

## ・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北海道)	良く なっている やや良く なっている	観光名所（従業員）	来客数の動き	・5月25日現在、来客数が前年比111.9%であり、前年比プラスの状態が1年以上継続している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・流れとしては全体的に変わっていないが、ゴールデンウィーク期間中に桜が満開となったこともあり、月を通して好調を維持できた。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わった後、ずっと好天が続いたことが良かった。消費税率が上がったにもかかわらず、売上が前年比で8%の伸びとなった。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・5月半ばを過ぎてから消費者の購買意欲が回復してきた。消費税増税の影響が一段落したためか、高額商品も売れ始めた。ただ、ガソリン価格高騰の影響がみられる。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ビジネス客の動きが活性化してきた。消費税増税の影響による買い控え傾向もビジネス客の出張にはあまり影響がない。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・客の様子に活気がみられる。
		通信会社（企画担当）	来客数の動き	・5月後半から、新サービスの申込をする客が店舗に殺到している。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・本来であれば夏物商材のピークを迎える月のはずだが、天候が悪いせいか、平日の夕方や土日の来客数が一向に増えてこない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費者の動向をみると、消費税が上がったことに対する反応の善し悪しがまだ出てきておらず、様子見をしている状態にある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが明ければ、消費税増税の影響も緩和され、来街者は例年並みに回復するとみていたが、ホテルなどを利用するビジネス客は例年並みとなっている一方で、観光客の入込が例年並みまで回復していない。当商店街にあるスイーツ店などは、観光客などの大型バスが停車しているのが常であったが、今年に限っては、いまだにそうした光景がみられない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税後の落ち込みは予想の範囲内との認識が多く、大幅に減少している様子はみられない。ただ、当地ではゴールデンウィーク明けから低温が続いたせいか、販売量が前年を大きく下回った店舗もみられた。外国人観光客の入込は引き続き順調である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	単価の動き	・消費税増税後、客の買物点数が減っていたり、価格に対する反応が敏感になっている。消費税増税により、客の節約志向が強まっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・5月前半の売上は割と堅調だったが、後半に入りプレーキが掛かり、最終的には前年をやや下回った。月全体ではあまり良い売上ではなく、数字からは景気が良くなっていることが見えてこない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・5月に入り、売上が回復することを想定していたが、セールを実施した婦人服とリビング用品を除いて苦戦している。店舗全体での売上は前年比94%となっており、客の買い控えが感じられる。
		スーパー（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、家庭で調味料やティッシュペーパーなどの在庫が残っているため、一部の商材では増税の影響が残っているが、他の商材については前年以上の売上がみられるなど、動きが戻っている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が懸念されたが、酒やたばこ以外の商材の販売量は増税前の水準に戻っている。しかし、売上、来客数はともに前年を下回っており、決して良い状態とは言えない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候要因により来客数が変動している。5月前半は天候が良く、好調であったが、後半は気温が低下したことで失速している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・客との話で、今から何かを買おうという話が全くみられない。今後、北海道経済がなかなか良くならないとみているためか、客も買わないように注意している。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・消費税増税後の客の来店状況が悪く、ゴールデンウィークの来客数も前年を下回っている。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・消費税増税後、新規の来店が激減しているが、販売台数はどうにか前年並みを維持している。景気が農業生産に大きく左右される地域であるため、今後の動向については天候次第の面がある。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・前月と同じく消費税増税前の駆け込み需要のしわ寄せがみられるなど、まだ増税後の谷間にいる状態である。
		乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・受注量がなかなか上向いてこない。ただ、今月後半に入り、客の動きが戻りつつあるため、消費税増税前の駆け込み需要の反動からは回復してきている。
		自動車備品販売店 (店長)	来客数の動き	・消費税増税後であるが、来客数が正常な状態に戻ってきている。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・客がお金を使っている感じが感じられない。
		高級レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク後に落ち込んだため、月全体としてはやや悪かった。ランチはゴールデンウィーク期間中が良かったものの、それ以外の期間は前年を下回った。夕食は前月にみられた歓送迎会の動きが落ち着いたことで、やや売上が減少した。高級居酒屋などで伸びている建設関連企業の利用は、当店ではまだ目立っていない。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・社内旅行、報奨旅行といった団体宿泊の連泊がみられたものの、ビジネス、観光ともに個人客による予約が伸び悩んだ。
		旅行代理店 (従業員)	来客数の動き	・来客数は前年並みかやや少ない程度で推移している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・来客数の動きを前年比でみると、3月が若干のマイナス、4月が若干のプラス、5月が前年並みで推移しており、大きく変わっていない。
		美容室 (経営者)	お客様の様子	・消費税増税から1か月以上も経過したためか、客が慣れてきた感じがあり、以前と同じような雰囲気になってきている。3か月前と比べて、客の様子にあまり違いがなくなっている。
		住宅販売会社 (役員)	競争相手の様子	・競合他社は消費税増税が分譲マンション市場にどのような影響を及ぼすかを慎重に見極めているところである。各社とも客の反応の様子見しており、その結果、4月以降の分譲マンションの供給戸数が減っている。
	やや悪くなっている	商店街 (代表者)	来客数の動き	・天候不順の影響なのか、消費税増税の影響なのかははっきりしないが、商店街の来客数が減っている。
		百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・衣料品の売上が不振である。ジャケット、コートなどの動きの悪さもあり、前年比90%程度という状況である。また、紳士関連、食品関連の売上も前年比97%程度であり、消費税増税の影響がまだ続いている。
		百貨店 (販売促進担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がまだ続いている。来客数は少しずつ回復してきているものの、3月以前のレベルまでは回復していない。購買客数、客単価ともに前年を下回っている。
		百貨店 (役員)	お客様の様子	・消費税増税の影響だけではないが、家具やインポートブランドが低迷している。ただ、衣料品は比較的堅調に推移している。
		スーパー (店長)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減による落ち込みが続いている。思ったよりも回復に時間が掛かっている。
		スーパー (店長)	販売量の動き	・来客数は回復傾向になってきているが、客単価が厳しい状態にある。
		スーパー (店長)	来客数の動き	・消費税増税の影響が大きい。増税前は上昇傾向にあったが、増税後は下降傾向となっている。
		スーパー (企画担当)	来客数の動き	・地方では昇給がともなっていないため、消費税増税分の3%の影響が大きく、消費にブレーキが掛かっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（役員）	来客数の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動が思いのほか大きく、5月も来客数の減少が続いており、税込の売上は前年から1%程度の落ち込みで推移している。まとめ買いした食品の消費が進まなければ、来客数は上向いてこない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・周辺環境をみても、景気が上向くような要素がない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コンビニ業界では、5月に入り、弁当や総菜、デザートなど、買いだめのできなかった商材の売上が回復してきているが、酒やたばこなど、買いだめされた商材については、売上の回復が遅れている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が続いている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから、来客数、売上ともに前年を下回って推移している。
		家電量販店（地区統括）	販売量の動き	・依然として、消費税増税前の駆け込み需要の反動が続いている。特に、大型冷蔵庫や洗濯乾燥機といった大物家電の需要が低い。また、気温が上がってこないことの影響で、エアコンの需要も低くなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・5月は月初から月末まで、日々、売上が前年を下回り、総体では10%のマイナスとなるなど、ここにきて消費税増税の影響が出てきている。
		観光型ホテル（役員）	それ以外	・原材料価格やエネルギーコスト、人材派遣会社の派遣料金など、様々な経費が上昇している一方で、旅行会社の宿泊単価を中心に価格競争による値下げが常態化している。さらに、ツアーバスの不足と貸切バスの交替運転者の配置基準の改正により、貸切バスの利用単価が軒並みこれまでの2～3倍となっており、旅行商品の販売不振に拍車を掛けている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークもあり、例年、タクシーの利用が少ない月である。特に、今年は天候も良かったため、3か月前の冬期間と比べると売上が減っている。ただし、消費税増税による乗り控えは感じられない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・今月の当社の状況をみると、消費税増税による影響が若干みられる。また、雇用環境の改善がともなっておらず、4～5名の人員が不足していることもあり、苦戦を強いられている状況が続いている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・ゴールデンウィークに期待していたが、それほど売上が伸びておらず、3か月前と比べて約8%も売上が減少している。前年実績と比べても約3%の落ち込みとなっていることから、やや悪くなっている。
		パチンコ店（役員）	単価の動き	・消費税増税の影響が顕著に出てきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税や燃料価格高騰の影響に加えて、ゴールデンウィーク後という状況も重なり、月後半は来客数、客単価とも落ち込んでいる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・前年と比較して、大幅に輸送量が減少している。
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後で、客が様子見をしている状況にある。		
悪くなっている	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・4月は消費税増税の影響が大きかったものの、5月は想定していたよりも回復基調にある。しかし、必要な物だけを買うなど、客の買い控えが感じられ、前年に比べて回復にはほど遠い状態にある。	
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・消費税増税後の客の購買動向に力強さが感じられない。来客数や客の買上率は回復しつつあるものの、単品買いが多く、必要最低限の購入で済ましているため、客単価が回復してこない。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量の前年比が40%を下回るなど、全車種で低迷している。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税から2か月目に突入したが、4月ほどではないものの、まだ影響を感じている。消費税率5%のころとは状況が違いすぎる。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東南アジア方面への海外旅行と熟年層からの受注が前年を下回っている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連  (北海道)	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費増税後の落ち込みは緩和されつつある。大都市圏を中心に請負物件の需要がおう盛である。
		建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・建設労務者の不足による労務費の上昇に比べて、建設資材価格の上昇はそれほどでもなかったが、電力料金や石油価格の上昇により、建設資材価格の値上がりが続いており、建設工事の単価が上昇を続けている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前は消費増税に対する一定の警戒感から、周囲の景況感や受注量、販売量の動向に多少の陰りが感じられたが、5月の受注量、販売量は、それ以前の水準に回復しており、景況感は着実に右肩上がりの傾向にある。
	変わらない	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注の引き合いは、引き続き堅調に推移している。民間からの発注は比較的安定して出てきており、1つの発注に対して競合する企業数も減ってきている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・飲料製品の本州向け輸送が計画よりも落ち込んでいる。
		輸送業（支店長）	取引先の様子	・業界として、消費増税が影響を及ぼしている様子はないが、年度前からの工事の着工遅れが継続しているなかで、材料などの動きが停滞期間に入っている。
		司法書士	取引先の様子	・土地や建物の取引、建物の建築が若干減少傾向にあるが、地域全体としては、大きな変動もなく推移している。
		司法書士	取引先の様子	・資材価格の高騰や人手不足の影響もあり、不動産の動きが鈍く、取引が低調である。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・消費増税以降、客の購買が慎重になっている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・人手不足が改善されず、収益を上げる機会を逃しているケースが散見される。
	やや悪く なっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費増税前の駆け込み需要の反動がみられる。
		金融業（企画担当）	それ以外	・観光関連は外国人観光客の増加で堅調である。しかし、個人消費は消費増税の影響で落ち込んでおり、住宅着工も低迷している。建設業界では、人手不足の影響で工期の遅れや設備投資の見送りもみられる。
司法書士		取引先の様子	・例年と比べて、不動産の売買、建物の増改築が減少したままである。	
悪く なっている	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響により稼働日数が減少していることに加えて、消費増税前の駆け込み需要の反動もあり、販売量は予想どおり落ち込んでいる。	
雇用 関連  (北海道)	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・様々な業界で人手不足が深刻化しているなか、若干ではあるがゴールデンウィーク明けから動きがあり、採用に結びつくケースがみられた。また、観光客の増加で観光地や街の中心部がにぎわいをみせているため、ホテルや飲食店、小売業などが好調のようだ。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は9.3%増加し、51か月連続で前年を上回った。月間有効求人数も11.5%増加し、51か月連続で前年を上回った。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・消費増税前の駆け込み需要があった小売業の一部では、求人数減少の動きもみられるが、飲食料品小売業ではほとんど影響がみられない。また、ほぼすべての業種で求人数の伸びが続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・各社の採用予定人数がおおむね増加している。採用活動も道内、首都圏に限らず非常に早く、活発になっている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前よりも大幅に増えているが、求職者の動きが鈍い。企業は業務量の増加から、人材の採用ニーズが高まっているが、採用時のハードルは緩めておらず、求人数の増加が、必ずしも採用数の増加に直結していない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が増えてきているが、充足している企業は少なく、人気の職種に求職者が偏っている状況にある。
求人情報誌製作会社（編集者）		周辺企業の様子	・求人数に伸びがみられなくなったと同時に、新規開店や出店による求人が減少してきている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・春先ほどの伸び率ではないが、求人数は底堅く推移している。求職者の動きの悪さも相まって、今後も求人数は極端に落ちこまないで推移する。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・4月の新規求人数は前年を13.1%上回った。新規求職者数は前年を33.8%下回った。月間有効求人倍率は0.77倍となり、前年の0.69倍を0.08ポイント上回った。新規求人数のうち、正社員求人の占める割合が43.5%とまだまだ低く、求人者と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから、依然として厳しい状況にある。
	やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・ほとんどの業種で求人数が減少している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人数が16か月ぶりに減少するなど、消費税増税前の駆け込み需要の反動の影響がみられる。	
悪くなっている	—	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (東北)	良くなっている	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの天候が良く、売上は前年以上となっている。また、今月開店した新店舗も非常に好調である。ゴールデンウィーク以降は落ち着いてきたが、数字的には良い結果となっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数は多少増加している。
	やや良くなっている	コンビニ（店長）	単価の動き	・春になり気温も安定し始めたことに加え、農繁期となり来客数が大幅に増え始めている。また、競合店の閉店に伴う来客数の伸びも著しい。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・4月に入り減少した新規の来客数が5月3週目から増え始めている。また、成約率も高い。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・地域や業種による格差はあるが、消費税増税の反動も収まり、わずかではあるが良くなっている。しかし、何かしらのマイナス要素が出てくれば一転して悪くなる可能性も高いので、気を抜けない状況が続いている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響もあり、観光物産館や道の駅などへの販売量が伸びている。また、飲食店も週の半ばは動きが少ないものの、週初めと週末は販売量の伸びが良い。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・消費税増税による消費の冷え込みも大分薄れてきている。必要なものはやはり購入しなければならないという意識が出てきているようである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価上昇を背景に、どうせ食べるなら少しは良い所で食べたいという客の雰囲気があり、来客数が前年比で大きく増加している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・先日開店した大型ショッピングモールの影響も思ったほどはなく、個人の飲食店は今までと変わらずに常連客の利用がある。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・低単価の商品がより好まれているようで、客単価は前年を大きく下回っているが、客の動きは良い。
		旅行代理店（店長）	お客様の様子	・消費税増税の影響も薄れ始め、夏旅に向けての購買行動が活発になっている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・消費税増税分を単価に転嫁しているため、販売価格が上昇している。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・前月とほとんど変わらない。消費者は消費税増税に慣れたということもあって平静である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街では消費税増税前の駆け込み需要がそう多くはなかったこともあり、反動による売上減も大分落ち着いてきている。さらに、5月は天気にも恵まれて来街客も増加し、生活雑貨店、飲食店共に前月より成果を挙げている模様である。
商店街（代表者）		来客数の動き	・ゴールデンウィーク後は、消費税増税前の駆け込み需要の影響による落ち込みからの回復がみられる。回復の一番の要因は、来客数は減少しているものの、質の良いもの、良い商品が売れる傾向にあり、客単価が前年以上に上昇していることである。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	お客様の様子	・3か月前に比べると大きな変化はないが、前月よりも良い方向に向かっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数が前年比8%ほど減少している。しかし、景気はここ2～3か月良い状態が続いているといってもよい。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で来客数は例年より少なくなっているが、落ち込みの程度は前月より改善している。また、客単価は消費税増税以前の水準に戻っている。したがって、景気の基礎的状況は消費税増税後も横ばいで維持されている。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・低価格商材の動きが良くなってきており、販売量は回復傾向にある。しかし、高額商材の動きが鈍く売上の回復はみられない。
		百貨店（売場主任）	それ以外	・消費税増税の影響は続いているが想定内である。単品購入、購入品目の絞込みの傾向がみられ1品単価は高い。夏物は気温の要因で月末によりやく動き出している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・平均1品単価は大きく伸びている。しかし、既存店来客数、買上点数共に前年を下回っており、依然として芳しくない状況が続いている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前に駆け込み購入した各家庭のストックが底をつき、商品が買い求められ始めている。ただし、3～5月を平均してみれば増加にはなっていないので変わらない。
		コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・依然として来客数が前年を下回っている。世間は好景気と言っているが、微じんも感じない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後は、夕夜間の来客数減少の傾向が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後に減少した来客数が回復しない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は消費税増税前の水準に戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税によりたばこの購買に影響が出ており、単価が回復していない。来客数も前月から横ばいである。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・消費税増税や石油製品の価格高騰に伴い、仕入価格の上昇が目につくようになってきたが、販売価格を変更するには時間が掛かりそうである。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・来客数は前年並みに回復し、高単価商材の動きも前年並みまで回復してきている。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税による買い控えはみられない。しかし、半袖への切替え月であり、天候的にも高温の日が続いていたにもかかわらず、季節商材の売上が伸びていない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で販売量が増えない。
		乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・顧客の購買マインドは必要最低限の品物のみにはつきり限定されている。車両購入も整備入庫についても販売増、単価上昇は望めない。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響は少しずつ少なくなっており、販売量は前年比75%くらいになっている。しかし、3か月前との比較では変わらない。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・当店は商品を納品したときに売上を計上するが、今月は3月契約の高額商材を売上に計上しているため、売上は順調に推移しているといえる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	競争相手の様子	・同業者からも、注文や依頼は来るが金額が合わないとか、人手が足りず工事が進まないといった話を聞く。こういう状況では現金が動くことがないため、利益の面でも良くなってはいない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	それ以外	・ゴールデンウィークとそれ以降では来客数が全く異なるが、いずれの時期も消費税増税前と比べて大きく減少しているとはいえない。また、売上についても想定範囲内で推移しており、景気が良くなったとも悪くなったとも判断し難い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きは前年よりはいくらか良いが、予約の多いときと少ないときが極端であり、景気の良し悪しはどちらとも判断がつかない状態である。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・忙しい日と暇な日がある。売上も良い日と悪い日との差が大きく、月の集計をとると大していつもと変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・現在の入込は震災前の8割強である。これが1年以上も同じ状態で経過している。復興支援の客もほとんど無くなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は良い稼働率が続けているが、宴会、婚礼、レストランが低迷し、全体的には変化がない状況である。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・前月は売上高、販売量が前年比85%ぐらいまで減少したが、5月になり3か月前と同程度まで持ち直してきている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・4月以降は様子見が多く、3か月前と比較しても変わらない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税が上乗せされた請求書が多くなっており、ガソリン代も月ごとに高くなってきている。3か月前より少々悪くなっているため、消費動向も節約指向である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税以降需要が低下している様子である。しかし、大きな落ち込みではない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地場企業からは投資意欲がうかがえない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規の加入者は若干増えているものの、生活費以外の出費を抑えているため、それ以上に解約者が多い。トータルの加入者数は純減となっている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候にも恵まれ、来客数は例年並みであった。しかし、その後は一般客、団体客共に少ない状況が続いている。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・こどもの日が天候不良だったこともあり、来客数は前年を7%下回っているが、今のところ消費税増税の目立った影響は出ていない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後もあまり生活に変わりがないという客が多い。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・集団移転の住宅や震災の影響があった住宅の建替えがまだあるので、前月と変わらない状況が続いている。
		やや悪くなっている		商店街（代表者）
一般小売店〔酒〕（経営者）	来客数の動き			・連休明けから急に暇になっている。
百貨店（総務担当）	単価の動き			・消費税増税後に落ち込んだ高単価商品や高額品といったものの回復が十分ではない。
百貨店（営業担当）	販売量の動き			・3か月前は消費税増税前の駆け込み需要が徐々に表れてきたころであり、その時期に比べると販売量の動きは落ちている。特に、3月までに駆け込み需要で大きく売上を伸ばした宝飾品、ブランド品、家具などの売上の反動が大きい。ただし、衣料品などの落ち込みは予想よりも少ない。
百貨店（経営者）	来客数の動き			・消費税増税の影響などから、来客数は3か月前を下回った状況で推移している。また、客単価もやや減少しており、結果として減収傾向にある。
スーパー（経営者）	来客数の動き			・来客数が若干減少している。また、買いだめの影響で、日持ちするものの動きが良くない。
スーパー（店長）	販売量の動き			・消費税増税前に購入した家庭内の買い置き在庫がまだあるせいか、加工食品の買上点数減が続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き			・消費税増税分の値上がり感があるため、購買意欲が下がっているようである。
スーパー（総務担当）	来客数の動き			・来客数が引き続き減少しているが、それ以上に買上点数の落ち込みが大きい。客は買物に慎重になっている様子がうかがえる。
スーパー（営業担当）	販売量の動き			・消費税増税後の消費の戻りが予想以上に鈍い。買いだめの影響がない生鮮食品の買上点数は前年並みだが、加工食品や雑貨の動きが鈍い。
スーパー（営業担当）	お客様の様子			・生鮮食品や惣菜の買上点数や売上については、消費税増税の影響はほとんどなくなってきた。しかし、食料雑貨品などの商品はいまだに家庭内在庫があることから、価格を打ち出しても反応が鈍い。生鮮全体の売上は前年比100%まで回復しているが、食料雑貨品などは93%、特に米は80%まで落ち込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・月初めの連休もあり、事務所の多い場所に立地する当店としては苦しい月である。前月に比べて客単価も回復せず買上点数も前月を下回っており、状況は悪いままである。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・会社員、OLの日々のお金の使い方は大分戻ってきているが、それ以外は主婦層を中心に買い控えの動きがみられる。例年5月は車の税金納入などがあり買い控えがあるが、今年はそれがやや目立っている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・消費税増税直後と比べて来客数は戻りつつあるが、客単価が低下しているため、売上は前年比で5%ほど減少している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税増税の影響が前月よりも顕著に出ている。販売量は全体的には前年比80%程度であり、テレビ、パソコンは90%、冷蔵庫、エアコンは75%と特に白物家電が良くない。今年はエルニーニョ現象の影響で冷夏になると長期予報で発表されたこともあり、エアコンなどの需要があまり伸びていないようである。
		家電量販店（従業員）	来客数の動き	・3か月前はもちろん、前月と比べても来客数及び売上が少ない状況である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による買い控えが続いている。ただし、直近での受注量及び販売量は弱いながらも反動減幅が縮小しつつあるので、上向き始めているのではないかとみている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動があり、販売量があまり回復していない。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・客の工場車検及び整備車両の入庫数が非常に悪い。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・人の動き、販売量共に伸びていない。外で少しは良いものを食べようという感覚は戻りつつあるものの、贈り物や自分用に高級食材を購入するところまでは至っていない。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が多少出ている。ただし、思ったほどではないというのが実感である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・暖房需要と夏の冷房需要との狭間の時期である。また、ガソリンなどの自動車用燃料も、価格の高止まりのため需要が落ち込んだ状況が続いている。消費税増税前と比べ、石油製品の需要は落ち込んでいる。
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・消費税増税などの影響を受けない富裕層の利用は今までどおりだが、中、低所得者層の利用は明らかに減少している。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・企業などの宴会はわずかではあるが前年を上回っている。しかし、レストランなど一般客が利用する施設は来客数が前年を下回っている。
