

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北海道)	良くなる	家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減はほぼなくなっていることから、2～3か月後には通常の状態に戻る。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・少しずつではあるが来客数が戻りつつあり、消費税増税前の雰囲気に戻りつつあることから、2～3か月後にはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・夏まつりシーズンになること、観光客が例年並みまで回復傾向にあることに加えて、当地域において全国規模の大会が行われることから、入込客の増加にともなう関連業種での売上増加が見込める。また、当市の商店街振興組合連合会による新規事業が夏まつり期間中に実施される予定であるため、地元住民の来街機会の増加による飲食関連業種の売上増加も期待できる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・中国からの観光客が戻りつつあり、高額のごんぶをまとめ買いする中国人観光客も散見されるようになってきた。特に今年は豪華客船が連続して寄港する予定であることから、今後の売上増加に期待が持てる。ただし、日本人観光客が相変わらず増えていないことから、まだ本物の景気回復とは言えない面もある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・消費税増税の影響も大分薄れてきている。また、夏季のボーナスの支給額が大手企業を中心に増えていることから、客の財布のひもが少しは緩んでくる。これらのことから、今後は景気がやや上向くことになる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上の金額自体は依然として厳しい面があるが、高額商材が売れてきていることもあり、今後については期待が持てる。
		百貨店（売場主任）	・買物をしなかった客もセールを気にかけている様子が強く感じられることから、ボーナスの支給と秋物商材への切替が客の購買意欲の回復につながる。
		百貨店（売場主任）	・セール以降は客の買い控えが緩和してくる。
		百貨店（販売促進担当）	・今後は来客数や買上率がプラスに転じ、客の購買意欲も消費税増税前の水準まで戻ることになる。懸念材料は、冷夏と予想されている気候が、どの程度影響を及ぼすかが不透明な点である。
		スーパー（店長）	・消費税増税前によく売れた化粧品やくつ、かばんなどがまだ回復していないため、上半期全体に影響が生じているが、秋冬シーズンになれば新商品の発売などで傾向が変わることになる。
		スーパー（店長）	・消費税増税により消費マインドが落ち込んでいるが、増税後に販売量の落ち込んだ商品群は確実に回復している。販売する側として、より消費を喚起させる品ぞろえや、品質、機能、便宜性を打ち出す工夫があれば、消費につながると期待している。
		衣料品専門店（店長）	・客の様子に何となく明るい兆しがみえてきているため、今後についてはやや良くなる。
		家電量販店（地区統括）	・4Kテレビのソフトが増えてきている影響で、4Kテレビの需要が微増しており、そのことが家電需要落ち込みのカンフル剤になる。
		乗用車販売店（従業員）	・4月は消費税増税前の駆け込み需要の反動があり、5月もその影響があったが、6月にはあまりみられなくなったことから、来月以降はやや良くなる。
	観光型ホテル（スタッフ）	・社員旅行やグループ旅行の予約が好調である。外国人客もツアーの設定数が増加傾向にある。	
	旅行代理店（従業員）	・一般的にボーナスの支給額が増加傾向にあるため、今後の個人需要が期待できる。	
	旅行代理店（従業員）	・夏場には季節運航便が就航し、航空機の座席供給量が増加するため、外国人客、国内客ともに旅客数の増加が期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		旅行代理店（従業員）	・最近、2～3か月先の旅行に関する問い合わせが増えているため、やや良くなる。
		タクシー運転手	・これから夏休みなどで観光客の入込が期待できる。消費税増税の影響による乗り控えも徐々に改善されることを期待している。
		タクシー運転手	・来月分の見積りや空き状況などの問い合わせが少しずつ増えてきている。
		観光名所（従業員）	・現在のマイナス要因は天候不良のみであり、毎年の霧のシーズンも終わったことから、今後についてはやや良くなる。今後、猛暑になるようなことがあれば、地域特性からも一層のプラスが期待できる。
		商店街（代表者）	・2～3か月後は秋物商材の立ち上げ時期となる。天候次第ではあるが、単品買いやバーゲン待ちの客が多いことから、シーズンオンに入ってからすぐに秋物商材を買うわけではなく、バーゲンなどを待つ状況が続く。
		商店街（代表者）	・世の中全体に変化がみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		商店街（代表者）	・観光産業の状況は深刻であり、6月は来客数や販売量を前年比で25%以上落としている観光施設も多くみられた。外国人観光客の立ち寄り先が比較的好調であるのに対して、それ以外の観光施設では落ち込みが目立っていることから、日本人観光客が急減していることがうかがえる。修学旅行生も激減している。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減から徐々に持ち直してきてはいるものの、大きく回復する力強さまでは感じられない。夏への季節変わりセールによる回復も期待していたほどではないため、今後についても変わらない。
		百貨店（役員）	・好材料が見当たらない。
		スーパー（企画担当）	・当初、予想されていたような冷夏予想が遠のいていることから、消費へのマイナス材料は若干弱くなった感があるが、一方で、消費者の慎重な購買動向が徐々にみられるようになってきていることから、先行きの消費について予断を許さない状況にある。
		スーパー（役員）	・当初、6月には来客数や1人当たりの平均買上点数などが回復するとみていたが、回復が遅れている。今後の原料価格やエネルギーコストの値上げ予測などから、多くの商品で値上げが実施されていることが消費者の購買意欲を下げていく。この状況は、客の実質所得が上がるまでしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・現状は天候要因による減少が大きい。6月後半の気温上昇の際の回復具合から、今後、売上が増加する部門は限られる可能性が高い。消費税増税以降、一般消費者の低価格指向は強まっている。
		衣料品専門店（経営者）	・夏場の衣料品の客単価が下がっている。秋物商材への切替を早めて、高額商品の展開を図るように、販売戦略を見直すことが求められている。
		衣料品専門店（店長）	・電気料金の値上げやガソリン価格の高騰が影響してくる。
		家電量販店（店員）	・長期予報のとおり冷夏になれば、7～8月の売上が期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車市場は回復基調とみられているが、足元の受注状況としては、依然として消費税増税前の駆け込み需要の反動減に直面しており、本格的な回復が見通せない状況が続いている。
乗用車販売店（従業員）	・景気が上向きような要因が見当たらず、秋の農作物の豊作に期待している。		
乗用車販売店（役員）	・業種、地域によって差が出てきている。メーカーも当初計画と比べて、回復が遅れてきていることを認めており、景気が上向きに転じるにはもう少し時間がかかる。		
自動車備品販売店（店長）	・前年の水準までは回復するとみているが、景気が良くなっているとは感じられない。		
高級レストラン（経営者）	・景気が良くなるような兆しは見当たらない。景気が良くなるのは、公共事業などにかかわる一部の業種とみている。		
高級レストラン（スタッフ）	・食材の原価高が響いているため、経営状況は良くないが、ランチだけでも集客が良くなれば気持ちが上向き。好調な建設業界が高級店も利用してくれることを期待している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		観光型ホテル（役員）	・外国人の先行予約状況は良いものの、国内ツアー客が大きく伸びる要素はない。貸切バスが不足しているなか、貸切バスの安全性向上を目的とした新料金体系が導入されることで料金が高くなり、利用敬遠につながる事が懸念される。		
		タクシー運転手	・観光客が増加しているが、タクシー利用は増えていない。タクシーの利用は天候に左右されるため、7～8月も前年並み程度で推移する。		
		タクシー運転手	・現状からは、今後についても厳しい面がある。まずは人材の確保が鍵になってくる。その上で、今後、消費拡大に進む傾向が表れることになれば、先行きに明るい兆しがみえてくる。		
		通信会社（社員）	・景気が良くなるきっかけが見当たらない。今後に期待させるような経済動向がまだまだみえないため、消費者も節約重視の姿勢を崩さない。		
		観光名所（職員）	・消費税増税や電気料金の値上げなど、消費者心理を圧迫するような懸念材料があるため、今後も変わらない。		
		美容室（経営者）	・5～6月と連続で安定した売上が続いており、今後も同じように推移する雰囲気がある。そのため、しばらくは大きく売上が変動するような状況とはならない。		
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年どおり、今後、夏に向けて観光客がピークを迎えることになる。		
		住宅販売会社（経営者）	・株価が踊り場を迎えており、消費税増税の影響が今後もまだ続く。		
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・そろそろ消費税増税前の水準まで売上が回復することを期待したいところだが、ケース買いやまとめ買いなどが少なくなっており、来年に予定されているさらなる消費税増税まで現在の傾向が続く。		
		スーパー（役員）	・従業員を募集しても集まりにくくなってきていることから、人が都市部に流れているようであり、地方都市の景気はマイナス方向に向かっている。		
		コンビニ（エリア担当）	・夏場に売れる飲料水やビールの販売量の減少が続いていることから、今後の売上は厳しくなる。		
		コンビニ（エリア担当）	・エルニーニョ現象の影響で冷夏が予想されているため、夏型商材である飲料水、アイス、ビールなどの売上が減少することが懸念される。当地の主要産業である水産業については、さけ、ますが良好で、昆布が悪く、地域によってばらつきが生じており、夏に向けてあまり良い話が聞かえてこない。		
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・石油製品価格が下がるような要因が見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。		
		通信会社（企画担当）	・当社、競合他社ともに、夏に提供するサービス、商材が出そろい、店舗間の競争が激しくなっている。		
		パチンコ店（役員）	・良くなる要因が見当たらない。		
		住宅販売会社（役員）	・客の分譲マンションに対する反応は二極化してきている。前年度までであれば、立地条件の悪い物件であってもある程度売れていたが、今年度に入ってから、立地条件の良い物件の売行きは良いが、そうでない物件の動きが悪くなってきている。このため、分譲マンション市場全体としては、市況が悪化することになる。		
		悪くなる	○	○	
		企業動向関連 (北海道)	良くなる	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・さらに受注量が増加する気配がある。
			やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・高付加価値商品の引き合いがやや増えてきている。
家具製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による受注減もあと数か月で収まることになる。				
建設業（経営者）	・土木建築、官民ともに発注が進み、工事の最盛期を迎えることになり、人、物、金の稼働が活発になる。一方で、人手や機材の不足による工程遅れ、資機材価格の高騰による原価上昇など、懸念材料も多い。				
その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・未確定案件がそろそろ確定しそうであるため、今後、案件が実際に動き出すことが見込める。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・2～3か月先の商談、引き合いが生じているため、今後についてはやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・繁忙期を迎えて、客先も仕事量を多く抱えている。一部商品の欠品がみられるものの、今後の販売量は確実に増えることになる。
	変わらない	建設業（従業員）	・公共工事、民間建築工事とも、受注は堅調であり、配置人員も空きのない状況が続く。
		輸送業（営業担当）	・6月前半まで気温が高かったことから、農作業が順調に進んでいる。6月初めまでは水不足の地域もあったが、その後、北海道全域に降雨があったことで解消している。6月15日現在の農作物の生育状況をみると、秋まき小麦は北海道平均で例年よりも5日早く、ばれいしょはやや早く、てん菜は3日早くなっており、今後も好天が続くことになれば、農作物の順調な輸送が期待できる。
		輸送業（支店長）	・取引先の状況をみると、受注量を優先するような傾向はみられず、収支改善に向けてある程度の選定を行っているところが多くなっている。ただし、物流事業者としては、安定数量の確保と車両不足にともなう運賃改定が必要となっている。
		通信業（営業担当）	・案件数から考えて、今後も現状のやや良い景況感が継続する。
		金融業（企画担当）	・観光は外国人観光客の増加により堅調に推移する。個人消費は消費税増税の影響が薄れることや雇用環境の改善が続くことなどから持ち直す。建設関連は工事が十分にあるが、人手不足が深刻化する。
		司法書士	・消費税増税の影響が続いているため、住宅建築の受注や不動産売買の取引が低調に推移している。建築については建築資材価格の高騰なども影響している。これらのことから、今後の景気が大きく変わることはない。
		コピーサービス業（従業員）	・客の動向や受注内容をみても、急激に景気変動するような様子は感じられない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・天候が不順で冷夏が予想されているため、夏物需要が盛り上がりづらいとみられる。
金属製品製造業（従業員）		・4月の建築確認申請及び住宅着工の件数が減ったため、今後についてはやや悪くなる。	
建設業（従業員）		・建築工事費の高騰により、入札の不調や計画案件の中止、中断が続いており、稼働する仕事量が不足する恐れがある。	
司法書士		・地方への経済対策がないに等しいため、今後、不動産を購入するような余裕が客先に感じられない。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数の増加により、採用数も増えることが見込まれる。また、企業は増員により、営業活動をさらに強化することになり、業績が向上することで、景気にプラスの影響を与えることになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・4～5月に前年、前々年の求人数を下回る業種が増えたが、6月に入り減少傾向にブレーキがかかり、一部では再度求人数が増加した業種もみられたことから、今後についてはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・労働力不足の影響が各業種とも大きくなると見込まれる。このことが賃金上昇などにつながり、さらに景気を底上げしていくことを期待している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・どの企業も当初の新卒採用予定人数を変更し、増やしていることから、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今年3月をピークに求人数は微減で横ばい傾向となっている。求人が繰り返されることが多く、特に土木建設関連の若年労働者、コンビニや飲食などのサービス業の人材が不足気味である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きく景気が悪くなるような要素はあまりないが、地方都市においては、現政権の経済対策効果は目立って感じられず、給与所得が改善するような動きもみられないため、現状のままで推移する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例年と同様だが、農産物の収穫作業のピークを迎えて、農業関連による雇用が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税により、現政権の経済対策の景気効果が一旦落ち着き始めているため、この先は横ばいかやや下向きで推移する。
		職業安定所（職員）	・円安による燃料価格の高騰が続いていることや、消費税増税後の増税分を価格に転嫁できないことで、徐々に体力を消耗している企業があり、それらが倒産予備軍となっているため、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)	良くなる	コンビニ（店長）	・全店舗ともに外部環境や競合店の影響もなく順調に推移している。夏も平年並みの気温との予測なので最盛期への期待が高まる。豪雪地で冬場が厳しいので少しでも貯蓄したい。最近、数年前に比べ若年層の来店数と購入率が増えている。
		高級レストラン（支配人）	・売上、来客数共に増加の傾向にある。
タクシー運転手		・駅まで客を乗せることが多いが、駅近くの駐車場にいる観光バスはいつも満員となっている。また、近くの野球場もとにかく人で溢れている。このような状況なのは余裕があるからで、これからもどんどん良くなっていく。	
やや良くなる		商店街（代表者）	・消費税増税の問題もそろそろ落ち着いてきている。このまま天気に恵まれれば人出も期待でき、中元商戦にも明るさが感じられると期待している。
		商店街（代表者）	・これから夏に向けて夏物の需要が高まり、来客数の増加、人出の増加が見込まれている。さらに、最近の傾向として客単価が少し上昇してきているので、今後、景気は少し上向きになるものとみている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・前回の消費税増税時に比べて、今回の消費税増税の影響からの回復は多少早くなり、2～3か月後には上昇気流に昇っていくとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・祭りやお盆があるので需要が増える。
		百貨店（総務担当）	・前期決算が好調に終わった企業が多く、夏のボーナス、株主配当などが上向いているなかで、徐々に消費に回って景気が良くなると期待している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が和らぐことが予想され景気は回復していくとみている。ただし、現状で苦戦している宝飾品、ブランド品などの高額商材がどこまで回復するかで業績が左右される可能性はある。
		百貨店（経営者）	・企業業績向上によるボーナスや株式配当の増額など、徐々にではあるが消費の喚起にはプラスに働いていくとみており、現在低調の高額商材の動向がポイントとなる。また、各メーカーの新製品の発売なども刺激となる。
		スーパー（経営者）	・夏のボーナスが出て天候が暑くなれば、前年よりも良くなる。
		スーパー（店長）	・値頃であれば高単価なものも動きが良く、冷夏で水を差されなければこの状態はしばらく続く。
		コンビニ（経営者）	・前月に比べ客単価、買上点数共に増加しており、消費税増税は織り込み済みの感となっている。また、冷夏予想に微妙な変化が出てきており、気温が高くなり売上が好調になることを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・冷夏予報が一転したため、飲料、アイスなどの販売量増加が見込まれる。
		コンビニ（店長）	・天候次第ではあるが、農繁期に差し掛かっており来客数増加が見込まれる。競合店の出店がない限り例年どおりの推移である。
		家電量販店（店長）	・この春からの給与の底上げなど、客からも少しずつ景気が良くなっているという話がある。全体的に消費税増税前の駆け込み需要の反動減は一服しており、夏のボーナス商戦に関しても売上は戻りつつある。落ち込みの底はもう脱しており、7～8月からは前年並みに戻るとみている。
		家電量販店（従業員）	・高額でも価値ある商品、より良い商品を求める流れは続いているので、来客数が回復すれば売上も良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の買い控えは薄れつつある。また、商戦も夏季ボーナスの増額によるボーナス商戦を契機に弾みがつき、秋口あたりから普通の状態になるのではないかと期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で早期購入した客が一段落してくる。
		乗用車販売店（店長）	・新規客の来客数の改善だけではなく既存客の入庫台数も前年超えが確実にようになってきており、半期決算に向けての好材料となっている。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税後3か月でおおよその消費者は消費税増税を受け入れている。住宅もある程度建っているため、それに入れる耐久消費財や家具も販売量が少しずつ戻るので若干は良くなるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税以来、雑貨、ホビーといった趣味や非日常的な業種の売上の減少が続いているが、すべての業種が減少傾向を継続しているとは言い切れない。
		一般レストラン（経営者）	・梅雨が明けて暑くなれば客は出てくるが多くなるので、今後は消費と動向も良くなっていくとみている。
		観光型旅館（経営者）	・8月の予約が今までよりやや先行して入ってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・活性化のための投資や営業形態の変更、及び新規雇用による人員の新体制も整い、この先の期待が持てる。
		テーマパーク（職員）	・7～8月に掛けて観光業の需要が増える。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・秋から冬の先行案件の引き合いも好調であり、このまま推移するとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・開発した宅地に徐々に客が付き、建築予定が出てきている。
変わらない		商店街（代表者）	・物価の値上がり感が少しずつ影響しているように見える。商品に8%以上の値上がり感が出たら低価格販売商店にとってはつらいところである。
		商店街（代表者）	・来街者の日常の消費行動はほぼ元に戻っているが、景気が上向くにはまだまだ時間がかかる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客との会話や、他店、支店の様子などをみればこのままの状態が続いていく印象を受けている。消費税に関しては、客との会話のなかでも「高くなった」という話は無かったので、このまま必要なものは購入していくとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・販売量の落ち込みは今後も続く。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税後は自分に掛ける金額が決まっており、イベントやオケージョン以外で高い金額を出して買う客は少なくなっている。また、フリー客の減少も目に見える程に進んでいる。顧客だけでは売上を確保出来ず、フリー客を増やす事はかなり難しいがここが緊急課題である。
		百貨店（経営者）	・大都市圏ではインバウンド効果や大手企業の業績向上による消費の拡大など、景気の上向き要因がみえるようだが、地方に関してはまだまだその効果がみえる段階にはない。
		百貨店（経営者）	・消費者の慎重な買い方は続いており、当面は現状のまま推移する。
		スーパー（経営者）	・雇用環境が改善し採用が厳しくなってきた反面、非正規社員の採用時給も急上昇している。一部食料品などの値上げもあるが、賞与も前年以上に支給されているようであり消費回復を期待している。エルニーニョ現象の影響で心配されていた冷夏も例年どおりの暑い夏になるようである。ただし、消費回復までにはもう一歩であるとみている。
		スーパー（店長）	・相次ぐ競合店のオープンで価格競争が激しさを増しているなか、ガソリンを含む各種原料の原価高による値上げも続いている。客の節約傾向も続いており今後もこのような状態は変わらない。
		スーパー（店長）	・消費税増税後に客の購買意欲が下がっており、今後も変わらない。
		スーパー（総務担当）	・来客数は落ち込んでいるものの客単価は若干上昇している。売上はほぼ前年比100%で推移しており当面この傾向が続く。
スーパー（営業担当）	・競合店、自社共に消費税増税後の消費を拡大するために、企業努力で価格の打ち出しをおこなっている。今後懸念される重油価格高騰などで、製品原価の引上げによる商品の値上がりは景気の上向きを足踏みさせる恐れがある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業担当）	・消費税増税後の消費者は、ますます価格に敏感になってきている。食品が中心のスーパーマーケットでは競合店間でチラシ投入回数増加やチラシ価格の強化、またポイント付加などの販促策が一段と強化されており、各社とも来客数確保に必死な状況になってきている。
		コンビニ（経営者）	・周辺の競合店も苦戦しており、もうしばらくこの傾向は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・エルニーニョで気温が上がらないと予測されており、購買意欲の向上には至らず、現状と同様に前年比を維持するにとどまるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税から既に3か月が経過しているが、今頃になって8%の重みを感じている人たちが多くまだまだ改善には遠い。
		コンビニ（店長）	・市内の店舗の出店状況が落ち着いており、それほど変動がない状況が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては、消費税増税の影響による落ち込みからの回復は遅くなるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・中元商戦で客を取り込むために、得意先訪問、ダイレクトメールなどを実行しているが、あまり反応が良くない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響か、衣食住のうち食、住が優先で衣まで回らないようである。
		衣料品専門店（経営者）	・夏のセールが最終になり秋物の立ち上がりの時期であるが、まだまだ暑さが残るなかであり、売上にはつながらないとみている。
		衣料品専門店（店長）	・ある程度の金額が支払われる業種であるので、ボーナスの支給状況や秋口の天候からの予測にもよるが、スーツ、フォーマルなどに関してはしばらく様子見の厳しい状況が続くとみており楽観視はできない。
		衣料品専門店（店長）	・予報どおりエルニーニョの影響で東日本が冷夏となった場合、好調に推移しているカジュアル衣料でも夏物商材の動きが鈍くなる。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズの浸透により半袖シャツ、スラックスが非常に伸び悩んでおり、今後は天候による影響が多いと懸念している。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税後で購買意欲もまだまだ鈍い状況であり、景気の改善を実感できない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後の来客数が改善されていない。
		家電量販店（店長）	・ボーナス商戦に期待したいが、季節商材の売上増加が見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・新型イベントに乏しく、消費税増税前の駆け込み需要の反動減からの回復はあまり期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税も大分浸透してきており、客も少し忘れかけてきているようだが、それにはまだ数か月かかるかとみている。
		住関連専門店（経営者）	・非常にゆっくりとではあるが戻ってくるかとみている。広告費の追加など具体的な対策を実行していきたい。
		住関連専門店（経営者）	・現在の社会的な流れでの好景気というものに我々はあまり関係が無い。現在のままで推移していくとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元だけで商売が出来る状態ではない。他の都市部に活路を見いださなくてはならないが、その結果が何とか出れば現状維持ができるという状態になる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・客との価格のズレが大きく見積金額の調整が難しくなっている。材料費の高騰や納期の遅れなどで微妙に諸経費のかかる事が多くなり、今後も利益的には厳しい。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。悪くはないが良くもないという状態が続く。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・冷夏予報が出ており、夏物商戦に影響があるとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・このところ9月一杯まで相当な暑さになるので衣替えの概念が無くなりつつある。また、各メーカーが秋から値上げをする予定であり、その影響により購買意欲が損なわれることを懸念している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・基本的な原油価格の不安定な状況は当面続きそうであり、末端価格への転嫁が進むかどうか先の見通しが不透明である。冬の需要期にならないと価格修正がうまくいかない可能性が高く、現状の低収益は当面続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・国の経済は大企業を中心として随分良くなってきているが、我々のところにまで波及してくるのは今年の秋以降であるとみている。
		高級レストラン（支配人）	・様々な値上げが次々に押し寄せており、ごく一般的な家庭は外食を抑えている。影響がないのは高額所得者のみである。
		一般レストラン（経営者）	・株も安定しており、特段に良くも悪くもならない。
		一般レストラン（経営者）	・一昨年のような閉塞感のある状況からは脱したが、レストランというジャンルにおいて、高いお金を払って食事をしようというところまでには達していない。一部の客の来客数は増えているものの、逆に一般の方達はまだまだ厳しい状態にある。
		一般レストラン（経営者）	・これから夏になり人が出るとみているが、目立った大きな行事も無くこの景気のままいけばあまり良くはならない。
		スナック（経営者）	・これからボーナス時期であり多少の人の流れが出てくる。会社の納涼会などもあるが、例年をみるとあまり劇的に売上が伸びるケースは無くそれほど変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・日帰りの団体客が目立っている。また、震災前には届かないが一度離れた客が戻りつつある。
		観光型ホテル（スタッフ）	・他社との価格競争などが続いており団体客が減少している。来客数、単価共に前年度に届くかどうかという状況が今後も続くともみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・高額商材が売れ始め、全体のなかでの構成が上がれば本格的に良くなるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全体的には一般宴会が若干上向きな傾向にある。ブライダルの件数自体は9月からやや持ち直しているが、その先の入込の元となる婚礼の来館率が若干低下している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これからの3か月は特に法人需要が落ち込む時期となり、前年と比較しても進捗が遅れているため懸念している。個人需要についてもボーナス支給後の動きに注目している。ホテル業は思った以上に景気回復に時間がかかるようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は変わらず高稼働をキープするが、予算未達の宴会部門、レストラン部門は変わらないとみている。
		旅行代理店（経営者）	・これから夏休みの一番の商繁期を迎えるが、予約が前年を超えていても出発日が近づくと落ちていくので、結果としてあまり大きくは変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・まだまだ様子見の傾向がうかがえる。
