税率引上げが、どの程度消費マインドを低下させるかについては不透明であるが、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している。
		旅行代理店（従業員）	・個人客については、実際に収入が増加しないと、旅行需要には結び付かないと考えている。なお、現在は、業績の良かった企業については周年事業などで一部動きがみられるが、全体の売上を増加させるまでには至っていない状況下にある。上述の件により、先行きについては、厳しい状況になると想定している。
		旅行代理店（従業員）	・今後2～3か月先の状況については、今年4月の消費税率引上げ及び同月以降のETC割引率の低下などが予定されていることから、全体としてはやや悪くなると予想している。
		通信会社（営業担当）	・学生需要が終わると、新商品の発売まで、買い控え傾向が出てくると想定している。

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
		テーマパーク（職員）	・今後の予約状況を見ると、今年4月の消費税率引き上げの影響ないし来年3月の北陸新幹線開業1年前であることに伴う当地域への出控えなどが起因してか、前年同月と比較すると、団体旅行客を中心に減少傾向にある。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としては今月よりやや悪くなると予想している。
		競輪場（職員）	・開催日数が増加する時期に突入し、客が一層レースを選別して購入することが予想されるため、売上の変動が大きくなり、今月より1日当たりの平均売上額は減少すると想定している。
		その他レジャー施設（職員）	・子どもの会員については年度の変わり目において退会が増加することが想定されるが、現在においては当該状況を補うことが困難と考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		美容室（経営者）	・景気が良いのは都市部のみであると地方は認識していることから、今後2～3か月先の状況については消費は増加せず、やや悪くなると想定している。
		住宅販売会社（従業員）	・現状は、展示場への来場者の動向から、新規受注先が見込めないなか、長期管理先の掘り起こし及びリフォームや増改築により埋め合わせを行ってはいるが、今年4月の消費税率引き上げ後の住宅ローン減税などの優遇制度の活用を気にしない客層であることから、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やや悪くなると予想している。
悪くなる		百貨店（営業担当）	・今年4月における消費税率の8%への適用開始に伴い、客の購買意欲が低下すると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況については全体としては悪くなると予想する。
		コンビニ（経営者）	・現在は、目的外の客やついで買いをする客が減少しているように感じている。なお、今年4月に消費税率が引き上げられることもあり、客においては財布のひもを締める傾向が一層強くなることを想定される。上述の件により、今後2～3か月先の状況については売上が増加する要因が見当たらず、今月より悪くなると予想している。
		衣料品専門店（経営者）	・今年4月の消費税率引き上げに伴う売上への影響を懸念しており、今後2～3か月先の状況については、今月より悪くなると予想する。
		乗用車販売店（経営者）	・受注状況については、現状は今年4月の消費税率引き上げ前の駆け込み需要が大変多いことから、当該税率引き上げ後はかなりの落ち込みを予想している。
		住関連専門店（店長）	・今後2～3か月先の状況については、今年4月の消費税率引き上げに伴う駆け込み需要が終了している時期になることから、景気は最悪となり、売上が確実に減少すると想定している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今年4月の消費税率引き上げに伴い、消費者の財布のひもは一層固くなり、不要なものは一切購入しない状況になると予想している。上述の件により、今後2～3か月先の状況については、全体としてはやや悪くなると想定する。
		企業動向関連 (北陸)	良くなる やや良くなる
		建設業（総務担当）	・業界全体の施工能力が限界に達していることから、受注価格競争は当面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。
		通信業（営業担当）	・通信設備の投資に関する企業の考え方が、従来はコスト重視であったが、最近はサービス重視へと変わってきている傾向にある。
		不動産業（経営者）	・今後2～3か月先の不動産物件についての個人客からの問い合わせが多少発生してきていることから、当該月の状況については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
	変わらない	食料品製造業（役員）	・今年4月の消費税率引上げ後の消費動向を見極めた対策が重要と考えており、当該対策を検討するまでは社内改善を押し進めていく予定である。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としては厳しい環境が続くと想定している。
		繊維工業（経営者）	・景気回復に伴う受注増への期待感はあるが、加工賃の見直しまでにはまだ時間が掛かると考えている。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としては今月とほとんど変わらないと予想する。
		繊維工業（経営者）	・今後2～3か月先の状況については、例年であれば受注は増加傾向となるが、現時点においては、今年4月の消費税率引上げの影響が不透明であると認識している。上述の件により、当該月は、全体としては今月の状況とほとんど変わらないと想定する。
		化学工業（総務担当）	・受注量については、今後2～3か月間、変化は無いと想定している。
		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から、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。上述の件により、住宅の駆け込み需要は今年の年末ごろまでは好調傾向が続くと考えているため、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。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・現状は為替動向が比較的安定していることから、今後2～3か月先の輸出状況については現在と同様の状況が継続すると想定している。
		建設業（経営者）	・例年、新年度に入った第1四半期については、新年度予算の設計段階において公共工事の発注はほとんど無かった。なお、新年度への突入と同時に公共事業が発注されることが建設業にとっては、経営の安定及び利益の確保に大きく貢献し、また、前年からのアベノミクスの効果の発揮へも大きく寄与すると考えているが、同年は市町村においては当該発注がおととしより遅れ期待外れとなった。なお、上述の状況は、国と市町村における経済効果に対する認識の差といえるが、今年の見通しも不明であることから、今後2～3か月先の状況については全体としては変わらないと予想している。
		輸送業（配車担当）	・現状においては、今年4月の消費税率引上げに伴う影響が物量に反映している。上述の件により、今後2～3か月先の状況については、全体としては変わらないと想定している。
		金融業（融資担当）	・現状は心理的なマインドは好転しているが、今年4月の消費税率引上げの実施が確定していることから、春先の景気については多少停滞するのではないかと考えている。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としては今月とほとんど変わらないと想定している。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・前年同月の出稿量と比較すると、今月の2月は、駆け込み需要が見込まれる自動車業界及び家電業界のチラシは増加傾向にあるが、そのほかの業種については暖冬の影響などもあり、減少傾向にある業種が目立っている。なお、上述のとおり、出稿量については、今月は全ての業種において当該需要をねらった増加傾向はみられないが、今年4月の消費税率引上げ後については、流通業を中心にあまり落ち込まないのではないかと想定している。今後2～3か月先の状況については、全体としては今月とほとんど変わらないと予想する。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・今後2～3か月先の受注状況より、景気はやや悪くなると想定している。
		精密機械器具製造業（経営者）	・生産計画量については、夏に向けて、最近の2～3か月間より、多少減少させる予定である。また、今年4月の消費税率引上げに伴う売上などへの影響は、一時的には発生すると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況については、全体としてはやや悪くなると想定する。
		金融業（融資担当）	・今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動から、今後2～3か月先の景気についてはやや悪くなると予測している。

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
		司法書士	・現状の新築建物などの建設に伴う抵当権の設定案件に関する依頼業務については、今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要と考えているため、同月以降の反動減を予想している。
		税理士（所長）	・現在の中小企業経営者の環境は、非常に厳しい状況下にある。具体的には、輸入については原材料の値上がり幅が大きいことから、当該企業では付加価値を見いだすことができず、給料を増加させた企業はほとんどみられない。また、一方で、安売り競争が一部では見受けられており、非常に懸念している。なお、給料が増加しない状況においては、景気は良い方向には向かわない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今月よりやや悪くなると予想する。
	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）	・現状の求職者は、安定した長期雇用の正社員に対する希望者が多く、有期雇用の派遣社員への希望者が少ないことから、成約件数が増加傾向にない。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）	・今後、景気回復による求人数の増加に伴い、優秀な人材の不足感が一層高まると考えられるが、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）	・新店の動きを始めとした直接雇用につながる話をあまり聞かないことから、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予想している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今月は、今年度の傾向と同様、一般求人の募集広告については前年同月に比べて増加傾向にあった。なお、来年度以降についても、同様の傾向が続くと想定しているが、増加幅が拡大するかについては不透明であると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと予想している。
		職業安定所（職員）	・年明けから求職活動が活発になってきているように感じているが、今年4月の消費税率引上げの影響が不透明であるため、当該税率引上げ後の雇用情勢については予測不可能であると考えている。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		職業安定所（職員）	・今年4月の消費税率引上げ後の状況が不透明であることから、不安を抱えているとの企業の声が多い。なお、今後2～3か月先の求人数の状況については、全体としては今月と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）	・消費税率引上げ後の消費者の動向については、節約志向や購買の様子見が想定されることから、消費は低迷気味になると想定している。なお、求人及び景気の動向については予想し難いことから、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考えている。
		やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（役員）
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	百貨店（マネージャー）	・前回の消費税増税前と同様に、男性のスーツや高額品、耐久消費財が好調に推移している。3月末までは、尻上がりに消費が活発になる兆しが顕著にみられる。
		コンビニ（経営者）	・残業する人が増えてきて、夜の来客数が前年比で4%増となっている。また、近隣でのマンションの建設作業が本格化することで、ますます作業員の利用が増加する。

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
	やや良くなる	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕して公式戦が行われるほか、多くのコンサートが開催されるので、多数の来場者を予想している。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・3月末までにまだ案件は増えると思われるので、今年は期待している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・徐々に暖かくなることを期待している。
		一般小売店〔花〕（店長）	・花屋は3～5月が売上の伸びる時期であるため、消費税増税の影響に大きく左右される。
		百貨店（企画担当）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があるので、やや良くなると思うが、増税後の反動は大きくなる。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税の直前になると、フォーマル衣料や寝具など、もう少し増税前に買っておいだ方がよい商品で、通常は取扱っていない商品の品ぞろえを強化するため、売れる物に変化してくる。
		スーパー（社員）	・4月には消費税率引上げによる売上の変化が予想されるが、それ以上に賃金の増加による消費喚起効果が大きい。全体的な購買意欲は高い状態が続くことを期待している。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・今すぐに必要ではないジャケットや洋品雑貨を、ついでに買う客が増加してきている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の増税がどう響いてくるかによるが、良くなる材料はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・土日は良いペースで車が販売できている。ただし、例年よりもっと良いペースで売れるので、今後はまだまだ景気が良くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・4月から消費税率が8%になるため、商品のまとめ買いが予想されるが、根本的な景気浮揚にはつながらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・春は歓送迎会で、毎年団体予約が多い。
	一般レストラン（経営者）	・暖かな気候となり、歓送迎会シーズンに入るほか、消費税率が引上げとなるなど、良くなる要素はあるが、経費も増える。4月当初よりも、徐々に消費者の動きが出てきた後に期待したい。	