		観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・来客数は前年を下回っており、単価上昇も難しい。消費税増税の影響も多少ある。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比10%以上の落ち込みとなっている。来客数が0人の日が発生するなど、宿泊客の動きが弱くなってきており、前月に引き続き景気は下降傾向にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が1～2割減少しているため、売上の全体的な伸びが滞っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・消費税増税後の初めてのゴールデンウィークだが、レストラン、デリカ部門は前年比で大きく落ち込み、デリカ部門は明らかに購入頻度と客単価が低下している。防衛意識が働いているのか、安く、近く、短くが浸透している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はイベントのある週末のみ満室となり、平日は低価格で販売しても集客がままならない状況が続いている。また、一般宴会、レストランは当月に入ってから中間予想を下回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・全部門にわたり売上、来客数共に前年を下回っている。来月の予約状況も前年同時期を下回っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客はより安い車を選んで乗っているようである。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費税増税に伴う来客数の減少は、依然として続いている。
		観光名所（職員）	単価の動き	・来客数は伸びているものの、客単価が落ち込んでおり、全体的に売上も落ち込んでいる。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
悪く なっている		美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税前と比べ、再来店までの期間が少し延びつつある。	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後、施術料金を値上げしてから来客数が一段と減少している。単価の高いパーマやカラーリング代を増税によって大きく値上げしたことも、かなりの影響を及ぼしている。	
		住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・全体的に受注量が減少しているなかで、通常競合しない多くのメーカーと競争になっている。	
			商店街（代表者）	競争相手の様子	・飲食業関係や物販店の閉店が増えている。
			一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前から一転して消費マインドが低下している。購買は高単価と低単価の両極化が一層激しくなっており、生活必需品とそうでないものとの差が出ている。
			一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・毎年ゴールデンウィークが終わると繁華街に人が集まらなくなるが、今年は例年以上で、ほとんど人が入ってこない状況である。非常に静かでタクシーの運転手は震災前よりも景気が悪くなったとぼやいている。
			一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・今年は例年にも増して1～3月と売上が伸びなかった。4、5月と売上が伸びるだろうという予想も崩れ、5月に至っては過去に無いくらいの落ち込みとなっている。
			百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税後の落ち込みからまだ回復していない。
			百貨店（売場担当）	単価の動き	・客の買物の仕方が更に慎重になっている。価格への関心はもちろん、セット率が低下し、高単価商材の動きも鈍い。夏物ファッションへの興味はあるようで、セールコーナーはにぎわっており、小物や雑貨などを買い足して変化を付けている様子は見受けられるが、全身トータルで新調する客は極めて少ない。反面、消費税増税に全く関係なしといった客もいるが、上顧客の来店が厳しいうえ、新客が伸び悩み、最終的に売上は前年比95%となっている。
			百貨店（経営者）	販売量の動き	・3月に消費税増税前の駆け込み需要で動いたアイテムは現在苦戦している。ファッションアイテムは多少上向きの傾向はあるものの微減となっている。高額商材の落ち込み分をカバーするには至っていない。必要なものしか買わないという点では、消費税増税をきっかけに消費行動が消極的になっていることは否めない。
			コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税が8%になったが給料は上がっていないため、景気もだんだん落ち込んできている。
			衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・目的のある客しか来ないので、来客数が少なければ当然売上も少ない。
			衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後、来客数は減少し、販売量の低迷が続いている。
			衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の状況から抜け出せない。クールビズなどの影響もあるのだろうが、特にスーツや礼服といった比較的高単価なものが全く売れず、売上に大きく影響している。
			衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・クールビズの影響で年々スーツの需要が減少している。さらに、消費税増税の影響でビジネスシャツやスラックスの動きも前年より悪い。
			乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響が新車や中古車に大きく出ている。あわせて、3年前や5年前の需要減の影響から1～2回目の車検需要も減っており、サービス売上も減少している。
			住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で販売量が前年比で半分くらいまで落ち込んでいる。耐久消費財は動いていない。
高級レストラン（経営者）	それ以外	・市場に仕入れに行っても高級具材が全く売れていないようである。したがって、他の業種も良くないのではないかと。			
タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税後、乗客が急激に減り、回復していない。			
企業 動向	良く なっている	—	—	—	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (東北)	やや良く なっている	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・好調であった4月の反動による落ち込みを懸念していたが、引き続き販売量は前年超え、目標超えが続いている。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・我々の業界は消費税増税の影響が直接表れないという特徴と、景気のうねりは長いスパンになる傾向がある。そのなかで、現時点では徐々に上向きに推移している状況にある。
		金融業(営業担 当)	取引先の様子	・不動産が動いており、それに伴う資金需要が出てきている。
		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・消費税増税の影響は限定的な範囲にとどまっている。
		その他非製造業 〔食料品卸売 業〕(経営者)	受注量や販売量 の動き	・駆け込み需要の反動で消費税増税後は出荷量も伸び悩んだ。しかし、今月に入り、地元向けはまだ増税の影響があるものの、特に首都圏向けの出荷は順調に推移している。
		その他企業〔企 画業〕(経営 者)	取引先の様子	・ボーナス時期を控えて、宣伝機会が前年より多く予算的にも幾分か増えている。宣伝担当者は「消費マインドが高まってきている」と言うが、むしろ企業側にマインドを高める意識が強くみられる。
		その他企業〔工 場施設管理〕 (従業員)	取引先の様子	・製品の出荷数が増えている。
	変わらない	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・前年の果物農家の収入は震災前の8割程度だったが、注文が減るため消費税増税分を販売額に上乗せできない悩みがある。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税の影響は前月より落ち着いてきているが、連休の動きが思ったほど良くなかった。
		食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・販売量が消費税増税前と同程度に戻ってきている。
		繊維工業(経営 者)	取引先の様子	・消費税増税によりデパートの売上などが多少減少しているようである。オーダーのほうも今一つ芳しくない。
		木材木製品製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減により、住宅部材の販売量の減少が顕著になっている。
		出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・市長選挙による需要もあり、前年よりは良くなったものの、それ以外を冷静にみると良くなってきているとはいえない。建設業が景気をリードできていない。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・自動車部品は、国内は消費税増税後の反動が少し出てきている。輸出については新興国経済の景気の陰りが少しずつ影響し始めている。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・受注量が順調に推移している理由としては、消費税増税に関係なく必要に迫られて建築する方がいることや、銀行からの借入れが容易であることが一因としてある。
建設業(従 業員)		受注量や販売量 の動き	・復興関連公共工事の発注は進んでいるが、一部には入札不調も見られる。	
通信業(営業担 当)		取引先の様子	・取引先の財務状況に特段の変化は無い。	
金融業(広報担 当)		取引先の様子	・消費税増税の反動がある。	
司法書士		取引先の様子	・当地においては、現状、新築住宅の着工件数は消費税増税の影響をあまり受けていないようである。	
公認会計士		取引先の様子	・建設関係は売上は落ちているが利益は確保している。小売業は売上、利益共に減少傾向にある。全体的には黒字企業の割合が若干増加している。	
やや悪く なっている	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税増税分を農産物の価格に転嫁することができない。	
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・価格を内税で表示しているので、消費税率8%というのはやはり値段が高くなったという印象があったためか、ゴールデンウィークの売上が芳しくなかった。今月はそのことが大きく影響している。	
	出版・印刷・同 関連産業(経 理担当)	受注量や販売量 の動き	・3か月前は前年を上回っていた受注残が、今月は前年比10%減となっている。	
	土石製品製造販 売(従業員)	取引先の様子	・取引先の雇用状況を聞いても、前年に比べて採用を少なくしているようである。	
	電気機械器具製 造業(営業担 当)	取引先の様子	・製造業では4月以降仕事量が減っている企業が見受けられる。忙しい状態の企業もあるが一部である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・荷主と各料金改定の交渉をしている。しかし、荷主も厳しい経営環境にあるため、実情を理解しているとの回答はあるが、改定には至っていない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・契約の更新には慎重さがうかがえ、前年よりも入札になるケースが増えている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税による買い控えがみられる。
		広告業協会（役員）	それ以外	・不動産、自動車販売などの出荷が回復しないことが影響して、5月後半になっても6月以降の引き合いが少ない。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による様子見のためか、これといった大きな要因はないが物件数が減っている。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月以降の売上が前年の売上を下回っている。前年を上回るのとはなかなか難しい状態である。
	悪く なっている	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、4月の反動はやむを得ないが、5月も同じように影響を受けている。食品というのはあまりそういう影響を受けないものだと思っているので、景気が非常に良くないということなのではないか。
雇用 関連  (東北)	良く なっている	○	○	○
	やや良く なっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は高位で安定しているが、求職者とのミスマッチが続いている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・例年より仕事が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・地元企業の採用数が今春、来春予定共に増えている。特にホテルや車のディーラーといったサービス業が顕著である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年、前月共に上回っている。消費税増税があったが、思っていたほどの影響は出ていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数が減少し、事業所で雇用される従業員数が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人数は約3,900人と前年比16%の増加となっている。3月とほぼ同数であり、消費税増税の影響は無かったとみている。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・有効求人倍率は0.92倍と3月を0.11ポイント下回っている。しかし、例年4月は退職者が多い月でもあり、求人は増税の影響を受けていないため増加している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規登録者の減少が、案件に対する成約率の低迷に大きく影響している。前年度末から大手派遣会社合同登録説明会を東北各県で開催し、新規登録者の発掘に努めている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・大学生4年生の新卒採用を行っている企業において、新卒の採用予定数に満たない企業が中途採用を開始している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税増税の反動は想定していたほどはなかったものの、サービス業を中心に求人数は落ち込んでいる。新卒の需要はあるものの、パート、アルバイトは厳しい状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は食料品製造業や労働者派遣業で引き続き増加しており、有効求人倍率は1.2倍前後で推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の有効求人倍率は3か月連続で下がっている。ただ、初めて求人申込する事業所、久しぶりに求人申込する事業所からの相談が幅広い業種で継続してあるため、求人数そのものが大幅に減るといった状況ではない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の求人倍率は微減しているが、業績不振による求人の手控えなどの状況はない。求人数の動きから見ると現在の状況には大きな変化はみられない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は相変わらず多いが、介護福祉や震災復興事業に偏っており、製造業は非正規社員の求人となっている。
やや悪く なっている	○	○	○	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪く なっている	—	—	—

### 3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北関東)	良く なっている	遊園地（職員）	来客数の動き	・週末が2週連続大雪となり、来客数が大きく減少した3か月前と比較すると、天候に恵まれ来客数は堅調に推移している。
	やや良く なっている	百貨店（店長）	販売量の動き	・宝飾、呉服や特選、化粧品といった消費税増税前に駆け込みのあった商品群については依然動きが鈍いものの、それ以外についてはすでに前年に追い付いてきている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・日々の来客数が少しずつ増加している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・前年比で考えれば、売上は9掛けなので良いとは言えないが、4月は8掛けの状況だったので、少しずつ改善傾向にはある。
		スーパー（統括）	販売量の動き	・食品の売上高、客数共に消費税増税の影響は消え、既存店の前年実績を越えてきている。消費サイクルの長い衣料品、特に実用衣料は前年割れが続いている。
		スーパー（経営企画担当）	来客数の動き	・4月は結果として消費税増税の反動で前年比5%弱の売上減となったが、4月中旬以降は来客数、売上共に前年並みに戻り、5月もそのトレンドは変わらず、月間では来客数、売上共に前年を若干上回ることができている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月比でみると少し良くなってきているが、前年比でみるとまだ客数が戻っていない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上、来客数共に前年比100%となり、大分戻ってきた感じがしている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・5月に入って前年をクリアする日が数日出てきており、消費税増税の駆け込み需要の反動減から、徐々に平常の状態へ戻りつつあるような感じが出てきている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の反動減は2～3か月と想定していたが、想定より回復が早く、販売量、買上点数がほぼ前年実績に近くなっている。4月中旬から回復の傾向がみられ、ゴールデンウィーク期間中はむしろ前年実績をしのいでいた。連休後もほぼ前年同等で推移しているため、賞与等が発生してくる今後の消費には期待できる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年同様、天気にも恵まれ、ゴールデンウィークの売上が増加した。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客単価が上昇してきている。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後、客入りは少し悪くなっているが、外を歩く人の数は増えている。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・学生の団体客の動きが良い。また、外国人の来訪者もかなり増えている感がある。ただし、日本人観光客に関してはまだまだである。個人は週末中心に伸びてきているものの、一般団体の動きは今一つである。
		タクシー（役員）	お客様の様子	・曜日によってではあるが、多少の増加がみられる。ただし、円安のため、海外旅行関連の需要は少ない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・ここ最近台湾、タイ、インドネシアなどのいわゆるインバウンドが増加傾向で、比較的富裕層が訪れている。食事や買物も以前に比べ利用が増えている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税により多少客が減ったが、若い客で今までのカット、パーマ、カラー以外に、エステやメイク、ネイルといった複合美容施術を希望する客が徐々に増えてきている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・景気はまだ良くないが、若干不動産に関する引き合いが出てきている。貸店舗、アパート、マンション等についてもちらほら問い合わせ等が増えてきたように感じている。ただし、単価は相変わらず低く、まだ正常な価格帯には戻っていない。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・気節の変わり目で夏物が売れ始めて良い時だが、出足は至って悪い。前年実績を維持するのが精一杯である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	お客様の様子	・少しでも安く買いたいという消費者が目立つ。市を開いても100円の品には列を作るが、普段の値段だとなかなか見向きもしてくれない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税への関心は薄れてきているように見受けられる。来客数は前年同月比116%と伸びているが、客単価が同89%となっている。客は必要な物以外はいまだに買い求めている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月は連休や花の観賞で小旅行の人が多くなっており、観光地は良くなっているだろうが、地元としては消費税増税の影響が段々出てきて買い控えの状況になっており、変わらない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税以降、消費者の購買意欲はみられず商品の動きは鈍い。欲しい物が見当たらないのか、我慢しているのか、様子をうかがっているのか、読めないところである。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響もあってやや慎重になりつつあるが、景気自体は決して落ち込んでいるような雰囲気ではないので、欲しい物は買うという様子がうかがえる。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・婦人、紳士衣料は、ほぼ前年実績レベルにまで回復してきている。ただし、駆け込み需要に伴う反動減が顕著であった化粧品等の消耗品については、前年実績確保に至っていない。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・消費税増税後の買い控えは予想を下回っているが、客の購買状況等は3か月前と大きく変わっていない。安全で良質な商品は売れている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・3か月前に比べて季節的に大分暖かくなってきたので本来であればもう少し売上、販売量が伸びるはずだが、消費税増税等の理由からあまり伸びていない。まだあまり景気が良いというわけではないと判断している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税増税からしばらくしてようやく以前に戻ってきたような感じなので、3か月前と比べるとあまり変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来店客の様子からは、消費税増税の影響はあまり感じられない。業種や品目によって差があるだろうが、少なくとも景気が上向きと感じたことはない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後、新車購入の商談件数が極端に少なくなっている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税の動きも一段落し、ゴールデンウィークもあったため、3か月前と比べ、5月の販売量は極端に落ち込んでいる。2～3か月前の景気はそれなりに良かったが、今月は落ち込みが激しい。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・消費税増税後の反動減は継続している。増税への消費者の戸惑いが感じられる。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・4月は消費税増税と3月の駆け込み需要の反動減で悪くなったが、5月は一服した感じである。消費者が予想よりも早く新しい消費税率を受け入れたのではないかと。3か月前と比べてみても、増税前のような動きになっているので、変わらないと判断している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・大手企業の景気は良いだろうが、地方の当地域ではそれほど上向いていない。景気が良くなるのはいつのことやら、難しい問題である。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・販売量の動きをみると、前年同時期よりはやや良いが、3か月前との比較だとほぼ変わらない状況である。ゴールデンウィークや消費税増税である程度下がると予想していたが、そこまでは下がらなかった。ただ、上がったとも言えない状況なので変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間は前年を上回る実績となったが、それ以降の数字はほぼ前年並みとなっている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・ベトナムや中国、タイなどの世界情勢の変化が大きく、その影響が出ている。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が続いている。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・4月の後半から5月の中旬までは動きが悪かったが、後半になって少し良くなり、前年同月比で0.5%の増収となっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・解約が増えてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（局長）	お客様の様子	・消費に寛容になりつつある全体の傾向を感じている。3か月前は消費税増税前の駆け込み需要が目立っており、増税直後の4月の消費は抑制気味であったが、5月はゴールデンウィークなどもあり、消費傾向が以前の状態に戻って安定的と感じている。
		ゴルフ場（支配人）	単価の動き	・消費税増税2か月目であるが、プレー代の値上げ感を和らげるため、売店やコンペ料金等の値引きを行い集客に努めている。そのため前年比での客単価はこの2か月伸びていない。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・入場者数、購買単価共にほとんど変化がみられない。
		その他サービス [立体駐車場] (従業員)	お客様の様子	・単価、販売共に横ばいで、来客数は若干上向いているが、客は必要以外の物は買わず、購入する物が限定的なので、各テナントの利用料金も変わっていない。
		その他サービス [イベント企画] (職員)	お客様の様子	・イベントなどにそれなりの集客はあるが、客の消費行動に変わりはない。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・仕事の依頼は増えており、対応が遅れている。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・3か月前と比べても全く変化がない。景気が良くなるらない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前にある程度買い込んでいることもあるが、実際消費税が8%になったら商品そのものを結構高い値段に感じるようになっており、このところ客はどうしても必要だという物以外は買い控えをしている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは全体的に客が少なかった。月末には持ち直してきたが追い付かない状況である。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・予想に反し消費税増税後の落ち込みが続いており、売上、来客数共に前年を下回る結果となっている。食品などは増税前の水準に戻りつつあるが、食品以外の部門は苦戦が続いている。3か月前と比べると、全体的にやや悪くなっている。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競争相手のチラシ回数が増加している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・2月～3月一杯続いた消費税増税による駆け込み需要の反動減で、半耐久消費材はまだ本格的に戻ってはいないと感じている。
		スーパー（商品部担当）	単価の動き	・消費税増税後、1品単価は前年並みだが、買上個数が減少している状況が続いている。また、回復傾向の前兆もつかえない。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・4月の消費税増税時から極端に悪くなってきたが、ゴールデンウィークを挟んで悪さがさらに加速している感じで、客が本当に出てこない。これで営業を続けている意味があるのだろうかというくらい、客の動きが鈍い。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響は、4月の販売量下落ほどではないが、正直先行きはまだ不透明である。6月の需要動向が良い判断材料になればと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・やはり消費税増税の影響なのか、営業活動は頑張っているが客がその気になってくれない。発想の転換をして、違った角度からの営業展開をしていきたい。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要のころから比べると販売は20%減である。しかし、受注していた販売があり、収益は横ばいで推移している。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・まだ消費税増税前の状態には戻っていないが、4月に比べるとやや改善がみられる。
		高級レストラン（店長）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは多少良かったが、連休後から下旬にかけて急激に悪化した。全体では前年比で3%くらい落ち込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・来客数が減少し、客単価も下がりつつあるので、この2～3か月は売上が非常に落ちている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響が少し遅れて出てきた感じで、来客数、客単価共にかなり低迷している。例年宴会の多い時期であるが、そちらも苦戦している。
		スナック（経営者）	単価の動き	・5月の連休は観光地には客がいると思うが、一般のところでは休みが多すぎて、消費税増税と合わせて単価がやや悪くなった気がしている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・2月の大雪、消費税増税、ゴールデンウィークの日並びの悪さという3重苦で、4月末は最悪の状況であった。そこからやや回復傾向にはあるが、3か月前と比較すると悪い状況が続いている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの日並びの悪さに加えて、連休中の悪天候が大きく響いている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは町中がひっそりとして、歩いている人をあまり見かけず、来客も激減したため、売上への影響も大きかった。その後は少し持ち直したが、前年同月比で1割減となっている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建設関連のコストが高騰している中で、地価は上昇せず、利益が圧縮されている。売れても利幅が取れずに困っている。
	悪く なっている	一般小売店〔衣料〕（経営者）	来客数の動き	・学生関係の店なので、新学期等、今までずっと商売をしてきているが、この天候で観光客の動きが全くないので大変である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要後の反動減からまだ回復していないため、悪い。
		家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・消費税増税前との比較では、家電の動きは前年比85%ぐらいの推移である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の反動減があったが、下旬になってから受注が増加しつつある。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・3か月前は駆け込み需要で苦労せずに売れたり、修理に持ってきてくれたが、今は本当に必要ではないというものは省いて、修理もしない。商談もなかなかまとまらず、来客数そのものも少なく、来店してもなかなか決めてくれない状況である。
		乗用車販売店（管理担当）	販売量の動き	・消費税増税による落ち込みが予想以上に大きい。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・4月に消費税が上がってから客の動きがおかしい。車の保険なども今までに動く変更したりするなど、消費を抑えており、全く予測がつかないような現象が起きている。過去にない雰囲気である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・プライベートでタクシーを利用する客がなくなってしまった。電車で来るビジネス客も、会社関係者の送迎付きとなり、タクシーを利用してもらえなくなっている。経費を削減する上で、一番先にタクシー代を削るようである。
	企業 動向 関連  (北関東)	良く なっている	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き
食料品製造業（営業統括）			受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が懸念されたが、比較的高額のワインの売上が好調に推移している。
やや良く なっている		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要も終わり、一部の商品については落ち込むと予想していたが、そのようなこともなく、4～5月もまずまずの状況である。オリンピックの影響が出てきていると判断している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の新車投入が軒並みヒットし、輸出の販売量が増加している。また、新たな新車投入も控えている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・建設関連、物流関係等に例年とは異なる商取引などの新しい動きがある。街なかの飲食店も新規出店が続いており、消費税増税後の落ち込みなどのマイナスの影響はほとんど織り込み済みで生産活動上の障害にはなっていない。
