

・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	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・外国人旅行者への消費税免税制度における対象品目拡大の効果から、今後も外国人観光客による消費がかなり増えることになる。また、中国方面の漁獲量が回復していることで、購買単価の高い中国人富裕層が増えることが見込まれるほか、2月から海外便の便数が増えることで、北海道を訪れる外国人がさらに増えることになり、今後の景気は良くなる。
		観光名所（従業員）	・例年と比べると、当地域としての特筆事項はないなかで、1月の来客数が大きく伸びている状況を考慮すると、今後、冬の催事が多くなること、春節が控えていることから、観光面でのにぎわいが続くことが期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・大きな大会やイベントなどは予定されていないが、2年前から中国人観光客が増加傾向にあることに加えて、4月からの消費税免税店の申請手続の変更により登録店舗の増加が見込まれるため、外国人観光客による売上の増加が期待できる。また、国の地方再生フォーラムが当地で開催されることが決定したため、来街者の増加とそれともなう売上増加が期待できる。
		コンビニ（店長）	・デザート、ベーカリーの新商品やセール品の販売量の増加により1月の全体売上が前年比103%と伸びたことから、今後も客の購入したくなる商材があれば、景気は良くなる。
		家電量販店（経営者）	・今後、法人や官公庁による年度末需要が生じる。ただ、個人消費の落ち込みが続いているため、全体として景気が大きく上向くようなことはない。業界としても、売上を大きく増加させるような商材は特別見当たらない。
		家電量販店（地区統括）	・デジアナ変換サービスが3月末に終了することから、テレビの買換え需要が見込まれ、微増ながら良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・人気のある高級車の発売が発表されたこともあり、受注台数、新車登録台数ともに増加する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油価格が値上がりするような要因もないため、今後も販売量が堅調に推移する。
		スナック（経営者）	・当地でも景気が良くなっていることを耳にする業種が増えている。ダメな企業は全然ダメだが、全体的に底上げされて、景気が良くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・流水接岸が例年よりも早いため、外国人観光客及び国内観光客による観光需要が期待できる。ただし、貸切バスの安全性向上を目的とした新料金体系の導入により、大型観光バスの貸切料金が値上がりしているため、観光コースの短縮や変更による影響が懸念される。
		美容室（経営者）	・売上が前年から5%程度増加しており、今後も同様の傾向が続く。
		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、厳冬期を過ぎると公共工事が再開され、輸送量が増加するため、今後についてはやや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費者が消費税増税に段々と慣れてきて消費が回復することが期待できる。また、株高に加えて、原油安によりガソリン価格などが下がってきていること、円安にもなう製品価格の高騰もほどほどのところで収まっていることなどから、支出が減少することで消費が安定し、徐々に良くなることが期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・北海道の建築業界は春先から景気が良くなるため、今後についてはやや良くなる。
		変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・世間では良い方向の話ばかりしているが、現実的に消費者の給料はまだ上がってきていないため、変わらないまま推移する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・総選挙も終わり、原油価格の低下などから、現政権に対する期待が高まり、良いムードになってきていたが、その矢先にイスラム国の人質事件でムードが暗くなったと話す客が増えているため、今後も変わらないまま推移する。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・年末から1月にかけて景気の良い状況が続いている。2～3か月後に景気がさらに上向くことまでは望めないが、今後も何か月間はそのままの良い状態で推移することになる。
		百貨店(売場主任)	・1月の外国人観光客による消費は前年比280%と大きく伸びており、今後もこの伸びは継続する。一方、地元客による需要は、消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、前年を下回ることになる。前年を上回るようになるのは、4月以降の初夏物需要期とみられ、夏にかけて購買行動が活発化することを期待している。
		百貨店(役員)	・消費者の価格に対する意識が高まっており、生活防衛意識が強くなっている。高級品を買おうという意識は低いままである。
		スーパー(店長)	・ハレ型の商材の動きは良いが、ケ型の商材の動きが良くないため、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー(役員)	・現状よりも景気が悪くなることは考えられないが、地方では消費者の所得増加が遅れているため、しばらくは現状維持のまま推移する。
		コンビニ(エリア担当)	・冬季になり、景気は一層厳しくなっている。光熱費の支出増加にともない食費を節約しているとみられる。消費税増税後は全体的に販売量が減少しており、増税分だけ支出が抑制された数字となっている。過去の水準に戻すには、売上で3%以上の増加が必要だが、到底見込めない。
		コンビニ(エリア担当)	・電気料金値上げの影響が大きく、今の流れが当面継続する。
		衣料品専門店(経営者)	・2～3か月後は新入学や転勤などともなう移動に出費がかかるため、節約ムードが強くなる。
		衣料品専門店(店長)	・中小企業の経営状態がどうなるか分からないため、今後については不透明である。
		衣料品専門店(店員)	・来客数の減少や客単価の低下がみられるため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店(店員)	・客足が増えそうな要素が見当たらないため、2月以降もこのままの状態が続く。
		乗用車販売店(経営者)	・当地区の軽自動車を除いた新車市場は消費税増税前の駆け込み需要のあった前年を大きく下回ったが、水準としては前々年並みであったため、当面は増税後の反動減から脱出できるかを注視する局面となる。
		乗用車販売店(従業員)	・前年の駆け込み需要のように、目にみえて分かるほど景気が上向くことはない。正直な話、客の財布のひもが緩むことはなかなかないとみられる。
		乗用車販売店(役員)	・例年にないほど不透明な要素が多く、今のところプラス要素が見当たらない。
		自動車備品販売店(店長)	・前年からずっと良くない状況にあり、3月までは景気が回復するような様子が感じられない。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・新たな販売促進策を打ち出さない限り、このまま客の買い渋りが続きそうな気配がある。
		高級レストラン(経営者)	・公共事業が増えることで、国内全体での建設業界や関連企業の景気は良くなるかもしれないが、北海道に限れば景気が上向くような材料はない。天候不順などの影響も懸念される。
		スナック(経営者)	・人の動きがないため、今後も変わらない。
		観光型ホテル(スタッフ)	・2月はさっぽろ雪まつりなどのイベントによる集客が例年どおり堅調に推移する。3～4月は特筆すべき行事やイベントの開催がないため、低調に推移する。現在のところ、一般の旅行者、ビジネス客とも動きがみられない状況にある。
		旅行代理店(従業員)	・円安や物価上昇といった要因があるため、今後の景気が良くなることは考えられない。
		旅行代理店(従業員)	・現在の旅行ムードにプレーキがかかっている状況が改善されるような見込みがないため、今後も変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・例年、3月までの雪のある期間のタクシー利用客は、雪のない時期と比べて増加するが、現在の乗務員不足はこの先もしばらく続くため、会社全体での売上は前年を下回る状況が続く。

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
		タクシー運転手	・今後の予約状況を見ると、前年に比べてやや減少している。同業他社の話を聞いても、あまり変化がみられていないため、今後も変わらないまま推移する。
		観光名所（職員）	・政府の景気対策における第3の矢について、具体的な成長戦略が一向にみえてこないため、今後も変わらないまま推移する。
		パチンコ店（役員）	・原油価格の動きにもよるが、値上がりしている商材が多いため、全体的に景気は変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ガソリン、灯油などの価格は安くなっているが、この秋から電気料金が値上がりしており、食品や雑貨などの価格も静かに値上がりが浸透しているため、消費者は安い物を買うか、買う量を減らすなどの対策に動いている。消費者マインドが低下しているため、専門店の多い商店街では、今後も固定客だけでは売上の厳しい状態が続く。
		商店街（代表者）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、これから3か月の売上は前年を大きく下回る。ただ、2月はさっぽろ雪まつりに加えて、春節があることから、外国人旅行者の予約が満杯であり、過去に例のないほどの入込と消費が期待できる。
		百貨店（売場主任）	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要の影響があったため、今年の数字は厳しい状況が見込まれる。ただ、天候が例年並みで推移すれば、春物のコート、スーツ、ジャケットなどの動きが多少は期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・今後、拡大が見込めるのは、外国人観光客の来客数の増加と消費税免税制度による売上増加にとどまり、国内客による消費は縮小傾向が続くとみられるため、やや悪くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・3月は前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動が懸念されるため、苦戦が見込まれる。また、駅前に競合店出店の予定があるため、限られたパイのなかでの食い合いも懸念される。
		スーパー（店長）	・消費税増税後、客単価の落ち込みが続いており、今後も客の財布のひもは固くなる。
		スーパー（企画担当）	・原油価格の下落にともなうガソリン価格の値下がりはあるものの、電気料金値上げの影響や円安を背景にした加工食品の値上げが本格化するなど、家計を圧迫する動きがみられる。原油安による効果を上回るマイナスの影響が出てきているため、この先の消費動向は予断を許さない状況にある。
		スーパー（役員）	・インスタントのめん類など、値上げされた商材の消費が落ちている。これからも値上げ商材が増えれば、客の買い控えが起こることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車にかかる税負担が増加するため、今後についてはやや動きが停滞する。
		高級レストラン（スタッフ）	・1月は寒い日が多かったため、電気料金やガス代、灯油代などがかさみ、2～3か月先の外食代にじわりと影響が出てくるのが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後、人口がますます減少することで競争が激化することになる。
		観光型ホテル（役員）	・団体客向けの貸切バス料金の本格的な値上げを控えているため、団体客による周遊観光の多い当地域では大きな影響を受けることになる。現状でもかなりの減収要因となっている。
		タクシー運転手	・原油価格の下落により石油製品の価格が下がっているというプラス要因もあるが、それ以上に物価の上昇が続いているというマイナス要因があるため、消費者の動きが鈍くなるとみられる。今後の見通しとしてはあまり良い状況にはならない。
		タクシー運転手	・2～3か月後は冬のイベントも終わり、観光客も減少することになる。また、夜間のタクシー利用も急激に減っていることから、売上が減少することになる。
		通信会社（企画担当）	・今後、投入を予定している新商品に対する客の評価が、家族層を中心に想定よりも悪いため、新規成約に向けて困難な状況が見込まれる。
		住宅販売会社（役員）	・来年度の消費税増税が先に延ばされたことで、当面は駆け込み需要も期待できない。また、長期金利に関して先高感がないため、あわてて住宅ローンを組む必要もない。さらに、景気が上向くような期待感が身の回りにはない。これらのことから、当面、分譲マンションの市場拡大は期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	百貨店（売場主任）	・前年の2～3月は化粧品を中心に若干の駆け込み需要がみられたため、その反動で今年の売上は前年を大きく下回ることになる。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の客の節約志向は、今後、さらに強まるとみられる。また、天候不順による来客数の減少も懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の減少に歯止めがかからない。電気料金の値上げに対する生活防衛が続いているとみられる。また、個人事業主においては、店舗の閉店を決めるなど、今後の経営に見切りをつける経営者も増えている。
		タクシー運転手	・好転するような材料がないため、今後については悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・今後については、春先の需要が期待できる。
		建設業（経営者）	・公共事業の発注が土木事業を中心に始まる。ただ、ここ2年と違って、補正予算がほとんど組まれていないため、当初予算分だけでみると、過去2年間の平均の0.8倍程度の予算にとどまっており、年間工事量としては減少することになる。建築及び戸建住宅については、どのような動きとなるか読み切れない。
		建設業（従業員）	・工事単価が高騰していたことで着工を見合わせていた建築工事のうち医療施設分野などの工事では、建設会社による価格見直しが進んだことで、動き始める案件が出てきている。
		輸送業（支店長）	・燃料価格が値下がりしていることで、物流コストの圧縮につながっている。年度替わりから港湾在庫に動きが出てくるとみられることに加えて、商社からの新規注文も入っている。また、為替が安定していることで輸入品の取扱量が伸びることも期待できる。
	変わらない	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・鉄骨加工分野は、春から本州物件を中心に多数の工事案件が出回るため、今後の受注が期待できる。また、ものづくり補助金を活用した大型案件への納入が進むことで、販売額の底上げにつながる。
		食料品製造業（従業員）	・現時点での受注予測から、特に大きな増減はないとみられる。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅においては建築確認申請及び建築着工件数の低迷が続いているため、今後についてもあまり変わらない。
		輸送業（営業担当）	・当地と韓国釜山港を結ぶ外貿コンテナ船が週1便から週2便に増便されたため、今後の輸出入貨物の取扱量の増加が期待できる。
		通信業（営業担当）	・案件数や客単価の傾向から、今後も現在のやや良い状態が継続する。
		金融業（企画担当）	・外国人観光客は増加が見込まれる。円安にともなう原材料価格上昇の影響は、原油価格の低下もあり落ち着くとみられる。個人消費はガソリン価格や灯油価格の低下がプラスとなっているが、電気料金の値上げや身近な食料品価格の値上げもあり、伸び悩む。
		司法書士	・当地においては、来年の北海道新幹線開業の効果もあり、多少は景気が上向くとみられる。ただ、2～3か月先に限ると、起爆剤となるような要因がなければ、現在と同じような状態が続く。
		司法書士	・国の補正予算が成立したことで地方創生関連の動きが出てくれば景気回復の起爆剤になるが、具体的なプランが示されることが条件となるため、当面は変化がないものとみられる。
コピーサービス業（従業員）	・設備投資は古くなった設備の入替が中心であり、新規事業への発展やチャレンジなどを理由とする設備投資はみられないため、今後も変わらないまま推移する。		
やや悪くなる	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・受注量は今後も大きく変わらない。また、条件も改善されるような動きがみられない。大手企業は円安などによる利益を従業員に還元しているが、下請企業に対する条件の改善は一向に進む気配がない。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・地域による格差はあるが、当社の営業エリア内に限れば景気回復につながるような要素が見当たらない。	
	やや悪くなる	家具製造業（経営者）	・実質賃金の目減りにより、消費マインドの低下が進む。
		建設業（従業員）	・民間工事の引き合いに大きな変化はみられないが、公共工事については、今後、受注環境が厳しくなるとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・乗年度の公共事業予算は横ばいで推移するとみられる。今年度は前年度からの公共工事の繰越工事及び前倒し発注により好調に推移したが、その反動で工事量が減少することになる。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・プレミアム付き商品券の活用による個人消費の一時的な回復など、国の補正予算の恩恵が地域の中小企業にも徐々に表れ、業績回復につながるが見込まれる。これにより求人ニーズも底堅く推移する。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の不足が続いていることで、雇用条件が少しずつ良くなる可能性がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・構造的な人手不足感が潜在しているため、規模の大きな公共事業など、ちょっとした要因があれば、求人件数の増加につながる。
		職業安定所（職員）	・今後、見込まれる賃金の上昇が、景気の底上げにつながると期待している。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・こここのところ、求人数の動きに大きな変化がみられないため、今後もしばらくは変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・特別、景気が悪くなるような要因が見当たらない。今後については、ガソリン価格の低下が追い風になりそうだが、景気が上向くまでには時間がかかるため、変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・前年と比較して、求人広告件数がほぼ横ばいで推移しているため、今後も変わらないまま推移する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税以降、地方の景況がより厳しさを増していることから、企業が非正規雇用の調整で経費をコントロールする方向に舵を切ることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・円安傾向に変わりがないこと、原材料価格の高止まり、人件費の高騰、電気料金の値上げなど、中小零細企業を取り巻く環境は依然として厳しい状況が続いているが、燃料価格の値下がり傾向がみられ始めるなど、景気回復の兆しとはいえないまでも、景気悪化の要因が以前よりも少なくなっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・どの家庭でも出費を減らし貯蓄に回す傾向に変わりが見られないため、今後、しばらくはぼっとしない景気が続く。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北開発研究センター）

（－：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	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春闘に向けてベースアップを検討する企業が多いとのことであり、所得アップの兆しから先行きの不安感が薄れていくとみている。
		タクシー運転手	・当地は雪が少なく大型店舗が多い。また、3月には国際会議も開かれる。マイナスの要素を見付けることが難しい。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・原油安が今後の景気にどう作用するか。原油安も不況の産物ならば日本の景気にも過剰な期待はできない。しかし、短期的にみればこの原油安は多くの生活者にプラス効果をもたらすものであり、若干の期待をしている。
		商店街（代表者）	・1月の20日ごろから好天に恵まれている。また、雪関係のイベントも多く人出が増えている。消費税率10%への引上げも先延ばしされているので、今後、冬物処分セール、春物の立ち上がりなど、少しずつ良くなっていくのではないかと。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・年末～1月にかけては穏やかな天候で、乗客数、客単価共に上昇傾向にあった。2月以降も、天候に左右される要因は多いものの、少しずつ好調の兆しがみえている。
		百貨店（営業担当）	・3月の売上は、前年であった消費税増税前の駆け込み需要の影響で前年を下回るとみているが、4月以降は駆け込み需要の反動減により前年比としてはプラスになる見込みである。ただし、景気自体が一気に好転するのではなく、高額商材なども時間をかけて徐々に回復していくとみている。
	コンビニ（経営者）	・周囲の建築工事や地下鉄工事が終わっており、大きな変化はない。ただし、季節柄、若干の売上アップになるのではないかと。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・雪解けとともに、徐々に客足が戻ってくる。また、除雪費の負担が終わり経費面も落ち着いてくるので、今よりは利益が取れるようになる。競合店も増えてはいるが、多少は売上が戻ってくることを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・就職活動、フレッシュャーズなどの特定マーケットの商戦に入るため、目的買いの客が増加して、やや良くなるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・3月までは軽自動車税、エコカー減税改正前の駆け込み需要を見込んでいます。
		乗用車販売店（経営者）	・3月は年間で最大の山場であり、雪解けで一気に動き出す。
		自動車備品販売店（経営者）	・除排雪関係に携わる業者の仕事が増える。また、除排雪関連機器の稼働率が上がり、今後も故障修理依頼が増えるとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要の反動減があったが、今年はそこまでの影響はないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料価格の下落に伴い、春先からの行楽需要の回復が見込めそうである。また、春闘により賃金の増加が見込めれば回復基調が更に強まるとみている。地方までアベノミクスの効果が波及するように期待したい。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税による影響が落ち着いてきている。
		一般レストラン（経営者）	・異物混入事件などにより外食に対する不信感があるが、3か月後には、このような問題は解決されて状況が良くなっていることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・これから暖かくなり人出が増える。また、新年度を迎えるので宴会などの予約が入る。
		都市型ホテル（経営者）	・来客数としては、春先へ向かう高揚感とともに個人客の利用が増えるとみている。また、ガソリン価格の安値も行動圏を拡充する要因となり、宿泊を伴う県外個人客の動向にも期待出来るのではないかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ガソリンの値下げもあり、春の観光シーズンに向けて良くなっていく。
		テーマパーク（職員）	・外的環境に変化はないものの、内的環境として50周年メモリアルがプラスに働くとみている。
		観光名所（職員）	・消費行動にばらつきのある客のうち、購入する客が増えれば若干景気は良くなるのではないかとみている。消費税増税に慣れた客がそのような方向に向かっていくことを期待している。
		遊園地（経営者）	・原油安によって物価上昇が緩和されている。また、春には7年ぶりに新規マシーン導入を予定しており、状況が上向くことを期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・政権への期待は大きい。また、地方創生の予算枠もみえてきており、明るい兆しである。
	変わらない	商店街（代表者）	・最近では平均値で変化をみるのが難しく、かなりケースバイケースで変化しているようである。将来的に変化が不透明な部分が良くなるか悪くなるかわからない状況である。
		商店街（代表者）	・初売りやその後に続くセールなど、集中的な販売促進策も全体的に苦戦模様である。ただし、商店街としては新たな出店などが計画されており、例年景気が冷え込む時期ではあるが、底上げ効果を期待したい。
		商店街（代表者）	・商店街ににぎわいをつくる元気がない。
		商店街（代表者）	・消費税増税以降、消費者の消費抑制意識が長引いており、景気回復は当分の間は期待できない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリン価格が低下しても、その部分を外食産業に回す人はなかなかいない。また、株で儲けているような人もいるが、繁華街での飲食はほとんど見かけない。このような悪い状態はしばらく続くのではないかとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の様子、買上点数、客単価は良い状況であり、この傾向は今後2～3か月は変わらないとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・灯油、ガソリン価格の下落などの好条件もあり、この先数か月は特段に景況が悪化する要因は見当たらない。中期的にみれば状況は変わらないとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年の動向がまだわからない。
		百貨店（売場主任）	・車での移動が主となっている土地柄であるので、ガソリン安は行動範囲が広がり人の流れも良くなるので、消費拡大のプラス要因となる。ただし、そうした大きな動きにはならないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・株高、円安などで一部の富裕層などは首都圏を中心に景気は良いが、それが地方までなかなか回ってこない。これが小売りにまで浸透して消費が増えるのはまだまだ先である。
		百貨店（営業担当）	・個人消費が上がる見込みは薄い。
		百貨店（買付担当）	・定価品が入っても客の動きはあまり良くならない。また、客の動向が定まらないため今後を見極めることが非常に難しいが、はっきりと良くなるという状況ではない。
		百貨店（経営者）	・消費税増税後からの客の慎重な買い方に変化はなく、現状から改善するような感触はない。
		スーパー（経営者）	・しばらくは安定的に推移する。また、賃上げ動向で風向きが変わるとみている。
		スーパー（店長）	・消費税率10%への引上げは確実であり、節約志向に拍車がかかっている。輸入品以外にも値上がりが見込まれており、今後も景気が良くなる見通しはたない状況である。
		スーパー（店長）	・今後も各種商品の値上げが続くので、客の節約傾向も続くとみている。
		スーパー（店長）	・年が明けても景気が回復する兆しがみえてこない。この状態はまだまだ続く。
		スーパー（店長）	・客単価の動きからは変化がみられない。
		スーパー（総務担当）	・ガソリンは値下げとなったが、電気、ガス、水道など一般家庭への値下げはこれからである。さらに、油、小麦粉など原材料の値上げによる小売価格の上昇が控えており、当分の間は景気が上向き兆しはみられない。
		スーパー（営業担当）	・原油安などにより、いくらかでも消費が良くなる事を期待している。しかし、当地区では実質的に賃上げもほとんどなく、まだまだ消費者の生活防衛が続くとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合チェーンによる現在の出店ペースは来期以降も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価は微増傾向にあるものの、依然として来客数の前年割れが続いている。競争環境が厳しくなるなか、この傾向はまだまだ続くとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・春先へ期待したいが環境が良くなる材料に乏しい。
		コンビニ（店長）	・原油価格が暴落しており、全体的には消費者のマインドはやや回復傾向にあるとみている。しかし、非常に不確定な要素であり、現状維持となるのではないかと。
		コンビニ（店長）	・状況の改善につながるような事象が見当たらないので、当面はこの状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・春は入卒、入社などで社会的にスーツやスプリングコートなどの高単価商品が売れる季節であるが、単価、数量共に減少し、悪い状況が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・経営が順調で賃上げが進む企業がある一方、人手不足で難儀している企業もあり、偏りがみられる。企業全体が上向きにならないければ景気回復には程遠い。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数が少ない時期ではあるが、天気が良く気温が上がりはじめれば来客数の増加が望める。
		衣料品専門店（経営者）	・地方の景気は停滞感しなく、良くなるような材料が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・買上客数に関しては仕掛け次第で増加が見込めるが、高単価商品の動きに関しては急に良くなるとは考えにくく、結果として変わらない。
		家電量販店（店長）	・客単価、来客数などの数字は、一時期の消費税増税前の駆け込み需要後の落ち込みからは良くなっている。ただし、改善したわけではなく下げ止まったという印象である。
		家電量販店（店長）	・来客数の動きが鈍いものの、円安、ガソリン安などにより、消費者マインドの好転を期待している。
		家電量販店（従業員）	・来客数が減少し続けている。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月間変化のなかった来客数が、この先2～3か月で良くなるとは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・依然として来客数が少なく、回復の兆しがみえない。
		住関連専門店（経営者）	・2～3か月先は転勤などの新生活が始まる時期であるので、若干の希望は持っている。ただし、客の財布のひもはまだまだ固く、そう大きく売上が戻るとは考えにくい。また、前年の消費税増税前の駆け込み需要と比較すれば、前年比は相当な落ち込みになるのではないかと懸念している。
		住関連専門店（経営者）	・今の売上が維持できれば十分に良い状態である。今のところ景気が急に良くなる材料は見当たらないが、このまま推移していく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
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・大きく景況を損なう要素はないが、地方にプラスとなる即効性のある要素も見当たらないので、大きく変わることはない。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・年度末で人が動くため短期的な期待はあるものの、それが続くとは考えていない。地方に景気のいい波が来る前にブレーキをかける要因が出てくるのが常である。過度の期待はできないし、していない。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・春先の動向としては、多少なりとも忙しくなるとみている。ただし、前年の消費税増税前の駆け込み需要のような忙しさにはならず、前年の反動でかえって動きが悪くなるのではないかと。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	・原油価格の急落によって販売価格も低下している。しかし、販売量に変化はなく、車や暖房などの稼働増加も期待できないことから、景気の変化は期待できない。
		高級レストラン(経営者)	・低迷した状態のまま続くのではないかと。良い材料もなく、それほど明るい希望もない。
		高級レストラン(支配人)	・数か月先の予約状況は前年同時期と比較しても多少下回る程度である。予約状況なので流動的ではあるが、単価が下がってきているので、結果的には前年並みか若干の落ち込みになるのではないかと。
		一般レストラン(経営者)	・2～3か月先の見通しは立っていない。先行きが広がっている印象が持てず、マインド的にも厳しい状況が続く。
		スナック(経営者)	・2月を乗り切れば、3～4月と歓送迎会のシーズンとなり宴会が増えるので、少しは期待が持てる。
		観光型ホテル(経営者)	・2～3か月先の予約に勢いがなく、前年比で10%の減少である。また、日帰り客は、女性の趣味、サークルなどの集まりが目につく。
		観光型ホテル(スタッフ)	・客の様子からは、景気に対する楽観よりも様々な不安が多く見受けられる。景気が良くなったという実感がほとんどなく、予算アップの提案をしてもなかなか難しい状況である。
		観光型旅館(スタッフ)	・単価が上昇すれば更に良くなるとみているが、対応策を行うタイミングが微妙である。
		都市型ホテル(スタッフ)	・2月は天候が厳しく人の動きがなくなるので、売上が一番悪い月である。しかし、当地は雪が少なく、また、歓送迎会が始まる3～4月に向けて活発になっていくので、全体的には今の状態が続くのではないかとみている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・年が明けてすぐは売上増で推移したが、正月明けからは極端に落ち込み、結果として売上減となっている。休日、イベント日と平日の差が激しく、いかに平日に客を取り込むかにかかっているが、平日は人の動きが全くみられない状況が続いている。何か大きな変化や刺激がない限りは今後も同じ状況が続くとみている。
		旅行代理店(従業員)	・海外情勢の不安などから、旅行に与える影響が長引くのではないかとみている。
		タクシー運転手	・客のなかには、消費税率10%への引上げを気にしている客や、思うような仕事がないという客がたくさんいる。このような状態では景気は良くはならない。
		通信会社(営業担当)	・好転が見込めるような材料に乏しい。
		通信会社(営業担当)	・2月から始まる大手通信会社のキャンペーンによる影響が心配ではあるが、当社ですでに始めている格安新商品の提供が順調に進んでいるため、全体としての売上は横ばいのままに進んでいくとみている。
		通信会社(営業担当)	・客はコスト削減の要求ばかりであり、商品が売れない。
		観光名所(職員)	・閑散期であり、今のところ大きなイベントの予定もない。
		美容室(経営者)	・シャンプーなどの石油製品において、値上げの予定がある。
		美容室(経営者)	・次々と食料品が値上げとなっており、冬の間は光熱費もかかることから、美容にかける費用を一番に節約する客が多い。また、パートやアルバイトの方は余裕がなく、自分でカラーリングやカットをしている。
		設計事務所(経営者)	・確実に作らなければならない復興関連の物件以外は、建設を見合わせる状況が増えていく。
		住宅販売会社(経営者)	・新築の資金調達が難しい顧客も多いため、中古再販において販路の拡大を進めている。
		その他住宅〔リフォーム〕(従業員)	・受付件数増加のため、エコ住宅ポイント導入の案内を強めていく。