		タクシー運転手	・やはり消費税増税がネックとなっている。
		通信会社（営業担当）	・景気が向上する材料が見当たらず、今後も変わらないで推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・良くなる要因に乏しく当面はこの状況が継続する。
		通信会社（営業担当）	・夏祭りに起因する一時的な好況感はあるが、政府がイメージしている消費拡大にはつながっていない。
		通信会社（営業担当）	・値下げや新商品の提供にも客の反応が悪い。このまま攻めの営業を継続してようやく現状維持となる。
		観光名所（職員）	・一般の会社の社員旅行などの来客数は減少している。その分をなんとかキャンペーンなどの客でカバーをしているが、伸びていくとまではいかず、どちらもといえない。
		観光名所（職員）	・ガソリン価格の高止まりや消費税増税もありレジャーに向かう意欲は少ない。
		遊園地（経営者）	・消費税増税の影響から抜け出す事を期待しているが、原油を始めとする値上げが家計に響くことが懸念される。
		競艇場（職員）	・消費税増税後の影響による一時的な落ち込みはあったが、現状は以前からの水準をキープしている。今後も変動はあってもトータルで大きな変化にはならない。
		美容室（経営者）	・来客数は状況的に回復していくとみている。しかし、石油製品関係の値上がりが続く見通しであり、通常の消費のほうで買い控えにつながっていく。
		美容室（経営者）	・夏に向けてカットの来客数は増加しているものの、パーマやカラーリングの来客数が減少しているので売上は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・相変わらず先はみえないが、極端に良くなったり悪くなったりはない。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税後から受付件数が激減しており回復する兆しがみえない。夏のボーナス以降に期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費者は精神的にも後退気味であり、完全に低迷している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月は当店としてここ20年来無かった落ち込みである。もし、金融緩和効果が社会全般に浸透してきているのであれば、今月のような極端に悪化する事態は起こらないのではないかと。当店の主な客層は年金生活者であり社会全般の景況を映し出していない面もあるが、高齢者層が均一な分厚い消費者層ではなくなり、そのなかでも二極化が進んでいる。これは今後の全般的景況の見通しをするなかでのひとつのネガティブ要因には違いない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響が生活に出ているなかで、今後の見通しが見つからない不安定な状態では思い切った消費には結びつかない。
		スーパー（経営者）	・原材料費、生産コストの値上げなどが進んで商品も値上げせざるを得なくなる。その値上げの動きが鈍りだせば商品のデフレ化が進行する可能性がある。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の買上点数減少は回復するとみているが、商店街の競合店出店に伴い業績悪化が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・消費税率が8%になり、田舎の場合には給料も上がらないため、そういった面では徐々に落ち込んでいく。
		自動車備品販売店（経営者）	・業界全体が月を追うごとに悪くなっている。エコカー減税の過度な新車購入の影響は、自動車補修整備業界にまだしばらく影を落とすとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の高騰が自動車燃料以外にも影響することが想定されており、他業界でも値上げが避けられない状況になると買い控えが増加する。
		一般レストラン（経営者）	・海水浴シーズンになると、当エリアは海から遠いので県内外の観光に選ばれなくなる。地元の人でも夏休みを利用して県外への旅行などが増えるため、地元の景気は下がるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人客の来客数、利用金額共に前年割れが続いて、今後の予約状況も厳しい。
		タクシー運転手	・消費税増税は飲食店や我々の業種に大変響いており、乗客からは客足が落ちて仕事が無いという話や、人手がなくて困るという話を多く聞いている。このような状態では景気が良くなることはない。
通信会社（営業担当）	・土木、建設業の人材不足や雇用創出を外国人労働力に頼る事により、若年層の労働力が不足し人材育成が進まずに景気が下降傾向になるとみられる。		
	悪くなる	その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費税増税やガソリン代の高騰がじわじわと影響を及ぼしてくるとみており、し好品、ぜいたく品へのお金はますます流れにくくなる。
企業動向関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・復興関連大型工事の件が進みつつあり、それらの受注者が確定してくるので良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・株価が安定してきており、アベノミクスの影響も良い方向に出ている。個人、企業共消費や投資の拡大に意欲的になってきている。
		土石製品製造販売（従業員）	・冬季に出来なかった法面工事や道路補強工事が入ってきているが、前年度に比べると受注量は減少している。
		輸送業（経営者）	・物的的には今が底とみており今後に期待している。
		金融業（営業担当）	・マインドは改善してきている。
		広告代理店（経営者）	・発注量が増加傾向にある。
		経営コンサルタント	・夏に向けて観光需要が高まることを期待している。
		金属工業協同組合（職員）	・これまで中断していた中国、韓国向けの有機ELパネル製造装置関連の物件が動き出してきている。また、国内向け医療機器関連の案件も増えつつある。
		農林水産業（従業者）	・果物は天候にも恵まれて順調に育っている。特に桃はお盆前の出荷に期待が持てる。
		食料品製造業（経営者）	・半年を過ぎる頃には少しは消費者の感覚が8%の消費税率に慣れて変わるとみているが、今現在では変化は全く無く2～3か月先も変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・円安の影響で原材料費が上がっているが、値上げによるコスト転換ができず厳しい状況である。
食料品製造業（総務担当）	・弊社製品が市場に定着しつつあるものの、狭い商品群に限られている。		
食料品製造業（営業担当）	・売上は前年比をキープしているが、価格競争により利益が出にくくなってきているために経費を意図的に絞っている。		
	変わらない	農林水産業（従業者）	・果物は天候にも恵まれて順調に育っている。特に桃はお盆前の出荷に期待が持てる。
		食料品製造業（経営者）	・半年を過ぎる頃には少しは消費者の感覚が8%の消費税率に慣れて変わるとみているが、今現在では変化は全く無く2～3か月先も変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・円安の影響で原材料費が上がっているが、値上げによるコスト転換ができず厳しい状況である。
		食料品製造業（総務担当）	・弊社製品が市場に定着しつつあるものの、狭い商品群に限られている。
		食料品製造業（営業担当）	・売上は前年比をキープしているが、価格競争により利益が出にくくなってきているために経費を意図的に絞っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		木材木製品製造業（経営者）	・まだ住宅には需要の伸びを期待できる様子はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、国内の消費税増税後の反動の影響が今しばらく続くともみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・多くの企業がこの忙しい状況はしばらく続くと話している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・安定状態の推移はこの先も続くともみている。
		建設業（経営者）	・現在はリフォーム工事の割合が多いが、新築物件の仕事も来ており、今後2～3か月は現在の景気が続くともみている。しかし、これからの物価の上昇が心配である。
		建設業（企画担当）	・受注は官工事の占める割合が高く、また、工事消化はピーク状態が続いており、この状態はしばらく続く。
		通信業（営業担当）	・既存顧客の価格に対する厳しい反応には予断を許さないが、ニーズにこたえるための継続した付加価値提案の効果も表れ始めている。
		通信業（営業担当）	・中小企業が大手に淘汰される状況は変わらない。政治による経済効果は感じられない。
		金融業（広報担当）	・成長戦略の波及には時間を要する。
		広告代理店（経営者）	・このまま変化の無い状態が続くと思われる。
		公認会計士	・小売関係のマイナスを建設関係で補うような形となり全体としては変わらない。
		コピーサービス業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で受注のあった消耗品などが底を突く頃であり、その分の多少の受注は見込まれるが大きな変化は無いともみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・大手企業は給与や賞与及び年間所得というものが伸びていると報道されているが、地方の中小企業はボーナスが出せる状況ではなく、給料が前年比でアップする事も出来ないでいる状況が非常に多いので、良くなるにはしばらく時間が掛かる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・夏祭りシーズンとなり東北も観光シーズンを迎えるが、例年通りのイベントのみでこれといったビックイベントが見当たらない。観光旅館、ホテルへの出荷が伸び悩むことを危惧している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・一部業種を除き、地方の中小企業の足取りはまだ遅い。
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・製品出荷等の状況をみると今のところは安定している。		
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・冷夏という長期予報もあり、米、ソバなどの穀物の生育への悪影響が懸念される。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・売上が減少する時期であり、大型物件や印刷関連商品でどれだけぶん回できるかが鍵である。
		広告業協会（役員）	・今年度はイベントが少なくこの先の広告出稿が見込まれていない。各社は新規の広告主を発掘する事に力を注いでいる。
		司法書士	・不動産取引について、消費税増税前の駆け込み需要による受託も一段落して、新規事案が乏しくなっている。
悪くなる		○	○
雇用関連 (東北)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県外からの求人数が増えており、今後もこの傾向は続く。
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・政府が発表した成長戦略に期待したい。
		職業安定所（職員）	・製造業からの求人も増加しており、景気は回復してきている。
	変わらない	職業安定所（職員）	・業種に偏りはあるものの、大規模な小売店舗の開店などによる大量の求人が出てきている。
人材派遣会社（社員）		・現在、4県の行政機関から受託しているが、9月末を持って受託期限が満了となることから、次の受託案件について全社をあげて傾注している。4県で落札できれば現状維持となるが、受託できなければ10月から業績は下降する。	
人材派遣会社（社員）		・大学3年生と大学1年生向けにインターンシップを実施する企業が増えてきている。特に某県では来年、再来年の春に向けてインターンシップを行う企業が、前年の倍くらいの数で増えてきている。中長期的に、このような企業が増えるという事は、景気の順調な推移を示しているともみている。	
	人材派遣会社（社員）	・求人と求職者のミスマッチが続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・求人需要は増えているが求人広告が伸びない。また、求人応募者も不足しており、人材確保が今後の景気回復に関わってくる。
		職業安定所(職員)	・4～5月共に有効求人倍率は1.3倍台で推移しており、高止まり傾向である。今後2～3か月は現状のまま推移するとみている。
		職業安定所(職員)	・消費税増税の反動による企業の様子見はあるものの、全般的に求人への影響は特に見受けられず、今後も労働力不足が継続する。
		職業安定所(職員)	・建設関連求人、水産加工関連求人、介護関連求人の業種では人材不足状態が継続しており、事業計画通りに進められない状況が続く。
		職業安定所(職員)	・消費税増税や燃料費の上昇などを要因とした関連業種の目立った求人の減少はみられない。また、建設、福祉関連などの好調な業種からも求人の手控えの感触は無い。冷夏予想の影響など必ずしも楽観はできないが、現在のところ状況の著しい変化は見込まれない。
		民間職業紹介機関(職員)	・求人動向に変化はみられない。介護福祉関係、震災復興関係、運輸関係は相変わらず好調であるが、それ以外は変化が無い。
	やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・東京、名古屋、大阪からの求人数が減少傾向にある。特に地方から工場への業務請負求人数が減少してきている。
		アウトソーシング企業(社員)	・先々の仕事の予約が来ていない。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・夏のボーナス商戦の動きにもよるが、秋口に来年度の消費税率10%に対する情報が出てきた段階でさらなる落ち込みがあるのではないかと。特に被災地域では落ち込みはより深刻になるとみている。
	悪くなる		—

3. 北関東(地域別調査機関:(株)日本経済研究所)

(—:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	コンビニ(経営者)	・梅雨が明け、天候が回復することと、7～8月は地域のイベントも多いので客の動きが活発になるからである。
		一般レストラン(経営者)	・客単価が上昇しており、予約客も多くなっているので良い方向に向かっている。
(北関東)	やや良くなる	商店街(代表者)	・大河ドラマによる好影響を期待している。
		一般小売店〔家電〕(経営者)	・夏物のエアコン、冷蔵庫等に期待している。また、客の関心がある太陽光発電についても駆け込み等が期待できるとみている。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税の影響もそろそろ緩んできて、業態間、会社間の格差はあるものの、ボーナスが良かったり、賃金ベースアップがあったりで、雰囲気的には持ち直してくるのではないかと期待している。
		百貨店(店長)	・国内の景気のみならず落ちていないことに加えて、ボーナス増など消費に結びつく要素があるので、今後も月を追うごとに回復していくものと考えている。
		百貨店(店長)	・消費税増税後の落ち込みが少なく、ボーナス増額、男性の購買意欲が上向いてきている。
		スーパー(店長)	・消費税増税の影響が戻りつつあるのは確かだと感じるので、この先しばらくは良くなる。
		スーパー(店長)	・ボーナス商戦により、更なる来客数の増加を見込んでいる。
		コンビニ(経営者)	・夏にかけてイベントが多いので、やや良くなる。
		コンビニ(経営者)	・当店最大のかきいれ時の夏がやってくる。売上、客数共に回復してきたので波に乗せたい。また、雨対策も大雪の時に取った対応が使えると思うので、天気もそれほど心配していない。ピークに合わせて対応していきたい。
		コンビニ(経営者)	・コンビニ業界にとっては夏の時期が一番のピークになるということから、温度が上昇すると共に売上もある程度期待できるのではないかと考えている。
		衣料品専門店(統括)	・消費税増税後初めての夏祭り、秋祭りが近付いている。現状では増税による客の反応はあまり悪くない。これから祭りに向けて消費があると思うが、祭りの活気はなんとか出てくるのではないかと。思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（営業担当）	・消費税増税後の反動減から緩やかに回復基調にある。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税から5～6か月たてば通常に戻ってくる。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税の影響が薄れるので、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税前は確かに良かったが、増税後は今までにない不振である。現在の不振から考えると先行きは良くなってもらわないと困るので、やや良くなる。
		住関連専門店（店長）	・高額商品も売れ始めた様子であり、改善に向かっていているようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・地元駅、またその周辺の駐車場や大型プロジェクトの建物の動きがあるので、それに伴って客がまた動いていくのではないかと感じている。
		都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税もあったが、そう落ち込まずに持ちこたえたということで、ここからは稼働が上がる時期でもあり、期待できると考えている。
		旅行代理店（副支店長）	・行楽シーズンや夏休み等があり、国内旅行については個人や団体旅行の受注が前年の120%程度と好調である。しかしながら海外旅行については、受注だけでみると前年を下回っており、その分国内旅行に回った感じがしている。全体的には少しではあるが需要が出てきている。
		旅行代理店（営業担当）	・夏の旅行シーズンを迎えるため、2～3か月先はやや良くなる。
		タクシー（役員）	・今後は夏の休暇等で富岡製糸場までのツアー等を企画して動向を探る。
		遊園地（職員）	・夏にオープンする新規施設による集客や外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客の来園を期待する。
		設計事務所（所長）	・珍しく問い合わせが数件あったが、消費税増税の影響が一段落したのだろうか。これが本物の景気回復だとはまだ思えないが、もう少しこの状況が続くのかもかもしれない。
		変わらない	
一般小売店〔精肉〕（経営者）	・梅雨が明け、からっとした天気が続くようになれば自然に客の足も軽くなってくると思うが、消費税増税によりいろいろな物が値上がりしていることが響いており、買い控えが多いので変わらない。		
百貨店（販売促進担当）	・緩やかな回復が予想されるが、地方都市では夏期賞与の増額等の話題も少なく、可処分所得の増額は見込めないため、慎重な消費行動はしばらく継続する。		
百貨店（販売促進担当）	・緩やかではあるものの消費税増税による反動減は回復基調にあるが、いまだ増税前の水準には戻りきっていない。反動減がいつまで続くのかは不透明だが、先行きも大きくは変わらない。		
スーパー（経営者）	・食料品はインフレ傾向にはまだなっていない。		
スーパー（総務担当）	・消費税増税後、景気は夏ごろには回復してくるかと思っていたが、冷夏予報もあり、売上も上がってきそうもないので、回復は遅れそうだと予想している。		
スーパー（統括）	・消費者の収入が大きく増えたわけではないので、消費傾向、クラスターの変化をしっかりと捉えて対応していく必要がある。		
スーパー（商品部担当）	・販売促進などの状況からも、客の購買意欲に変化が感じられない。		
コンビニ（経営者）	・今月は雨が非常に多く、雷やひょうが降るなど天候が不安定なので、天気の間をみての来店で、客がなかなか安心して店に来られない。今後も天候は落ち着かないので、あまり変わらない。		
コンビニ（店長）	・今月は近隣で深夜まで営業している店が移転したため、それだけでなくも分散している深夜の来客数が、数では大したことではないが減少率で見るとかなりひどい数字となっており、この傾向は今後も続く見込みである。景気が良くなるようなことは全く期待できない。		
コンビニ（店長）	・長期予報など見ると天候の影響は当然あると思うが、それ以外で特別大きく変わっていくところはない。時流の流れという形では特別あまり変化はないような気がする。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（販売担当）	・今月の悪さがそのまま続くとは思いたくないというのが本音である。ボーナス効果で幾分客が出ているのも恐らく一過性のことなので、今月と同じような悪い状況が続くと予想して、それに対応していく形を取っていかないと、先行きはどのようにならないような感じである。
		家電量販店（営業担当）	・白物家電は売れているが映像関連の動きが悪い。
		乗用車販売店（経営者）	・地元の市長は常に市民のニーズをとらえ、市民生活の向上のための行政を実施してきたと思う。ここへきて法人市民税などの増収が見込まれ、市民サービス向上への期待ができると考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車販売は7～8月は例年低調であるが、秋に目先が変わったニューモデルが出てくれば良くなることも考えられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・決まった地域の中で1台の車を販売するのに何店かの営業マンと競争になるケースがあるが、人間関係よりも金額面が大きく左右してしまうので、弱小企業はどんどん消えて行ってしまうような気配である。
		乗用車販売店（販売担当）	・車の販売に関して、4月は本当に良くなかったが、5月の下旬ごろから徐々に上向いてきたと思っていたら、6月は失速してしまった。このまま失速した状態がしばらく続くのではないかとみている。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後2～3か月先だと、新しい消費税率にも慣れてきてユーザーも大体落ち着くのではないかと思うので、前月や今月よりは悪くはならない。ただし、良くなる要素もあまりないので、恐らくこのままの状態変わらず推移していくのではないか。
		住関連専門店（経営者）	・地域経済も一服感が出始めている。さらなる景気高揚の政策が出れば変化があるかもしれないが、いろいろな会合で経営者の話を聞くと、建築業界やメーカー等ではピークが過ぎたような意見が多い。
		住関連専門店（仕入担当）	・天候については予測ができず、振れ幅の大きいのが近年の特徴である。天候要因はプラスにもマイナスにも働くが、消費税増税の影響は今後も継続し、当面の間、客数増は見込めない。
		一般レストラン（経営者）	・どうしても一極集中で地方には都市型の経済効果が出ていない。
		一般レストラン（経営者）	・地方の市町村単位の様子では、景気が上がる要因はほとんど見当たらない。消費税が上がったのにつられて消費者物価も上がっただけで、景気は良くなっていない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響は思ったほど出ていないが、これから景気が良くなっていくという要素もない。人手不足が景気の足を引っ張ることも考えられる。
		スナック（経営者）	・いくら改善の兆しは見えてきたが、まだ良くはない。もうひと踏ん張りである。
		スナック（経営者）	・地方にはなかなかアベノミクス効果が波及してこない。変わらないを選んだが、これ以上悪くならないようにという意味での変わらないである。
		観光型旅館（経営者）	・旅館業界全体は市場が減少傾向である。しかし、企業の業績回復などで法人利用の増加が期待できるため、プラスマイナスゼロで前年並みに落ち着くと予想している。
		都市型ホテル（副支配人）	・7月後半から8月前半にかけて様々なイベントやスポーツ大会があり、繁忙が予想されるが、メインとなる個人客、ファミリー客の出足が相変わらず鈍い。総合的に判断すると、ほぼ前年並みとなりそうである。
		旅行代理店（従業員）	・すぐに状況が良くなるとは考えにくい。
		タクシー運転手	・今の状況は簡単には変わらない。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響があると思ったが、ほとんど変わらず平衡して推移している。
		タクシー（経営者）	・6月の動きをみるとこの先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・個人消費が上向く材料が見当たらない。
		通信会社（局長）	・今まで時間をかけてそう簡単に景気回復は実現しないものだとしりこまれているので、楽観する気になれない。
		通信会社（総務担当）	・良くなる材料がない。
		テーマパーク（職員）	・プラスになる材料が乏しく、景気が良くなるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・国内の観光客は減少傾向であるが、アジア圏のインバウンド客がそれをカバーしているような状況である。
		ゴルフ場（支配人）	・地元客が多く予約申込が遅いコースだが、前年より更に遅くなっているため、前年比での予約状況も良くない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・良くなってきてはいると思うが、今一つ伸び悩んでいる感がある。
		美容室（経営者）	・これから先、客を引き留め、単価を上げるよう努力しなければ競合店に負けてしまう。単価を上げるには何をしたらよいかを模索している状況である。
		その他サービス [立体 駐車場]（従業員）	・テナントのホテル及び大型シネプレックスの単価等は横ばいで変わらない。当駐車場の予約状況についても同様で、総じて変わらない。
		その他サービス [イベ ント企画]（職員）	・国外の情勢等が不安定なためである。
		住宅販売会社（経営 者）	・当地域では不動産はまだ安く買えるという風潮が強く、必ず値切られる。貸店舗等の賃料もまだ値切られる可能性が強く、空き家等も増えている状況である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・中小零細企業で働く人にまで夏のボーナスが出せる企業が多くなれば活気が出てくる。
			・学校指定の物は高くても購入するが、一般の運動用品は消費税が5%から8%になったということは大変高くなったという印象を受けるので、今後は給料も上がらないのに出費が多いということで響いてくる。
		一般小売店 [家電] （経営者）	・消費者の購買意欲のなさに加え、天候の様子から季節商材の販売見込みもなく、これと言って消費者の購買意欲を誘う商品もないので、家電販売は厳しい状況である。
		一般小売店 [乳業] （経営者）	・地方では消費意欲好転の要因が見当たらない。
		一般小売店 [青果] （店長）	・毎月あまり良い状態が続いていないが、3か月先も景気が良くなるような材料は見当たらない。
		家電量販店（店長）	・天気予報も冷夏ではなく、平年並みの暑さが来るようだが、夏場は指数の高いエアコン、冷蔵庫が動かないと厳しい状況である。
		乗用車販売店（従業 員）	・受注が増加せず、受注残が減少してきているのでやや悪くなる。
高級レストラン（店 長）		・消費税増税の影響で年内一杯は厳しい状況が続く。	
通信会社（経営者）		・LPガス販売においては円安によりただでさえ高止まりの仕入コストが、このところの中東情勢不安で更なる高騰が予想されている。デフレ脱却の政策で一部の大企業ばかりが恩恵を受け、その他多くの中小零細企業と庶民は恩恵を受けるどころか悪くなる一方ではないだろうか。	
通信会社（営業担当）		・夏季シーズン終了後に関しては、外国の影響を受け、食品、石油関連品などの物価上昇により、7、8月は反動減の可能性はある。	
競輪場（職員）		・G1レースの全国発売の売上高が近年の最低を記録したからである。	
美容室（経営者）		・旅行などに使われる分、夏休み中は売上が減少することが十分考えられる。周りの生活ぶりなどを見てみると、お金を十分持っていて余裕があるといった感じがしない。安価な理容店の数も増えず頭打ちになっているようで、これからは自然淘汰されるような気がしている。最後には特徴のある店舗が残るのだろう。理美容業種を利用する消費人口は増えないので、閉鎖するところが出る可能性はある。	
設計事務所（経営者）		・完了物件が増え、少し仕事が落ち着いてきており、依頼数が減っているためである。	
住宅販売会社（従業 員）		・全国的な天候不順などからレジャー関連の消費意欲が停滞気味であるためである。	
住宅販売会社（経営 者）	・次の増税が決まりつつある中、買い控えが増え、売買案件の成約も減る見込みである。よって、現状からはやや悪くなる。		
悪くなる	一般小売店 [衣料] （経営者）	・総会等では消費税の話がやはり中心であり、標準税率、軽減税率の話も勉強した。観光客の買上も今一つ少ないような感じがしているので、先行き悪くなるのではないかという予測をしている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		百貨店（店長）	・消費税増税後、5月は多少回復した感があったが、6月に入ってから非常に厳しい。客単価も下がり、購買に対する慎重さが感じられる。	
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響を受けている。	
		衣料品専門店（店長）	・上場企業や公務員等、一部の消費者は安定して収入が上向いているが、地方では収入上昇が見込めない人も多く、年金生活者も含め、すべての商品の価格が上がって生活しにくくなっているため、生活必需品以外の品物の動きは厳しい状態が続く。	
		通信会社（経営者）	・数年続くこの状況から2～3か月で回復するはずもなく、今後も悪くなる一方である。東日本大震災から3年半、中央は被災した地方の状況をまったく理解していない。	
		ゴルフ練習場（経営者）	・世界情勢が不安定で石油価格も上がっているため、消費財などの単価もじわじわ上昇傾向になる。	
企業動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先である国内自動車完成メーカーの輸出が増加傾向である。	
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・太陽光発電の稼働が進み、第2、第3の工事も順調に進んでいるため、この先も良くなる。	
(北関東)	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・和食ブームによりヨーロッパや東南アジアへの輸出が徐々に伸びつつあり、今後も順調に消費されると見込んでいる。	
		建設業（総務担当）	・このままのペースで発注が進めば良くなっていく。	
		金融業（調査担当）	・消費税増税後の反動減による落ち込み幅が緩和されてきているが、今後も同様の動きが続くとみられる。	
		金融業（経営企画担当）	・サービス業は観光シーズンに入っており、富士山の世界遺産登録による客足がしばらく続くものと思われる。製造業においては、アベノミクス効果が波及してくることへの期待が大きい。	
		経営コンサルタント	・消費税増税後の需要面の調整はほぼ済んだとみられるので、この先は設備投資や個人消費における需要が本格的に立ち上がってくる。	
		司法書士	・世界遺産景気だが、もう少し落ち着いた活気になってほしい。街に新たな資本が進出したいという話が出てきているので、少しは良くなるかと思っている。	
		変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品及び、夏場のクラフト体験教室等の展開に力を入れているが、動向は不透明である。
			窯業・土石製品製造業（総務担当）	・見通しは立てにくい状況にある。
			金属製品製造業（経営者）	・本当に先のことが分からず不安が一杯で困っている。得意先から飛び入りで仕事が来れば忙しくなると思って、期待はしている。
			一般機械器具製造業（経営者）	・先月と同じように変化がない。減るという情報がないのを幸いとするしかない。
			電気機械器具製造業（経営者）	・年末近くなって景気が何とか回復してくるかなという流れなので、どうみてもあと3か月くらい、秋ではまだ回復は厳しい。受注量もそこまでは回復しないように思う。
			電気機械器具製造業（経営者）	・今後3か月も夏季休暇、上期の在庫調整等が考えられるので、現状維持ができればと考えている。
			電気機械器具製造業（経営者）	・将来的には全く分からない。長期的に安定した仕事が確保できない状況は続く。
電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量の増加が期待できるが、内容はまだまだ厳しい状況が続いている。			
精密機械器具製造業（総務担当）	・今後、大手取引先からの受注が見込まれており、わずかではあるが先行きに明るい動きが見えつつある。しかしながら、一時的なものか継続的なものかの判断は時期尚早、現状では景気が良くなるかは判断できないので変わらないと考えている。			
輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先や競争相手、販売価格や受注価格等の動きもいろいろである。非常に忙しいところもあれば、暇なところもあり、中間の会社はあまりないが、格差がついて何とも言えない状況で、2、3か月先のことは全く分からない。			
建設業（開発担当）	・公共工事はデフレ脱却政策の効果で前年比4%増の発注額があるが、民間工事は消費税増税前の駆け込み需要の反動で大幅減となっており、全体では民間工事の落ち込みで前年割れとなりそうである。今後の民間工事の発注に期待したい。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		輸送業（営業担当）	・天候不順などで特に高原野菜、キャベツ等の育ちが遅れている状況だが、今後は前年並みに出荷量が見込まれそうである。しかしながら原油高もあり、燃料高止まりの状況で利益確保が厳しくなりそうである。	
		金融業（役員）	・製造業のうち自動車関連については数量的には上がっているが、原材料価格や電気料金、燃料費がかなり高騰しているため収益に悪影響が出ている。建設業についても工事量は多いが、人手が足りなかったり資材価格が高騰していることから、利幅は非常に縮小しているということである。	
		新聞販売店 [広告]（総務担当）	・大型店では戻っていると聞けるが、小規模店では低迷が続いているとの話である。経済団体の出席者の話を聞いても、賃上げや賞与増額は大手の話、まだそんな恩恵はない、とのことである。	
		社会保険労務士	・夏の賞与が増えれば良くなると思うが、中小企業の賞与に変化はなく、地方は変わらない。	
		その他サービス業 [情報サービス]（経営者）	・引き合いも徐々に増えつつあるが、価格については抑えられている。	
	やや悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・4月ごろ、秋口には回復すると予想していた油圧建機業界も数量増加の情報は入っておらず、売上を上げるのは厳しい状況にある。	
		通信業（経営者）	・原油価格の高騰が消費に影響しそうである。	
		不動産業（経営者）	・労働条件と報酬のバランスが取れないと感じている。	
		不動産業（管理担当）	・資材、燃料コストは今後も値上がりするであろうが、今のところ当社では価格に転嫁することが難しいので、良いはならない。	
		広告代理店（営業担当）	・地元の小売、外食などの業績は良くなる兆しがない。	
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・原油市場の影響で経費が上がりつつある。たださえ厳しい状況なので、ますます厳しくなる。資材メーカーからも更なる値上げの見積が届いたところである。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず利益が出ず、資金繰りに四苦八苦している。	
		その他製造業 [宝石・貴金属]（経営者）	・例年、夏に向かってジュエリーの需要が減退する。7～8月は卸、小売とも大きな展示会もなく、厳しい状況になる。	
	雇用関連 (北関東)	良くなる	人材派遣会社（経営者）	・こここのところ3か月先までは仕事がたくさん入っているのととても良い。
		やや良くなる	職業安定所（職員）	・工業用機械等の受注が増加傾向にある。
職業安定所（職員）			・消費税増税後にもかかわらず、新規求人数は引き続き増加し、逆に新規求職者は減少傾向が続いている。職種別、作業別にもよるが、総体的には人手不足感が漂っており、上向き加減である。	
職業安定所（職員）			・求人数が増加傾向にあり、逆に求職者は減少傾向にあるためである。	
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・夏休みを前にして夏物商材等の売上がどこまで伸びるかという期待は持っているものの、天候次第で計り知れないところがある。夏物に関しては小売商品、ギフト商品、衣料品が出そろったのか、これから出てくるのかまだ予測がつかないところである。雨が農作物を左右するため、食料品や惣菜関係も非常に不透明なところがある。石油製品は高くなっている。	
		人材派遣会社（支社長）	・採用意欲が非常に強いことや、採用費を承認する動きをはっきり実感している。もう紹介料などで揉めることも少なくなり、逆に人材がいるかいないかで商談になることが増えている。優秀な人材の確保に出遅れた企業と、そうでないところとの差が、逆にこの採用戦争を演出しているようにもみえる。	
		求人情報誌製作会社（経営者）	・多少景気回復が続いても、すぐには求人募集が出てこないのが厳しい。	
		職業安定所（職員）	・景気の回復や上向きの兆しもあるが、コストダウン圧力により下請企業は収益改善につながっていない。また、消費税増税の影響により、製造業の求人数が減少していることは今後の景気の影響に対しての懸念材料である。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税増税を実感してきたためか、個人消費にややブレーキがかかり始めてきた気配がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔専門学校〕（副校長）	・今年度高校生の内定率が98～99%になると予想されているくらい就職環境は良くなっているが、実際は慎重に採用試験を実施しているようで、求職者のスキル向上が必要不可欠であると感じている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・冷夏のため、冷やし麺類の製造派遣が予想より伸びないと考えている。
		人材派遣会社（営業担当）	・昼食で利用する店、数店舗の消費税増税後の状況をみても、増税が消費に与える影響は大きく、景気が上向くとは到底考えられない。
	悪くなる	—	—

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	百貨店（総務担当）	・政府の景気対策の効果が継続しているほか、秋口には消費税増税の影響もなくなるので良くなる。
		百貨店（副店長）	・回復は予想よりも早く、9月以降は前年実績を取れるのではないかとみている。客はちょっとしたぜいたくや価値ある商品には消費する志向であり、その需要に的確にこたえていくことによって回復を目指していく。
		百貨店（計画管理担当）	・食料品や化粧品は消費税増税前に駆け込みで購入した貯蔵品が尽きるタイミングであり、衣料品では季節変化により必要に駆られて購入が活性化されると思われる。
		家電量販店（営業統括）	・高機能扇風機の販売が例年より早めに動き出している。オーディオ関連商品に動きが出てきており、生活必需品以外の商品へ客の関心が高くなっていることが実感できる。
		観光名所（職員）	・観光地のため夏休みに入れば客数が増えることは分かっているが、まずはそれに期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・メインで行っている新築売りアパートが順調に販売できているため、今後もこの状況でしばらくは推移していく。それに伴い、戸建て事業も良い方向に向かえば大分景気は良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・希望的観測も少し入っているが、世の中のマインドは確かに良くなってはきている。イベントなど人の反応も良く、良くなる可能性を感じる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税増税は、前回の増税時もそうだったが、3か月もすると徐々に気にしなくなるようである。季節的なものもあり、今よりは良くなる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・大手企業はベースアップ等で給料も多少上がっているようであり、デフレの時よりもムードが良くなるのではないかと。ということで、これから先はやや良くなる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏本番に向け、購買意欲向上に期待したい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・今年は冷夏にならないという予報もあり、特別悪い状況はなく、消費税増税の影響も少なくなる。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・来月に関してはある程度の売上の予測、決まりかけている案件がみえてきているが、3か月後となると、大きな案件はまだ決まっていないため、どちらとも言えない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・前年同月を上回った売出しは久々であり、いつもよりおいしい上煎茶を購入しようという客が増えれば、オフィス用のお茶にも変化が現れる。
		百貨店（売場主任）	・ボーナス支給があり、消費税増税後の反動減の影響も薄れ、売上は上向く。天候次第では大きく伸びる可能性もある。
		百貨店（総務担当）	・3月の消費税増税前から考えると、4月に一度、大きく落ち込んだが、5～6月が前年とほぼ同じぐらいのところまできている。今後、賞与の支給額が前年よりは増えるだろうという見込みもあるため、ボーナス商戦時に一気に前年を超えるのではないだろうか。
		百貨店（広報担当）	・大手企業を中心に給与が引き上げられ、ボーナスも大きくアップすることが伝えられている。株価も15,000円前後で安定し、景気に高揚感が出ている。不要不急の商材が多い百貨店の商環境は整いつつあり、実用品で多くは価格競争となるスーパー業界とは別の動きで売上が向上していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・消費税増税後の反動減がまだ一部商品に残っていることに加え、天候不順などから販売量は前年を若干下回っているような動きが続いている。
		百貨店（営業担当）	・ボーナス支給後の心理的要因や夏休みでのファミリー消費に期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・消費傾向は価格高低ではなく、欲しい時に欲しい上質な商品、前年にはなかったアイテムがあれば購入につながっている。価格が多少高くても質の高い商品、自分の手持ちにはない商品は動いている。ベースアップやボーナス増などの条件もあり、消費ニーズをとらえれば期待はできる。消費税増税から半年前後の経過もあり、買い控えもおさまっていくのではないだろうか。
		百貨店（販売管理担当）	・最も駆け込み需要の反動減を受けている化粧品、宝飾、時計が明確な回復基調にあり、それ以外の高額品の販売も回復しつつあるため、やや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・雇用、賞与、株価など消費を取り巻く環境は堅調であり、消費税増税の影響もそれほど長引かないと思われる。ただし、駆け込み需要以前から高額品需要はおう盛だったため、その反動減が出る可能性が残る。
		スーパー（経営者）	・現在の調子でいくと良くなる。ただし、7月から様々な商品がまた値上がりするので、客が拒否反応を示すと分からない部分もあるが、今後は多少右肩上がりではないかと考えている。
		スーパー（店長）	・買いためた商品も底をつき、生活をしていく上でやはり食品は購入しなければならないため、希望的観測でやや良くなる。また、必要以外の物は買わないという中で、価格の安さや価値が非常に重要視されているため、安さだけではなく価値を訴求した提案をしながら販売点数につなげていきたい。
		スーパー（総務担当）	・3月の消費税増税前に買いためた商品がなくなりつつあるため、今後は頻度の高い商品の売上も回復してくる。また、天候予見によるが、衣料品や寝具類などの頻度の低い商品についても世論では景気は悪くないということを踏まえて、売上が確保できると思う。これから徐々に売上が回復して良くなっていく。
		スーパー（仕入担当）	・消費税増税、円安等の不安材料はあるが、景況感は確実に上がっており、緩やかな回復傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・景気は勢いというのがどうしても付きまとうため、平均して毎月25日の給料日後に非常に良くなる場合があり、更に7月に入ってボーナスが出る時期になると、一層その弾みがかかる。
		コンビニ（経営者）	・季節的な要因で暑くなると来客数が増え、売上も上がる。
		コンビニ（経営者）	・冷夏との長期予想があり心配していたが、例年並みとの予想に変わり、暑くなれば良くなるため期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・外税にしたためか、消費税増後も落ち込みがほとんどなく、アウター1点当たりの単価が上がって、景気が少しずつ良くなっている。
		衣料品専門店（営業担当）	・天気予報では今年の夏は冷夏だと言っており、猛暑より冷夏の方が人が出やすくなるため、例年より売上が取れると思う。猛暑日など年配者は一切出てこないのも、冷夏の方が商売しやすい。
		家電量販店（統括）	・政府の成長戦略により、国内株の上昇で消費マインドが高まると期待している。
		家電量販店（経営企画担当）	・今年の夏のボーナス支給額5.9%増は、底堅い下支え効果を持つと考える。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が芳しくない。駆け込み需要の後でまだ回復していないが、2～3か月後には良くなるのではないと思う。
		乗用車販売店（営業担当）	・まだ確信はないが新型車種での攻勢があるため、希望も込めてやや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社も含め各社、普通トラックについては相当の台数、バックオーダー、受注残を持っているようで、なるべく年内登録に間に合わせるために、相当前倒しで動いている。ボディメーカーの納期が遅れているが、何とか協力を得ながら年内に登録しようということで、各社共に相当動いてくるので、2、3か月後の景気は更に良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（総務担当）	・ボーナス月、需要月でもある来月には、客の動きが活発になると期待している。
		住関連専門店（営業担当）	・4月は来客数、売上高共に消費税増税の影響で落ち込んだものの、5～6月には増加に転じている。住宅リフォームなどの高額商材も堅調に推移しており、消費は回復に向かっている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の様々な政策が当を得ているからである。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は前半やや悪くなるが、9月に入れば少し良くなるため、全体的にはやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・このところ株価が堅調に推移しているようで、株が上がると当店で客が来るようになるため、しばらくは横ばいか良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・外国人旅行者の宿泊利用が順調で、この状況がしばらく続くことが予想されることに加え、レストランでの高額メニューの販売が順調なためである。
		旅行代理店（従業員）	・受注状況が前年比110%で推移しているため、やや良くなる。
		タクシー運転手	・集団的自衛権関係で軍需産業が忙しくなり、近い将来景気は良くなる。
		タクシー（団体役員）	・日銀の金融緩和策もあり、アベノミクスにより更に景気回復の方向へ向いて行くという期待とムードを感じる。暮れまでには景気回復が十分に実感できるものと期待している。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の影響が薄れていく。また、ボーナスが前年より多く支給されるので良くなる。
		通信会社（社員）	・今月は少し後退したものの、4月からほぼ順当に契約が伸びており、全体としてもやや上向きと感じている。このままの流れを期待しているため、良くなる。
		通信会社（管理担当）	・ボーナスの使い道について積極的に使用する予定という声が多く、期待できる。
		通信会社（総務担当）	・ボーナスの支給、夏季レジャーの支出等の効果で景気が幾分上向くのではないかと。
		ゴルフ場（支配人）	・イメージ先行だが来客数、客同士の会話などからやや良くなる。
		パチンコ店（経営者）	・4月の消費税増税で客足が遠のいたが、最近はやや普通と変わらず、夜の客も戻ってきて前より少し入るようになってきているため、期待を込めてもう少し良くなる。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・オリンピック及びサッカーのワールドカップの開催時期は決まって来客数が落ちる。今回も例外なく落ちているが、大会が終われば来客数も戻ってくる。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・自動車整備の中でも大きな売上を占めるのが車検だが、3年前の東日本大震災時に新車販売が非常に落ち込み、新車の登録が進まなかったため、今、車検の数が非常に少なくなっている。納車が始まったのが年の後半のため、3か月後は少しずつ盛り上がってきて、新車需要も現在よりは良くなっていく。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費税増税で買い控えていた客も買物を始める。近隣の空き店舗に借り手が付いたので、少しはにぎやかになる。
		設計事務所（経営者）	・息の長い商品開発の依頼が出てきており、具体的な内容を客と詰めており、契約に結び付きそうである。
		設計事務所（所長）	・計画が増えたため、多少成約に至るのではないかと期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は数か月間、消費が落ち込むが、その後は大企業を中心に景気が回復する。中小企業は依然、不況の中に取り残されており、中小企業向けの景気対策を期待しているところである。また、個人の所得が増えていないので、その対策も必要である。
		住宅販売会社（従業員）	・次の消費税増税を見据えて駆け込みの客が動き出して来ると思われる。注文建築の請負の場合、来年3月末までに請負契約を締結していれば消費税が8%のままになるため、逆算して秋ぐらいから検討を始める客が出てくる。
		変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・例年に比べて今年の梅雨は度々大雨が降るため、天候の良し悪しが商売にとって大きな問題である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・ボーナスシーズンになり、消費税も落ち着いてくるため約1～2割売上も上がってくる。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・今年は梅雨が長引き、夏も暑い日が続くような予報のため、厳しいのではないかと思う。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・同業者が少ないということが強みとなり、良い結果に結び付いているように思う。今月はそれほど悪くもなく、やや悪い程度で推移している。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・当業種は非常に低迷している。パソコンでの通信販売などに押されているのではないかと推測している。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・客との会話からは先行きが明るくなるような様子がまだみえない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・周りの景気は変わらず、現在のような状況が続くと思うが、当店の場合は高齢者の客が多いため、年金生活者の占める割合が高く、今後は消費税増税などが徐々に影響してくるのではないかと心配している。
		百貨店（総務担当）	・それほど大きな変動はない。ただし、明るい兆しもあり、株価などによって消費が活発になればと期待している。
		百貨店（営業担当）	・梅雨入りが例年より早く、天候不順の日も多いことから婦人服を中心に衣料及び服飾雑貨が低調である。消費税増税の影響はほとんどみられない。
		百貨店（営業担当）	・良くなる要素は全くない。冷夏の予報に天候不順が重なり、盛夏物の動きが悪く、切り替えのタイミングも読めないため、各メーカーも晩夏物の投入を控え目にしてくと見込んでいる。
		百貨店（営業担当）	・商品カテゴリーごとのばらつきはあるものの、全般的には横ばいである。天候の長期予想は平年どおりと修正されたが、一時的な集中豪雨や局地的な高温は考えられ、特に年配者の外出機会の影響をかんがみると大きく伸びることは予想しがたい。また、年金受給の引き下げ報道等も購買意欲に影響する。消費税増税の影響が少なかった分、その反動もなく、ほぼ横ばいと予想する。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減は徐々に縮小しつつあるが、宝飾、時計、家具の戻りは鈍く、この傾向はしばらく継続する。
		百貨店（店長）	・4～5月の動きから6月は期待できると思っていたが、天候不順もあり苦戦し、予想より悪くなっている。
		スーパー（経営者）	・客の価格意識がまだ強く、大手小売チェーンは価格志向に走っているため、変わらない。
		スーパー（販売担当）	・客は広告の目玉商品や価格を打ち出した商品については、並んでも買おうとしているが、少し良い商品、価値のある商品、付加価値をつけた商品などにはなかなか購買意欲をみせない。
		スーパー（店長）	・日々の購買動向にはさほど変化はみられないが、必要以上に買物をしているとも思えず、必要最低限の物以外は相変わらず買い控えている。
		スーパー（営業担当）	・現在は堅調に推移しているが、将来に対する不安がまだ払しょくされておらず、今後の為替や株の状況でどう転がるのか予断を許さない。
		スーパー（仕入担当）	・天候不順で売れる商品も定まっていないため、いつも買っている商品を取りあえず買っておこうという客が多い。
		コンビニ（経営者）	・店の周りの状況が変わらない。
		コンビニ（経営者）	・来客数はほぼ横ばいである。これから先、どうなるのか不安である。
		コンビニ（経営者）	・少し良くなってきているように感じるが、まだ不明である。
		コンビニ（経営者）	・高付加価値商品の売上は今後も順調な伸びを示すと思うが、人手不足が更に厳しい様相をみせ、当店のみならず、同業者も経営に大きな影響を受けている。
		コンビニ（経営者）	・近隣で新たに建築中、開発中の地域は大分なくなり、閉店や看板替えなども段々と減って落ち着いてきている。そのような中で、何とか生き残りを図り、見切り販売を始めてちょうど1年がたった。当店は経営者の裁量の範囲内で独自にやっているが、周りのコンビニエンスストアではなかなかできないようである。客への告知も大分進んできたようなので、これからの正念場だと考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数トレンドに変化の兆しがみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・競合がひしめく中で天候不順もあるため、今以上には望めない。
		コンビニ（商品開発担当）	・大きく景気が良くなるニュースも特にないが、消費が急に冷え込んで悪化する傾向もない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者の声を聞いていると、手持ちの洋服で十分に間に合う様子で、年内は消費者意識は変わらず、冬のボーナス以降に変化してくるのではないかと思う。
		衣料品専門店（経営者）	・変わらないと回答したが、変わらないというよりよく分からないというのが現状である。消費税の問題はほぼ落ち着いてきたが、秋にどう変化するのか期待する部分もあるが、注視していきたい。
		衣料品専門店（経営者）	・今のところ購買意欲が感じられず、ボーナスや賃金アップがどの程度消費に回っていくかが不透明である。
		衣料品専門店（店長）	・客のマーケットが変わらないため、このままの状態が続く。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響はほぼなくなったが、消費の増加にはまだつながっていない。単価や来客数の上昇の兆しが出てくれば上向く。
		家電量販店（店員）	・現状から、先の景気は平行線をたどると考えている。過去3か月の先行きから考えても、低所得者については厳しいものがある。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税での冷え込みは感じられるが、ユーザーも我慢できない、もしくはやむを得ずといった感じで購入しているようである。ガソリンの高騰は、ハイブリッド車への乗り換えのプラス要因と車を維持できない生活環境へのマイナス影響の両方が出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・7月のボーナス商戦に期待しているが、既存客の台替え促進を進めていかないとまだまだ厳しい。
		乗用車販売店（販売担当）	・購買意欲を向上させる策がないような気がする。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費マインドを向上させる内容もないため変わらない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・好転する要素が見当たらない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・良くなる材料がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・プラスやマイナスの要素は特段なく、消費税増税の影響もそれほどない。
		高級レストラン（副支配人）	・個人の宴席予約の傾向から判断し、変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・今のところ来客数の増加もなく、客単価上昇も難しい。
		一般レストラン（経営者）	・全体に好況感はあるが、消費税増税の影響も薄らいでいるが、仕入上の3%増税分、次の2%増税がじわじわと営業に影響している。
		一般レストラン（経営者）	・ずっと伸びてきているが、今後も伸び続けることはないため、3か月後も変わらない。消費税増税も少し落ち着き、会社の景気も良くなってきており、そのまま増えていく。
		一般レストラン（経営者）	・今月は天候と消費税増税の影響で少し厳しい状況である。
		一般レストラン（スタッフ）	・年金受給者は買物に行っても少ししか買わないが、商売が好調な人はものすごく買っており、良い人と悪い人の差が出ている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響がそれほど大きくなかったため、今後も現在の状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・平日に良い日が増えてきてはいるものの先の予約が直前まで入らないので、駆け込みで期待している。全般的に動きは少ない。
		旅行代理店（経営者）	・単価がもう少し上がってくれば良いが、販売量は多くなってきており、確実ではないが内定的な要素が80%ぐらいあるため、良くなるようにと期待している。
		旅行代理店（営業担当）	・短期的には今の状況で推移するが、中長期的には分からない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は8～9月になるが、今の販売状況を見ると出だしがあまり良くないため、変わらない。直近で決まるケースもあるので、その辺を見極めていくことが今後のポイントになるが、良い材料がない。
		タクシー運転手	・この先また良くなるという要素がみえない。あまり変わらないのではないかと。
		タクシー運転手	・梅雨が明けて暑い日が続けば前年並みの仕事はあると思うが、今年の夏の予想ではさほど暑くはならないようで、あまり期待できそうにない。
		タクシー運転手	・乗客の言動等から変わらない。
		タクシー運転手	・深夜、オフィス街で大手企業のサラリーマンを相手に営業しているが、景気とは関係なく、残業が減る傾向にあり、深夜にタクシーを利用する客が全く増えていない状況を心配している。
		通信会社（経営者）	・営業マンの増員がスムーズにいかず、大幅な加入獲得増は見込めない。
		通信会社（経営者）	・政府の成長戦略が直接事業に関係しそうもない。
		通信会社（営業担当）	・同業他社との価格競争が激化しており、厳しい状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税があったのに所得は増えていないため、消費に消極的である。
		通信会社（営業担当）	・インターネットの契約数に最も影響が出る携帯電話会社の力関係も大きく変更がないものと思われ、しばらくは横ばいが続く。
		通信会社（局長）	・思ったほどサッカーのワールドカップの好影響もなく、期待していた4Kテレビの購入に連動した加入レスポンスも少ないことから、安易に上向きとは言い難く、まだ様子見である。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税以降、物価の上昇傾向も重なり、支出における毎月の固定費用の見直しを重視する傾向は今後も続く。
		通信会社（経営企画担当）	・現時点での案件情報量から変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・長期の景気低迷で国民全体が景気回復を感じることは、そう容易ではない。
		ゴルフ場（支配人）	・今月以降は平年並みの予約数を確保している。しかし、天候次第である。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・上半期の売上があまり増加していないため、下半期前半の売上にも期待が持てない。10～12月にかけて少しは景気の上昇による売上増を期待したい。
		設計事務所（所長）	・景気の実感には民間が動くことで感じるものだが、数年前から計画している物件すら前進せず、非常に厳しい状況である。何とか公共事業を受注して切り抜けている。
		設計事務所（職員）	・建築の施工においては建築費高騰により完全な買い手市場であり、今後の発注状況は横ばいと予想している。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数などに大きな回復がないため、今後もあまり変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注動向に特に変化はないが、テナント出店申込状況において、外食産業は業績が好調と聞く割には人手不足の影響が出店意欲が低いように感じられる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の荷動きに上向きがみられない。消費税増税後の様子見が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税による各種物価の上昇がひしひしと身の回りに浸透し始めている。
		百貨店（販売促進担当）	・消費に対して慎重な動きは続いていく。
		スーパー（店長）	・現在は単価の高い商品の販売で売上、利益共に確保できているものの、来客数、販売点数は減少気味である。単価が下がった場合、売上、利益の増加は難しく、確保にも懸念がある。
		コンビニ（経営者）	・しばらくは新たにできた競合店に客を取られると思うので、少し落ちていく。
		衣料品専門店（経営者）	・冷夏予測等、天候不安や商品の売れ筋不透明で明るい材料がなく、セール商戦は不安定な状況である。
		乗用車販売店（渉外担当）	・経済性や安全性の高いエコカーは引き続き支持されているが、受注総数は前年比25%マイナスで推移している。特に、普通乗用車が良くはなく、見通しは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		住関連専門店（統括）	・消費税増税もあるが、それ以外にも何か要素があるのか、買物に対して非常に慎重になって買い控えている。	
		旅行代理店（従業員）	・8～9月にかけての国内団体旅行の予約状況が思わしくない。好調な方面もなく、原因も分からない。	
		タクシー運転手	・消費税は上がったものの所得は増えておらず、これ以上の上向き傾向は予測できない。	
		タクシー（経営者）	・多少、景気回復はみられるかもしれないが、消費税増税、保険料の値上がり、燃料価格の高騰などが重なり、若干悪くなる。	
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事予約は好調に進行しているものの、今年の夏季は天候不順が予想されているため、客足の鈍りを懸念している。	
		美容室（経営者）	・商店街の生鮮三品である八百屋や魚屋の閉店が続き、商店街としては少し悪くなっていくように思う。	
		美容室（経営者）	・早く梅雨が明けて、天候が安定して欲しい。	
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今月は問い合わせも非常に少なく、消費税増税で授業料を上げなかった学習塾に移動するケースがあり、例年に比べても売上が下がっている。様々な塾の進出もあり、小さい塾はかなり厳しくなってくる。	
		設計事務所（経営者）	・当社は6月決算だが、前年度より大変優秀な成績で決算を終えた。今後については、予定していた仕事を大手設計事務所に取りられることが多くなってきていることや資材高騰などから、民間の仕事の動きは非常に鈍く、ホームページなど様々な媒体でPRするものの行き届かず、ただ行政の指名を待っているという状況である。更に東京の大手も進出してきて、当地域の小さな案件まで持って行ってしまいうため、先行きは全く見通せない。	