変わらない		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新しい仕事が入ると思って張り切って試作品を作っていたが、その仕事なくなった。一方、他に請けている得意先からは追加が入り、仕事が増えている。よく分からない状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大手企業の業績は好調のようだが、それに伴って当社の仕事が増える状況にはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後1か月ぐらいいは良かったが、5、6月と受注量が前年比で2～3割落ち込んでいる。通常のものであればここまでは落ちないが、やはり住宅関連の仕事は半減というところまで落ち込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・デジタルカメラ関係は2009年を100とすると、30～40%に落ち込んだままで、いまだに回復していない。しかし、一部に好調のところも出ており、二極化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		精密機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に3か月前と比べほとんど変わらず低調に推移しており、厳しい状況は変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先やその他の様子については、このところずっと良い方向で変わらない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税による影響はなく、ネット通販、ホームセンター、量販店向けのレジャー用品、バーベキュー用品等や園芸、エクステリア用品の物量は増えている。しかしながら、業界としては高速料金の見直しや燃料価格の高騰により利益が薄くなっている状態である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・消費税増税後の反動減はあったが、比較的影響が小さいと回答する企業が多い。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・取引先の動向に変化がない。
		金融業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・ボリュームは少し出てきているが、仕入や原料価格が上昇しているため、利幅は薄い。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・一進一退の状況が続いている。旧富岡製糸場の世界遺産登録で地域的に活気が出てきているが、それが具体的に景気回復の進展までは至っていない。
		社会保険労務士	取引先の様子	・売上や客足など、減少はしているが思ったほどではない、という事業者が多い。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響を覚悟していたが、あまり感じない。引き合い、受注量共に特段の変化はみられない。
		やや悪くなっている		建設業（総務担当）
広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き			・前年相当悪かったにもかかわらず、広告宣伝出稿が前年と比べ1割ほど減少している。
新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子			・量販店に聞くと、消費税増税で買いためた消費期限のない日用品も来月に入るところから底をつくだろうし、レジャー関連用品は比較的影響がなく売れていると話している。紳士服の大型店では、覚悟はしていたものの落ちているとのことである。今月のチラシ出稿量は前年比97.0%である。
悪くなっている		食料品製造業（製造担当）	それ以外	・4月より原料単価が上がり、資材価格も上昇が続いており、本当に厳しい状況に追い込まれている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が長引き、受注、販売量共に低迷している。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、6月までは様子見との判断で問屋が仕入を控えている。展示会でも高額品は売れていない。売上は前年比20%ダウンである。
		建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・新年度になり、公共工事は前年度に増加した反動なのか今期は前年比5%減となっている。民間については消費税増税の影響で発注がない状況であり、いずれも厳しいスタートである。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・継続契約が難しくなるなど支出を抑えている様子がかがえる。契約条件を下げつつあったが、それでも再契約には結び付かなくなっている。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・管理しているビルから大口のテナントが退去した。また、保守点検の回数が減ったり、今まで一括でしていたものを数回に分けることにより金額を減らすなどされて、売上が減っている。
雇用関連 (北関東)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今のところ順調に忙しいが、安定はしていない。このまま忙しさが続けばよいと思っている。
	変わらない	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・食品関連の企業への派遣求人が増えている一方、携帯電話関連は減少している。プラスマイナスで変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・夏季賞与未支給の話が出ている企業がある。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社（支社長）	周辺企業の様子	・引き続き採用意欲は顕著だが、ここへ来て直接雇用の動きが加速している。派遣をキャンセルした分、紹介予定派遣や人材紹介への問い合わせが急増しており、企業の中長期戦略が固まってきたと感じる。本年度の収益見込みが上向きという話も多く聞かれ、来年度以降に持ち越さず、良い時に採用しておきたいというのが本音だと思う。
		求人情報誌制作会社（経営者）	周辺企業の様子	・4月は消費税増税に伴い小売業を始めとして景気が低迷したが、5月に入って周囲も段々に消費税増税に慣れてきて、3か月前と同じぐらいの水準になってきた。求人募集広告はサービス業、医療、介護の職種が目立つが、製造業は極端に少ない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業、建設業で求人数が伸びている一方、小売業の求人数は大幅に減少しており、業種によって傾向にばらつきが出ている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・サービス業では介護士、准看護師等の医療関係の求人数は相変わらず増えてきている。建設業では公共事業の関連かと思われるが、人手不足を反映してか募集が多くなっている。製造業においては電機電子関連でスマートフォンなどの細かい部品や冷蔵庫などの夏物商材関係の生産が募集傾向にある。建設関連では住宅の新築、増改築を含めて募集が増えている。
	悪くなっている	—	—	—

#### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (南関東)	良くなっている	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税で景気は落ち込むだろうと思っていたが、意外と影響がないようで、逆に消費が伸びてるような感じを受けている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・やはり少し景気が良くなったような気がする。来客数も増えており、領収書を持って行く客も徐々に増えている。客は良い物を求めているようで、単価も少しずつ良くなっている。安かろう悪かろうの時代は終わりつつあるような気がする。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・5月は春山のトップシーズンとなり2月の成績よりは良いが、ゴールデンウィークの最終日が雨という予報だったため、かなり成績が落ちている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・4月の消費税増税に伴い、数年ぶりに販売価格を上げることができたところは予想よりも販売量が以前と変わらなかったため、売上の純増につながっていると思う。消費者心理としては、消費税を払うのは仕方のないことと浸透しており、消費税抜きの本体価格での購買判断が復活しつつある。余談だが、大手量販店やコンビニ等の従前たる内税販売は、POSレジを使うことのできない中小零細小売店の外税販売と価格差が生じてしまい、消費者に多大な迷いを生じさせている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・全般的に売上は回復傾向である。消費税増税をはさみ、この3か月間の売上は大きく変動したが、アパレル関連、食料品はほぼ予測どおりの動きであり、増税による影響は少なかった。一方、宝飾品は駆け込み需要による影響を大きく受けている。街全体では外国人、特にアジア系が増えている。日本で人気のあるキャラクターのイベントに多くの集客があり、購買にもつながっている。
百貨店（営業企画担当）		販売量の動き	・先月に比べると若干、売上上昇の兆しがみえてきている。	
百貨店（副店長）		販売量の動き	・消費税増税の影響は最低限に収まっている。企画力、イベント力での需要喚起により消費減退マインドは抑えられており、売上は順調に回復している。	
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・5月に入ってから売上が非常に良い。ずっと悪かった来客数は前年をクリアするようになり、来客数以上にやはり売上の伸びが良くなっていると感じている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	来客数の動き	・今月に入って来客数が前年を上回るようになった。今月は販促等で様々なイベントがあり、来店頻度を高めるといった良い形で推移しているのではないかと考えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・5月に入って来客数が少し増えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税増税問題も一段落し、また、季節的要因もあつていくらか良い。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後、来客数が一時ダウンしたが、少し持ち直してきている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・今月に入ってから消費税増税の影響は特に感じない。低価格品を求める客も増えているが、高額品も前年より伸びており、売上は前年並みである。二極化が進んでいるか、商品の価値により使い分けている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税直後の売上は減少したが、今ではその影響もあまりなく、前年並みに回復している。また、まとめ買いの客も増え、景気が少しずつ良くなっていることを実感している。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・4月からの消費税増税で不安な要素があったが、4、5月と2か月連続で前年比110%を超え、今月は113%である。仕入、品ぞろえに力を入れ、不稼働なものもなくし、売れ筋で売り場を組むのが大変だった。休みも返上して仕入等で動き、5月は特に売上が取れるようになった。今までは10月が1年で一番忙しい月だったが、昨年から母の日もある5月が1番忙しくなるなど、逆転している。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・3月の駆け込み需要では普通トラックが前年同月比で110%以上であった。4月はやはり反動減で受注、登録が前年を2割ほど下回ったが、5月は前年を多少だが超えている。駆け込み需要の影響で4月については若干落ち込みがみえたものの、5月には前年同期と同じレベルまで達成してきており、景気は段々良くなってきている。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・消費税増税後の買い控えもなくなり、順調に売上高も伸長してきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の2月は1年で一番悪い月なので、今月はそれよりは少し良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・前年比でみて、3か月前の2月1～26日までの売上は96.05%、来客数90.6%という結果だった。今月は、1～27日までの売上が104.8%、来客数101.0%という結果である。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前に受注したものが今稼働しているため、やや良くなっている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・4月に引き続き団体旅行の問い合わせが増え、電話やFAXが非常に多くなっている。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・テレビ、インターネット、固定電話及びキャッシュバックがなくなった携帯電話の販促での獲得も堅調である。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・消費税増税が大きく影響するかと思ったが、思いのほか影響はなく、加入件数は堅調に目標数字を達成できている。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・人材確保が難しくなっているため、社会全体での求人が増えている。
		ゴルフ場（支配人）	販売量の動き	・4、5月の来場者数、売上が今年の予算を大きく上回っており、良くなっている。
		ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・予約及び来客数の経過をみていると、プレーヤーの増加が感じられる。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今までプロジェクトへの参加の話はあったが、その話が具体化してきており、契約に結び付いてきた。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・公共の耐震補強設計が主体だが今年には特に多く、今後は民間の動きが予定されている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・当社は不動産を主に扱う不動産ディベロッパー業と総合建設業だが、消費税増税前の駆け込み需要は多く発生しなかった。4月に入ってからも販売量は伸びておらず、特に景気が良くなっているとは感じられない。一方、建設業においては公共工事の発注量は非常に多いものの、工事原価が異常に上昇しているため、入札不調が続いている。発注側の設計価格などの見直しを期待しているところである。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約数が例年の値に戻りつつある。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・3か月前は消費税増税で客の動きが良かったが、あまり成約には結び付かず、4月に入ってからのほうが順調で5月もそこそこ契約になっているので良くなっている。
	変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・最近は暑すぎるために年配者が外出を渋っている。年配者が動かないと店全体の活気がなくなるので大変である。
		一般小売店〔和菓子〕(経営者)	販売量の動き	・ゴールデンウィークなど前半の売上は良かったが、後半にきて雨や夏が続いたため、トータルではあまり変わらない。
		一般小売店〔文房具〕(経営者)	販売量の動き	・低単価商品を扱っているため消費税の問題等も起きず、横ばい状態である。
		一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・個人的には5月は株主総会等があつて忙しいが、商売では非常に低迷している。
		一般小売店〔米穀〕(経営者)	来客数の動き	・客は消費税増税については安定してきたが、買う物を厳選するようになったと感じている。
		一般小売店〔靴・履物〕(店長)	販売量の動き	・販売量の動きに変化はない。
		一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	販売量の動き	・3、4月と比較的良かったので、5月は比較すると若干落ちているが、それほど良くもなく、悪くもないような感じである。ただし、一時的なもので済むのではないかとは思っている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・百貨店の支店並びに地方店の状況が良くない。特に婦人服は価格を変えても動きがないので、今後も厳しさが続く。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・4月より本体価格表示となり、より一層客の価格へ対する意識が強くなってきているようで、商品によっては価格を据え置き、値ごろ感を演出しているが、増税というイメージがぬぐいきれない様子である。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、4月は飲料品を中心とした日持ちする物の売上の落ち込みが非常にあった。5月についてはその落ち込みが段々と回復はしてきているが、肉、魚、野菜、果物などの生鮮食品を中心とした動きがまだ回復していない状況である。
		スーパー(仕入担当)	来客数の動き	・4月の売上は消費税増税の影響で4%ほど前年を割ったが、今月は来客数を基に前年をクリアしている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・消費税増税後、2か月目なので3か月前と比較するのは非常に難しい。たばこの売上が大分戻ってきており、来客数はほぼ横ばいである。
		コンビニ(経営者)	競争相手の様子	・異常とも思える競合店や類似店舗の出店ラッシュのため売上が大幅に減少し、それらの要因を調整すると実質横ばいである。外部要因の変化が大きく、動向が読めない。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・3か月前も若干の伸びがみられ、今回もほぼ変わらないような数字になっている。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・消費税増税後2か月が経過し、安定してきたように感じられるが、たばこに関しては前年を回復してこない。単価割れも続いているため、上向きとは言い切れない。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・月初めの連休から母の日ごろまではかなり天候に恵まれ来客数も回復してきたが、慎重な買い方は変わらず、客単価はなかなか上がってきていない。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・消費税増税といえども販売量の動きが変わらなくなってきている。ただし、単価が下がってきた商品によっては販売量が変わってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・当店だけではなく全体的に販売量の落ち込みが激しい。
		その他専門店 〔ドラッグストア〕 (経営者)	競争相手の様子	・4月に比べて若干回復傾向にあるが、競合店の出店による売上減の方が大きい。
		その他小売〔生 鮮魚介卸売〕 (営業)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以後一気に売上が落ちた。レジャーにはお金を使うが、その分日常生活にはお金をかけなくなっているのではないかと。
		高級レストラン (副支配人)	来客数の動き	・法人関連の宴席には明るい兆しも感じつつあるが、個人消費には依然厳しさを感じる。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・一時のワンコインブームがやや影を潜め、周りより高価格の当店のランチにもリピーターがついてきた。
		一般レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・場所が良いところは入るが、少し外れると客はあまり来ない。しかし、悪くはないような気がするので良いところと悪いところが偏っている。
		旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・給与が2年前から現状のままで、周りをみても変動していない。
		旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・消費税増税により申込件数が減っている。
		旅行代理店(支 店長)	販売量の動き	・前年と比べると販売量が落ちている。内容を分析すると、大型の団体客の減少、秋へのシフト化などがある。5月についてはシーズンということで期待していたが、最終的には伸びなかったという状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・月初めは非常に悪く心配だったが、連休明けから徐々に良くなり、特に昼間の利用が良く驚いている。その反面、夜の動きがやや悪い。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3月は消費税増税に伴う会社のシステム等の変更で一部の会社で残業が増えていたが、4月になって反動で残業が減り、非常に心配をしていたが、連休明けにやや持ち直してきた。
		タクシー(団体 役員)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク後の落ち込みと月後半の需要増とで、可もなく不可もなくという感じである。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響もあり、契約数は上がっていないものの、単価は引き続き横ばいであり、安さを求める客と単価が若干高くても興味があるサービスを契約する客の二極化の状態が続いている。
		通信会社(管理 担当)	単価の動き	・廉価版の商品をを求める傾向が強まっているように感じる。ボーナス前の買い控えとは異なる底堅い感じが客の様子からも感じ取れる。
		通信会社(局 長)	販売量の動き	・4月の繁忙期が終わり、例年並みの契約数に落ち着いてきているが、まだ景気が上向いているようにはみえない。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・新規加入、コース変更等の状況について特に変化を感じない。相変わらず無駄を省く意識からの下位コースへの変更が多い。
		通信会社(総務 担当)	単価の動き	・日常の買物時の商品価格が少し上昇しているが、円相場に起因しているものもあり、相対的には変化はない。
		通信会社(経営 企画担当)	お客様の様子	・現時点での商談の状況に変化があまりない。
		ゴルフ場(従業 員)	お客様の様子	・ゴールデンウィークは前年には追いつかなかった。天候が若干影響している。しかし、それなりに楽しく過ごした後はボーナス時期まで財布のひもは固いようである。
		パチンコ店(経 営者)	来客数の動き	・売上を上げるのには夜のピーク時の客が大切だが、当店やライバル店も含めてさほど変化はない。
		その他サービス 〔保険代理店〕 (経営者)	販売量の動き	・前年並みを維持しつつ、3か月前と比較しても販売量はやや横ばいだが、増加を見込めるところまできている。
		設計事務所(職 員)	それ以外	・上向き、下向きいずれも変化は感じられない。
	やや悪く なっている	商店街(代表 者)	お客様の様子	・来客数が若干減っており、また、買物に対して非常に慎重になっている。特に、高額品については何軒も店を回ってから来るというような状況である。
		商店街(代表 者)	単価の動き	・今までは普通の商品が売れていたが、多少傷があっても少しでも安い物を求める傾向に変わってきており、非常に厳しい時代に入ってきている。
		商店街(代表 者)	それ以外	・消費税増税前の今年の春先は、客の意識が購買に向かっているとイベントで感じられていたが、今月のイベントではおう盛な購買意欲は感じられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・消費税が上がったせいか、最低限の買物をという傾向がみられる。健康に関するものや安全面の物は動きが良いようである。エアコンはある程度動いている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後、やや悪くなっている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・来客数は前年比103%と増えたが、単価が下がっており、売上は前年比96%となっている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・新茶が始めて売上増加に期待がかかっていたが、個人の新茶売上は前年同月をクリアして好調なもの、企業へのお茶の売上は先月同様、低迷したままである。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・化粧品や高額ブランドにおいて消費税増税前の駆け込み需要の反動減があり、販売数が20%ほど落ち込んでいる。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税後、前年に比べて80%ぐらいでスタートした4月だったが、5月はほぼ前年と同様の95%ぐらいまで回復してきている。前年と比べると若干悪いが、思ったより回復のスピードが速い。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・3月での身の回り品買いだめの影響で来店客が微減し、他カテゴリーにも来客数減による売上減が出ている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・3月の消費税増税前の駆け込み需要後、4月の増税時に比べ5月は幾分盛り返したものの、必要のないもの、無駄なものは購入しない動きが続いている。
		百貨店（販売管理担当）	お客様の様子	・3か月前は宝飾や時計といった高額品や化粧品などの日用品を中心に、消費税増税に伴う駆け込み需要が表面化し始め、売上実績が好調に推移していた。現在はかなり抜け出してきたものの、まだ反動減の影響を受けている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・高額品が売れない。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税後の4月より若干上向きではあるが、来客数がまだ完全に戻っていない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月はいつもと違って自動車税の納付があるため、商品を買わずに税金を納めるだけである。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークもあって、当店は駅近のため車で来店する客の需要はないが、電車で出かける客の需要をある程度見込んでいた。しかし、今年の連休は日並びが良くないため、前半は大変混んだが、後半は客が来店しないような状況に入り、1か月をトータルすると来客が減少している。また、客の高齢化が最近特に目立つようになり、つえをついて来る客やシルバーカーを押してくる客が結構いる。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は現状の消費税対策で前半、後半と顧客に対して大きくイベントを開催したが、来店状況が悪い。このままでは売上が前年同月比で3割減となる。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税後の反動減とそれに伴う客の消費マインドの低下、買い控えが影響している。
		家電量販店（営業統括）	単価の動き	・ゴールデンウィーク明け以降、顧客の購入金額が減少している。4月は3月末の駆け込み購入の余波で、配送商品の納品が多くあったことと、花見シーズンで外国人客が増したが、5月は一段落し、外国人客も4月に比較すると減少している。顧客当たりの購入金額も減少傾向にあり、5月は景気が悪化している。
		家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・現時点で前年比では数パーセント割れている。ただし、計画に対しては約20%アップの状況であり、当初の想定よりは大幅に改善している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。1、2月は大変良かったが、3～5月の3か月は前年比で5割減となっている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後から新車の販売台数が極端に減少している。特に、新規客が減っている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が大きく影響し、売上が大きく落ち込んでいる。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・消費税増税から販売量が減り、回転率も悪くなっている。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの国内市況は前年比80%程度であった。5月全体では盛り返してきたが、相変わらず厳しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	販売量の動き	・やはり消費税増税の影響がある。映画についてはヒット作が出ているのでショッピングセンターの売上をカバーしているが、物販が弱みになっている。ただし、その影響は小さいと考えている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・5月のゴールデンウィークまでの来客数はそれなりに良かったが、連休明けから極端に減少している。フリーの客も宴会の客も同じような状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税により、多少は影響が出て落ち込んでいる。また、5月は連休が多く、天気が良かったことで客の乗車回数が減っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減が5月に出てきた感がある、一般サラリーマンの賃金上昇は物価上昇に追いついていないのか、タクシー利用が少ない。前年同月比ではダウンしており、今月は良くない。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・先月から失注になる案件が増えてきている。
		通信会社(経営者)	競争相手の様子	・競合相手からの安価なサービスの提示で切り替えのための解約が増えている。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・高額サービス商品の新規加入及びグレードアップ等、4月に比べ、客の動きがあまりない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規のサービス加入は減少しており、解約数が大幅に増加している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・低価格サービスプランの契約が増加している。競合会社ともサービスの競争が厳しくなっており、販売量は増えているが利益は増えていない。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・来店サイクルが徐々に長くなってきているような気がする。
		設計事務所(所長)	それ以外	・4月以降、消費税増税前の駆け込み需要の反動減がかなりきていると感じている。建築関係は今、仕事量がない状況なのでこの消費税の反動減が解消して上向きになってこないと思う。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・消費税増税の反動減か、受注が前年比20%ほど落ちている。ユーザーの最終決断に時間がかかっており、他社との競合も激しくなっている。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約3割であり、3か月前も景気はやや悪かったが、更に悪くなってしまっている。ゴールデンウィークの集客、販売量の増加に期待したが、前年より客数、販売量共に落ち込んでいる。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・注文住宅や共同住宅の請負に関してはほとんど変化がないが、建売住宅は客の反応がやや悪くなっている。
		その他住宅[住宅資材](営業)	お客様の様子	・複数の得意先で状況を確認すると、前月より仕事量が減少しているとのコメントが多く聞かれる。消費税増税前の駆け込みの反動減から回復する前段階との認識である。
	悪く なっている	百貨店(広報担当)	単価の動き	・3か月前は、アベノミクス効果による株高に加えて消費税増税直前の駆け込み需要で特に高額品が目立ち、店全体で売上が前年比で1.2倍以上となった。対して当月は前年比で9割程度と、想定どおりではあるが反動減で高額品を中心に大きな落ち込みとなっている。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・消費税増税による反動減は宝飾、時計、呉服など一部の商品では依然として大きいものの、主力アイテムであるファッション、食品などは前年実績に近い売上で推移し始めている。
		百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・宝飾品、呉服、美術などの高額品を中心に、消費税増税前の駆け込み需要の反動減からの回復が遅い。特選についてはブランドによりばらつきがあるが、高額品よりは回復しつつある。衣料品も総じて低調である。
		百貨店(計画管理担当)	お客様の様子	・3月に駆け込みで一時的に盛り上がった景気の高揚感と比較すると、かなり悪くなっている。
		家電量販店(統括)	来客数の動き	・消費税増税後の反動減は想定より厳しい。来客数が1～2割減少している地域もある。
		乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・販売台数もそうだが、来店客が少なくなっている。
		タクシー(経営者)	来客数の動き	・今まで利用していた客が、4月の消費税増税後は見事に利用しなくなった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス [福祉輸送] (経営者)	販売量の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動減がやはり出ており、法人を中心に車の台替え需要はそれなりにはあるものの、特に個人の車両購入に関しては相当な落ち込みがみられる。
		設計事務所(経営者)	それ以外	・公共の業務が多いが、耐震診断業務が95%完了した。耐震診断で予算を費やしたために市町村では一般的な設計予算はあまりない。新しい仕事に対する大規模な改修などが非常に減額され、また、大手がそれを持って行ってしまっているので、行政の仕事をしている地域の中小企業は大変な苦勞があり、仕事が取れないという状況が続いている。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・新しく話が来るようにはなってきたが、作業のみが多くなり、具体的な話が進んでいかない。また、予定していた物件の動きも遅れている。
企業 動向 関連 (南関東)	良く なっている やや良く なっている	—	—	—
		出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・印鑑や印刷の仕事をしている。個人の需要が少しずつ伸びてきていると感じている。必要に迫られて自分用に購入するものではなく、息子への贈り物として象牙の実印3本の注文があった。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・得意先からの受注量が増えてきている。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・現状ではやや増加傾向にある。
		建設業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・人材不足の中で、顧客は建設業者の能力等、人材確保のできる業者を選定し発注をしている。
		金融業(統括)	取引先の様子	・消費税増税後でまだ様子見の感があるが、今後は徐々に良くなるようなマインドである。
		金融業(支店 長)	取引先の様子	・4月からの消費税増税の影響はあるものの、大半の企業では想定内であり、冷え込み感はない。
		その他サービス 業[ソフト開 発](経営者)	競争相手の様子	・競争相手も忙しく、受注を断っているようである。
		その他サービス 業[情報サー ビス](従業員)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税に伴う駆け込み需要で受注が伸びており、4月もその影響が残って若干好調であり、5月も好調な状況を継続している。3か月前と比較するとマンションのインターネット環境整備の受注件数が好調である。
	変わらない	食料品製造業 (営業統括)	受注価格や販売 価格の動き	・どちらかと言えば悪い状況ではあるものの、徐々に上向き傾向にある。
		繊維工業(従業 員)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税増税前後をみても、ほとんど納入価格や納入数量に変化が出ていない。
		出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	取引先の様子	・今月は同業者のヘルプの仕事が入ったので忙しかった。