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
	やや悪くなる	百貨店（経営者）	・百貨店の顧客高齢化の構造に変化はない。そのため、団塊世代の年金受給への移行による購買額全体の減少を懸念している。また、物価上昇の影響が生活防衛の形で高齢者に表れてくるとみている。
		百貨店（経営者）	・前年比の売上状況を考えると、3月までは駆け込み需要の影響が避けられない。かなり厳しい数値になる見通しである。
		スーパー（経営者）	・平均単価の前年比の伸びもやや落ち着きは始めている。また、今月は消費税増税前の駆け込み需要による前年比の反動が表れる月であり、しばらくの間は、売上の芳しくない状況が続く。
		スーパー（営業担当）	・前年の2～3月は、米、基礎調味料、酒類などを中心に消費税増税前の駆け込み需要が多くみられており、今年はその反動で前年を下回る見通しである。また、4月以降も現在の状態に回復する程度であり、大きく景気が回復するとは考えにくい。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店により、状況はますます厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・円安や天候不順による不作などで原材料が高騰している。そのため、様々な商品の値上げが予定されている。
		コンビニ（エリア担当）	・人口が増えているわけではないので、来客数も増えない。
		衣料品専門店（店長）	・これからフレッシュャーズの商戦となるが、今年は就職活動の客も重なる見込みであり、忙しくなる。そのようなピークのなか、接客がしきれないなどの機会ロスも含めて、単価がなかなか上がらないのではないかと懸念している。また、前年の消費税増税前の駆け込み需要のような勢いもないことから、非常に厳しい商戦になるとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・例年であれば一番売上が良いはずの12～1月でも、売上は非常に大きく落ち込んでいる。回復する兆しもなく、今後も悪くなるのではないかと懸念している。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があるため、前年比でみるとやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・4月から軽自動車税が増税となるため、3月までは販売量が伸びるとみている。ただし、4月以降はその反動により販売量はしばらく落ち込むのではないかと懸念している。
		乗用車販売店（店長）	・4月以降はエコカー減税の厳格化も始まり、更に需要が冷え込む可能性がある。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・年度が替わり、今後は売上の見通しが両極端な状況である。売上が良くても利益率が悪いという反比例な動きではなく、比例して利益が出るようにならないと、今後も明るい見通しは期待できない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・新年度に向けて消費が活発になることを期待したい。しかし、じわじわと物価が上昇しているなか、食品の消費が最も顕著に抑止されるのではないかと懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・一般市場は冷え切っている印象を受けるが、当地ではこれから国際会議の開催などがあり、明るい材料がないわけではない。県外からの客の動向に期待したい。
		観光型旅館（経営者）	・予約数が明らかに減少している。休日前でも満室にならない日や、平日では宿泊者ゼロの日もある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年と比べて予約状況が良くない。
		旅行代理店（経営者）	・円安に加えて、ヨーロッパを含めた治安の悪化の影響が出てくることを懸念している。当店で販売高が高いヨーロッパ方面にその影響が出た場合、その客が国内旅行にシフトするわけではないので、売上が落ち込むのではないかと懸念している。
		旅行代理店（店長）	・向こう3か月の予約状況は前年比を下回っている。特に海外旅行は円安もあり、継続的に減少傾向にある。
		タクシー運転手	・景気は良い方向に動いていない。
		通信会社（営業担当）	・国の補正予算の実行がカギを握っているとみているが、着手までには時間を要する。
		通信会社（営業担当）	・一部の企業だけがベースアップをしても全体の底上げにはならない。当面の景気改善は期待できない。
		競艇場（職員）	・ここ数か月、販売量の動きが悪い。客の話では以前より生活するのにお金がかかり、なかなかこういう施設ではお金が使えづらくなったとのことである。今後もこのような悪い状態が続くとみている。
		美容室（経営者）	・客との会話からは、アベノミクスが実感できない、先行きが不安である、との声が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	百貨店（売場担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があり売上が大きく伸びたため、前年比は確実に落ち込むとみている。3月以降、前年比をどこまで留められるかを懸念している。
		スーパー（経営者）	・値上げの春が到来し、節約、儉約志向が更に高まるため、可処分所得が増えない。
		コンビニ（経営者）	・今現在、無職の人がかなりいる。そういった面で、店としてはかなり売上が落ち込んでいく可能性がある。
		乗用車販売店（経営者）	・少子高齢化により市場は縮小傾向にある。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・年度末までに受注が確定してくる公共工事が重なるため、受注量は増加する。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・燃料価格の下落が農業資材の価格低下につながると見込んでいる。
		食料品製造業（経営者）	・当地では3月に国際会議があるので、来客数及び売上が増加するとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新年度が始まり注文が増える時期なので期待している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・販売量の増加による給与、福利厚生への好影響が更に継続する見通しである。また、半導体製品の需要が増加傾向にあり、それに対して製品開発が追従できている。
		輸送業（経営者）	・燃料費が急速に下落しているため、物量が確保できれば良くなる。
		広告業協会（役員）	・流通業界はベースアップなどにより消費者の購入マインドが高まるとみており、マスコミ各社はスポット広告の時間取りに苦悩している。
		広告代理店（経営者）	・雇用拡大の影響なのか、求人用の会社案内やリクルート冊子を改訂し、部数を増やすという話が出てきているので、今後に期待している。
		広告代理店（経営者）	・新年度の活動において前向きな発言をする得意先が多く、景況感が上向き可能性に期待している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・年明け以降、円安による原材料費の値上げが増え、経営的には苦しくなる。また、売上が増える要素もない。
		繊維工業（経営者）	・相変わらず店頭の上売があまり良くない。このような状況は今後も続く。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数は今後も伸び悩む見通しである。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・この先2～3か月の受注残は前年同月並みであり、良くも悪くもない状況である。
		土石製品製造販売（従業員）	・これから忙しくなる時期であるが、簡単には十分な人員を補充できない状態である。
電気機械器具製造業（営業担当）		・製造業では、単発的な受注は続くものの安定継続的な仕事はほとんどなく、多少の変動はありながらも結果的に状況は変わらない。	
建設業（経営者）		・石油価格が下落しているが、電気料金の値上がりのほうが大きい。また、資材価格の上昇も続いており、経営的には苦しい。	
建設業（企画担当）		・しばらくは現在の状態が続く。ただし、来年度以降から首都圏で多くの工事案件が予定されている。	
通信業（営業担当）		・契約の切替えなど不安要因はぬぐい切れない。継続した営業努力でカバーしていくほかなく、予断を許さない状況である。	
通信業（営業担当）		・政治次第である。	
金融業（営業担当）		・しばらくはこの状況が続く。	
経営コンサルタント 公認会計士		・経済の先行き不透明な状態は今後も続く。 ・建設業関係は、資材価格高騰、人手不足が解消されない限りは、業績をこれ以上伸ばすことは難しい。また、小売関係は少しずつ回復していくとみているが、前年比を上回るほどの業績回復は難しい。	
コピーサービス業（経営者）	・年度末、新年度を迎える時期ではあるが、大きな案件もなく、見通しが不透明な状態が続いている。		
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・当地は地場産業が多く、円安による燃料の高騰や、輸入品の原材料の値上げなどが負担となっている。不景気な状況が続いており、商売も思うようにいかない。		
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・飲食店向け出荷の不調が続いている。在宅での酒類消費を期待したいところだが、食材などの値上がりの影響もあり出荷回復は望めない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	その他企業〔企画業〕（経営者）	・訪問活動やPRなど手を尽くしているが、客の反応は今一つである。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・プラス面、マイナス面共に、現在の状況のまま続くのではないかとみている。
		金属工業協同組合（職員）	・見積などの受注案件は多々見受けられるが、依然として低価格、超短納期などにより成立が厳しい。また、人員の確保が厳しくなっている。
		農林水産業（従業者）	・果物農家の1年間の収入は前年の80%程度である。さらに、米の販売価格が前年の75%となっており農家の景気を悪くしている。
		食料品製造業（総務担当）	・原材料に輸入品が多いため、円安による値上げが待たなしで控えている。内部努力で原価を圧縮するのにも限界がある。
		食料品製造業（営業担当）	・売上高減少の下げ止まりを期待しているが、好転材料が少なく、厳しい状況が続くとみている。
	悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、自動車の国内販売の低迷の影響を受けるとみている。加えて、部品の輸出についても新興国経済の低迷の影響を懸念している。
		司法書士	・不動産市況が活性化しておらず、前年後半からの受注減が続いている。
	良くなる	○	○
雇用 関連 (東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度の採用に向けて、企業の求人数が増加することを見込んでいる。
		職業安定所（職員）	・12月の月間有効求人数は前年同月比12.2%増加している。また、12月の月間有効求人倍率は1.72倍と、前月の1.71倍を0.01ポイント上昇し、平成6年以降では最高となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業などの求人が増加傾向にあるものの、派遣の求人が多い。そのため、求職者が多い割に応募する者が少なく、派遣会社は苦労している様子である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新卒者の採用スケジュールが変更になったことで、あらゆる業種、業界の人事担当者が、人員の確保に非常に悩んで策を講じている。そのため、求人意欲は相変わらず継続しているとみている。
		人材派遣会社（社員）	・首都圏勤務の求人は増加傾向にあるものの、県内勤務の求人は停滞気味である。特に正規雇用募集の動きは慎重である。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の増加は期待できない。このまま横ばいの状態で推移していくとみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・年度末に向けて忙しくはなるが、前年も同じ状況であるので、結果としては変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年度は消費税増税前の駆け込み需要があって、正規、非正規とも求人数が増えた。今年度はそのような要素がなく、求人数は伸びないのではないかとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の売上の推移をみても、景気の方角性を確認できるようなものがない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で増加しているが、この増加が単月の動きで終わるのか、連続していくのか、今後の動きを注視していく必要がある。
		職業安定所（職員）	・求職者は減少傾向にある。ただし、従業員の大量募集や企業誘致などの見込みもない。
		職業安定所（職員）	・求職者は、在職中の求職者が増加すると見込まれており、求人の高止まりの状態は今後も続く。
		職業安定所（職員）	・再建が予定されている水産加工団地の企業からの求人申込が少し遅れる見通しである。また、その外の業種では今のところ大幅な増員の予定はない。
		職業安定所（職員）	・求人の状態はここ数か月と変わりなく安定している。また、現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報も無く、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地恒例の初売りは例年並みであった。しかし、その後の商戦が伸びず、1月全体としては消費税増税前の駆け込み需要があった前年に届いていない。この駆け込み需要による反動の影響は3月まで尾を引くとみており、先行きはまだまだ不透明な状態である。	
	職業安定所（職員）	・次年度に大手量販店の進出がある。しかし、年度末にかけて、製造業、卸売業、宿泊業で雇用調整の情報があり、求職者の増加が見込まれている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・4～12月の決算営業利益は2百万円の赤字で収束している。前年比売上は1億円の赤字であり、売上総利益率が1%ダウンしている現状は、2～3か月先での改善の余地はない。

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・年度末にもなるので人の動きが活発になり、入学、卒業シーズンでもあることから、コンビニを利用する客も増える。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・政府の経済対策と地方創生政策の実施に期待しているという話が商店街の会議で出ている。
		商店街（代表者）	・国の地方経済再生の計画から、疲弊した商店街への期待が膨らんでいる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節も少しずつ良くなっていくので今月よりは少しは明るくなっていくのではないかと期待している。
		コンビニ（経営者）	・やはり天候が売上、客数を左右する一番の原因のような感じがする。雪が降るとばたっと客が来なくなるが、2月に入って春めいてきて雪が雨に変わってくれば、よほどのゲリラ豪雨にでもならない限り来店は見込めるような気がしている。また、バレンタインやホワイトデー、ひな祭りといったイベントもあるので期待している。
		家電量販店（店長）	・年度が替われば前年比で一巡しているために数字上は若干の回復基調という数値が出ると思われるが、景気の回復が進むかは疑問が残る。
		乗用車販売店（経営者）	・4月よりエコカー減税が変更になるため、減税が少なくなる車種の駆け込みが見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・円安により自動車、電機関係の製造業の企業が多い当地では国内での製造比率を上げる企業も出てきているようなので、今後仕事量が増えれば景気回復につながるのではないかと。
		乗用車販売店（販売担当）	・1～2月は極端に落ち込むが、例年3～5月は新卒の中古車購入、中には就職祝い等新車購入となる場合もあり、売上は伸びていく。ただし、伸び具合が例年に追いつくのか悪くなるのかは分からない。良くなるという淡い期待をしての回答である。
		乗用車販売店（統括）	・年度末になるため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・3か月後はやはり決算期や新入学の時期で、車の販売量はやや増える見込みである。
	旅行代理店（所長）	・神社の式年イベントが始まるので、それに期待したい。	
	旅行代理店（営業担当）	・3～4月にかけては気候が暖かくなり、人の動向も活発になって旅行需要が増加する傾向にある。	
	観光名所（職員）	・この春からは北陸新幹線の開業もあり、関東圏からの観光客がどのように流れるか動向が気になるころではあるが、全般的な伸びに期待している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・円安等で値上げ攻勢が激しく、その上消費税増税で購買意欲がはぎ取られているような商品価格では、この先も良くなるとは思えない。
		商店街（代表者）	・世間では景気が悪いと言っているが、お金のあるところにはあるんじゃないかという印象である。これから春先になってどのような動きになるのか、今のところは変わらないような様子である。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・気温が低く、とても寒いので人の動きが悪い。街の中も正月の反動が出るのではないかとと思われるので、見込みはない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・年度末を迎え何かと商品も動く季節であるが、相変わらず消費者の財布のひもは固く、必要な物の購入のみで、売る側の施策にはなかなか動じない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費が伸びる要因が見当たらない。
百貨店（営業担当）		・食品などが値上がりする一方で、原油価格の影響で石油製品が安くなっているが、特に大きな変動はない。全般的には景気は良いとは言えない。	
百貨店（販売促進担当）		・この先、春物商戦やフレッシュ需要などが期待されるが、好転材料としては非常に乏しく、変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（店長）	・消費者1人1人の気持ちが、例えば収入が上がるなどによって明るくならないことには、今の動向がしばらく継続する。
		百貨店（店長）	・ガソリン代が安くなったにもかかわらず車での来客数が増えている。原材料費の値上げを店舗努力で吸収していたが、春先に商品値上げをするショップが増えてきているとの情報がある。
		スーパー（店長）	・売上や来客数の増加が見込める与件が見当たらない。逆に極端に悪くなるようなことも現時点ではない。
		スーパー（総務担当）	・今の景気状況から考えると、これ以上悪くなるとは思えないが、良くなる要因もない。
		スーパー（統括）	・円安による原材料費の高騰で一時は値上げの動きがあったが、急激な原油安により相殺され値上げを見合わせている取引先も出てきており、しばらくは消費マインドに変化はないと思われる。
		スーパー（商品部担当）	・消費税増税、値上げ、年末年始などの商品動向をみると、春先までは変わらない雰囲気である。
		コンビニ（経営者）	・店舗前が片側通行になったため、このまま変わらない。
		コンビニ（経営者）	・春に向かうが、もう1～2か月はあまり状況は変わらない。
		コンビニ（店長）	・現状は客単価、買上点数共に予想よりも低く推移しているため、せめて現状維持を希望している。
		コンビニ（店長）	・近隣では同業店や類似の販売店が出店したり退いたりして、若干の変化はあるかもしれないが、大きな違いが出てくるような状況ではない。今後もあまり変わっていくことはない。
		衣料品専門店（統括）	・今の中心商店街は客が買物に来る雰囲気ではないようである。消費税増税や物価高だけの問題ではないような気がする。それでもなんとか商売をしていかなければならないので、何かきっかけを作らなければならぬと考えている。
		衣料品専門店（販売担当）	・商売が暇になるにつばちの2月が近付いているということもあるが、やはり身の回り品の値上がり感が顕著になってきているので、財布のひもが固くなってきて、この先も現状とほとんど変わらないと現実的に思う。春に向けて陽気が良くなれば、幾分精神的にも開放的になってくるかと期待はしているが、残念ながら今のままだと変わらずに推移していく。
		乗用車販売店（経営者）	・昨年度の当市の工業出荷額は国内有数に躍進した。もちろん税収も伸びており、公共事業も増えつつある。また、自動車メーカーは下請企業に対してコスト改善の率を下げてくれたようである。これでも地元経済が活性化しないのは、やはり多くの人の所得が今一つなのかトリクルダウンがないのか分からない。
		乗用車販売店（営業担当）	・1月は車両販売は少なかったが、車検等のサービス事業はやや忙しかった。各ディーラーのイベントに対するユーザーの反応が今までと違ってきたので今後期待したい。
		乗用車販売店（販売担当）	・昨年1～3月は消費税増税前の駆け込みで車の販売が増えたが、今年はそういう要素がない中で、前年比で少し良くなっている。駆け込みではないので、この先も変わらない。
		乗用車販売店（管理担当）	・中小企業ではサラリーマンの賃金改善がみられない。
		住関連専門店（経営者）	・当社も含め、給与等は上昇すると考えられるが、消費税増税による商品価格上昇を全てカバーできてはいない。また、仮にこれからカバーできるとしても、消費者は景気の先行きを懸念して消費には向かわず、貯蓄に向かってしまう。
		住関連専門店（店長）	・競合店との価格競争がやや厳しくなっている。客の支出を抑える傾向は続く。
		一般レストラン（経営者）	・一極集中型で地方創生の政策を行っているが、なかなか地方に結果や兆候はまだ見られない。地方の再生が急務である。
		一般レストラン（経営者）	・春めいてくれば冬より動きが出てくると思うが、前年、前々年同期と比べて良くなるようには感じられない。良くなる要素がない。
		一般レストラン（経営者）	・特に景気が良くなるといった要因が考えつかない。
		スナック（経営者）	・特にこれといった動きもなさそうだが、割と宴会が増えていっているのでこのまま伸びていってほしいと思っている。そんなに悲観的なムードもないので落ちていくような心配も特にしていない。

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
		スナック（経営者）	・変わらないのではなく、これ以上悪くなると困るので変わらないで欲しいという希望である。本当にアベノミクスが浸透するような日が来るのか疑問である。
		観光型旅館（経営者）	・これから2～3か月先は、前年がちょうど消費税増税のタイミングで、駆け込み需要と増税後の反動減の両方があった。今年はそれがどちらもなく、プラスマイナスゼロで推移するため、変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから名刺のご開帳、新幹線の金沢延伸によって多少は良くなるのではないかと思うが、未知数である。良くなってもらえればと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・過去何年かと比べて、現状でも良い売上高なので劇的に良くなるとは言いづらい。現時点での4月の売上予測は前年比で若干マイナスである。企業努力で何とか前年並みまで到達できるかどうかというラインである。
		都市型ホテル（営業担当）	・年始は例年ホテルの稼働が低い状況だが、今年は中旬以降も例年に比べて上がってこない状況で、それを改善するような特別な要素もない。3か月後は今よりは良くなると思うが、1月が例年と比べて悪かったように、3か月後もやや悪い可能性が高いと判断している。
		都市型ホテル（副支配人）	・予約状況からみて、2月後半から3月にかけては確実に上向きとなるが、4月は動きも少なく毎年落ち込む時期なので、トータルで判断すると変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・ユーロの金融量的緩和がどのように左右するか見えない。
		旅行代理店（副支店長）	・長期の旅行や海外旅行の個人客が落ち込んでおり、受注が減少している。消費税増税の影響は今後も大きく出てくると見込んでいる。また、バスの新料金による旅行代金の値上げで、バス旅行離れが懸念される。
		タクシー運転手	・今の悪さがそう簡単に回復してくると思えない。
		タクシー運転手	・12月は非常に順調で、1月も前年比104%で推移しているので、これから先もほぼ同じ状態でいくものと思われる。
		タクシー（経営者）	・現在の動きをみる限り、この先も変わらない。
		タクシー（役員）	・従来と変化が見られないので、変わらない。
		通信会社（経営者）	・消費者は先行き不透明感をぬぐいきれずにおり、LPガス機器がとにかく売れない。事業者としてはこの先、電力、都市ガスの全面自由化という荒波に向かい、生き残りをかけねばならない時に設備投資をする気にはとてもなれない。政府には零細企業をとう汰するような発想を見直してほしい。零細企業だからこそ地方の独居老人等に細やかなサービスができるということを知ることが必要である。
		通信会社（経営者）	・アベノミクス効果は地方ではまだ遠い。
		通信会社（営業担当）	・現状、景気を刺激する要因がないこと、消費税増税や物価高による実質賃金の低下が起因し消費への意識が高まらないため、変わらない。
		通信会社（局長）	・春商戦に向け大きく販売数量が増大する時期を迎えるが、これはあくまでも季節要因であり、景気の方向性には影響を及ぼさない。また、東日本大震災の翌年以降続いた転居の増加が、今年は沈静化してきているように感じる。
		通信会社（局長）	・競合他社がサービス内容を変更するので予測しづらい状況である。近隣では大型の建築物も増え、建築業界では職人不足の問題もあるようで、景気は良くなっているように感じる。
		テーマパーク（職員）	・閑散期に加えて、天気予報も悪いことから、景気が良くなると思いにくい。
		遊園地（職員）	・回復基調を期待したいが、来客数の動きは前年に比べて鈍っており、2～3か月先に関しても先行き不透明な状況が見込まれる。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上もそれほど変化がないからである。
		その他サービス [イベント企画]（職員）	・円安により格差も拡大しており、依然として変わらない。
		設計事務所（経営者）	・今ある仕事の納期で忙しい時期になるが、新しい仕事の依頼が少ないため、例年より余裕がある。
		設計事務所（所長）	・これから新学期に向かい、行事等で客のポイント取りが難しくなるが、客の予定をきちんと把握して計画していけば、成果も出て良い方向に向かうと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘に関する問い合わせが少ない。先行きは現状と横ばいで変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・来年度の減税など、業者に有利な政策が実施されることが期待できないため、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ガソリン価格は安くなったが、今後の社会保障費及び様々な商品の値上げニュースに客の財布のひもは開かないため、先行きに明るさはみえない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・地元の3大企業のうちの1社が12月31日付けで1,500人のリストラを行った。リストラされた人々が仕事が決まり着実な収入を得るようにならないと、前回別のところが吸収合併された時のような状態になるのではないかと思う。
		百貨店（店長）	・消費税増税後、一時は戻るかと思われたが、年末から非常に悪くなっている。地方には都内のような外国人旅行者関連の売上もほとんどない。
		スーパー（経営者）	・消費動向次第で悪くなる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・近隣500メートル以内に競合店が2店ほどオープンした。それが主な理由である。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・数量が一番伸びる時期に価格の変動が大きく、収益にかなり影響している。仕入価格との整合がなく、非常に厳しい状況になっている。
		通信会社（経営者）	・食品など多くの商品の値上げが続いていることから、なお一層、節約志向が増大すると見込んでいる。
		ゴルフ場（支配人）	・昨年の大雪は別として、雪の多い時期なので経費削減や労災事故のない業務を徹底していく。
		美容室（経営者）	・消費者が財布のひもを締める時、一番節約するのが美容料金なので、来店頻度、客単価共に下がっている。これから先、2月も来店頻度は下がる方向にある。
		美容室（経営者）	・地方都市では良くなる材料が一つもなく、現状維持も難しい。様々に工夫をしている時期もあったが効果も上がらず、今は諦めムードになっている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・ホテルや当駐車場の予約状況を見ると横ばいより若干下である。そのため、来客数が減ってくると見込まれるので、やや悪くなる。
設計事務所（所長）	・昨年は寄り付かなかったゼネコンの営業マンが顔を見せた。今年度で今抱えている仕事はほとんどかたがつくので、これからは仕事探しとのことである。確かに建設業界は年度明けからは厳しくなりそうである。		
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・いろいろな要素はあるが、景気が上向くような様子はないので、良くないのではないかという感じを受けている。
		百貨店（販売促進担当）	・前年度は年明け以降、消費税増税前の駆け込み需要が高まったため、前年実績をクリアするのは容易ではない。ガソリン価格の低下など、一部消費の改善が期待できる件もあるが、食料品の値上げや賃金の据え置き等、消費を取り巻く環境は依然厳しい。
		スーパー（店長）	・政治も先行き不安の中、客は堅実な買物しかしないようになっている。
		一般レストラン（経営者）	・来客数が月ごとに減り続けることはここ数年なく、先行きが相当不安である。
		通信会社（経営者）	・年度末に向けても販売量の増加は見込めず、地方の景気に回復の兆しはない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先である自動車完成メーカーの輸出量が増加していることから、この先も良くなる。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・しばらくはマイナスになる要因がない。
（北関東）	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・今は3か月前と比べると悪いが、3月に入ったら仕事量が多くなるというような話が出ているので、それに期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・建設機械向けのスポット増産への対応と、航空機向けの安定生産が確立する見込みである。
		建設業（開発担当）	・現政権のもとで公共工事は前年比10%増と、地方企業には有難い状況である。民間工事に関しては相変わらず発注額が厳しい。首都圏は建設ラッシュであるが、地方は厳しく、今後も公共工事に期待せざるを得ない状況である。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・当地では、新幹線延伸開業、名刺のご開帳などの予定があり、商店会でも全市的なイベントが企画されている。ガソリン価格の値下がりもあり、県外客の取り込みも含め、商店会などでは期待感が強い。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数が増加しており、受注量の増加が見込める。ただし、競合も多く、価格的には厳しい状況が続く。
	変わらない	化学工業（経営者）	・波はあるものの3月までは現状の生産量、受注量は見込まれる一方、期末の駆け込み需要は見込めないため、総じて変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品投入につき、受注動向に期待している。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・基本的にはあまり変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量はほとんど変化がないが、多少減少気味のような気がしている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先の生産計画が、3月の期末に向けて若干上乘せの動向である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事を確保するのが厳しく、先が見通せない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・当面は現状維持で推移していく。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の様子や価格について、この2～3か月もそうだが、この先も変わらない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのままの推移で変わらない。
		輸送業（営業担当）	・今後は例年どおりに転勤、新入学、新社会人等の引越し依頼が入る見込みであるが、車両不足により対応は厳しくなりそうである。原油安により燃料価格が下がり、採算は取れている状態になっている。
		通信業（経営者）	・変わりそうな要素がない。
		金融業（調査担当）	・内需は弱い状況が続く見通しで、政府の経済対策の効果も即効性はなく、現状が続くとみられる。原油安のプラス効果がどの程度企業マインドを押し上げられるかも不透明である。
		金融業（経営企画担当）	・2～3月先の売上は、良くて現状維持とみている取引先が多い。
		金融業（役員）	・一部で景気が良いという話を聞くが、地方にはまだその波及効果がない。特に、下請を抱える地方では一次下請に利益がたまり、二次、三次の下請は非常に厳しい単価競争にさらされている。まだベースアップやボーナスなどで賃金に反映できる状況にないため、地域経済の苦しい状況はまだ変わらない。
		経営コンサルタント	・年初は商店街、商業施設への人出はそれなりにみられたが、消費増への期待感にもかかわらず、業況の好転にはつながらなかったようである。
		司法書士 社会保険労務士	・現状では全く強気にはなれない。困っている。 ・大きなイベントも大きな悪化要因もなく、現状がだらだら続くものと思われる。
		やや悪くなる	
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・資材が値上げされているのに対し、販売価格に転嫁できないということがある。		
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・3月は様々な売出しが計画されているが、その分、2月はイベントも少なく、売上は厳しくなる。		
建設業（総務担当）	・今後工事が出てくるという情報もなく民間の動きも鈍いため、先行きが大変不安である。		
不動産業（経営者）	・今後の社会基軸となる産業分野での景気後退の様子を目にすることが多くなっている。		
広告代理店（営業担当）	・年度内に予定していた販促予算を削る話が聞こえてくるようになった。これは去年はほとんどなかった状況である。		
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・利益が上がらず資金繰りが大変である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・各企業が年度末に向けて在庫調整をしており、売行きが不振なようで生産量をかなり絞ってきている。そのため、受注量が急激に落ち込んできている。
		不動産業（管理担当）	・売上の減少分を補うため、新規業務を受注すべく努力はしているが、減少分を回復するには当面時間がかかる。余剰人員については退職予定者がいるので、そこで埋め合わせする予定である。
雇用関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（経営者）	・新学期等、新年度に向けての春物商材、就職、入学関連商材は上向き傾向となる。住宅関連はまだ低迷しており、資材関係も全く伸びが見られず落ち込んでいる。自動車関連部品、電子関連部品は新車需要を見越して生産が伸びてくるとみられる。全般的にやや上向きかなという風にとらえている。
		人材派遣会社（経営者）	・今のところ忙しいのでこれからは良くなる。派遣人員が増えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話の下取り派遣業務において新人社員や新社会人向けの携帯電話下取りが増加すると予測している。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・例年1～2月は景気が落ち込む時期ではあるものの、今年は今以上に良くない。3月に入ると多くの業種で募集広告を行うようになるので活気も出てくる。
		職業安定所（職員）	・円安の影響で輸出による利益が増えつつある事業所があり、半導体や実装機の受注が伸びてきている。また、ガソリン価格の下落により、運送業界の景気も回復しつつある。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・2月は一般的に売上が減少する傾向にあるためか、安価な商品を扱う店の客は伸びるが、地元百貨店への客足は減少する。
		人材派遣会社（支社長）	・1月後半から問い合わせが入るようになったが、どこに問い合わせてもお手上げな案件ばかりで、どうにもできないものばかりである。通常であれば、3月末終了者の動き出す2月から勝負となるので、来たる年度末にかけての需要に期待したい。
		職業安定所（職員）	・新規求人は引き続き好調であるが、生産は増加したものの、円安によるコストアップ、受注価格が依然として厳しく利益が薄いなど、不安が払しょくされていない状況である。当面短期的には景気上向きの要素が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・良くはなっているが、大都市ほどの景気回復ではないとの声が聞かれる。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・中小企業は物価上昇でコスト増となっているとの話があるので、先行きはやや悪くなる。
	悪くなる	—	—