	その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・気温こそ例年より低めであったが、客足は悪くない。単価の上昇機運もあり、利用者の消費マインドは高まりつつあるように感じる。	
	観光型旅館（経営者）	・まだ、旅行業に関しては、消費税率引上げの影響は分からない。	
	タクシー運転手	・大阪市長選挙や消費税の増税のほか、年度末ということもあり、動きがある。	
	タクシー運転手	・企業の営業関係の予約が確実に増加している。	
	ゴルフ場（支配人）	・予約状況が良くなりつつある。また、消費税増税に伴って、客単価も上がるのではないかと予想している。	
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・毎年暖かくなると来客数が増加するため、今年も少しは良くなる。	
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。	
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税率引上げ後の落ち込みが心配である。
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・先のことは分からないが、このままの状態が続く。	
一般小売店〔野菜〕（店長）		・変わる気配が全くない。	
百貨店（売場主任）		・商業施設全体が開業となり、外国人を含めて、今まで以上に集客が期待できるなど大きなビジネスチャンスとなる。その反面、消費税増税後の買い控えにより、特に実需商品の苦戦は避けられず、プラス要因が相殺される。	
百貨店（売場主任）		・政府の長期的な成長戦略の確立、実施が必要である。	
百貨店（営業担当）		・3月の消費税増税前の駆け込み需要に対応するための商品を準備している。	
百貨店（サービス担当）		・来月は消費税率引上げ前の最後の月でもあり、高額商品が好調に推移する。また、新しい商業施設が本格的にオープンすることで来客数が増え、好調が維持できる。	
百貨店（販促担当）		・いよいよ消費税増税前の3月になり、駆け込み需要の動きが活発になる。衣料品、雑貨、日用品は、定番品を中心に月初から動きが出る一方、食品は月末に集中すると予測している。4月に入ってからは、その反動で、高額品に加えて衣料雑貨でも春物商材は苦戦が予測され、夏物への切替えや春物の早期処分が重要となりそうである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・現在の状況は特需とも思われるもので、あくまでも4月の消費税増税後の状況を確認しなければ、本当に良くなっているかどうかを判断するのは厳しい。
		スーパー（店長）	・消費税増税後のため、消費者の財布のひもは固くなる。価値のある商品をいかに分かってもらい、訴求ができるかが重要であり、価格競争だけでは勝てない時代になってくる。
		スーパー（広報担当） コンビニ（広告担当）	・消費税増税後の消費動向が不透明である。 ・4月の消費税増税とその前の駆け込み需要などで売上は増減するが、それを過ぎると落ち着く。ただし、原材料価格の上昇や、関西は電気料金が原子力発電所の稼働停止で高くなっているため、大きく改善することはない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げによる駆け込み需要は、結局のところ当社には関係がなかった。それ以上に客の購入意欲の低さが目立ち、これからの景気判断の低下にもつながっている。
		住関連専門店（店員）	・3月末までは消費税増税前の駆け込み需要で実績は上振れすることが予想されるが、それ以降は実績が落ち込み、プラスマイナスゼロとなる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・3月に一時的に消費税増税前の駆け込み需要はあるだろうが、それ以外の景気上向きの要素がない。各種の増税によって所得が減っているなかで、消費が伸びる要素はない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税率の引上げが影響するのは4、5月と思われるが、大きな変化はない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税後も生活必需品の購入が優先されるため、消費者が宝飾品に目を向ける動きは見込めない。
		高級レストラン（支配人）	・3か月前と比べ、今月は来客数、販売量、単価共に悪化しており、今後の消費税増税問題を含めた課題となる。
		一般レストラン（経理担当）	・客は外食に高単価メニューを求める傾向があるものの、4月の消費税率引上げに伴い、どう変化するかは不透明である。ただし、今後2～3か月先については、ほとんど変わらないと予想している。
		スナック（経営者）	・客へのアンケートを行って参考にしたい。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要があり、4月以降は大幅な売上の落ち込みが予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・2月は寒さが厳しく、いろいろな面で販売の動きが鈍くなった。これから消費税増税が始まるため、良くなるとは思えない。
		観光型ホテル（経営者）	・3月の先行きの予約状況も好調である。4月以降は動きが遅いのでまだまだ分からないが、消費税増税によるマイナス影響もそれほど大きくないと予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・特に大きく変わるような要因が見当たらない。
		観光型旅館（経営者）	・数か月前からの客単価をみると、徐々に上向きつつあるが、消費税率の8%への引上げで、購買意欲が下がるのではないかと懸念される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税による一般企業への影響は少ないものの、個人利用客に対する値上げは難しい。また、販促物の印刷などの経費面も厳しい状況である。
		都市型ホテル（マネージャー）	・消費税増税による消費マインドの低下よりも、近隣にできる商業施設へ注目が集まる懸念の方が大きく、特に食堂部門は当面影響を受ける可能性が高い。ただし、宿泊部門は外国人観光客の増加傾向が継続するなど、大阪での宿泊需要の増加には期待が持てる。
		旅行代理店（経営者）	・関西出発の国内旅行の30%以上を占める関東のテーマパーク関連は大いに盛り上がったが、3月で終了となるため、昨年並みを見込むのは難しいという声が大勢を占めている。それを補う商品が見当たらないものの、65歳で定年となる団塊世代の実需に期待している。
		旅行代理店（店長）	・まだまだ単価を気にする客が多く、これ以上は単価が上がるとは思えない。
		旅行代理店（従業員）	・景気に勢いを感じない。
		旅行代理店（広報担当）	・消費税増税の影響が夏休みまで続くことはないと思うが、旅行にお金を使うというマインドに回復するまでには時間がかかる。
		タクシー運転手	・梅が色づいてきたので、客の動きに期待している。
		観光名所（経理担当）	・リニューアルからほぼ1年が経過したが、何とか集客は前年比10%増をキープしている。このままの状況で、春先もイベントや営業施策を展開していきたい。

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）	・来園者数の動きから、上向き傾向にあると感じるものの、消費税増税がどのように影響するかの懸念があり、先行きは不透明である。	
		美容室（経営者）	・大型スーパーの改築工事が始まり、約2年間は駐車場が使えなくなるため、来客に影響が出る。ただし、商店街としては、閉店していた店にスーパー内の店舗が入ってきており、活気が出てくるかもしれない。	
		美容室（店員）	・流行もあると思うが、消費者動向は明らかに良くなっている。	
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・都市部では、ブックカフェなどの新パッケージの導入が規模的に難しい面もあり、売上の増加が難しい状況が続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・円安・株高基調にも一服感が出ている。また、4月からの消費税増税の影響を勘案すると、本格的な景気回復にはまだまだ時間がかかる。	
		住宅販売会社（総務担当）	・建売住宅などの不動産の駆け込み需要も、顕著にはみられない。	
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・4月からは消費税増税となるが、注文住宅の場合は昨年9月に駆け込み契約が終わっているので、昨年と変わらない。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築分譲マンションにおいては、既に消費税率8%での販売へ移行しており、4月以降に大きく変化することはない。ただし、今後の着工案件には施工費の上昇が価格に転嫁され始めることが不安要素として残る。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税により、客の購入意欲が低下する。
			一般小売店〔時計〕（経営者）	・近隣の大型商業施設が大きく増床し、来月早々にリニューアルオープンする。目玉となる施設もありそうで、個人店の限界を感じざるをえない。2～3か月先もまだ落ち着いていないと思われ、不安を感じる。
			一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・4月の消費税増税により、単価の高い和牛は約3%の値上げが大きく感じられる。価格の表現にも注意をしなければ、値上がり感が増すことになり、厳しい状況となる。また、TPP関連での関税撤廃により、輸入牛肉の価格に影響が出ないことを祈る。
			一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税増税後、消費者の購入意欲はいったん落ち着く。その影響で、増税前の駆け込み需要がなかった店の場合、更に販売量が減っていくような気がする。増税後の経済がどうなるのか心配である。
			一般小売店〔雑貨〕（店長）	・消費税増税もあるので、更なる売上減が想定される。
			一般小売店〔自転車〕（店長）	・消費税増税の影響は大きい。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・消費税率の引上げに伴い、3月はある程度駆け込み需要が見込めるが、4月以降はその反動の危険があるなど、今後が不安である。			
百貨店（売場主任）	・消費税増税前の売上増の反動で、4月からはマイナス基調になる。			
百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で消費は鈍化する。			
百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げと海外の高級ブランド品の値上げにより、高額品の買上は伸び悩む。			
百貨店（売場マネージャー）	・2か月先の4月以降は多少の落ち込みが予想される。過去の消費税増税時に比べると、あまり影響がないという声も聞かれるが、中間層や低所得者による売上の落ち込みは出る。			
百貨店（外商担当）	・消費税増税により、4月は消費が落ち込んでいく。			
百貨店（商品担当）	・高額品、嗜好品の駆け込み需要が一服するほか、日用品の買いだめも落ち着き、一時的に消費が減少する。			
百貨店（外商担当）	・消費税増税後の4月から数か月は、どうしても売上の反動減は避けられない。ただし、どの程度の下げ幅になるかは、政府の経済対策の効果や当社の増税後の対策によって変わるので、予想がつかない。			
百貨店（服飾品担当）	・化粧品や返礼ギフトなどのアイテムは、3月中に購入を済ませ、4月以降は売上が大きく減少すると思われる。前回の3%から5%の消費税率引上げ時には、化粧品の売上が直前に約15%増え、直後に同様の落ち込みがあったことから、今回も同じような動きが予測される。			
スーパー（経営者）	・消費税増税により買い控えをする客が増える。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・4月から消費税率が上がるものの、3月に食品には駆け込み需要は出ないと思われ、そのほかの大型商材を購入するための落ち込みが懸念される。
		スーパー（店長）	・3月は間違いなく需要が大きく伸びるが、4月以降の反動がどの程度の大きさになるかは予想が難しい。商品にもよるが、間違いなく悪化する。
		スーパー（店長）	・消耗雑貨を中心に、消費税増税に対応した商品の動きが3月中は続き、増税後はしばらく反動が出る。ゴールデンウィーク前に気温が上昇すれば、食品以外の動きは戻る予想であるが、全体としては厳しい。食品、消耗品では、各社が新商品の発売を増税後にずらすようであるが、当面の苦戦は否めない。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税と、競合店の出店による影響が避けられない。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税による駆け込み需要の反動減は多かれ少なかれあると思われ、しばらくは停滞が避けられない。ただし、基本的に消費は堅調であるため、早期に回復する可能性もある。
		スーパー（開発担当）	・4月からの消費税増税で、一時的に消費が冷え込む。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響が数か月は続き、客単価が下落することが懸念される。
		コンビニ（店長）	・消費税増税による影響が出るのは必至であるが、客の感じからすると、食品などの日用品の購入は変わらないと思われる。ただし、たばこは更に減少が進むため、全体的に悪くなりそうである。
		コンビニ（店員）	・消費税率が変わり、定価販売のコンビニでの買物を控える人が増える。
		衣料品専門店（販売担当）	・買い控えをする客が増える。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の関係で、3月の車検、新車販売の予約は好調であるが、4月以降は一時的に仕事が減り、景気が落ち込みそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・2、3か月後ということは、消費税増税後であるため、消費マインドは低迷する。また、株高の動きも一段落し、消費を刺激するのは大変であるため、景気は少し悪くなる。
		自動車備品販売店（営業担当）	・2～3か月後は、ちょうど新製品が出る前であるため、商品が品薄になって販売量が落ち込むほか、消費税増税直後で買い控えをする客が増える。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税後の買い控えにより、売上の鈍化は覚悟している。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・顧客層は70代が中心であり、消費税増税前の目立った駆け込み需要は期待できない一方で、4月以降も大幅な売上の落ち込みにはならないと予想している。
		一般レストラン（経営者）	・中小企業の収益や、家計の収入が増加していないなかで、4月からは消費税増税が始まる。生活防衛の観点から、外食利用の回数を減らす傾向が強まる。
		一般レストラン（スタッフ）	・梅田に続き、阿倍野地区での商業施設のオープンで、物販に客が流れているのであれば問題ないが、雪の影響や諸物価の上昇傾向が原因で、外食の低価格化が進んでいる恐れがある。
		一般レストラン（店員）	・消費税率の引上げも近づいており、飲食には駆け込み需要がない分、ほかの支出に回りに回らそうである。
		観光型旅館（経営者）	・日本海側の観光シーズンが終わり、4月以降の予約状況は良くない。