		設計事務所（所長）	・現状から先の景気はとて計り知れるものではない。良くなっているとはいえ、仕事はかなり少ない。	
		住宅販売会社（従業員）	・契約が落ちている関係で受注残が減少してきている。住宅展示場等の集客も多少持ち直しているものの、絶対数はまだ不足しており、受注の回復はあまり期待できない。	
		悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・消費税増税以降、特売日を利用したりと客が買物により慎重な感じを受けている。来客数、売上共に前年を大きく下回っている。
			一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・一昨年にオープンした大型競合店の影響が大きくなっている。
			スーパー（総務担当）	・7～8月と商圈内に競合店の出店予定がある。
一般レストラン（経営者）	・例年、夏は売上が下がり、宴会客も少なくなる。			
旅行代理店（従業員）	・貸切バスが新料金制へと移行するため、日帰りの場合、以前の2倍程度のバス料金となることが想定される。老人会など低予算の日帰りバス旅行は事実上、実施不可能になる。			
企業動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる		—	—
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は事業所の移転に伴う住所変更などでゴム印の特需があった。今まで注文がなかった会社だが、今後注文が来るような方向にある。また、登記の印鑑で必要に迫られてではなく会社の業況でもう1本余分に欲しいというような余裕のある発注も出てきている。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・材料のパイプの受注、売上共に増えていく。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・成長戦略である医療容器の顧客は、既存製品の受注に大きな落ち込みはないようで、将来への投資にも意気込みを感じられるため、当社も投資を考えられるようになった。	
		金属製品製造業（経営者）	・生産見通し情報から、秋ごろの生産量は非常に多くなる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・夏を越えてからの引き合い物件の見積が出てきている。	
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響を引きずっているが、少しずつ好転している。	
		建設業（経営者）	・大企業を中心としたアベノミクスの影響が、我々中小企業にも少し及んできている。	
		建設業（営業担当）	・アベノミクスにより企業は法人税緩和を見込み、仕事量が増え続けている。人材不足が問題となっているが、今後の対策次第では景気が更に上向きになる。	
		輸送業（経営者）	・政府の成長戦略が浸透して歯車がうまく動き出せば、間違いなく良くなっていく。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（統括）	・少しずつ受注が増えており、また、不動産関係の値段が若干ながら上がりつつあることから、今後、もう少し景気は上がってくる。ただし、求人の問題で業況が厳しくなる業種もある。
		金融業（支店長）	・企業がキャッシュフロー増加分を設備投資に回す動きが出てくれば、更なる景気回復が見込める。
		金融業（役員）	・オリンピックや補助金など、今後の見通しに明るさが見え、今までになく積極的な行動をとる取引先が増えている。創業促進補助金の影響で起業セミナーに対する関心も高い。
		不動産業（総務担当）	・オフィス、店舗共に賃料の上昇傾向がようやくみられるようになったので、今後に期待したい。
		税理士	・アメリカで日本車が売れているが、中国経済は不透明なところがあって、どうなるか分からない。国内はアベノミクスで伸びていきそうであり、先行きは少し明るいような気がする。海外での収益が入り、大企業はもうかっているだろうが、中小企業にはまだきていない。
		経営コンサルタント	・駅前商店街で飲食店を営む店主の話では、最近、パートが定着しなくて困っており、時給が若干上がってきているようである。何とかしないといけないが、簡単ではない。ただし、注文メニューから消費者の懐が温かくなってきているのは実感できる。これからボーナスの効果も期待できるのではないかと。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響で若干沈んでいるが、これは一時的なものである。しかし、上昇する様子は全くみえない。
		食料品製造業（経営者）	・原材料高、ガソリン価格の高騰、包装資材などの値上げといったマイナス要因が多く、小売店には景気回復はまだ遠いようである。
		食料品製造業（営業統括）	・冷夏が予想されているため、先行きが不透明である。
		繊維工業（従業員）	・最近、受注量が大きく動くような変化が全くみられない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今から見積や企画をしていないと先々の仕事は見込めない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・やや良くなるのは10月からと予想されるため、変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・1年の中で受注量の落ち込む時期に入るため、特別な景気対策等が出ない限り、変化はない。
		化学工業（従業員）	・現状では受注の減少がなくなり横ばいである。ただし、客先の反応はこれから良くなるとの感触はなく、このままの状況が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量の確保は容易になってきたが、小ロット、加工の難易度に比べて価格は改善されず、採算面は変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・売上が低迷しているため、新しい仕事を取ろうと努力はしている。しかし、新しい仕事は、どこも手を付けられないような単価的に問題がある仕事が残っているだけで、利益が出るようなものではない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・あまりにも景気が良くなる期待感がない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・大きな変化はないが、上向き傾向にあるのではないかと感じている。
		建設業（経営者）	・このまま平行線のような気がする。圏央道が開通して物流が変わり、周辺施設への仕事が増えてくれれば有難い。
		建設業（従業員）	・現在の受注量や見積等から、ほぼ変わらないのではないかとと思う。
		建設業（経理担当）	・技術者不足から受注調整をするようになってきている。今後、下職の作業員不足も重なり、受注しても工期を守りつつ採算ベースに合うようにするのが大変になりそうである。
		輸送業（経営者）	・燃料が高騰しており、良くなって欲しいが景気はなかなか変わらない。
		輸送業（経営者）	・荷主より料金値上げの内示は受けており、プラスの材料ではあるが、上げ幅は大変小さく、高騰している燃料代の負担が軽減できる程度のため、改善には及ばない。
		輸送業（総務担当）	・荷主の出荷計画が未達で、輸送貨物量が激減している。燃料価格が高止まりで非常に苦しい状況である。
		通信業（広報担当）	・緩やかな回復傾向が続く見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		金融業（従業員）	・建設業及び不動産業を中心に緩やかな業況回復は続いている。しかし、小売業を中心に、一部で消費税増税による売上の減少が生じている。中小企業からは、楽観的な見通しはほとんど聞かれない。	
		金融業（支店長）	・消費税増税の影響、原材料の高騰、燃料費の値上がり等を考えると、まだ利益が出ないような状況なので、これから景気が良くなるとは思えず、現状のまま変わらない。	
		不動産業（経営者）	・賃貸物件に空室が多く、明るい材料はない。	
		広告代理店（経営者）	・現在、数か月先の引き合いがないため、今後も良いとも悪いとも言えない状況がしばらく続きそうである。	
		社会保険労務士	・良くなる要素が全く見当たらない。	
		経営コンサルタント	・夏季賞与などの動きに期待したい。	
		税理士	・賞与支給後の今以上の好調は難しいが、現在の景気は維持できる。	
		経営コンサルタント	・大手は好決算をしているが、中小企業を圧迫しての仮初めの高収益とも考えられる。	
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・現状の単価下落傾向と燃料費、材料費の値上げ傾向はしばらく続く。	
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状の忙しさは継続する。	
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・景気回復の要素がない。中小企業にとっては消費税増税で再値上げも考えられ、影響が出てきている。	
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・クライアントから実績案件の価格交渉や中止といった話が多々あり、当面厳しい状況は続く。
			金属製品製造業（経営者）	・価格を少し下げ、営業活動をもう少し活発に行い、新しい仕事を受注するようにしなければならない状況である。
			輸送業（総務担当）	・仕入価格の上昇、固定費増、燃料費の高騰が続き、先行きに対して慎重な見方が多い。
広告代理店（従業員）	・他社に移行する仕事が発生したため、やや悪くなる。			
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国経済の行方やロシアとウクライナの問題、イラク問題や海洋問題など、世界情勢の不透明感が大きくなっている。過去にない混とんとした時期なので、先行きはやや悪くなる。			
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今年度に入ってから若干好調な状況を維持できていたものの、6月に入って受注が伸びなくなってきた。今後も徐々に受注件数が減少していく傾向が見込まれる。			
悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・今後も大企業のコストダウン要求が来れば諸般の価格が転嫁できず、営業利益を圧迫する。一度日本の中小企業全体で協定を結び、政府公認で受注拒否でもしないことにはデフレ脱却はできないと考えるため、短期的にみてもマイナスである。また、日本には手形制度があるため、資金循環するのに9か月、潤沢に回るのには約2年かからないと効果が出ない。		
	建設業（経営者）	・消費税の10%への増税を考えると、悪くなる。		
雇用 関連 (南関東)	良くなる	○	○	
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・各企業が業績回復傾向にあり、欠員補充、増員の動きはますます活発になってくるため、労働市場は活性化され、派遣労働者数も増加する。	
		人材派遣会社（支店長）	・派遣だけではなく、パート、アルバイトの受注増加に伴って時給アップが目立ってきている。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今年度の就職戦線中間報告会に参加した企業が前年より増加している。採用の新スケジュールにどう対応するか、インターンシップの効率活用など関心が高い。来季へ向け、予算が膨らむと想定される。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・4月からの消費税増税による影響が今月も尾を引いているが、半ばぐらいから秋以降の案件が増え始めている。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・全体的に回復基調である。	
		職業安定所（職員）	・企業の求人意欲は強く、フルタイム求人の増加傾向はしばらく続く。	
		職業安定所（職員）	・学卒求人説明会には前年より2割多くの企業が参加した。6月20日から学卒求人が始まったが、初日の受付が前年34件に対し、今年は37件となっている。	
		職業安定所（職員）	・今後も求人件数、求人数共に増加が続く。また、新規求職、有効求職者については減少傾向が続く。前月同様、倒産や事業所縮小による大規模な人員整理等の状況が見込まれないことから、今後やや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税後の購買意欲減も一段落したようだが、ここへきてガソリン代が非常に高くなっており、燃料費の高騰を吸収できないという取引先が多い。
		人材派遣会社（社員）	・各企業の採用意欲、求人ニーズ共に高い。しかし、求職者のニーズは多様化しており、より選別をしているため1社当たりの応募者は少ない。パイは限られているため、企業の取り合いが続いている。採用難から募集を縮小、一時見直しや採用手法の検討が進められているため、不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・採用難が継続する。
		人材派遣会社（社員）	・顧客の人材需要は引き続きおう盛だと見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・数年間をみないと景気の変化は感じられない。
		人材派遣会社（支店長）	・依頼数は増えると思うが、登録者の確保が課題である。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増えているが、いまだに採用側は若い人材を求めている。実際の求職者は40代以上が多く、なかなか採用に至らない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が減ってきているため、2～3か月では変わらない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に悪くなる要素もあまりないが、景気が良くなる要素もあまり感じられない。
		職業安定所（職員）	・正社員求人が増加していないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・中東情勢やウクライナ情勢等の外部要因に影響される可能性はあるが、消費税増税の影響はあまり感じられなくなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加傾向は続くものと推測するが、消費税増税前の駆け込み需要の反動減による消費の停滞などで景気が上向きで推移するとは考えにくい。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人傾向から先行きの見通しは安定的で上昇傾向にある。
		民間職業紹介機関（職員）	・新卒採用が落ち着き、中途採用にが移っていくタイミングで、大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用数は高止まりしており、変化がみられない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・採用計画の事前調査より、募集再開、採用者数の増加企業はそれほど多くはなく、大きな変化はみられない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・管理部門の要員を監査法人等、関係機関からの出向や契約社員で切り抜ける企業が目につく。生き残りへの必死さを感じる。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・これから東京オリンピックに向けて景気は良くなる。
		百貨店（経理担当）	・売上は、緩やかではあるが4月後半から一本調子で回復しており、業績が好調な企業における夏季賞与の支給以降は、急速な消費の回復が見込まれる。
		一般レストラン（従業員）	・サッカーワールドカップが終われば、いつものように店に客が来る。夏場の方が繁忙期なので期待をしている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の様子からは購買意欲がうかがえる。消費税増税の影響も落ち着き、販売量が増加する。
		商店街（代表者）	・足元の非常に悪い状況に比べれば良くなると思う。この状況が続くようでは会社の存続に影響する。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・ボーナス支給や景況感の改善が良い方向に動いている。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客の様子からも少しずつ購買意欲の高まりが感じられる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・景気回復が着実に進んでいる。
		百貨店（販売促進担当）	・前回の消費税増税時と回復のペースが似ている。前回は、6月以降徐々に景気が良くなっている。
		百貨店（経営企画担当）	・夏季賞与の増加など消費にプラスの要因もあり、今後は消費税増税の影響が一層弱まり本格的な回復基調を想定している。ただし、気象の及ぼす影響を考慮すべきと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		百貨店（営業企画担当）	・夏物クリアランスセールやボーナス商戦に向かって市場が盛り上がる時期であり、更に来年の消費税増税が近づいてくるとも考えると、景気は短期的には回復に向かっていく。	
		スーパー（店員）	・消費者には買い控えをする雰囲気はみられず、順調なまま推移するように感じる。	
		スーパー（総務担当）	・商品単価は下がっているが、客1人当たりの買上点数が増えている。	
		スーパー（商品開発担当）	・消費税増税の影響が薄れて、数字的には今よりも良くなる気配を感じる。	
		コンビニ（企画担当）	・規制緩和等の政策は、色々な起業や業務拡大につながって更に雇用を拡大し、所得や消費の増加という数字になって表れてくる。	
		コンビニ（店長）	・梅雨が明けて本格的な夏となるので、飲料水やアイスクリーム等の乳製品が売れる。	
		コンビニ（店長）	・ボーナス支給額が増えれば、消費にも良い影響があると期待する。	
		家電量販店（店員）	・梅雨明け後に暑さが本格化することを期待する。	
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売による需要喚起もあり、今後は販売量が伸びていくものと予想する。	
		乗用車販売店（従業員）	・全体として景気は緩やかに良い方向へと向かっている。急激に良くなることはないが、長い目でみれば決して悪い方向ではない。	
		乗用車販売店（総務担当）	・月を追うごとに消費税増税による影響が改善されていく。	
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込みによる受注残は一段落したものの、新築住宅やマンション販売は増加傾向にある。また、リフォーム需要は堅調である。公共事業も消費税増税前と変わらず増加傾向である。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税後の落ち込みから回復してきており、2～3か月後には完全に回復するのではないかと見込む。	
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税の影響はそれほど大きくなく、今後に期待がかかる。	
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊者数が増えている。	
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税から半年も過ぎれば、少しは景気が良くなる。	
		旅行代理店（従業員）	・秋口には貸切バスの受注が多く、既に満車日が多数ある。満車のため他の日に変更を依頼しても申し込んでくれる状態であり、景気の好調さによる稼働率の向上と推測している。業況が着実に良くなっていると肌で感じられる。	
		タクシー運転手	・8月の暑い時期には、お盆、帰省や旅行などタクシーを利用する客が増えるので売上アップを期待する。	
		タクシー運転手	・今の悪い状態がずっと続くことはない。	
		通信会社（営業担当）	・今後も通信機器のコスト低下による投資が続くと思う。	
		ゴルフ場（企画担当）	・高速料金の割引減少の影響がどのように出るかわからない。足元の前予約数は低迷しているが、8月の前予約数は前年並みに入っており、2～3か月先は前年並みに戻ると期待している。	
		美顔美容室（経営者）	・8月からホームケアキャンペーンを始めるので、今よりは良くなる。	
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・問い合わせ件数が増加傾向にある。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客の財布のひもが固くなる傾向は、当分の間は続くと思われる。株主総会用の粗品等の単価も前年よりダウンしている。
			商店街（代表者）	・ここ最近では法人向け売上の極端な減少が続いている。客単価が伸びないため、景気が良くなっていくという実感はない。
商店街（代表者）	・夏の天候次第ではあるが、エアコン需要も例年ほどは伸びない感触であり、先行きにも変化はない。			
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・消費税増税と天候の不順もあり、先行きの局面も厳しい。			
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・景気の上昇を期待したいが、地方都市にまではアベノミクスの効果は届かない。商店の多数を占める小規模事業者の振興策を推進して欲しいが、政府の目は大企業に向いており、景気が良いのは大企業だけである。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・客が使える金は増えてるかもしれないが、使い方が変わってきている。ギフトも、贈答品店で買うばかりではなくネットで購入したり、物以外の贈り物も増えている。贈答品業としては2～3か月先も変わらないが、ギフト市場としては選択肢が広がり、その分は拡大している状況である。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・大幅に良くも悪くもならない落ち着いた状況に感じられる。政治が落ち着いているのと同じように、経済もこのまま落ち着いて横ばい状態が続く。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・給料の上昇した企業はごく一部で、ほとんどの企業にとって景気は決して良くなっていない。しばらくはこのままの状態が続く。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・飲食店の来客数には、回復の見込みが全くない。
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・客の状況をみていると、秋口には消費税増税後の反動減から脱して景気はやや持ち直す。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・消費税増税の影響で、小売業等の状況はあまり良くない。
		百貨店(売場主任)	・クリアランスセールを前に下見客が少ない。ある程度の値下げを実施するため、そこそこの売上は確保するかもしれないが、まとめ買いも期待できず、例年より減少するのではないかと感じる。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税後の反動による買い控えがこのまましばらくは続く。
		百貨店(経理担当)	・クリアランスセールを機に衣料品の動きが活発化すれば、全体の流れも良くなると期待している。
		百貨店(販売担当)	・消費税増税後の消費者は、工夫に長けてやり繰り上手となっている。新商品投入や販売促進策の効果も、夏のボーナス商戦が終了すれば一段落はするだろうが、いったん消費トレンドに勢いがつけば、よほど大きな出来事が発生しない限りは持続すると考える。
		百貨店(販売担当)	・再び消費税増税が決定すれば、また駆け込み需要が多少あると思うが、それまでは様子見になるので今より良くはならないと思う。
		スーパー(経営者)	・安倍政権も2年近くとなり、原油高、消費税増税もあって景気の上昇にも一服感が出る。中国の景気も一段落で日本からの輸出は伸びず、中東等での紛争により原油高は長引き、原材料高となってコスト引上げなどの影響が出る。中小企業の事業者もこうした影響を肌で感じ、あらゆる商品の購入に慎重になっているので、景気は中だるみとなり上昇も下降もしない状態となる。
		スーパー(店長)	・値上げの話題が続いており、物の動きが悪くなることが懸念される。今の状況であれば大きな影響はないが、物品によってどのような影響があるか不確定な部分が多い。
		スーパー(店長)	・売上は伸びているが、来客数は前年同期を下回っており、先行きを懸念している。
		スーパー(店長)	・変わらず競合店の出店攻勢やコンビニでの生鮮品取扱いなどが続いており、客足の回復がなかなか望めない。商品値上がりに伴う買上単価の上昇での売上確保にも限界がある。価格競争や利益圧迫の予兆がみられ、当面は景気回復は見込めないであろう。
		スーパー(店長)	・取引先等の情報からは、当地区の小売大手各社の業績についてあまり良い話を聞かない。景気が改善していくような傾向はない。
		スーパー(店員)	・ここ数か月ずっと同じような状況が続いており、競合店が多いこともあってなかなか良い状況にはならない。
		スーパー(販売促進担当)	・当店で店舗を改装しても、外部競合先での改装や業態変更などがあるため、先行きも決して楽観視できない。
		スーパー(販売担当)	・来客数が伸び悩んでいる。来客数が増えないと売上高も伸びない。
		スーパー(支店長)	・消費者の節約志向は変わらず、消費意欲の高まりを感じない。
		コンビニ(エリア担当)	・当面は今月と変わらない状況が継続する。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数が盛り返している店がある一方で、競争出店の激化により客数を大きく減らす店が今後も増えると思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・天気や気温で大きく変動する可能性はあるが、夏季商戦に向けて話題商品等への購買意欲は高い。必ずしも高いから売れないという時代ではなく、市場にマッチすれば大きく数字は伸びるので商品開発等が重要なポイントとなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税による消費の落ち込みは緩やかな回復傾向にある。しかし、デザートなど節約可能な商品に対する買い控えは続き、本格的な回復にはまだ時間がかかると考える。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税後の反動減がいつまで続くかわからず、終わる兆しがまだみえない。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・消費税増税に伴う買い控えは、現在よりは緩和すると思う。しかし景気が良くなると思えるほどの根拠が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・4Kテレビの売行きは限定的であるが、生活に必要な物は売れているので景気が悪くなることはないであろう。
		乗用車販売店（営業担当）	・客との話からは、今後景気が上昇していくという声はなかなか聞かれず、先行きの判断に困る。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス消費には期待をしたいが、レジャー費などの減少傾向と同様に、車への支出や点検整備の需要も減少していくように思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・市場環境に変化はなく、好転材料も特に見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・今後、夏のボーナスシーズンを迎えるが、今まで以上に格差が表れるように感じる。ボーナス消費が新車購入にも波及するよう期待したい。
		乗用車販売店（従業員）	・政治家の関心は景気の問題には向いておらず、自衛隊の問題ばかり重視されているので、景気が悪い状態は当分変わらずにこのまま続く。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響も徐々に和らぎ、半期決算に向けて販売台数は増加するであろうが、前年並みの販売台数を維持するのは無理だと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナスの時期には入るが、自動車に回す金の余裕はなさそうな状況である。ガソリン価格の値上がりも追い打ちをかけ、ハイブリッド車ユーザーですら、ガソリン代を気にする人が増えてきている。工場への入庫台数も減っており、全体的に厳しい状況がしばらく続く。
		乗用車販売店（経理担当）	・販売量は当初の計画より若干上振れしてきているが、まだ消費税増税後の反動減から脱出できそうな感覚はない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏に向けて消費支出は行楽へ流れてしまう。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費マインドが上昇する要因がない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・まだ購買意欲の上昇にはつながらない。
		高級レストラン（役員）	・企業等で夏季ボーナスの支給が始まる時期であるが、先の予約客数の動向にはまだ変化は感じられない。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の買い控えなど消費税増税の影響は、これからも続く。
		スナック（経営者）	・景気が良くなったと消費者が実感できることがないため、繁華街にはにぎやかさが戻らない。
		都市型ホテル（支配人）	・レストラン需要はボーナスの支給状況が影響する。3か月先は忘年会の受注が始まるころであり、宴会需要の見極めが立つ時期である。
		旅行代理店（経営者）	・先の予約状況がまだ芳しくないので、好景気という実感があまりしない。
		旅行代理店（経営者）	・以前よりは良くなってきているが、このままの状況が続くとは考えられない。
		旅行代理店（経営者）	・金を消費に回せる層は限られている。2～3か月では現在の状況は変わらないと感じる。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税の影響はまだ続く。新たに明確な景気対策が行われなければ、この状況は当分続くと考える。
		旅行代理店（従業員）	・大企業と中小企業で収入の格差がどんどん広がっていく。
		タクシー運転手	・乗客数が少ないまま推移している。乗客数が多くなれば、売上も伸びる。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減はそろそろ収まると期待しているが、新規の問い合わせ件数は少なく、回復にはまだ時間がかかるものと思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		通信会社（サービス担当）	・より安価なサービスへの乗換えが増加しているので、料金体系の見直しや魅力のあるサービスを新たに提供しなければ、客離れが進む。		
		通信会社（営業担当）	・11月ごろより新たな動きが出てくると思うが、夏の間はこのままの状況である。		
		美容室（経営者）	・まだ消費税率8%をかなり高いと感じている客が多く、慣れるまでにはもう少し時間がかかる。		
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・客数は利用限度の上限で安定的に推移しており、先行きも数か月先まで変わりはない。		
		設計事務所（経営者）	・小規模な案件は少しずつ出てきているが、大きな案件には動きはなく、先がみえない状況には変化がない。		
		設計事務所（職員）	・消費税増税の影響がまだ大きく、景気が良くなるような様子はみられない。		
		住宅販売会社（経営者）	・消費税の話題が少なくなってきたため、底辺に近い水準ではあるが今の状況が続くものと思われる。		
		住宅販売会社（従業員）	・上向きとなる要素がないなかで、じわりじわりと厳しい時代が続く。		
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・良くも悪くも何の要素もないので、先行きには期待が持てない。		
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・引き合い数の少ない状況が続く、この先も受注が増える望みが薄い。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・真夏の時期は動きが良くない。