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (南関東)	良くなる	百貨店（計画管理担当）	・消費税増税から1年がたち、増税前の消費生活に戻ると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・景気は非常に流動的な面もあるが、それほど極端に悪いというようなニュースはないため、まだ伸びるのではないかと思う。
		衣料品専門店（統括）	・就職活動の解禁、新入学、就職組の来店の活発化が予想される。ただし、一般マーケットについては昨年の消費税増税前の駆け込みの特需がないので、そのあたりは厳しい。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・希望的観測も含めてだが、冬は静かな動きで春に一気に動くということはこれまでもあり、3月スタートのドラマが当地域を扱っているの、大いに仕込みをしている。良くなることを期待している。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税8%も定着してきたようであり、アベノミクス効果や株価も上がってきているため、良くなるのではないかと思う。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・アメリカやヨーロッパの経済情勢が良くなってきているため、その影響で日本も少し良くなる。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商の大口である官公庁等の入札物件が若干取れてきている。その他の案件も2～3月にある程度見えてきており、売上の見込みが立っているの、今後良くなっていく。
		百貨店（販売促進担当）	・引き続きセール体制が続くため、来客数と売上の増加が見込める。
		コンビニ（経営者）	・これから暖かくなるので動きが多くなる。また、システムの変更が功を奏するかもしれない。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税の見直しにより、ハイブリッド車以外は減税幅が小さくなるため、客によっては動き出している。
乗用車販売店（販売担当）	・建設関係の入札はギャップがあるためにまだ落札できず、仕事が取れていない。実際は需要があるのに契約が取れてないため、契約が取れるようになれば、景気は将来的にはやや良くなる。また、原油が相当安くなってきており、経営者の負担も減るので、余剰資金を少し設備投資に回してもらえば、我々のトラック関係も販売額が上がるのではないかと考えている。		
乗用車販売店（総務担当）	・2～3月は需要月ということもあり、やや販売量が増えてくる。		
その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の政策が当を得ているからである。		

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
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は3～4月で暖かくなってくるので、景気が良くなる。3月は予約で埋まっているため、2～3か月先は今よりも良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・外国の観光客が、今まであまり見かけなかった路地裏の店まで来店する光景が増えている。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月後は気温も暖かくなり、春めいてくる。今月のような寒い時期より例年必ず良くなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・様々な要因で世界的に悪いが、希望的観測でやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・年明けから国内団体旅行の見積件数、問い合わせの電話が増えている。しかも間際の申込が増え続けている。
		タクシー運転手	・年明け早々、車の量が多く感じられる。特に、大型貨物車、資材を積んだ車など、少しずつ景気は回復しているようにも思える。売上もやや上がっている。
		タクシー運転手	・企業の残業が一部増えている感じがするので、やや良くなるのではないかと希望を持っている。また、景気の良い時は夜の営業だけだったが、夜のみの営業から昼間営業を多少増やし、売上の3分の1を昼間の営業に切り替えつつある。残念ながらそれでも3～4年前の売上から2～3割落ちてきている。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の意識が薄れる。
		通信会社（経営企画担当）	・案件情報の件数の増加傾向と技術者募集動向の活性化から、やや良くなる。
		通信会社（管理担当）	・求人数の増加や時給の上昇などの状況がみられるためである。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・消費税増税による消費控えも薄まっていく中、円安、株高等も加わり雰囲気は悪くない。今後、4月に中小企業も賃上げに動けば景気回復は加速していく。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・催事や宿泊客の予約を順調に獲得できている。
		その他サービス [保険代理店]（経営者）	・全体の景気上昇感に後押しされ、ようやく自分自身の消費意欲が増加し、新たな購買意欲が増加する。全般的には上向き傾向にあるように感じる。
		設計事務所（経営者）	・契約には至っていないがプロジェクトへの参加依頼はあり、それが実現化すれば少しは景気が良くなっていく。
		設計事務所（所長）	・現状の案件がしばらく続きそうだが、多少変化があり上向くのではないかと期待したい。
住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイントの復活、更なる金利の引き下げ、税制優遇拡大のニュースにより来場者は増えている。建替えだけではなく一次取得者の動きが増えており、意欲の高い客が増えていると感じているため、やや良くなる。		
住宅販売会社（従業員）	・1～3月は不動産がよく動く月でもあり、都内のアパート分譲は相変わらず客の動きが良く、今後も継続しそうである。3月までに引渡しができるように建築の進捗をしっかりと管理していく予定である。		
変わらない		商店街（代表者）	・一般消費者の給料が改善されているとはいいながら、中小零細企業では賃金が上がっていない。円安で物価が上がりつつあるが所得が減っているため、非常に難しい。
		商店街（代表者）	・現在の状態では良くなるということは考えられないので、変わらない。何とか頑張らなければならないと思っている。天候も割と安定しているので、それほど悪くなるとは考えていない。
		商店街（代表者）	・経済をみていると非常に流動的である。商店街自体に客を寄せるような業種が段々となくなってくるような状況で、対応していくのは非常に難しい問題がある。どこの商店街も集客が非常に難しい状況だと思うので、政治の力で何とかしてもらいたい。
		商店街（代表者）	・貨幣供給頼みの経済成長の今、実質経済が回転していない現状ではなかなか好転を望むことは難しい。
		一般小売店 [和菓子]（経営者）	・今月は後半に来客数が減少して売上につながらなかった。これから食料品などの値上がりが多々控えており、消費動向が落ち込むのではないかとと思われるので、売上につながらない。
		一般小売店 [家電]（経理担当）	・良くなる理由が見当たらない。新年度に向かって新しい需要もあるが、価格の安い物の動きが多いようである。売上全体としては厳しいものがある。
		一般小売店 [文房具]（経営者）	・全体的に悪いわけではなく、天候に左右される程度の悪さなので、現状維持が精一杯である。

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 [印章] (経営者)	・地方創生基金というような話を聞く。一時的には良いかもしれないが、継続させることは非常に難しい感じがする。やはり業種やインターネット通販などの販売ルートをもう少し強固にしていかなければならないと思う。
		一般小売店 [祭用品] (経営者)	・春の祭事まで動きそうもない。
		一般小売店 [米穀] (経営者)	・少子高齢化もあり、良い面と悪い面の五分五分だと考えている。
		百貨店 (売場主任)	・原油安でガソリン価格が低くなり、家計に多少の好影響はあるが、中間所得層の実質賃金の上昇が目に見えて出てこないと上向きにはならない。
		百貨店 (総務担当)	・消費税増税が見送られたことは決して悪くはないが、給料が上がらないで物価が上がってきているため、景気が良くなる切っ掛けである食品や婦人服関係の基本アイテムの伸びが今一つであり、今後も見通しがつかない。売上についてもこの数か月100%前後できており、今後もそのような状況が続く。
		百貨店 (総務担当)	・特に大きく変化する材料がない。ただし、景気だけで判断するのは難しいが、営業政策でどのくらいカバーできるか注視する必要がある。
		百貨店 (広報担当)	・今後も二極化は継続し、80年代のバブル期のようにほぼすべての産業が好景気となり、ほぼすべての消費者の購買行動が活性化するようなことはない。物は行き渡り、インターネット通販などでいつでも安価に手に入ることからセールなどの売上対策も決め手とはなり難い状況にある。交通の便、有名ブランドの確保がポイントとなるため、そこをおさえた強い店舗が勝つという構図が続く。
		百貨店 (営業担当)	・婦人服、紳士服、子ども服のファッション商材のバーゲン月ではあるものの、数量も商品単価も前年を下回り、厳しい状況である。個人消費がまだ上向いていないようである。
		百貨店 (営業担当)	・前年の消費税増税時期と重なるため、数字から読み取るのは難しい。大手企業のベースアップにより財布が緩むことを期待したいところではあるが、一般企業ではまだ厳しいという話や、物価の値上がりにより収入がついていかないということもあり、なかなか今の状態が大きく変化するようなことは期待できそうにない。
		百貨店 (営業担当)	・一部地域のインバウンド効果はあるものの、その規模は限定的である。年金受給者などの先行き不安感は依然としてあり、必要最低限の消費行動が今後続く。
		百貨店 (営業担当)	・今後も、本当に必要なものを見極めながらの購買行動は継続していくと思われ、前年の消費税増税前の駆け込み需要による影響があるものの、それを除外すると状況は現在とほとんど変わらない。
		百貨店 (店長)	・生活防衛がみられる。買い方がシビアであり、セールだから買うという安易な買い方ではない。
		百貨店 (営業企画担当)	・前年3月の消費税増税前の駆け込み需要と4月以降の反動減により前年比は乱高下するが、期間を平均してみると、景気が大きく回復するとは思えない。賃金への波及、原油安、行き過ぎた円安の是正などにより、中間層が実質的な所得増加を実感できるようになれば、回復に向かう。
		百貨店 (副店長)	・消費が拡大する前に、地域の競合がさらに激化する中で完全にパイの奪い合いになっている。売上が回復する見通しをするのは難しい。
		スーパー (販売担当)	・今年の春先からナショナルブランドメーカーの商品の値上げが報じられている。客は値上げに対して非常に敏感になっており、買物に対してお金の使い方がシビアになってきている。
		スーパー (経営者)	・今月の前半は非常に良かったが、降雨で後半少し伸び悩んでいる。来客数は減っているものの、単価高で売上が上がっている状況が続いており、この傾向は今後も続く。
		スーパー (店長)	・消費税増税から4月で1年たつが、現段階では今のまま変わらないでいくのではないかという気がする。また、客は安いからといってあれもこれもと手を出さないの、点数が伸びず、単価もダウンしている。来客数は前年を維持しているが、なかなか売上増につながらない。
		スーパー (店長)	・各競合店共に集客のために価格を打ち出してきているが、客の反応が予想以上に鈍いため、回復するにはしばらく時間がかかる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・ 昨年の3月は消費税増税前の駆け込み需要で商品によって2～5割ほど伸びたが、その反動減が4月以降、続いている。給料アップは消費に回るほど消費者に実感がないため、現状と同じような購買動向が続く。
		スーパー（営業担当）	・ 現在のところ、円安、株高、更に最近のユーロの金融緩和等により堅調に推移しているが、中国や新興国の経済の頭打ちが今後、どのように影響されてくるかが、大きな焦点になってくるのではないかと思う。
		スーパー（仕入担当）	・ 3月より輸入商品を中心に商品原価の上昇が見込まれ、売価を上げることになっていく。消費者の売価に対する目がより厳しくなることが予想され、利益の確保は難しくなる。
		コンビニ（経営者）	・ 店の後ろに業務スーパーが開店し、また、隣のドラッグストアで食料品を半分も置くようになったため、今後は良くなるらない。
		コンビニ（経営者）	・ 本部や全体の売上も前年を下回っているため、期待は薄い。人手不足も続いており、政策も思い通りに進まず、困っている。
		コンビニ（エリア担当）	・ 円安、海外の為替不安等、外的マイナス要因が続くことが想定されるためである。
		衣料品専門店（経営者）	・ 冬物処分、梅春物共に売上が読みにくく、苦戦する。
		衣料品専門店（経営者）	・ 景気対策が末端まで行き届くまでは消費回復は期待できず、しばらくは難しい。また、来年度の年金額の減少のニュースで、更に消費が冷え込むのではないかと思う。
		衣料品専門店（経営者）	・ 衣料品の購入は特に慎重で、安くても余分なものは買わない傾向がますます強くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・ 所得が上がらないのに物価高や消費税増税で生活がますます厳しく、購買意欲が全く見えてこない。
		家電量販店（店員）	・ 経済が不安定であり、インターネット販売との競争もあって厳しくなる中、消費の動機付けは難しい。
		家電量販店（統括）	・ 前年の4月以降は消費税増税前の駆け込み需要による反動減で低迷したが、2015年は少し期待をしている。しかし、需要が大きく伸びる保障はない。ターミナル店舗では訪日観光客による売上拡大が見込めるが、郊外店では厳しいのではないか。インターネット通販は大きく成長すると思う。
		家電量販店（経営企画担当）	・ 様々な要因で好調、不調の分類に分かれており、消費動向は完全にまだら模様である。インバウンドの効果は大きく、2月の春節、新生活需要には大きなプラス要素を期待しているが、情報家電、冷蔵庫がどこまで戻るか不明である。
		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、販売は昨年の4月からあまり芳しくなく、前年比減となっている。
		乗用車販売店（経営者）	・ 消費税増税が先送りになってから、通常どおりの販売台数で推移している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・ 来客数は例年どおりだが、新車販売は車検が近い車、長期保有車、使用目的が変わり必要に迫られての検討や新型車効果などはみられるが、個人消費はまだ冷え込んでいる。4月よりエコカー減税、免税で車種によっては期待できるが、好影響は少ないと感じている。
		住関連専門店（営業担当）	・ 景気の先行きは不透明であり、円安で原料調達コストが上昇して製品価格が上がり、一般家庭にはマイナス要因ばかりが感じられる。今後も家計の引き締め傾向は続くものの、原油価格の下落などの恩恵もあり、全体としては現状維持の状況が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 市場動向は不安定であるため、将来が不安なマインドに変化は感じられない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・ 例年3月までは売れない状況が続く。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・ 良くなる要素がない。
		高級レストラン（副支配人）	・ リニューアルオープンを控えており、オープン景気を期待しているが、その分を差し引くと例年と変わらない。
		高級レストラン（仕入担当）	・ 客単価等も良ならず、食材の値段も現在より下がるとは思えないため、現状維持が続く。
		一般レストラン（経営者）	・ 円安で輸入品、特に、食料品の高騰で原価が上がり、消費者は給与所得が上がらず、ますます財布のひもは固くなるだけである。
		一般レストラン（経営者）	・ 2月は来客数が少し減るが、3～4月は歓送迎会シーズンなので、また客が来店する。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず個人消費が低調で、特に、レストランでは夜の来店が減少して厳しい状況が続いている。法人利用も景気の影響から減っており、歯止めがかからない状態で何も変わっていない。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月先は全く見通しがつかず、現状と変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・単価の高い客の動きしか目立っていない。
		旅行代理店（従業員）	・フランスのテロの影響でヨーロッパ旅行の休止が1件、検討中が1件あり、予断を許さない。
		旅行代理店（従業員）	・現在、閑散期に入っているため、2～3か月ではまだ集客は見込めない。
		タクシー運転手	・所得が増えていないので、お金が回らないという現状である。実際には景気が良くなったという実感はない。
		タクシー運転手	・日本の景気は回復しておらず、多くの日本人に景気回復の実感がわいてない。アベノミクスは失敗ではないかという声があり、景気回復は少なくともあと20年ほどは絶対に無理などと言う人もいる、景気の変化はなく、ここ数年間は毎年同じ実感にさいなまれる。
		タクシー運転手	・明るい兆しを感じられない。
		通信会社（営業担当）	・景気向上への材料が今のところ見当たらない。
		通信会社（管理担当）	・業界全体として新規増加は例年どおりであることから、各社とも既存顧客の囲い込みに注力し、ほとんど現状維持ではないかと考える。
		通信会社（営業担当）	・付加価値の高いサービス、自分にとって興味のあるサービスへの需要は高い状況が続く。
		通信会社（管理担当）	・2月に大手通信会社の光回線卸売りが開始されるが、あくまで業界内のルール変更により食い合いしているだけに過ぎないと静観している。新たな技術、サービスによって消費が増える仕組みとは言い難い。例えば、電力自由化によって安くなった分で既存サービスを一層消費する仕組み構築が重要だと思う。
		通信会社（局長）	・中小企業の人件費に効果が表れてこない、当業界のような周りの人の影響を受けるような業種への効果はあまり期待できない。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月続いている停滞感から抜け出すような材料が見当たらない。
		ゴルフ場（従業員）	・教育、年金、医療、介護、国際情勢等、どれをとっても不安があり、簡単に景気は回復しないが期待はしたい。
		ゴルフ場（支配人）	・来場者数、収支、すべての面において例年並みと考えているが、予想がつかない。
		ゴルフ場（支配人）	・一般的に所得増の実感が伴い、安定した天候が続けばやや良くなる可能性もあるが、現状では考えにくい。
		パチンコ店（経営者）	・朝の客数は変わらないが、夕方6～8時ごろのピークの客数があまり増えず、厳しい。この先、特別プラスになるような要素はないことと期待も含めて変わらない。
		美容室（経営者）	・客の商店街での買い回りが非常に少なくなっており、買物に来る期間も少し長くなっているような気がする。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・中学3年生が抜けて生徒数が減少する時期ではあるが、消費税増税の影響もあるのか、前年と比べても新しい問い合わせがなく、生徒の授業料滞納者数も増えているので、今のところ下がってはいないが、景気は決して良くなっていない。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・新車については商品力などで動きがあるが、一般の家庭の支出に関しては非常に厳しいものを感じており、エコカーに切り替えて運用費を安くしようという考えで、ハイブリッド車や低燃費車に関心が集まっている。3か月後に今の状況から急に良くなるというような予測はなかなか立てられない状況である。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・12月と比べて状況が全く変わっていないからである。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数は前年より伸びているが、契約が今以上に伸びる気配はない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・先行きの情報を集めても例年程度の荷動きであり、円安による輸入原材料の高騰で利益を確保できないことから積極的な受注ができない場合も見受けられる。
	やや悪くなる	一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・年金生活者の多い地区のため、年金支給額が物価上昇に比べて伸びがなく、支給額が減るといった話題で財布が厳しくなるのではないかと心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・食堂や休憩室用のお茶は自動給茶器が主流だったが、給茶器を撤去する取引先が多く、当社も給茶器用煎茶の売上減少に歯止めがかからない。社員用のお茶は自己負担で各自飲みたい人が購入という状況が増えており、どこのお茶屋でも給茶器を導入する企業が減ってきている。
		百貨店（総務担当）	・2～3月は昨年の消費税増税前の駆け込み需要を補うだけの材料がなく、前年比で10%程度の減少になると予想している。
		百貨店（営業担当）	・現状、良くなる要素は全くない状況である。4月以降は前年の消費税増税後の落ち込みがあったことを考えると、4月以降の伸びがなければ大きなダメージになる。
		百貨店（販売促進担当）	・年が替わっても食品をはじめとした値上げが続くことが予定されていることから、消費者は積極的に買物をしようという気分になっていない。大手企業を中心に春闘でのベースアップが報道されているが、消費者が実際に実感できるまでは流れが変わらない。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の問題により、やや悪くなる。
		スーパー（店長）	・現在の売上、利益は単価上昇が大きな要因となっている。来店客の点数が伸びないので来店客数の増減が大きなポイントとなり、競合他社も含めて来店客数の獲得が重要となる。
		コンビニ（経営者）	・1月の後半から悪化気味である。
		コンビニ（経営者）	・大型スーパーや移動スーパーに押され、来店客数、売上の減少が進み、特に、週末の来店客数が大幅に減少しており、厳しさが増している。
		コンビニ（経営者）	・一番近くに開店した同じチェーン店と客の取り合いが始まっている。当店は設備も少し古く、大きさなども新しい店にはかなわないが、立地を鑑みると何とか今を乗り切って良い方向へ持っていきたい。店は増えているが客数自体は増えておらず、その中で取り合いをしているため、売上も伸びていない。
		コンビニ（商品開発担当）	・昨年の3月は消費税増税に伴う駆け込み需要があったため、前年比での来店客数減は避けられない。
		衣料品専門店（経営者）	・なかなか良くならない。様々な物価が上がって財布のひもが固くなっている。我々のような衣料品関係は後回しにされており、消費が回ってこないのが現状である。必要な物以外の余分なお金はかけないという傾向が強い。
		衣料品専門店（営業担当）	・衣料品業界では2～3月が一番苦戦する月のため、売上が一番厳しくなる。前年は2月に関東でも大雪になり、2日間営業ができなかった。2月に雪が降らないことを願っている。
		住関連専門店（統括）	・購入戸数が少なく、1件当たりの購入金額も非常に少ない。必要な物以外あまり購入しないため、販売量の低下につながっている。
		一般レストラン（経営者）	・円安で大手の景気が多少良くなると言われていたのも昔のことで、今はそれほど影響がなく、むしろ国内産業は円安によって様々な物が高くなってしまって沈滞ムードが漂っている。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は年度末、年度初めで旅行全体のマーケットが落ちるため、今よりは厳しくなる。
		タクシー（経営者）	・消費税増税を延期したとはいえ、数年後には上がるし、この先の景気も不透明感が漂うため、依然として財布のひもは固いままである。企業からの給与が増えないと中小企業までは到底上昇は見込めない。
		通信会社（経営者）	・2月下旬より、大手通信会社の光回線卸売り解禁による携帯電話とのセット割が始まる予定で、それに伴いケーブルテレビへの攻勢が強まって解約が増えると考えられる。
		通信会社（経営者）	・2月より自由化が進み競争が一層厳しくなることから、解約数の増加が懸念される。
		通信会社（社員）	・競業他社との差別化が難しくなっている。解約防止策も打っているが、今まで順当に獲得してきた契約がやや伸び悩むと予測している。
		通信会社（営業担当）	・客の収入が増加する様子はなく、物価や税金が増加しているため、消費欲は高まらない。
		通信会社（総務担当）	・賃金アップが円安による物価上昇を上回るとは考えにくいためである。

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
		設計事務所（経営者）	・近隣の設計事務所の業務は非常に停滞しており、新しい動きがない。全体の動きが非常に鈍く、アベノミクスといっても格差社会で様々な物価が上がっており、物件は動いていないのが現状である。近隣では事務所を閉鎖するといった話も出ている。当社は10名ほどの社員がいるため、更に頑張らなくてはいけない。
		設計事務所（所長）	・例年1月にはいつごろから具体的になるというような相談があるが、今のところ話がないため、かなり厳しい。4月以降を期待するほかない。
		設計事務所（所長）	・まとまった仕事量は少なくなっている。改築や増築程度の仕事ではなかなか設計にはつながらない。先行きは厳しいのではないかと。
		設計事務所（職員）	・建設物価が高止まり状況になり、案件発注数は伸びないのではないかと。
		住宅販売会社（従業員）	・ユーザーの慎重度は変わらず、各社の競合は激しくなっている。住宅への経済対策がどれくらい効果が出るかはこれからである。
		住宅販売会社（従業員）	・特に土地の有効活用提案に対する顧客の反応は鈍く、大型物件は全く進捗していない。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・1月は年初めでお茶、のりなど年賀の品が売れる時期だが、昨年4月の消費税増税以後、進物の売行きが止まってしまっている。この先も消費者の買い控えが続く。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・客先を回っても設備投資の話もなく、どうしたら売上が上がるのか、今後どうなっていくかもよく分からない状態であり、客から良い話が聞けない状態が続いている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電製品で売上を上げる主力の商材がない。客が二極化しているようで、高額品を買う客との格差が出てきている。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのためである。
		衣料品専門店（店長）	・昨年の夏ごろには消費税増税の影響は少なく、すぐに回復するようなムードだったが、年末になっても生活必需品以外の売上が戻ってきておらず、ライバル各社のバーゲンの前倒し傾向が顕著になっているためである。
		一般レストラン（経営者）	・日本全体の経済状況は決して良い方には向いていない。このまま現政権が続くと悪いどころではなく、もっと悪くなる。
観光名所（職員）		・2～3か月後は年間でも一番の閑散時期を迎える。2～4月は旅客がかなり減るため、悪くなる。	
住宅販売会社（経営者）	・現在の円安、原油安の状況では大企業、輸出企業のみ収益が上がり、中小企業には全くメリットがない。中小企業の景気対策が何か打たれない限りは、大企業のみ景気が回復し、中小企業は不況の中という状態がずっと続く。		
企業動向関連 (南関東)	良くなる	建設業（経営者）	・春先に数件の物件を予定している。ただし、単価が上がっている関係で予算内に収まる物件が少なくなっている。
		輸送業（経営者）	・年度末に向けて、物量増加は必至である。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・街全体でひなめぐりのイベントが約3週間あるため、売上は上がる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係と来店する個人客の印鑑の注文などから、やや上向きになっていると感じる。1日の中で出る印鑑の本数が少し増えてきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・12～1月は客からの注文が少なく、大分材料が絞られてきていたが、いくらか増えてくるような雰囲気があるので、多少忙しくなってくる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・消費税増税による落ち込みも徐々に薄らいで2月以降の受注残が増えてきており、これから忙しくなるのではないかと思っている。
		建設業（経営者）	・政権が安定しそうなので、やや良くなる。
		輸送業（経営者）	・希望的観測で若干上昇してやや良くなると思うが、国際的な問題が最近浮上ってきており、一時的ではあるがその影響によって若干下降すると考えている。
		輸送業（経営者）	・取扱量の増加は現在の状況からみて、この先も大変厳しいが、燃料価格が急速に下降しており、久しぶりに2けたの価格が実現する可能性もあるため、進行中のリストラ策とうまくかみ合えば、景況感に明るさが期待できる。
		金融業（役員）	・輸出関連企業や建設、不動産等の元気のある業界が、地域の景気回復にとって重要な役割を果たしている。雇用、収入面での改善が景気回復を後押しすることに期待したい。