		都市型ホテル（支配人）	・今月は一時的な駆け込み需要とみられ、4月以降は横ばいか、減少傾向になると思われる。景気は上昇傾向といわれているが、個人所得の増加が物価の上昇に追い付いていない。春闘で賃金が上がり、個人消費に回るまではしばらく時間がかかる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税率引上げの影響が読み切れない。これまでは内税表記が徹底されていたが、表記方法がばらばらになることで、競合店との料金比較などはしばらく混乱が続く。また、宴会の先行予約も前年比では動きが弱い。
		都市型ホテル（客室担当）	・4月からの消費税増税後の春の行楽シーズンは、前年と予約状況は変わらないが、ゴールデンウィーク明けの動向が不安である。
		都市型ホテル（総務担当）	・消費税増税の影響は避け難く、消費者心理の悪化により、4～6月はレストランの利用客が減少する。

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
		旅行代理店（営業担当）	・4月は消費税増税の影響が少なからず出る。
		タクシー運転手	・消費税増税もあり、先行きは厳しい。
		通信会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出るほか、原材料費や物価の上昇が懸念される。
		通信会社（企画担当）	・景気は拡大基調にあるものの、消費税増税で利益が減りそうである。
		テーマパーク（職員）	・一時的には必ず消費税増税の影響が出るため、春に導入する新アトラクションのオープンは夏以降にしたかったが、それも難しく、出だしには苦戦が予想される。
		観光名所（経理担当）	・今年の冬は例年に比べて雪が極端に少なく、前月もほとんど降らなかった。ただし、当地にいくら雪が降っていなくても、ほかの地域で降ってれば、来客数が増えにくいことがよく分かった。昨年12月から4月まで、7店舗がリニューアル工事に入っているため、判断は難しいが、観光バスの台数や営業店舗の売上、人通りの様子などから判断すると、昨年と比べてそれほど良くも悪くもない。ここへきて、中国、台湾の客も戻り始めている。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・消費税増税により若干の悪化を予想している。
		美容室（店長）	・消費税増税となると、特に化粧品は節約対象となるため、売上に大きな影響が出る。
		住宅販売会社（経営者）	・新規の見込案件が減っており、とても不安である。消費税増税の駆け込み需要の後に、こうなることは予想していた。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は景気は一時的に冷え込む。明らかな景気後退感は生まれないと思うが、一時的に客も様子見の状態となる。
		住宅販売会社（経営者）	・建築販売価格を上げなければならず、消費税増税との関係も含めて売行きが鈍る。
		住宅販売会社（従業員）	・4月以降の消費税増税で消費マインドが低下するほか、新築マンション価格の上昇による影響で、販売は苦戦する。
		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）	・消費税率の上昇に伴い、消費は落ち込む。
悪くなる		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出る。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要も、アパレルに関しては大きな影響がなく、増税後の悪化だけが影響として残りそうである。
		一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税の影響で節約ムードが高まり、花を買う余裕はなくなる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税後の売上の落ち込み具合は予測できず、当社の売上目標も前年比マイナスで組み立てている。経費削減によって利益を出すことが、当社のみならず各企業でも主流となるため、更に消費意欲は低迷する。
		百貨店（企画担当）	・4月の消費税増税を受けて、夏ごろまでは売上が減少すると予測している。外国人売上による押し上げ効果についても、夏ごろには一巡するため、今後1年間は厳しい状況が続く。
		百貨店（店長）	・3月までは来客数や買上数の増加が見込めるものの、4月の消費税増税以降は、経済情勢の不透明感が強まる。
		スーパー（経営者）	・既に日用消耗品の一部で駆け込み需要が出始めている。また、他社も消費税増税前のまとめ買いセールなどで需要をおおっている。それに伴い、3月はある程度売上が増えるだろうが、その反動が加工食品で1～2か月、日用消耗品や雑貨関係で2～3か月は続く。
		スーパー（店長）	・過疎化が進んでおり、ファミリー層に支持されなくなってきているほか、消費税増税で更に悪くなる。
		スーパー（店長）	・前回の消費税増税時は、食品以外の商品での反動が大きくなり、一定期間は厳しい状況が続いたため、今回も同じ動きになる。
		スーパー（企画）	・消費税増税により消費が落ち込む。特に、衣料品、住居関連品は来客数が減少し、食料品は1品単価が低下する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響をまともに受ける。

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）	・主婦層が着るような洋服は買い控えが始まっている。特に新しい服を買わなくても用は足りるので、買わずに節約している。	
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が上がるので業況は悪くなる。	
		家電量販店（経営者）	・消費税増税後は駆け込み需要の反動減で、需要が前年比で20%ほど低下する。	
		家電量販店（企画担当）	・3月は、2月よりも更に商品単価や来客数が伸び、売上の増加や景気の上昇が見込まれる。ただし、4月以降は、2011年7月のエコポイント制度終了に伴う反動減と全く同じく、大幅ダウンになると予測される。	
		家電量販店（管理担当）	・消費税増税の影響で悪くなる。	
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる。	
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後となるため、販売量は確実に減ることが見込まれる。	
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動が大きいほか、東日本大震災後に新車の販売が落ち込んだ影響で、初回車検台数が減少する。	
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・4月の消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動で、消費は急に冷え込む。	
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税が大きな壁となり、外食の機会は減少傾向になる。	
		競輪場（職員）	・例年の傾向から悪くなるほか、消費税増税や物価の上昇などの影響も出る。	
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・太陽光発電関連の受注量が右肩上がりである。建築関連では、名古屋駅前再開発案件の納入が5月ごろから始まる。	
	やや良くなる	繊維工業（総務担当）	・消費税率引上げ前の需要が見込まれ、一時的に前倒しの購入や発注が出てくる。	
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量が多く、配達が忙しい。	
		化学工業（企画担当）	・現状は原料価格の上昇分を販売価格に転嫁できておらず、逆ぎやの状況にあるが、今後は販売価格の見直しが徐々に進む。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・3月は、今月に続いて消費税増税前の駆け込みが想定されるが、4月以降の半年間は増税後の反動減が見込まれる。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今よりも良くなってほしい。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・消費税率の引上げでどの程度の影響が出るかは不透明であるが、引き合いが増加しつつあるなかで、どの程度の受注に結び付けられるかが最大のポイントである。	
		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める。	
		輸送業（営業担当）	・来月から強制的に運賃の値上げを行う。荷物量は減るものの、利益率はかなり上がる。	
		金融業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要よりも、今後の景気見通しの方が期待できる。	
		経営コンサルタント	・間もなく3～5月となるが、季節要因としてプラス材料がたくさんあるため、現状よりも良くなると期待している。	
		変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶業界では、昨日1社が3月末から無期限休業に入るニュースが流れた。景気が良いとは思えないが、個人的には1年前に比べると上向いているように感じる。
			一般機械器具製造業（経営者）	・当社の顧客に活発な投資計画はみられないため、低空飛行の状態が続く。
電気機械器具製造業（経営者）	・世界経済は少し拡大傾向にあるのかもしれないが、それは新聞やテレビの報道上のことであり、実感としては乏しい。			
電気機械器具製造業（経理担当）	・今後も変わらないというよりも、改善が見込めない。			
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の開発が進んでないため、受注量に変化はない。			
建設業（経営者）	・4月以降は、土地の動きは不明であるが、消費税増税の影響はある程度出てくると考えられる。ただし、進行中の案件もあるので、受注にはそれほど影響はない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		建設業（経営者）	・今後も東京オリンピック関連の工事や東北の本格復旧で、技能労務者不足や賃金上昇、建設資材の調達難や価格の高騰が続くと予想される。建設業界は東京一極集中が更に加速するなかで、東北以外の地域は厳しい状況になる。		
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・消費税率の引上げが景気を押し下げる。		
		不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が出ていく動きは、このまま続くと思われる。神戸の経済は厳しい状態が続き、将来的にも景気が悪いままで変わらない。		
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・4月の消費税増税を境に、購読継続を見合わせようとする動きもあり、読者の大幅な減少を心配している。		
		広告代理店（営業担当）	・売上が前年を上回っているが、わずかであり、手ごたえを感じるまでには至っていない。		
		司法書士	・今月は会社の設立や増資といった前向きな事案もあったが、件数は少なく、良くなると判断するには至らない。ただし、不動産の動きが少しは感じられる。		
		コピーサービス業（店長）	・消費税増税前後の動向は不透明であるが、極端な変化はない。ただし、ある程度の駆け込み需要は発生するのではないかと予想している。		
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・消費税率が上がるが、駆け込み需要の動きは感じられない。		
		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、目立った変化はみられない。増税後にも値引きが行われる商品が多く、決して慌てる必要がないことに気づいたのかもしれない。		
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・輸入製品を多く扱っており、円安の影響で値上げが進んでいる。ただし、ユーザーにはまだ値上げの許可をもらっておらず、夏の初めまでには回答がある予定のため、それからは良くなると期待している。		
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・消費税増税もあり、先行きは不透明である。		
		やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・消費税増税があり、当然買い控えなどがあると予測されるので、荷動きは悪くなる。
				食料品製造業（経理担当）	・消費税増税だけでなく社会保険料の負担増もあるほか、各商品の値上げも消費税を上回る上乘せとなるため、悪くなる。
繊維工業（団体職員）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があると思われるが、4月以降の需要動向が懸念される。				
繊維工業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の時期ですら、靴下関係に売上が増える兆しはない。増税後は悪くなると判断している。				
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費税率が引き上げられた後は、少し悪くなる。				
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・消費者の購入意欲は消費税増税の影響を受けるが、医療業界への影響はないようである。ただし、新年度がスタートする4月以降の販促物は、ほとんど3月までに準備されるため、4月からの受注状況は厳しくなる。				
化学工業（管理担当）	・消費税率の引上げに伴う駆け込み需要の反動で、4～6月は販売が落ち込む。				
プラスチック製品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が活発であり、増税後はその反動で需要が減少する。それに対抗できる力を持った商品が見当たらない。				
金属製品製造業（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要が終了し、その反動が出てくる。				
金属製品製造業（営業担当）	・車両関係では、4月以降の取引先による発注の内示が、今月よりも1～2割減ってきている。				
一般機械器具製造業（設計担当）	・収入が増えないのにもかかわらず、消費税率の引上げによって支出が増えそうである。				
電気機械器具製造業（経営者）	・将来の景気が良くなる条件は見当たらない。国内は人件費をはじめとする高コスト体質であるにもかかわらず、人件費の増加の動きが出たり、海外の低価格品との競争に敗れたにもかかわらず、大手電機メーカーが10万円を超える業務用のスマートフォンを売り出す動きもあり、先行きが懸念される。10万円を超えるスマートフォンの行く末は、日本の製造業の先行きを占うことになりそうである。				
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税率引上げの影響で、需要の鈍化が見込まれる。				
電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少ない。引き合いは多少あるものの、大きな金額ではない。				

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		
		建設業（経営者）	・4月以降の新規受注が低調である。消費税増税もあり、今までの反動が怖い。		
		輸送業（商品管理担当）	・4月の消費税増税で、荷物量が減少する。		
		輸送業（営業担当）	・今は品切れも出ているほど売れているので、消費税増税後には不安を感じる。		
		輸送業（営業所長）	・3月までの配送予定は車両が足りないほどの予定が入っているが、4月中旬以降は不透明である。		