		出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・今月は商店や会社、官公庁共に発注される仕事量が少なく、稼働率が上がらない日が続いている。
		出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・受注件数は前年同月の目標を3か月間達成できているが、売上は未達である。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・駆け込み需要の反動減から回復していないようで住宅関連部品の受注が落ちたまま推移している。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・今月の売上はほぼ前年同月並みの水準を維持している。急に新規分野が売れ出したり、急に売れない分野が出てきたといった市場の動きは感じられない。
		その他製造業 [鞆](経営 者)	取引先の様子	・3月には4月を迎えてかなり落ち込むのではないかと話が多かったが、5月になってみると特別落ち込んだという話は聞いていない。それほど大きくは変わっていない。
		建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・商品がなかなか売れない。
		建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・受注はひとまず順調である。3月までは下請業者も忙しかったが、それ以降は業種によって様々である。
		建設業(経理担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税増税後2か月がたち、また平常受注に戻つつあるが、受注価格は以前と同様、採算ライン前後と発注者側が有利で当社の利益を上げる価格での受注はできない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・荷主の話では、良くなった、これから良くなるという話を聞くが、その話が一週間後には消えて、また暇になったりと、波が大きすぎて大変苦しい思いをしている。		
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、取引先の業種によりばらつきはあるものの、全体の受注量は変わっていない。		
		金融業（支店長）	受注量や販売量の動き	・取引先の様子だが、建設、不動産は相変わらず好調で売上も伸びているものの、材料の高騰や労働者不足のところがある。小売業は消費税増税で若干落ちているが、大幅ではないので2～3か月前とそれほど変わらない。		
		金融業（役員）	取引先の様子	・賃金や雇用に関して明るい話題も出てきつつあるが、足元ではまだ実感がわからない。今しばらく様子見の状態が続く。		
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・駅から徒歩6分の大手メーカー新築1LDK、38平米の賃料88,000～98,000円8戸の内4戸が空だったが、1戸契約となった。また、駅前大手メーカー新築1LDK、40～56平米の賃料93,000～118,000円、2月完成の8戸は今月満室になった。しかしながら、まだまだ厳しい状況が続いている。		
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月以前と比較をしても、土地の売買には消費税がかからないためか受注量、成約件数共に落ち込みはない。		
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・郊外型のファミリー向けマンションがしゅん工したが、2割ほど残っている。最近では来場者も土日さえ数組で、週1件売れば上出来という状態が続いている。都心の高額物件は売れているのに郊外型はさっぱりで、購入者の二極化が顕著になっている気がする。		
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・消費税増税の弊害は今のところ耳にしていないが、かといって好景気の波が当地域にも回ってきたという話も聞かない。客先では現状に対する効果的な打開策の見当がまだつけられず、会議が紛糾し、活動が組織の体をなさなくなりつつある。		
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の落ち込み等があるかと思っただが、普段とあまり変わらない発注状況である。		
		税理士	取引先の様子	・中小企業のクライアントを担当しているが、大企業ではすごい利益が出て配当も増えていると新聞に出ているが、中小企業のところまでは全然来っていない。大企業が良いいっても海外の中小企業等と取引しており、国内での取引の単価ではなかなか厳しいところがあるので、中小企業までは来っていない。		
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店等から前年と比較して来客数が好調という声を聞く。		
		税理士	取引先の様子	・消費税増税後の消費離れも落ち着きをみせている。給与アップ、売上増で以前と変わらぬ消費動向である。		
		経営コンサルタント	取引先の様子	・複数の金属加工の中小企業では、大きな変化はなく、厳しい環境にある。		
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の影響から脱しておらず、受注量は回復していない。また、税抜価格も増税前の安値が維持されており、例年より落ち込みが激しい。		
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・社会保険未加入問題に関する施策を見据えて請負単価を得意先と交渉する中、今後の受注に変化がみられるかもしれない。		
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度を迎え、多少の減額はあったが新規の契約もあり、総体的にはそれほど変わりがない。		
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客単価は低下傾向で、リピートの仕事でも必ず前回よりも低くしてほしいと言われる。		
		やや悪くなっている		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やはり消費税増税の影響が出ている。
				食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者と話したところ、来客数、客単価共に悪くなっているということで一致している。
				出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的に最も受注の少ない時期のためである。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・消費税の増税や、他国との関係により大部分の材料 価格が上昇したが、だからといって単価を上げること は難しい。	
		出版・印刷・同 関連産業（所 長）	受注量や販売量 の動き	・ゴールデンウィーク明けから受注案件数が落ち込ん でおり、3、4月の繁忙の反動がきている。	
		金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・見積件数は多くなっているが、発注件数が少ない。 新しい事業の客については仕事、精度が厳しく、競争 が少ないので価格が良くなっているが仕事量が少な い。	
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・最近になって引き合いが増えてきてはいるが、成約 率は悪く、一時より落ち込んできている。	
		精密機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・先月よりも20%の生産調整があり、受注量が減っ ている。	
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・大規模工事はあるものの、消費者の購入意欲の低下 は顕著である。	
		輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税が始まった途端に3月までの景況感が一 気に崩れ落ちたような感じである。少しずつ回復傾向 にあるものの、いまだ3月の時点までは戻っていない。	
		輸送業（経営 者）	取引先の様子	・ここ数か月、納品先の閉店が続いており、大変目立 つようになってきている。送品量も減少が止まらず、 販売の厳しさが感じられる。	
		輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・荷主の出荷計画が大幅に変更となり、新年度はほと んど荷が動いていない。公共事業関係の製品のため、 地方自治体等への輸送が激減している。	
		通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・4、5月とほぼ前年並みで推移している。	
		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・商店街の中にある食品スーパーの店主の話では、食 品の場合、駆け込み需要の反動減は限られるが、増税 による影響は品目の選び方で多少出ている。高齢世帯 はほとんど変化ないが、子どものいる世帯では、引き 締めが進んでいる。しかし、これはそれほど長くない のではないかと。	
	悪く なっている	○	○	○	
雇用 関連 (南関東)	良 く な っ て い る や や 良 く な っ て い る	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・顧客の人材需要がおう盛である。	
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・リーマンショック以降、派遣も含めて欠員を補充せ ず人材派遣採用を凍結していた企業が、再度人材派遣 の活用に動き始めてきている。また、業務繁忙、業務 拡大に伴い、正社員を含めた採用が活発化してきてい る。	
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・一般派遣の求人だけではなく、紹介予定派遣の求人 にも増加傾向がみられる。	
		新聞社〔求人広 告〕(担当者)	求人数の動き	・今月は倒産が3社、廃業が1社、新規が43社でその 中で大口が1社あり、例年、5月はそれほど伸びはな いが、予想外の伸び率である。既存ユーザーが低迷す る中で新規がこれだけ獲得できたということで相当の 成果である。	
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・4月は消費税増税にもかかわらず新規求人数が前年 同月比で2けたの増加となっている。	
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・消費税増税に伴う減少もみられず、新規求人数は前 年同月に比べ増加している。	
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・製造及び建設関係事業主より、求人しているが応募 が少なくなった、派遣会社に頼んでも集まらなくな った、との声をよく聞くようになってきている。	
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数の増加が顕著で、前年比で約4割の増加と なっている。	
		変わらない	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・今年になって採用された何人かに話を聞き、一番衝 撃だったのは量販店に勤務したスタッフである。週に 3回という約束だったが、消費税増税後は週に1回、 土曜日だけにしてくれと言われた。非常に客足が遠の いているようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社(社員)	周辺企業の様子	・今年は官公庁の入札案件への参加企業が減少しており、落札額も前年に比べ上昇傾向にある。各社、民間企業からの受注があり、かつ人材の確保が難しい状況が続いていることから、入札参加を見合わせているのではないかと思われる。
		人材派遣会社(社員)	それ以外	・周囲を含め消費生活に変化がない。
		人材派遣会社(支店長)	それ以外	・人材紹介、派遣共に受注は前年と比較して大幅に増えてきているが他社の求人数も全体的に増えており、登録者獲得に苦戦し、成約数も伸び悩んでいる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	採用者数の動き	・新卒採用者数を前年度より増やす企業が多いのは事実だが、即採用予算の増加には結び付いていない。新卒採用マーケットがにぎわうのは次年度以降と思われる。
		求人情報誌製作会社(広報担当)	周辺企業の様子	・大手企業はボーナスの伸びが良かったりするが、周辺の中小企業ではボーナスカットという話をよく耳にする。当社の支給額も少なくなっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求職者数が減少している中、人手不足業種である介護等の福祉関係事業所からの採用意欲は依然として高い状況にはある。
		民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・短期的には比較的安定した求人状況であり、中期的にもこの状況が続く。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・新卒採用の影響で中途採用が一時的にストップになったり、3月末まで採用がある程度充足したことによる停滞などは一部の大手企業であるが、全体的には採用意欲に大きな変化はみられない。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・求人数は依然として高止まりである。
		学校[専修学校](就職担当)	求人数の動き	・新卒の求人獲得数は前年同月比で微増の状況であり、大幅な変化はみられない。
	やや悪くなっている	—	—	—
	悪くなっている	—	—	—

## 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、O:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東海)	良く なっている やや良く なっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・客単価が上昇している。
		一般小売店[高級精肉](企画担当)	販売量の動き	・高額商品が動き出し、景気が好転する兆しがある。
		百貨店(販売担当)	お客様の様子	・消費税増税の影響は多少あるものの、来客数はほぼ前年どおりで推移している。客の様子は、ゴールデンウィーク期間には例年よりも慎重さが見受けられたが、今月後半には増税の事を忘れてしまったかのような様子である。
		百貨店(経営企画担当)	お客様の様子	・夏らしい気温になったこともあり、衣料品は好調に推移しており、前月大きく落ち込んだ高額品も回復は早く、客の購買意欲もかなり持ち直している。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・前年と比較して売上高は大幅に伸びている。客1人当たりの平均買上点数が前年比で1点増加しており、客の財布のひもが少し緩んでいる。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・売上と来客数をみると、来客数は前年と変わらないが売上が伸びている。1人当たりの購買量が確実に増えている。
		スーパー(店員)	販売量の動き	・今月は予想以上に天候に恵まれたおかげで、客足は順調に推移している。夏を思わせる気温のおかげでスイカなど高額商品が好調で、売上増加に貢献している。
		スーパー(営業企画)	お客様の様子	・消費マインドの消費税増税後の冷え込みは想定したほどではなく、回復も予想以上に早い。来客数はまだ前年割れをしているが、買上単価は前年を上回っており売上も回復してきている。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・4月に比べると若干ではあるが来客数が戻り、商品の販売量も戻りつつある。しかし、まだ前年を下回る状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・販売量も来客数も全体的には動いている。消費税増税に伴って悪くなるかと思ったが、3か月前と比べても決して悪くはなく、客には購買意欲があるよううかがえる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	来客数の動き	・トラベルキャリーケースの動きが伸張している。大手自動車メーカーの業況回復に併せて、海外向けの出張用品の動きが良い。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税による落ち込みから徐々に売上が戻ってきている。取扱件数をみても例年並みに団体旅行の申込がある。税率引上げに伴う旅行代金の上昇にも見慣れてきた感があり、客もそれほど抵抗なく申込をする。全体的にみると取扱額、利益とも上向きである。
		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・5月の来場者数は予算をクリアしているが、前年同月と比べると少し減少している。売上は、予算比・前年比とも下回っているが、2、3月頃よりは少し良い方向に向かっている。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・例年ゴールデンウィーク中には売上が増えるが、今年は売上が伸びていない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・母の日の売上は前年よりやや落ちたものの、全体としてはまずまずであり、消費税の増税も、仕方がないと言いつつも納得して払う客が多い。しかし無駄な物は買わず、財布のひもは固くなっている。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後、小売店では外税表示が多くなり今までの内税の時よりも表示単価が安くなっているため、客はあまり値上げになっていないと感じていないように思われる。我々の取り扱い商品である薬剤などは生活必需品のため、3か月前と比べて良くも悪くもなっていない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークを境として参拝客は前々年の水準に近くなっており、遷宮特需は終わったものとみている。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・5月の売上は消費税増税直後の4月に比べれば回復している。好景気で調子の良い客とまったく調子の良くない客に客が二分化しており、両者の平均として売上は増税前と大きくは変わらない状況となっている。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・売上はほぼ前年並みで推移しており、消費税増税の影響は薄まってきている感がある。ただし、貴金属等の高額な雑貨品については、増税の影響が長引きそうである。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響がまだ続いているためか、一般客の消費にはまだ元気がなく景気が良くなっているとは言えない。生活必需品、食品や日用雑貨では購買意欲が戻りつつあるが、衣料品や耐久消費財はまだまだ戻っていない。近くの地方百貨店をみても、以前と比べると客の入りが少なく買物の様子も積極的なものではない。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費者は、小規模な小売店においても、安い物を選別して買い回るため、客単価の低下が続いている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は前年を下回っている。特に買上点数が改善しない。生鮮食品は前年並みであるが、消費税増税前に買い置きしている日持ちのする食品について低迷している。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・消費税増税後の買い控えのためか、今月も全体的に売上は低調となっている。衣料品は前年比94%、生活用品は前年比89%、食料品は前年比86%となっている。本来ならば、食料品が全体の数値をけん引するところであるが、競合先のスーパーマーケット等との低価格競争に入っているため客は分散化し、集客が厳しい。
		スーパー（支店長）	お客様の様子	・消費税増税の影響が続き、現状と変わらない状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・客単価は、消費税増税前の駆け込み需要で3月には前月比3.5%アップし、4月は6%ダウンとなったが、5月に入って3%程度上昇し、駆け込み需要が発生した3月よりも前の実績に戻っている。来客数も同様な傾向となっている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・各店舗の売上は、前年を下回っている状態が継続している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が回復しない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響がしばらくは続くと思込んでいたが、主力商品の販売量が戻ってきており、思っていたより早く回復している印象である。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・アベノミクスの効果で景気が良くなっていると言われていた割には、客は単価の低い商品しか購入しない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・連休明けに外出して買物する人が多くみられる。特に女性は外出の機会が増えないと出費をしない。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	単価の動き	・今月も消費税増税後の反動減が引き続きあるかと思ったが、想定していた程の落ち込みはみられない。消費税増税前の駆け込み需要のあった3月に比べると確かに落ち込みは否めないが、4月に落ち込んだというよりも、現在が3か月前の通常の状態に戻ったと捉える方が適切である。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要での混雑を避けた客が、暑くなって混雑する前にエアコンを購入する動きがあり売行きが好調である。消費税増税後の反動減をカバーしている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・販売量の問題はあるが、販売単価を上げれば来客数は減少し、単価を下げれば来客数が増加する。消費税増税後の消費者は非常にシビアであり、必要な物を選択して買うという状態である。この傾向が定着するのではないかと感じる。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・販売量は下がっているが、来客数は増加しているため、景気が上向きか下向きかの判断に悩む。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税のため4月が悪かったのは仕方がないが、ゴールデンウィークが明けても一向に回復の傾向がみられない。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・新築持ち家住宅の需要が回復しない。一方で官公庁工事、民間設備工事、リフォーム工事などは、消費税増税後も多数の現場が動いており、職人が間に合わない状態であるとともに資材の値上がりが続いている。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み消費の反動減が続いている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響で、売上回復はまだまだ厳しい状況である。
		高級レストラン（役員）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がなかった代わりに、4月以降も足元まで反動減がなく推移している。来客数は、ほぼ前年並みで推移している。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク企画の集客が大幅に予定を下回った事もあり宴会の売上が伸びていない。全体でみれば宿泊部門の好調さに助けられ、3か月前と変わらず前年をわずかに下回るという状況である。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・季節要因もあって宿泊需要は弱い時期であるが、宴会需要は問い合わせが若干増加しそうな気配をみせている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税から2か月が経とうとしているが、景気は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	競争相手の様子	・客の低単価志向は変わらず、他社も苦戦しているようである。旅行業は儲からないものと割り切るところや、廃業する業者もある。ネット予約などITの普及が仕事を奪っているだけでなく、少子化あるいは高齢化の影響も顕在化しつつある。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・夏休みの問い合わせは多数あるが、家族旅行の総費用は前年並みの様子である。国内旅行は消費税増税で価格が上昇しており、特典付や早割適用コースが人気である。海外旅行は子供半額のコース等があるが、あまり動きは変わらない。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数はゴールデンウィーク過ぎには減少したが、今後半になって増加してきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・繁華街へ飲食に来る人が少ない。2～3か月前から変わらず人出が少ない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は第1～2週がゴールデンウィークであったこともあり低調であったが、第3週からは通常に戻り、全体的には4月よりも良くなっている。特に金曜日の夜は客足も戻り、にぎわいもあって良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・例年の繁忙期である3、4月が終わって5月になっても販売数には変化がなく、忙しい状態が続いている。
		観光名所（案内係）	お客様の様子	・客は金を使う事をためらっているように感じる。人出だけは多くなっているが、観光スポットではいずこも支出金額が少なくなっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客の様子をみると無駄遣いはしないものの、必要な時にはそれなりの支出をしている。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前には駆け込み需要がみられたが、今はまた駆け込み需要の前の状態に戻りつつある。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客が高齢化して病院に入る傾向があり、また、若い客層の来店が少なく徐々に悪くなっている。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・消費税増税が実施され、それまでのように改築時に洗濯機やテーブル、ソファなどを買換えるといった勢いがなくなっている。今ある物を大事に使う事は良い事であるが、金の動きという点では影響がある。消費税率は3%の引上げであるが外税表示と内税表示の両方が可能となり、5%税込の価格がそのまま本体価格となって8%アップという話もある。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは特に景気の良い話は聞かない。むしろ一時的に落ち込んでいるという話が多い。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要で一時は受注が増加したが、今は横ばい状態である。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・消費税増税後はリフォーム等への出費を控える客が多いと思っていたが、意外と変わらない状況である。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	お客様の様子	・賃貸物件も売買物件も交渉に時間がかかる客が多い。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・運送費の値上げや燃料費の高騰により収益が圧迫され、物の動きが全体的に鈍い感じがする。大口得意先からの注文も減っており、景気が再び悪い方向へ進み始めている感がある。
		商店街（代表者）	単価の動き	・売価が1,000円以下の商品の売行きは前年並であるが、1,500円を超える商品の売行きが極端に低下している。一方で、食べ歩きができる200円以下の持ち帰り商品は好調である。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・数か月前から原材料が値上がりしており、4月からは消費税が増税となっているが、5月の売上高ではそれらを十分に吸収できていない。客の買い方が厳しいものになっていると感じている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・遷宮が終わり、参拝客も少しずつ落ち着いてきている。しかし、前々年と比べれば、まだまだ高い水準である。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響で4月の売上は前年より2割ほど落ちたが、5月も前年並みに戻っていない状況が続いている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店への客足が依然として悪い。客がゼロあるいはほとんどゼロの日が多く、しかも多くの店でそのような状況である。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・客の動きは変わらず土日に来客数も多い。しかし、カジュアルな靴は売れているが、インポートブランドの高級な靴が売れず売上はあまり伸びていない。予算は達成できていない状況である。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・想定範囲内ではあるが、消費税増税後の反動減が響いている。特に流行に左右される婦人服の動きが悪い。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数、客単価ともにダウンしている。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・高額品の時計・宝飾品の動きが弱く、食品やファッション用品が中心になっているため全体の商品単価は落ちている。ただし、高額品を除いた商品単価はむしろ上昇傾向にある。単価アップの理由は、消費税増税前の価格上昇と増税を機に、消費者は価値ある物を吟味して購買しようという意識が高くなっているためとみている。
		百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・消費税増税後、高額商品を中心に苦戦が続き、客単価が大幅に落ち込んでいる。5月に入って回復傾向が若干みられるものの、まだまだ本格的な回復にはほど遠い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が上がっているようにみえるが、実際には1品あたり単価が上がっているため買上点数は伸びていない。買上点数が伸びていないことから決して良い状況であるとは言えない。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・全体的に2割近く来客数が減少している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・今月20日までの売上は、全体で前年より3.8%減少している。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数の少ない日が多く、それに輪をかけて販売量も少ない日がある。
		コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・たばこ等の消費税増税前のまとめ買いの反動で買上点数が減少している。元に戻るかどうか不安がある。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・1日あたり来客数は前月比で20～30人くらい減少し、月を追うごとに減り続けている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税増税後の売上の落ち込みは、5月に入って大分落ち着いてきたが、まだ前年を幾分下回る状況である。
		衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響のためか、急激に売上が落ちてきている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しており、ガソリン価格の高騰や消費税増税が理由として考えられる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月の販売台数も前年割れしている。表向きの数字上は自社登録などで何とかしているが、実際の販売台数はかなり厳しい状況である。ただ、新型車種の投入などが今後予定されているので、厳しい見通しながらも期待は持てる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数は減少しており、それに伴い販売台数も伸び悩んでいる。目標の80%前後で推移している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後の反動により、受注は前年比10%減の水準で推移している。想定内の減少幅ではあるが、店頭では活気に乏しく、商談に要する時間も伸び気味になっている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要に対する反動減は予想以上に少ない。直近では前年比90%の受注量にまで回復している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前と比べて幾分減少している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・例年5月はゴールデンウィークがあってレジャー費に支出が多く回るため悪い月ではあるが、消費税増税の影響もあり、例年よりも1割ほど売上が減少している。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響で、弁当需要がかなり少なくなっている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前は、アベノミクスの効果と消費税増税前の駆け込み需要で前年比12～13%も宿泊者数が多かったため、その勢いが止まってきている分、やや悪いという判断ではあるが、前年に比べるとまだ5%くらい上回っているため、悪くなっているという状況ではない。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・現在の客の様子には消費税増税の影響が見受けられるが、予約状況からみると景気動向にまで影響する事はないように感じる。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後は受注が減少している。既にこの時期は夏の旅行の取り込む時期に入っているが、受注が伸びない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・これまでと同様に新規加入者数が落ち込んでいるが、特に新築住宅の完成物件での加入者が激減している。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・3か月前に比べて新規申込が減少し、他社へ乗り換えのため廃止の注文が増加している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量の減少により、設備増設の需要が減少傾向にある。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・入館者数は微減を続けており、景気感はやや悪くなっているように感じる。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きや単価の動きがやや悪くなっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・都心部と違って、地方では景気がまだまだ良くならない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス [介護サービス] (職員)	販売量の動き	・消費税増税の影響で、買い控えが続いている。