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
変わらない		不動産業（総務担当）	・主力のオフィス賃貸事業は空室率も改善され、また、退去予定のテナントもなく好調に推移しているため、今後の見通しも明るいと感じている。
		税理士	・原油安も絡んでいるが、アメリカの調子が良いので輸出が増え、中国の景気は停滞してどうなるか分からないが、日本の景気はアベノミクスが引っ張っている。大企業は円安もあって景気が良いが、中小企業にも早く恩恵が来てほしい。少し良くなっていくのではないかと思う。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・3月まではこの状態が続く。
		食料品製造業（営業統括）	・上昇する明確なきっかけが見当たらない。
		繊維工業（従業員）	・中小零細企業はアベノミクスの恩恵とは全く無縁で、円安の影響で原料や素材が高騰しているなかで、商品単価に上乗せもできずにいる。消費者の多くは、相変わらずファストファッションなどの安価な商品に殺到しており、良質な国内生産品には目も向けてこない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・繁忙期のため受注量はあるが、依然として利益が薄い。低価格での競争ばかり続くと業界自体が非常に苦しくなる。
		化学工業（従業員）	・原油価格は値下がりしているが、原材料は下がらない。客先でも景気の良い話はなく、良くなる要素はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・国はもっと景気を上げようとしているが、中小企業はお金がないので、設備投資はまだ本格的に始まらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・住宅関連部品以外の受注は順調なので、リーマンショック前の基準に戻れば設備投資も考えるところだが、まだ二の足を踏んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	・量産の仕事は競争が激しく価格も上がらないので、研究開発や試作関係に営業をシフトして、持てる技術を生かし、評価してくれる客先との取引を多くして経営していきたい。営業の革新に努め、経営安定化を目指していく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・好転する要素があまりない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・今のところ関係する取引先では、特別に悪くなったり良くなったりという材料は見当たらない。
		建設業（経営者）	・景気対策が実施されていない。
		建設業（営業担当）	・アベノミクスにより各企業の賃金等の見直しが入り、人件費が上がっている。それらが見積に反映されており、見積金額が資材の高騰も含み、一昨年より2割ほど上がってきているため、顧客も設備投資の計画を見直し始めている。
		建設業（経理担当）	・現在、施工中の現場が完了すると、新年度に向けての仕事がいくつか入ってきているが、競争物件は相変わらず予算が少ないようで、受注したい物件は少なそうである。
		輸送業（総務担当）	・荷主の出荷量は現状のまま推移する見込みである。荷主において輸出を含めて出荷計画と生産量を調整し、国内出荷量は横ばいの見込みである。
		輸送業（総務担当）	・燃料費の負担が少し軽減されてきたものの、受注、売上の伸び悩みや収益面の改善が思うように進まず、依然として厳しい状況が続く。
		金融業（統括）	・特に良い材料も悪い材料もないため、現状とあまり変わらない。
		金融業（従業員）	・1年前にあったようなアベノミクスへの期待は感じられず、取引先企業においても厳しい見通しが増えている。受注が伸びている建設業などを除いては、消費低迷による悪影響が長期化することが懸念される。
		金融業（支店長）	・建設、物流、小売、飲食など大半の業界で人手不足だと聞く。パート、アルバイトを募集するための人件費は上昇しているものの、消費増につながっているとは言えない。
		金融業（営業担当）	・中小企業の景況感は大企業に比べるとまだ戻っていない。また、消費税増税が延期になったものの、小売業等ではまだ回復傾向がみられず、円安での原材料の高騰等があるので、回復するには時間がかかる。
		不動産業（経営者）	・景気上昇を願っている。
		不動産業（経営者）	・不動産屋の店頭は学生向けのアパート、寮の相談でにぎわっているが、これは季節的なものであり、他は変わらないとのことである。
		広告代理店（従業員）	・目新しい売上等の増減はない。ただし、政府の新年度の地域振興施策に対する期待は大いにある。
		広告代理店（営業担当）	・各企業の商品が軒並み値上がりしているため、購買率が軒並み鈍化し、宣伝費も減りそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		社会保険労務士 税理士	・良くなる要素が見当たらない。 ・円安、国際政情不安は日本の経済活動にも大きな影響を与え、個人の所得も増えることはないように感じる。景気が後退する実感がないことが救われる材料である。	
		経営コンサルタント	・ある貸しビルオーナーの話では、政府が賃上げを勧め、経団連が同調していることに不安を感じているという。最大の固定費である人件費がアップすれば、他の固定費、例えば賃借料にも影響がある。オフィスの拡張や移転等、先延ばしにつながり、空室率が減るという方向には向かないのではないかと。この状況はまだ続く。	
		経営コンサルタント	・一部の大手が海外取引で利益をあげているが、下請には厳しい。輸入材料等の価格上昇が大きく、中小企業にとっては売上が多少伸びてもコスト圧迫により利益は減少傾向である。求人難も拍車をかけている。	
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・円安の影響なのか仕入原材料の値上げが提示されてきており、原油価格の低下により発生している活気も打ち消されつつある。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足の影響で募集時の時給が上がってきているのは気になるが、見積り件数や受注単価が落ち着いてきているため、現状維持といった感じである。	
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・円相場や原油の動向など全く予想がつかない状況のため、映像広告に関しては変わらず低調だと思う。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中小企業の業績は良い会社と悪い会社の二極化が進む。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マンションオーナーのインターネット環境整備に向けた意識が若干向上しており、当面この少し上向いた傾向が継続する。	
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3か月前の受注量は季節的な定期物が集中して出始める時期のため、今月は年度末への谷間の時期に当たり、売上高が減少する。
			出版・印刷・同関連産業（所長）	・引き合いは多くなってきていると感じるが、原材料の高騰で売上に転嫁できず、受注できない案件が多々発生している。まだ厳しい状況は続く。
金属製品製造業（経営者）	・円安は製造業にとって良い影響はあるが、急激な円高時に多くの大手企業が海外での現地生産をしたため、なかなか日本へ戻ってこない。経済が好調なのはアメリカだけで、それ以外が良くないため、なかなか生産が増えてこない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・中小零細企業に対しての経済の循環がまだ軌道に乗っていないので、当分の間は景気の低迷が続く。			
精密機械器具製造業（経営者）	・円安による原材料費の上昇、人件費の今後のコストアップによる製造原価の上昇で中小企業の製造業は悪化する。また、大企業の支払変更等により手形での支払いが増えることが予想され、資金繰りの悪化が更に危惧される。			
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響から始まったデフレ傾向は、完全に消費者の購買意欲を下げている。美容室の来店周期、単価はかなり下がっている。			
輸送業（経営者）	・我々の中小企業はこれから大変苦しい時代がくるのではないかとと思っている。			
通信業（広報担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要やOSのサポート終了に伴う駆け込み需要があったため、厳しい。			
広告代理店（経営者）	・昨年あった1月案件のうち2件が休止となったが、どちらかというと直近重視ではない案件であり、今般の休止と今の経済動向を考え併せると、類似の既存案件のいくつかが休止になることが考えられる。			
悪くなる	○		○	
雇用関連 (南関東)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き募集件数は好調である。条件を緩和して求職者の多い時短勤務希望、扶養内希望者を求人ターゲットにする傾向も活発である。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2月は少し落ちるが、3～4月には年度替わりで相当の動きが出る。計画として聞いているのは30件ぐらいあるので、相当の売上が期待できる。	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・紹介予定派遣や人材紹介の依頼も増えてきており、新年度が始まる4月に向けて、更に求人依頼が増加しそうだ。	
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けて短期的な仕事の増加が期待できるが、まだ長期的な仕事の採用が増えている実感はない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人件数が微増だが伸びてきている。しかしながら現時点では供給が滞っており、さほど良くない状況である。求人件数の増加に伴い人材が流動的になれば派遣労働者も増加し、需要と供給が一致して双方がプラスに転じていく。	

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
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・採用数が増加傾向にある。また、内定を出す機会が増えるような展開になっており、採用広報が多様化する。
		職業安定所 (職員)	・正社員の充足数が前年同月比で6か月ぶりに増加となっている。
		職業安定所 (職員)	・ここにきて在職者の求職申込が増えている。前向きな転職としたい。
		職業安定所 (職員)	・求人者のほぼ全産業で、利益率は低いが仕事はある。人手不足だとの話を聞く。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	・経営者に話を聞いたが、ガソリン価格が下がっていることは良いことだが、経済政策が今一つ不透明であり、3月ぐらいまでは今のままで、4月以降の新年度どうなるかに期待するしかないと話すが多い。
		人材派遣会社 (社員)	・景況感の回復は円安を背景に首都圏の一部の大手企業に限られる。内需企業の業績は国内の消費低迷が引き続き影響しており、回復感が乏しい。
		人材派遣会社 (社員)	・この先3か月で会社の業績や給与水準等に変化は生じない見込みである。
		人材派遣会社 (支店長)	・若手を中心に求職者優位なマーケットとなっており、いかに優秀な登録者を確保するかで業績が左右される状況のため、見通しは変わらない。
		人材派遣会社 (支店長)	・ここ3か月、特に変わらないためである。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求人数はここ2～3か月全く増えておらず、変わらない。
		求人情報誌製作会社 (広報担当)	・事業所等に人を増やすという話を取引先等でしばしば耳にするようになったが、ほとんどが非正規雇用、派遣社員のみである。本当に景気が良い場合は正規雇用が増えるのではないか。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数は増加し、新規求職者は減少傾向が続いているが、一方で、昨年末から続いている円安の影響等で卸売、小売業等、一部の中小企業から新たな求人を控える動きがある。
		職業安定所 (職員)	・県内の倒産件数は減少しているとされているが、新聞発表未済の負債金額、いわゆる中小零細企業での事業廃止等は若干多めである。
		民間職業紹介機関 (経営者)	・安定した雇用が続くものの、拡大に結び付く好材料はない。
民間職業紹介機関 (経営者)	・求人企業の業績は実績としてはまだ改善見通しは出ていないが、期待感が高い。感触を感じるのにはまだ時間がかかりそうである。		
民間職業紹介機関 (職員)	・円安、原油安の影響がプラスに働くことが多く、3月決算企業の来期計画は引き続き好調と考えられる。		
民間職業紹介機関 (職員)	・良くも悪くも大きな変化の兆しは感じられない。		
学校 [専修学校] (就職担当)	・新卒求人に関しては次年度採用にシフトしており、事前調査状況より採用数の増員などに大きな変化はない。		
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

5. 東海 (地域別調査機関: 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))

(—: 回答が存在しない, ○: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・東京オリンピックが近づくにつれて、首都圏ではいろいろな物が整備される。
		一般小売店 [自然食品] (経営者)	・客の様子から、潜在的には購買意欲があるように感じる。
		百貨店 (売場主任)	・初売りで普段は来店しない客層が増える。その中から購入する客が現れて、更にリピーターにつながれば、来客数は増加して売上は増加する。靴のサイズは履いてみないと合うかどうかわからないので、ネット購入のための下見客も多いが、紳士靴は少しずつ売上が増加している。
		百貨店 (販売担当)	・前年は消費税増税の駆け込み需要があり、3月まで前年比では確実に落ち込むが、その対策を各部署で行うのである程度のカバーが見込める。この先は消費税増税の余波も一段落し、客の消費マインドも上向きになるのではないかと。
		スーパー (経営者)	・現在は良くない状況であるが、春になり気候が良くなれば来店客が増加することを期待する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・生鮮品の動きが良い現況に加えて、更に一般食品での価格競争力の強化を図っているため、この先も良い状態が続く。
		スーパー（総務担当）	・恵方巻の予約数が前年同期を上回っている。
		スーパー（商品開発担当）	・ガソリン価格の低下により、車での買物客が増加する。
		スーパー（支店長）	・大手企業では少しずつ海外から日本へ仕事を戻しているため、需要の拡大と単価上昇が期待される。
		コンビニ（企画担当）	・政権運営が安定して規制緩和が進めば、人の動きが活発化してくる。東京オリンピックの開催や、世界情勢から見て、国情が安定していれば海外から観光以外にもビジネスや医療等でどんどん人が入ってくる。
		コンビニ（エリア担当）	・今月行った販促施策を上回る施策を計画しており、一層の集客が望める。
		家電量販店（店員）	・消費税増税後の反動減が緩和すると考えると、先行きは良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響がなくなると思われる。
		住関連専門店（営業担当）	・新築戸建て、分譲マンションの引き合い件数や、モデルルームへの来客数が増加している。公共工事や一般民間ビルの需要は、引き続きおう盛である。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・春は異動で人の動きが増える時期なので、商品の動きが少し良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・先行きもやや良くなる事を期待するが、材料費の値上げやアルバイト等の人材確保で収益が急激に悪化しており、横ばいか減少の危険もある。
		都市型ホテル（営業担当）	・個人需要は横ばいであるが、法人需要の伸びが期待できそうである。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊、宴会利用者の増加が見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・春になって気候が良くなれば、景気が上向いてほしいという期待感がある。
		旅行代理店（経営者）	・これから海外旅行は、商品単価が下がってお買い得感の高い時期となる。4月以降は、原油の値下げで燃料料の商品価格差も縮小するため、より手軽さが高まるのでアピールを図る。
		旅行代理店（従業員）	・原油価格が下がって4月以降は燃油サーチャージがなくなる見通しであるが、それが決定すれば旅行代金は大幅に下がるので、欧米方面等の海外旅行者が確実に増える。
		通信会社（サービス担当）	・携帯電話会社との共同開発商品のサービス開始により、新規販売が増加する。
		通信会社（営業担当）	・今後も、NGN（次世代ネットワーク）関連の設備投資が続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・3月分は前年同期並みの予約が入っている。雪等の天候の影響もあまり受けなくなり、予約数通りに推移するので今よりは良くなる。
		美容室（経営者）	・3～4月頃には、春になって気候も良くなり、行楽シーズンや入学式等を控えパーマをかける客も増加するため、今よりも良くなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護施設利用者は増加傾向にあるが、施設職員の確保が難しくなってきた。労働条件を改善するため人件費は上昇が見込まれる。施設運営者の利益は減少するだろうが、給料が増えれば、職員の購買意欲も活発になる。
	変わらない	商店街（代表者）	・大企業では賃金引上げが見られるが、中小企業等の賃金には動きはなく、売上は変わらない。
		商店街（代表者）	・小規模企業からの受注が全くなっているため、その客層が回復しないうちは、先行きもプラスには転じない。
		商店街（代表者）	・大企業優先の経済政策では現状を変えられない。しかし、大手企業では生産等の国内回帰の動きも出ているようなので、2～3か月では波及効果は現れないと思うが、先行きには期待をしたい。
		商店街（代表者）	・いろいろな商品が値上がりするため、消費者のマインドが非常に悪い。
		商店街（代表者）	・現状から変わる要素がない。商店街等で年末年始セールに配ったスクラッチカード（当たり金券）の換金量が、例年に比べて非常に少ない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・販売量の動きから見ると、地方の小売店では、まだまだ苦しい環境が続いている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・おかげ年（式年遷宮の翌年）も終わって遷宮効果は一段落し、例年並みの状況に戻る。

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〔生花〕 (経営者)	・物価も上がっている中で、給料は上がっていない人が多い状況では景気が良くなるとは考えられず、先行きも変わらない。
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・調剤部門では、来客数は横ばいでも売上を確保できるが、小売部門は、週末の客足の鈍化等で非常に良くない。先行きも、小売業は2月、8月が厳しいと言われるように、上向きになるとは考えられない。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・3か月先も売上は変わらないが客先の中身は変わる。裾野が広い客層では財布のひもは固く、市場としては縮小しているが、一部には伸びている会社や客層等があり、売上が増加する部分もある。全体で見ればフラットになり、何とか現状維持が見込まれる。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・現状のやや良い状態がこのまま続く。
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・食料品関係を始めとして、この先また値上げがあると聞いている。一方、一部の大手企業を除けば給料が上昇するところは少ない。そのような状況では景気の回復は難しい。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどの間では販売量は変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・現政権の経済政策である第3の矢の効果が出るのかどうか、先行きもはっきりしない。
		百貨店(売場主任)	・先が読めず良くなる要素が見当たらないため、現在の状況がこのまま続く。
		百貨店(企画担当)	・初売り以降、食品や服飾雑貨の動きは良いが、衣料品の動きが男女ともに悪い。例年より商材の供給量も少なく、メーカーが製造を絞っている様子が見受けられ、この傾向は今後も継続すると見込まれるため、景気の好転は期待できない。
		百貨店(経理担当)	・先行きが良くなる要因は見当たらないが、貴金属品や時計等、高額品の需要はあるので、そこを取り込む対策が必要である。
		百貨店(販売促進担当)	・中国からのインバウンドで多少の売上増加は見込めるものの、それ以外に改善につながる要因は見当たらない。
		百貨店(営業企画担当)	・減少の続く来客数には上向き気配がなく、単価の面でも苦戦が予想される。一方で、超高額商材の動きは悪くはなく、大口取引がある程度の売上を支えてくれる可能性がある。
		百貨店(経営企画担当)	・衣料品では厳しい状況が見込まれるが、引き続き、高額品やインバウンド、特に春節は期待できると考えられる。地合いが悪い中でも、これまでと変わらない推移を想定している。
		スーパー(経営者)	・以前は、春には中小企業の景気が良くなると思っていたが、恐らくまだ良くはならない。輸出が増加しないため国内工場の生産量が増えず、中小企業の実績も変わっていない。中小企業では、電気代等を含めてコストが上昇し利益が確保できないため、3か月先の景気も良くならない。原油価格の下落は良い事であるが、その効果が企業のコスト削減に寄与するまでには、相当な時間がかかる。
		スーパー(店長)	・食品スーパーは、日々の食品や日用品の販売で成り立っているため、経済の大きな動きにも敏感に反応する事は少ない。
		スーパー(店長)	・消費者の買物行動からは、景気回復が食品業界まで届いているようには見えない。この先も来客数が増える要因はなく、現状での推移が続く。消費税増税により販売価格が上昇したことで前年比の売上は増加していたが、増税から間もなく1年となりその効果がなくなるため、その先は厳しい状況が予想される。
		スーパー(店員)	・アイスクリーム、乳製品やハム等の仕入先から値上げ要請があり、近々商品価格を変更しなければいけない状況であり、それが売上にどう影響するかを注視する必要がある。
		スーパー(店員)	・前年と比べると大きな変化はないが、販売量、来客数が若干増加する傾向にはある。
		スーパー(販売促進担当)	・一般消費者の購買意欲をかきたてるには、大きな景気のターニングポイントが必要である。
		スーパー(販売担当)	・先行きも売上が良くなるような材料が見当たらない。
		コンビニ(店長)	・消費税増税の影響も薄れつつあり、これ以上景気が悪くなる事はないと思われる。燃料価格の低下で運送コストは抑制できるが、円安による商品の値上げも多く、差引きするとあまり変わらない。
		コンビニ(エリア担当)	・現在の厳しい状態は、今後も当面は継続する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・消費の動きについては、当分変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の減少に加えて、季節イベント商品の販売も芳しくない状況が続いており、当面はこの流れが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・景気は良くないので、客に来店のきっかけを作る必要がある。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・原料安で価格が下がるはずの商品があるが、実際にメーカーから値引きの話が来ないため、このままで推移して変わらないと思われる。
		家電量販店（店員）	・4Kテレビ等、一部の単価が高い商品は売れているが、全体への波及効果はまだ限定的である。
		家電量販店（店員）	・大企業でも、先行きは特に輸出関係かそうでないかで明暗が分かれてくる。小売業に関しては、もうしばらくは今のような現状が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・これから年度末を迎えるが、特段良くなる要素が見受けられない。
		乗用車販売店（従業員）	・3か月先の見通しが立たない。
		乗用車販売店（従業員）	・春先のベースアップが進めば変わるかもしれないが、今の状況では何も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車は既に納期が4月以降となっており需要の高まりを感じるが、普通自動車の売行きが滞っており明るい材料がない。これから決算期に入るので、販売量は増加が見込まれるが、収益的には厳しい状況に変わりはないと思う。
		乗用車販売店（従業員）	・年度末の商戦に向けて、各社が市場を盛り上げるための施策を展開すると思われ、少しでも客が新車に興味を持ってくれる事を期待したい。既存オーナーにはこの時期に購入した人が多く買換えを促すタイミングでもあるので、店頭を活気付ける努力が必要と感じている。
		乗用車販売店（経理担当）	・厳しい受注状況で推移している。県内に市場が限られている企業では、見通しが暗い。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月以降、エコカー減税の制度が変わりガソリン車の税率が上がるため、該当する車種は売れなくなる。現在もハイブリッド車を検討する商談が多数を占めており、その中から4月以降の販売にどれだけつながるかであるが、大きな変化はないものと思われる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費全般のマインドが良くなるには、もう1年くらいは必要である。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・新入学に関連する教材が売上を伸ばす時期であり、売場のレイアウト変更や来店者への勧奨等で売上アップを目指す。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・店頭への来客数や販売単価があまり動かない時期となるので、この先数か月の業況は変わらないと予想する。
		高級レストラン（役員）	・2～4月にかけては歓送迎会等の予約が入る時期であるが、足元の予約状況は前年並みとなっている。
		一般レストラン（経営者）	・人の動きが良くなる理由が見つからない。
		スナック（経営者）	・景気低迷で客には先行きへの不安感が根強い。付き合いの飲食も減少し、期待できない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きに変化がない。
		旅行代理店（経営者）	・依然として生産工場の海外移転は続き、少子化により国内市場の縮小も進行している。その一方で供給過剰な生産物、商品等があるので、デフレ傾向は続くと考えられる。地元でも、大規模ターミナル駅周辺等にはぎわってはいるものの、郊外はどんどん寂れている。
		旅行代理店（経営者）	・より具体的で中小零細企業に効果のある景気刺激策が行われないと、状況は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・4月以降の申込受付を開始しているが、例年に比べ受付件数は減少している。しかし、国内屈指のテーマパークが順調なので、業況は変わらない。
		タクシー運転手	・今の悪い状況からは、急には良くならない。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は、人出の少ない状況が長い間続いている。客の財布のひもは固くなっているので、この先もほとんど変わらない。
		タクシー運転手	・給料が上がれば景気は上向きになるが、現状のままでは変わらない。
		通信会社（企画担当）	・春の引越越しシーズンで多少の需要は見込めるものの、景気が回復するほどの要因は見当たらず、業界では競争激化、低価格化が更に進む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・客は少しでも安価な商品へと流れていくので、景気が良くなるとは思えない。
		美容室（経営者）	・客からは、経済に関する話題でも良い話を聞かない。このような状態がこれからも続きそうである。
		設計事務所（経営者）	・小さな案件が積み重なって忙しいが、収入増加には全くつながっていない。その案件数も、このまま続くかどうかはわからない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・客の動きは、少しずつではあるが活発になっているので、良い方向には向かっていると思う。
	やや悪くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮から1年以上が過ぎ、門前町にはまだにぎわいがあるものの、市内でも他の地区は随分と閑散としてきている。今後しばらくは、落ち着いていく方向となる。
		百貨店（経理担当）	・可処分所得の増加等を通じて、中間所得者層の購買意欲が高まらない限り、景気は回復する事はない。
		百貨店（販売担当）	・高額所得者層の購買には特に変化はないと思うが、中間層以下のボリュームゾーンで所得が向上し、消費マインドが改善しない限り、景気が上向く材料とはならない。生活状況が改善しないと、少しずつ購買意欲が減退し、その状態が当たり前となる危険性が十分にある。
		スーパー（店長）	・この先に給料が上がると感じられる明確な材料があれば良いが、見当たらない。加えて、生活に密接した商品がこれから値上がりする事を危惧している。一方で、女性は自分のための買物には寛容な面があるので、バレンタインのチョコレートは売れる。
		コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が更に厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価が上がっていても、主力商品の弁当やおにぎり等が伸びているわけではなく、プリペイドカード類等が伸びているので、景気が回復しているという手ごたえはない。競争店が更に出てくるので、厳しい状態が続く。
		コンビニ（店長）	・最近のドラッグストアは、食品や飲料の品揃えを充実し低価格で販売しているため、新たな競合先として大きな存在となっている。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・前年同期は消費税増税前の駆け込み需要で大きく売上を伸ばしているため、今年は反動が顕著に現れると思う。また、最近の状況を考慮すると、小売業の業況は厳しくなっていると感じる。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月からの軽自動車の増税や、エコカー減税の縮小による取得税、重量税の負担増で、販売台数が減少する。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車増税前の駆け込み需要も来月いっぱいとは予想される。3月以降は落ち着いてくると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・国情が安定する要因がないので、その影響で景気も悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・3月にエコカー減税が終了し、4月から税負担が増える車種が大半であるが、駆け込み需要のような客の反応はほとんどないため、厳しい販売状況が続くものと思われる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・年度末を控えて、若干買い控えの傾向が強まる。
		観光型ホテル（販売担当）	・前年3月頃は、消費税増税前の駆け込み需要というほどではないが、新商品企画による来客数の増加で良い結果を残しているため、この先しばらくは前年実績を超える事が難しいと見ている。
		都市型ホテル（経営者）	・予約数の変化や当日の予約なしの客の動きから、この先行きはあまり良くないと判断している。
		テーマパーク（職員）	・物価が高騰しているため、旅行客は減少傾向にある。
		観光名所（案内係）	・ガソリン価格の下落は歓迎であるが、高速料金が高いまま推移しているため、景気の先行きは良くない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が低単価重視の傾向にある。
		理美容室（経営者）	・いろいろな商品が値上がりしており、景気は良くならない。
		美顔美容室（経営者）	・これといったキャンペーンを行う予定もないので、来客数、販売数ともに減少する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・資材の仕入価格高騰に加えて、介護保険制度の改正に伴う価格競争の激化が想定される。
		設計事務所（職員）	・景気が良くなるような政策や金融に関する話も耳にしない。
		住宅販売会社（従業員）	・リフォーム需要があるので、売上という面では多少は確保できているが、先の見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕事があっても利益率の低い案件ばかりで、厳しい状態が続いている。景気の回復はまだ先である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・世の中で、外食の機会が増加するような理由やきっかけが見当たらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・取扱い車種では、現在は自動車取得税が80%から免税の減税対象となっているが、この先は減税対象が厳しくなるので、販売台数は減少する。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税の延期により駆け込み需要がなくなったので、物の流れが停滞し景気も悪くなる。人手不足や輸入品の値上がり等のある一方で、良い材料は見当たらないので、景気を下支えするような政策等がないとかなり悪い状況に陥る恐れがある。
		旅行代理店（経営者）	・例年と比べて客足が鈍く、今後の見通しが全く立たない状況である。
		美容室（経営者）	・給料が増えている人もいるであろうが、末端ではアベノミクスによる景気の良さは実感できない。この先、消費税は再び増税されるが、また、給料は上がらずに物価は上昇する。美容院での髪の手入れも、1か月に1回から3か月に1回となる。
		理容室（経営者）	・これからも景気は良くならない。消費者の財布のひもは、より一層固くなる。
企業 動向 関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数が増加している。
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・期待通りの賃上げが実施されれば、消費も一層上向くと思われる。全体の底上げにつながるような、平均的な賃上げの実現を期待する。
		化学工業（営業）	・ナフサの価格下落が、運送業界での燃料費ダウン、石油化学や樹脂加工メーカーでの原料費ダウン等、様々な業界に恩恵をもたらす。
		化学工業（総務秘書）	・賃金引上げを実施する企業が出てくれば、購買意欲につながっていくものと思われる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・為替相場が円安で安定し価格競争力も維持されており、例年に比べて、引き合い件数・内容も高い水準が続いている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量及び受注見込量が、増加傾向にある。
		輸送業（経営者）	・消費財の物量は、年末以降回復傾向にある。また、円安にもかかわらず、輸入品の物量もこれまで絞すぎた反動で、少しずつではあるが増えてきている。
		輸送業（従業員）	・石油製品の値下がり関係業界ではコストが下がり、景気回復の兆しが見える。円安により食品を始めとする物価が上昇する一方、ガソリン価格が下がっており、遠出や旅行の増加による消費の拡大や景気全体の回復が期待される。しかし、物流業界としては、景気回復に比例してドライバーや物流現場要員不足が深刻となり、今以上に採用が困難になるのが心配である。
		輸送業（エリア担当）	・円安基調が安定して続き、輸出の増加につながっている。
		輸送業（エリア担当）	・燃料となる軽油の価格が前年比で30円近く下がっており、荷動きも心なしか良くなってきている。
		輸送業（エリア担当）	・配達サービスの新商品の発売で、今までは他社に流れていた効率のいい荷物の配送が取り戻せる。
		金融業（法人営業担当）	・取引先の中小製造業者は、これまでエネルギー・原材料コストの増加に苦しんできたが、原油安によりコストの軽減が見込まれる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・原油安のおかげで配達コストが下がる。また、自動車の減税関連等で新聞折り込み広告の増加が見込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・為替相場の動向をどう読むかに、先行きがかかっている。円の実力は1ドル100円程度と見ているが、このまま2年先でも120円程度であると、海外移転を見合わせている企業には悪影響が出て、受注が減少する恐れがある。
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現状はあまり景気が良くない状況であるが、今後もこの状況から変化はない。	
	化学工業（人事担当）	・景気がどちらの方向へ向かうかははっきりせず、世界情勢によって方向性が決まる。	
	窯業・土石製品製造業（社員）	・客先で先行きの見通しを聞くと、ほとんどが横ばいから若干の上向きという回答である。売上高の大幅増加は難しいが、横ばいから微増くらいは維持できそうな感触である。	