		通信業（管理担当）	・消費税増税による買い控えをする客が増える。		
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税で広告出稿の様子見が増える。		
		広告代理店（営業担当）	・消費税率引上げ後の消費の冷え込みを懸念している。		
		経営コンサルタント	・消費税率引上げで買い控えが起こり、特に消費税を価格転嫁するしかない中小企業は、売上が減少する。		
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要は顕著に出てきているが、4月以降の受注が非常に心配である。		
			悪くなる	化学工業（経営者）	・既に現在の注文は消費税増税前の駆け込み需要分であることを明言している客も少なくなく、今後は通常の注文量が相当減る上に、4月以降の案件もあまりない状態である。
雇用関連	良くなる			職業安定所（職員）	・新規求人数が前年比で増加している。業種別では、弱い動きが続いていた製造業も前年比で2けた台の伸びをみせており、好調に推移している。
(近畿)	やや良くなる			人材派遣会社（経営者）	・4月からの消費税増税の影響は、今のところ派遣業界にはみられない。ただし、4～6月は今までどおり推移するが、7月以降は不透明である。
				新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要に関する企業の動きが良く、増税後も更なるプロモーションなどで、景気は良くなる。
				職業安定所（職員）	・景気が悪くなる要素が見当たらないことから、やや良くなる。
				民間職業紹介機関（大学担当）	・まだまだ求人と求職者のマッチングが難しいため、採用がスムーズに進むことを期待したい。
				学校〔大学〕（就職担当）	・採用予定の話を企業担当者から聞くと、少し上向いている様子である。
	変わらない			人材派遣会社（役員）	・現状はかなり天井まで来ている感覚が強い。
				アウトソーシング企業（社員）	・求職者数が増えても、求人数は変わらない。
				アウトソーシング企業（営業担当）	・新たな人員が配属できなければ、売上の増加にはつながらない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・関西の求人の状況をみる限り、アベノミクスの経済効果は大手企業、特に外需関連の企業が中心である。関西で多数を占める内需関連の中小企業にまでは行きわたっていないと感じる。		
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大阪全体が盛り上がるような、一体感のあるテーマが必要である。		
		職業安定所（職員）	・求人数の伸びは引き続き順調であるが、消費税増税実施後の景気の落ち込みによって、求人や雇用面に影響が出ないかが心配である。		
		職業安定所（職員）	・求人の動きからは、景気が大きく変化するような兆しはみられない。事業所からも、現在は好調であるが、求人は消費税増税後の状況をみて考えるため、当面は超過勤務や休日出勤で受注をこなしていくとの声が聞かれる。		
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要がみられるが、今後の状況は不透明である。		
		民間職業紹介機関（職員）	・下請会社からは、建設労働者数の新規流入が増えなければ、これ以上の伸びはないという声が多い。		
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税率引上げによる駆け込み需要が目立っていないため、引上げ後も景気の変化はあまり感じられないと予想している。		
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税がどのような結果をもたらすかは不透明であり、医療業界の求人数が増加するかどうか分からない。		
		人材派遣会社（支店長）	・消費税増税の影響に対する懸念がある。		
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税となり、消費の低迷が予想される。		

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
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・消費税増税後は、やはりその影響で様子見が増えることで、停滞気味になる。
	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	自動車備品販売店（経営者）	・景気回復を信じ設備投資を行ったので、期待を込めて良くなって欲しい。
	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が期待できる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、4月は落ち込みが懸念される。
		百貨店（営業担当）	・さすがに3月は消費税増税前の駆け込み需要があると期待している。
		スーパー（店長）	・消費税増税後にいったん消費が減少するが、価格据置商品も多いので、売上の回復は早い。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		スーパー（店長）	・気温が上昇すれば客の外出機会が増える。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		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で来客数が増加する。ただし、4月以降は厳しい状況となる。
		住関連専門店（営業担当）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。ただし、消費税増税後の4月以降は需要が減少する。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・雪の心配がなくなれば、客は増加する。
		一般レストラン（外食事業担当）	・消費税増税があるものの、3～4月にかけては卒業、入学や入社等、祝い事が多いため、今より売上は増加する。
		都市型ホテル（企画担当）	・市内でのコンベンション開催に伴い需要が活発になる。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		タクシー運転手	・3～4月は売上が伸びる時期である。
		テーマパーク（業務担当）	・消費税増税等の懸念材料はあるが、気候が良くなり連休もあるので、行楽需要が見込める。
		ゴルフ場（営業担当）	・4月の予約は、今のところ前年より上向きである。
	変わらない	商店街（代表者）	・来客数の減少傾向は、今後改善するような様子がかげえない。また、商店街の店舗数も減少傾向にある。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・3か月後にどうなっているか予想がつかない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・相変わらず良くなる見通しはない。海外での売上も、多くの同業者が参入し市場をかき回されて、売上が落ちている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で3月は売上が増加するが、4月以降はその逆になる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・四国からの観光客が増加しているが、一時的なものと思われる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税を控え、駆け込み需要に期待したいが、兆候がみられない。現状と変わらない状況が継続していく。
		百貨店（売場担当）	・4月以降は来客数が大幅に減少し、しばらく消費者の財布のひもは固い。3か月先の動きが読めない特殊な年となる。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響が一時的にあるものの、取扱商品にデイリーなものが多い当店の特性から、すぐに売上は回復する。
		百貨店（営業推進担当）	・一時的には消費税増税前の駆け込み需要があるが、その後の動向は想像がつかない。
		スーパー（店長）	・消費税増税前には物の動きが良くなるが、それ以降は落ち込む。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税で客が販売価格に割高感をもち、必需品以外の購買は様子見状態になる。
		スーパー（販売担当）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要が見込まれ、景気は良いが、逆に4月以降はその反動で消費が落ち込む。おしなべてみると、景気の変動は小さい。
		スーパー（管理担当）	・景気の上向き状況は維持するが、消費税増税の影響度合いによっては景気が悪くなる可能性がある。
		スーパー（営業システム担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が起きても、4月以降には売上がやや減少傾向になる。

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
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数は前年より増加しているが、売上の伸びはそれほどでもない。本部の施策で目玉商品を用意しているため、売上が増加するよう期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・4月は消費税増税の影響を受け、やや悪くなるが、5月以降には今と変わらない状態まで戻る。
		家電量販店（店長）	・太陽光発電、リフォームが主力商品となっており、AV商品は売上の割合が低下している。ただし今後は、買取価格が下がるため、太陽光発電も厳しい状況になる。
		乗用車販売店（総務担当）	・納車までの期間が長期化しており、販売台数の見通しが立ちにくい。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・乗客数や販売量が大きく変化する要素が見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税の影響で3月は多少駆け込み需要があると期待しているが、それ以後は売上は厳しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・4～6月は駆け込み需要の反動から様子見局面になると考えるが、特段大きな落ち込みはない。秋口にかけて景況感の改善が続くようなら、消費者の購買意欲につながっていく。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年より良いが、ここ数か月は予約の伸びが鈍くなっているため、景気の判断は難しい。
		スナック（経営者）	・景気が少し良くなっても、消費税増税で相殺されるため、今の状態が続く。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・先行予約が伸び悩む状況は変わらないが、消費税増税を前にして、小グループや個人客の駆け込み行事の企画に期待したい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税で、景気が下振れする懸念がある。
		旅行代理店（経営者）	・状況に全く変化がみられない。
		タクシー運転手	・3月は今の状態が続くが、4月以降はマイナスとなる。
		通信会社（社員）	・新たなサービス加入などの問い合わせに変動がない。
		通信会社（総務担当）	・景気の上昇が感じられず、販売数の増加が見込めない。
		通信会社（工事担当）	・需要期であり、申込数は前月より増加しているが、前年ほどの増加は期待できない。
		通信会社（広報担当）	・東京と違い、田舎にはアベノミクス効果はすぐには波及しない。効果がみえてくるのは、今後1年以上経過した後ではないかと思う。
		テーマパーク（管理担当）	・一部の業種は景気が良いようであるが、地方では全体的には好況感が出ていない。
		競艇場（職員）	・ゴールデンウィークには売上は増加するが、その時期以外には変化は期待できない。
		美容室（経営者）	・消費税増税になれば、今より売上や来客数が減少する。
		設計事務所（経営者）	・施工会社は受注残の消化に追われているが、新規の受注は落ち着いている。その消化後には動きが鈍ることになる。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税への対応が待たなしとなったが、どうなるか予測不能である。
		設計事務所（経営者）	・3月期の工事発注にも陰りが出てきており、それ以降も売上が伸びる雰囲気は感じられない。
	やや悪くなる	商店街（理事）	・消費税増税の影響で、客の消費意欲が弱まる。
		商店街（代表者）	・景気が良いという感覚はなく、アベノミクスの恩恵もない。消費税増税で景気は冷え込む。
		商店街（代表者）	・客と話すとき、消費税増税の話が多く、3月中に家電製品を買う話がよく出ている。4月以降は、しばらくおとなしくして買物にも出かけなくなる。
		商店街（代表者）	・4月以降、消費税増税や公共料金等の値上げが実施されるので、消費者の購買意欲が低下する。
		商店街（代表者）	・消費税増税による買い控えが始まり、景気が2～3か月はやや悪くなる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・消費税増税や、当店近傍への大型量販店の進出などがあり、景気が良くなることはない。
		百貨店（営業担当）	・前回の消費税増税後と同様に、消費が落ち込む。
		百貨店（営業担当）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要で高額品を中心に売上増が見込めるが、4月はもちろん5月も、その反動による消費の冷え込みが予測される。
		百貨店（販売促進担当）	・4月から消費税が8%に増税され、少なくとも4～5月は消費が低迷する。春や初夏のクリアランスセールといった価格対応企画や、期間限定品等の仕掛けを強化するが、消費の低迷は避けられない。

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
		百貨店（購買担当）	・メディアを通じて、客は消費税増税前に購入する気持ちを植え付けられているが、4月以降は、その反動で景気は落ち込む。
		スーパー（店長）	・消費税増税までは現状で推移するが、その後は全く分からない。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響で4月からは買い控えが予想される。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税と生活必需品の値上げから、客の節約傾向が高まり、しばらくは売上が減少する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税に伴う買い控えから客単価が低下する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税により衣料品などの買い控えがある。
		衣料品専門店（経営者）	・消費が向上しないと経済もうまくまわらないのに、消費が落ち込む要素しか見当たらない。百貨店の売上が伸びていると聞くが、身のまわりでは実感がない。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度と同じように、4月以降には消費税増税前の駆け込み需要の反動減が懸念される。
		家電量販店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で客は仕事が忙しくなっているが、増税後の冷え込みをかなり心配している。