				一般小売店〔土産〕（経営者）	・この先に良くなる要因が見当たらない。
				スーパー（経営者）	・中小小売店にとっては、特筆すべき良い事項はなく、悪い状況が続いていく。
				コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響があまりみられないのは良いことであるが、景気の足腰が強いわけではない。競争店の出店がまだ続くので、当店にとっては先行きの景気は悪くなる。
				コンビニ（店長）	・前年比でみた売上高の減少率は月を追うごとに小さくはなっているが、今年は冷夏と予想されるため、回復のテンポが遅れる。
				衣料品専門店（経営者）	・もともと季節を先取りした買物が少なくなっているため、その上もし残暑が続けば、秋物シーズンに影響が出る。
				家電量販店（店員）	・国際的には、円相場も若干落ち着いた状態で推移する。国内ではシビアな購入態度が定着していく。消費税増税による落ち込みは極端に大きくはなかったが、むしろその分時間の経過とともに表れてくる。
				スナック（経営者）	・客は年金生活者が大半なので、依然として財布のひもは固くなる傾向である。
				その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・ボーナス時期は、より一層消費税率を意識して財布のひもは固くなる。
観光型ホテル（経営者）	・8～9月ごろには、特に追い風となるような要因はないが、消費税率が8%に上がった心理的な影響が和らげば、それほど悪くはないかもしれない。				
観光型ホテル（販売担当）	・諸事情により夏の風物詩であるビアガーデンを今年には開催しないことが決まり、その代替イベントを計画している。難しい夏の個人客を獲得できるかどうかにかかかっており、厳しくなるものとみている。				
テーマパーク（職員）	・消費税増税で、外出を控える傾向が強まると感じる。				
観光名所（案内係）	・高齢者の金の使い方が非常に慎重になっている。このままの状況では景気が良くなるとは思えない。				
理美容室（経営者）	・消費税増税により物の値段が上がれば、景気は良くならない。				
美容室（経営者）	・消費税増税の影響が大きい。				
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・市場での価格下落と主力機種の変替わりにより、利益減少と追加投資上積みダブルパンチを受けている。その影響で厳しい状況が長引きそうである。				
設計事務所（経営者）	・建築費が高くなり、住宅の建築を見合わせる人が出てきている。				
設計事務所（職員）	・安さよりも質を重視する客がいないと経営が難しいが、時代は安さ重視となってきている。ハウスメーカーも努力はしているが、質の高い家は欲しいが予算が少ないからとあきらめる風潮になると、この国からは段々ときれいな物がなくなっていく。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・受注残がなくなれば、新しい案件は少なく材料等の原価は高止まりの状態のため、収益的には悪くなると考えられる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・地場産業の経営者は、原材料の値上がりで利益担保が難しく、ボーナスを出せる状態ではないと言っており、良い方向には向かっていない。
	悪くなる	パチンコ店（経営者）	・消費税増税を機に業界全体が低単価競争が一層進んでいる。
		美容室（経営者）	・2～3か月先では、真夏の時期のため車の客は時期に関係なく来店するが、自転車や徒歩の客は暑さで足が遠のく。
企業 動向 関連 (東海)	良くなる	理容室（経営者）	・一度安い店に流れた客は、なかなか戻ってこない。
	やや良くなる	企業広告制作業（経営者）	・企業の設備投資が積極的になっている。
		化学工業（総務秘書）	・企業決算が良く賃上げも実施され、消費者の購買意欲は高い。消費税増税や燃料費高騰の影響はあるが何とか耐えており、景気回復に向けての企業・国民の足並みがそろっている。
		化学工業（人事担当）	・為替相場が円安で安定していることや緩やかながら株価が上昇していることを考えると、この先は景気が上向き気配が感じられる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東アジア地域等に不安要素はあるものの、当面の経済環境は改善機運が感じられ短期的には景気は良くなる方向と思われる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年度の後半から年末にかけては業界店舗での新たな設備投資が期待できるため、9月以降はパーラー用チェアの出荷が少しずつ増えていく。
		輸送業（従業員）	・物流業界では、運転手の採用難が続き業界全体の懸案事項となっており、バブル期の様相に近くなっている。賃上げやボーナスアップによる消費の押し上げ効果を期待しているが、ガソリン価格の高騰や高速料金の実質値上げが旅行・レジャーや外出を抑制し、景気回復に水を差さないかが心配である。
		輸送業（エリア担当）	・顧客において適正な輸送単価が浸透し始めている。
		通信会社（法人営業担当）	・消費税増税の影響は予想よりも小さく、反動による落ち込みも企業としては見込んだ範囲のようである。一方で、家計ではガソリン代や食料品等の値上げが続き、財布のひもはますます固くなる。
		金融業（法人営業担当）	・ボーナス支給額が増加し、個人消費の回復が期待される。
		経営コンサルタント	・マンションを中心にファンドからの買いも入っている。リート（不動産投資信託）指数は特に倉庫関係で堅調であり、需要を先取りする動きとなっている。
		会計事務所（社会保険労務士）	・売上が伸びている顧問先が多く、今後も景気は良くなっていくと思う。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・年度下期に向けて開発工程が進むにつれて、プロジェクトの規模拡大が見込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・新製品の発注が始まり、来月からは忙しくなる。中小企業は新製品開発により大きく前途が開ける。金融界に対しては、積極的な中小への資金的な支援を期待する。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量・販売量は横ばい状態が続き、増加の見込みはない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・受注量がゼロとなったメイン製品は、3か月先まで受注回復が見込めず苦しい状況が続く。また、この落ち込みを補完できるような新規受注の見込みもない。
		鉄鋼業（経営者）	・先行きの仕事量が多いと見越している取引先は多いが、現実の仕事量は前年並みである。このような状況が既に3か月以上続いているため、すぐには大きく変わらないのではないかと考える。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いはあるが、人手不足の影響で製品の使用時期が先になっているようで、需要は急激には増加しない模様である。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトも動き出すので忙しいであろうが、以前の契約単価のため、原材料値上がり分をどう吸収できるかが気になる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・為替相場の水準も円安基調で悪くはなく、受注金額は前年を上回るペースであるが、相変わらず価格競争が激しく利益は確保できていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・受注量・販売量が、高水準を維持している。
		電気機械器具製造業 (総務担当)	・情報インフラ構築関連の業者では、厳しい獲得競争で収益が上がらないため、事業をやめる中小事業者や、事業全体の見直し・再構築を進める業者が出ている。案件が増えつつあるにもかかわらず、この先も低価格競争から抜け出せない状況が続くものと思われる。
		輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・良くなる要件も悪くなる要件もあまりなく、堅調に今のまま推移すると考える。
		輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・客からの販売計画がここ数か月変わらないため、単価の変動がない限り大きな動きはない。
		建設業 (営業担当)	・景気が上向きそうな政策や対策がないなかで、少し前のニュースからは感じられたような高揚感が出てこない、今後景気が良くなるという実感はない。
		輸送業 (経営者)	・ドライバーの採用難が続いていることから、輸送各社とも強気が感じられる。引き続き荷量は堅調に推移すると考えられる。
		輸送業 (エリア担当)	・貿易を取り巻く環境としては、この先も大きな変化はなく推移すると予想される。
		輸送業 (エリア担当)	・燃料の軽油価格が高値で推移しており、下がる気配がない。
		輸送業 (エリア担当)	・世論の動向からは景気が上向いていくように感じるが、原料や燃油価格の値上がり幅は毎月拡大している。景気が上向いて収益が良くなれば、その一方でコストの上昇も考えなければいけないので、景気の上昇と利益改善を一概には結び付けられない。
		金融業 (従業員)	・自動車関連メーカーでは、国内市場担当はそれほどではないが海外部署だけが多忙となっている。国内外で状況が分かれており、景気が良いとも悪いとも言えない。
		金融業 (企画担当)	・消費税増税後も特段に景気は落ち込んでいないが、個人資産の増加が消費に回るという好循環は、より一層の株価高、円安にならないと発生しないため、当面は現状が続くと思われる。
		不動産業 (経営者)	・ここ数か月は大きな変動はないと考えられる。
		不動産業 (用地仕入)	・景気を左右するような要因が見当たらない。
		不動産業 (管理担当)	・大企業ではオフィス需要に動きがあるが、中小企業ではみられない。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・新聞購読の中止が続いている。購読再開の要請は難題である。折込広告にも勢いを感じられず、新聞が広告宣伝媒体から外れる危機感がある。
		会計事務所 (職員)	・自社の状況には変わらないものの、消費税増税を機に格差が広がる時代の始まりを、身の回りで実感する機会が増えている。
やや悪くなる		食料品製造業 (経営企画担当)	・先行きの不安感が徐々に膨らんでいる。給与の上昇を上回る勢いで物価が上がり、消費税増税も負担となっている。消費マインドは冷え込みつつあり、このままの状態では消費税率の10%への引上げは考えられないと感じる。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・消費税率が更に引上げられる可能性が高く、景気が好転する材料が見当たらない。
		輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・ガソリンなど燃料代が下がらないと、車で出掛けることが減るため景気は良くならない。
		建設業 (経営者)	・消費税増税の影響は大きいと感じている。もう一段の消費税率引上げは考えられない。
		広告代理店 (制作担当)	・夏に向けての新しい企画提案等に対しても、企業側はなかなか前向きにならないため厳しい状態が続くと思われる。
悪くなる	○	○	
雇用関連 (東海)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・有効求人倍率が上昇傾向にある。
		人材派遣会社 (支店長)	・自動車部品メーカーにおける派遣求人数の堅調な推移に加え、自動車関連商社でも増加していることから、やや回復していくことを予想する。
	人材派遣会社 (営業担当)	・優秀な人材を確保しようと採用に力を入れる企業の増加が予想される。特に来期の成長を見込んで、上期中に盛んに採用活動が行われると思う。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・消費税増税後の新車販売台数の落ち込みには、緩やかではあるが改善の兆候がみられる。ボーナス増額との声が聞かれるなかで新車購入につながれば、先々は業況の改善が見込まれる。	
		職業安定所（所長）	・米国景気が改善し好調であることから、自動車産業を中心に輸出型企業での求人が伸びる。	
		職業安定所（職員）	・消費税増税後の反動減も一段落し、消費者も8%の税率に慣れてきている。大手企業を中心にボーナスが増額と言われおり、7月以降は消費が活発になると期待できる。	
		職業安定所（職員）	・消費税増税に伴う一時的な消費の冷え込みというマイナス要因は残るが、プラス要因として、好景気な北米に加えて欧州でも景気回復の傾向がみられ、輸出向けの受注も増加傾向にある。	
		職業安定所（職員）	・求人意欲は全産業で上向きとなっている。人手不足の業種があるがミスマッチの解消による失業者の減少で、より一層の景気回復につながるものと思われる。	
		職業安定所（職員）	・新規学卒者を対象とする求人は、前年よりも出足が良い。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・即戦力となる人材の増員して採用を計画する企業が引き続き多い。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中小企業への支援業務を通じては前向きな経営課題が引き続き多く見受けられ、業績も改善傾向にある。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・来年度卒業予定者の内定又は内々定が前年よりも更に早く件数も多い。前年にも前々年に比べて同様の印象を持ったため、雇用の回復を実感している。	
		変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・周囲では、特に先行きの変動が見込まれる材料はない。
			人材派遣会社（社員）	・求人案件は引き続き順調に伸びているが、それに対応する人材の不足が続く。
			人材派遣会社（営業担当）	・例年通り上期には引き合い数が伸びないが、第3四半期ごろから上昇するのではないかと多い。
			人材派遣会社（営業担当）	・景気の先行きを楽観視できるような材料が見当たらず、現状からは変わらない。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・世の中では弱者と強者の二極化が進み平均値は意味をなさなくなる。世界中の暴動の起きている国々のようにならなければと案じている。日本でも詐欺や犯罪が増えているが、課税対象が広がることで社会全体の活力が失われていくように思う。
職業安定所（職員）	・求人数は、前年同期では増加しているが前月比では微減傾向にある。			
職業安定所（職員）	・消費税増税後も、依然として企業の求人状況には変化がない。			
その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・現状以上に悪くなることはないと思うが、景気が上向きとなる要因が見つからない。			
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・法人関係の派遣スタッフ利用が減る時期となるので、先行きはやや悪くなる。		
悪くなる	—	—		

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税増税に対する反動も徐々に少なくなりつつあり、来客数、買上点数とも増加している。このまま売上も増加傾向が続き、景気は良くなる。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・7月に当地の駅の商業スペースがリニューアルオープンする。かなり力が入っているようなので、良い起爆剤になると期待している。
		百貨店（営業担当）	・夏のボーナス支給やクリアランスセールに伴い、客の購買意欲が高まっている。今後についても状況は良くなる。
		スーパー（総務担当）	・来客数が前年同月並みに戻れば、景気が良くなってくる。
		スーパー（総務担当）	・社会全体で雇用状況が良くなっていると聞いており、消費が悪くなる要素が少ないことから、今後当面は良い状況が継続する。
		コンビニ（店舗管理）	・現在の状況は悪いが、今後は消費税増税の余波も次第に収まると考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		家電量販店（店長）	・消費税増税の反動もみられなくなり、今後は高単価の省エネ商品の販売数が伸びてくることで客単価が前年よりも上がってくる。
		乗用車販売店（経営者）	・3か月先には新商品の発表を予定しており、需要の喚起になると期待している。
		乗用車販売店（役員）	・現政権での政策でのこ入れへの期待や、消費税増税のマイナス面も次第に薄れつつあること、この春の賃上げ及び夏季賞与支給額の増加を踏まえて、景気も次第に良くなるとみている。
		タクシー運転手	・客が消費税増税に慣れてきたことや、これから夏にかけていろいろなイベントがあることから、タクシー利用は増加してくる。
		通信会社（営業担当）	・新商品が出そろい、廉価端末から高機能端末まで選択肢が増えるため、販売数が少しは伸びると期待している。
		競輪場（職員）	・出場を自粛していた有力選手達の復帰が決まり、業界全体が活気づく。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税の10%への引上げを前に、駆け込みの顧客が多くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税後の反動減も落ち着いてきて、次の増税を見据えた動きに変わってきた。客の動きは良くなっており、次の増税まで成約数は伸びる。
		住宅販売会社（従業員）	・再度の消費税増税を見込んだ駆け込み需要が想定される。ただし、需要の先食い感があり、長くは持続しないと考えられる。
		商店街（代表者）	・トレンドが変わり新しい商品が出てくれば状況は良くなるが、今のところ大きく変わるとは考えられない。
		商店街（代表者）	・暑くなると途端に人出が悪くなる。猛暑のなか無理して買物に行こうという雰囲気ではなく、この状態は今後も続きそうだ。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・業界全体が活性化されるほどの商材はなく、また商品単価の値上げもあるため、景気回復する要素はあまりない。
		スーパー（店長）	・消費税増税後、この時期になり各部門で売上が回復している。この傾向は今後も続いていくとみている。
		スーパー（店長）	・今後のお中元シーズンや夏物商材の動きは、予測がつきにくい状況である。夏のボーナス支給後の買物需要が増加することを期待している。
		スーパー（統括）	・食品関係は梅雨の状況や気温の関係によって客の購買動向が変わるため、3か月後の状況を見通すのは難しい。農作物や水産物は、天候や水温による影響を受けるため、夏場に向けての天気がこのあとの景気を左右するポイントになる。
		コンビニ（経営者）	・今後、店舗周辺で様々なイベントが予定されており、週末の売上はかなり期待しているが、平日は全く変わる様子がない。
		衣料品専門店（経営者）	・現状、全く好転の兆しが見られず、今後良くなるという実感もない。
		家電量販店（店長）	・前年は消費税増税と天候による特需があり、エアコンと冷蔵庫を節電タイプに買い替える客が多かったが、今年は主だった特需がないため、良くなる要因がない。
		自動車備品販売店（従業員）	・用品関係の回復は期待できないが、板金塗装、車両整備などで若干の伸びがあるので、全体の売上は変わらない。
住関連専門店（店員）	・冷夏予測により季節商材の売上増加も見込めず、直近の需要から判断しても回復の要因は見当たらず、依然苦戦を強いられる。消費税増税に伴う反動はまだ継続しており、耐久消費財への需要は回復には至っていない。前月と比較しても、来客数や単価の回復はみられず、変化の兆しが見られない。		
その他小売〔ショッピングセンター〕	・自分自身、ガソリン代や高速料金などの生活コストが上がる中、無駄遣いをしないよう気をつけている。景気回復より先に値上げが先行するなか、消費は活発にならない。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・賃金のベースアップや一時金の上昇が、小売業の販売増加につながるかは不透明である。夏休みやお盆の消費動向を注視する。		
観光型旅館（経営者）	・夏休み期間を除いて、個人客の動きが鈍い。北陸新幹線開業を間近に控え、北陸地区への出控えを懸念している。		
観光型旅館（スタッフ）	・今後の予約保有は8月を除いてほぼ前年並みを確保している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の本当の影響は、半年ほど経ってから出てくる。また、北陸新幹線開通を来年に控え、大きな学会や大会の開催は開通後の次年度になっており、旅行者も開通後まで旅行を控える傾向がみられる。
		旅行代理店（従業員）	・給与、ボーナス増の好影響と消費税増税やガソリン高などの悪影響のバランスを見極めるには、まだ時間を要する。すぐに旅行に消費が向かうとは思えない。
		旅行代理店（従業員）	・夏商戦には客の動きが戻ってくると思いたい。
		タクシー運転手	・今年も去年と同様、夏に向けて7～8月は結婚式の回数が多くなっている。
		通信会社（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要による販売量の反動減からの回復が遅れている。
		通信会社（営業担当）	・新料金プランの発表があり、問い合わせの電話や来客数が増加している。4月以降は売上減少を見込んでいたが、前年度と同水準で推移しており、今後の状況についても同様であるとみている。
		通信会社（役員）	・光サービスエリアの拡大を背景に、インターネット契約数の獲得は今後も堅調に推移していく。
		通信会社（役員）	・消費税増税後も客の契約状況は良い状態が続いており、今後もこの状態は続くと考える。
		テーマパーク（職員）	・夏休みの時期を控え、今後は個人客の旅行が中心となってくる。予想ではほぼ前年並みになるとみているが、ガソリン価格の高騰や消費税増税による心理的な影響などもあり、どのように推移するかは、判断が難しい。
		美容室（経営者）	・来年秋の消費税増税が一段落するまでは、消費者のマインドは上向かない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響により、今後しばらくは客に動きがない状況が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ガソリン価格の高騰など、状況が悪くなる要素はあるが、良くなる要素はない。
		百貨店（売場主任）	・現在の景気は上向いているが、今年の夏が冷夏であるとの予測がマイナスに響いてくることを懸念している。例年販売される晩夏企画商材には大きな変化がみられない。
		百貨店（営業担当）	・夏物商材の売出しが始まっているが、客の購買行動は非常に冷めている。通常であれば売出しの初日は駐車場も満車になり、来客数も多いが、今年は冷夏の問題など、マイナス要素が前に出て、ファッションへの関心が高くない。したがって、全体的にまだ先行きは厳しい。
		コンビニ（経営者）	・値上げから大分時間が経ったが、たばこの販売量は全く回復していない。また、近隣への競合店出店もあり、来客数は依然として減少したままである。客単価は一時期よりは回復しているが、まだ以前の水準には戻っていない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税と物価上昇の影響で、家計は圧迫されている。各業界のトップと話をしても、調子がいい企業も多少あるようだが業界全体としては良くないと言っている。先行きに明るい見通しはない。何かてこ入れをすべきである。
		衣料品専門店（総括）	・買上率は商品の中身を見直せば改善は早いですが、来客数については、客の期待に答えている店であると客に再度信用してもらわなければならない。信頼の回復は一朝一夕にはできない。
		乗用車販売店（従業員）	・しばらくはこれといった目玉もなく、消費税増税の影響がまだ続いていると思われるため、今後の状況はやや悪くなるとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今の状況ではお中元の販売はまず期待できない。お中元の時期が過ぎてもその悪影響を受けたまま推移することが懸念される。状況がますます悪化する可能性があるため、がんばらなくてはならない。
		高級レストラン（スタッフ）	・来年の北陸新幹線開通に向けたリニューアル工事を行うため、9～10月は大型料亭を閉鎖する。そのため、売上の減少が懸念される。
		一般レストラン（店長）	・4～5月は消費税増税の影響が想定範囲と思っていたが、6月は回復するどころか、かえって悪くなっているように感じる。先行きについてはやや悪くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（一括）	・建設などの一部業界の景気が良くなることで、外食に従事する労働者の不足が深刻な問題となっている。人手不足により年中無休営業ができないことや、営業時間の短縮などが売上、来客数の減少につながっており、解決の糸口はまだ見えない状況である。
		スナック（経営者）	・2～3か月先は例年売上が良くない傾向にある。また、今後の景気は国際的な要因でマイナスに転換する可能性も十分あり、状況はやや悪くなる可能性もある。
		都市型ホテル（役員）	・北陸新幹線開業を来春に控え、今秋はコンベンション関係の予定が少ない。
		その他レジャー施設（職員）	・夏休み期間中のイベント申込受付を開始しているが、今年度は申込が少なく、夏場の売上確保が大変厳しそうである。同業他社も同様だと聞いている。
		住宅販売会社（従業員）	・今までのように来場者の増加が商談件数の増加につながるケースが減ってきている。他社との競合激化から長期にわたる商談が増えており、契約に至るまでの時間が長くなってきている。
	悪くなる	＝	＝
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・今後も受注の伸びが期待できる。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・消費税増税の影響が小さいため、国内景気の回復が期待できる。また、構造的な問題はあるが、差別化品の輸出も多少期待ができる。
		繊維工業（経営者）	・先行きは為替の状況次第である。為替の安定を期待したい。
		建設業（総務担当）	・当面は業界全体の施工能力に余力が少ないため、受注価格競争は緩和状態が続く。
		通信業（営業担当）	・消費税増税の反動からの回復によるものかは分からないが、通信機器販売に活性が出てきた。
		金融業（融資担当）	・ベースアップなどの個人所得の増加により消費意欲が高まっていることや、景気に関して明るい雰囲気があること、国の成長戦略も実行段階に入ってくることなどから、下ぶれリスクも減退しており、今後徐々に回復していくと考える。
		金融業（融資担当）	・設備投資が進んでいる。賃金上昇も進みつつある。
		不動産業（経営者）	・6月は個人客からの問い合わせが少しずつ来るようになった。同業他社でも問い合わせなどの動きが少し出てきたようだ。
		税理士（所長）	・客である経営者の話を聞いていると、将来的な需要見通しは割と手堅く、自信を持っているようだ。不安な面は、雇用と原材料価格の値上がりの問題である。なかなか人材が集まらない状況や、価格で仕事を評価してもらえない状況が続いていることが不安であるようだ。
	変わらない	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、状況は変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・為替はある程度安定して推移しており、今後の受注や引き合いも継続してあるため、しばらく大きな変動はない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・今年の年末に向けて全体としてかなりの増産を計画しているが、今後2～3か月の間では現在とほぼ同水準の生産量を予定している。
		建設業（経営者）	・当県では国の大型工事が一時に発注になり、資材運搬のダンプトラックの確保が困難になっている。今後第2四半期には、県や市町村の工事も順次発注されるだろうが、技術者や技能者の不足にダンプトラック不足も加わり、受注したくても応札できない、落札しても仕事にかかれぬという状況になるため、景気が上向くまでには至らないのではないかとみている。
輸送業（配車担当）		・先月と同様、今月も物量の動きが悪く、今後急激に良くなるとは思えない。	
輸送業（配車担当）		・軽油価格が一段と上昇しているが、運賃に転嫁できず、厳しい状況が続いている。	
司法書士		・法人登記において積極的な事業展開に関する案件が増える一方、創業から30～40年の会社の解散が相変わらず多い。破産、倒産ではないが、先を見据えて、ある程度資産を残せるうちに解散する、事業を廃止するという決断のようだ。	
やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・主原料を始めとして、副原料、燃料費、運送費と軒並み値上がりの兆しがある。対応策は打っていくが、徐々に収益を圧迫していくことが予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・消費税増税による好影響は6月で終わると考えているため、3か月後には状況は少し悪くなっているとみている。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・6月の折込チラシ出稿売上は、前年同月比で6年前の米国の大手金融機関の破たん以来の落ち込みになった。消費税増税後の売上の落ち込みは3か月間の我慢ともいわれていたが、本当の落ち込みは、これからではないかと感じさせる。
雇用 関連 (北陸)	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数は横ばい状況にあるが、正社員の占める割合が高くなってきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税増税の影響は落ち着きを見せており、ボーナス状況も好転しつつあるので、消費拡大へ向かうとみられる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・企業の活動が活発化し、人材の話題がにぎやかになるのが待ち遠しい。
		人材派遣会社（社員）	・すぐ戦力になる経験者を紹介予定派遣で募集し、社員にする傾向がみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話はまだ出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告を出す企業は毎回違うことから、幅広い業種で求人意欲が高まっていると考えられる。この先急激に求人広告が落ち込むとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・新規求人は前年同月比で減少したが、求職者も減少を続けているため、それほど大きな変化は起きない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響はあまりみられないという事業所が多いが、先行きはわからないという事業所も依然として多い。
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	スーパー（店長）	・消費税増税の駆け込み需要が大きかった商品は、回復のスピードが遅い部分もあるが、確実に回復は進んでいる。ただし、今後の天候などの外的要因や、節約志向の強化といった懸念材料もまだ残っており、楽観視はできない状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・賃金の増加により、財布のひもが緩んでくる。
	やや良くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・求人倍率の上昇は、今後の景気見通しが良くなる時にみられる傾向である。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・お中元商戦が本格化し、ある程度は販売量が増えることを期待している。
	百貨店（売場主任）	・催事、イベントなどの来客数は落ち込んでいないことから、秋物商戦ごろから消費税増税の影響は収束してくる。	
	百貨店（企画担当）	・消費税増税の影響が薄らいでいることから、6月末に実施するクリアランスセール勢いを期待している。	
	百貨店（企画担当）	・3月中に当面の必需品を購入した顧客も多かったため、現在はその反動を受けている状況であるが、シーズンが変わる秋ごろには購買意欲も回復し、現在よりも良い状況になると予測している。	
	百貨店（営業担当）	・今後3か月は海外高級ブランド品の値上げがないため、駆け込み需要や買い控えの動きはないが、高額品の引き合いは増えており、安定した売上の増加が見込まれる。	
	百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が最も顕著であった化粧品がやや持ち直しており、今後は夏物商品の需要に期待している。	
	百貨店（店長）	・景気全体が回復基調にあり、個人所得も賃金のベースアップや賞与のアップで増えるため、今後の夏のボーナス商戦は非常に期待できる。	