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
		鉄鋼業（経営者）	・上昇要因が見当たらない。客の話からも住宅関連や自動車関連を含めて、新規の仕事の動きが今のところ全く見えない。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが続き、関連のある当社では忙しさが続くと思うが、全体的には仕事が出ていないので、取引先からは、先行きは暇になると心配する声が聞かれる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・以前の状況と比べれば景気は回復していると感じるが、環境変化の波が大きすぎるため、2～3か月先の状況は見通しづらい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が好転する要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今動いている案件は輸出関連で年度末等も関係はないが、生産能力の限度に達しているため、これ以上の伸びはない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・景気が良いのは大手で海外展開を中心に行っている企業であり、国内を市場とする業態は、国内景気が好転しない限り業績は向上しない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売台数が微減となる予定であることから、増収増益は期待できない。
		建設業（営業担当）	・売上の見通しを立てやすいのは、公共関係事業の入札案件であるが、予算はだんだん削られていく傾向である。その反面、地元でも整備後に時間が経って老朽化が進む施設・設備等があり、そういった方面からの受注はあるので、はっきりと先行きが上向きか下向きかはわからない。
		輸送業（エリア担当）	・荷物量はここ3年で最も良くないが、為替の影響により円建てで見た単価は上昇しているため売上は悪くない。しかし、社会全体としては荷物の量は増加していないので、実態的な景気の良さが現れているわけではない。物価や運賃が上昇しているのは、物の価格がただ上がっているだけであって景気の良さを反映するものではない。このような状況がこれからも続く。
		通信会社（法人営業担当）	・状況が変わる要素が見当たらない。法人税減額のメリットは、一般市民にまでは届かない。
		金融業（従業員）	・自動車関連等の事業所では、海外に進出している部門もあり、業況は進出先の要因にも影響されやすいため、今後の見通しを立てづらい。
		金融業（企画担当）	・資産を保有する個人ばかりでなく、保有していない個人の状況も良くならなければ景気は良くならない。それには給与アップが必要であり、その動きが見えてこない、景気は回復しない。
		不動産業（用地仕入）	・景気を左右する要因が見当たらない。
		企業広告制作業（経営者）	・前年の消費税率の引上げは購入意欲を押し下げ、景気の回復感に影を落としている。
		広告代理店（制作担当）	・消費税増税や円安の影響のためか、広告出稿では電波媒体も紙媒体も受注料等が微減する見込みである。
		行政書士	・先行きも現状維持が見込まれる。
		公認会計士	・中小企業の業績が好転するような要素が見当たらない。
		会計事務所（職員）	・中小企業でもとうとう汰が始まっている。企業間の格差は次第に広がり、弱肉強食の時代に突入するが、それが日本全体での景気上昇につながるかは判断がつかない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・現在は好調な顧問先でも、先行きを楽観視していないため、できるだけ内部留保に充てるので景気回復にまではつながらないと思われる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・消費税率の再引上げが延期となり、当面は急いで対応する必要がなくなっている。
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業本部長）	・消費税の再増税が延期となり、当面のマイナス基調は回避できたが、円安の影響で食品や原材料が値上がりするので、賃金がそれを上回って増えない限り、春以降は更に厳しくなるのではないかと。	
	印刷業（営業担当）	・景気が良くなりそうなムードは全くない。経費節減の意識が染みついている、景気が良くなるのが悪くなるのが、金に対してはどこでもシビアである。	
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月前と比較して、引き合い件数が増加していない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・3月を過ぎると設備投資が一段落し、金額的には減少する。	
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画から、減産傾向に向かうという見通しである。	

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
		建設業（経営者）	・不動産開発業が失速気味であるのに対して、建設業では利益の高い仕事のみを受注する等、関連産業の中でも格差が著しい。
		不動産業（経営者）	・ここから半年は生活関連製品の値上げが続き、消費者はより一層神経質になると思われる。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・スクラップの単価を先行指標で見ているが、単価がどんどん低下している。スクラップ業者の話では、この先も単価はまだ低下するとの事である。
雇用 関連 (東海)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末には人事異動が多くなり、求人・求職者マーケットが活発になる。
		人材派遣会社（営業担当）	・この先3か月ほどは今の状況が続くのではないかと思われる。労使の賃金交渉等、求職者が興味を引く動きもあり、就職活動も活発化するように感じる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・新型車種の受注増加と年度末に向けた新車販売台数の伸びに期待をしている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人手不足が待ったなしで深刻化しているため、コストをかけてでも採用に踏み切る企業が増えてくるのではないかと、期待を込めつつ見通している。
		職業安定所（職員）	・前月の有効求人倍率が1.31倍と改善する等、景気は弱い動きではあるが回復基調にあり、企業における人手不足感を背景に、今後も緩やかであるが改善の動きが継続すると思われる。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比で増加傾向にあり、前月比で見ても増加している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・これから3月までは求人、求職の動きが更に高まる時期である。企業側も今期中に採用を決定するためスピード感を持って対応する事が予想される。
		民間職業紹介機関（支社長）	・国内生産の回復に伴って、製造にかかわる求人がやや増加していくものと思われる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中小企業支援施策に関する補助金や、原油価格の下落による企業のコスト縮減が効果をあげて、景気が良くなると期待を持ちつつ想定している。
学校〔専門学校〕（就職担当）	・将来的な採用を意識した、企業の低学年向けイベント等が増えている。		
変わらない	人材派遣会社（社員）	・引き続き企業では正社員採用のニーズが高く、供給可能な求職者が不足している状況が続く。	
	人材派遣会社（社員）	・足元では法人関係の宴会利用が多く好調であったため、先行きも歓送迎会での利用がどこまであるかで変わってくる。	
	人材派遣会社（営業担当）	・景気にインパクトを及ぼす前向きな材料が見当たらない。	
	人材派遣会社（支店長）	・求人数は前年同期を常に上回っており、底堅く堅調に推移しているため、先行きも変わらない状況が続く。	
	人材派遣会社（営業担当）	・年度内は現状の好調を維持し、来期も継続する勢いがある。	
	職業安定所（所長）	・衣料品関係では、前年4月の消費税増税後、ブランド物の高級品は伸びを維持しているが、一般衣料品では10～20%も売上が落ち込んでいる。中間層以下の所得が伸びていない状況は変わらないので、大きな変化はなく、このまま推移すると思われる。	
	職業安定所（職員）	・求人数は高水準を維持しているものの、福祉・医療では4か月連続で前年同期を上回っているが、建設、運輸等は2か月連続で前年を下回っており、業種でばらつきが現れている。	
	職業安定所（職員）	・求人数が増加する中、正社員の求人も徐々に増加しているので良くなっていると思われるが、中小企業では依然として、思うようには賃上げができない状況なので、先行きも大きくは変わらないと思われる。	
	職業安定所（職員）	・海外に生産拠点を持つ大手メーカーは、あまり円安の影響を受けていない状況である。マイナス要因としては、下請企業では、仕事は増加しているが加工賃は厳しい状況は変わらず、円安で材料費が上昇する中で賃上げが難しい状況が続いている。一方、流通関係においては円安によりガソリン代の負担が減少し、改善の傾向が見られる。求人数は増加傾向ではあるものの、先が読めないため正社員よりもパートでの募集が目立っている。	
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・ここ数年、景気が良くなると言われているが実感はないので、恐らく今後もそうであろうと思われる。	
やや悪くなる	—	—	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	一般小売店〔鮮魚〕 (従業員)	・北陸新幹線効果で間違いなく良くなる。特に週末はてんやわんやになりそうだ。かつて大河ドラマ「利家とまつ」の舞台が金沢だったが、それ以上のにぎわいになるだろう。
		高級レストラン（スタッフ）	・1か月半後には、北陸新幹線が開業し終着駅となるため、全国で最も注目を浴びる地域になることが予測され、来客数の伸びも大いに期待できる。
観光型旅館（スタッフ）		・予約状況は1～3月は大型団体の受注により1月96%、2月139%、3月100%、4月以降は北陸新幹線開業による影響が出て、4月149%、5月260%となっている。	
都市型ホテル（スタッフ）		・北陸新幹線開業までわずかとなった足元の予約状況は、宿泊が順調に推移し、開業前日と当日は既に満室となっている。レストランも宿泊の流れ客が見込め、順調に推移するものと思われる。宴会も全国大会等コンベンションが多く決定されている。	
通信会社（営業担当）		・学生向け新規が増えるため、その家族との相乗効果が見込める。	
やや良くなる		百貨店（営業担当）	・北陸新幹線の開業に向けて、街全体が盛り上がっているという面で、来客数が増加すると思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・銀行の人の話では、業種にかかわらず成績が良いところと悪いところに二分されていると聞いている。良いところがあるということは、やり方次第ということだと思う。もっとがんばらなければならないと思うが、銀行も担当者により、もっと辛めの発言が多いのも事実である。
		乗用車販売店（従業員）	・ショールームのリニューアル、新型車の発表など、雪のシーズンが終われば来客数が伸びる期待がある。
		一般レストラン（統括）	・3月14日の北陸新幹線開業に伴う金沢近郊の流入人口増加に伴い、飲食関係は立地場所によって来客数アップが期待できる。
		観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線の切符が発売になったら個人客も動き出すように思われる。
		都市型ホテル（役員）	・北陸新幹線の開業により交流人口増加が見込まれる。特に宿泊に関しては単価の改善と稼働率向上により売上増加が見込まれる。コンベンション関係に関しては前年より増加傾向にあるが、力強さはあまり感じない。
		旅行代理店（従業員）	・北陸新幹線開業を見据えた、団体の企画見積依頼が大幅に増えており、大いに期待している。また、施設、運輸機関も予約で混み合ってきている。一方、新幹線の時間短縮で宿泊が減り、日帰りの意向がビジネス企画を中心に懸念される。いずれにしても、プラスマイナスではプラスを期待している。
		タクシー運転手	・北陸新幹線が今年3月に金沢まで開業することから、非常に期待ができる。金沢駅や中心部の観光スポットなどで利用客が増えると思う。
		タクシー運転手	・3月中には北陸新幹線が開業することから、イベントも多く計画されており、期待をしている。
		通信会社（役員）	・新年度に向けて取扱商品も増やす予定であり、昨年の消費税増税後の落ち込みをカバーしてくれることを期待している。
		通信会社（役員）	・2～3か月先は繁忙期であり、契約獲得数の増加が見込める。ただし、規制の解釈によるが、競合大手通信会社の新サービスがスタートすれば厳しくなる。
		テーマパーク（職員）	・北陸新幹線開業を3月に控え、首都圏からのアクセスが向上することから、2～3か月先に向けては、やや良くなるように感じている。開業に伴い、全国的な情報番組でも当地が取り上げられるケースが多くなっており、この点からも首都圏のみならず、ある程度全国からの客の人氣度が高まるのではないかと。
		美容室（経営者）	・賃上げ、原油安などのニュース報道の影響で消費マインドが上がってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・問い合わせやイベント来場は増えており、客の動きは確実に多くなっている。まだ、動きの状態だが、契約件数は間違いなく増えてくる感じがある。

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
		住宅販売会社（従業員）	・北陸新幹線が開業し、省エネ住宅ポイントが創設されることで、客の動きが活発化し住宅工事の着工数が増加すると思う。
	変わらない	商店街（代表者）	・大きな変化が期待できない。トレンドの変化も少ない。
		商店街（代表者）	・季節に先行して商品を購入しようという雰囲気もなく、しばらくは気候が暖かくなるのを待つしかない。
		商店街（代表者）	・マスコミで言われている通り、アベノミクスは末端まで浸透していない。会社員の今後の給与が上がるかどうかで、消費者心理も変わってくるものと思われる。また、年金などの社会保障制度も良くならないといけない。ただ税金や社会保障の納付金額が少しずつ高くなるのでは、世の中は悪くなるだけだと思う。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・1月は客単価の動きが悪かったが、3月に北陸新幹線開業を控えて景気が良くなる要素もあるため、少し予想が難しい。現段階では変わらないような気がする。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・時期として販売量が増え売上も上がる。しかし仕入価格が上がり、販売価格は据置きのため、利益は会社設定基準を望めない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ここ数年大きな変化もなく、良くなる要素もない。
		百貨店（売場主任）	・株価の上昇傾向は続くと考えられるが、消費にまわるのにまだ時間がかかると思われる。また、この半年間は高額商品の動きが不振であり、例えば羽毛布団でも10万円より5万円、高級鍋でも3万円より2万円と、高額商品の中でも単価ダウン傾向が続いている。
		百貨店（営業担当）	・2～3月にかけては、卒入学や就学就職といったセレモニー的な購買が出てくるのだが、今の客の様子をみていると、内祝いギフトなどの下調べといった購買行動が見受けられる。ガソリンの値段がかなり下がったことから、生活防衛から少し財布のひもが緩みつつあるのではないかと考える。それが、消費に回ればという期待をしている。
		スーパー（店長）	・最近の客単価の状況を見ると、来店頻度は下がりながらも、来店客が1回に買う量が多くなっているという状況が続いていることから、今後もそういう状況が変わらないのではないかと考えている。
		スーパー（店長）	・生鮮品の単価安も先行きは不透明であり、食品、乳製品の値上げも今後続く見込みである。ますます厳しくなるものと予想される。
		スーパー（総務担当）	・北陸新幹線開業のみが期待要素ながら、地域のスーパーマーケットに反映するには時間がかかると思われる。
		スーパー（統括）	・昨年は消費税増税ということで、3月に需要があり4月に需要が下がったという状況であったが、今年はそうした特殊条件がないということで、このまま景気は横ばいで行くと思う。
		コンビニ（経営者）	・良くなる要素も悪くなる要素も、今のところ見当たらない。このままの状況で推移するのではないかと考えている。
		コンビニ（店舗管理）	・加工食品の値上げなど悪い要因もあるが、ガソリンの大幅値下がりや閉塞感相殺されている。駅前再開も進んでおり、ムードは悪くないはずである。
		家電量販店（店長）	・今期はこのまま伸び悩みそうである。新築需要も昨年に前倒しされて、今年は少ない。
		乗用車販売店（経営者）	・例年自動車の需要期なので、同じ状況が2～3か月続くと思う。
		乗用車販売店（役員）	・季節的要因では販売の最需要期なので、2月に入ると活況を呈してくると思う。前年の消費税増税時の業績規模にはほど遠いと思うが、新車販売には期待している。
		自動車備品販売店（従業員）	・前年の消費税増税の駆け込み需要もあり、前期比では厳しい予想だが、軽自動車税の増税に伴う駆け込み需要も多少ではあるが期待している。
		住関連専門店（店員）	・商品価格の高騰は、景気回復を遠ざける理由の一つであることは否めない。海外製品においても、材料費や人件費、運賃コストの高騰により商品価格が確実に上がっている。また北陸では、3月の北陸新幹線の開業に伴い、都心へ客が流れることは十分に予測される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・悪くなってほしくないという思いで、変わらないとした。2～3か月先にどうなっているかわからない。毎日本当に一生懸命やっているが、なかなか難しいものである。
	その他小売〔ショッピングセンター〕	・インフレ効果を期待しているが、店頭での客の購買状況は変わらず、このままの状態が続くように感じる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・昨年3月の消費税増税の駆け込み需要があった分、本年春の消費動向は厳しいことが予想される。
		一般レストラン（店長）	・北陸新幹線開業の波及効果に期待しているが、今のところ具体的に目に見えるところではない。
		スナック（経営者）	・先々に期待をしたいのだが、今日この頃は世界的な要因に敏感な反応があるので、警戒している人もあり、財布のひもを締めている様子がうかがえる。
		通信会社（職員）	・販売量は増加傾向にあるものの、解約も増加している。
		通信会社（営業担当）	・新規契約数と解約数の状況を比較しても特に変化はみられず、販売数の伸びをみても前年と比べ大きな違いはない。
		競輪場（職員）	・1～3月の冬季期間は、比較的グレードの高いレースを等間隔で開催する時期のため、2～3か月先も同様の動きになると思われる。
		その他レジャー施設（職員）	・景気感は良くなってきているとは思えない。水道光熱費は下がってきそうだが、他の経費が徐々に上がってきているようで、値上げ依頼が多く出てきている。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動向から、変わらないと思う。
		住宅販売会社（従業員）	・今後の受注持ち直しは、住宅エコポイント復活やフラット35の金利優遇等でどのくらいの効果が出るかによるところが大きい。
やや悪くなる		百貨店（営業担当）	・セール商材も少なくなってきており、集客を目的としたプロモーションや、月ごとのフェアなどを計画するが、昨年にあった消費税増税前の駆け込み需要の売上を超えられるとは思えない。
		スーパー（総務担当）	・昨年にあった消費税増税前の駆け込み需要のため、2～3月は日用品を中心に大幅に売上が増加した反動がある。さらに消費者は将来の不安で「消費」から「貯蓄」に向かっているように感じる。
		コンビニ（経営者）	・売上は全体的に悪いが、その中で唯一好調なのがホットコーヒーやドーナツといったファーストフード類くらいである。それ以外のところに関しては、全てと言っていいほど前年を割りこんでおり、特にたばこに関しては1年以上も前年割れが続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・当地にとっては北陸新幹線効果などが言われているが、衣料品に関しては売上の増加の期待よりも、流出の懸念の方が大きいように思われる。
		家電量販店（店長）	・前年は消費税増税前の駆け込みで生活家電の需要があり、OSのサポート終了によるパソコン本体の買換えも月初よりあがってきたが、今年は特に需要拡大する案件がない。
		住宅販売会社（従業員）	・個人消費の拡大、とりわけ住宅着工増加に向けた施策が、エコポイントをはじめ住宅給付金や贈与税制度など矢継ぎ早に発表されているが、実需につながるか今の時点ではわからない。また、原油安が円安に伴う住宅資材の高騰による価格転嫁を厳しくしており、収益面で大きな圧迫要因になる。
悪くなる		コンビニ（店長）	・売上よりも人手不足によって同業者がつぶれてきている。定年などで今まで働いていた人の減少、新規で働く人の減少のため、ここ5年ほどで急激な人手不足になっている。同業以外でも、コンビニの店舗建築にかかわる業者でも人手不足のようで建設が遅れ、開店が遅れるという事態になってきている。景気が上がって平均時給が上がってきているとの意見も出ているようだが、少なくとも私たちの現場はそうではない。
企業動向関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・開発商品の投入や輸出関連の数量増で売上増が期待される。一方、人件費を含め、コストアップも予想され、収支面の改善にはすぐにはつながりにくい。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・新内閣による具体的な成長戦略の実施に期待すると同時に、各企業が新年度に向かって、又は新年度を迎えて、改革や改善施策を実施し効果が発現すると思われる。
		建設業（経営者）	・年度末工期の工事が完成計上されることで3月末の利益が確保され、5月工期の工事も発注され始めているので、仕事の切れる4～5月も昨年よりは手持ち工事が多くならないかと期待している。
		輸送業（配車担当）	・北陸新幹線の開業により物量の動きが活発になると思われる。
		輸送業（配車担当）	・車、運転手不足は深刻だが、燃料価格の下落は良い傾向でしばらくは続くと思う。

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
		通信業（営業担当）	・県内の自動車関連の会社が天忙しになっている。特に運送、金型などが堅調である。やはり自動車が景気を支える構図は変わらないものと思う。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線効果による小売、観光の好影響は間違いのないところというコンセンサスが出来上がっている。
		不動産業（経営者）	・2～3か月先は、個人客でも法人客でも物件の問い合わせがくるような話をいろいろと聞いている。
		司法書士	・自宅新築、増改築の案件が増えている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・為替の状況次第であり、海外経済も非常に厳しいが、やはり海外とのすみ分けの商品づくりというようなことで、期待をしている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先分の注文の入り具合から、変わらないと判断した。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・為替もおおむね安定しており、海外向けも安定的に受注できている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・例年の年初ベースに対し全体的には厳しい市況だと思われる、更に原材料コストの高騰が確実なものとなりつつある中、景気の上向き要素はまだ気配を感じられない。
	やや悪くなる	建設業（総務担当）	・地域によって工事発注量が減少傾向にあり、受注価格競争が徐々に厳しくなると思われ、先行きは予断を許さない状況が予想される。
		食料品製造業（役員）	・為替の影響もあり輸入原料の高騰が進んでいる。また総平均法にて原価の上昇が顕在化し、収益に影響を及ぼしている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・昨年まで工作機械の受注は高水準で推移してきた。設備投資の継続はありえないので、下降していくと予想される。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線の開業効果は3か月程度で一巡すると思う。富山県は、石川県、特に金沢に観光客を取られて、期待していた効果が落ち込むのではないかと思う。
	悪くなる	税理士（所長）	・国民の所得については、格差が広がる傾向が助長される税制が現在ある。給与が増額した場合に法人税額が控除されるのは、現在利益が堅調な大手の会社で、自社の給料を多く出すことによって恩恵を受ける。その分、中小下請企業への割当ては圧迫される可能性がある。格差がますます大きくなるということは、のびしろのある中堅の所得の伸びが期待できないということであり心配である。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・消費税増税後、消費力が落ち、広告の出稿にも影響が出ているのは明白である。さらなる増税が控えている今、景気が良くなる将来性は見えないのではないか。
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・北陸新幹線の開業、アウトレットモールの出店などの求人が見込める。
		新聞社〔求人広告〕（役員）	・流通分野で、当地及び隣接県に新規出店があり、既に求人広告の問い合わせがきている。
		職業安定所（職員）	・北陸新幹線の開業効果が現れることから景気は少し良くなると思われる。
		職業安定所（職員）	・北陸新幹線開業に関連する求人が目立ち始めたほか、製造業においても求人意欲が高くなってきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・北陸新幹線の開業に向けて、周辺店舗や観光客対応の雇用求人が増えると思われる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・北陸新幹線関係の人材増で派遣利用につながることを期待したい。
		人材派遣会社（社員）	・即戦力になる経験者を紹介予定派遣で欲しいといった依頼が増加傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新卒採用に対する意欲は変わらず高いであろうと思う。一般求人広告も大きく変わらない。北陸新幹線開業に向けた求人も見られるが、大きなものではない。
		職業安定所（職員）	・業績が良いところと悪いところの二極化が進んでいる。
やや悪くなる	—	—	