		その他住宅[住宅管理] (経営者)	競争相手の様子	・行政からの発注件数が前年に比べて減少し、落札額も下がっている。仕事を求めている企業が増えており、景気が回復しているとは感じない。
	悪く なっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・高額品や耐久消費財では消費税増税による反動減が著しい。
		一般小売店[結納品] (経営者)	販売量の動き	・小売業では消費税増税の影響が非常に大きい。
		百貨店(経理担当)	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がピークに近い2月との比較では、販売量に大きな差がある。また、購買単価の下落が顕著である。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・来客数は少なく、客の反応も鈍い。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売台数は、消費税増税前の駆け込みの反動減からまだ戻っていない。
		その他専門店 [雑貨](店員)	販売量の動き	・消費税増税前の買い置きが多かったため、今はまだ買い控えが続いている。
		理容室(経営者)	お客様の様子	・関係者との会合でも、景気の良い話は出ない。相変わらず安い店に客は流れている。
住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・同業他社も同様であるが、広告を出しても客がほとんど来ない状況である。		
企業 動向 関連 (東海)	良く なっている やや良く なっている	-	-	-
		食料品製造業 (経営企画担当)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税増税後、生活用品等でも価格転嫁が顕著であるが、比較的抵抗がなく受け入れられている。その一方で消費者の商品を選択する目は一層厳しくなっている。
	変わらない	化学工業(総務 秘書)	それ以外	・会社で資産購入や修繕を発注している業者は全般的に多忙な印象である。対応が難しいほど仕事が溢れているようで、見積提示も強気である。こちらから依頼しないと前に進まない状況であり、このようなやり取りから潤滑な経済を感じる。
		一般機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・中国大手EMS(電子機器受託製造サービス)からの大型受注が決まり、受注金額は、前月から今月にかけて前年よりも良い状況が続いている。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・製品輸出はモデルごとの好不調の差があるものの、全体としては堅調に推移している。国内売上についても消費税増税の影響はあまりなく、想定範囲に収まっている。
		電気機械器具製 造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・地域による差はあるが全体として受注量は拡大の方向である。ただし、価格が抑えられているため相変わらず適正な利益を得るには至っていない。
		輸送業(エリア 担当)	受注量や販売量 の動き	・輸出貨物が増えてきている。輸出部門の受注量は、横ばいから微増である。
		通信会社(法人 営業担当)	それ以外	・企業においては、通信機器の更改やネットワークの更改(光回線化)等といった設備投資に目が向き始めているような動きがみられる。
		金融業(法人営 業担当)	取引先の様子	・取引先の自動車部品メーカーの稼働率は高水準を維持している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・大手企業を中心に企業の収益は改善傾向にあり、不動産取引も活発になってきている。
		会計事務所(社 会保険労務士)	取引先の様子	・売上、利益ともに右肩上がりになってきているという顧問先が多い。
		パルプ・紙・紙 加工品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税により受注量、販売量が減少すると思っていたが、想定よりも影響は少なく、あまり景気は変わらない。
		化学工業(人事 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税の増税だけでなく販売価格そのものが明らかに上昇している。全体的には販売量が少し落ち込み、結果的に売上金額、利益ともあまり変化がない状況である。昇給が行われているのは、一部の会社のみである。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・販売量が伸びず頭打ちである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事の引き合いが増えてきているという実感があり、工場の取り合いが起きるかもしれない。収益面ではステンレスの材料高により間違いなく利益を圧迫する点が心配である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格には大きな変化もなく停滞気味である。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・消費税増税で景気が若干悪くなると思っていたが、客の様子からはそのような変化はない。プラスではないがマイナスでもないため変わらない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・マンションや戸建住宅の契約申込は、ともにまずまずの件数で推移している。消費税増税の影響は思ったほどではない。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一般家庭や業者からの受注量は、消費税増税の関係で前々月から減少が続いている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・タイ政変の動きは気になるが、今のところ輸出入ともに他の国を含め好調に推移している。国内の輸送量、保管量ともに消費税増税前から勢いを維持している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・運送単価は上がっているが、個数が減少した状態から戻ってこない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車部品関係の製造業については、国内向けの部署は通常と変わらない一方で、仕事量の8割が海外向けの部署では増産体制になっているとのことで、海外向けが非常に忙しいようである。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、目立った案件の受注がない。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・中小企業向けオフィス仲介では、新規需要がない。アベノミクスの効果はまだ表れていない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・広告の受注量は、消費税増税後も増税前に比べてほとんど変わっていない。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・貨物の動きが変わらない。
		公認会計士	それ以外	・企業の3月期決算では利益が出ているようだが、収益性が回復したというよりは円安の恩恵と思われる。また、中小企業の厳しい業績にも変化はなく、引き続きやや悪い状況には大きな変化はみられない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費税増税から2か月を経て、高級品、耐久消費財を除く一般消費財には需要が戻ってきている。増税前の買い置きも1か月分程度に留まっていたようである。しかし、サラリーマン世帯や年金生活者では収入があまり増えない中で公共料金をはじめ各種生活物資が値上げとなり家計費を圧迫している。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・製造業の客からは、案件の状況が悪いという事で当初予定よりも外部委託の発注が少なくなっている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・今月も大きな変わりはない。外注先の動きもまばらで良いところと悪いところが入り混じっている。競合他社においても大きな変動はない。
	やや悪くなっている	印刷業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前には少し良かったが単なる駆け込み需要のようで、その反動が今月になって起きている。前年と比べると受注状況は良くない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・取引先においては、特に部品加工関係の会社で急に受注量が減って困っているところが増えている。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の減少から販売数は回復していない。5、6月頃には回復するという希望的観測が広がっていた分、実需の冷え込みを感じる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後はバーラー業界での設備投資が減少し、それに伴って当社の売上も減少している。全体としては良くない状態である。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・国内向けの販売量はやや悪く海外向けは堅調に推移している。トータルで見れば、やや悪い状況である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により輸送量は減少しているが、予想の範囲内に収まっている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・貨物の動きが前年比マイナス2.4%と、前月よりも悪くなっている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前は日々の荷物量が前年同期を上回っていたが、4月に入ると消費税増税の反動減のためか前年を下回った。5月になりやや回復したが前年並みであり、3か月前のように前年を上回る事はなくなっている。景気は上向いてはならず、横ばいないしやや下向きの状況である。	
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・株価や円相場の動きが停滞していることから個人投資家も動きづらい状況である。個人の資産効果も大きくはなく、少し前の状況と比べて消費に向かう資金が捻出できなくなっている。	
	悪くなっている	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・いったん購読中止になった新聞契約の回復は非常に難しい。	
雇用 関連  (東海)	良くなっている	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・新規求人数が増加している。	
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の正社員採用に対する意欲は高く、有料職業紹介事業が引き続き堅調である。	
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・6月の賞与支給後の退職者が決まってきた事を背景に、後任要員の派遣依頼が増加しつつある。	
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・派遣スタッフの稼働率が高い水準で推移しており、堅調な状態を維持している。	
		職業安定所（所長）	求職者数の動き	・新規求職者は前年同月比で17.6%の減少であり、管内の事業所からは応募者がなかなか来ないといった声がある。新規求人数（514件）も消費税増税の影響で3か月前の1,010件よりは落ち込んでいるが、都心部への通勤圏での求人が依然として好調であり、求人難となっている。	
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・常に人手不足の医療介護分野に加えて建設関連や小売業関連でも人手不足感が出てきている。また、採用意欲は全産業においてみられるが、特に新規学卒者を対象とした求人については、前年以上の好調さがうかがえる。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・中途採用市場における当地域での有効求人倍率は高い。特に即戦力のエンジニアを求める企業の採用活動は、大企業だけでなく中小企業まで拡大してきている。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・消費税増税の影響は当初の想定よりも小さく、中小企業の動きに積極性が感じられる。中小企業支援に関わる業務をしているが、専門家に支援を求める内容が前向きな案件が増加している。	
	変わらない		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数には変化がなく落ち着いている。派遣スタッフの利用は、長期的な契約よりも期間限定での要望が多くなっている。
			人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・採用の成約数は3か月前の103%となっている。求人数は3か月前に比べると58%と縮小しているが、前年比では104%となっており、ほぼ例年通りの動きとなっている。
			人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は増加傾向で求職者数が減少傾向である事は実感するが、景気が上向きと感じるほどではない。
			アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・消費税増税後、自動車販売台数の落ち込みはあるが、新型車種など3月までの受注残があるため、生産の現場では今のところあまり落ち込みは感じない。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・雇用の面ではあらゆる分野で二極化が表面化している。実態は平均では測れない状況となっている。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・例年と同様に5月中旬から正社員の求人数が減少傾向にある。パート、アルバイトの需要は安定的にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は高い水準を継続しており、求人倍率も1.4倍を越す状況が続いている。ただし、製造業の求人はほとんど増えていないので、全体的には状況は変わらない。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、3か月前と比べて横ばいである。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で横ばいである。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の有効求人倍率は1.12倍で前月から下がってはいるが、新規求人数が前年同月比で18.3%増加するなど悪くなる状況ではないと考える。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	それ以外	・3か月前と状況は変わっていない。企業の業績も良くなってはいない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク中は派遣スタッフ利用があまりなく、特に最終日は雨天でさらに利用が減少している。ゴールデンウィーク明けの利用は例年並みとなっている。
	悪くなっている	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北陸)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・売上が前年同月比で増加している部門が大半を占めてきた。消費税増税の影響はほとんど感じられず、取引先の様子からも堅調さがうかがえる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税の影響で売上が多少沈むと想定していたが、5月に入ってからは影響なく推移している。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・消費税増税に伴う3月末のまとめ買いの影響は小さくなり、客は増税前の状況に近い状態で買物をしている。税別での売上、購入点数ともに3月末の水準に戻っている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車種によりばらつきがあるが、高級車の売上が当初の計画を上回った。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	お客様の様子	・足元の購買動向は決して悪くない。ただし客は無駄なものは買わない。単に量や価格だけでなく内容や品質を重視し、購買決定をしている。多少高価でも納得できるものを選んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・4月の消費税増税で一部高額品などは苦戦しているが、総じて駆け込み需要の反動は限定的である。5月終了時点での販売量は前年同月と比較しても落ちていない。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新料金プランの予約受付が始まり、急激に来客数が伸びている。客に提案できる機会も増え、今月末で失効するポイントも後押しとなり、機種変更台数も増加している。
		通信会社（役員）	単価の動き	・上位コースの契約が好調であり、契約数は好調が続いている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・前年同月と比較して、来客数、売上が5%ほど増えている。現在のところ、消費税増税の影響は感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は消費税増税前の駆け込み需要の反動による極端な落ち込みから脱却し、2月以降徐々に回復している。前々年の同月と比較して増加しているが、地域格差が出てきている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の動きが良くなってきており、まだ例年並みには戻っていないが、契約件数も増加している。展示場への来場者数や問い合わせが増えてきており、今後契約件数が例年並みに戻りそうな動きがみられる。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・4月は消費税増税もあり来客数が減少していたが、最近では客の動きが活発になっている。
		変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子
		百貨店（売場主任）	それ以外	・消費税増税後は商材による売上のばらつきが大きい。駆け込み需要のあった高額商材の回復が今一つである。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・4月は消費税増税の影響をあまり受けなかったことから、5月の売上が心配されたが、大型連休にあわせて家族向けの催事を行い、2週目からは物産の催事を行ったため、フリー客が多く、買い回りにつながった。しかし、フリー客が多かったことから単価が低く、まとめ買いより単品買いがほとんどで、苦戦した店舗もあった。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税後の客の動向を見ると、雑貨や酒については買い置きが残りがまだあるようで購買が戻ってきていないが、生鮮食品や日配品については増税前の状態に戻っているようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上はこの6か月間、前年同月比で横ばいの状態である。近隣の競合店出店以来、売上は全く変化していない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税は徐々に定着しているようで、客に大きな混乱はなく推移しているが、売上については良いとはいえない状況が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・5月の売上は前年同月と同程度である。しかしその中身には変化があり、オーダースーツは消費税増税の反動から完全に戻っているが、オーダーシャツは15%程度低下している。消費税増税で身近な物を節約していると推測される。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車の商談にかかる時間が長くなり、なかなか決まらない。また、新車から中古車への変更での契約が目立ってきた。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今年の動向として、昼も夜も来客数は前年同月比で3%ほど減少しているが、単価は5%近く上がっているため、売上はわずかに伸びている状況が続いている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・消費税増税の影響は思いのほか軽微に感じる。ただし、先行きが明るいといえるほどではない。
		一般レストラン（統括）	来客数の動き	・外食関係について、1週間単位で来店客数を見た場合、大きな増減が無い状況が続いている。分かりやすい価格表示をすることで、客は消費税増税後の価格を気にすることなく安心して利用していると感じられる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月の来客数は前年同月とはほぼ変わらずであったが、大型連休のある月は客の出入りが減少する傾向にあるため、やや良かった前月と比べると7割であった。客によると、今はぎりぎりの状態だが、小さな部品商社などでは忙しくなってきたとのことである。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・4月の消費税増税以降、直近での予約発生件数は前年同月を下回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門では外国人の来客数が20%以上伸びている。国別では台湾、ASEAN、イスラエル、欧米の順に多い。一方で日本人の宿泊客数は減少しているが、宿泊部門全体では微増で推移している。レストラン部門は横ばい。宴会は新幹線開通を控え、大型のMICEが次年度になっていることから、やや減少している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・出張などでの申込件数が増加してきた。企業の営業活動が活発化してきているようだ。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・消費税増税前のまとめ買いの反動減の影響が残っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・5月は大型連休もあり休日が多かったため、売上はあまり良くなかった。また消費税増税により客の節約志向が一段と強くなっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・売上は前年同月比で少し減少している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が終わり、4月以降は売上が減少傾向になると見込んでいたが、今のところ前年同月と同水準で推移している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・国内からの団体客は前年並みに推移したが、個人客の動きは前年同月と比べるとやや鈍い。一方、海外からの客の動きは強く、全体として横ばいを堅持している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・企業の業績や賃金の上昇など内容の良い話は聞くが、実際の消費に結びついていない。商品単価の下落と、契約の競合激化で厳しい状況が続いている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・連休明けの商店街は客がおらず活気がない。セール待ちの状態である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・高額品が動き始めた様子はあるが、ゴールデンウィーク後も売上は期待していたほど増加せず、低迷状態である。休日も買物をする客の数が目に見えて少ない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・来客数自体はそれほど減少していないようだが、客単価が低下しているようだ。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・商品価格の値上げや消費税増税のため、客からの問い合わせを受けて見積を出しても購入を見送られるケースが多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	お客様の様子	・消費税増税や原油価格の高騰など、消費者にとって厳しい状況が続いており、景気はやや悪い方向に向かっている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税直後の4月と異なり、5月の売上は食料品関係が前年同月よりやや上向きの傾向にある。日常的に消費する商材については、大分消費税増税前のレベルに戻ってきている。ただし一般的に言われるぜいたく品については、前年同月比で3～4割ほどのマイナスになっている。身近なものについては回復傾向にあるが、緊急性のないぜいたく品などについては、まだ回復基調が見られない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・20年間営業していた近隣の駐車場が、機械の老朽化のため3月末で廃業した。その影響もあり前年同月と比較すると来客数が減少している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税後、5月後半になっても、アイス、米、雑貨、文具品、雑誌、酒類などの買上点数が前年同月を1割以上下回っている。
		コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・消費税増税の前に買いだめされたであろう酒類、タバコの売上が大きく前年割れしている。それに伴い来客数も減少し、全体的にも売上は悪化した。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税により、購買する商材の優先順位が変化していると感じる。
		衣料品専門店（総括）	来客数の動き	・直近の傾向として、客単価がやや上昇傾向にあり、客1人当たりの購買数量もやや増加傾向にあるが、買上客数は大幅に減少している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税増税の反動が続いている。買い控えが多い。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費税増税後、受注ペースが上がらない。個人客の消費動向が高額商材には向いていないようだ。この状況がいつまで続くのか予見できず、不安である。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・5月の自動車の販売量は前年同月比114%である。平成26年2月の販売量は前年同月比123%で、3か月前との比較では下向きである。消費税増税の影響と推察される。
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・例年よりゴールデンウィークに遠出する客が少なかったのか、車のメンテナンスや関連商材の動きが鈍く、来客数、販売単価が前年同月を大きく下回っている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・今月は前年同月比で売上が97.6%、宿泊客数97.4%、宿泊単価100.2%であった。宿泊実績では個人客より15名以上の団体の減少が多かったため、個人客のウエイトが高まり、結果的に宿泊単価は上昇した。予約は高単価の棟より低単価の棟にシフトしており、これは消費税増税の影響によるものといえる。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・3か月前と比べ、1日当たりの平均売上及び入場者数が減少している。
		悪く なっている		スーパー（統括）
コンビニ（経営者）	販売量の動き			・来客数は近隣に競合店ができた影響で減少している。消費税増税により商品の単価は上昇しているが、客単価は低下している。
家電量販店（本部）	お客様の様子			・客の様子から積極的な購買意欲がほとんど感じられない。売場によっては客がほぼゼロに近い時間もある。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き			・消費税増税以降、売上が減少しており、景気回復は全く期待できない。
その他レジャー施設（職員）	お客様の様子			・5月に入ってから入会者数が増えていない。
企業 動向 関連  (北陸)	良く なっている やや良く なっている	—	—	—
		繊維工業（経営者） 一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き	・受注状況は好調である。6～8月の受注状況も良くなってきた。 ・欧州、北米からの受注も順調に伸びている。国内は、生産性向上設備投資促進税制や補助金により引き合いが増えてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
	変わらない	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工事発注量が増加傾向で推移し、受注価格競争は一部を除いて緩和傾向が続いている。	
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は増加傾向にあるが、加工賃が上がりにくい状況が続いている。	
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・現在の受注は3か月前と比べて横ばいである。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による工事がまだ続いており、好調を維持している。	
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料、部品などの仕入先の話によると、消費税増税後、受注量は全体的に一旦落ち込んだものの、まだ完全には戻っていないが、若干持ち直しつつあるようだ。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前の3月は年度末であり、工事の完成に向けて多忙を極めていたが、4～5月の年度初めは例年どおり公共事業の発注がほとんどなく、当社の受注も2件に過ぎず、人余り感が強かった。しかし、これは例年のことであり景気が後退したとは感じていない。	
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて状況はあまり変わっていない。	
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・消費税増税の反動はあるが、落ち込みは想定範囲内であった。	
		司法書士	取引先の様子	・消費税増税後も、住宅建設、不動産取引はあまり減っておらず、駆け込み需要の前と同程度はある。	
		税理士（所長）	取引先の様子	・景気は、消費税増税前の駆け込み需要の時期と比較すると物量的にはまだ弱いところがあるが、これまでは海外に流れていく設備投資が多かったことに比べて、現在は国内での設備投資の話が徐々に聞こえてきている。機械関係の出荷先から、中国や東南アジアではなく、国内の工場に生産ラインなどをつくるという商談がいくつか生まれていると聞いており、やや明るい兆しではないかと考えている。	
やや悪くなっている	悪く なっている	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響は小さい状況だが、受注量の推移を見ると前年同月比で5%前後の落ち込みが続いている。	
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・4月からの消費税増税の反動で消費が落ち込み、物量が減少している。	
雇用 関連 (北陸)	良く なっている	—	—	—	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は引き続き前年同月比で増加傾向である。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が前年同月と比較して増加傾向にある。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比24.6%増加した。そのうち製造業においては、前年同月比66.5%増、前月比では39.0%の増加となった。	
		変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣形態の求人数は増えていない。また、求職者に要求されるスキルが高くなっており、条件に合致する求職者が少ないことから、マッチング率も低い。求職者の派遣雇用への積極性も薄い。
			人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・消費税増税後、求人数の減少が心配されていたが、むしろ増加している。
			求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数に大きな変化はない。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年同月比でほぼ横ばいである。
			民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・人材紹介、派遣ともに求人数はやや増加傾向にあるが、登録者数が低調で、応募者の絶対数が少ない状況である。
			学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・3か月前と比較して、状況に特に目立った変化はない。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（役員）	求人数の動き	・5月の求人広告売上は前年同月の6割程度である。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪く なっている	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	その他レジャー 施設 [イベント ホール] (職 員)	来客数の動き	・5月中にコンサートが3件開催されたが、いずれもチケットが発売後すぐに売切れとなり、立ち見席もすべて完売であった。グッズ販売も好調で、億単位の売上があったと聞いている。
(近畿)	やや良く なっている	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・消費者が消費税増税に慣れ、周辺の量販店でも増税対策の売出しが落ち着いてきている。今後は商店街にも客が戻ってくる。
		一般小売店 [時 計] (経営者)	来客数の動き	・今年の春に近くの大規模リニューアルしたので、大きな影響を受けるかと心配したが、今のところは逆に良い効果が出ている。大きな店では取り扱わないような修理ができる店ということで、客から口コミが広がっていると聞き、嬉しくなった。小さな店だからできることや、頼りになる職人がいる価値を実感している。
		一般小売店 [事 務用品] (経営 者)	販売量の動き	・消費税増税の影響で受注がダウンするかと危ぶまれたが、受注は一定のペースで伸びているので一安心である。
		一般小売店 [鮮 魚] (営業担 当)	単価の動き	・消費税増税後も相変わらず堅調であるほか、高額商品も動き出している。
		百貨店 (売場主 任)	来客数の動き	・消費税増税の影響と耐震工事が重なり、売上が前年比で約10%減少している。耐震工事は8月ごろまで続くので、今後も状況は変わらない。
		百貨店 (商品担 当)	単価の動き	・客単価が前年比で15%ぐらい上がっている。特価の婦人雑貨などでは、良い物であれば高くても買う人が増えている。
		百貨店 (店長)	販売量の動き	・消費税の増税後も、客の購買心理は大きく落ち込んでいないように感じられる。
		百貨店 (販促担 当)	来客数の動き	・今月に入り、来客数が前年を上回る推移となっている。衣料品も堅調に動き出しており、消費税増税の影響が大きかった先月に比べて、客の動きは良い。ただし、高額品については今月も苦戦し、高級ブランドや宝飾品の売上は前年を大きく下回っている。
		スーパー (経営 者)	単価の動き	・3月の駆け込み需要関連商品のうち、紙や洗剤は相変わらず動きが鈍い。一方、生鮮品は相場高によって単価が上がっているものの、好調を維持しており、ビールなどのアルコール類も暑さの影響で売上が好調である。また、たばこの売上も戻ってきている。ただし、価格の比較が容易な大手メーカー品の特売価格は下がっており、同業者間でも価格訴求力の差ははっきりと出ている。
		スーパー (店 長)	お客様の様子	・消費税増税後の業績回復には2～3か月かかると思込んでいたが、5月は来客数、単価共に昨年の実績を上回っている。