百貨店（服飾品担当）	・消費税増税に対する消費者の感覚は特に厳しいものではなく、納得すればそれなりの値段でも買うという意識が変わってきている。増税だから高い物は買わないという感覚はあまりない。特に、新しい商材を投入すれば、その傾向は顕著であり、3%の増税はほとんど負担に感じていないようである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販促担当）	・ボーナス商戦やセールが本格化するなか、消費税増税の影響も落ち着き、購買が活発になることを期待している。ブランド品や高額品についても、株価が堅調に推移していることもあり、戻ってくると思われる。懸念材料はエルニーニョ現象による冷夏であり、暑い夏になれば消費が伸びると見込んでいる。
		百貨店（営業企画）	・マクロ経済の推移は堅調であるほか、消費税増税前の消耗品を中心にした買いだめも底をついてくる。また、季節が変わることで、シーズン商品も入れ替えとなる。
		百貨店（売場マネージャー）	・化粧品など、消費税増税前にまとめ買いされたアイテムが切れ始めている。また、季節の変化やセールの効果などで、多少景気は良くなると思われる。寝具やリビング関連、婦人洋品、婦人ヤングなどは思った以上に早く改善している。
		百貨店（外商担当）	・客との会話のなかでも、そろそろ消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響がなくなりつつあり、9月ごろには通常の消費に戻ってくる。
		スーパー（店長）	・小売の店頭でも消費税増税の影響が一段落する時期であり、競争条件や気温条件による影響を除けば上向いてくる。
		スーパー（広報担当）	・日常生活における節約志向は根強いものの、ハレの日に対する需要はみられる。消費税増税の影響が落ち着く夏以降は、消費意欲の回復もある程度見込める。
		スーパー（社員）	・日常的に購入する消耗雑貨や加工食品は競合も多く、消費は伸び悩んでいる。ただし、先月からの母の日や父の日といったイベント日を中心に、非日常の消費が伸びており、今後の消費拡大に向かう手ごたえを感じている。
		コンビニ（経営者）	・店内の空間を利用して陳列ケースを設置し、今までよりも商品の種類を増やすことで売上の増加につなげる。
		コンビニ（経営者）	・いろいろな分野でプレミアム商品が発売される予定で、更なる客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（店員）	・本店がオーナー店から直営店に変わったことで、扱う品目も増え、宣伝にも力を入れ出している。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズにもかかわらず、夏物スーツなどの注文が伸びている。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要の反動減から持ち直すため、太陽光発電、オール電化リフォームの動きなどに期待が持てる。
		家電量販店（企画担当）	・来年に予定されている、消費税率10%への引上げ前の駆け込み需要が、ボーナス商戦と重なる。
		乗用車販売店（販売担当）	・7月からのボーナス商戦に期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の直後に比べると、かなり増税前の状態に戻りつつあるため、このまま良くなっていく。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・消費税増税から3か月を過ぎると、少しは客の心境にも落ち着きが出てくるため、あと2～3か月すれば変化が出てくると期待している。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・マイナス傾向の下げ止まりを期待したいが、目立った売れ筋商品もなく、今しばらくは厳しい状況が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・気温が上がり、仕事帰りに一杯飲む人が増えてくる。
		一般レストラン（店員）	・7月にはボーナスも出るため、販売量は伸びる見込みである。
		都市型ホテル（総務担当）	・レストランの利用客の増加は景気の良いサインであり、宴会、宿泊部門共に先行予約は好調であることから、今後に期待できる。
		都市型ホテル（客室担当）	・テーマパークの新アトラクションによる特需が見込まれ、国内外から大阪市内を訪れる客が更に増える。
		タクシー運転手	・企業関係の予約が順調に増加している。
		タクシー運転手	・来月は祇園祭があるため、少しは動く。
		タクシー運転手	・建築関係は忙しくて人手不足となっているが、建築が忙しいということは、今後景気が良くなる。
		通信会社（社員）	・ボーナスシーズンに購入したい商品の1位は薄型テレビで、2位はノートPCといった情報機器となっている。ボーナスの増加傾向を逃さず、ケーブルテレビサービスへの加入も促していきたい。
		通信会社（企画担当）	・景気回復が鮮明になっていき、当業界にまで波及してくることを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・大阪、京都、奈良の繁華街を歩いても、相変わらず人出が多い。とりわけ京都はアジア系を中心に、外国人観光客が非常に目立つ。
		その他サービス [コインランドリー] (経営者)	・消費者の購買意欲が高まっているほか、共働きなどで家事を簡略化する傾向もみられるため、利用が増える。
		その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暖かい時期になってくると来客数が増加する。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	・取引件数の微増傾向は続く。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・先月までは様子見の客が多く、各社の契約数も前年比で2割減であったが、今月から少し動きが出てきたようである。
		一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・反転する材料もないため、様子見の状態が続く。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・売上には大きな波があるが、大きく落ち込むことはない。
		一般小売店 [野菜] (店長)	・末端の企業や消費者が回復してくるまでには、時間がかかる。
		百貨店 (売場主任)	・4月以降、月を追うごとに回復の動きが進んでいるが、従来のモノ消費からコト消費へ、特にこだわりや新しさ、楽しさを感じる物へと需要が変化している。従来と同じ提案では回復は難しい。
		百貨店 (売場主任)	・客の所得が増加しない限り、景気の改善は見込めない。アベノミクス効果も一巡し、消費税増税の影響も薄れるとはいえ、所得が増えるのは一部であり、大多数は所得が大幅に増えているわけではない。この状態が続くと予想されるなか、現状よりも良くなるとは考えにくい。
		百貨店 (売場主任)	・まだまだ雇用不安や東日本大震災の後遺症が続いており、先行きの不透明感はぬぐえない。法人税減税のめどや、会社員の所得増加の見通しも立っておらず、内需の拡大や消費の増加にはつながっていない。
		百貨店 (サービス担当)	・新施設の全面オープン後、初めての夏のクリアランスセールを実施し、多くの客が来店しているが、買上率は鈍化している。今後もこの傾向に変化はないと思われる。
		百貨店 (商品担当)	・収入の伸び以上に、原油価格の上昇などが家計を圧迫するなど、様々な要因があり、消費が活発化するとは言い切れない。
		百貨店 (売場マネージャー)	・消費行動をみていると、動きが非常に緩やかであると感じるため、前年並みに戻るには少し時間がかかりそうである。特定の富裕層は別であるが、ボリューム層には回復傾向がみられない。ニューリッチと呼ばれる40～50代の新富裕層が、消費を押し上げなければ厳しい。
		百貨店 (マネージャー)	・今期の累計では大きく前年を上回っているものの、消費税増税の影響がいまだに残り、完全回復には至らない。
		スーパー (経営者)	・競合店も同じような方法で販売しており、どうしても取扱商品の単価が下がってしまう。
		スーパー (店長)	・6月がそうであったように、本格的に消費が回復していないので、気温の変動が大きく影響する。また、タイミング良く販促を行った店舗などに売上は集中する。
		スーパー (企画担当)	・外部環境の変化がないため、回復は見込めない。
		スーパー (経理担当)	・ボーナスの支給が本格化し、夏のレジャー支出も順調に伸びるため、消費に関してはしばらく堅調に推移する。
		スーパー (管理担当)	・もう1点の買い増しを期待したいが、原油価格などの値上がりもあり、原材料費への影響が懸念される。今後は販売価格に反映させざるを得ないため、あまり希望が見いだせない。
スーパー (開発担当)	・原油価格の高騰により、また値上げの嵐が始まりそうである。		
コンビニ (店長)	・販売量、客単価、来客数共に昨年並みの推移となっているため、特に大きな変化はない。		
コンビニ (店員)	・暑くなるにつれてアイスクリームや飲料水の売行きは好調となるが、パンなどの売上が落ち込むため、景気回復の見込みは薄い。		
コンビニ (広告担当)	・アベノミクスの期待感も落ち着き、今後大きく好転することはない。今後2～3か月は、夏場の台風やゲリラ豪雨、エルニーニョ現象などの影響が大きいと予想される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（販売担当）	・電気料金が値上がりすると景気が悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・業界からは明るい兆しを感じられない。極端に悪くなることはないが、回復することもない。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦へ向けての準備はしているが、材料が不足している。また、客が求めるサービスと価格がかけ離れてきている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が減っているほか、ガソリン価格の高騰もあり、車の需要自体が減ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・大阪には大きな仕事がないため、動きがない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・異常な天気が続いているが、とにかく梅雨が明けないと活発な動きにはならない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・食品に関しては、短期的には動きに変化はない。長期的に景気が良くなってから、外食などへの影響が出てくる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税後も割引などを行っている家電に、購買意欲を奪われそうである。
		高級レストラン（支配人）	・3か月前と比べて、来客数や販売量、単価のすべてが下回っており、好転する材料がない。
		一般レストラン（経営者）	・繁華街は夏休み効果などで順調と予想されるが、ビジネス街での日常利用は低単価で高品質を求められるため、利益は薄い。
		一般レストラン（スタッフ）	・今月の様子からは、消費税率引上げによる影響は感じられなかった。高付加価値商品の導入による高単価戦略が奏功しているが、来客数は少しずつ前年を下回っているため、この先の景気好転には自信が持てない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・夏の賞与支給で一時的に消費マインドは高まるかもしれないが、日常の生活費は抑制傾向が続くため、回復の糸口がみえない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・最近では追加の注文が大変少なくなっている。必要最低限の予算しかなく、付加価値を高めることも難しいため、厳しい状況は今後も変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・決して良いわけではないが、宴会、宿泊共に例年どおりの予約が入っている。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税の影響はあまり感じられないが、全体的にデフレの気分は消えていない。客の動向から考えて、低価格の物を選ぶ習性は変わっていない。
		観光型ホテル（経営者）	・7～8月はほぼ前年並みの予想であるが、9月の動きは今のところ良くない。
		観光型旅館（経営者）	・夏休み期間中は、宿泊施設関連はスポーツ合宿で既に予約が埋まっているので、例年どおりの入込は見込まれる。ただし、温浴施設の日帰りでの利用客が年々減少しているなか、更に消費税増税の影響も出ているため、物販の動きやレストランなどの売上は期待できない。
		観光型旅館（団体役員）	・宿泊単価の低下を宿泊人員でカバーできるほど、宿泊人員が増えていない。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税増税の影響も一時に比べれば沈静化しており、今後は増税前の水準にまで回復する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はテーマパークの新アトラクション効果で、特に夏休みの先行予約が好調である。その一方、宴会部門の先行予約は前年よりも落ち込んでおり、定例会合の中止や縮小が目立つ。
		都市型ホテル（マネージャー）	・夏休みシーズンとテーマパークの新エリアの開業により、宿泊部門は大きな増収が見込まれるが、宴会部門や食堂部門には影響がなく、特に食堂部門の回復は期待できない。
		旅行代理店（店長）	・既に良くなったと感じるため、これ以上良くなるかどうかは分からない。
		旅行代理店（営業担当）	・法人需要は好調を維持するものの、個人需要はボーナスや賞金のベースアップ効果がまだ実感できないため、今後の増加を期待したい。
		旅行代理店（広報担当）	・このままの景況感が続き、新成長戦略やテーマパークの新アトラクション、世界遺産などの報道が続けば、客の動きも現状を維持できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（経理担当）	・今月は梅雨の気配があまり感じられず、天候も良好で好条件となったが、その割に売上は伸びていない。ただし、例年6月は中高生の団体やP T Aのグループ客が多いが、今年も多数の来場があり、ガラス創作の体験教室はにぎわっている。物販の方も、バスや乗用車の台数は前年よりも増加しているため、来客数は増えている。売上は前年並みの数字であるが、改装中の店舗があるほか、社内研修による休業も含んだ売上であるため、実質的には増加している。全体としては、何となく景気が上向いていると感じる。
		観光名所（経理担当）	・夏はそれなりに集客が増えると予想しているが、団体客が増える秋に向けた対策として、営業活動や販促活動を強化していく。
		競艇場（職員）	・客1人当たりの購買単価は改善の予想であるが、小さな動きにとどまる。一方、来客数の減少に歯止めがかからないと思われるため、全体としては変わらない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、人気の対戦カードが8試合予定されているほか、人気グループのコンサートも開催されるため、多数の来場者を予想している。
		美容室（経営者）	・テレビ番組の商店街特集などで取り上げられても、それによって客足が増えるわけではない。月に1回手作り市なども行っているが、知らない人も多く、売上につながらない。
		美容室（店員）	・特にこれという要因はないが、しばらくは高単価のまま推移していく。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・大型店舗を含む新業態のブックカフェは好調であるため、今後の展開に期待したい。
		住宅販売会社（経営者）	・地価の下げ止まりに伴う購買意欲の向上に期待したいが、大企業の給与増加などが顕著にならない限り、景気が大きく上向くことは難しい。
		住宅販売会社（総務担当）	・個人の所得が増えてくるような気配が感じられる状況でないと、なかなか回復が進まない。
		その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・景況感が引き続き横ばいであれば、市場の大きな変化はないと思われるが、底堅さは感じられない。マイナスの要因が発生した場合は、一気に悪くなる可能性がある。
	やや悪くなる	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・夏の異常な暑さや突然のゲリラ豪雨など、ここ数年に実際に起きた厳しい現実を考えれば、路面店への来客に対しては楽観視できない。緊急性のある商品を扱っているわけではないため、客足は数か月先には減少してくる。
		一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・景気は全体的には良くなるものの、その恩恵は得られず、逆に近年まれにみる厳しい年末を迎えそうである。品不足などから、客からの依頼を断るような事態も予測される。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・夏のボーナス時期を迎えた後、消費が戻ってくるかどうかは疑問である。消費税増税後は家計の負担が増えているという消費者の声が多い。また、来年の更なる増税を考えると、今後の景気が単純に上向いていくという期待は持てない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・夏は販売量が減少するが、涼しくなればまた回復してくる。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・賞与支給額があまり増えなかったという話をよく耳にする。
		スーパー（店長）	・過疎化の進行などで価格を引き下げることになり、今の業態では利益を出すことが難しくなっている。
		スーパー（店長）	・中東情勢の不安定化で原油価格が高騰しており、商品価格への影響が懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・物価上昇の進行による悪影響が出る。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の駆け込み需要による反動減の影響が強い。また、気温が上がらず、エアコンなどの季節商品の動きが悪い。
		乗用車販売店（経営者）	・消費を刺激するサッカーワールドカップも日本は惨敗してしまった。大企業の夏のボーナスが昨年よりも増えているとしても、一般の消費者には所得が増えている実感はない。この先も日本経済が大幅に良くなるような施策もなく、景気の先行きが良くなるという感覚はない。
		住関連専門店（店長）	・消費者に余裕が出てきても、物品の購入よりもレジャーや余暇への出費を優先させる傾向が感じられるので、夏のレジャーシーズンの売上は厳しくなると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般レストラン（経営者）	・値上げなどで消費者の財布のひもは固くなりそうである。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は主にビジネス利用と観光利用で、週末のツイン、ダブルルームの販売が好調となり、高単価、高稼働をキープできている。その一方、食堂部門は消費税増税の影響が大きく、ランチ利用が伸び悩んでいる。宴会部門も同様に、安価なプランを求める客が多く、苦戦している。	
		通信会社（経営者）	・買い控えが進みそうな雰囲気が強い。	
		テーマパーク（職員）	・競合施設が大規模なアトラクションをオープンするので、影響は避けられない。	
		競輪場（職員）	・例年であれば、横ばい或少し良くなる場所であるが、物価の上昇に対して、賃金が追いついていない。一部の業種は景気が良いとしても、大多数は良いとは思えない。	
		住宅販売会社（経営者）	・各種コストの上昇に伴い、販売価格に転嫁しなければならず、顧客の需要との差が大きくなりつつある。顧客の所得が増え、それを所得証明として提出できなければ、住宅ローンの借入上限額は上がらない。	
		住宅販売会社（従業員）	・マンション建築工事費が、ここ1年間で約2割上昇したことから、デベロッパーは建築費の上昇分を販売価格へ転嫁せざるを得ない。マンション販売価格は昨年よりも1割以上上昇しており、それに消費者はついていけないため、販売在庫数の増加が予想される。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響が出てきている。	
		スーパー（経営者）	・消費税増税の影響で消費が減少している。	
		衣料品専門店（経営者）	・プレセールが始まって売上が増えないため、今後も伸びは期待できない。	
	企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が始まり、新規の販売ルートもできたため、売上、利益共に増加する。
			金属製品製造業（営業担当）	・新規の案件が数件あり、売上アップが見込める。
		やや良くなる	繊維工業（団体職員）	・全体として消費税増税の影響が軽微で済み、景気の回復感もあるため、当地のタオルへの需要は徐々に増加してくる。
			繊維工業（総務担当）	・約20%の円安による中国からの仕入コストの上昇は、いまだに経営の大きなマイナス要因となっている。ただし、取引先による若干の値上げの受入れや、仕入先の変更によるコストダウンの効果がこれから出てくる。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）			・配達先が多く、配達に時間がかかる。	
化学工業（管理担当）			・夏季賞与が支給され、購買意欲が高まる。	
電気機械器具製造業（企画担当）			・住宅関連や店舗関連の案件情報が入ってきており、状況としては良くなる。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）			・塗装関係の引き合いが増加傾向にあり、受注が見込める環境となっている。	
建設業（経営者）			・現状をみると、下半期に向けて受注は増えていく。	
輸送業（営業担当）			・4月の運賃値上げの影響で5月は荷物量が減ったが、6月は前年並みに戻り、利益が増えている。	
輸送業（営業所長）			・下がりすぎた運賃も、3月の車不足の影響などで、顧客の間に多少は見直しの動きが出てきている。	
通信業（管理担当）			・レジャーシーズンとなり、更に良くなる。	
金融業〔投資運用業〕（代表）			・割安感から外国人投資家の資金も流入し、年末に向かって株価は上がり続ける。	
広告代理店（営業担当）			・秋になれば回復するという材料が、取引先からも徐々に出てきている。	
経営コンサルタント			・消費税増税の影響が大きいと思われるが、良くなることを期待している。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）			・4月よりも5月、5月よりも6月と、徐々に受注量が回復している。	
変わらない			食料品製造業（営業担当）	・今年は冷夏と予想されているが、飲料水は気温に左右されるため、猛暑日が続けば昨年並みとなる。
			食料品製造業（経理担当）	・消費税増税の影響が徐々に出てくるため、売上は伸びない。
			パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大きく変化するような材料は、顧客から聞こえてこない。
			化学工業（経営者）	・新しい案件も少なく、しばらくは少し景気の悪い状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・今後もあまり大きな動きはない。
		金属製品製造業（管理担当）	・目立った物件情報がない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社を取り巻く環境は、しばらく改善しない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今日、乗用車のガソリンを入れてきたが、価格が急騰しているなど、経営環境が悪くなっている。今後は状況を慎重に観察したいというのが、現在の心境である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・グローバル化によって、賃金を含む製造コストの低下が進んでいる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・先行きは不透明であり、判断ができない状況である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年は冷夏という予報もあり、エアコンなどの夏物商品の売上アップが厳しいため、景気が良くなる要因がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えておらず、引き合い件数も増えていない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今月は大きな仕事が入っているが、先の予定は分からない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクス効果により輸出産業を中心に不況から脱却しているが、当業界では円安による原材料費や海外での加工賃の高騰が進みながらも、東南アジア諸国からの廉価な輸入攻勢を受け、販売価格に転嫁できていない。依然としてアベノミクスの恩恵を実感するレベルには達していない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・今のところは変化がなく、動きが出てくる要素もない。
		建設業（経営者）	・株主総会シーズンで好決算の会社も多く、各社の設備投資意欲には期待できるが、監督技術員や技能労務者不足のほか、建設資材の高騰、資材不足による納入期限などの問題が懸念される。
		建設業（経営者）	・まだまだ消費者の財布のひもは固い。
		金融業（営業担当）	・中小企業に勤めるサラリーマンの所得は増加していないことから、状況は大きく変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読を中止する理由として、他紙への変更ではなく、経済的な理由が目立つ。
		司法書士	・例年は商業登記の多い時期であるが、今年は少ない。解散登記や設立などの案件もないので、現状と変わらず推移する。
		経営コンサルタント	・顧客企業の経営者たちは、今の景気が実力に裏付けされた本当の回復だとは思っていない。むしろ、突然の失速を警戒しており、今以上に景気が良くなることはないと考えている。
		コピーサービス業（店長）	・電子書籍などの問い合わせが増えており、しばらくの間は極端な変化はない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税の影響がようやく一段落したと思った直後に、原油価格の高騰によるガソリンの値上げ問題が浮上している。今後の夏休みなどの行楽シーズンに、大きな影響を及ぼすことが予想される。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・6月に入って少しは持ち直しているが、まだまだ厳しい状況が続いている。
		やや悪くなる	繊維工業（総務担当）
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・消費税増税の影響がまだ残っているなかで、販売価格の競争が激しくなっている。販促物や印刷物の価格は限界に近づきつつあり、更に原油価格の高騰の影響も出てくる。今後は医療業界と製薬業界からの受注が中心となりそうである。	
	化学工業（企画担当）	・夏場の食品の需要減少に加えて、海外原料の価格上昇を製品価格に反映できないため、収益の改善が進まない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減で、5月は大幅に悪化し、6月もあまり上向いていない。中小企業にはアベノミクス効果が出ておらず、更に消費税増税の影響で悪くなっている。	
	輸送業（営業担当）	・今の状況が続くそうである。	
	広告代理店（営業担当）	・各ショッピングセンターは今週から夏物の処分期に入るため、7月上旬までは売上が良くなるものの、8月には落ち着いてくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・5月以降、顧客企業からの発注が目に見えて減っている。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・消費税増税の影響もあって、今後の景気回復の見通しが立たない。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要やサッカーワールドカップの影響で、黒物家電の買換え需要は少し出てきたようである。ただし、ボーナスが増えた企業は少ないとみられ、白物家電の買換えなどは見込めない。
	悪くなる	食料品製造業（従業員）	・もともと夏場の商品が少ないため、例年お盆までは出荷も少なくなってくるが、さらに今年は消費税増税の影響がどう出てくるかが分からない。良くなる気配は感じられず、売上が減少している同業他社からも、同じような声が聞かれる。
プラスチック製品製造業（経営者）		・消費税率10%への引上げに向けて、大企業は景気の底上げを行っているように見えるが、中小企業の回復にはつながっていない。	
雇用 関連 (近畿)	良くなる	アウトソーシング企業（営業担当）	・採用市場の様子は2007年の水準に近く、今後2～3年は好調が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用意欲は現在のところ上昇が止まる気配はないなど、景気がかなり回復していると考えられる。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・大手企業はまだ元気がなく、あまり業務量も増えていないなど厳しい部分もあるが、幅広い業種からのオーダーも増えてきている。短期的な案件よりも長期的な案件が増えてきているため、今後の見込みは良い。
		人材派遣会社（役員）	・消費税増税の影響は4～6月に若干みられ、企業の採用ペースが一時的に鈍った。ただし、6月に入ると何事もなかったかのように採用活動も続いていることから、さほど悪い影響はない。むしろ今後はやや上昇局面になっていく気配さえ感じる。
		人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率は1倍超であり、一部の企業で人手不足感が強まっている様子が顕著となっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の反動減は微々たるもので、アベノミクス効果が今後も続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は引き続き増加傾向であり、しばらくはこの状態が続くそうである。消費税増税の影響は今後も特にないと予測する事業所が多い。また、人材確保のために賃金をアップする事業所もみられることから、先行きはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・新規求人が減少傾向であり、求人の動きからは景気が大きく回復しているとは判断できないが、雇用保険受給者が減少傾向にある。また、新規求職申込者に占める事業主都合の離職者数が、昨年と比べて46%減少している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数（原数値）が、前年比で51か月連続の増加となっている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・来期の就職戦線が後ろ倒しとなることで、今期の採用を強化する企業が増えることを期待している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税の影響は一段落したように感じる。弁当を持参する人が減り、食堂などを利用する人が増えているように感じられる。
		変わらない	人材派遣会社（経営者）
	アウトソーシング企業（社員）		・求人を出しても求職者がなかなか出てこないため、けがや病気で人手不足になっても、すぐに求人を出すことはなく、そのまま人件費の削減を図る企業もある。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）		・新聞での求人には、上昇、下降のいずれの兆しも感じられない。現状維持というのが率直な感想である。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西圏での大きなプロジェクトはほぼ落ち着いた状況であり、しばらくは安定すると思うが、大きな改善はない。		
職業安定所（職員）	・消費税増税の駆け込み需要に伴う反動減は小さいが、先行きは不透明な状況にある。		
職業安定所（職員）	・現状のまま、引き続き推移することが予想される。		
民間職業紹介機関（職員）	・建設業の人出不足が、日雇い求人増の足かせになる状態が続く。賃金についても、関西では上がる兆しがありみられない。		