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

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	百貨店（服飾品担当）	・来客数が増加しているほか、客単価の上昇が期待できるような高額商品の動きも良い。ハンドバッグやアクセサリといったし好品も好調に推移すると思われる。また、化粧品などの消耗品は、新成分や安心・安全といったキーワードの商品は高額でも動きが良く、これらの傾向は続くと思われ。
		美容室（店員）	・春、夏は髪デザインの大きく変わるので、来店頻度が増える。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・外国人観光客向けの免税売上の増加が更に期待できるため、好調が続くと考えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客の買い方から判断すると、春に向けて景気が良くなる。
		百貨店（企画担当）	・2月の春節を中心にしたインバウンド客向けの売上に期待している。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税が延期され、昨年が続いて賃金のベースアップも広範に実施されそうである。実質所得の増加による消費へのプラスが期待できるため、花見が行われるころには明るいムードが広がってくる。
		スーパー（社員）	・昨年の後半から商品価格の値上げが続いているが、販売数量は堅調に推移している。値上げによる単価上昇が売上全体の増加につながっており、この傾向は当面続きそうである。
		コンビニ（経営者）	・今の周期で高単価商品の商品開発が続けば、まだまだ客単価が上昇していくことが期待できる。
		コンビニ（経営者）	・テナントビルがマンションに変わること、昼間人口が減少するため、飲食店や同業者の撤退が始まりつつある。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・商品への問い合わせが増加し、買物を準備している様子が見える。
		家電量販店（企画担当）	・新生活関連の需要が見込まれ、客単価のアップにつながることで、全体の業績も良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・年度末に向かつて消費意欲が高まってくる。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー減税の見直しにより、それまでに購入が増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3月は新車効果が期待できる。例年は増販月となるため、期待感も大きい。
		乗用車販売店（営業担当）	・ほかのメーカーは次々と新型車を発売しており、好調に売れている。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算期が近づくにつれて、値引きなどで商談しやすい状況になってくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・春に向けて、人事異動や決算に伴う打ち上げが増えてくる。
		高級レストラン（企画）	・インバウンド客による需要は今後も堅調に推移する。
		一般レストラン（経営者）	・大きく変化する期待は薄い、外国人客はアジア圏の旧正月や桜の花見の時期に増加することから、広告宣伝や受入体制の強化で来客数を増やし、売上を伸ばす計画である。
		観光型ホテル（経営者）	・2月はアジアの旧正月で、インバウンド客向けの売上の増加が予想される。また、関西では3月下旬に歴史的建造物がグランドオープンし、花博が始まるなどのプラス要因が控えている。今のところは特にマイナスの要因は見当たらない。
		観光型旅館（経営者）	・例年、桜が開花すると多くの客が訪れる。ガソリン価格も安くなり始めているため、集客に期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室部門の稼働率は、大阪駅周辺やテーマパーク近辺のホテルには及ばないものの、好調に推移している。それに伴って単価も上昇し、前年を大きく上回る結果となっている。宴会部門は単価が下がっているものの、定例開催の宴会と小宴会などで売上を伸ばしている。一方、食堂部門は平日のランチ営業が苦戦しており、イベント開催で集客を図っているものの、厳しい状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は好調を維持しており、春休みにかけては既に満室見込みであるため、販売にストップがかかっている。宴会も周年行事などの特殊な受注があり、増収見込みである。		

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	
		都市型ホテル（客室担当）	・国内では主要なエネルギー源である原油の価格が下落しているため、余暇の消費は増えると思われる。また、インバウンド関連では円安傾向が続いているため、3月末から4月にかけての桜のシーズンも、昨年よりも順調に予約を伸ばしている。	
		旅行代理店（広報担当）	・パリでのテロやイスラム国によるテロによって、客のマインドが悪化するかと心配したが、事態を冷静に判断しているようで、大きな影響はみられない。ギリシャ問題の影響で円安が少し緩和される傾向もあるため、現地での費用の減少に期待している。	
		タクシー運転手	・2月に入れば節分もあり、コンビニ関係も忙しくなる。	
		通信会社（経営者）	・原油安による影響が出てくる。	
		通信会社（企画担当）	・景気の改善が期待できる。	
		観光名所（経理担当）	・年明けから3日間は雪に見舞われ、その後も休日ごとに雨や雪が降ったため、来客数、売上共にあまり良くなかった。特に、平日は閑散とした日が多く、例年よりも来客数が減っている。天候だけが要因ではないと感じるが、売上、来客数共に、飲食店、物販店は前年比で5～7%減となり、体験教室だけが微増となっている。他地域や他施設も同じ状況にあるのか、かなり気になる。	
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージに関しては、冬場は来客数が減少し、暖かくなれば増加してくる。	
		住宅販売会社（経営者）	・しばらくは建築材料などの値上げがなさそうなので、良くなっていく。	
		住宅販売会社（経営者）	・新規の問い合わせが回復しつつあり、徐々に商談も進んでいる。	
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税が延期された分、契約までは時間がかかるが、具体的な検討客は少し増えている。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・更なる金利の低下や住宅購入促進策によって、新規購入や買い替えの検討者やシニア層も動いている。	
		変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者）	・お金の余裕のある人とならない人の差が大きいのか、新聞報道と実際に店に来る人の間に大きな差を感じる。立地の影響も大きい。店に来る人のほとんどが堅実な感じで、決して財布のひもは緩くない。2～3か月の間で変わるとは思えず、景気が良くなる気配は感じない。
			一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・円安による商品価格の上昇で、消費者が買い控えに向かっている。自分自身も飲食にかける金額が減少している。
			一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・飲食関係では国内客の来客数が減少しているが、インバウンド客の増加で来客数全体が増えている店もあるため、トータルで見るとプラスマイナスゼロとなる。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・当面は社会や経済が明るくなる要素が見当たらない。来店客の声は消費に対して厳しい。仮に何らかの要因で経済が明るくなったとしても、中小企業や町工場が多い地域柄、消費者の経済感覚がすぐに明るくなるとはとても思えない。地域格差を感じる。			
一般小売店〔酒〕（社員）	・賃金の上昇傾向がみられない一方、商品の値上げが大手企業から発表されている。			
百貨店（売場主任）	・前年は消費税増税前に当たり、取引先は商品の増産や積極的な販売促進を行っていたが、今年は春物商品の減産や経費削減を行う取引先がみられる。好調が期待できるのは、日本製の製品や日本ブランドのインバウンド需要であり、それ以外では需要が伸びる大きな要素が見当たらない。			
百貨店（売場主任）	・国内の景気対策や、東日本大震災の復興への早期取組が求められる。			
百貨店（売場主任）	・会員カードの退会増など、中間所得層の客離れがみられ、収入の二極化が更に進んでいると感じる。富裕層による高額購入の増加を、ボリューム層である中間所得層の売上減が打ち消しており、全体としてはプラスもマイナスもない状態である。			
百貨店（売場主任）	・円安、株高の恩恵で、外国人や富裕層向けの好調は維持できると思われるが、電気料金の値上げなどが実施されれば、日々の食料品や日用品の客単価ダウンは避けられない。総じてマイナス基調になると予想される。			
百貨店（営業担当）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要は大きくなかったの、その反動はあまり想定していない。			
百貨店（営業企画）	・個人消費の回復には所得増の実感が重要であるが、今はむしろ行き過ぎた円安で食品の値上がりが進み、負担感の方が勝っている。			

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
		百貨店（外商担当）	・都市部と地方都市の消費の格差は大きくなるばかりである。
		百貨店（サービス担当）	・3月以降に予定していた、地階の食料品売場の改装に来月から着手する。催事場の拡大によって、少しでも多くの来客数や売上の確保に努める。
		百貨店（商品担当）	・国内需要が軟調であるため、2月の春節を中心としたインバウンド需要への期待が大きい。ただし、ここでも郊外店は活路が見出せず、全体の見通しとしては厳しい。
		百貨店（商品担当）	・現在の状況は1年ぐらい続いており、売上の前年比は数%の小幅な増加が続いているため、急に好調に転じるとは思えない。
		百貨店（売場マネージャー）	・大型ショッピングセンターの相次ぐ開業は一段落したが、正月商戦以降の商圏客の購買意欲はかなり減退していると感じる。回復にはまだしばらく時間がかかりそうである。
		百貨店（外商担当）	・円安と株価の安定が続いており、現状のまま緩やかに景気が良くなるように感じる。ただし、前年比で考えると、消費税増税前の駆け込み需要の影響でかなり落ち込む。
		百貨店（売場マネージャー）	・昨年の2～3月は消費税増税前でかなりの需要があり、当店も3月は売上の前年比が145%と伸びたため、前年並みを維持するのは難しい。4月以降にどれぐらい需要を喚起していけるかがポイントで、半年などの期間で判断しなければいけない。消費者の動きをみる限り、消費税増税延期の追い風はなさそうであるが、話題の商品や催しなどの動きもあるため、少し期待している。
		百貨店（マネージャー）	・中間所得層に支えられているため、収入の増加が目に見えない限り、景気も低迷する。
		百貨店（売場マネージャー）	・回復のきっかけ次第であり、当面は大きな変化はない。
		スーパー（経営者）	・良くなる要素が見当たらないため、何も変わらない。
		スーパー（経営者）	・商品の値上げが相次ぐなか、3月は昨年の消費税増税前に需要が増えた時期となる。4月は若干の伸びを期待できるが、競合の激化もあるため、賃上げの動きが広がらない限り、大きな伸びは期待できない。
		スーパー（経営者）	・競合店が非常に多い地域であり、メーカーから値上げの発表があっても、なかなかデフレ状態には歯止めがかからない。
		スーパー（店長）	・良い状態が続くと思われるが、食品への異物混入のような問題をきっかけに流れが変わるかもしれず、予断は許されない。
		スーパー（店長）	・イスラム国の動向や原油相場の急低下など、直近の不安材料が解消しなければ、景気にも影響が出る。
		スーパー（店長）	・昨年の消費税増税直後に比べれば上向くと思われるが、ガソリン価格の値下がりも様々な商品の値上げと相殺され、好転するまでには至らない。
		スーパー（店長）	・原材料価格の高騰による値上げや、二極化する消費動向、景気への危機意識などの負の要因が重なるなか、現状からの脱却が進むことは非常に難しい。来客数の減少や人気商品の減少などの環境を打破する独自性が求められる。
		スーパー（店長）	・4月には売上が前年を超えるようになるが、景気の上昇とは関係なく、一昨年と比べて判断する必要がある。原油価格の下落は好材料であるが、社会全体の不安感が強いほか、賃金のベースアップが期待できないため、景気は良くはならない。
		スーパー（企画担当）	・外部環境の変化はないことから、現在の状況が続く。
		スーパー（広報担当）	・消費者心理を上向かせる材料に乏しい。
		コンビニ（店長）	・客は新商品への興味は持っているものの、プラスワンで物を購入するほどの景気の良さは感じられない。
		コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月先も低めで推移すると予想している。良くなる要素が見当たらない。
		コンビニ（店員）	・客が固定化しており、売上も現状維持が精一杯である。
		衣料品専門店（販売担当）	・現状は買い控えが継続中であるが、物価の動向次第でその傾向が強まる。
		家電量販店（経営者）	・客の所得が増え、将来への不安がなくなる環境にはなっておらず、消費を喚起する要因が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・大きくは変わらないと考えているが、楽観視もしている。客の仕事、特に建設業や製造業では忙しさが戻っていると感じる。2年もすれば当業界にも恩恵が出てきそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約や車検の予約にあまり変化はなく、入庫台数も少ない。

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（経営者）	・円安が進んでいるほか、ガソリン価格の値下がりもみられるが、その割には景気が上向いていない。今後も景気が良くなる材料がない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車業界は3月決算が多く、2～3月は忙しくなると思うが、一過性のことであり、景気自体が回復することはない。政治が安定し、為替や原油相場が適正な水準に落ち着くまでは、まだ時間がかかる。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税後の物価上昇に世間も慣れてきたようで、消費税増税を話題にする客はいなくなった。為替などの大きな動きがない方が商談は進めやすく、受注もしやすいため、良い傾向となっている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・国内景気の動きだけでなく、米国や中国の景気の影響も受けるため、動向を見守っていきたい。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・大手企業が回復した後に、消費全般にも波及してくるため、もう少し時間がかかる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・冬の寒さや乾燥対策に、保湿用ハンドクリームや化粧品、インフルエンザ関連のマスクや、おしゃれ用マスクの利用が増えている。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安が続けば、低価格で客を引き付けることは難しくなるため、購入にはつながらない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・割引特典などによる販促は仕掛けるが、回を追うごとにその反応は鈍ってきている。
		一般レストラン（店員）	・特に大きな変化はなさそうである。
		一般レストラン（企画）	・今のところは変わる材料が見当たらない。特に、牛肉などの材料費については、円安の影響で4月からの値上げが予想される。価格に転嫁できなければ、売上は維持できても、利益の確保が厳しくなる。
		一般レストラン（経理担当）	・予約状況は好調に推移している。インバウンド関連の来客数も好調が見込まれる。
		スナック（経営者）	・悪い状態も良い状態も、長くは続かない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業業績は改善しているが、個人消費の増加につながる給与増の動きはみられない。
		観光型ホテル（経営者）	・政治、経済的にも良くなるような兆候がみられない。
		観光型ホテル（経営者）	・良くなる要因が思い当たらない。
		観光型旅館（経営者）	・円安のほか、日本文化が注目されている影響で、海外からの個人旅行者が増えており、旅行者数の増加につながっている。
		観光型旅館（団体役員）	・売上は前年を何とか上回っているが、原材料の高騰といった状況については、大きな改善が望めない。
		都市型ホテル（支配人）	・個人消費の動きが相変わらず悪い。ボーナスが昨年よりも増えたとの報道もあるが、消費には回ってない。個人消費を押し上げるような材料待ちである。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊や宴会の予約状況は数か月先まで良く、稼働率、販売単価は高水準のまま推移する。
		都市型ホテル（管理担当）	・原油価格の低下にもかかわらず、春からの電気料金の値上げが重くのしかかってくる。
		旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージが下がり、ゼロに近づいてきたが、海外での食事や買物の際には円の弱さを感じるようである。学生の旅行は堅調に動いているが、全体をカバーするまでには至らない。
		旅行代理店（店長）	・社会情勢が良くなっているとは感じられず、政治に関しても良くなってない。少し停滞しているようなので、景気の改善は期待しにくい。
		旅行代理店（営業担当）	・あまり回復する要素が見当たらず、現状のまま推移すると思われる。
		タクシー運転手	・企業関係の予約が順調に推移しており、一般客の予約も増加傾向にある。
		タクシー運転手	・今の状態が底であり、3～4月になると多少は動きが出てくる。
		観光名所（企画担当）	・現状とあまり変わらないと考えているが、春には集客策を打ち出し、来場者の増加に努める。
		遊園地（経営者）	・消費動向やマインドに変化がみられない。消費税増税の先送りや横ばい傾向は維持されるが、プラスに転じるまでには至らない。

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		
		ゴルフ場（支配人）	・降雪や積雪などの天候要因が大きく、現状はほとんど営業できていないが、2～3か月先の予約を考慮すると、昨年並みを維持できているので、現状と大きくは変わらない。		
		競艇場（職員）	・1人当たりの購買単価の推移から判断すると、今後も同じような動きが続く。		
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕し、3月には公式戦が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、多数の来場者を見込んでいる。		
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・レジャー消費に関するマインドの上昇には、賃上げの広がり求められる。さらに、そこから好況に至るまでには、まだしばらくは時間が必要となる。		
		美容室（経営者）	・人口の変化はなく、新たな店のオープンもない。しばらくは動きの少ない時期となる。		
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。		
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・今後は作品やタイトル、時期に影響されない、ブックカフェなどの店舗企画を進めたい。		
		住宅販売会社（経営者）	・中小零細の同業他社の動向と合わせても、景気の上昇が実感できる状態ではなく、今後の見通しも読めない。		
		住宅販売会社（従業員）	・販売価格を上げなければ、採算の取れない新築マンションが大半であるが、販売価格を上げれば売行きが厳しくなることが予想され、しばらくは市況の様子をみる状態が続く。		
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅ローン減税の拡充などの効果には期待されるが、消費税増税の延期でなくなった、駆け込み需要のマイナス分を埋めるまでには至らない。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・消費は低迷が続いている。周辺の大手スーパーが売上確保のために値下げを行っているため、来客数は一定でも単価が下がっている。節約のために必要以上の物は買わず、買上数も減っているため、売上が減少している。新店オープンによる売上増は過去のこと、いかに効率を上げて、商品を大切に扱うかにかかっている。
				一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・年が明けると、特に動きが悪くなるのではないかと想像していたが、消費のメリハリが非常に目立ち、普段はできるだけ節約して、特別な時にはある程度出費するという、プラスとマイナスの差が大きくなっている。
				百貨店（売場主任）	・前年の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要で前年よりも約30%売上が伸びたため、今年は大幅減が予想される。今後もインバウンド客向けの売上は増えるものの、給与増の実感がないため、売上全体は増えにくい。
				百貨店（営業担当）	・これから1～2か月、海外の高級ブランド品は円安の影響で値上げが増えるため、高額品、輸入品の売上は悪くなる。
スーパー（店長）	・原料価格の高騰による紙製品や油、パスタなどの値上げなどが予定され、値上げ前の需要は見込まれるものの、その後の買い控えが懸念される。価値による訴求を行い、客に必要とされる商品を提供していくことが重要である。価格訴求だけでは勝ち残れない。				
スーパー（開発担当）	・中小企業の賃金は平行線のまま、4月からは一部食品の値上げが始まるほか、電気料金なども値上げとなるため、消費は更に冷え込んでいく。				
スーパー（管理担当）	・円安による原料価格の上昇が止まる気配はなく、商品価格の値上げが避けられない状況であるため、買い控えの動きは続く。				
衣料品専門店（経営者）	・消費税の増税が見送られたことが、逆に将来への不安を助長しているようである。				
乗用車販売店（営業企画）	・今年も来客数の減少が続けば、店の存続が危ぶまれる事態になる。				
自動車備品販売店（営業担当）	・購買につながる新商品の情報がない。現在の商品価格が大幅に下がらない限り、売上の増加につながる材料がない状況が続く。				
住関連専門店（店員）	・今期は消費税増税の駆け込み需要による貯金があったが、来期は厳しい。				
観光型旅館（経営者）	・春に向けたバス料金の改定が、小さな団体の旅行に大きく影響しそうである。バス料金の値上がり分を吸収できる大手旅行会社と、中小旅行会社の格差がますます大きくなる。予約の入込にもかなりの影響が出ることが懸念される。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（社員）	・大手通信会社が光サービスを他社へ卸売しており、そのサービスが2月ごろから徐々に始まる。強い競合相手が次々に登場してくるため、当面の解約数の増加が避けられないほか、新規顧客の獲得にも大きな影響が出る。
		テーマパーク（職員）	・衆議院の解散総選挙前後から現在に至るまで、来客数、販売額共に前年割れが続いている。消費が回復しなかった時期だけに非常に残念である。消費の増加が景気を活性化させる数少ない有効な手段であるため、早期の回復が望まれる。
		競輪場（職員）	・例年の傾向では、正月を過ぎると客足が落ち込み、購買力も上がらない。今年もこの流れを覆す要素はない。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・先行きにやや期待は持てるものの、この業界は物価上昇のほか、低賃金による消費減少の影響を受けやすい。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・住宅市場では在庫が増加傾向にあるほか、円安による倒産も若干ながら増加してくる。
悪くなる		一般小売店〔花〕（店長）	・公共料金の値上げや諸物価の上昇など、目を追うごとに負担が大きくなっていくように感じる。収入は増えていない一方、支出が多くなっており、今後も厳しい状態は避けられない。景気回復の実感は全くない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・客の節約志向はますます強まっている。生活必需品だけを買うという意識が高いため、生花を買う余裕はないように感じる。
		百貨店（企画担当）	・3月は前年の消費税増税に伴う駆け込み特需の反動で、大幅な減収となる見通しである。4月以降は前年並みに回復するのか、低迷が継続するのかを見極める必要がある。
		百貨店（販促担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、今年は大幅なマイナスが予想される。日用品や公共料金などの値上げも顕著で、消費意欲が守りに入ってきている。4月は前年が落ち込んだことで、数字的にはやや持ち直すと思われるが、実質的な購入増に向けては不安材料が多い。
		衣料品専門店（経営者）	・セール時期の今でも、売上が前年を20～30%下回っている状況であり、3～4月に伸びるとするのは考えにくい。今後も伸びる要素は見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・食品の値上げなどで、ますます消費者の財布のひもは固くなる。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の受注量が増加するため、売上、利益共に増加する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼関連の引き合いが多いため、近いうちに実際の受注につながるかと期待している。
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・比較的大きな案件の話は出ているため、今ほど悪い状態が続くとは思えない。
		金属製品製造業（経営者）	・年度末にかけて多少の動きを期待している。海外向けの商品には動きが出てきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・もうしばらくすると人手不足が生じる。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新年度に向けた新商品の売上に期待している。
		建設業（経営者）	・年始は例年動きが鈍いが、年度末にかけて良くなるため、今年もそうなると予想している。
		輸送業（商品管理担当）	・3～4月になると新生活関連の需要が増え、物流が増加する。
		輸送業（営業担当）	・大手メーカーが生産を海外から国内に切り替えており、携帯電話関係の部品工場からの荷物が増えている。
	広告代理店（営業担当）	・2～3月はギフト需要が増えるので準備をしている。今期の最後の販促活動となるため期待している。	
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	・新製品の発売が控えており、いくらかは活気が出る。
		繊維工業（団体職員）	・長期的には景気は回復に向かうが、少々時間がかかる。
		繊維工業（総務担当）	・円安により、海外工場からの輸入品の利益率が低下しているため、国内生産品の増加を図っていく。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）		・忙しいが、ここ数か月の配達量は変わらない。	
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）		・顧客からは大きく変化する情報がない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年3月の決算月は、受注量が増える。現時点では例年と大きな差はなさそうであるが、単価の下落による若干の落ち込みを想定している。特に、学校関係からの受注は、例年よりも少し減少する見込みである。
		化学工業（管理担当）	・賃金のベースアップが実施されるまでは、消費意欲が上がらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・例年の年度末の動き以外には、新たな動きが期待できない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・期末に向けて受注量は回復すると見込んでいるが、住宅向けも学童向けも増加幅は小さいと予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・この先の仕事の予定がない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・デジアナ変換の終了で、3月末まではテレビの買い換え需要が見込まれるが、景気が良くなるとはいえない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・案件はあるものの、受注に至らないケースが見受けられる。今後は受注に向けた、きめ細かな営業ができるかが課題となるが、中小企業の設備投資が停滞している点が懸念材料である。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安傾向が続いており、輸入材料費や海外での加工賃が高騰しているが、その値上げ分を価格に転嫁できず、国内メーカーは苦戦している。
		建設業（経営者）	・建設業界では東京一極集中の動きが進んでいるため、地方の現場管理者や技能労務者不足は今後も続く。官庁関係では更に計画的な発注を進めることが重要となるが、民間関係の工事はそういうわけにもいかない。
		輸送業（営業所長）	・年度末の繁忙期に入って仕事が増えており、人もトラックも足りない状況が続いている。
		通信業（管理担当）	・アベノミクスの効果がみられないなど、良くなる要素がない。
		金融業（営業担当）	・大手企業は春闘でベースアップなどの話題が出ているが、中小零細企業の景気はなかなか厳しい状態である。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・物価上昇が思うように進んでいない。日銀による更なる対策がなければ、景気後退のきっかけになりそうである。
		不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が撤退している。この動きは今後も続くと思われ、航空会社の民事再生による影響も出てくる懸念される。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が減っているが、他紙に変えるわけではなく、経費の節約を理由に止めるケースが多い。
		広告代理店（営業担当）	・部署による売上の差が大きく、先行きが予想しにくい。
		司法書士	・今月は案件が少ないため、現状維持ができればよい。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・状況が大きく変わるとは思えない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・原油価格の下落に伴うコストの低下が円安の悪影響を緩和し、経済に好影響をもたらすと期待している。一方、個人消費を中心とした内需の低迷や、円安によるコスト増で、先行きの見通しは厳しく、賃金の引上げなどは容易に行えないのが実情である。このため、原油価格の下落によるメリットは、大部分が企業収益の増加に集中し、消費者には行き届かない可能性もある。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年度末に向けて、代理店に対する押し込み在庫などの動きが増えるため、その在庫がなくなるまでは荷物量が若干減る。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・アベノミクスがまだ浸透していない。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・原料や資材価格が高騰するなか、手間ひまをかけた商品でも、安い物しか売れない状況である。改善される余地はないため、今後もこの状態が続く。
		食料品製造業（営業担当）	・昨年は消費税増税効果で食品や飲料などの需要が伸びたが、今年はその反動が出るため、前年よりも売上は減少する。
		繊維工業（総務担当）	・物価上昇がコストの上昇につながり、経費の増加につながる。
		化学工業（企画担当）	・原料価格の高騰や販売価格の低下から、収益が悪化している。市場ニーズが二極化しており、日常的に消費する食品に関しては低価格品が好まれる傾向が強まっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・景気が良くなりそうな材料が全くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（管理担当）	・関西では目立った案件がなく、今後の見通しが立たない。太陽光発電関連も低迷している。
		金属製品製造業（営業担当）	・4月からの電気料金の値上げに伴い、採算が更に悪化するため、赤字に陥る恐れもある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・これまで元気であった東アジアや東南アジアの新興電子部品メーカーにも、激しい価格競争による悪影響が出始めている。せつかくの円安効果も、新興国からの値下げ要求が厳しさを増しており、恩恵が薄れている。国内の大手企業による国内回帰が報じられているが、中小の製造業者に好影響を与えるまでには至っていない。どのように市場が新しい形に落ち着くか、目を離せない時期だと感じる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・5月以降の受注が伸び悩んでいる。
		建設業（経営者）	・消費税増税が先延ばしされ、年度末の駆け込み需要が見込めないため、例年よりも厳しい予測を立てている。
		輸送業（営業担当）	・学習機の売れるシーズンとなるが、子どもの数が少なくなっているほか、他店でも似たような商品を出しているの、見通しは厳しい。
		広告代理店（営業担当）	・昨年は消費税増税前で、広告の駆け込み需要があったが、その分だけ今年は減ることになる。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (近畿)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・派遣業界は完全な売手市場となっており、この傾向は消費税率の10%への引上げまで続く。労働者派遣法の改正がどうなるかにもよるが、現在は強い状態が続いている。
		人材派遣会社（支店長）	・しばらくは求人微増傾向が続くと予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・この数か月、建設日雇い求人は若干の減少が続いていたが、元に戻る動きがある。やや良くなるのではないかという声も、現場からは聞かれる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・派遣時給は確実に上昇しているが、消費税率の引上げに追い付いていないかどうかは疑問である。
		人材派遣会社（支店長）	・2～3月は閑散とした時期であるが、長期案件も増えているため、今と変わらず受注は獲得できる。ただし、4月に統一地方選挙があり、昨年国会に上がっている労働者派遣法の改正もずれ込むとみられるため、抵触対応などの懸念事項は残る。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気が良くなるようなニュースを目にすることがない。
		アウトソーシング企業（社員）	・求人を募集しても応募がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末で利益確保に走る企業が増加しているが、大きな変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西には中小企業が多く、給与の増加には至っていないため、経済活動が活性化している気配は感じられない。この状況が改善されるとは考えにくい。
新聞社〔求人広告〕（管理担当）		・景気の上昇と腰折れの報道がある。求人数の増加が単なる季節的な要因か、アベノミクスの恩恵が中小企業にも広がってきたのか、1月以降の求人の動きを見極めなければならない。	
職業安定所（職員）		・景気が悪いと感じている事業所は少ないものの、3か月先もあまり変化はない。	
職業安定所（職員）		・ここ数か月、有効求人倍率は上昇傾向にあり、新規求人数も増加しているが、パートをはじめとする非正規求人の増加が著しい。雇用条件が改善したとはみられず、景気が上昇するとは考えにくい。	
職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあるが、介護関係などの人手不足の業種が中心である。一方、食料品を中心とした製造業の伸びは鈍化している。		
学校〔大学〕（就職担当）	・医療関連では、あまり変化は感じられない。		
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計	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
動向 関連 (中国)	やや良くなる	スーパー（総務担当）	・客単価からみて、客が購買意欲を増してきていると感じる。景気は上向くと期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・来客数が1月と同じ状況で推移すれば、景気は良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・2～3月は大增販期であり、加えてエコカー減税の駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店（総務担当）	・来年度から軽自動車税が改定される予定なので、駆け込み需要が期待できる。消費税増税前の駆け込み需要の再現までは望めないが、セールスには追い風となる。
		乗用車販売店（店長）	・人気車のモデルチェンジが予定されており、新車効果で販売はまだまだ伸びる。
		自動車備品販売店（経営者）	・もうそろそろ景気が良くなってくれないと困る。
		自動車備品販売店（経営者）	・前年に比べると景気は悪いが、年度末に向けて消費動向は上向きになる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・春先に向けて館内環境の変更等を実施するので、各テナントが活性化して集客力がアップする。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約件数はまずまずである。前年の消費税増税や大規模土砂災害のような突発的な阻害要因が発生しなければ、少しずつ景気は良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の再引上げが先延ばしになったので、しばらくは現在の景況が続く。
		都市型ホテル（総支配人）	・閑散期から春の観光シーズンに入るため、人の動きが出てくる。
		旅行代理店（営業担当）	・補正予算の交付金制度に期待する。
		タクシー運転手	・新規開業した大型ショッピングモールの無料駐車場サービスが終わるので、今後はタクシー利用が増える。また就職や転勤等による歓送迎会のシーズンに入るので、需要が増える。
		通信会社（総務担当）	・年度末に向けて新築住宅が竣工し、加入件数が増加する。また転入による新規加入の増加も見込める。
		テーマパーク（業務担当）	・年度末で仕事が忙しい時期になるが、春のイベント等を開催するので来客の増加が期待できる。
住宅販売会社（販売担当）	・これからは客の動きが出る時期である。賃金の引上げが進めば、客の購買意欲も向上する。		
住宅販売会社（営業担当）	・様子見していた客がそろそろ動き始める。		
変わらない		商店街（代表者）	・客は必要なものを必要な数だけ購入する感じが段々と強くなっている。まとめて購入する客は非常に少ない。
		商店街（理事）	・景気が良くなる材料が見当たらない。ガソリン価格が下がっているのに、レジャー関連は少し期待できるかもしれないが、一般の消費が上向くまでには至らない。
		商店街（代表者）	・近所の店主や出入り業者に話を聞いても、景気が良い話は聞かないし、当店も厳しい状態が続く。
		商店街（代表者）	・2～3か月先も1月と同様に、高額品を中心に客の購買意欲は高い。
		商店街（代表者）	・今春は多くの商品の値上げが予定されており、本来は需要期である春でさえ必要最小限しか買わない動きが出るのではないかと心配である。春の観光客が増加して、この動きが変わることを期待する。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料の値上がりに伴い仕入原価の上昇が続き、また客の安価商品への移行も大きくなる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・今より景気が良くなる要素が見当たらない。仮に景況が今のままとしても、客の厳しい消費姿勢が継続することになり、厳しい。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・現内閣は地方創生を最重要課題と位置付けており、期待したい。ただ経済対策に速効性がないようなので、当面は景気に変化はない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・1月の売上は良かったが一時的な可能性もあるので、今後の推移を見守りたい。
		百貨店（営業担当）	・景気が良くなる要因がない。春物衣料の立ち上がりは遅く、冬物のコートにもそれほど動きが出ていない。
		百貨店（営業担当）	・客をしっかりとつかまえている店は売上を落としながらも踏みとどまっており、これから徐々に客の戻りが期待できる。しかし全体をみると客の購買意欲は戻ってきておらず、これ以上の景気の落ち込みはないが、急速な回復も期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・客からは不必要なものはバーゲン品でも買わないが、必要と思えば少々高額でも正価品でも購入する姿勢を感じる。前年と同じ企画では売上が上がらないため、客にいろいろな施策を提案しながら、今後も前年実績をキープしていく。
		百貨店（販売促進担当）	・前年は2～3月に特定商品に駆け込み需要が発生した後、4月以降は大きなマイナスとなった。2～4月の合算売上で考えると、今年は前年実績の確保は難しい。現在、県や市が4月からの実施を検討している20%お得なプレミアム付き商品券の効果を期待している。
		百貨店（売場担当）	・アベノミクスは地方への効果が限定的であり、景気が向上していく要素は少ない。当地の産業構造からみて、企業がベースアップを実施して効果が表れるとは考えにくい。
		百貨店（購買担当）	・アパレル業界では冬物商品が売れていないので、春物商品の生産をちゅうちょする動きがあると聞く。生産側も2～3か月先の需要を予測して計画を立てるが、春物商戦やその後の夏物商戦に向けて、やはりそうな商品が出ているわけではないので、見通しは厳しい。また物産展を開催しても客が現地に直接出向いて購入する傾向が出てきており、難しい。
		スーパー（店長）	・客単価が上昇して、売上は良くなっている。ただこれが各種商品の値上げによるものか、客の景気が良くなって購買意欲が増大した影響なのかは、現時点では判断できない。
		スーパー（店長）	・今より劇的に良くなる材料は見当たらないので、1月の状態が今後も数か月続くよう期待する。
		スーパー（店長）	・客単価が予想どおりには上がっていないことからみて、今後の客の動向が良くなるとは思えない。
		スーパー（店長）	・景気が上がる要素も下がる要素もない。商品値上げの影響は一時的な影響にとどまる。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
		スーパー（業務開発担当）	・前年4月の消費税増税後から多くの人が日常の買物に厳しくなっており、今後も節約志向は続く。
		スーパー（営業システム担当）	・来客数は減少しているが、前年に比べて単価は上昇している。この傾向は今後も続く。
		スーパー（販売担当）	・ここ数か月の販売量の推移から判断すると、景気自体は変わらない。ただし前年同時期には駆け込み需要があったので、前年比で考えると数字的には厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・販売単価が上がらない状況はもうしばらく続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・セール商品だけは動きが良い。
		コンビニ（支店長）	・大規模な経済対策が打ち出されない以上、景気の変化は小さい。
		家電量販店（店長）	・客の生活は物価高で更に厳しくなるので、当店で売ような耐久消費財の販売は四苦八苦する状況が今後も続く。
		家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動は薄れてきているが、売上が大きく伸びる商品は見当たらず、逆に景気が大きく落ち込む要素もない。住宅エコポイントの復活により、リフォーム需要は伸びが期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・客が景気の上向き感を感じているようにはみえない。多くの客は消費を抑える考えを持っている。今後の景気について客はかなり不安を抱いている。
		乗用車販売店（営業担当）	・特別に何かがあるわけではないので、景気は今と変わらない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・客の購買意欲が向上する要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方企業では賃金のベースアップは難しい。したがって将来への不安から、消費は今後も抑えられ続ける。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・政府の地方創生施策が本格的に動き出せば、消費者の気持ちは多少上向きに変わる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・客の様子をみると、いろいろ活用できるものや使い勝手の良いものを吟味して購入している。今後とも客の儉約志向は変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・景気が良くなる材料がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（外食事業担当）	・売上について前年と比較すると、週末は100%を超えるが、平日は90%台で悪くすると80%台後半になる。平日利用が極端に減少しており、この流れは今後も変わらない。3～4月は進学、就職や転勤等で外食のチャンスは増えるが、平日については外食はせずコンビニやスーパーを利用した内食で済ます傾向が強くなる。
		スナック（経営者）	・飲食業界は中小企業の客が大半を占めるので、中小企業の景気が回復しなければ当業界の景気は良くならない。ただ中小企業の景気回復にはまだまだ時間がかかる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・高速道路の利用状況が良くならない限り、景気に変化はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現状では景気は変わらないと思うが、4月以降の各企業の賃上げ等の効果に期待したい。
		都市型ホテル（企画担当）	・外食への支出が低調で、特に高単価店舗の売上が伸び悩んでおり、レストランの売上は厳しい傾向にある。宴会や宿泊などの先行受注は前年並みとなっており、今後の経済へのテコ入れ政策に期待している。
		都市型ホテル（企画担当）	・景況に変化はみられないが、食品等の値上げが予定されており、景気は今後厳しくなる。
		旅行代理店（経営者）	・円安もあり、景気動向は思うように動いていない。景気対策でどこに効果が出ているのか、疑問に思うばかりである。
		タクシー運転手	・1月の状態が2～3月も続く。世間にはタクシー離れの動きもあるので、今後にはあまり期待できない。
		タクシー運転手	・呑み屋街を見渡しても、閉店した店舗への新規出店の動きが見当たらない。
		タクシー運転手	・タクシー利用者の多くは高齢者であり、天気で利用数が増減する。夜間は利用数が増えても、1回当たりの単価は低い。企業利用も公共交通機関が動いている間に帰る人が多いため、売上増につながらない。
		通信会社（社員）	・販売量が変動する兆候がない。
		通信会社（広報担当）	・今の来客数の傾向が続けば、新生活商戦の時期を迎えても、大きく販売数が伸びることはない。
		通信会社（営業担当）	・好況感はなく、低調な状態でこのまま推移する。
		通信会社（企画担当）	・最大手キャリアの卸売開始時期が3月末あたりとなり、年間で客が一番動く時期とずれるので、最大商戦期での影響は回避された。徐々に新メニューが相乗効果を発揮すると予想できるが、3か月後にはまだ影響は出ていない。
		通信会社（総務担当）	・これまでの傾向からみて、特に景気の変化は期待できない。
		通信会社（販売企画担当）	・値下げしないと販売量が動かない。
		通信会社（工事担当）	・申込数は減少傾向にあるが、2～3月は年間を通じて一番の需要期であるので、期待を込めて景気は現状維持と判断する。
		テーマパーク（管理担当）	・今後は統一地方選挙が実施されるなど、流動的な要因が多い。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況に変化はない。前年は良かったので同じように推移するのであれば、景気は上昇ムードと判断できる。
		美容室（経営者）	・年末に支出が多かったためか、客は新年に入って消費を抑えているように思われ、今後が心配である。
		美容室（経営者）	・景気の先行きが見えない。1月は売上が悪かったので、今後どれだけ回復するのか不安である。
		美容室（経営者）	・客の収入が増える状況にはないので、当店の景気が良くなる材料も見当たらない。逆に3～4月は入学や進学で出費がかさむ時期なので、客の節約志向が強くなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月、身のまわりで景気の変化がうかがわれる話は一切聞かない。よほどの事がない限り、2～3か月で景気に変化がみられるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・景気には大きな変動がない。
		設計事務所（経営者）	・住宅エコポイント復活の報道があり、客の動きが期待できる。ただ客が実際に利用できるのは、今年後半くらいになる。
		住宅販売会社（従業員）	・景気が回復する要因が見当たらず、しばらくは低調な現状が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・地方の消費者は収入が増加していない。ガソリン価格は下がってきたが、食品等の値上げが消費者の負担になる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・原材料の値上がりを受けて紙製品も値上げせざるを得ないが、客には負担増となるので、売上は落ちていく。