		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で、来客数と販売数とともに増加傾向にあるが、4月以降はその反動で落ち込む。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・アベノミクスの恩恵により一部の公共事業に限られるが、仕事はあるものの利益は小さいと聞いている。一般業種は、まだまだ不景気である。
		その他専門店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税の影響を受け、売上はやや減少する。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税に伴い、一時的に消費は鈍る。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・消費税増税前の3月までは駆け込み需要が見込まれ、消費も活発である。4月以降は客足が鈍り、今すぐ必要なもの以外は影響が出る。しかし、企業の賃金ベースアップや景気対策次第では、反動減は一時的で最小限に抑えられる。
		一般レストラン（経営者）	・現在少し景気が良いのは、消費税増税前の駆け込み需要が要因である。賃金がアップするという報道もあるが、3か月前に今より景気が良くなっているとは思えない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税を控え、地方では実質給与の上昇が実感されていない。一部建築関係や宝飾関係のスタッフは給与が引き上げられるようだが、他業種ではアルバイト時給の上昇もあり、雇用が難しくなっている。
		一般レストラン（店長）	・客との会話のなかで消費税増税を意識した話をよく聞く。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・消費税増税により必要以上の出費が控えられ、旅行や帰省などにも影響が出る。
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税を控えて、3月の駆け込み需要は高額品購入に流れ、飲食関係では伸びは期待できない。もちろん4月以降も期待できない。
		都市型ホテル（総支配人）	・消費税増税後の料飲施設を中心とした利用動向は不透明である。
		タクシー運転手	・消費税増税で一時的に景気は悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税の準備や価格表示の対応を社内でも進めているが、あらためて3%分乗せのインパクトは小さくないと感じている。程度はわからないが、何らかの影響が4月以降に出てくる。
		通信会社（通信事業担当）	・消費税増税を前に、月額の利用料が発生するようなサービスについて、消費者は厳しく見直す傾向が強くなる。
		美容室（経営者）	・消費税増税後は客が節約志向になる。
		美容室（経営者）	・消費税増税を前に必需品以外に対しては節約志向となるので、客は美容にかける金をしぼる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・消費税増税を前に駆け込みで高額な買物をする人が実際に私のまわりにもいる。4月以降は必ずその反動で現在より景気が悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（経営者）	・建設会社の受注残を聞いてみると、4月以降も建築費の高騰はしばらく続くように思う。プロジェクトの延期や中止といった話も聞く。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、耐久消費財は買い控えとなる。一時的ではあるが景気は低迷する。
		住宅販売会社（販売担当）	・消費税増税により新築需要の低下が懸念される。しかし、住宅ローン減税やすまい給付金制度が認知されれば、大きく悪化することはない。
	悪くなる	スーパー（業務開発担当）	・消費税増税後は、競合店との競争がますます激化し、特売品しか売れない。
		スーパー（財務担当）	・3月に若干の消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、4月以降はその反動と客の節約志向により売上が減少する。
		家電量販店（店長）	・4月以降は駆け込み需要の反動による販売減が予測される。夏のボーナス商戦期までは厳しくなる。
		家電量販店（企画担当）	・4月以降には消費税増税前の需要の先食いの影響が予想される。
		乗用車販売店（統括）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要で販売量は前年を上回るが、4月からはその反動で大きく下回る。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要はピークをやや過ぎた感がある。これから徐々に下降線をたどっていく。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税後は消費が冷え込む。新車購入後の初回車検は自動車販売業界にとって安定収益が見込めるものであるが、この4月以降に対象となるのは東日本大震災直後に購入された車であるため、対象台数が少なく、その面でも収益が悪くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月からは駆け込み需要の反動減が考えられる。
		観光型ホテル（支配人）	・宿泊業や飲食業が最も消費税増税後の消費意欲減退の影響を受ける。
		テーマパーク（営業担当）	・観光業は生活必需品ではないので、消費税増税の影響を受けやすい。節約意識が高まれば売上は大幅に落ちる。
企業 動向 関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客の地元自動車メーカーは消費税増税の関係で追い風である。また4月には新車も立ち上がるので、景気が良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・4月以降は受注量が落ち込むが、3月までは消費税増税前の駆け込み需要の効果が若干見込める。
		化学工業（経営者）	・取引先の増産計画により受注量が増加している。また主原料である苛性ソーダの値上げ部分について価格転嫁交渉がほぼ一段落し、利益水準を維持できる見通しである。
		化学工業（総務担当）	・全体的には上向いているが、素材産業等には先行き不透明な部分がある。
		建設業（総務担当）	・受注単価の上昇について客が理解してきている。
		輸送業（業務担当）	・工業地帯の客に元気が出てきているので、当分の間は取扱量が増加傾向である。しかし輸送料の高騰が響き、利益的にはまだ厳しい状況が続く。
		輸送業（支店長）	・通信販売市場の動きが荷物量の増加を後押しする。
		通信業（営業企画担当）	・4月からの消費税増税を目前にして、客から車や不動産など高額品の購入の話題をよく聞く。
		金融業（自動車担当）	・自動車業界では、現状の為替水準が続けば輸出採算は十分確保でき、当面、増収増益基調が続く。
		金融業（貸付担当）	・マスコミ報道でもあるように、貸金ベースアップの気運が高まっている。消費税増税による消費の落ち込みが懸念されるが、取引先でもベアを検討しているところがあり、所得増加が景気回復につながると期待する。
		不動産業（総務担当）	・3～4月は賃貸物件の需要時期であるため、来客数や成約件数が増加する。
		会計事務所（職員）	・住宅取得控除の適用を受けるため確定申告を依頼するクライアントが、ここ数年はあまりなかったが、今年は何件か出ている。また、一部マンション業者の中には、労働者の人手が確保できず完成引き渡しが遅れるため、マンション購入者に入居予定日の日程をずらすよう要請しているところもある。
		変わらない	農林水産業（従業者）
繊維工業（統括担当）	・景気を判断する材料がない。		

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
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・自治体向け焼却炉工事の工期に合わせて生産するため、当面の間は生産量も高止まりする。
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税後の反動で受注が減少するとみていたが、引き続き高水準で推移しており、大幅な落ち込みはない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・輸送用機器関連では、国内では消費税増税による一時的な減速が見込まれるが、世界的には堅調に推移する。また為替相場にも足元大きな変動はない。
		金属製品製造業（総務担当）	・2013年度の補正予算で、ものづくり補助金の公募が始まり、得意先が工作機械等を受注すれば、当社への発注も増える。ただ、実際の機械の購入は早くても7月以降になるとみられ、それまでは現状と同水準で推移する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・設備投資をする環境にはまだ至っていない。コスト削減にも限界があり、消費税増税分をいかに価格に転嫁できるかが喫緊の課題である。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示は高い水準を保つ見通しである。
		輸送業（総務担当）	・客からの受注量が増えない。
		通信業（営業担当）	・年度末の駆け込み需要がある一方、消費税増税後の買い控えや投資抑制が懸念される。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税はあるが、取引先の話を経合すると、受注量は変わらずに推移する。
	やや悪くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・消費税増税後の反動減がある。
		鉄鋼業（総務担当）	・建築関係は引き続き好調を維持するが、自動車関係では消費税増税後の反動減が少なからず影響する。
		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の反動を予想する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新入学シーズンの需要期が終わる。
		建設業（経営者）	・民間建築関係では、消費税増税の影響で新規受注は厳しい。また今まで民間が行ってきた産業廃棄物処理事業に第3セクターが進出するため、今後は競合することになり、当社を含む業界は競争力を失う懸念がある。
悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原材料が高騰しているが、価格に転嫁できていない。さらに今後、消費税増税への対応を抱える状況である。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・当社のように海外から部材を仕入れ、国内で販売する会社にとっては、今後ますます円安が進む懸念があり見通しは暗い。	
	建設業（総務担当）	・営業圏内にある複数の大型物件の竣工が来春にピークを迎えるので、それまでは現状が続くが、その後は悪くなる。	
	コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税後は、前回の増税時と同様に受注減になる。3か月以内に戻れば良いが、それ以上長引くと決算に与えるマイナス影響はとても大きい。	
雇用関連 (中国)	良くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・ディーラー各社は駆け込み需要で繁忙である。また、ハウスメーカーも忙しく、工事部門も繁忙である。なかでも商業施設建設関連からの受注が多く、採用意欲も高い。復興需要も本格化する兆しがある。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率の上昇は今後も続く。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・東京オリンピックやアベノミクス効果が岡山の中小企業にも浸透してきたのか、今まで中途採用しかなかった企業が新卒採用を始めようという相談が多い。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・卸売業や小売業等で、新規出店や業務拡大による増員求人が増えてきている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・飲食店の新規開店が数店舗あり、雇用意欲が増加している。
		職業安定所（雇用開発担当）	・消費税増税という不安要素もあるが、求人数増や求職者数減の状況が続く。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・4月の消費税増税による雇用変化や、岡山での11月の大型ショッピングモールのオープンにより、地域の活性化が期待できる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・全体的な景気は上向きであるが、大企業は4月の賃金交渉後に人件費を引き締め、中小企業も消費税増税の影響で事業費等を引き締めるので、雇用環境は前年と変わらない。	

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
		人材派遣会社（支社長）	・消費税増税の影響は出るが、企業のおう盛な採用意欲が急激に下がるとは思えず、しばらくは大幅な悪化はない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・特に良くなるような要因を感じられない。
		民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税の影響による買い控えが顕著になることから、個人消費は上向き感を抑制される。
		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、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。一方、一般募集については各企業とも消費増税分の価格転嫁が大きな課題であり、4月以降の受注状況等、先行きを心配する声が多く寄せられている。
やや悪くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税後には、駆け込み需要の反動や消費マインドの冷え込みにより、消費が低迷する。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・大きな変化はないと思われるが、良くなる要素もない。
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	—	—
	やや良くなる	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は皆無に等しい。4月以降は全く予想できないが、良くなると期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・花見シーズンが近くなると、少しずつ販売が増えていく。
		タクシー運転手	・3月は人の移動が多くなる。4～5月も多少売上や客の乗車回数が増える傾向にある。
		タクシー運転手	・3～4月は季節柄、街も活気づく時期である。異動で歓送迎会も多く、お遍路も増えると期待している。
		観光名所（職員）	・来客数が増加する見込み。
		ゴルフ場（従業員）	・消費税増税による予約状況への影響はほとんどないとみている。景気回復により、来場者も若干上向くとみている。
		競艇場（職員）	・5月はゴールデンウィークとともに周年記念レースが開催されることから、売上増が期待できる。
	変わらない	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・お客様の購買状況は以前と変わらない。
		コンビニ（総務）	・売上は天候や気温に左右される。消費税増税を控え今後の状況は不透明である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要と、その反動で4月以降は落ち込むとみている。販売量はトータルでは変わらないだろう。