民間職業紹介機関（支社長）	・人手不足により生産が滞る恐れがあるほか、求人数も米国の大型金融機関の破たん前に並んでおり、今後は何らかの調整があると予想される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長） 新聞社 [求人広告]（営業担当）	・非常に不透明感が強く、業界としては伸びがあまり期待できない。 ・新聞への広告出稿をみると、今後2～3か月も低迷状態が続くようである。
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (中国)	良くなる	乗用車販売店（営業担当） その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（支配人） テーマパーク（業務担当）	・これからボーナス商戦に突入り、企業も色々な取組を行うので、今後は景気が良くなる。 ・平日の来客数は以前に比べ回復している。週末も最近は上昇傾向で、来月あたりから景気は上向くような雰囲気である。 ・夏休みに入り、お盆休み等の連休もあり、公園やキャンプ場利用等の来客数増加が見込める。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 百貨店（売場担当） スーパー（店長） スーパー（店長） コンビニ（エリア担当） コンビニ（地域ブロック長） コンビニ（副地域ブロック長） 家電量販店（販売担当） 家電量販店（企画担当） 乗用車販売店（業務担当） その他小売 [ショッピングセンター]（所長） その他小売 [ショッピングセンター]（運営担当） 一般レストラン（経営者） 都市型ホテル（スタッフ） タクシー運転手 通信会社（企画担当） ゴルフ場（営業担当）	・これからの暑い季節には、客はとりあえず店に入ろうとするので、景気はかなり上向く。 ・消費税増税の影響もそろそろ薄まり、また夏のボーナスも支給されるので、身のまわりの景気はやや良くなる。 ・客の価格志向は二極化が進む。 ・ボーナス時期になり、客の購買意欲は高まる。 ・景気は良くなる方向ではあるが、大幅に良くなる要素は見当たらない。 ・たばこの新商品が7月に出て客足が伸びると思われるので、当店の売上も伸びる。 ・第2次産業の好況により消費マインドが上がっている。 ・今年は海の日を含めた3連休が、前年と違って下旬となるため、客は行動計画を立てやすい。 ・夏商戦が始まり、ボーナスでの買物に期待する。 ・景気は徐々に回復傾向にあるので、2～3か月後はやや良くなっている。 ・消費税増税の影響も徐々に薄らいできている。新商品の投入もあり、今後に期待する。 ・一部に消費税増税の影響から回復が遅れている業種もあるが、衣料品、日用品や食品の物販では前年を上回る売上となってきた。 ・消費税増税後の反動減は一時的なものと思込んでいる。大企業を始めとした企業の賃上げが、夏場以降の需要喚起につながって欲しい。 ・消費税増税の影響で落ち込んだ売上が回復しつつあり、現状より良い方向に向かう。 ・来客数が伸びている。しばらくはこの状態で推移する。 ・売上は右肩上がり、このまま継続する。 ・ボーナス商戦に若干手ごたえがあり、客の商品への関心が高まっている。 ・3か月先の予約状況は前年より良い状態が続く。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（理事） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店 [茶]（経営者） 一般小売店 [印章]（経営者） 一般小売店 [酒店]（経営者） 一般小売店 [紙類]（経営者）	・消費税増税に相応した値上げについて文句を言う客はいないが、財布を締めているのか購入頻度が下がっている。 ・現状が続く。 ・7～8月は夏の観光シーズンに入るため期待できるが、秋口にかけての景気動向は読めない。 ・客の収入が増えないため、客は消費税増税による負担増を実感する。 ・国内での売上はまだ厳しさが続く。 ・夏場は会社関係の注文の動きが悪いが、最近では名刺注文も減少している。 ・お中元商戦では消費税増税の影響がどこまで出るか読めないが、消費者も徐々に増税に慣れてきている。 ・消費税増税直後の買い控えが納まってきた感じがあり、景気は落ち着いていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・消費税増税の影響と、円安による輸入関連商品の高騰が懸念される。
		百貨店(経理担当)	・2～3か月先に景気が良くなる要因が見当たらないので、しばらくは今の状態が続く。
		百貨店(営業担当)	・今月の売上の落ち込みが原因不明であることから楽観的な予測はできないが、6月末からセールが始まるので今後に期待している。
		百貨店(営業担当)	・新商品や価値ある商品でないと客の心は動かない。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税の影響はかなり薄れてきた。7月と8月の売上は、気温が上昇して客の購買意欲が高まるかがポイントになる。現在の冷夏予想が一変すれば十分に前年実績をクリアできる。
		百貨店(販売促進担当)	・夏物セールとお中元商戦が本格化してくるが、消費支出の厳しさは継続し、お中元は法人関連の受注が減少する。また夏物セールは取引先の減産が一因となり商品自体のタイト化も想定されるため、売上の回復には今しばらく時間がかかる。
		百貨店(売場担当)	・食品を中心とした買い控えというより、日用品の消費が全般に低迷している。特にファッション関連は大きなトレンドがないため、秋に向けても高額品はこのまま買い控え傾向が続く。
		百貨店(購買担当)	・消費税増税後、定価販売では売上が伸びないのでクリアランスセールに期待しているが、客は必要な商品しか購入しない傾向である。天候の影響で葉物野菜が高騰しているため、衣料品よりも食料品に金が流れる。
		百貨店(営業推進担当)	・先月に比べ、消費税増税の影響は薄らいできているが、報道のような数値までには景気は回復しておらず、前年をクリアするのが精一杯である。
		スーパー(店長)	・景気が回復する材料はなく、現状から変わることはない。
		スーパー(店長)	・近隣店舗との競合が厳しくなる。
		スーパー(総務担当)	・季節変動による上昇は見込まれるが、実質は前年並みで推移する。
		スーパー(販売担当)	・地方では所得が上がるまでに至っておらず、一般家庭の家計は厳しい。少なくとも小売業においてはプラス要因は見当たらず、景気はしばらく横ばい状況が続く。
		スーパー(財務担当)	・地場企業の業績の改善はまだみえず、個人所得の増加が期待できないため、消費税増税による消費者の節約は続く。
		スーパー(管理担当)	・消費税増税の影響がいつまで続くのか、現段階では先が読めない。
		スーパー(営業システム担当)	・販売数や単価の動きに大幅な変動はなく、このまま変わらず進む。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数や客単価の横ばい状況はしばらく続く。
		コンビニ(エリア担当)	・消費税増税による売上の減少は落ち着いてきたが、客の節約志向は継続する。
		衣料品専門店(経営者)	・特に景気が良くなる要素がみえない。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	・客が必要な商品しか購入しない傾向は続く。
		家電量販店(店長)	・客は必要な商品を必要な時にしか購入しない。客の衝動買いがなくなる。
		家電量販店(店長)	・駆け込み需要の反動は予測以上に長引くような気配である。消費者の省エネ志向により高省エネ商品の販売は伸びているので単価は上がるが、販売数の伸びは期待できない。
		乗用車販売店(統括)	・8月までは現在の状況が続く。
		乗用車販売店(営業担当)	・消費税増税の影響で客は消費にかなり消極的である。来年10%になる前に大きな買物を済ませたいとの客もいるが、ここ1年は現在の冷え込みが続く。
		乗用車販売店(店長)	・ボーナス時期で客の動きを期待したいが、客の購買意欲は低下している。
		乗用車販売店(営業担当)	・業界全体をみても売上が増加する条件や要素が見当たらない。
		その他専門店〔和菓子〕(経営者)	・売上増の要素がない。
		その他専門店〔時計〕(経営者)	・景気動向もあるが、地方では人口減少が売上減少の大きな原因である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・時間はかかるが、客は消費税増税に慣れ、高価な商品にも目が向くようになる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・前年の秋は出雲大社遷宮効果で景気が良すぎたので比較対象とならない。景気は現在と変わらず推移する。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・来年の消費税増税を意識して、客は商品購入に慎重になる。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約は前年並みに推移し、週末の利用客も戻りつつあるが、平日の来客数の予想ができない。
		一般レストラン（店長）	・現状の伸び率は維持していけるが、それ以上の伸びは期待できない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・首都圏や近畿圏では所得が増えると報道されているが、地方はそうではない。ボーナスが出ないところもあるし、貯蓄に回す客も多い。客は安近短の動きになるので、大きく外食に金が回ることはない。
		スナック（経営者）	・地方は景気が回復しているとは言い難い。地方の景気回復には何年もかかる。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・現状維持で推移する。
		都市型ホテル（企画担当）	・大型ショッピングセンター開業に伴う関連需要はあるものの、アベノミクスの好景気感は薄れてきており、原油高など不安定な海外情勢の影響も出始めている。
		都市型ホテル（企画担当）	・現在の傾向が継続する。
		旅行代理店（経営者）	・景気回復といわれているが、賃金やボーナスの増額は都会の一部企業の話であり、地方の企業には影響が出ていない。
		旅行代理店（営業担当）	・現状これといった施策も打ち出されていないので、景気は変わらない。
		タクシー運転手	・新たな仕事の確保は見込めず、現状で推移する。
		タクシー運転手	・物価上昇や消費税増税に見合うほど給与が上がったのは一部の上場企業であり、中小零細企業ではそれほどの好況感は見られない。特に地方にはアベノミクスは無縁である。
		通信会社（社員）	・新規のサービス利用に関する問い合わせに変動がない。
		通信会社（総務担当）	・販売数の伸びが見込めず、また客の購買意欲が感じられない。
		通信会社（広報担当）	・ボーナス商戦が終われば販売数は元に戻る。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響は薄らいできたが、景気が上向いている印象はない。次期の増税判断までに景気浮揚の施策がどこまで具現化されるかがカギである。
		テーマパーク（管理担当）	・入館者数等は前年同月比が微減で推移している。
		美容室（経営者）	・現在より景気が悪くなるとは思わないが、良くなる材料も見当たらない。
		美容室（経営者）	・客の給与が上がるという情報はなく、客は節約傾向になる。
		美容室（経営者）	・消費税増税後、販売量の低下がみられる。客の安くて良いものという消費傾向は更に大きくなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・消費税増税から約3か月がたち最近はその話題もほとんど聞かれなくなったが、今後数か月で景気の変化がみられるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・ガソリンの異常な値上がりが続く中、先を見通すことができない。規制緩和を急いで欲しい。個人的には燃料電池車が出てくる今年度末以降に期待したい。
		設計事務所（経営者）	・当地では大型物件の建築工事が重なり、人不足とモノ不足の状況にある。この状況が少し落ち着き景気回復が見込めるのは秋以降になる。
		設計事務所（経営者）	・4月の消費税増税による混乱を避けたいと考えたクライアントが多かったため、しばらくは現在の景気が続く。しかし、建築費高騰や人手不足から工事着手が遅れるケースが増えていることが気がかりである。
		住宅販売会社（従業員）	・客が消費税増税後の消費生活に慣れるまで、今後も客の動向は変わらない。
		住宅販売会社（販売担当）	・現在の客の動きでは景気が上向く要素がないため、まだ横ばいの状況が続く。
	やや悪くなる	スーパー（業務開発担当）	・原油高の影響で包装材料が値上がりしている。原価上昇分を商品価格に転嫁したときの客の反応が不安である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（総務担当）	・納期が長期化したままであり、正常に戻るにはしばらく時間がかかりそうである。今月の受注にも影響が及んでいる。
		自動車備品販売店（経営者）	・今のところ良くなる要素は皆無で、国の施策を期待するだけである。
		自動車備品販売店（経営者）	・来客数が減少し、売上が伸び悩んでいる。
		住関連専門店（営業担当）	・来客数が少なく客から情報が取れないため、今後の見通しが立てられない。
		一般レストラン（経営者）	・地方ではまだ所得向上までいっていない。ボーナスの増額が望めないため、消費行動に結び付きにくい。
		観光型ホテル（支配人）	・今年の夏休みは前年にあった地域イベントもなく、プラス材料がない。夏のボーナスに伴う客の消費行動も期待は薄い。
		都市型ホテル（総支配人）	・出雲大社大遷宮の効果も徐々に薄れ、観光客数も漸減傾向にある。
		設計事務所（経営者）	・来客数の減少が進んでおり、手持ちの工事が減少する。
		住宅販売会社（営業担当）	・このままの来客数が続けば、景気は悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・客が給料が上がったという実感を持ってないと、客の消費行動は抑制される。
		スーパー（店長）	・今後、ガソリンや光熱費の高騰など家計を圧迫する要因が多いため、特に食費の削減は避けられない。
		衣料品専門店（経営者）	・家計においては収入が増えない一方、社会保険料等差し引かれる金額は多くなっている。その上消費税が8%となった影響も大きい。現在は値札を消費税増税後も以前のままにしているが、商売上、悩ましいところである。
		通信会社（工事担当）	・閑散期の夏を迎えるため、今以上に申込件数が減少する。
		企業動向関連（中国）	輸送用機械器具製造業（経営者）
やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・現状より景気が良くなることを期待する。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減の影響は今年後半には収束する。	
	化学工業（経営者）	・主取引先が定期修理明けの増産に入ってフル稼働の予定であり、受注量は増加する。	
	化学工業（総務担当）	・自動車関連など一部で好調な事業があるため、景気は良くなる方向である。	
	鉄鋼業（総務担当）	・向こう3か月を見据えた受注がきており、納品が間に合わない状況である。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・各社とも設備投資はしたいが、お互いに様子見といったところである。当社も今しばらく景況を注視していきたい。	
	建設業（総務担当）	・受注物件数が増えてきている。	
	輸送業（支店長）	・国の景気対策が出たので、景気は回復する。	
	輸送業（経理担当）	・取引先の取扱数量回復傾向は継続しそうな状況であり、荷動きが堅調に推移する。	
	金融業（自動車担当）	・自動車部品メーカーにとって最大の輸出先である米国経済の改善が続き、為替が輸出採算を十分確保できる水準で安定しており、当面は高操業が継続する。	
	金融業（貸付担当）	・ボーナス支給額が前年と比べて増加している取引先が多い。取引先からはお中元商品の申込についても高額商品が増えたと聞くこともある。カネとモノが動いている実感があり、身のまわりの景気は良くなる。	
	会計事務所（職員）	・海運関連の動きが徐々に活発化してきている。船舶修理の依頼は堅調であり、造船に関しても見積の問い合わせが入り始めている。	
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・当社が扱う商品は単価が低く、大きく売上が上向く見通しはない。
鉄鋼業（総務担当）		・一時的な調整局面も終了し鋼材調達は活発化する。自動車業界では夏季休暇による稼働減もあるが、全般的に需要は底堅く推移する。	
非鉄金属製造業（経理担当）		・電子機器関連の取引先において、国内工場における製造能力増強の動きがある一方で、中国メーカーがシェアを拡大するとの予測もある。また金属相場に大きな変動はない。	
金属製品製造業（総務担当）		・得意先である工作機械業界は外需の底堅さや新ものづくり補助金の効果によって緩やかに上昇していく見通しであるが、まだその兆しはみられない。	
電気機械器具製造業（総務担当）		・受注状況に大きな変化はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・客の新製品は計画通り投入されており、今後も計画通り進捗する見通しである。		
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量と収益性の両方が伴えば景況感は一気に高まるが、そうなるまでにはまだ時間がかかる。		
		建設業（経営者）	・仕事量は増えるが、人手不足によるコストアップで利益が圧迫される。		
		通信業（営業企画担当）	・客とボーナスでの商品購入の話になると、消費税増税により購入意欲が低下し、高額な買物には消極的な話が多い。		
		通信業（営業担当）	・中小企業や個人事業主・在宅事業主への景気デコ入れ策が出されないため、急激な景気向上は見込めない。		
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要によるが、例年の状況から判断すると景気は変わらない。		
		広告代理店（営業担当）	・受注量及び客の話を総合すると、受注量が時期的に増える客と減る客の両方があり、景気は変化がない状況である。		
		コピーサービス業（管理担当）	・景気を左右するような要因がない。		
		やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・真アジとイカが不漁である。燃料費は高騰の一途で、漁業者に笑顔は戻らない。
				窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・増加している鉄鋼向け需要が継続するかどうかわからない。焼却場向け案件も新規の引合がなく、現在の低調な状況に変化の兆しはない。
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・輸出企業はこれからも良くなると思うが、逆に海外から材料や部品を仕入れて国内販売する会社はますます厳しくなってくる。				
悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・良くなる要因が一つもない。		
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。		
		建設業（総務担当）	・繁忙な状態が続き、ピークは今年秋となる。今後、消費税増税前の駆け込み受注物件の着工が進み、人手不足と資材高騰による利益率の低下が予想される。		
雇用 関連 (中国)	良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・2018年卒採用ぐらいいまでは求人掲載依頼が増え続ける。		
		民間職業紹介機関（職員）	・従来はパート社員で募集していたポジションについても、人材が集まらないため正社員採用に切替える企業がある。また、しばらく採用を控えていた企業でも増員計画が浮上している。		
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・景気が良くなるためには、雇用の掘り起こし等の国及び県のサポートが必要である。また大型ショッピングセンターの開業に伴う大量採用が近隣企業の採用環境に悪影響を与える恐れもある。		
	やや良くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・アルバイトやパートとして、女性を中心に働く人が増えてきている。	
			職業安定所（雇用開発担当）	・新規高卒者対象求人の受付が6月20日から始まったが、求人数は前年比で30%増加している。また、求人数も前年比で34%増加しており、若年労働力の確保に積極的な企業が増えている。	
			職業安定所（産業雇用情報担当）	・学卒求人状況以外をみても、全体として人手不足を日々感じている。	
			その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・求職者のうち、在職者の多くはパートや嘱託などの非正規労働者が中心で、正社員への転職希望が少なくない。離職せず仕事を続けながら、改善傾向にある労働市場で求職活動をしている。	
	変わらない		人材派遣会社（社員）	・雇用のニーズは増えているが、企業は物価上昇に伴う負担増で積極的な採用に踏み切れないため、当分は小康状態が続く。	
			人材派遣会社（支社長）	・引き続き企業の採用意欲は高く推移するが、今後は人手不足による業績へのマイナス影響が顕在化する。	
			求人情報誌製作会社（営業担当）	・大まかな傾向は変わらない。	
求人情報誌製作会社（広告担当）			・企業の採用活動が終盤にさしかかってくるが、採用決定人数が半数程度という企業もあり、人数を確保するため採用活動を継続していく企業が多くある。		
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・アベノミクスの第3の矢に期待したいが、地方に波及するとしても3～6か月のタイムラグがある。		
職業安定所（産業雇用情報担当）			・介護施設や飲食店が新規オープンする話はあるが、希望求職者が少ない職種なので景気に影響はない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・景気に変化の兆しがみえない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・年末にオープンする大型ショッピングセンターの社員採用活動が動き始めるため、近隣では採用数確保が一層困難になってくる。まわりの商業施設の投資工事もピークで、人の流れ、人の採用や仕事のあり方が大きく変わる。
	悪くなる	—	—

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計動向 関連 (四国)	良くなる	スーパー（店長）	・景気が悪くなる要素が見当たらないので、良くなるのではないかと。	
	やや良くなる	商店街（事務局長）	・今後、海外ブランド品や日用品、化粧品の需要が消費税増税前の水準まで持ち直すとみている。ただ、11月の岡山に誕生する大型ショッピングモールは少なからず脅威になると覚悟している。	
		商店街（代表者）	・景気が浮揚するには、政治が安定することが重要である。	
		百貨店（販売促進担当）	・昨年6月の売上が大きく伸びた反動で翌月の売上は減少していることから、今年6月は前年を下回っているため7月は改善するとみる。8月以降は消費税増税の影響も収まり、株価の安定が続けば売上は前年並みまで回復する。	
		コンビニ（店長）	・来客の動向、購買意欲から順調に推移するとみている。	
		衣料品専門店（経営者）	・ボーナスの支給額によっては期待できる。	
		家電量販店（店員）	・猛暑になれば、白物家電が販売を伸ばし、売上が若干向上する。	
		乗用車販売店（営業担当）	・4月、5月、6月と徐々に受注台数が増えている。このまま上向きを期待している。	
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の反動で5～6月と悪い状態が続いているが、今後は良くなるのではないかと。	
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・1年で一番売れるお中元時期に入るため。	
		旅行代理店（支店長）	・消費税増税の影響で販売は一時期落ちたものの、6月にはほぼ回復している。個人消費が回復すると、夏場の個人旅行の申込増が期待できる。	
		タクシー運転手	・夏休み、よさこい祭り等がある8～9月は、客足、売上とも通常月より2～3割程度は増加するはず。	
		通信会社（企画）	・集合物件の契約が、若干増加している。	
		ゴルフ場（従業員）	・消費税増税も定着しつつある。昨年より若干少ないが、予約もまずまず入っており、状況は決して悪くはない。	
		競艇場（職員）	・7～8月はお盆レース等大きなレースが開催予定で集客・売上増加が期待できる。	
		美容室（経営者）	・新規客取り込み企画に期待している。	
		変わらない	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来店客数、販売金額ともに変化がない。
			一般小売店〔生花〕（経営者）	・お盆に向けて御供え商品の予約が入ってきているが、平年並みを見込む。
			一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税が増税されて景気がよくなるわけがない
			百貨店（営業担当）	・4月以降の客の動きは良くなっているが、今後の動向はわからない。
	百貨店（営業推進）		・販売量の動きは変わらない。	
	スーパー（企画担当）		・収入は決して上がっていないので、7月以降は夏季賞与の状況により変動があるとする。	
	スーパー（財務担当）		・賞与や賃金の上昇が個人消費を刺激する。消費税増税による負担増は、所得の改善によって相殺される。	
	コンビニ（総務）		・天候や気温に左右されるが、景気には変化がない。今後もこの傾向は継続するとみる。	
	衣料品専門店（総務担当）		・お客様の話を聞いても節約意識が高く、同業他社の話では厳しい声が圧倒的である。まだまだ景気の回復は考えられない。	
	乗用車販売店（従業員）		・消費税増税の反動と少子高齢化による需要の減少は地方ほど影響が大きく、景気の回復は当分見込めそうにない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		乗用車販売店（従業員）	・消費増税による販売の落ち込みは、夏のボーナス時期には前年並みに回復すると予想されているが、現在はその兆しはない。消費回復が9月以降になるようであれば、上期は厳しい状態になる。	
		乗用車販売店（従業員）	・夏のボーナスが支給された頃であるが、まだまだ客の動きは鈍い。しばらくこの状況が続くだろう。	
		乗用車販売店（役員）	・消費増税で、4～6月は新車の受注が落ち込んでおり、回復は9月まで無理だろう。しばらくは前年比2割程度減少で推移するだろう。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・賞与増額も一部企業にとどまり、あまり期待できない。	
		観光型旅館（経営者）	・地元イベントの道後オンセナートや四国霊場開創1200年等により、道後地区はある程度の客数、売上が確保されている。	
		都市型ホテル（経営者）	・景気回復は地方には全然波及していない。	
		美容室（経営者）	・地方の中小企業では賃上げ、ボーナス増などの動きが弱く、消費マインドは低く抑えられている。	
やや悪くなる		コンビニ（店長）	・建設業のお客様が減少している。消費増税直後の影響は少なかったものの、そこから上向かないまま緩やかに落ちているように感じる。	
		衣料品専門店（経営者）	・夏物商戦に大きな期待は持てない。秋に向けての売上が不安である。	
		タクシー運転手	・夏場は乗客が少なくなる。猛暑になれば街中での乗車機会もあるだろうが、夜はかなり少ない。	
		通信会社（営業担当）	・新料金プランの、競合他社のキャッチアップが想定される。また、夏は例年販売量が落ちる。	
悪くなる		商店街（代表者）	・消費増税の影響はあまりないように想定していたが、消費者の心理、消費者マインドにはボディーブローとしてきているようにみえる。特に夏物の動きが鈍く、秋物のスタートにも響いてくる。	
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・余分なお金を使わない、物を増やさないとといった傾向が見られ、良くなる要素は見当たらない。	
		衣料品専門店（経営者） スナック（経営者）	・まだ消費増税の影響がある。 ・ボーナスが支給されても、遊技費まで回らないのではないかと。	
企業動向 関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・取引先の中小企業経営者はこれまでベースアップを公言することは無かったが、今回は前向きな発言をよく聞く。	
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・価格よりも質を求める得意先が徐々に増えている。	
		電気機械器具製造業（経理）	・国内市場における消費増税の影響が落ち着きをみせている。	
		通信業（部長）	・携帯各社とも料金プランの改定を行う動きがあり、新しい需要の喚起に期待ができる。	
	広告代理店（経営者）	・消費増税の影響から、例年より広告費が抑えられているが、得意先の情報では、今後徐々に販促広告費が増える見込み。		
	変わらない		農林水産業（総務担当）	・7月前半は入荷量が少なめで市況は高め。中旬以降は入荷増で平年並みの市況見込み。
			繊維工業（経営者）	・特別な景気上昇要因も無く、しばらくは現状が続く。
			パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・現状からそれほどよくなるとは思えない。
			鉄鋼業（総務部長）	・当面円高時の契約分の受注・販売が続き、価格、数量ともに低調の見込み。
			一般機械器具製造業（経理担当）	・新興国の状況等に注視が必要であるが、全体では現状と大きな変化はないと思われる。
電気機械器具製造業（経営者）			・消費増税前の駆け込み需要の反動減で新規の受注は少ない。	
建設会社（経理担当）			・手持工事は確保できているが、利益が見込める案件は少ない。	
建設業（経営者）			・公共事業は上半期に重点的に発注されることから、順調な発注量が期待でき、数か月先も悪くはない。ただし、価格競争や外注費や労務費の高止まりなどが気掛かりだ。	
輸送業（経営者） 輸送業（支店長）			・今と大きく変わらない。 ・引越など一般顧客向けでは、料金が安い業者へのシフトが顕著である。法人では移転等を見送る動きもある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（副支店長）	・消費税増税により商品価格は上昇しているが、賃金がそれに追いつかない状況であり、まだ景気浮揚の印象は非常に弱い。
		公認会計士	・経営者の多くから、設備投資に対して非常に消極的との意見を聞く。
	やや悪くなる	輸送業（営業）	・実質値上げとなった高速道路料金の改正に加えて、燃料油の高騰で厳しさを増し、経営の圧迫に拍車をかけている。荷主についても、消費税増税や円安による原材料価格の高騰、業種によっては人手不足といった不安材料を抱えていることから、出荷物量は伸び悩んでいる。
	悪くなる	建設業（経営者）	・今の状況が急激に良い方向に変わるとは思えない。
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響が落ち着き、底堅い景況感から企業の採用が好調に推移するとみている。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・9～10月の異動時期にかかるため。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・販促広告は控えられているが、求人広告は好調に推移しており、経営者のマインドは冷え込んでいない。
		人材派遣会社（営業）	・夏季賞与の上昇等で景気も浮上すると期待しているが、消費意欲が高まる工夫がないと蓄えるばかりで景気回復にはつながらない。マッチングできる人材とどのような仕事にも適用できない人材とが二分されている状況も対策が必要である。
		求人情報誌（営業）	・流通業では大手の店舗が進出してきたり、製造業では工場の稼働率が上がってきたりと、活性化しているように見えるが、実態は、価格競争の激化による買い叩きや、人員不足のため無理なマッチングによるミスマッチ増加など、課題は山積している。
		職業安定所（職員）	・離職者数は減少しているが、景気をさらに上昇させる要因が見つからない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、前月比0.02ポイント低下しているものの、前年比0.21ポイント上昇している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、先行きは不透明。雇用情勢の改善も見受けられるが、現状維持の状態が続くのではないかとみている。
		民間職業紹介機関（所長）	・一部の業種に人手不足感があるものの、全体では増員の動きはみられない。採用にあたっては少し様子見の企業が多い。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の減少により、ミスマッチが目立つ。これ以上求職者が減ると人材派遣業は苦しくなるのではないかと。	