		スーパー (店 長)	販売量の動き	・消費税の増税もあり、4月は消費が低迷していたが、今月は回復がみられる。特に、一般食品や雑貨など、消費期限の長い商品の販売量が伸びてきている。
		住関連専門店 (店員)	販売量の動き	・高価格帯の商品の販売は前年割れが続いているが、低価格品は前年を上回っている。
		一般レストラン (スタッフ)	単価の動き	・前月は来客数が前年比で増加し、客単価も上昇が続くなど、消費税増税の影響はないように感じた。今月も、来客数は前年を下回っているものの、客単価の上昇は続いているため、消費が減少傾向にあるとは判断しにくい。
		観光型旅館 (経 営者)	来客数の動き	・消費税増税の影響は薄れてきていると感じられ、6月からの動きにも期待できる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊は好調が続いており、単価も少しずつ上がってきている。特に、ビジネス客の動きが活発で、中国、韓国からの観光客も増加している。また、タイやインドネシアなどの東南アジアからのツアー客も増え始めている。一方、宴会需要は低迷しており、件数の減少に加えて、消費税増税分を販売価格に転嫁しきれていない。顧客からは関西地区にまで景気の恩恵が回ってきていないとの声も多く、減収増益の状態である。
		旅行代理店(店長)	お客様の様子	・高価格の旅行を希望する客が増えてきている。
		旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・夏休みの先行受注が好調である。3月の駆け込み消費で財布の中身は不安な状況であるが、日並びの悪さでゴールデンウィークは旅行を控えていた客が、ボーナス増を見込んで申し込んでいる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税後の客の乗り控えが懸念されたが、ほとんど影響はない。
変わらない		商店街(代表者)	販売量の動き	・4月ほどではないが、5月も売上が少し落ちている。
		一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・5月と2月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は5月が92.3%で、2月が88.2%、関東は5月が96.3%で、2月が81.3%、中部は5月が82.0%で、2月が84.2%、中国は5月が87.1%で、2月が96.5%であり、各地区合計は5月が90.4%で、2月が87.0%となっている。4月は消費税増税の影響があまりみられなかったが、5月に入って悪くなってきている。
		一般小売店[精肉](管理担当)	それ以外	・ゴールデンウィークの間は景気が上向いているように感じたが、原料、資材価格が大きく高騰しているなか、価格をそれに見合う水準に設定できている店はほとんどない。大手企業は転嫁できているが、小さな店舗は消費税増税分の価格転嫁も我慢しているように思われるため、現状は景気が回復しているとはいえない。
		一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・消費税増税後も、今のところ買い控えは目立っていない。
		一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・飲食関係の様子をみても、景気の回復が感じられない。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・消費税増税の影響で、今月も売上は前年比で約10%減となっている。高額品や化粧品への影響がいまだに大きい。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・消費税率が上がり、現在は少し低迷している。思ったほどの落ち込みは感じられないが、高額品を中心に売上はなかなか戻らない。消耗品や食料品はそれほど悪化していないが、単価がやや下がっているほか、売上全体も少し減っている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減による影響や、気温が低かったこともあり、ファッション関連の動きが悪い。
		百貨店(商品担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響は、入店客数に比べて買上客数が伸び悩んでいる部分に表れているが、ほぼ想定内の推移である。
		百貨店(サービス担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、1日の来客数が今年の最高を更新したが、新しくオープンした商業施設が観光地化することで、当店の売上は苦戦している。
		百貨店(外商担当)	お客様の様子	・4月にある程度生じた消費税増税後の影響が継続すると予想されたが、客による増税の認知が思ったよりも早く、今月はそれほど影響が感じられない。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・食品全体としては回復の動きがみられるものの、やはり駆け込み需要が大きかった商材は、回復にしばらく時間を要する傾向が強い。
		スーパー(経理担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響は部分的に多少残るものの、生鮮食品を中心に、比較的好調な売上が続いている。
		スーパー(広報担当)	お客様の様子	・消費税増税の影響が色濃く出ている。ただし、節約志向は更に強まった感があるものの、実需部分への支出は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（企画）	来客数の動き	・客単価は、食品以外の分野を中心にまだ回復がみられないが、来客数は食品を中心として、前年並みにまで回復する動きとなっている。ゴールデンウィークに少し持ち直した後、5月の給与支給日ごろまでは悪化が続いたが、気温の上昇もあって月末からは上昇に転じた。今後はこれが一時的な回復なのかを見極める必要がある。
		スーパー（社員）	単価の動き	・先月は駆け込み需要の反動もあって、特に来客数の減少が大きく、売上が落ち込んだ店舗が多かった。今月に入ると、来客数は昨年まで回復していないものの、比較的価格の高い商材の動きが良く、売上の減少に歯止めがかかりつつある。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数が若干減少傾向ではあるが、最近伸び悩んでいたプレミアム商品がまた売上を伸ばしてきており、客単価は上昇傾向にある。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響はあまりなく、大きな変化はみられない。今後は各種商品の値上げのほか、エルニーニョ現象による冷夏など、昨年よりも天候の影響が大きくなる。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・3か月前と比べて、売上、来客数共にほとんど変化はない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・5月に入っても、来客数は前年並みである。1月に免税店となり、ゴールデンウィークには外国人観光客への販売が増えた分、売上は微増となっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客の様子は以前と変わらない。販売量や客単価も悪いままとなっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の販売は売上が確かに落ち込んでいるが、整備や車検、修理の状況は3ヶ月前と変わらない。
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・来客数は前年並みで、単価の動きも変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・4月から消費税増税となり、3月末までに日常生活品を買いだめする傾向が非常に強かったため、4月以降に影響が出ている。前回の増税時よりも回復に時間がかかっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・食品業界では大手量販店を中心にまだまだ価格重視で動いており、仕入価格の高騰にもかかわらず、販売価格は横ばいで推移している。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・来客数は前月とほぼ変わらないが、客単価が若干低くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから個人客の来客が特に減っている。特に、ランチ代を節約する人が目立つ。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後は客の動きが二極化している。高齢者は財布のひもが固い。
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・個人消費の動きには強弱がみられ、所得環境の改善が進んでいる割には慎重さがある。総じてみれば横ばいで推移している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・団体客が少し動いている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	販売量の動き	・消費税増税後、4月の来客数は前年比で数%減少したものの、販売額は前年を上回った。ただし、5月に入って来客数の減少は更に進み、単価上昇の効果もなく、売上は前年を下回っている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・月後半も団体客などの動きが好調で、来客数、販売量共に計画を上回っている。
		観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・消費税増税の影響は顕著に出していないが、まだまだ全体の景気は良くない。
		観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・チラシなどで様々なイベントやプランを提案しても、なかなか成果につながらない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響はなく、価格の安い物が売れているわけでもないなど、まだ少し消費動向をつかみきれしていない。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・当施設では、駆け込み需要やその反動減のような極端な動きはないが、いまだに景気が上向いているようには思えない。
		観光型旅館（団役員）	来客数の動き	・1月以降、前年比で来客数が減少している。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル 〔マネージャー〕	来客数の動き	・宿泊部門は訪日外国人の増加により好調に推移しているが、食堂部門の売上の減少が大きい。消費税増税による個人消費の減少のほか、近隣にできた大型施設（ホテル、百貨店）の影響によるものと思われるが、これについては短期的な現象と考えている。
		都市型ホテル 〔客室担当〕	来客数の動き	・例年はゴールデンウィークが終わると閑散期に入りますが、今年は高い稼働率が続き、前年比でも109%と好調である。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・臨時手当の支給やベースアップなどの効果は、まだ出てきていない。
		テーマパーク 〔職員〕	来客数の動き	・今月に関しては、年間を通して来客数が最も増えるゴールデンウィークが天候に恵まれたことが、大きな要素となっている。
		パチンコ店（店員）	お客様の様子	・消費税増税の影響は思っていたよりも小さい。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドなどの団体客による消費は堅調であるが、個人客の動きはやや低調となっている。
		美容室（店員）	単価の動き	・単価に大きな変化はなく、やや右肩上がりになっている。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの客の動きに、消費税増税の影響は感じられない。全アイテムが前年の売上を上回った様子である。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	お客様の様子	・不動産市場は前月と変化がみられない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響は少し和らぎつつあるものの、回復するまでには至っていない。この夏が山場のような感覚がある。
		一般小売店〔花〕（店長）	来客数の動き	・原因は分からないが、来客数が減少している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・店全体でも売上は前年比で7%前後減少し、来客数も5%前後減少するなど、高額品や食料品を中心に4～5月は厳しい状況である。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク期間中は多くの客が来店し、好調に推移したものの、それ以降は苦戦している。消費税増税直後の4月と比べて良くなると予想していたものの、改善には至っていない。客の購買に対する姿勢には慎重さが感じられるなど、増税の影響がまだ続いている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・得意客の来客数や購入金額は前年並みに推移しているが、一般客の来客数が前年を下回っており、購入に至らないケースも多い。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・一般顧客の売上は、海外からの観光客の買上が伸びていることも含め、わずかに増えているが、富裕層の優良顧客による高額品の買上はまだ低迷している。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・前月に引き続き、化粧品やアクセサリといった商材の売上が前年割れとなっている。ただし、化粧品は前月に比べて10%ほど回復しており、来月には前年どおりの売上が見込まれる。また、高額品のアクセサリも規模の大きな店ほど早く回復しており、こちらも来月には前年並みの回復が見込まれる。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・身の回り品や食品の売上動向はあまり良くない。入店客数は回復傾向にあるものの、5月は前年比で微減となっている。一方、衣料関係では紳士関係が好調に推移し、婦人関係の苦戦が目立つ。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・紳士衣料は3月が前年比で25%増、4月が12%減、5月が2%減と回復傾向にあるが、まだ前年を下回っている。宝飾品や時計は、3月が200%増、4月が30%減、5月が30%減と、3か月の累計では60%増であるものの、回復の動きが鈍化している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税率が上がり、ゴールデンウィークぐらいいまでは悪くなると思っていたが、明けると更に落ち込みがひどくなっている。当店の周りの環境をみると、回復は難しそうである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	お客様の様子	・母の日以降は、衣料品、住居関連品の動きが急降下している。前年との気温の違いも大きい、消費税増税後、春休みやゴールデンウィーク、母の日とイベントが続き、増税の影響を感じるが多かった影響もある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食品を除けば回復が遅れており、3か月前と比べても厳しい状況にある。消費税増税の影響を割り引いて考えても良くない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・食品の売上は徐々に回復しているが、衣料品や住居関連品は天候要因もあり厳しい状況となっている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が日用品や住居関連、衣料品で続いており、売上は前年割れとなっている。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・来客数は大きく変わらないが、予想以上に駆け込み需要の反動が大きい。購買単価、点数がかなり悪化している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税増税から2か月が経過し、たばこの売上は少し戻ってきたが、まだ前年比で7～8%減少している。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・消費税率が上がった後も、客の支出額はあまり変わっていない。客自身で支出をコントロールしているようである。
		衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・紳士服は、消費税増税とクールビズの導入で動きが悪くなっている。
		家電量販店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、新規の注文や来客数が減少傾向にある。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税後ということもあって来客数が激減し、買い渋りが目立っている。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、来客数そのものの落ち込みが顕著である。客単価も下落しており、先行きが不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税のため、5月は来客数の動きが鈍い。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・来店数はまずまずであるが、なかなか受注に結びつかない。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・例年、ゴールデンウィーク明けからしばらくすると売上が落ち込むが、今年はそれに加えて、消費税増税の影響で買い控えが進んでいるのか、取引案件自体が減っている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が、2～3か月前と比べると2～3割減少している。この傾向はまだ当分続く。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・年度末の消費税増税前の駆け込み購入の反動減か、来客数の減少よりも販売量の減少が目立つ。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・婦人服を中心に、消費税増税後の落ち込みからの回復に時間がかかっている。前年比でも7割程度の売上にとどまっている。
		一般レストラン（店員）	来客数の動き	・例年は5月の連休が明けると販売量が落ちるが、今年は下旬になってからの方が数字は悪い。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に売上は増加したが、現在は沈静化している。販売価格は落ち着き、家電製品では増税前より値下がりしている物もあるため、景気が良くなっているとはいえない。
		都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊の客室稼働率は依然として好調であるが、宴会予約やレストランの予約も、3月ごろと比較すると悪化している。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・関西の主力商品である関東のテーマパーク関連商品が伸びていない分、全体で昨年並みに持っていくのに苦労している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏の旅行受注が前年比でマイナスとなるなど、4月以降の消費マインドは低下している。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・アベノミクス効果の副作用が出ている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・業界によっては、消費税増税前の駆け込み需要の反動がみられる。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・消費税増税の影響が一段落したので、今後の回復基調に期待したいが、家電の販売は全体的に回復の兆しが全くみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,390円と、3か月前の9,725円よりも下がっている。	
		競艇場（職員）	単価の動き	・3か月前と比べ、1人当たりの購買単価、来場者数が減少してきている。	
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・今月になり来客数が激減している。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・大手を除く中小零細企業が、特に取扱高の伸び悩みに苦しんでいる。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・分譲マンションの集客状況をみると、一部の人気案件はこれまでにない大量集客となっているものの、それ以外の案件は集客が落ちてきており、二極化の流れが進んでいる。	
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・就職、転職シーズンが終わり、不動産の動きが悪い。	
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場組数が、5月は前年比で2割減である。4月の3割減に比べると少し回復したものの、依然として客の反応は鈍い。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンション販売価格は、施工コストの上昇を受け、値上がり傾向が顕著になっている。それに伴い、一部の物件では販売が苦戦する状況となっている。	
		悪く なっている	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・取引先1店舗当たりの消費量の減少が顕著である。
			百貨店（企画担当）	販売量の動き	・4月からの消費税増税の影響で、今月の売上は前年比で約97%となっている。3月の駆け込み需要による売上の増加分を食いつぶすまではいかないものの、しばらくは前年を割り込む状況が続くと予想している。
百貨店（外商担当）	来客数の動き		・駆け込み需要の反動で前月が落ち込んだため、前月に比べると良くなっている。		
百貨店（売場マネージャー）	それ以外		・消費税増税前と比較すると、商材によっては動きの鈍い物がある。高級寝具などの高額商品は、まとめ買いも少なくなっているほか、増税以降は値引き販売に客が集中する傾向がみられる。		
企業 動向 関連 (近畿)	良く なっている	—	—	—	
	やや良く なっている	輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・発送商品が減少してきている。	
		経営コンサルタント	取引先の様子	・先日、ある商工会議所で学生向けの地元企業の就職フォーラムに立ち合ったところ、内容は前年までと同じであるにもかかわらず、参加した学生数は昨年を大きく下回った。景気浮揚への期待感から、学生の危機意識が薄らいでいると感じる。実際に大手企業が採用枠を増やしているため、中小企業に人が回りにくくなっていることを実感している。	
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・外食産業では、消費税増税後も客足が増え続け、売上も順調に伸びていると聞く。また、工場などの設備投資も、特に省エネ対策などは積極的な動きがみられる。	
	変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の4月の売上は良かったが、5月の連休明けからは急激に受注が失速してきた。月後半はもう少し売上が伸びると思ったが、前年と比較して家庭用、業務用のどちらも伸びなかった。3か月前と比較しても大きな動きはみられない。	
食料品製造業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・食品関係は消費税増税の影響が出にくい分野であったが、スーパーの売上が伸びないことが停滞要因の一つである。		
繊維工業（総務担当）		取引先の様子	・老舗の得意先が倒産したほか、同業者が得意先から取引停止処分を受けるなど、業界では不安定な動きが増えている。それが商売にも表れ、販売が前年比で15%落ち込んでいる。		
繊維工業（団体職員）		受注量や販売量の動き	・3月までの消費税増税前の駆け込み需要による反動で、4月以降は落ち込んでいるものの、産地全体では想定範囲内である。ただし、取引先によっては関東方面からの需要が予想以上に落ち込んでいるようである。		
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・受注量の前年比は微増で推移している。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月は決算月のため、決算前は営業努力で売上が大幅に伸びたものの、決算後はその反動から売上が大幅に下がっており、景気が良いのか悪いのか判断しづらい。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内販売、海外販売（輸出）共に、販売量はほぼ同じで推移している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部品製造では、特殊な製品の受注は継続しているが、一般的な製品は他社へ流れる傾向がある。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による駆け込み需要の反動減が続いている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建築現場の人材不足のため、工程が大幅に遅れることが多い。また、人件費が上がっているため、予定単価で工事が発注できないこともあり、利益を圧迫している。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の製品は製鉄所で使われる設備であり、新たな設備投資が行われることで需要が発生する。現状は、客先において積極的な設備投資の動きがみられないため、当分は景気が良くなるとは思えない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・海外で製造していた物が、国内へ回帰しつつある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・国内での引き合いはあるものの、価格競争は厳しい。海外においても同様の傾向がみられるため、同業他社との受注競争が激化しそうである。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響もなく、受注量は例年と変わらない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化はなく、消費税増税による駆け込み需要の反動減も感じられない。電話での問い合わせもコンスタントにある。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税の影響で増えた3月末の完了工事も終わり、同業者の競争が再開している。技能労務者不足も不安材料である。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1件当たりの請負金額は、相変わらず低調である。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・今年に入って日経平均株価が2千円も下がっている。景気動向は今後の株価の推移次第である。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から事業所の撤退が相変わらず続いている。それに伴って事務所の賃料が下がり、社員用の社宅の需要もなくなっている。賃貸住宅の需要も減少しているため、賃料が低下し、空室率が上がっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿は消費税増税以降、大きな動きがない。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・受注量の極端な変化はないが、価格に関する問い合わせが増加している。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後は販売量が減ったものの、ある程度は覚悟しており、現在の落ち込みは仕方がないと感じている。増税前に受注量や販売量が増えた分が、増税後に減ってしまっている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・消費税増税の影響か、取引先の動きが悪く、受注が戻ってこない。
	やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	それ以外	・消費税増税に伴う便乗値上げ感を強く感じる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・5月は各企業の新年度が始まり、セミナーを開催している企業がパンフレットの制作にかかっている。製造業関連は注文が少ないので、第2四半期にかけては売上が低迷する。一方、住宅関連ではマンションの販売促進が活況を呈している。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で、建築関連向けの出荷が少し落ち込んできている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気に弱さが残るなかで、消費税の増税は大きな不安要素となっている。そこに年金基金の破たんなども重なり、ますます不安感が強まっている。最近は大手企業の復調に関する報道が多いが、立場の弱い雇用者や中小企業に負担が偏っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の需要減で、マンションの照明や家電製品の注文量が減少している。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・消費税率引上げの影響からか、前年を下回る荷動きで推移している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・消費税率の引上げで買い控える客が増え、余分な物を買わなくなっている。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・4月に続き、消費税増税の影響で一服感があるのか荷動きが鈍い。
		金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税による買い控えの影響が出ている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が減っており、折込収入が落ち込んでいる。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月に入り、紙媒体、インターネット媒体共に、前年の売上を下回っている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・郊外のショッピングセンターは、4月の消費税増税や競合激化の影響を受け、売上の前年割れが続いている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間は、海外からの観光客が例年以上に多く感じられたが、日本人観光客は休日が分散した影響もあり、客足が伸びていない。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が出てきている。
			悪くなっている	—
雇用 関連 (近畿)	良く なっている	人材派遣会社（支店長）	雇用形態の様子	・派遣契約から直接雇用へ切り替える企業が少しずつ増えており、良い人材の確保を進めている。また、これまでは交代要員としての求人を中心であったが、業務拡大を目的とした増員も増えてきている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・受注先行であり、人材の供給がかなり不足している。
	やや良く なっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	雇用形態の様子	・看護師や現場業務のアルバイトなど、特定の職種で人手不足になっていることは確かであるが、全体の景気高揚の実感は今一つである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の推移をみると、地元広告主の投稿が多い。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・賃金の上昇や正社員求人の増加など、求人条件が良くなっている。それに伴い、転職希望の在職者の割合が増加している。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・新卒採用の動向は、比較的良い感じで推移している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・前月よりも、少しであるが動きが出てきている。ただし、例年に比べて中小企業経営者は慎重であり、もう少しこの景気回復が本物であるかを見極めようとしている。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は衰えていないが、人材不足でマッチングが難しい状況である。派遣法改正の動きを労働者側が事前につかみ、派遣ではなく直接雇用の安定した就業先を探す傾向にある。特に、若年層はその傾向が強い。その一方、給料が扶養控除内の就業先を探す主婦層も増加傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・企業はもうかっていないのに人手不足の状況にある。人手が必要なため、求人は多いが、人を育てる余裕や余力がないため、即戦力を求める傾向が強い。即戦力でなければ、現状の人員で対応しようというケースが多くみられる。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・求人しても応募は来ないが、求職者は多い。条件が合わないことが理由の1つであるが、求人企業側もそれ以上の条件を出すのは難しい。
		アウトソーシング企業（営業担当）	求人数の動き	・季節要因により4月は求人募集が多かったが、全体的な傾向に大きな変動はない。
新聞社〔求人広告〕（管理担当）		求人数の動き	・ここ数か月、新聞の求人広告については目立った動きがない。多少の変動はあるものの、好景気に関する報道との間にギャップを感じている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要があった3か月前と比べると、良くなっているとはいえないが、求人数は依然として多い。職種によっては人手不足の声もあるため、全体としては変わらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で5.8%減であり、特に飲食業、医療・福祉、運輸業などで2けた減となっている。一方、製造業や小売業は好調で2けた増となるなど、業種間でばらつきがみられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者は前月比で27%増加したが、前年比では6.3%減少した。雇用保険の受給手続きを行った人も、前年比で23%減少している。一方、在職者での新規求職申込者数が、近年は増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・労働者不足を背景に、普通であれば仕事の声があまrikaからない、高齢の日雇い労働者にも声がかかっている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求職者数の動き	・ボーナスの増加が見込まれることもあり、転職希望者が少なくなっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・企業の採用担当者からは、景気回復の話があまり聞かれぬ。逆に、景気が悪化している話もありない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・大学に届く求人票の数は、わずかながら増加しているが、トータルの求人数は増えていない。病院の統廃合が少しずつ増えているように感じる。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞の広告量からみれば、4月の消費税増税後、業種によっては広告出稿量が減っている。