		観光型旅館（経営者）	・3月までの予約状況は良好。消費税増税を控え、4月以降の予想は難しいが、イベント等の予定もあり、悲観することばかりではない。
		旅行代理店（支店長）	・消費税増税後の個人旅行の申込が予想より増えている一方、団体旅行の申込が減少している。
		通信会社（企画）	・市況から若干の上昇傾向ではあるが、大きくは変わらないとみる。
設計事務所（所長）		・建設投資は増えてきているが、廃業する業者も多く、今後の景気について判断しにくい状況にある。	
やや悪くなる	商店街（事務局長）	・所得が増えない中、電気代やガソリン等の生活必需品の値上げが家計を圧迫している。また、消費税増税が消費を大きく萎縮させてしまうことになる。	
	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要は確認できる。しかし、アベノミクス効果は地方や零細企業にまで浸透していない。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・3月は送別用の商品が動くが、4月以降は消費税増税もあり、母の日の予約が昨年同様にあるか分からない。	
	百貨店（営業担当）	・4月以降は消費税増税の影響が出る。	
	スーパー（店長）	・消費税増税直後の4月に比べ、5月以降は販売量がある程度は回復してくるとみるが、増税の影響は残るだろう。	
	スーパー（企画担当）	・3月は消費税増税前の買い溜め等の特需で商品販売が伸び、増税直後は反動でかなり厳しくなる。	
	スーパー（財務担当）	・消費税増税で食品への節約志向が強まり、4月以降、当面の間はやや悪くなる。	
	コンビニ（店長）	・今、増加している客は建設業者で、消費増税後には仕事が減少して来店が減るのではないかと。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・消費税増税後の動向が心配ではある。また、大都市圏と比べて地元経済は活況とは思えない。
		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により、売上はプラスになると考えているが、増税後は大きく売上が減少するだろう。
		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。
		乗用車販売店（従業員）	・3月までに登録できる車種は限られており、今後の消費税増税前の駆け込み需要はほとんどないとみている。3月は例年の動きに近いと予想され、月末には、ほとんど自動車は売れない状況になる。
		住関連専門店（経営者）	・3月までは消費税増税の駆け込み需要が継続するが、4月以降は厳しい状況になるとみている。
		通信会社（営業担当）	・4月以降は、需要期が終わり、販売量は低下するとみている。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響があるとみている。
		美容室（経営者）	・消費税増税と各種値上げ等により、消費マインドの低下が予想される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税が消費マインドを低下させ、景気を低迷させる。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税率が上がって、景気が良くなる訳がない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費税増税前の購買意欲は地元の小売業の景気には関係ないようにみえる。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数や販売動向など、全てにおいて低調。消費税増税後は買い控えがすすみ、特に地方は厳しい状況になるだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・現状以上に収入が伸びない限り、消費税増税分が家計負担として増える。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後は、景気は下向きになる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み特需が強く、地デジ移行時と同様に反動で落ち込むとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税に伴う反動と、3年前の震災によって新車販売が不振だった期間の車検対象車の減少などから、売上は落ち込むとみている。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が予想を上回る状況にある。その分反動減は大きい。
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要はすでに終わり、2月末に買い控えが起きている。4月以降は前年より2割程度落ちるのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・当面、消費税増税の影響は避けられない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・消費税増税の影響が考えられる。
企業動向関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・食品関連の原材料価格が高騰してきているが、付加価値を付けた商品としてブラッシュアップさせて価格帯を上げる動きがある。小売店も付加価値のある商品を適正価格で販売する意識が出てきており、時間は掛かるがデフレ脱却への動きが感じられる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・市場環境や受注状況より、業況は堅調に推移するものとみている。
		金融業（融資担当）	・まだ正規雇用者の求人は少ないが、賞与の増加見込みの取引先も増えている。個人消費の改善による景気回復を期待している。
	変わらない	食料品製造業（商品統括）	・消費税増税による駆け込み需要の反動が2～3か月影響する。
		鉄鋼業（総務部長）	・量的増加と販売価格上昇は当面望めない。
		建設会社（経理担当）	・職人不足、材料価格値上げ、消費税増税などで業界を取り巻く環境は変わらない。
		建設業（経営者）	・納期が集中する年度末までは一定の売上は確保できている。通常、新年度になると手持工事は減少するが、今年は手持工事が例年より多く、年度末の勢いを維持できるとみている。
	建設業（経営者）	・人材不足で工事を請け負えない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業）	・慢性的な車輛不足になっていることから、出荷物量が増える3月は運賃相場が上昇して増収になる。例年、4月以降は出荷物量が落ち着きを取り戻すが、今年は消費税増税の影響から低迷し、売上は例年並みか減少傾向になる。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税後は販促広告の抑制が懸念されるが、得意先のヒアリングによると、現段階で大きな影響はない。
	やや悪くなる	農林水産業（総務担当）	・消費税増税で買い控え、購買量の縮小が懸念される。
		繊維工業（経営者）	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要が少しあるとみている。よって、4～5月は反動による落ち込みを危惧している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・例年3～4月は少し良くなるが、消費税増税により、今年は景気が落ちていくとみている。
		輸送業（経営者）	・地方は消費税増税が特に景気に影響し、輸送量の減少は避けられない。
		通信業（総務担当）	・消費税増税が各業界に影響するとみている。
		通信業（部長）	・短期的に消費税増税の影響が出る。
		不動産業（経営者）	・消費税増税に伴って、しばらくは様子見の姿勢がみられるのではないかと。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税による原価の上昇分を価格に転嫁することは、業界的に非常に難しい。
公認会計士	・関与先企業の経営者の多くは、消費税増税の影響を非常に危惧しており、2、3か月先の景気は若干悪くなって、売上も伸び悩むとみている。		
悪くなる	輸送業（支店長）	・引越の繁忙期の終了に加えて、消費税増税による買い控えのため。	
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・製造業などで増産が期待でき、求人増加に繋がると考える。
		求人情報誌（営業）	・引き続き、各企業とも業績の好調や業務拡大により、求人数が増えることがみえている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税前の一時的な需要で売上は向上しているようであるが、増税後の需要先食いと懸念から設備投資や人員増を検討している企業は少ない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、4月以降は何らかの影響はあるだろう。
		職業安定所（職員）	・求職者に有利な労働市場になっているが、人手不足による好条件へと発展していない。
		民間職業紹介機関（所長）	・経営者からは、景気が良くなった、または、これから良くなるだろうという話はほとんど聞こえてこない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税を挟んで上下動があるだろうが、大きくは変わらないとみている。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・ゴールデンウィーク前後で求人数が減少する。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が前月比0.02ポイント低下。また、新規求職者数が前年同月比で15か月ぶりに増加した。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後、消費税増税の影響はあるだろう。問題は、いつまで景気の足を引っ張るかである。	

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	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・人の動きが今よりは活発になるため、客の購買意欲は良くなり実需に入ると判断した。
		商店街（代表者）	・商店街は新入学、卒業、就職に関連した店舗があるので、いつもより活気付く。飲食店もそれに伴って少し良くなる。しかし、購入主体である親は、節約モードになっており、前よりも利幅が少なくなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が予想される。しかし、4月に入ると正直景気が上向くかどうか全く予想できない。
		商店街（代表者）	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・花屋の一番のかき入れ時である卒業、入学式シーズンや母の日を控えているのでこれから良くなる。しかし、それ以後、シーズンオフ期の予備資金をこの時期にどれだけ蓄えられるか心配である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要か定かではないが、インポート・ラグジュアリーブランドの売上が好調に推移してきている。
		百貨店（営業統括）	・3月はよくなるが、4月の消費税増税以降は厳しくなる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要によるプラスが大きい。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が結構増えるため、3月は若干の伸びがあるが、4月以降は落ちてくる。
		スーパー（統括者）	・買物の単価が増加傾向にあり、引き続き売上は増加するのではないかと考える。ただし、消費税増税の影響は不透明である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が少しは期待できる。特にたばこが10～20円値上げする分、まとめ買いが多くみられる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3、4月は異動シーズンに入るので、コーヒーの進物等がこれから出ると予想される。また気候が少しずつ暖かくなってきて、客の来店頻度も若干増えつつある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による購買行動が拡大する。現在、耐久消費財への動きがみられるが、3月末に向けて新入学、新生活関連の商品や食品や消耗品などに広がる。しかし、4月になれば一気に消費は冷え込むことになる。
		都市型ホテル（総支配人）	・今回の雪害対策など公共事業の発生で、人や物流の動きが出始めるのではないかと考える。
		タクシー運転手	・3、4月の予約状況を見ると、会社関係、個人客の予約が伸びている。動きはあるので良くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・以前よりゴールデンウィーク期間の問い合わせが多く、個人旅行、会社の予約が今年に入って非常に目立つようになってきた。特に首都圏の客が多く、良い傾向になっている。ただ、地方は景気の影響を受けるのが遅いので、様々な対策を仕掛けていかなければいけない。
		理容室（経営者）	・2月は実働日数が23日しかないので、数字がなかなか上がらない。3、4月は、卒業、入学式などで人が動くので客の動向に少し期待したい。
		住宅販売会社（代表）	・4月に小売関係は多少落ち込むかもしれないが、住宅に関しては2、3か月、半年というスパンでは上向くようになる。消費税増税について、客は8%の増税後の10%への増税も見据えており、次の10%までには建てたいという住宅ユーザーも多い。
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・売れそうな気が全くしない。どこか別の働き口があればよいが年齢的に厳しい。
		百貨店（営業政策担当）	・現在好調なのは、単発的な消費税増税前の駆け込み需要ではなく、昨年12月からの継続的な流れである。過剰気味な駆け込み需要ではない分、反動減も緩やかと思われる。さすがに4月はマイナスになるだろうが、5月以降はプラスを狙える。
		スーパー（経営者）	・賃金上昇の兆しが近辺にみられない。消費税や物価指数の上昇に給与上昇率が伴っていない。
		スーパー（店長）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で若干の売上増が見込めるが、4月以降、反動減により全体として厳しい状況が続く。
		スーパー（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の動向は、どの商品群でも判然としていない。むしろ増税後の大幅値下げを期待する声のほうがよく聞かれる。
		コンビニ（経営者）	・今以上に良くなる材料が全く見当たらないので、これ以上の急激な景気の回復は今のところ予想できない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税前までは今の調子が続くと考える。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税が大きく影響してくる。
		衣料品専門店（店員）	・3月は消費税増税前で、顧客の購入予算が大きくなっているが、その反動で4月は減少する見通しだ。