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〔茶〕（経営者）	・乗年度の国から地方への支援施策を期待している。
		百貨店（経理担当）	・前年には駆け込み需要があった。今年はその再現は見込めないなので、3月までは厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・前年同時期は駆け込み需要で売上が大きく伸びた。今年はその反動もあり店として対策を打っているが、売上減をカバーしきれない。
		百貨店（売場担当）	・食品の値上がりと異物混入問題が新聞等で大きく報じられた影響で、消費者の節約ムードが継続する。
		スーパー（財務担当）	・前年の2～3月は駆け込み需要があったため、今年と前年の比較は難しい。ただ客の個人所得は増えておらず、客は節約でいろいろな店を買い回るため、客数の増加は望めない。
		スーパー（管理担当）	・これからは前年の駆け込み需要期に入るので、前年実績のキープは厳しくなる。
		スーパー（販売担当）	・今後、各種食品の値上げが予定されているので、消費は落ちる。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ1～2か月でラーメン類や食用油等が値上げされたが、その影響が徐々に始めている。景気は今後少し落ちていく。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が全くみえない。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の購入意欲の減退がみてとれる。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅新築や婚礼の客が少ない。
		一般レストラン（経営者）	・地方では消費者に賃金が上昇した実感がなく、特に外食産業には厳しい環境となっている。また消費税の再引上げは先延ばしになったが、消費者の実質所得は目減りしているため、当店は今後も厳しい経営環境が続く。
		一般レストラン（店長）	・円安の影響で取引先から原材料の値上げの話が多く出ており、当店の利益が圧迫される。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・客が単価の安い商品に流れる傾向が見受けられる。会社の利益は上がらず、消費者の賃金が増えない一方で物価は上昇するので、景気はやや悪くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・もともとこの時期はホテルにとって閑散期であるが、景気が好転する兆しや材料がない。円安による外国人旅行客の増加も期待薄である。
設計事務所（経営者）	・建築主は景気の先行きや建築物価が落ち着くかどうか、今しばらく様子を見ていく。		
設計事務所（経営者）	・市町村は合併特例債が終了したため予算が大変厳しく、とにかく予算削減が最優先であると声高らかに発信し続ける。地方では予算削減の嵐が吹き荒れ始める。		
悪くなる		商店街（代表者）	・1月のバーゲンセールは前年と同時期に同じ割引率で実施したが、売上は前年を大きく割っている。消費税増税の影響をまともに受けたのかと感じるし、客に購買意欲が全くみえず、先行きは真っ暗である。
		百貨店（営業推進担当）	・ここ数月の客数や売上をみると減少傾向が顕著であり、今後、上向きになる要素は見当たらない。販売促進やイベント等を実施しても客の動きは鈍く、景気が回復する見込みが立たない。
		スーパー（店長）	・近隣に競合店がオープンするため、客の奪い合いとなる。同業のスーパーだけでなく、ドラッグストアやコンビニとの競争が激しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・客の収入が上がらない一方で、日用品等は値上げラッシュである。客は余裕ある買物ができず、経済は冷え込んでいく。
		家電量販店（店長）	・前年は3月まで駆け込み需要が続いたが、1月は客数が前年の80～85%で推移している。今後も客数や売上が厳しい状況が続く。
		家電量販店（販売担当）	・前年の駆け込み需要の反動がみられる。
		乗用車販売店（統括）	・2～3月は前年の駆け込み需要の反動で、数字的には大変厳しい。しかし4月からは売上は前年を上回っていく。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・団体観光バスの料金値上げ等の影響により、来店客が減少する。
競艇場（職員）	・しばらくレースの開催が減るため、1月のような売上は期待できない。		
企業動向	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月に向けて増産する予定である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期となり、例年どおり4月ごろまでは景気が良くなる。
(中国)	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・消費税増税から1年が経過し、世間はやや落ち着いてきている。今春の賃上げも良い方向で決着しそうであり、期待を込めて景気はやや良くなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動は時の経過とともに徐々に減退する。
		鉄鋼業（総務担当）	・円安と株高を背景として、企業の設備投資や輸出の増加が期待できる。
		金属製品製造業（総務担当）	・年始の企業挨拶まわりでは、業績は好調であるとの話が多く聞かれた。当社の受注も増加する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・客先からの受注量は増加する。
		輸送業（支店長）	・新規の案件が徐々に出ていく。また集荷の客数も前年割れの状況こそ変わらないが、徐々に改善していく。
		輸送業（経理担当）	・前年比でみると駆け込み需要の反動減が懸念される。ただ例年どおり期末に向けた受注増加が想定されるので、荷動きが良くなる。
		金融業（貸付担当）	・消費税再引上げの延期が影響して、個人消費は引き続き底堅い動きをみせる。ある取引先の社長は、春闘のペースアップの動きや株価動向は消費マインドを押し上げると考えている。また原油価格の低下により製造原価が下がっている企業も多く、年度末に向けた需要拡大により景気は良くなる。
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・2月以降は受注が落ち着き、また駆け込み需要の再現は期待できないので、受注量は例年並みに戻る。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・駆け込み需要の反動減からまだ持ち直していない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・主要な受注先の価格支配力が強く、当社もなかなか円安の恩恵にあずかれない。経営者は設備投資に踏み切る勇気を持って、過去と同じ轍は踏まないと言っている。短期的な改善は難しい。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・当社も仕事量こそ多いが船価自体が芳しくないため、当面は収益性が厳しい状態が続く。短期的な改善は難しい。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注量の内示は、若干減少傾向となる。
		建設業（経営者）	・景気は今後も大きな変化はなく、苦しい状況が続く。長期的に心配なことは技術者不足と労務費上昇である。学卒の土木や建築の管理技術者は確保できるが、鉄筋工やとび工等といった職人になる若者が減り、職人の高齢化と減少が進んでいる。直ちに困るような状況ではないが、50年前の東京オリンピックや大阪万博のときに当地から職人を吸い取られた状況が一部で起こりつつあり、今後は心配である。
		建設業（総務担当）	・景気に対するリスク要因が多すぎる。
		建設業（総務担当）	・この先1年は繁忙な状態が続く。ただ県内の大型工事が順次完了するため、協力業者の確保については幾分楽になる。
		金融業（自動車担当）	・自動車部品メーカーの受注は北米向け輸出の減少が懸念されるが、新型の小型スポーツ用多目的車は人気が高く、受注が伸びると聞くので、現状の好調を維持する。
		広告代理店（営業担当）	・現状の受注量や販売量から変化はみられない。客から景気は下向きか上向きかという話がよく聞かれ、客は経済の動きに関心が高い。
会計事務所（職員）	・公共事業関連はある程度の見通しがつくが、小売業やサービス業は不透明である。設備投資の先行きも読めず、製造業の受注状況をみると、景気がむしろ鈍化していく可能性さえ感じる。		
やや悪くなる		化学工業（経営者）	・自動車の国内生産の増加予定を受けて、主要取引先である自動車部品メーカーからの受注は今後増加する見通しである。中小企業は近時の極端な原油安により景気の不透明感を一層拡大させており、景気回復への不安感が増大している。
		化学工業（総務担当）	・国内の景気は好転していくと思われるが、継続した内需拡大や爆発的な需要増大は考えられない。企業業績も一定の水準までは好転するが、企業の力だけでは維持することが精一杯である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件が終了して、作業量は大きく減少する。次の大型案件は一年程度先の予定である。
		鉄鋼業（総務担当）	・中国経済の減速やフランスでのテロ等、世界的なリスクが増大しており、今後の景気動向には注意が必要である。むしろ景気は確実に悪くなるとみて、対応できるよう準備したい。

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
		非鉄金属製造業（経理担当）	・輸送用機器関連では組立メーカーの減産が継続する。世界経済の下振れと中国及び新興国の経済成長の鈍化が現実化する。
		通信業（営業担当）	・原油安や円安の状況は当面続く。
		通信業（営業企画担当）	・取引先の設備投資をみると、商品製造ラインの増強や工場設備の更改という生産性向上に直結する投資がメインとなっている。情報通信設備の売上につながる提案件数は減少する。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当） 一般機械器具製造業（総務担当）	・為替の影響で原材料の値上がり相次いでいるが、販売価格は値上げできていない。 ・景気回復に直結する経済対策が見当たらない。
雇用 関連 (中国)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・大手企業等の業績向上により、派遣や契約社員のニーズが引き続き高まる。
		人材派遣会社（支店長）	・地方創生施策による職場復帰や新規雇用の拡大で、景気が活性化することを期待する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・就業希望者の中でキャリアアップ重視の方とテンポラリー重視の方の2極化が進んでいる。当社としては双方のニーズを的確にとらえ働き方を提案していく。12月に開業した大型ショッピングモール関連では、2月からの人材確保の受注に向けて施策を講じる。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・これから新卒採用が本格的にスタートするため、当社にとっては1年を通して活気がある時期となる。
		民間職業紹介機関（職員）	・おう盛な求人需要が続いている。多種多様な業界が今を拡販期と捉えて営業社員を探しており、売手市場を形成している。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大型ショッピングモールの開業による相乗効果が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・引き続き人手不足感は継続するが、雇用情勢に大きく影響を与えるようなトピックスは当面見当たらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・現在の景況は継続するが、足元の景気に底堅さは感じない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円安による原材料価格の高騰で生活用品が値上がりしており、個人消費はますます冷え込む可能性がある。また企業の賃上げは地方では期待できない。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内の事業所においては新規出店の話も、大量解雇の話もなく、雇用情勢は落ち着いている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・12月の新規求人を産業別に前年比でみると、宿泊・飲食業は増加したが、その他主要産業は減少し特に建設業は半減した。例年2月以降は有効求人数が増加していく時期であり、求人の動きを注視する必要がある。
		職業安定所（雇用開発担当）	・事業所整備の情報はあるが、雇用情勢に大きな影響を与えるとは考えにくく、有効求人倍率は引き続き高水準で推移する。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に良くなる材料が見当たらない。
		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非正規労働者が中心であり、正社員への転職希望者が少ない。離職による失業を踏みとどまり、在職したままで改善傾向にある労働市場をみながら、求職活動している。
		やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）
	悪くなる	—	—

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	良くなる	通信会社（営業担当）	・新生活シーズンが始まり、需要が高まることを期待している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・中心市街地で地元団体が多くのイベントを企画し、賑わい創出を目指す動きが活発になってきている。
		スーパー（店長）	・消費税増税の反動がようやく落ち着き、今年は昨年ほどの影響はないとみている。特に4～6月の3か月は回復が見込めるのではないかと期待している。

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
		スーパー（店長）	・好調の要因が経営努力であることを自負している。今後さらに業績が伸展するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売開始もあり決算に向けて期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格の下落は、ガソリン車の販売増に期待が持てる。
		乗用車販売店（従業員）	・景気回復が地方へと広がりそうで広がらないのが現状である。車検を向かえるユーザーも多く、新車販売増も期待している。年初は新型車の発表がないのが残念だが、3月決算を控え、明るい要因が多くある。
		乗用車販売店（営業担当）	・今年4月より軽自動車税増税が実施されることで、3月までは駆け込み需要が見込まれる。しかし4月以降はその反動減は避けられない。
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税で、昨年4月以降は新車受注が落ち込んだが、1月に入って少し動きが出てきた。1月の新車登録の伸びはさほどではないが、受注は増加傾向にあり、2月以降も期待ができる。
		住関連専門店（経営者）	・原油価格の低下などを要因に、景気は多少良くなるのではないかと。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・1月は1年で一番暇な時期であるが、2～3か月先は花見シーズンになり、少し売れるとみている。
		タクシー運転手	・1～2月は、売上、客数ともに1年で一番少ない月である。入学、入園、入社シーズンの3～4月は、売上、客数が戻ってくるだろう。
		タクシー運転手	・2～3か月先は人事異動の時期で歓送迎会が増える。加えて春にはお遍路関連の仕事も増え始め、少し期待している。
		通信会社（営業担当）	・年間で一番市場が活性化する春商戦に期待したい。
		通信会社（支店長）	・かなりインパクトのあるサービスがスタートするので、市場全体が活性化することを期待している。
		観光遊園地（職員）	・観光シーズンに入るため。
美容室（経営者）	・新メニューやキャンペーンのリピートに期待している。		
住宅販売会社（従業員）	・特に例年と変わりはないように感じる。		
変わらない		商店街（事務局長）	・去年は消費税増税前の駆け込み需要で売上が増加したが、今年は期待できない。
		商店街（代表者）	・消費税増税の先送りによる消費マインドの上昇は全くみられない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来店客数に変化はないが、数量を少なめに購入する傾向がみられる。単価の安い商品を希望されることも多い。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気の変化は見受けられない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・地方の景気は落ち込む一方である。し好品の購買には財布のひもは固い。
		百貨店（営業推進）	・売上は前年割れの状況。地方は人口が増えない中、競合関係が激しく、景気回復も見込めない。
		スーパー（企画担当）	・原料高や円安の影響で値上げが予定されているため、客足は厳しい状況が続くとみている。
		スーパー（財務担当）	・客数は微減となっているものの、単価は上昇しており、結果的に売上はほぼ同程度の水準が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・単価の高い物は売れず、客は安い物を求める。消費税増税の影響が続き、まだまだ景気回復は難しい。
		衣料品専門店（総務担当）	・秋冬の商材を通して苦戦している。
		家電量販店（店員）	・新生活需要があり、しばらくは今の状態で推移するとみている。
		一般レストラン（経営者）	・物の流れが悪い。高い商品は都会へ流れ、必要なときに商品が揃わない。
		通信会社（企画）	・引き続き解約は増えないと思うので、現状と変わらない。
美容室（経営者）	・富裕層以外の消費マインドが上向く材料がまだまだ乏しい。		
設計事務所（所長）	・消費税の増税が先送りされたことで、安心して多い。しばらくは今の状況が続くのではないかと。		
やや悪くなる		一般小売店〔生花〕（経営者）	・個人経営の店舗の閉店が多く、老舗の中にも閉店するケースがある。新しい店舗が増える感じでもなく、繁華街の景気は良くなるとは思えない。
		百貨店（営業担当）	・必要なものしか買わないという動きが非常に強い。
		百貨店（販売促進担当）	・1月の高額品の不振を踏まえると、2～3月も苦戦が想定される。