	悪くなっている	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	来客数の動き	・4月は駆け込み需要の反動減から前年比10～15%の売上の下落を見込んでいたが、5%以内で抑えられた。5月に入って以降は前年実績を上回る水準で推移しており、景況感の改善がみられる。
(中国)	やや良くなっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・販売量が前年比で100%を超えている店舗が約半数あり、前月に比べれば景気が良くなりつつある。各テナントも明るい雰囲気になってきている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク後半は天候にも恵まれ客の動きが良かった。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の買い控えが減少した。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・客の来店頻度、客単価や予約単価が上昇した。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・客単価が上昇している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊や宴会などの団体客の先行予約は好調である。レストランの個人利用は、消費税増税の影響なのか高単価な店舗はやや冷え込んでいる。
		タクシー運転手	販売量の動き	・消費税増税分だけ売上が伸び、売上は前年の102%である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税で客足が遠のくと予想していたが、客数は伸びている。会社関係利用については景気回復の影響がみられたのかと思う。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・県外や海外からの集客が順調で来客数が伸びている。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク中のレースなどで電話投票売上と協力他場売上が十分に確保できた。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・駆け込み需要の反動減から回復しつつある。ゴールデンウィーク中の展示場への来場者数も前年並みに戻り、盛況であった。
		住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響はあまりなく、客が減っているようにも思えない。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税後は、客の来店頻度が悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（理事）	来客数の動き	・消費税増税の影響はそれほど感じないが、景気が上向いているわけではない。客は必要な商品しか買わない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税直後は来客数に影響があったが、現在は良いときも暇なときもあり、来客数にあまり変化はない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・食品関係や日用品関係以外の店舗については販売量の動きが鈍い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税を内税にしていたため、価格が高くなったと感じる客が多かった。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・4月は消費税増税の影響をほとんど感じなかったが、5月の連休後半から全体的に売上が落ちてきた。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は例年と同様に5月第1週にはゴールデンウィークで増えたが、連休が明けると減少した。
		百貨店（経理担当）	来客数の動き	・催事等により客の動員は変化するので、単月では消費税増税の影響は判断しにくい。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・消費税増税から約2か月が経過したが、4月と同様に現在も消費の厳しさは継続している。3月に売上が大きく伸びた化粧品や婦人肌着などは売上が二けた減少した。また母の日商戦についても購買単価の落ち幅が大きい。ファッション関係の店頭は春物から夏物に変化した。まとめ買いは少なく客単価も低下している。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・売上が落ち込んだ4月から、食品関係や婦人服を中心に客の購買意欲がかなり戻ってきた。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客1人当たりの買上点数は前月と比べて変化がない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税前の状況に戻りつつあり、販売点数と来客数は減少しているが、客単価は前年の103%である。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・青果と鮮魚部門の売上が不振で、競合店に客が流れている可能性がある。
		スーパー（管理担当）	来客数の動き	・売上も来客数もほぼ前年並みで推移しているが、3か月前と比べると消費税増税の影響なのか客の動きは鈍い。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は増加しているが、客単価が下がっている。今月は自動車税の納期なので、そちらに金がまわり、ゲーム関係プリペイドカードの動きが悪くなったことが要因と考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税による売上減少の傾向は薄らいできてはいるが、来客数がなかなか増えない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・景気が良いのか悪いのかよくわからない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・消費税が増税された4月は来客数がかなり落ち込んだが、5月に入って徐々に回復している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前月と比べて大きな変化はない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・ショッピングセンター全体の来客数は前年とほぼ同じであるが、業種によって格差がある。食品関係はデザートなどの土産物が好調で来客数が二けた増えたが、衣料品関係は数%減少している。その他の日用雑貨品関係は前年並みまで戻った。
		一般レストラン（外食事業担当）	単価の動き	・3月末からゴールデンウィークにかけて来客数が増加した。平日の来客数が増え、夜は若者を中心に増加している。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	来客数の動き	・売上は前年より減少しているが、受注人数はほぼ前年並みに推移している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊部門は稼働率が若干下降気味であるが、室料単価は上昇傾向であり、また海外からの来客数も好調に推移している。しかし、レストラン部門では、特に高価格店舗の客数と単価が落ち込んでいる状態が続いている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・好景気の企業もあれば不景気の企業もあり2極化したように思われるが、社員旅行に金をかける企業は減った。ただし個人旅行は伸びている。
		旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・消費税増税の反動があると予測していたが、大きな影響はあまりない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	来客数の動き	・企業の僱事など単発的な仕事を除けば、前年比で少し売上は落ちている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税以降も、当社のサービス利用に直接的な影響はあまりない。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・販売量が増える傾向はみられない。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・入館者数や販売量等は前年と比べて変動がない。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・天候に恵まれたため、入園者数の落ち込みはない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・値上げしてもかまわないという客と、より節約志向の客が半々であるため、当店では消費税増税後も料金は変えていない。利益に大きな変化はない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税以降も、住宅の新築やリフォーム、診療所や福祉施設などの設計の引き合いが順調にきている。
		住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・住宅販売に関しては客に消費税増税に伴う影響は感じられないが、慎重に検討している様子がうかがえる。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・消費税増税直後の4月はそれほどでもなかったが、5月後半は売上が低迷している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・高額品の販売をしている店はまだ厳しい状況が続いている。逆に3月に駆け込み需要がなかった店は前年並みの売上を確保している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後は前年よりも売上が悪い。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・注文数は個人、会社関係ともに前年を下回っており、駆け込み需要の反動減が続いている。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	お客様の様子	・駆け込み需要の反動で、4～5月は客1人当たりの買上点数が減少している。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が続いており、衣料品、特にミセス衣料は厳しい状況である。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・4月に続き5月も消費税増税の影響が出ており、美術品や宝飾品など的高額商品が苦戦し、全体売上は前年割れとなっている。ただし3～5月の3か月間の売上は、前年の3か月トータルをクリアしている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・母の日ギフトは購入目的がはっきりしているため消費税増税の影響は小さかったが、5月中旬以降は日常商品の売上が苦戦した。月末にかけてミセス衣料やシーズン雑貨にもプレーキがかかり、客の価格志向が非常に強くなっている。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・3月までは駆け込み需要があったが、4月以降は日用品、食品や化粧品の売上が伸びない。アパレル関係は新素材や新商品を取り入れながら客にアピールしているが来客数が増えず、客の購買意欲はまだ低い。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動で、売上は苦戦している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税の影響で客単価が低下している。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響は小さいと思うが、増税に伴う支払金額の増額は客の購買意欲に多少影響している。
		スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・商品や原材料等の値上がりもあって、客単価は上がっているが来客数が5%も落ちている。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動減と客の節約がまだ続いており、客の買上点数が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税直後の4～5月は客の買い控えが目立った。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・太陽光発電関係の商品の販売量は伸びず、家庭用電気機器の販売も厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動減が続いており、大型テレビ、冷蔵庫やエアコンなど高額商品の販売が不調である。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前に比べ販売量が少なくなっている。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・客の購買姿勢は慎重で売上が減少した。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・5月の連休は前年より来客数は少なく、売上も悪い。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
		その他専門店 〔ファッション 雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・来客数がかなり減少しており、平日だけでなく土日 もかなり少ない。低価格帯の商品のみ動きが良い。		
		高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・消費税増税の影響で来客数が減少しており、特に週末の家族連れ客が減少している。		
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・人の動きが悪く、来客数が減少している。		
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・客の消費を抑える動きがゴールデンウィーク後に顕著になった。記念日的な利用はあるが、外食頻度を極力減らしている傾向がみえる。		
		観光型ホテル （支配人）	来客数の動き	・宿泊客数が減少し、レストランではそれ以上のマイナスが続いている。特に高価格帯のレストランが敬遠されている。		
		テーマパーク （営業担当）	単価の動き	・来場者数は前年並みであるが、土産物の売上が落ち込んでいる。消費税増税によって旅行を取りやめるほどではないが、少し節約しようという客の意識がみえる。		
		その他サービス 〔介護サービス〕（介護サービス担当）	お客様の様子	・客や同僚との会話からは、消費税増税前と比べて大きな変化はうかがわれない。		
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後に来客数が落ち込んだ状況が改善していないので、年内の受注減は避けられない。同業他社においても同じような傾向がみられる。		
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・販売価格が下落に転じた。		
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後は新規顧客からの引き合いが減っている。		
悪くなっている		スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税増税後は客の買い控えが顕著である。一般食品や雑貨、特に日常商品の買上点数と来客数が大幅に減少している。		
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・食品や日用消耗品は例月と変わらぬ売上で推移しているが、衣料品や雑貨の落ち込みは激しい。		
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・駆け込み需要の反動減が続いている。		
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・販売量が前年の8割程度まで下がっている。		
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・消費税増税が影響して、5月の販売量は前年に比べ5%減となっている。		
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前の50%になっている。		
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動で売上の落ち込みがひどい。駆け込み需要で増えた分以上に増税後の売上が落ち込み、結果的にトータルの売上がマイナスになっている。		
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が減少した。		
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・3月には駆け込み需要があったが、5月に入り来客数が極端に減り、特に連休中は最悪であった。		
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	来客数の動き	・来客数が減少し、特に週末の動きが悪くなっている。ゴールデンウィーク後は極端に落ち込んでいる。		
		美容室（経営者）	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークがあるため例年であれば売上が良い月であるが、今年は売上と来客数がともに減少している。		
		企業動向関連 (中国)	良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地元自動車メーカーが順調なので、当社も忙しい。
				電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・駆け込み需要の影響が小さい業種なので、4月以降も消費税増税前と変わらない。一方、設備投資を前提とした商談件数は前月を上回っており活気がある。
建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き			・受注の引き合いが多くなった。		
金融業（自動車担当）	取引先の様子			・自動車部品メーカーの受注は前年を上回っている。生産コストの削減効果もあり、収益は過去最高レベルのメーカーも多い。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・自動車や建築など各需要分野において、エンドユーザーはフル稼働というところが多く、需要は底堅い。コイルセンターの加工も堅調である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・輸送用機器関連は、国内での消費税増税による減速は想定内で、世界的には受注は堅調である。電子機器関連も堅調に推移している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況は過去半年の間、大きな変化はない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・予定通りの受注量となっている。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・仕事はあるが技能者が不足しており、企業にとっては人件費がかかるため儲からない状況が続いている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で業務量は落ち込んでいるが、前回の消費税増税時よりも早い段階での回復を見込んでいる。電子商取引と小口荷主の動向が読み切れず、今後の変化を注視していく。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が一段落し、受注量は例年並みであり景気の失速感を感じない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月は新年度で受注に動きがあり、5月に入って受注量の動きが停滞しているものの、3か月前とあまり変わらない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・5月は法人決算が最も多い月であるが、利益面では前年より良くなっている法人が多い。ただし内容を見ると、売上高が増加して利益が増えているわけではなく、人件費や外注費といった経費の削減効果により利益を出しているケースが多いように感じた。
			やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）
食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き			・消費税増税後の買い控えが思った以上に深刻で、受注量の減少が著しい。
木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き			・消費税増税の影響が出ている。
化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き			・取引先が春季定期修理中であるため受注量が減少している。
窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き			・ゴミ焼却場向けの生産がわずかにあるが、全体の生産は低調である。また鉄鋼業向けの生産が振るわない状況が続いている。
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	受注量や販売量の動き			・材料や部品の価格高騰が続いており、特に原皮の値上げが収支に大きく影響している。
建設業（総務担当）	取引先の様子			・仕事はあるが、機械設備等の資機材調達費用が上昇し、人手不足により人件費も2～3割増しの状況となっている。
輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き			・3月の駆け込み需要に伴う荷動きから比べると、荷動きはやや鈍化している。
通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き			・製造業と流通業はともに大型の情報通信関連の引き合いを静観している状態である。細かな案件は継続しているが、前年に比べ動きが鈍い。
金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き			・取引先から消費税増税後は販売量が明らかに落ちているとの声を多く聞く。販売量だけで景気動向は判断しにくい。駆け込み需要のあった3か月前に比べて景気はやや悪くなっている。
	悪くなっている	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数が減少している。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・4月と3か月前の1月を比較すると、水揚げ数量は1,100t減少し、水揚げ金額は7,160万円減少した。4月単月の前年比では、水揚げ数量は200t増加し前年の196.5%、水揚げ金額は1億6,000万円増加し前年の148%であった。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	求人数の動き	・求人数が増えている。
(中国)	やや良くなっている	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・自動車・住宅・金融業からの受注、特に事務職の求人が好調である。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・企業の新卒採用意欲が前年に比較して大きく高まり、企業の採用予定数が達成できにくくなっている。特に建設業やサービス業全般において顕著である。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年と比較して増加を続けている。不安要素となっていた駆け込み需要の反動も求人数に影響することは少なかった。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・新規求人数と有効求人数はともに前年比で増加傾向で推移しているが、新規求職者数と有効求職者数は前年比で減少が続いている。新卒についても、事業主の採用意欲の高まりを感じている。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	求職者数の動き	・例年、ゴールデンウィーク明けには活発になる求職者の動きが目に見えて鈍い。予定どおり採用できない企業からの問い合わせが引き続き堅調で、消費税増税の影響は顕在化していない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	求職者数の動き	・アミューズメント関連、飲食サービス業や情報処理ソフトウェアなどの業種に関しては、今後も積極的な求人活動が予想される。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比べて2.6%の微減、新規求職者数も0.7%の微減であり、雇用環境にはほぼ変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・求職者は新規の求人需要が見込めるため、妥協することなく時間をかけ求職活動をしている。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・変化はみられない。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求人数の動き	・電気機械器具、繊維や食料品製造など、製造業での事業拡大に伴う増員募集、労働者派遣事業で好調な製造業務やコールセンター業務での増員募集などが求人全体をけん引し、有効求人倍率も7か月連続して0.9倍台をキープした。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・市内中心部ではマンションや総合病院の建設が相次ぎ、今秋開業を控えた大型商業施設の求人も増加しているが、消費税増税により個人消費は落ち込んでいる。
	悪くなっている	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (四国)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響で売上は減少すると予想していたが、前年並みにとどまった。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響は、想定よりも小さい。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税直後の4月の販売量は厳しかったが、5月は徐々に回復してきている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税増税直後の4月は前年より下回ったものの、5月は前年を上回っている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・生鮮食品は4月後半より回復している。来店客数は競合店との競争で厳しいものの、売上は生鮮食品の単価上昇で前年並みを維持できている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売量は前年を上回っている。特に週末は、おにぎりやサンドイッチが好調である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク直後は厳しい局面が2、3日は続いたが、それ以降は堅調に推移している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	来客数の動き	・4月は消費税増税の反動により化粧品・日用品部門で売上が減少したものの、5月は前年を上回っている。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・従前から比較的高額なサービスやオプションサービスの引き合いは増加していたが、最近では更に増加傾向にある。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・5月は非常に好調に推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
変わらない		競艇場（職員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークレースとボート場最大のレースである62周年レースが5月にあった。ゴールデンウィークレースの売上は、前月比10.9%、3か月前比20.7%、前年比9.5%の増加であった。周年レースの売上は前年比6.98%の増加であった。		
		美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税も定着してきている。		
		商店街（事務局長）	来客数の動き	・消費税増税後の消費の落ち込みは4月中旬ごろに底を打ち、5月は消費マインドの回復と来街者の増加に今後の手ごたえを感じている。しかし、商店街の北と南にある百貨店のうちの1つが3月末に閉店したことで、商店街の集客力に影響が出るのではと心配している。		
		商店街（代表者）	お客様の様子	・アベノミクス効果が浸透しないまま、中だるみしている。		
		商店街（代表者）	販売量の動き	・現在、設備更新等により、前年並みの売上を何とか維持している状態。販売量にほとんど変化はない。		
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税後の価格上昇に伴い、購買意欲が減退している。		
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税で単価は下落すると思っていたが、意外にも上昇している。		
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動減は想定内である。生鮮品の好調もあり、前年比プラスに回復した。		
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・建設業のお客様が減少し、一般の客はわずかに増えている。		
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・前月よりは改善しているものの、依然として売上は前年を下回っている。顧客の来店は比較的安定しているが、新規客の動きが悪く、売上増につながらない。		
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後、売上は伸び悩んでいる。消費意欲の改善はみられない。		
		スナック（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークにより来客数が減少。消費意欲は依然として低い。		
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・5月の来客数は前年より減少しており、消費税増税に加え、景気回復の鈍さが要因とみている。ただ、6、7月の予約状況は少し改善してきている。		
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・4月は消費税増税の影響で個人旅行の申込が減少したが、5月は申込が徐々に増えており、3か月前の水準まで回復しつつある。		
		タクシー運転手	来客数の動き	・仕事量の変化はない。四国霊場開創1200年の記念の年なのに乗客数は予想を下回っており、前年並みの状況にある。		
		タクシー運転手	お客様の様子	・5月は例年、月末に向け改善していく傾向にあるが、今年は全体的に客足が悪く、上向かなかった。		
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客単価は一部に回復がみられたものの、来客数の伸び悩みが続いている。		
		設計事務所（所長）	単価の動き	・建築費が依然として高止まっており、先行きは不透明である。		
		やや悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中の来街者数はかなり確保できたものの、それ以降の平日は減っている。また、夏物商戦の動きが鈍く、消費税増税の影響がまだ続いている。
				一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・消費税増税の影響から、客の購入単価が下がった。
				百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・4月からの消費税増税により高額品・衣料品などの売上が減少したものの、想定範囲内である。
				コンビニ（総務）	来客数の動き	・4月は消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられたが、5月に入ると徐々に回復してきている。しかし、消費税増税前の水準までは回復していない。
				その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・消費税増税の反動がみられる。
				その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後も飲食業には影響が少ないと予想していたが、客単価の高い業態では来店客数が減少傾向にある。
				都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・消費税増税が、来客数に影響を及ぼしている。
				住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・モデルハウスへの来客数は前月並みであるが、問い合わせの数が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪くなっている	一般小売店〔乾物〕(店員)	販売量の動き	・消費税増税により売上は伸び悩んでいる。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・消費税増税やパソコンのOSソフトのサポート終了に伴うパソコンの駆け込み購入の反動で販売量が減り、特にパソコンが激減している。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・消費税増税の反動が予想以上で、5月の新車の受注状況は前年比70%以下である。
		乗用車販売店(役員)	来客数の動き	・5月以降、新車受注は激減しており、消費税増税の反動が依然続いている。6月の受注状況が改善されなければ景気は落ち込むが、下げ止まりが見受けられると回復する。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・5月の受注台数は前年比64%と、2か月連続で大幅減となった。
企業動向関連 (四国)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	食料品製造業(商品統括)	それ以外	・消費税増税による売上への影響は大きくない。
		繊維工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で4月の売上は前年より減少したものの、5月は順調に受注があって、影響はほとんどない。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・最近、受注状況は改善しつつある。太陽光発電はもちろん、工場の増設等の受注も着実に増加している。
		金融業(副支店長)	取引先の様子	・マンション業者の販売状況が好調。仕入価格の販売価格への転嫁も進みつつある。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の4月は横ばいで推移していたが、5月の売上は連休もあり、少し落ち込んだ。
		鉄鋼業(総務部長)	受注量や販売量の動き	・主力の造船関連鋼品は、造船業界の2014年問題で本年中のデリバリー船が少なく、年初来、低迷が続いている。
		一般機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・国内外ともに受注が堅調である。
		電気機械器具製造業(経理)	受注量や販売量の動き	・得意先からの注文や出荷量に大きな変動はない。
		建設会社(経理担当)	受注量や販売量の動き	・民間工事受注量は少し増えたものの、利益は横ばいの状態。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・手持ち業務量が相当量残っているため、その消化で、売上も数か月前と比べほとんど変化がない。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・人手不足が続いている。