		衣料品専門店（チーフ）	・3月は消費税増税の影響で、前倒しの買い足し購入があるが、その後は動きが少し鈍くなると予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・春の行楽シーズンの到来により燃料油・カーケア商品の需要に期待したいが、顧客からは、4月以降、新年度の賃上げ等について楽観的な話題を聞かない。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・販売する商品がお土産のため、消費税増税の大きな影響はないと思われる。しかし、身の回りの景気が良くならなければ、販売量も増えないため、2、3か月先は現状のままである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他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月以降、消費税増税の影響はあるが回復も早い。
		観光ホテル (総務)	・収入予測より、変わらないと判断する。
		観光型ホテル (スタッフ)	・3月までは順調に予約が取り込めているが、4月の消費税増税後の景気動向がまだみえない。
		都市型ホテル (スタッフ)	・割高感を与えやすい業界であるため、消費税増税の影響が懸念されるが、前年と比較しても予約状況に大幅な落ち込みはみられない。
		旅行代理店 (従業員)	・消費税増税もあり、4月以降予約減も予想されたが、今のところ前年より好調である。ゴールデンウィークの海外旅行も順調である。
		旅行代理店 (企画)	・消費税増税により耐久消費財への支出が増え、レジャーへかける予算が減少すると推測する。
		タクシー運転手	・これから暖かくなってくると人の動きがだんだん増えて、ゴルフや観光等、タクシー利用が増えるのを期待したい。
		通信会社 (企画担当)	・当社は官公庁向けWebシステム開発を主軸としているが、関連予算枠が拡大されるような情報は現時点で少ないため、変動が少ないと考えられる。
		通信会社 (販売部)	・折込チラシを実施しても全く反応がなく、乗客数も減少傾向である。例年、3月は最大の商戦期となるがそれを差し引いても良くなる見込みがない。
		通信会社 (総務局)	・当社では、新年度を迎え一時的には転居に伴う解約が新規を上回る状態となる。景気自体は消費税増税の影響が心配される。
		通信会社 (業務担当)	・3月は卒業シーズンとなり、例年通り家族連れでの来店増が見込まれるが、魅力的な商品が少ないこともあり、昨年ほどの販売台数は期待できない。
		設計事務所 (所長)	・2、3か月先に結果が出る仕事であり、今月の状態が2、3か月も続くので変わらない。
		住宅販売会社 (従業員)	・春闘でベースアップ容認の会社が出てきているが、アベノミクスと合わせて実体経済、経営が好転するにはもう少し時間が掛かる。消費税も上がるので、ベースアップが実際の消費に回せるお金になるのか分からない。今後の動向を見守るしかない。
	やや悪くなる	商店街 (代表者)	・4月からの消費税増税により消費は落ち込む。商店としては消費税の増税が一段と厳しくなり頭を悩ませている。業種によっては、内税方式とは名ばかりで、消費税分を転嫁できず商品の売上から支払っているのが現状である。
		商店街 (代表者)	・4月からの消費税増税により、一時的に景気は悪くなると覚悟している。
		商店街 (代表者)	・所得が増えない限り景気の回復はありえない。特に地方では景気の回復を感じられない。
		一般小売店 [青果] (店長)	・消費税増税により悪くなる。消費税増税に客が慣れて初めて、今までの様な購買心に戻るが、慣れるまでは厳しい状況となる。
		一般小売店 [精肉] (店員)	・消費税増税の影響で、飲食店向けの売上が減る。
		百貨店 (総務担当)	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
		百貨店 (営業担当)	・4月からの消費税増税を控え、当地ではベースアップ企業も見当たらず、給与が上がる企業は非常に少ない。そのため、消費マインドは非常に冷え込む。
		百貨店 (販売促進担当)	・消費税増税により客の購買意欲が失速する。
		百貨店 (業務担当)	・客の増税に対する警戒は思ったよりも大きく、駆け込み需要よりも防衛策のほうが大きいような感がある。増税前の盛り上がりもなく、増税後に落ち込むだけということも想定しておかなければならない。
		百貨店 (売場担当)	・消費税増税後の反動がはっきり読めないが、前年を割ると考えている。系列店が2月いっぱい閉店するので、その客が当店に流れてくれば若干のプラス要因となる。3月は好調だが、その先はさほど良いとは思えない。入店客についても96~98%で推移するので良くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（店舗事業計画部）	・4月からゴールデンウィークまで当面の間、強い来店動機がないため厳しいと見込む。特に今年の春物は、シーズン終盤に購入する層が買わない可能性も高く、苦戦する予想である。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減を予想している。
		スーパー（店長）	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要が高まる見込みだが、4月の増税後は価格表示も変わるので買い控えがあり、厳しい状況が懸念される。
		スーパー（総務担当）	・食料品はさほどでもないが、衣料品・住居用品は、少なくとも上半期に消費税増税の影響を受ける。
		スーパー（総務担当）	・3月は、年末年始からの客の堅調な動きが続くが、4月以降は、消費税増税の影響が厳しく出てくるものと考えられる。ほとんどの商品は、増税分を商品単価に上乗せさせられるため、客の買い控えなど購入マインドへの影響が懸念される。
		スーパー（経理担当）	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要で日持ちする商品が売れるのに対し、4月以降、その反動で消費が落ちると予想する。
		コンビニ（販売促進担当）	・3月までは今の状況で推移していく。3月は特に売上が良くなるが、4月の消費税増税後から若干悪くなる。
		衣料品専門店（取締役）	・5月は消費税増税から1か月が過ぎたところだが、不安材料が考えられるので少し厳しい状況である。
		家電量販店（従業員）	・消費税増税に伴い、4月から買い控えがある。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で2～3月は良いが、4月以降の反動が厳しくなると予想される。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わると、4月以降はその反動で客足は減る。景気そのものの回復は地方ではまだ感じられない。
		住関連専門店（店長）	・売上は確実に悪くなる。消費税8%が家庭にどれほどの影響を与えるのか、販売店もしっかり勉強しないとイケない。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・天候と消費税増税による買い控えがある。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税による影響からやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・3月の予約状況を見る限り、初旬は少し忙しいが、中旬、下旬に予約があまり入っていない。歓送迎会が3月末から4月初旬にあるが、先々が読めないのと、現状の景気の良さを感じられないことから、先行きはやや悪くなると予想する。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税などの影響でやや悪くなる。
		高級レストラン（専務）	・4月からの消費税増税により、材料費や人件費が上昇せざるを得ない。今まで通りの単価では、利益が随分取られてしまうので、こちらも販売価格を上げざるを得ないが、利用率が下がっていくのではないかと不安が大きい。
		高級レストラン（社長）	・消費税増税後、どうなるか不安である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税にあたり値上げを検討しているが、客がどこまで理解を示してくれるのかが全く分からない状況である。増税直後は買い控えやぜいたくな出費を避けるため、全体的に景気が悪くなる。
		都市型ホテル（販売担当）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要が多いが、4月の売上がやや低くなる。
		都市型ホテル（副支配人）	・今年の4、5月は、福岡市内で大きなMICE関係の大会がなく、予約の入込は悪い。
		タクシー運転手	・このところ、夜の動きが非常に悪い。客の財布のひもがかなり固い。その動きが今後も続き悪くなる。
		タクシー運転手	・消費税増税によりタクシー料金も値上げするので、今後の景気の冷え込みが懸念される。
		通信会社（企画担当）	・ブロードバンドのニーズが、固定回線からワイヤレスに移っているようだ。
		競馬場（職員）	・来客数の状況が依然として前年を下回っている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・短期的には、消費税増税の影響が継続すると考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		<p>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）</p> <p>音楽教室（管理担当）</p> <p>設計事務所（所長）</p> <p>設計事務所（代表）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<p>・電気料金値上げや4月からの消費税増税の影響が出てくる。</p> <p>・音楽教室の場合、どのくらいの人が転勤してきて教室を見学に来るかなど、状況が読めないで今のところ何とも言えない。</p> <p>・消費税増税後は駆け込み需要の恩恵もなくなり仕事が減る。</p> <p>・消費税増税、物価高の影響でやや悪くなる。</p> <p>・消費税増税の影響が懸念される。</p>
	悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>一般小売店〔茶〕（販売・事務）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>衣料品専門店（経営者）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>衣料品専門店（総務担当）</p> <p>家電量販店（店員）</p> <p>家電量販店（総務担当）</p> <p>家電量販店（広報・IR担当）</p> <p>乗用車販売店（従業員）</p> <p>乗用車販売店（総務担当）</p> <p>自動車備品販売店（従業員）</p> <p>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）</p> <p>居酒屋（経営者）</p> <p>観光型ホテル（専務）</p> <p>美容室（経営者）</p>	<p>・4月の消費税増税後は必ず消費が落ち込み、景気が悪くなる。駆け込み需要がなく、消費が落ち込むという大変厳しい状況になると考えられる。</p> <p>・消費税増税により、4月以降かなりの買い控えがある。当店でも値上げをせざるを得ず、売上が落ちると懸念している。消費税8%は我々零細企業にとっては大きな問題である。</p> <p>・消費税増税で売上は確実に減少する。仕入価格も上がるので商品価格に反映させたいが、来客数減少が予想され値上げしていいかわからない。</p> <p>・上昇傾向にあった売上、レジ客数、買上単価がやや停滞に転じている。家具、雑貨の好調が、紳士婦人衣料へ波及しない。客の消費税増税対策の購入が多いが、消費税増税後は購買の減少が予想される。</p> <p>・4月からの消費税増税で客離れが起こると危惧している。民間企業の給料が簡単に増えるわけではなく、特に南九州ではアベノミクス効果も全くない。</p> <p>・消費税増税により悪くなる。</p> <p>・消費税増税でどうなるか分からないが、経済全体でどうなるのか全く先が読めない。景気そのものは良くなる要素がない。</p> <p>・見るだけで買わない客ばかりだ。消費税増税前でこの状態なので景気は良くならない。</p> <p>・4月の消費税増税の悪影響を、おそらく5月ではまだ回復できないと判断する。</p> <p>・過去2回の消費税増税の際、いずれも駆け込み需要が終わると悪くなった。最近では地上デジタル放送の終了で、大きく割り込んだ。この流れは変わらないので、2、3か月先は悪くなると予想する。</p> <p>・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の規模は予測できないが、覚悟と対応策が必要である。</p> <p>・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。</p> <p>・4月以降、客の来店が少なくなる。</p> <p>・新車販売、中古車販売とも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必ずある。新年度第1四半期はかなり厳しい状況になる。</p> <p>・消費税増税後、反動がある。</p> <p>・消費税増税で4月より一気に消費が低迷する懸念がある。</p> <p>・消費税増税後は、飲食費にかけるお金を削る傾向になることが目に見えている。</p> <p>・消費税増税により悪くなる。</p> <p>・消費税増税により一段と購買欲が落ちる。3%から5%に上がるときも売上が相当落ちたのと同じように、今度3%上がるという気持ちだけでも消費が沈んでしまう。</p>

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	電気機械器具製造業 (取締役)	・仕事を一杯抱えて身動きができないとの話をいたるところで耳にするようになった。
	やや良くなる	農林水産業(経営者)	・3、4月は異動シーズンや行楽関係も重なり、量販店等を中心にかなり期待できる。加工メーカー筋も春先メニューがあり、かなりの引き合いが予想される。ただし、燃料価格の値上げでかなり厳しくなる。製品の値上げで対応したいところだが、消費税の負担もあり微妙なところである。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・受注はメーカーの外注関係からの値上げと諸雑費やガスの価格高騰で、我々も商品を値上げせざるを得ない。一方、特に海外商品の量がまとまってきているようで、いくらか荷動きが活発になっている。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・客の引き合い見積案件が増加傾向にあり、受注額が増加するものと推測する。
		精密機械器具製造業 (従業員)	・受注先から、中国向け家電製品の部品生産要求が多くなっている。
		その他製造業(産業廃物処理業)	・取引先にて、今年後半に向けて増産体制であるという情報が入った。徐々に回復していくようだ。
		輸送業(総務)	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があると考えられる。しかし、4月以降はその反動減が懸念される。
		通信業(経理担当)	・今の状況において悪くなる要素はないが、4月からの消費税増税による影響がどの程度になるのか、いつまで続くのか未知数である。
		不動産業(従業員)	・賃貸オフィスの稼働率が上昇傾向にある。
		広告代理店(従業員)	・2月の新聞折込枚数は久しぶりに前年同月比102%と好調である。4月の消費税増税前の駆け込み需要をまわって広告宣伝費を増額しているようで、3月も同じように好調な様子である。市場環境の好転が、ここに来て当業界にも多少及んできたとの印象を持っている。消費税増税後は様子見となるようだ。
		変わらない	農林水産業(営業)
	農林水産業(従業者)		・畜産物の販売数はなかなか上がり、景気が良くならない状況である。
	食料品製造業(経営者)		・観光というマーケットに依存しているため、南九州への観光客、特に団体が増えない現状では業績回復の好材料を見出し得ない。取り扱っている食料品については、消費税増税前の駆け込み需要は期待できず、今後も厳しい状況に変化がみられそうにない。