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
		コンビニ（店長）	・今のところ一部の客層のみ現状維持。今後、商品価格が上がり始めると節約志向が強くなるのではないかと。
		コンビニ（店長）	・顧客の動向、購買意欲等からみて、決して良い方向ではないように感じられる。
		コンビニ（総務）	・景気が良くなる要素が何も見当たらず、先行き不安からますます悪くなる可能性がある。
		衣料品専門店（経営者）	・景気回復の動きが全くみえない。
		衣料品専門店（経営者）	・円安による原材料の高騰が影響し、物価上昇で厳しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税後の反動減が続く。
		スナック（経営者）	・4月の統一地方選挙に向けて動きが見られ始め、来客数は悪くなってきている。
		観光型旅館（経営者）	・昨年は四国霊場開創1200年など四国にとって有利な条件があったが、今年は北陸新幹線開業の影響等があり、2～3月の予約状況が昨年より悪い。
		旅行代理店（支店長）	・国内旅行では北陸新幹線開業等好条件はあるものの、円安やテロによる海外情勢の不安から海外旅行需要の落込みが今後も続く懸念される。
		ゴルフ場（従業員）	・3か月先の予約状況は、前年を大きく下回っている。
		競艇場（職員）	・向こう3か月は、大きなレースもなく、売上増加が期待できない。
	悪くなる	○	○
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・製造業の国内回帰の傾向が鮮明になりつつある。雇用の拡大等雰囲気的に良好な状態とを感じる。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・現状より悪くなる要因は見当たらないものの、格差が出てくることを危惧している。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船関連の安定的な受注が見込まれる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国の地方創生への取り組みが、景気回復の機運醸成になる。
		電気機械器具製造業（経理）	・向こう3か月の受注見通しは、1月比で微増を見込んでいる。その中には、わずかながらも年度末における予算消化型の駆け込み需要も含んでいる。
		通信業（部長）	・政権も安定し景気回復に更に注力することで、回復に向かう機運はある。
		不動産業（経営者）	・住宅ローン金利が低下傾向にあり、追い風になるとみている。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・他産地の出回り量が増えてくる時期だが、量販店のフェア等で注文が増えることを期待している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・原油価格の下落の影響は不透明で、当面は大きな変化はないとみている。
		建設会社（経理担当）	・受注高、売上高とも横ばい。利益が見込めないため、景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・26年度の繰越業務の処理が中心となるため、売上額としては大きく低下することなく、一定額は見込める。
		建設業（経営者）	・公共事業が出て人手不足で受注できない恐れがある。
		輸送業（支店長）	・原油価格の下落が唯一の明るい材料であるが、荷動きが活発にならないと業績の向上は無い。
		金融業（副支店長）	・物価は上昇しているが、給料がそれに追いついていない。
広告代理店（経営者）		・地方の消費は依然として冷え込んでいる。年度末に向けて期待感はあるが、得意先の販促広告費はあまり変わらないとみている。なお、前年比では駆け込み受注がないため減少の見込みである。	
公認会計士		・企業は設備投資にはまだ消極的である。給料の引上げにも非常に消極的な意見が多い。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・原材料の値上がり分を価格に転嫁できそうにない。	
	輸送業（営業）	・年明け後、原油価格が値下がりしていることから、今後、原料に重油や軽油を使用する製造業者や施設園芸農家の使用自粛が緩和され、製品や作物の出荷増大が見込まれる。	
	悪くなる	—	—
雇用	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
関連 (四国)	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・年度末に向けて繁忙時期になり、景気が上向くと期待している。人材確保や人の入れ替わりなどで、求人ニーズがさらに高まる。しかし、ハローワークに求人票を出しても、マッチングに至らないケースも多く、ミスマッチ対策が生産性向上への重要対策と考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・賃金上昇への期待感から、売手市場の雇用環境に対しプラス作用が働く。
求人情報誌（営業）		・2015年春入社予定の新卒の不足人数を中途採用で補充しようとする動きがあり、2～3月にかけて中途採用が活発化することが予想される。	
求人情報誌製作会社（従業員）		・例年、求人数が増加する時期になる。	
変わらない		人材派遣会社（営業担当）	・求人は増加傾向にあるが、求職者の減少により、ミスマッチが多く就労に繋がらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ガソリン価格の下落は良い傾向であるが、長続きするかどうかは分からない。春のベースアップも零細企業の多い当地では望み薄である。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、前月比0.08ポイント上昇している。ただし、新規求人数は、前年同月比では4か月連続で減少している。
		民間職業紹介機関（所長）	・求人数は前年度より持ち直してきている。内容は欠員補充が大半であり、増員・新規採用の割合は少ない。雇用を増やす企業は少ない。
	やや悪くなる	—	—
	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	一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店はギフト中心の花屋である。景気が悪いなかでも、毎年、卒業式、入学式、母の日までは売上が上がる時期なので良くなる。
		商店街（代表者）	・選挙も終わり与党が新しい経済政策等を出してくれば、少し景気回復の動機付けになる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2月は冷え込むが、3～4月は年度の入替え時期のための準備で売上が上がる。
		商店街（代表者）	・これから小中高生の様々な行事が増えるので、今月よりも活気が出る。
		スーパー（経営者）	・消費税の再増税が延期になったので、企業の計画見直しが進むと考える。
		衣料品専門店（チーフ）	・一番影響が大きいのは外国客のインバウンドの取り込みである。他店舗も前年に比べ2倍の来客数を見込んでインバウンド対策を実施している。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向けて引っ越しや1人暮らしなどが増えるため、2月下旬～4月初旬にかけて生活家電の需要が増える。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売において、待望の新型車が1月末に販売開始となる。新型車効果で来客数と受注台数が増加する。販売現場が久々に活気付く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・隣接する近所の大型工業団地、及び企業の従業員等の出入りもあることから、新たな客の増加が見込める。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・ガソリン小売価格は、高止まりから一気に下げ基調に入り、多くの顧客から歓迎する声が多く聞かれる。また、燃料代の安くなった分を他の商品購入に充てるという話を聞く。このまま、春の連休まで小売価格が上昇しなければ、行楽時期の自動車旅行での消費が期待できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・石油価格の下落により航空機の運賃が下がってくれば、人の動きも活発になり売上の増加につながる。
		タクシー運転手	・海外や国内の観光客も増えており、催し物も多いのである程度期待できる。
		通信会社（業務担当）	・毎年2月は中旬以降販売数が上昇するが、今年は月初から商戦が盛り上がるのが予想され、販売数が増加する。
		通信会社（営業）	・転出・転入の時期のため、人や物、金が大きく動く時期である。
美容室（経営者）	・2～3か月先は春らん漫の時期になるので、我々の美容業界は景気が良くなる傾向にある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		理容室（経営者）	・今月は正月明けで良くなかったが、2～3月に入ると、卒業、入学等で人の動きが良くなる可能性は十分あるので、期待したい。
		美容室（経営者）	・景気は上向く。新年明けて皆で活気のある日本を作っていくという気持ちを持つことが大事である。
		住宅販売会社（従業員）	・フラット35の金利低減や住宅エコポイント等の政策が決定したのと、再生可能エネルギーの買取制度について経済産業省の方針が発表されたため、やや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・町内の空き店舗の状況が少し改善したかと思うと、別のところが空き店舗になっている。物販店も飲食店も青色吐息といったところである。街中にマッサージ店が増えた。家賃100万円でよく経営が成り立つものだ。
		商店街（代表者）	・厳しい商況であると覚悟している。
		商店街（代表者）	・販売量は春先に増えるが、絶対必要な物以外は買わない傾向は続く。断捨離ブームにより、年配の人は買わないため新しい需要がない。その子供世代も、断捨離に対して不自由しないため、小売業にとって厳しい時代に入っている。
		商店街（代表者）	・2月は寒くなるので商店街に来る客が少なくなる。さらに3月は昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったことから、昨年と比べるとかなり厳しい状況を迎える。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・客の購買心が高まるようなプラスになる材料がない。ガソリンがかなり安くなってきているが、青果物の購買力に直接つながらない。横ばいかもしくは少し減る。客は、消費税の再増税を見越した購買行動になってくる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・2月は寒さで外出が控えられ売上減少する。物価は高騰しているが、消費者の所得が変わらないため売上増加につながらない。期待が持てる景気回復案がほしい。
		百貨店（総務担当）	・当ビルも含め周辺の商業施設のリニューアルも終わり、この地区周辺で消費を大きく刺激をする材料が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・自分の欲しい商品への関心は高いが、客の慎重な購買姿勢は変わらない。クレジット催事や特典付きのクレジット新規募集は堅調でクレジットシェアが高まっている。春の友の会募集、新入学、新社会人需要を喚起する施策により、客の購買意欲の高まりが期待できる。
		百貨店（営業担当）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減により今月も一段と厳しかったが、3月までこの状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・売上は、3月は昨年が前年比114～115%伸びているので、今年は前年比84%程度を予想、4月は昨年は前年比88%に落ちているので、今年は前年比110～111%程度を予想している。百貨店業態をみると前年比95～96%前後でありあまり良くない状況である。他の業態については、前年を下回らない水準で続いていくとみている。最近、衣料品が良くない。百貨店では、時計を含めて宝飾、貴金属関係の回復が弱い。
		百貨店（店舗事業計画部）	・春物が本格的に動き出す3月後半までは、目立った需要もなく低調に推移する見込みである。実績は、前年比で消費税増税前の駆け込み需要分が減少する予想である。一方、春節が前年よりも2週遅く、インバウンドの影響で春物が動くため、全体を下支えすると予想する。
		百貨店（経営企画担当）	・外部環境の大幅な改善がない限り、引き続き非常に厳しい状況が続くと考えられるが、地方では、短期間で外国人観光客が急激に伸びることは見込めない。
		百貨店（業務担当）	・客は、先行きに対する自己防衛意識が非常に強い。年配の方は医療費の値上げや年金の削減の話題が多い。客は今後に備えて消費を慎むという気持ちが非常に強い。
		スーパー（店長）	・昨年の3月は消費税増税前の駆け込み需要で、売上が前年比112～113%と上がった。そのため、今年は前年比93%ぐらいで推移すると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・競合店出店が多く、ドラッグストア、コンビニエンスストア等かなりできている。今後もその状況が続くので、ほとんど変わらないか悪い状況になっていく。
		スーパー（店長）	・食料品以外の商品は、昨年の消費税増税前の好調を維持できず、回復が遅くなる。
		スーパー（総務担当）	・食品は好調に売上を伸ばしているが、非食品は昨年を上回れない状況が続いている。今後もしばらくは変化がない。
スーパー（統括者）	・九州の競合他社の状況からみても今後の状況は容易でない。		
スーパー（業務担当）	・テナントゾーンの入替えが完了するまでは半年近くかかると予想されているため、閉店セールとリニューアルオープンを合わせても、ここ数か月は現状維持が精一杯である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・現状の厳しい状況がすぐに好転するわけではなく、厳しい状況は今後も続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・前年比でみると売上は若干の伸びはあるが、ほぼ横ばいで推移するとみている。
		衣料品専門店（店員）	・インバウンドは増加しているが、日本の客に勢いが無い。全体の売上増にはならない。
		衣料品専門店（取締役）	・4月は新年度需要の買物が一時的にあるが、地に足を着いたような購買行動が予想される。
		家電量販店（店員）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要で伸びたが、今年は望めそうにない。しかし、今月の下旬になって、大分景気が回復している実感も出てきた。
		家電量販店（総務担当）	・売上をけん引する商品がほとんどなく、閑散期に入るので集客に苦勞しそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・決算時期を迎え、1～3月までは今の売行きが続く。
		住関連専門店（経営者）	・円安等で原材料が高騰しており、取引先が2～3月にかけて商品を値上げする。地方の消費者の所得は上がっておらず、置き家具の買換え等の見通しは良くない。
		住関連専門店（店長）	・今は小売業にとって閑散期と言われる時期ではあるが、例年にも増して販売量が落ち込んでいる。客からも、購入意欲があまり感じられない。2～3月も伸びる要素は見当たらない。4月から新しい年度になった後も予想がつかない。
		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〕（統括者）	・外国人が多く来店している施設はプラスとなり、前年の売上を上回る傾向は続く。ただし、食料品を中心に値上げが相次いでいるため、消費者に影響が出始めるのではないかと懸念している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・求人倍率の回復や製造業の活発化は良い材料だが、個人所得の大幅な改善がなければ消費まで回ってこない。依然厳しい環境は継続する。
		高級レストラン（支配人）	・外食の機会が減っているか、もしくは低価格の店に客が偏っているようだ。
		スナック（経営者）	・年末の数字が良かった分、1月の売上が下がった。
		居酒屋（経営者）	・周りで閉店する店舗が多く、短期間で好転するような景気ではない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・順調に予約は入ってきているが、昨年が良かったのでそれを上回るのには厳しい。
		観光型ホテル（専務）	・景気が良くなる要因がみえない。
		都市型ホテル（販売担当）	・2～3月の売上予想をみると、2月は例年のごとくあまり良くない。3月は去年並みであるがまだ分からない。今後、ホテル部門の変動が予想される。
		都市型ホテル（副支配人）	・インバウンドの動きが全体を引上げて、単価をアップさせている。前年より多少上向いている。
		旅行代理店（従業員）	・4月以降の海外商品は燃油サーチャージが下がるものの、円安による現地費用が上がり、販売価格をやや値上げする。販売への影響が懸念される。
		旅行代理店（企画）	・円安が続く様子である。
		タクシー運転手	・消費税増税後、何か人の動きがおかしい。それに加えて天候もおかしいので、この先あまり期待できない。
		タクシー運転手	・商店街では客が少なく売上が良くないという話を聞いた。新しくオープンする駅ビルのオープン予定日が延びたため、これから先を考えると不安になる。
		ゴルフ場（従業員）	・昨年と比べても、芳しくない予約状態が続いている。地元客をいかに獲得するかという営業方針に切替えなくてはならない状況である。ここは踏ん張り時であるため、県外客が見込めないようであれば、地元客を少し単価の安い料金で補うという方向転換もあり得る。
		美容室（店長）	・今月は少し良くなったが、2～3か月先は大きく変化しない。
		設計事務所（所長）	・今月やや悪いので3か月後もやや悪い。先方の提示資料は3か月後に実を結ぶことが多く、今月は資料が少ないので3か月後の成約は少ない。
		住宅販売会社（従業員）	・円安による輸出産業の売上増の恩恵が、一般家庭に分配されていないような状況だ。全般的に景気が上がるのは先の話で、その頃には原油価格も上がるので悪循環となる。
		住宅販売会社（代表）	・基本的には変わらない。金利優遇策の情報が入っているので販売促進には繋がる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・地方では所得の増加はみられず、食料品を中心に生活必需品の値上げにより客の財布のひもは固い。

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
		商店街（代表者）	・毎年のことであるが卒業、入学、就職、結婚など、この時期に多額のお金が出ていくので悪くなる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・仕入原価が高止まりしており、粗利の減少が予想される。
		百貨店（営業担当）	・今、期待できるのは富裕層とインバウンドの増加で、訪日観光客の消費がかなり活発化している。しかし、一般の人にも理解できる明確な景気刺激策は必要である。一方、原油価格は下落しているが、生活必需品等の価格が上昇しているので、消費者の生活防衛思考は今後も続く。
		百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響が3月まで高まると予想される。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響で、消費者の買い控え志向は更に厳しくなると予想される。
		コンビニ（店長）	・欧州や中国などの景気の動きが心配である。安倍政権が選挙で大勝したために、思い切った政策が打てなくなったのではないかと心配している。これまでの「3本の矢」では経済が上向かない。
		衣料品専門店（店長）	・春先は少し景気が良くなって欲しいが、なかなか良い材料が見つからない。
		衣料品専門店（総務担当）	・昨年の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要があったので、その反動減で、今年は状況が厳しくなる。しかし、4月になると反動減の影響が若干好転すると考えている。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で前年の売上を確保するのは難しい状況である。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の影響が徐々に出てきている。まとめ買いが減ってきている。
		高級レストラン（経営者）	・4月に県知事選と市長選を控え、企業は選挙関連の動きがあるため、飲食や接待に出られなくなる。選挙が終わるまでかなりの痛手になる。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況も悪く、これから来客が増えそうな雰囲気がない。周りも活気がない。
		観光ホテル（総務）	・今後3か月間の収入見込みより、悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、今年は大きな動きがみられない。4月は統一地方選挙や新施設の開業などがあるため苦戦が予想される。
		タクシー運転手	・2～3か月先はベースアップで給料が上がることも考えられるが、かなり難しいのではないかと。給与の状況にタクシー利用が左右されるので、あまり期待できない。
		競馬場（職員）	・売上の前年比が伸び悩んでいる。
その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・介護報酬のマイナス改定に伴う売上減により、業界全体で収益悪化が見込まれる。		
設計事務所（代表）	・良くなる理由がない。		
悪くなる	百貨店（営業統括）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が出てくる。	
	衣料品専門店（店長）	・商店街から客の姿が消えて久しい。いろいろイベントを打つも全く効果がない。消費者のマインドは冷えて切っている。	
	高級レストラン（専務）	・市内の客の宴会が劇的に少なく、単価も下がってきている。これから歓送迎会の時期に入っていくが、どうなることか心配している。	
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	農林水産業（経営者）	・2月はもともと原料不足であるため工場の稼働に若干の影響が出る。しかし、商品の引き合いは相変わらず強い。3月は年度末で異動や行楽シーズンに入り、スーパー、居酒屋の引き合いが強くなる。3月の計画では原料となる鶏もある程度多いため、売上も上がると予想している。
		繊維工業（営業担当）	・中国からの生産回帰が期待できる。ちょうど2～3か月先ごろから影響が出てくる。
		家具製造業（従業員）	・海外からの観光客が地方でも増えているため、ホテルや旅館の改装や新装が少しずつ増えてきた。東京オリンピックもあり、ホテルや商業施設への投資案件が伸びており、家具の見積依頼も確実に増えてきた。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月は年度末もしくは期末の予算消化により取引増加が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年今後2～3月先は結婚シーズンなど贈物関係で商品の動きも良くなっている。特に今年は受注関係もいくらか良くなる。

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
		鉄鋼業（経営者）	・昨年10月以降、受注量・販売量ともに回復せず、状況は月を追うごとに悪くなっている。足元で土木関係の受注が増えてきているが、工期が長く数量が小さいため業績の改善につながらない。受注見合の生産を継続するしかない。
		金属製品製造業（事業統括）	・円安の影響で生産の国内回帰が拡大し、設備投資まで発展する可能性がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの外国生産が少し鈍くなって、国内に若干戻ってくると予想される。単価が外国生産並ではできないが、生産量は若干上向き加減になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・教育や生産方法を徹底的に解明・研究し、改善していくことで経営が良くなる。生産工場の社員教育は本当に必要である。
		電気機械器具製造業（取締役）	・当社及び関連業種のヒアリング状況からやや良くなる。
		輸送業（従業員）	・3月は決算時期でもあり、今月よりは良くなる。ただし、昨年は消費税増税前の駆け込み需要で1月下旬からかなり荷動きが良かったが、今年はその需要がないので例年並みの荷動きになる。
		通信業（経理担当）	・今後の受注に向けて、当分の間は公共分野でのIT投資が積極的に推移する方向である。
		金融業（従業員）	・消費税増税の延期や原油価格の下落など、中小企業を取り巻く当面の環境が好転してきている。公共工事の請負金額は、このところ前年を下回っているが、工事現場は繁忙度合いが強い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数や取引先から聞く投資計画から判断すると、引き続き景気は良くなっていく。
変わらない		農林水産業（営業）	・関連市況の見通しが上向きでない。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の変動をあまり受けず、販売量等があまり変動しない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合いから景気は良くなっている気配があるが、グローバル化に伴うコスト対応は厳しい。
		精密機械器具製造業（従業員）	・生産計画の変動が激しく、週ごとに変わる。車載用の部品製造としては上向きにあるが、家電用の受注量の変動が激しい。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・今のところ原油が下げ止まりさえすれば、相場が安定方向に向く。12月時点での市中相場以上に戻らなければ良くなる。
		建設業（経営者）	・営業先の様子から、客の計画数はあまり変わっていない。
		輸送業（総務担当）	・今のところ荷動きが良くなるような材料は見当たらない。
		通信業（職員）	・当社全体での受注量は増えているものの、所属部門の受注量に関しては厳しい状況が継続している。年度末まで大きな状況の変化はないと推測される。
		金融業（従業員）	・今のところ良くなる要因も悪くなる要因も見つからない。ただし、ガソリン価格が高騰すると悪くなるかもしれない。
		金融業（営業担当）	・取引先経営者のマインドは、全業種で設備投資について消極的である。設備に関し借入をしてまでの投資計画は考えていない様子がうかがえる。
		金融業（調査担当）	・取引先の設備投資意欲に変化がみえない。
		不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの稼働率が横ばいで、今後もこの傾向で推移する。
		経営コンサルタント（社員）	・少しずつ変化するのだろうが、その兆しがみえない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・特に大きな経済的な変動がなければ、しばらくこの状態が続く。
		経営コンサルタント（社員）	・客数・売上単価、共に変化はない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・地方創世に関して国が市町村に補助を行うため、人口ビジョンや総合戦略関係の調査や計画づくりがこれから始まる。そのため、多少景気が良くなる可能性があるが、それほど影響は大きくない。
その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・公共工事の割合が高い。春先はいつも投資案件が少ない。		
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・季節的な要因に加え、夏の天候不順による原料の不作で生産量の減少が見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・下期初めの生産計画に対して最新計画は減少傾向となっている。輸出車両の減少が影響している。
		建設業（従業員）	・引き合いが減少していて、積算依頼も少ない。大型工事があってもスーパーゼネコンとのジョイントベンチャーで、地元企業にとっては仕事量の確保が難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業）	・急激な円安が懸念材料である。輸入企業は採算が取れる水準ではない。
		広告代理店（従業員）	・1月の新聞折込受注枚数は前年同月比95%とやや悪い状態である。前年は消費税増税前の駆け込み需要があり多少受注枚数も上向いたが、増税後の消費意欲は下降したまま推移している。新聞折込もレスポンスの悪化により費用削減、さらには新聞購読者の減少と悪循環に陥っている。しばらくは下向き状態が続く。
		広告代理店（従業員）	・この低迷が3月まで続く。
	悪くなる	建設業（社員）	・今の段階でのゼロ債工事でも発注がないと2～3か月後は極端に悪くなる。民間工事に期待が持てる状態ではない。我々の地区は公共工事に依存している業者が多い。国は、都道府県や市町村に対して早期の繰り越し工事の発注を指導してほしい。
雇用関連	良くなる	—	—
(九州)	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人が増加する傾向はまだ続くと思われる。月間有効求人倍率は近いうちに1.0倍台に推移していく。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・3月は新年度に向けて求人数は増えるが、例年通りである。
		人材派遣会社（社員）	・求人依頼数の増加の気配がなく、このままの状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・求職者へ仕事の案内をするが、面接を複数受けている方が多い。求人が増える時期でもあるが、例年からすると直接雇用が決まったという方が多いので、4月雇用スタートの方も今から増えてくる。
		人材派遣会社（営業）	・悪くはなっていないものの、地方はいまだに閉塞感がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・どの業界でも競争が激化し、競争力のない地場の中小企業の生き残りはますます大変になっている。私ども求人広告取扱の業者も、大手間の競争が激しくなり、価格競争に巻き込まれている。昨年からの地元スーパーやコンビニエンスも吸収合併が加速し、閉店も増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・相変わらず介護関連の求人は多いが、恒常的に人材不足のようだ。製造業の求人に動きが出始めたが、2～3月の動きは読めない。
		職業安定所（職員）	・新規求人が増えるとともに、特定の業界においては人手不足の状況が続いている。また、求職者の選択肢が広がることにより、求職者のマインドに余裕が生まれ、その他の業界の雇用動向にも多少影響がある。しかし、昨年の消費税増税のような景気を左右するほどの政策は見受けられないため、状況は変わらないと考える。
		職業安定所（職員）	・地方においては、求人賃金はほとんど上がっていない。また、消費税増税の影響で実質賃金は低下している状況にあり、消費の拡大はあまり期待できない。
		職業安定所（職業相談）	・求人数、就職数とも増減幅は小さくなってきており、有効求人倍率の大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（社員）	・年度末の派遣契約終了は少なくなる傾向にあるが、派遣終了数を上回る新規派遣依頼数となるかは明確でない。派遣社員の直雇用化は微増ながら進んでいる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・企業の採用活動の対象が現3年生に移行しているが、制度変更の初年度で企業の動きが不透明のため、景気判断は難しい。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人状況を考えると、景気や外部環境の極端な変動がない限り、人手不足は解消せず、これまで同様売り手市場であることに変化はないと考える。	
やや悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・年度末需要期としては昨年並みであり、実質的には需要が減少している。	
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	コンビニ（経営者）	・学生や会社員の家族などの人事異動で、沖縄に行き来をする方が多くなっているため、期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・2月は本土から沖縄へ行くエアチケットなどが安くなるため、今よりは観光客などに期待できる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・自社内の新しい取組からの期待感がある。

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
		通信会社（店長）	・3月より学生需要が増えることと、光回線の新商品の販売が始まることから話題性もあり客数も増え、販売量も伸びることが期待できる。
		ゴルフ場（経営者）	・予約の入込状況並びに、今後の客観情勢を踏まえると、マイナスになる要素はない。好転し、更に少し良くなる。
	変わらない	百貨店（営業企画）	・この2～3か月の追い風をしばらくは継続できるものと予測しているが、引き続き客数を伸ばせるよう、今春には一部改装を行い、更なる飛躍を遂げたい。
		スーパー（販売企画担当）	・メーカーや業者などから、多くの商品が値上げされると情報がある。よって、単価アップが続くと思われるため、景気は変わらないと考えられる。
		コンビニ（経営者）	・近隣の商店街の集客力が良く、自店の来客数増を見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・自社の店舗同士でもシェアを奪い合っている状況である。競合出店による客の奪い合いが続くが、単価や販売動向からみて、購買意欲は低下も増加もせずといった感じである。今後、観光客増による客数の増加は見込まれるがオーバーストアのため、利益の確保は厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・県内の消費動向、入域観光客数の安定度合からみても、県経済は安定して推移するものと判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる兆しが見えていない。買上客数、来客数ともに前年のままで状況的にはまだまだ様子見のようである。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・正月も終わったがプロ野球のキャンプで観光客が増えている。また、旧正月もあるので、多少の売上、集客に期待している。
		旅行代理店（マネージャー）	・沖縄県も順調に観光客数が増加傾向にあり一部の観光産業でにぎわいを見せている部分もあるが、沖縄県民が国内、海外に旅行する場合は、特に特例措置などはないので旅行者数も爆発的に伸びる感じはしない。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築工事を受注しても、建築資材単価の値上がりによる利益率の低下や、下請職人の不足により、工期遅れが当面続くと見込まれる。
	住宅販売会社（営業担当）	・ローコスト系の見込み客は動いているが競合も多く、価格ありきになり、単価が低い原因になっている。付加価値商品系の見込み客を囲い込む商品力、営業力が不可欠になる。	
やや悪くなる	観光名所（職員）	・国内客の予約状況が悪い。	
	その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	・2～3月の予約状況が前年と比較して悪い。旅行代理店の担当者は、前年は消費税前の駆け込み需要がありその反動ではないかと話している。	
悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街のエリアは、外国人観光客やクルーズ等の客が見学等には来ているが、売上となるとなかなか厳しい。特に婦人服等の衣料関係が大変苦戦しているように見受けられる。小規模の個店は大変危機感を抱いている。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ガソリン価格は安くなっているが、日用品の値上げが次々発表されるたびに平日の入客が落ちていく。低単価、人手不足、仕入れの高騰と大型の居酒屋には厳しい状況が続いている。	
	観光型ホテル（マーケティング担当）	・現時点の予約状況から推測できる今後2～3か月後の稼働率は、大幅に前年同月実績を下回る見込みである。沖縄県内への入域観光客数は増加傾向ではあるものの、新規ホテルの進出等も影響し、見込としては良くない状況である。	
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・春のキャンペーンや桜祭りなど観光関連を中心にイベントが多くなることと、いよいよ開業の大型ショッピングモールの効果への期待がある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末に向け、工事が順調に行く見込みである。
	変わらない	建設業（経営者）	・モデルハウスへの来場組数が伸び悩み、またリフォームの相談件数が減少気味である。
		輸送業（代表者）	・宮古島は生コンは低調だが、アスファルトは橋の工事が終了した後も、空港補修や農道舗装などで絶好調である。
		通信業（営業担当）	・安価な仕事は次々に確保されており、今後も職員の増員は続くと思うが、職員への賃金への反映は、まだ先の事のように感じる。
		広告代理店（営業担当）	・入域観光客数は拡大傾向にあるものの、県内企業の収益はさほど伸びていないように感じる。それに伴い、県内企業の販促投資も慎重に推移するものと想定している。
会計事務所（所長）	・円安、株高の効果が地方、中小企業に対してダイレクトに良い影響を与えるにはまだ時間を要するとみられる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼は、まだしばらく増加していく感じである。既存ユーザーの追加依頼もあり、売上は上がるものとみる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・例年どおり、これから更に求人数が増える。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・雇用の拡大がしばらくは続くとみられる。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・求職者の動きがつかみにくく、企業とのマッチングに苦戦している。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・2月は1月の反動により多少求人件数は減るが、3月は1月同様に件数が増えるとみられる。
学校〔大学〕（就職担当）		・求人数は増えてはいるが、いまだ給与などに反映されてない感がある。	
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—