		輸送業(経営者)	取引先の様子	・業界のルールが大きく変わりそうな為、様子見の雰囲気があるが、概ね良好と感じる。
		公認会計士	取引先の様子	・今月の各企業の決算、月次決算等を見る限り、前年比で変動している企業は少ない。
	やや悪くなっている	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・得意先(量販店、小売店)の売上が伸び悩んでいる。
		輸送業(営業)	受注量や販売量の動き	・5月の取扱物量は、前年比20%程度減少。消費税増税による駆け込み需要の反動とみられる落ち込みが4月以降続いている。夏場にかけて、飲料やエアコン等の季節商材の動きが活発化すると期待しているが、今後の気温や天候に左右される。
	悪くなっている	輸送業(支店長)	受注量や販売量の動き	・全体的に貨物量が減少。通年は輸送量に変動は無く、消費税増税前に需要の先食いがあったとみられる。
雇用関連 (四国)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社(営業担当)	求職者数の動き	・求人はでているが、求人募集をしても人が集まりにくく、各業種で人手不足になりつつある。
		人材派遣会社(営業)	求人数の動き	・4月以降、消費税増税の影響はあったものの落ち着いた様子で、新規事業や繁忙期対応などの求人数が徐々に増えている。求職者数もようやく動きが見え始め、一時期の人材不足が緩和されている様子が見え始める。
		求人情報誌(営業)	周辺企業の様子	・業種を問わず、人材募集を積極的に行っている。現在のところは上向きの景況感だが、人材不足等により先行きは不透明。
	変わらない	職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人倍率は高水準で推移しているものの、正社員に限れば低水準のままである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・求人数は持ち直しつつあるが、従前及び欠員補充の求人が多くみられ、中途採用者や新卒者を増員しようとする企業は少ない。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・4月は各企業ともある程度強気の販促活動をしていたが、5月は販売に直結する折込チラシやテレビスポット広告の扱いが減少している。広告主には消費税増税による消費マインドの低下がみられる。実際、カーディーラーでは5月の販売が落ちたことから、販促計画を練り直している。
		職業安定所（職員）	それ以外	・4月の月間有効求人倍率は1.03倍で、3か月前より0.10ポイント低下している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・管内の自動車部品製造会社では、親会社の海外シフトに伴って受注量が減少し、人員の雇用調整を検討している。
	悪くなっている	—	—	—

## 10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (九州)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の購買意欲が非常に高くなっている。購入の決断も早く、動きが非常に活発になってきている。この状態はしばらくの間続く。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税後の売上の減少を危惧していたが、さほど影響はなく、昨年並みの売上で推移している。天候の良し悪しが来客数に影響する。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	来客数の動き	・来客数、販売量ともに増加している。
		百貨店（店舗事業計画部）	販売量の動き	・春休みから5月の連休までにかけては堅調な入店客数に支えられた。入店客数の伸びがなくなった5月中旬以降は、従来からの顧客による買上が健闘しており、消費税増税による駆け込み需要以前の状況に戻りつつある。
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税後の落ち込みは思ったより小さく、回復までに時間はそうかからない。
		スーパー（総務担当）	それ以外	・消費税増税前の駆け込み需要の影響はややあるものの、増税による買い控えはあまりない。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月末の実績は、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーともに前年比3%増である。今月は特に食パンが売れた。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	来客数の動き	・前月と比べると客の入り客数が若干増えたように見受けられる。昨年の来客数と比較してもわずかであるが増えている。客1人当たりの購入単価も若干上昇している。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	販売量の動き	・消費税増税の反動減も4月だけで、5月については、ほぼ前年並みまで回復している。賞与も前年を超える予測が出ており、来月以降の売上についても前年を上回ることが可能である。
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・ランチの注文金額がワンランク上になっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊・レストラン・宴会とも順調に予約が入ってきている。宿泊は外国人客の予約が多くなっている。
		観光型ホテル（専務）	お客様の様子	・売上は前年を上回っている。
		都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・5月は学会等で客数が多かったこともあるが、消費税が上がった分以上に客単価があがっており、売上は前年より相当伸びている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・発注の見込み客数が増えてきており、それが売上にもつながってきている。
		通信会社（販売部）	来客数の動き	・新料金プランの提供により客数が増えた。
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・ゴルフのプレー代に消費税増税分を上乗せしたにもかかわらず、来店客数は増えている。特にレストランやショップの売上も好調で、客単価も伸びている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数は減少していないが、客単価が低下している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税の影響も少しはあるが、必要としないものは買わない様子がみられる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・5月に入ると消費税増税の影響はさほどない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・我々商店街の近くにはスーパーが多く、各々毎日イベントをしている。また時間帯でタイムサービス等をしており、それを目当てに客が買物に行くため、商店街への来客が少ない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・今年は、5月の母の日に向けフェイスブックで宣伝していたので期待していたが、年々縮小傾向にある。母の日に花を贈る人は少なくなっている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・買上単価は4月に比べ上昇してきたが、5月前半は低下傾向が継続した。消費税増税の反動はまだ残っているものの、3か月平均では回復の兆しが表れてきた。当店得意の物産催事、地方拠点催事は食品に比べ工芸部門が好調である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の動きとして、非常に吟味して必要な物以外は買わないという傾向が強くなっている。1人当たりの買上金額が前年より厳しくなっている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・消費税増税や今後の先行き不安により、必要な物以外は買わない傾向にある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税後、生鮮食品はすぐ回復したが、増税前に買いだめした商品の動きは依然として厳しい状況である。
		スーパー（業務担当）	販売量の動き	・衣替えや梅雨などに対する、季節性のある商品の販売数量は、例年と比較してほとんど変化がない。新商品や話題性のある商品も売上に大きな貢献がなく、全体的に変化が乏しい。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから客数は伸び悩み、客単価も若干減少している。それに伴って売上が大きく前年を割り込み厳しい状況である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・5月になってから客の動きが鈍くなってきた。春のお出かけが一服したようだ。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・連休明けに地域振興券が発売されたが、客数は相変わらず少ない。
		衣料品専門店（店員）	単価の動き	・既にセール前の買い控えが始まっているのか、値段にシビアになっている。欲しくても予算に合わなければあきらめてしまう。消費税増税の話はあまり出ない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・4月は消費税増税に対して様々な対策を講じた結果、前年を若干下回る程度であったが、5月は4月よりも増税の反動減が感じられた。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・会社全体では売上目標をクリアするも、新車の販売が消費税増税の反動減で低調である。サービス部門はリコールがあったが、売上は堅調に推移している。
		乗用車販売店（代表）	競争相手の様子	・周りの同業者と話しても、景気が上向いている話は出てこない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・燃料油の小売価格は若干ではあるが値上げが継続し、高止まりの感がある。一般ユーザーの需要は、若干減少しているが、顧客の様子をうかがうと販売価格についてはある程度仕方ないという印象を受ける。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	単価の動き	・客の1品当たり購入単価が下がっている。数量はさほど変わらないが、客数の割合に対して商品の売上が少ない。消費税増税の影響が続いている。4月の売上は2割減だったが、今月は前年と変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	販売量の動き	・想定通り、消費税増税による反動減が継続している。特に、消費税増税前の駆け込み需要で購入された家電や消耗品、化粧品などの売上が上向かない。食品についてはほぼ回復している。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月のゴールデンウィーク期間はそこまで予約が入らなかった。ゴールデンウィーク明けも企業の動きがなかなか鈍く、下旬に少し忙しくなったという状態であった。
		居酒屋（経営者）	来客数の動き	・店に入りにする業者の声を聞いても、値上げなどで良い方向に向かっているとは言えない。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・4月はかなり悪い状態だったが、5月は何とか持ち直した感がある。去年より少し良いくらいの動きである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ビジネス出張関係の需要は堅調に推移しているが、レジャーに関してはやや弱い。特に国内情勢に不安のあるタイや自粛ムードの韓国は、大幅減である。
		旅行代理店（企画）	販売量の動き	・5月は25日時点で、国内旅行の取扱額が前年に比べ微増、海外旅行については、前年比92%と低迷している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜の動きが悪い。昼間の動きはいくらか回復する傾向にある。ショッピングセンターの客が消費税増税前のような状況に戻っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は思った以上に稼働が良かった。個人の客よりも会社関係の客の稼働が良かった。また、ブライダル関係の車利用が大変多かった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜の人出が鈍っているものの、先月から横ばい状態が続いている。
		通信会社（総務局）	販売量の動き	・サービスエリアの拡大等により売上は増加している。しかし、景気の影響ではないため厳しさは続いている。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・新商品が発売され、5月中旬から料金プラン見直しの来客数が急激に増えた。しかし、来客数ほど販売数は増えていない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・消費税増税や診療報酬・介護報酬改定に伴う個人負担増により、利用控えの状況が続いている。
		設計事務所（代表表）	販売量の動き	・消費税増税後、客の様子見が続いている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、4月と同様、来客数、客単価、販売量とも下がっている様子である。このままこの状態が続くと3月の駆け込み需要も相殺してしまうような状況である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークで出費したため、今月末は買い控えがみられる。消費税増税前の駆け込み需要の反動減で来店客数も減少した。
		一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・まだ消費税増税の影響は大きく、いくら安く販売しても客は要らない物には全く手を出さない。消費税増税前と違ってかなり厳しい。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・新茶時期はある程度期待できるはずだが、昨年を下回るの売上である。来客数が大幅に減少しており、消費税増税がかなり影響している。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が続き、大型店舗の売上が回復しない。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・消費税増税直後の4月より、5月のほうが来客や売上が少ない。客の話では、消費税増税前にある程度買物したという意識が強く、ここにきて買物への一服感が出ている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月の関連店舗の売上見通しは、97～107%である。店舗の1つは、2月の改装が功を奏し、先月から引き続き100%を超えている。百貨店については、やや悪い。婦人衣料が89%、紳士衣料が96%である一方、宝飾、貴金属が58%とかなり低い。雑貨部門はトータルで84%となっている。食料品は北海道物産展の催事効果で上がっているが、その分を差し引くと減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・5月も保存が可能な商材で消費税増税の反動減が顕著であり、回復が遅い状況である。生鮮食品等は回復してきている。
		スーパー（店長）	それ以外	・食料品では、米や日持ちする商品など一般商品の動きは悪いが、生鮮食品は前年並み以上となっている。トイレットペーパー等住居関連商品は、消費税増税前の買いだめの影響で動きがまだ鈍く、売上は前年比97%で推移している。
		スーパー（統括者）	販売量の動き	・既存店の売上高は3か月前よりも減少している。また、前年と比較しても減少している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・まだ消費税増税による買い控えがまだ続いている。客単価、客数ともに前年よりも少ない。本部主体のいろいろなフェアを開催しているが、なかなか客単価及び客数が回復しないのが現状である。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		衣料品専門店 (チーフ)	来客数の動き	・消費税増税後から今まで客数が非常に減少し、売上も悪くなっている。キャンペーン等の前倒しで、客の呼び込みを図っている。	
		家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・消費税増税前の反動の影響が大きく、販売量・来客数ともに目標を大きく下回っている。	
		家電量販店(広報・IR担当)	販売量の動き	・回復傾向は見受けられるが、消費税増税の駆け込み需要による反動減の影響がまだ続いている。	
		乗用車販売店(従業員)	お客様の様子	・消費税が上がったばかりで、客も慌てて買わなくてもよいという気持ちがある。	
		住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・今月の売上は消費税増税前までの水準に回復していない。来客数も少なく、毎月のキャンペーンの結果も良くない。	
		その他専門店 [書籍](地区支配人)	販売量の動き	・消費税増税から2か月経過するも、客の購買力に変化がみられない。売上が伸びてこない。	
		高級レストラン(専務)	来客数の動き	・外食する客の数が少なくなっており、地方の景気は上向いているとはいえない。	
		高級レストラン(社長)	来客数の動き	・消費税増税の影響で客の動きが悪い。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・前年同時期よりも確実に客数が減ってきている。加えて客単価も若干減っている。昨年と比べてドリンクを注文する方が少なく、セーブされている。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月、人は動いていたようだが、タクシー利用は少なかった。	
		美容室(店長)	来客数の動き	・来客数が減少している。子供のカットなどは料金の安い店に流れている。	
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・マンションと土地分譲注文住宅は、消費税増税後の反応が非常に鈍い。来客数も落ちてきており、成約率も下がってきている。今後の動きに期待したい。	
		悪くなっている	一般小売店[鮮魚](店員)	来客数の動き	・来客数のあまりの少なさに限界を感じている。廃業を視野に検討している。
			百貨店(営業統括)	単価の動き	・5月前半については、4月の消費税増税による反動減の持ち直しがみられた。しかし、ゴールデンウィーク以降は、天候の影響もあり衣料品の売上が伸び悩んでいる。
百貨店(企画)	来客数の動き		・4月より上向いているが、依然として来客数及び売上が厳しい状況である。ショッピングセンターの店舗の来客数は前年を上回ってきた。		
スーパー(店長)	販売量の動き		・客数の減少もさることながら、客の買上単価と買上点数がかなり落ち込んでいる。		
スーパー(総務担当)	販売量の動き		・来店客数に大きな減少はないが、消費税増税前の駆け込み需要の反動減で販売量が落ちている。生鮮品及び生活必需品については若干の減少だが、衣料品・サービス品が大きく減少している。高額品や耐久消費財は、慎重に選択のうえに購入されており、販売数の落ち込みが懸念される。		
衣料品専門店(総務担当)	お客様の様子		・消費税増税の影響は正直想像以上に大きく、一部の高額品の客に関してはそれほどではないが、中核ゾーンの客の動きが極端に鈍くなっている。		
家電量販店(店員)	販売量の動き		・消費税増税後、家電では大物商品が止まっている。消費税増税前の駆け込み需要の反動で、4月、5月はかなり下がっている。		
企業動向関連(九州)	良く なっている やや良く なっている		○	○	○
		農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税による消費の落ち込みを懸念していたが、全般的にその影響はほとんどなく、売上は計画通り上がっている。豚流行性下痢(PED)の影響で、豚の素材原料の品不足及び値段の高騰により、加工メーカー筋が鶏に大幅にシフトしている。スーパー、居酒屋も新年度に入り順調な流れで、特に自社加工品については引き合いが強い。	
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税は、駆け込み需要など我々メーカーには刺激になった。現場では、景気が少しは良くなるのではといった期待感や願いが感じられる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・全般的に上向いているといった印象である。大量に作る特注家具のコントラクト家具市場では、平均受注単価が前年同月と比べて19万円から20万5千円と10%以上上がった。これは、ほとんど受注がなくなっていた高額商品が多少動き出したことが要因である。安いアジア製の家具ばかりが出回っていたが、円安で価格が上がったにもかかわらず、イタリアやドイツなどの高額商品の受注が増えた。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・前月にはみえなかった今後の受注量の確保の動きがみえてきた。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先の受注状況ヒアリングでは、物も人も動いているようだ。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響はなく、清酒の売上が伸びている。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・運送業顧客の様子をみると、事業所は拡大しているがドライバーの人手不足となっており、頻繁に採用面接している。また、不動産業の顧客からは、土地建物の買取希望があり、情報提供を求められている。銀行からの借入も積極的で、ここ1年以上不良債権が発生していない。
	変わらない	農林水産業（営業）	取引先の様子	・畜産業界の市況は景気に左右されていない。価格が高騰するも販売は順調に推移している。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格がなかなか上がらないので、厳しい状況である。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・発注数量が比較的多く、工場の稼働率が高い状態で安定している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月は消費税増税でいくらか落ち込むのではないかと心配していたが、売上は前年よりも良くなっている。また陶器市の期間中、人出は若干少なくなっていたが、売上自体は昨年以上で、多いところは列を作るほどの盛況ぶりであった。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月の受注量は5月のゴールデンウィークを控えた駆け込みがあったが、ゴールデンウィーク明けの動きが悪くなっている。月々の平均からすると3か月前とそう変わらないが、月々の変動が激しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動を懸念したがそれほど影響はなく、受注量に大きな落ち込みもなかった。今月は前年同期以上の売上になった。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの受注量が安定しない。変更も多く非常に不安定で、短期的な計画を立てにくい。結果的に遅れて発注されるため、コストの問題もあり平常の操業ができない。
		その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・話しばかりが先行し、生産量が上向きになると言われながらもなかなか上がらない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・倉庫で預かっている荷物が動かない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・円安等による原料費や燃料費の値上がりで収益が悪化している先がみられる。一方、百貨店、家電販売などでは、高額の商品の販売が比較的好調で、消費税増税前の駆け込み需要の反動減は予想ほどみられない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先であるマグロ加工の食品卸業者は、前年比で売上高が減少している。卸先であるスーパーでの売れ筋が良くない。消費税増税の影響で、し好み品であるマグロに消費者の手が届かないのではと推測している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・貸出金の増減はない。倒産件数は低水準を維持している。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・4～5月にセミナーを開催したので関係ある行政や企業を訪問した。しかし、時期が悪かったせいもあるが、訪問先は新しいことへの取組について消極的な態度である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注金額・件数及び問い合わせ件数に大きな変化がみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村から高齢者や障害者の福祉に関する調査や計画策定支援の業務が多く発注されている。その多くがプロポーザル形式となっており、企画提案書が優れているものに発注されるようになってきている。受注できれば売上が多くなるが、受注できなければ売上増は見込めない。受注できるかどうかは企業次第となっているが、できない企業の方が多い。
	やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・取引先が経費削減に必死に動いている。こちらとしては運賃の値上がりなど経費が増えているので、このような取引先の動きは負担になる。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で荷物の量が落ちている。
		新聞社（広告）（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税の影響のためか広告主の出稿マインドが全体的に鈍く、前年の90%に届かない状況である。化粧品関連が170%と好調だが、それ以外は軒並み前年割れとなっている。地元への出稿が伸び悩んでいるが、東京、大阪への出稿量は前年の約2倍に伸びている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で非常に悪い。4月と比べると良くなった感があるため、深刻さは感じていない。
	悪くなっている	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・社員、作業員は暇なく働いているが、公共工事の積算や民間見積の指名や依頼が減少している。官公庁の発注が早ければよいが、県の前倒しの発注を期待している。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
(九州)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・タレント派遣を行っているが、新規CMや新番組のキャスティング依頼が増えた。広告予算を取れる企業が増えてきたようだ。また一般派遣においても、時給単価を従来よりも高く設定できる企業が増えた。
		人材派遣会社（営業）	雇用形態の様子	・有期雇用での派遣活用も求人数も伸びているが、紹介予定派遣を含めた契約社員以上の直接雇用の伸びが大きい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が、前年度比で増加傾向にあり、増員や新規事業立ち上げ等の求人がみられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・5月の新規求職者数は増加しているが、これは3月以降退職する者が多いため例年の傾向である。新規求職者数は前年比で減少傾向にある。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・派遣終了者が減少し、継続して雇用する傾向が出てきている。人材紹介分野も依頼が増加している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・企業からの中途採用求人数は、前年比で1.2倍程度増加している。ハローワーク等に求人を出しても応募者がいないとの理由で学校を頼ってくるケースが多い。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・4月以降、求人数は前年実績を下回っている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・注文数や求人誌等の件数も減ってきていて、大分落ち着いた。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・弊社が独自で行っている求人取扱い件数が前年を下回った。消費税増税による先行き不安で、雇用の弁が一時的に塞がった。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税増税後、消費の低迷がみられる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・少しずつではあるが、流通、飲食関連の求人募集で正社員雇用が増えてきている。ただ、景気を押し上げる大きな流れまでなっていない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・製造、建設関係は消費税増税の影響か求人を控える傾向があったが、ようやく一部に動きがある。ただし、地元中小企業の動きはまだ鈍い。	
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数の伸びが鈍く、景気の上向きを示す指標と、派遣労働者の新規、追加・増員の需要が一致していない。	
	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・求人数は1月ごろまで前年を上回っていたが、2月以降は微増にとどまっている。	
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	それ以外	・順調に伸びていた新規求人倍率が低下しており、就職率についても低下してきている。しかし、人手不足に関する相談が増えており、企業活動への影響を懸念する声が多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪く なっている	—	—	—

### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)	良く なっている やや良く なっている	スーパー（販売 企画担当）	単価の動き	・1品単価と買上点数の両方でアップし客単価が伸びている。牛肉や卵などが貢献している。
		一般小売店〔菓 子〕	販売量の動き	・消費税増税の影響による販売の減少はあまり感じられない。
		一般小売店 〔靴・袋物〕 (経営者)	来客数の動き	・海外からの観光客が増えている。
		百貨店（営業企 画）	来客数の動き	・売上は、前年同月並みで推移している。増税前に比べると当然ながら伸びは鈍化しているが、最近雑貨強化策として一部フロアの改装を行い、音楽関連ショップやキャラクターものの販売コーナーを導入したことが功を奏し、来客数では10%の伸長となった。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・前年より大雨の日数が少なく、来客数が3%伸びている。
		通信会社（店 長）	来客数の動き	・近く料金プランが新しくなるため予約の客が多数来店している。毎月の支出にかかわることなので、消費者は敏感である。
	変わらない	コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・近隣に年配の方が多く住んでおり、消費税増税には関係無く近くで買物をするので、来客数は減っていない。
		コンビニ（エリ ア担当）	販売量の動き	・消費税増税の反動を乗り越えた感じはする。客単価も前年並みで買い控えは無い。ただ、たばこは買い控えや客離れの傾向がある。来客数は前年より2%ポイント下がっている。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・消費税増税の影響はあまり感じないが、相変わらず購買客が少ないのが続いている。
		その他専門店 〔楽器〕（経営 者）	販売量の動き	・来客数は増えているが、売上は前年を割っている。商品が行き渡っており新規の客がいない状況と、インターネットや他店との競争で厳しい状況を再認識している。外国人客は増えているが、沖縄関連の商品には関心が無い。
		観光型ホテル (マーケティング 担当)	販売量の動き	・3か月前と同様に、稼働率が前年同月実績を下回っている。ゴールデンウィーク期間も今年は日並びが悪く、例年より需要が低かった。
		ゴルフ場（経営 者）	単価の動き	・利用人数は増えているが、客単価は下がっている。景気は上向きでも下向きでもない。
		住宅販売会社 (代表取締役)	来客数の動き	・住宅など建築に関する相談は3か月前と比較して大きな変動は無く、順調に推移しているとみられる。
		住宅販売会社 (営業担当)	販売量の動き	・来場客数は過去2年さかのぼっても変化は無いが、4月の消費税増税後ということもあり、慎重になっている気がする。
	やや悪く なっている	その他専門店 〔書籍〕（店 長）	販売量の動き	・3か月前は若干の下げ止まり感を感じていたが、今月に入り前年比で下げ幅が大きくなっている。
旅行代理店（マ ネージャー）		販売量の動き	・ピンポイントで必要なお金は使うが、全体的には落ち着いている。	
悪く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・個人の小売店、特に衣料品等の販売が相当落ち込んでいるようである。客単価もなかなか上がらず、国は景気が良いと言っているが、一部ではないかとみている。中心商店街の、特に衣料品関係は世代交代の問題があり、販売量も日々落ち込んで、大変四苦八苦している状況である。	
	家電量販店（総 務担当）	販売量の動き	・増税後の反動がまだ抜けない。	
	その他飲食〔居 酒屋〕（経営 者）	それ以外	・連休後、例年以上に売上が落ち込んでいる。売上は上がらないのに、極端な人手不足でスタッフが疲れている。採用難で人件費がどんどん上がり、必要な人員の80%しかいないのに、人件費総額は前年比で140%と恐ろしい状況が続いている。	
企業 動向	良く なっている	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (沖縄)	やや良くなっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前期発注された公共工事が着工され、前年比で増加している。民間はやや増である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築の申込件数及びリフォーム契約件数が増加している。
		輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・宮古島を中心に、公共工事が堅調に推移している。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・県外の量販店、外食店の県内出店が続いていることや、観光客数の増加による。
	変わらない	通信業（営業担当）	取引先の様子	・安価ではあるが、仕事の確保に困っている様子はない。経験のある要員の確保が難しいので公の人材育成委託事業等を利用した要員の確保を進めながら仕事の受注を増やしている状況にある。要員のスキルアップが実現するまで安価な仕事の受注から脱け出せない状況にあるので景気の状況は変わらないと考えられる。
	やや悪くなっている	○	○	○
雇用 関連 (沖縄)	悪くなっている	食料品製造業（総務）	それ以外	・食肉に関しては原料上昇に加え、原料供給不足もあって製品の原価上昇、供給不安がある。
	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新規の派遣依頼、既存ユーザーからの追加派遣依頼が出てきている。依頼数は確実に増加傾向である。
		人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・企業の求人は堅調である。新規先からの問い合わせや求人依頼が増加している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒対象の求人が増えている。職種も幅広くなっていると感じる。
	変わらない	—	—	—
やや悪くなっている	—	—	—	
悪くなっている	—	—	—	