	食料品製造業(経営者)		・これから端境期に入っていく時期であるが、今のところ安定した受注が見込めている。
	化学工業(総務担当)		・今後、賃金のベースアップは期待薄のため、変わらない。
	金属製品製造業(事業統括)		・輸出関連の好調を受け期待したいが、消費税増税後の当業界への影響は不透明である。
	一般機械器具製造業 (経営者)		・各ユーザーが決算期を迎えているということと、4月からの消費税増税の様子見する状況からすると、駆け込み需要はなかなか考えられない。各ユーザーは周りの状況をじっくり見て検討しており、おそらくその答えが出るのが3、4か月先になると予測される。
	電気機械器具製造業 (経営者)		・どちらかと言うとやや悪くなる傾向になることを心配する。予断は許さず、これから業種転換などで配置を変えなければ、このままの状態では大変厳しい。
	通信業(職員)		・省エネ関連の補助金が今年度末で終了となるため、補助金なしで事業として成立する新サービスを検討中である。2、3か月では運用開始に至らないと予想されるため、状況の改善にはさらに時間が必要である。
金融業(従業員)	・住宅建設や公共工事が本格化してきているほか、自動車等の生産は増加している。また、残業手当を中心に企業の給与支給額が増加傾向にある。一方、4月以降は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。		
金融業(営業担当)	・4月より消費税増税となるが、建設業ではすでに4月以降の受注に一服感が出始め、好調キープとまではいかない様子である。		
金融業(得意先担当)	・工事発注増の状況が続いているので当面は問題なくいく。一方で、原材料価格の高騰によって収益を圧迫している企業もあり、今後について注視していく。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		新聞社（広告）（担当者）	・全国規模での広告出稿は回復基調にあるが、どこまで地方に波及するかは不明である。直近で新聞広告に見合うトピックスも少なく、前年並みの出稿量で推移する見込みである。	
		経営コンサルタント	・現状維持や内部のコスト削減に向かう傾向が強く、新たな動きはみられそうにない。	
		経営コンサルタント（社員）	・消費者の購買量が増えているわけではなく、最低限必要なものを買っているにすぎない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子、また弊社の受注・問い合わせ状況から、業況が大きく変化する予兆はみられない。	
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・次年度にまたぐ業務の発注が進んだため、新年度になって業務の発注が少なくなる恐れがある。緊急雇用の業務発注は新年度も継続されることになっているが、新規雇用者を研修しないといけないうなど、受注業者の負担が大きくなっているため、利益を生む業務の受注が伸びることは期待できない。	
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・部下は大幅にベースアップするが、私は対象年齢から外れている。	
	やや悪くなる		繊維工業（営業担当）	・先が見えない。この状況で消費税を増税するとどうなるのか、従業員の賃上げよりも先にわれわれ経営者がもちこたえられるのが心配だ。
			家具製造業（従業員）	・2、3月度の売上増の反動として、消費税増税の買い控えが発生する。実際4、5月度の物件情報が少なくなった。
			出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が落ち着き、受注量等は前年度に比べて下がる。
			鉄鋼業（経営者）	・新規の鉄筋受注が非常に減っている。契約残が多いため出荷は順調だが、新しく着工される物件が少なくなっている。この影響は、出荷減少として約3か月後から際立ってくると予測される。特に最近では新規分譲マンションを対象とする鉄筋受注が減っている。
			輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今季と比較すると来期上期の生産計画数量が減少傾向にある。
			建設業（従業員）	・最近、特定業種の手間賃の高騰や職方不足による入札不落の現象が起きている。また、消費税増税前で職方も不足がちで、工期の遅延が問題になってきている。この先も職方不足により受注ができない状況も予想されるので、景気はやや悪くなる。
建設業（社員）			・4月以降の受注に向け、小さな繰り越し工事案件に、今まで入札を辞退していた業者が競争に参加してきている。下請専門の業者も地域を拡大して受注に動いている。今後の発注を期待したい。	
輸送業（従業員）			・消費税増税前の2、3月は荷動きが激しくなるが、4月からはその反動で落ち込むと予想する。食品については賞味期限もあり、3月の荷動きは前年比10～20%くらいの増であるが、その他は、前年比増が予想されている。しかし、その分4、5月が落ち込む。	
輸送業（総務担当）			・預かっている荷物は日常生活用品が多く、今でも節約モードに入っている。消費税増税後はもっと厳しくなる。	
金融業（調査担当）			・消費税増税後の落ち込みを懸念している声が多い。	
不動産業			・4月になり消費税が上がれば、さらに不動産売買は動きが鈍くなる。	
悪くなる				広告代理店（従業員）
	経営コンサルタント（代表取締役）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要でかなり好調に推移する。おそらくほとんどの業界で、その反動で5月くらいまではかなり厳しい状況が予想される。経過措置の部分を除いて、特に物販等に関しては4、5月に少し厳しくなるのは間違いない。		
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・正社員のニーズも含めて、先々の求人まで堅調のためやや良くなる。	
		人材派遣会社（営業）	・九州地方での爆発的な景気回復は未定だが、相対的に悪くなることはない。	
		職業安定所（職員）	・主要産業のほとんどが前年同月比で増加しており、引き続き堅調に推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（社員）	・直近半年の求人数は少しずつ上向きになっている。一方で、派遣登録者は減少しているため、求人者への派遣就業者の紹介が困難になりつつある。退職者の補充で募集を出しているが、面接前に他社で決定してしまい辞退する人が多い。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・雇用の状況が良くなってきても労働者の給与及び非正規労働者の雇用形態の変換までは至っておらず、今後の労使の動きが注目されている。長く続いた円高基準での企業の組織論を、円安基準にシフトすることは容易ではない。
		人材派遣会社（社員）	・新年度を迎えるので、一旦求人は落ち着く。ただ、新店舗開設等により求人は出てくるので現状維持の状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月の消費税増税は2～3か月程でその実感がわかるようになり、その頃消費活動が低迷する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税後の景気動向はみえないが、現在の求人件数は正社員だけでなくパート・アルバイトも含め底堅く、急激に悪化するとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・今のところ求人数が少しずつ伸びて求職者が少しずつ減っている状態で、有効求人倍率が0.95まできている。これから当分は、この程度の求人倍率で推移する。
		職業安定所（職業相談）	・新規求職者数の減少傾向が続いているが、求人数の伸びにこのところ一服感がみられる。4月からは消費税増税の影響も懸念されることから先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（支店長）	・好景気の影響が、人材需要には反映していない。顧客企業は採用について慎重な姿勢である。労働者派遣法の一部改正の動きも影響しているようだ。
		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。今後2、3か月先の景気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）	・4月以降は消費税増税の影響で需要は落ち込むと予想する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・4月からスタートする消費税増税が求人意欲に影響する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・4月の消費税増税後、駆け込み需要の反動減が出てくるので、個人消費が冷え込む。
	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	コンビニ（経営者）	・消費税増税に備えての買い置き需要が期待できる。
関連	やや良くなる	観光名所（職員）	・予約状況が良い。
(沖縄)	変わらない	コンビニ（経営者）	・景気の回復がまだ軌道に乗らない。
		コンビニ（エリア担当）	・4月は消費税増税の反動があると予測するが、それ以降は、商品の値ごろ感を出して訴求、キャンペーン等でリピーターを確保するなど購買を促さないと、来客数や単価の減少につながりかねない。その対策の詰めをしている状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・3月には消費税増税前の駆け込み需要が予測され、一時的に売上は上ぶれするが、4～6月にはその反動があるとみられる。しかし、買い控えは長くは続かず県内景気は安定すると考える。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月続いているが、前月と同じく、景気は良くない。以前と比べて先買いの客もほとんど今は見当たらない状態である。先行きについては、今のところまだ読めていない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・年度替わりの時期でもあり、また消費税増税前と世の中が騒がしい時期が続く。県内も雇用が増えて、景気が良いという報道もあるが、現実には厳しい状況である。本土からも客がよく来るが、リピーターなので新規に物品を購入することは無い。新たな新規顧客の開拓や商品提案など当面苦労しそうだ。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・景気は悪いまま推移していきそうである。今年も2か月が過ぎたが、前年より悪くなっているように感じられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測すると、2、3か月後の客室稼働率は今月と同様、前年同月実績に対してプラスを見込んでいる。
		ゴルフ場（経営者）	・3月、4月、5月と、上がったりがったりで今のところあまり先が見えない、というのが実情である。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・3か月先のゴールデンウィークは例年住宅展示棟などへの来場が増える事が予想され、商談数が増加すると考える。それに加えて、住宅ローン減税などのメリットのある客の来場が見込めるので、注文住宅の受注としては、現在と変わらない状況と考える。
		住宅販売会社（代表取締役）	・手持ち工事は多いものの、現場職人の人員不足が顕著で、着工遅れや、着手した現場についても工事進捗が大幅に遅れているのが不安材料である。
	やや悪くなる	一般小売店〔菓子〕	・消費税増税による消費の低迷が予想される。特に弊社では、し好品を製造販売しているため、その影響が大きいとみられる。
		百貨店（営業企画）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、4、5月は増税後の落ち込みを予測している。1997年の増税時では、増税前の3月は15%アップ、4月は10%ダウンの経験があるが、本年は一部フロアの改装による動員効果を期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・4月からの数か月間は、消費税増税の影響が出るとみられる。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税後に反動がある。
		旅行代理店（マネージャー）	・8%という消費税の感覚にまだ慣れていないため、財布のひもが緩むのは厳しいとみられる。
		通信会社（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるため、4月以降の景気は悪くなると考えられる。
悪くなる		商店街（代表者）	・現状としては、小売店の売上が思うように上がらないので、給料も上がらず、使う分も縮小されてきている。店主も高齢者が増えており、先行きがすぐに明るくなるとは感じられない。
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・4月の消費税増税を前に客からは小遣いが減る分、外食する回数を減らす、より単価の安いところで我慢をするとの声がある。逆に、建設土木関係の常連からは仕事が増えずで忙しすぎ、休みが取れない状態で、疲れて飲みにも来られないという声もある。	
企業動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要による売上げが期待できる。
		建設業（経営者）	・具体的な引き合い、相談件数が増加している。
		輸送業（本社事業本部）	・新年度からの新規業務による取扱量の増加が見込まれる。消費税増税による取扱量の減少は可能性としては考えられるが、増税前に販売された商品の輸送が増税後に行われることもあり、大きく景気を左右させる要因とはならない。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共工事は次年度に延期され、民間工事も変わらない見込みである。
		輸送業（代表者）	・客先の受注残はかなり有り、施工業者も鉄筋や型枠工の職人不足が発生するほど、需要が活性化している。
		通信業（営業担当）	・景気が良いといえる仕事の話は、現在のところ無い。
		広告代理店（営業担当）	・県内消費が堅調に推移しているというマスコミ報道があるにもかかわらず、県内企業の多くは景気の先行きに不透明感を抱いていると感じている。そのため、販促投資額についても慎重な姿勢を取るのでは、と推察している。
	会計事務所（所長）	・消費税増税と決算対策処理で一時的に落ち込むかもしれないが、景況回復の実感は徐々に浸透していくのではないかと考えている。	
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人件数で前年同月比微増が続いている状況を見ると、今後も「やや良くなる」と判断される。この状況が、いつまで続くかは予想できない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今年度で充足できなかった採用人数の求人が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の動向を注視していかなければならないが、求人等が増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼件数に対して、契約終了もあり、数字の変化はあまり無い。また企業が4月以降の消費税増税による影響を見ながら対応しようとするのを感じる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・これから求人企業の採用も落ち着き始める。
	やや悪くなる	人材派遣会社（総務担当）	・消費税増税の影響がどのくらいになるか分からない。
	悪くなる	—	—