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	良くなる	ゴルフ場（従業員）	・ここ2～3か月先の予約状況をみても前年を上回る勢いである。これまで人件費をカットしてきたが、人手が足りない状態が発生している。求人を出したり、従業員のベースアップを検討するなど、以前と比べると会社が雇用重視の方向に向かっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響もかなり薄くなって、景気は徐々に回復すると考えられる。
		百貨店（総務担当）	・書籍等業界自体が低落傾向にあるテナント以外、この夏のセールを反転攻勢の機会とする様子がみられる。特にアパレル関係テナントの商品供給に勢いがある。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を機に、日用品やギフトに対する客の視線が変化し、食品等デイリー商材、雑貨が回復に向かっている。ギフトは天候の影響で来店が少なかったが、店外受注は好調である。贈答及び「プチ贅沢」の自家需要商品、自宅届受注の動きが良い。また、店外催事のリビング商品催事も家具・家電が好調で来場者数も多かった。
		百貨店（営業統括）	・夏の中元商戦を迎え、ボーナス支給も増えるなか、購買の増加が期待できる。
		百貨店（営業政策担当）	・現状の入店・売上内容を見ると堅実な動きがみえる個所がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画）	・消費税増税後の買い控えの反動が、クリアランスを期に好転することを期待している。
		スーパー（経営者）	・6～8月のボーナス支給の状況によって変化がある。
		スーパー（総務担当）	・ここ数か月の状況をみると、衣料品や住居関連商品については気温にかなり影響されるが、食品については、安定して前年を上回っているため、この状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税増税の段階ではやや落ち込んだが、月を追うごとに、元に戻ってきたというよりも上昇気流に乗っているようで、これからもその状態が続く。
		家電量販店（店員）	・消費税増税が4～5月とかなり響いていたが、6月に入って若干影響がなくなってきた。今後3か月を考えると一旦は通常の状態に戻ると予想している。
		家電量販店（総務担当）	・梅雨明けは例年通りの暑さが予想されるので、季節商材の動きに期待している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなったため冷房器具が売れる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・賞金やボーナスの上昇等明るい話題もあり、消費税増税の反動も和らいでくる。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車の受注を伸ばせばなんとか回復してくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・2～3か月先になれば消費税増税の影響が少なくなり、新車販売台数が上向き、売上と利益の確保ができるようになる。
		住関連専門店（店長）	・消費者が消費税増税にも慣れ、購買意欲も増加傾向にあるように見える。また、ボーナス時期も重なるため、これから2～3か月は大きな商戦になる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7～8月はお盆の時期になり、お中元等進物関係が出るようになる。それに伴い売上の増加も見込める。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の反動がみられるが、夏頃には落ち着く。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今後、夏に向けて休みも多くなるので人の動きも活発になる。来客数が多くなるように、商品の陳列を変えたりポップを作るなど、売上増加に努めたい。
		居酒屋（経営者）	・消費税増税にも慣れてきているので、購買意欲も増してくる。
		都市型ホテル（販売担当）	・客の動きや予約などが早く、夏場の売上向上が見込める。
		都市型ホテル（スタッフ）	・九州地区の様々な大会が夏から秋にかけて集中していることもあり、予約状況は好調に推移している。市内各ホテルの宿泊稼働率も徐々に上昇しており、昨年までは減少傾向だったレストランでの企業接待も増加に転じている。緩やかではあるが景気の底を脱した感はある。
		都市型ホテル（副支配人）	・夏から秋にかけて、あるいは来年にかけて団体・グループの問い合わせが活発である。
		通信会社（総務局）	・4～6月は前年同月比で新規獲得が伸びており、売上に反映される。
		変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・前年から比べると物の動きは多少良くなっている。		
商店街（代表者）	・今後2～3か月の景気は悪い状況が続く。		
商店街（代表者）	・衣料関係はここ2～3か月厳しい。客の様子をみると無駄買いしないという習慣が自然と身についているようだ。		
商店街（代表者）	・周辺の店も景気が良くないという声をよく聞くので、キャンペーンや販促品などのチラシを打っている。そのため、当社では売上が若干伸びているが大して変わらない。		
商店街（代表者）	・盛夏物の売上上昇に期待したいところだが、良い材料が見当たらない。夏物バーゲン開催の前倒しも検討したい。		
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・素材を売ることに限界を感じている。行事の際の鉢盛りも最近ほとんどない。そのため、お盆の注文も最近少ない。		
一般小売店〔精肉〕（店員）	・特段の事情がないので変わらない。		
百貨店（営業担当）	・当県の場合、アベノミクス効果により夏のボーナスが増加する企業は非常に限られている。ここ数か月では、生活者の消費マインドの上昇が首都圏ほどみられないのではないかと予測する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響は減速しているものの、顧客の購買状況を見るとまだまだ良くなるとは言えない。
		百貨店（店舗事業計画部）	・春夏シーズンを持ちこたえたため、秋冬シーズンの始まりも大きなマイナスは起こりにくいと考え。しかし、気候が平年と比べ大きく変わる場合は影響が出そうだ。
		スーパー（店長）	・顧客の様子から、このままの状態がしばらくは続きそうである。
		スーパー（店長）	・ここ2か月ぐらいは客数の増加がなく、前年比92～93%で推移している。
		スーパー（経理担当）	・競合店の出店も多く淘汰されている店舗も多少あり、競合状況が更に厳しくなる。品質やサービスでの差別化で特色を出していく。特に生鮮食品においては消費税増税の影響は大きくなかった。
		スーパー（統括者）	・現状では、景気が良くなるのか悪くなるのか、不透明である。
		スーパー（業務担当）	・夏場の特徴として、盛夏商材がバーゲン時期に入る7月以降、新たな仕掛けのできる商品のトレンドは限られており、大幅な売上増加は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・今のところ特段良くなる要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・今まであらゆる工夫をしても変わらなかったの、数か月先も変化はない。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響も少し落ち着き、客の雰囲気も何となく落ち着いた。
		衣料品専門店（店長）	・期待の地域振興券はまだ売り切れておらず、消化のため商店街でイベントを打ったが効果はなかった。景気は横ばい状態である。
		衣料品専門店（店員）	・今年もセールが7月中旬からのスタート予定で、完全に他店から出遅れる予想である。当店のセールスタートの時期には他店で再値下げが始まっているので売上高は上げにくい。見通しは厳しい。
		衣料品専門店（取締役）	・ファッション業界は気候に非常に左右されるので、9月の気候が変動の大きな要因となる。消費税増税に少し慣れるものの、考えながらお金を使う傾向は変わらない。
		衣料品専門店（チーフ）	・今の客数の動きからみると、2～3か月後まかなり厳しい状況が予測される。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の負担増と若干のインフレ傾向にもかかわらず、客の収入は増えていないため、全く良くなる要素はない。ただし、希望を込めて変わらないとした。
		住関連専門店（経営者）	・関連業者の話聞いても一般消費者の財布のひもは固い。置き家具業界は秋口までは厳しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の販売量については、昨年並みの状況が続いている。今後、暑さが更に増しエアコンの使用が増加したり、夏場の行楽シーズンに車での旅行が増加するなど燃料油の増販に期待したい。顧客からは、夏季賞与の使い道がはっきりしないとの声を聞くので、消費に回することを期待する。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・物価も上昇基調にあるので、消費がどれだけ増えるか微妙である。ただし、インバウンドはまだ伸びる。
		高級レストラン（支配人）	・翌月、翌々月の現在の予約状況があまり良くない。
		観光型ホテル（専務）	・消費税の再増税により、景気が悪くなるかもしれない。
		旅行代理店（従業員）	・夏休みの予約は、現在前年並みで推移しているが、急激な増加はない。7月より減便予定のハワイは供給数が足りず、前年比ややマイナスである。
		タクシー運転手	・今後、夏のボーナスが支給されるのでその分多少期待はできるが、年金生活者の年金支給額が消費税増税分増えるわけでもないのその分マイナスとなり、どうしても横ばいになりそうだ。
		タクシー運転手	・夜の繁華街が悪く、あまり期待できないので売上も伸びない。
		タクシー運転手	・ガソリンなどの高騰で消費が抑えられ、横ばい状態が続く。
		通信会社（企画担当）	・現状以上に良くなるという材料が今のところない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・来年の消費税増税や医療介護総合推進法に基づく負担増等により、しばらくは利用控えが懸念される。
		音楽教室（管理担当）	・教室の入会は新学期の4月あたりなので、この時期はあまりない。
		設計事務所（所長）	・今年に入ってそこそこ仕事はあるので、この状態が今年いっぱい続く。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が夏頃までは続く。
		住宅販売会社（代表）	・乗客数や打ち合わせの内容から、住宅の新築に関しては下がっていくと予測する。リフォームや中古住宅の購入に関しては、リフォーム補助金等を利用すると話が進む。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・サラリーマンは夏のボーナスがあるが、電気料金の値上げや消費税増税で、あまり良くならない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・夏場の売上は低迷する。お盆前の返礼品があるが、近年はお返しもせず略式になってきているため更に売上は減る。早めの景気回復に期待したいところである。
		百貨店（業務担当）	・客のなかには、消費税増税前に大きな買物をしたので、ボーナスは支払に回すだけとの声もある。日常の消費は緊縮状況にある。
		百貨店（売場担当）	・9月に系列店舗の隣に、ホテルと商業施設が一体となった複合ビルがオープンするので、その影響がある。百貨店業態はやや悪くなる。客単価は落ちてないので懸念材料はないが、入店客数と天候にかかってくる。
		スーパー（店長）	・景気が上向くだけの新しい材料がまだ見えてこない。その一方で、競合店の出店計画等もあり、価格競争を含めた競合がますます厳しくなると予想される。
		スーパー（店長）	・昨年度は競合相手に売上対策をして、前年比110%で推移した。今年は、売上対策のチラシは出さず、その分利益率を高めていくつもりである。全体的な流れは、耐久商品を中心に消費税増税後の影響が見受けられる。しかし、耐久商品はもう少しで動きが良くなりそうだ。生鮮食料品は順調に売上が回復している。ギフト関係は早期特典もあるが今回は少し動きが鈍い。
		スーパー（総務担当）	・競合他社と顧客争奪が激化しており、販売促進費が上昇するなど、コストと収益のバランスが悪い。顧客の動きは、セールや他のイベント等多数の仕掛けにより来店が促進されているため、しばらくは厳しい状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・現在、消費税増税が大きく影響しており、客数が大幅に減少している。近郊の店でも同じような状況で、地方での消費税増税の影響は大きい。
		コンビニ（店長）	・首都圏を重視したアベノミクスの政策により、地方や中小企業の景気は悪くなる。
		家電量販店（店員）	・サッカーワールドカップの日本代表は残念な結果になったが、このような勝敗が消費動向を結構左右する。購買意欲が損なわれているのが現状である。良くなる要素が見当たらない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・映画の作品が売上を左右するが、今後は期待できない。
		高級レストラン（経営者）	・7～8月は当店のような業態は少し暇になる。会社も夏休みに入ったり、特に夏の暑い時期の会食は毎年少ない。今のところ予約状況をみても苦戦している。今後少しでも予約が入るように、店でもお中元を配るなど早めに対策を講じた。
		高級レストラン（専務）	・首都圏からのツアー観光客や研修などの旅行者は、価格や内容的に良い客がきているようで、アベノミクス効果が出ているかもしれない。しかし、地方は回復していない。10月以降どうなるか期待している。
		タクシー運転手	・今年はホテルの宿泊客もタクシー利用が少なく、例年よりレンタカー利用が多いようだ。
		通信会社（業務担当）	・7月は引き続きプラン変更での来店増が見込まれ、昨年の販売台数を上回る。しかし、関心が高いユーザーは6月にある程度来店したので、先月ほどの来店客数及び販売台数にはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（販売部）	新商品・新サービスが出そろい、時期が経過したため、客の興味関心が落ちていくものと考えられる。
		競馬場（職員）	・前年と比較すると良くない。
		美容室（経営者）	・通常、2～3か月先の夏場は閑散期であるが、現在既に閑散期になっているので、少しは期待ができる。アベノミクスは底辺まで浸透しないというのが実感である。
		設計事務所（代表）	・消費税増税の影響がある。
		住宅販売会社（従業員）	・次の消費税増税を見越した消費の冷え込みや電気料金値上げの問題もあり、消費にお金が回らないので景気は悪くなる。賃金改正はごく一部であり、広く世の中に貢献するものではない。
		悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）
		観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より悪くなると判断する。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・中国での生産維持が難しいため、国内の生産が悪くなることはない。
		家具製造業（従業員）	・9月までの物件情報と提出済みの見積件数・金額は、前年比で10%程度多い状況である。また高額商品の見積も増加傾向にあるため、景気は緩やかに上向いている実感がある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・取引先のうち、9月が決算月である会社からの受注数が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・デザイナーズブランドや企画商品の動きが活発であるので、秋口にはいくらか良くなるのではと期待している。
		金属製品製造業（事業統括）	・受注量の増加は、直接的に売上拡大に結びつく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今まで、滞っていた引き合いが徐々に増えつつあるので、今後受注量も増えるのではと推測する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・製造業では、受注量の確保が大変である。どうしたら利益が上がるのかなど、研修を強化することで社員のレベルアップを図り、受注価格の減少を防いだり、受注量を増やす努力を行う。
		電気機械器具製造業（取締役）	・当社は、引き続き太陽光関連に投資意欲がある。
		精密機械器具製造業（従業員）	・車載用・家電製品の部品生産受注が増産している。また、今年の夏が長期化すればエアコン等のIC部品の受注が増す。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新モデル車両の事前注文数が、当初予測よりも大幅に増加している。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・価格相場が停滞しており多少不安はあるが、取引先の生産が更に増える予定である。
		建設業（従業員）	・最近は見積案件も少なかったが、官庁の大型工事の見積が控えている。また、新幹線や駅周辺の開発があり、何かしらの影響でやや良くなる。
		建設業（社員）	・第1四半期の発注が少なかったため、第2四半期に期待するしかない。発注予定では、第1四半期もある程度の発注があるように公表されていたが少なかったようだ。第2四半期に期待する。
		輸送業（従業員）	・これから米の収穫時期に入っていくので、青果物関連が動き出す。青果物関連が動き出すということは、それを入れる段ボール原紙の需要が見込まれる。貨物が動けばそれだけあらゆる業界の景気も良くなる。
		通信業（経理担当）	・当社では、第2四半期も強気の経営方針を打ち出している。
		金融業（従業員）	・海外の景気の先行きに不安を抱く先もあるが、外国人観光客が増加しているほか、軽自動車を中心に自動車販売が回復してきている。また、マンションなどの住宅建設が本格化してきており、給与支給額も増加傾向にある。
		金融業（調査担当）	・消費税増税のマイナスの影響は限定的である。持ち直しのスピードも速い。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が予測より上向きで推移しており、今後も継続する。
		新聞社（広告）（担当者）	・消費税増税による買い控えが一段落し、旅行広告を中心として広告出稿量が復調する見込みである。
	広告代理店（従業員）	・消費税増税後の影響がなくなる頃である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
雇用 関連	変わらない	経営コンサルタント (社員)	・高級な物の在庫が少ない傾向にある。	
		経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先に業況を聞くと、多くの会社が上向きつつあるとの回答である。	
		農林水産業 (経営者)	・現状を見る限り、7～9月も順調にいく。居酒屋、スーパー関連も新しい商品の引き合いが強く、取引先の工場見学や商品プレゼンテーションにも多くの取引先が積極的に来社している。加工メーカー筋も豚流行性下痢と輸入鶏肉の円安で手配し難いところがあり、鶏肉に対する引き合いは強い。ただ、冷夏に伴う消費減退と飼料価格の高騰等が心配される。	
		農林水産業 (営業)	・畜産業界内の値上がり感はあるものの荷動きは変わらない。	
		農林水産業 (従業者)	・畜産販売はなかなか厳しく、現状のままで推移する。	
		食料品製造業 (経営者)	・若干ではあるが昨年同月の売上を上回り、納入先の店舗も活気が戻りつつあるかに見受けられる。客単価も一時の低迷を脱し、今のところ好調とのことで景気の先行きに期待が持てる。ただし、ここ2～3年、繁閑に変化が生じており、必ずしも安心できる状況にはない。	
		化学工業 (総務担当)	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けず、出荷も引き続き順調である。	
		鉄鋼業 (経営者)	・5月ごろから受注量が減少し販売量も減少している。新規物件の引き合いも少なくなっており、明らかに消費税増税の影響で新規の建築物が少なくなっているようだ。いつ頃回復するのか不透明で、この状況はしばらく続くとみて減産を継続せざるを得ない。	
		一般機械器具製造業 (経営者)	・具体的な動向は今の時点でははっきりしないため変わらない。	
		輸送業 (総務)	・消費税増税の反動や燃料高騰の影響で、明るい材料はない。	
		輸送業 (総務担当)	・ガソリン等の燃料費が高止まりしている。預かっている荷物の荷動きからするとあまり消費は伸びていない。今後もこの状態が続く。	
		通信業 (職員)	・省エネ関連の案件の引き合いが若干出ているが、件数は伸びず、規模も小さいため受注額の増加になかなか繋がらない。	
		金融業 (営業担当)	・中小企業全般で、売上高の増加に伴う利益の改善はまだ見えず、資金繰りの面で不足金額にかかる借入金依存が解消される見込みがない。	
		金融業 (営業)	・政府の成長戦略が寄与することを期待するが、現状分らない。太陽光発電の需要が高かったが、電力会社との連系費が高騰し、今後の伸びが期待できない。景気はあまり変わらない水準で推移する。	
		経営コンサルタント	・経営が改善しない理由は、当社の手法が悪いのか、皆の新しいものに取り組む意欲が減退しているかのどちらかである。	
		経営コンサルタント (代表取締役)	・消費税増税の影響は時間が経ってきたのでさほどないようだ。ただし、景気が良くなったという実感はないし、給料が若干上がった、ボーナスが支給されても消費行動はさほど変わらない。	
		その他サービス業 [物品リース] (支社長)	・好況感は維持しているが、賃金や収入増加に至るか分らない。増収増益基調の会社が多いが、実感が沸くような景気回復はなさそうだ。	
		やや悪くなる	食料品製造業 (経営者)	・季節的に一番落ち込む時期になってくる。
			広告代理店 (従業員)	・6月の新聞折込チラシの受注枚数は前年同月比の90%となった。4月以降、消費税増税の影響で、販促経費の削減や消費活動の冷え込みなど、当業界の周辺環境はますます悪くなっている。増税以来3か月を経過したが、まだまだ底がみえない状態である。今後、上向く兆しはない。
その他サービス業 [設計事務所] (代表取締役)	・福祉以外の業務が少ない。このため、次年度以降は極端に発注量が少なくなることが予想される。また、設計などの委託業務が少ないことから、全体として仕事量が少ない状況が続くと予想される。			
悪くなる	○	○		
良くなる	人材派遣会社 (社員)	・人材供給の不足感は、オリンピックまでの数年は確実に出てくる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・首都圏の求人数と比較するとまだまだではあるが、少し時差があって九州も多くなる。
		人材派遣会社（社員）	・注文も継続的にきている。中元の受注状況によっては、更に増員するかもしれないという企業も複数あった。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県では、大手通信アプリ企業の本社移転で多くの求人に期待が出ている。人出不足と言われる業界の正社員化や時給の引上げも聞く。こうした状況が続けば、景気は上向く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月以降、製造業の求人が増えそうだとの声が多い。生産調整などが落ち着き、各業界で動きが出始めている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響が予想よりも深刻でないことから、企業が設備投資に前向きになることが期待される。また、新規求人がさらに増大するとともに、人手不足感から賃金等の労働条件を改善しようとする動きがみられる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響も落ち着いてきているとみられ、新規求人の増加傾向はまだ続くとみられる。新規求職者数の若干の減少傾向は変わらない。月間有効求人倍率は0.8～0.9倍台を推移している。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人倍率は引き続き上昇傾向にある。
変わらない	変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣依頼の企業も増えているが不人気職種が多く、求職者の希望とマッチングしない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税の影響は今から出てくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・同業者間の競争はますます激化する。市場の活性化に伴う求人件数の増加を期待したいところである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税のマイナスの影響が消えない。
		職業安定所（職員）	・全体的に好況感は感じられるものの、管内企業の賃上げ状況調査の結果から、中小零細企業においてベースアップを行ったところはほとんどない。また増税の影響もあり、消費が伸びる要素が少ないため、あまり変わらない。
		民間職業紹介機関（社員）	・8～9月の求人はまだ本格化していないが、契約終了の話は少ない。継続の方向で動いている。
		民間職業紹介機関（支店長）	・景気上昇による人手不足感があるが、顧客の派遣先は安易に求人、増員など求めているようない。必要な人材は直接雇用で厳選し、さほどスキルを必要としない場合は、短期・短時間労働契約のパート、アルバイトを充当している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人件数の伸びが鈍くなっている一方、内定辞退者の増加で中小企業を中心に追加採用の動きが大きくなる可能性はある。しかし、景気の上昇に影響するとはまでは言えない。
学校〔専門学校〕（就職担当）	・介護、建築、機械設計、自動車整備職等は人手不足ではあるが、企業への聞き取りの結果、全体的には今後数ヶ月、年度当初の採用計画から採用数を増加するという声はほとんどない。		
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (沖縄)	良くなる	○	○
	やや良くなる	百貨店（営業企画）	・消費税増税の影響はほぼ解消されたものと考えられる。店舗の企画力と伸び続けている外国人観光客の後押しで、現状を継続できるものと予測している。
		コンビニ（経営者）	・学校が近くにあるのでイベント関係が多くなっており、期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・梅雨も明けて、本格的に夏が到来しこれから夏休みに入るので期待は持てそうである。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・この先2～3か月の予約状況も好調で、大きな台風等の影響が無ければ、稼働率において前年同月実績を大きく上回ることが見込まれる。沖縄観光は全体的に好調の様相である。航空機の輸送旅客実績及び見込みも良い。
		旅行代理店（マネージャー）	・消費税増税にも大分慣れてきて違和感が無くなりつつあるので、夏休みに向けて需要が増えると期待している。
	ゴルフ場（経営者）	・客単価を多少落としても、それを上回る来客数の増加があり、景気が上向きになってきている実感がある。	
変わらない	一般小売店〔菓子〕	・特に大きく変化するような感じは受けない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（販売企画担当）	・マイナス続きだったが最近では客単価のアップにより前年並みに戻ってきている。しかし、来客数はマイナスのため、今後はまだ何ともいえない。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数、売上高等にさほど変化はみられない。今月も客の様子から季節物の商品を積極的に探している雰囲気がまだまだ感じられない。消費的にはまだ上向きになっているとはみられない。まだまだ様子見である。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・全体的には景気が上向いているような景況感はあるが、交付金がらみの一部の人達なのであろう。弊社付近の商店街で景気の良い話は全く聞かない。今年は旧盆が早い時期にあり、「一万人エイサー」も20周年を迎えるので、夏のイベントで落ち込みをカバーできるかどうか。厳しい状況が続きそうである。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・夏に向けて観光客の増加などで期待したいが、これといった決め手は無く、景気はやや悪いままで推移しそうである。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・雰囲気としては、高付加価値商品も動くようになり業種によっては良くなっているように感じるが、飲食に限って言えば、求人難がクリアできないと、手の打ちようがない。
		通信会社（店長）	・新料金プランの話題性から現在の好調となっているため、徐々に落ち着いてくるとこれからの伸びは期待できない。
		通信会社（サービス担当）	・消費税増税の反動や、新規キャッシュバック終了の反動もあり売上は低迷している。
		住宅販売会社（代表取締役）	・物価も徐々に上昇しており、賃金の上昇が無い限りは、現状より更に景気が良くなる要因が見当たらない。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税増税後の来場数は変わらないとみている。また世帯年収800万～1,000万クラスは消費税8%はあまり気にしていない様子である。まだまだ住宅ローンの金利は低く、住宅ローン控除もメリットが大きい。
		やや悪くなる	コンビニ（経営者）
コンビニ（エリア担当）	・天候に左右され、稼げるときに稼げないと数か月影響する。競合の出店も多く、既存店の生き残りが厳しい。		
悪くなる	商店街（代表者）	・物余りなのか、特に衣料品が大変厳しい現状である。周りの大型店の集積も原因だと考えられるが、次第に個人店での売上増、ニーズへの対応は大変難しくなってきており、零細の小売店の今後は危惧される。	
企業動向関連 (沖縄)	良くなる	輸送業（代表者）	・那覇空港滑走路の増設工事は始まったばかりで、離島全体の需要も堅調なうえ、台風シーズンに向け船舶の需給関係は一段と締まってくると考える。
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・いよいよ夏場のお中元商戦、行楽シーズンもスタートし、引き続き観光客の増加も見込まれる。景気の上向き感も相まって、消費の増加が期待できる。
		建設業（経営者）	・新築の引き合い件数が増加している。
		輸送業（営業）	・沖縄向け貨物物量が増えているが、物流会社のキャパシティは大きく変わっていないとみられる。受託料金を若干上げて受託できる可能性が高くなる見込みである。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・横ばいの見通しである。
		通信業（営業担当）	・今後2～3か月先については受注単価等の状況は変わらないとみられるが、発注先が積極的に人材育成に協力してくれるので、その先は明るいと考えられる。
		広告代理店（営業担当）	・「変わらない」と回答しているが、場合によっては「やや悪くなる」可能性があると感じている。その大きな要因は、県外資本の企業が県内市場に積極的に参入しており、販促予算の投資先が県外へ流出する可能性があることである。弊社は県内企業を主な取引先としているが、この状況を勘案すると、民間企業の販促投資が拡大する見込みが希薄な環境下においては、今後厳しくなる可能性があると感じている。
		会計事務所（所長）	・消費税の増税により落ち込んだ消費は回復が見られると考えていたが、観光客数は増加しているものの外国人観光客も多いため、客単価が伸びない。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—
雇用関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・最近では毎月のことであるが、求人件数が前年同月比増が続いており、今が上限と思えるほど良い状況が継続している。現状でも前年同月比は微増している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・社会全体に活気が出てきたように感じられる。どの業界でも人材不足に悩まされている様子である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・希望的観測も含むが、6月が良かったので、継続していきそうである。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・夏場に向けて観光関連での受注が増えているが、派遣スタッフの確保ができず、マッチングが難しい状況にある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が落ち着いてきている。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	