

## II. 景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)	良くなる	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・2月の春節ほどの外国人観光客の入込はないとみられるが、今後もアジアを中心に多くの外国人観光客が北海道を訪れるため、消費税免税制度を利用した買物が期待できる。
		観光名所（従業員）	・今年に入ってから、外国人観光客の入込の増加が著しく、その勢いに衰えはみられない。この先も海外チャーター便の定期便化の予定があるなど、さらなるプラス要素に期待できる。
その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）		・今後、雪解けの時期となり、公共工事が増加することになる。また、観光客の増加も期待される。	
やや良くなる		商店街（代表者）	・外国人観光客を取り込むことで、景気が上向きになることを期待している。
		商店街（代表者）	・過去3～4年の動向をみる限り、地元住民の来街者増加は見込めないが、ここ2年ほど、外国人観光客が微増しているため、飲食や交通関連を中心に売上の増加が見込める。
		商店街（代表者）	・1～2月にかけて、売上が前年を下回っているが、北海道横断自動車道の開通区間延長などにより、当地にも多くの道内客が訪れことが期待される。
		商店街（代表者）	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要があったため、3月の前年比は相当落ちるとみられるが、逆に4月以降は前年の駆け込み需要の反動減があったため、前年比では好転することになる。また、外国人観光客は国際情勢に変化がない限り、好調を維持し、さらなる増加が期待できる。周りからは新たな設備投資や設備更新の話も出ており、好調を裏付けている。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・周りから原油価格の値下がりや現政権の経済対策に対する期待感が語られるようになってきたため、今後についてはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・前年は消費税増税にともない、3月に駆け込み需要、4月にその反動があったため、前年との比較では3月は厳しい状況が見込まれるものの、4月以降はプラスが見込まれる。特に、衣料品関連、雑貨関係の動きが活発になることが期待される。今後、気温が上がってくれば、春物のコート、スーツ、ジャケット関連の動きも期待できる。
		百貨店（売場主任）	・大型催事への来客数の増加傾向や市場規模の大きなボリュームゾーンにおける定価品購入の客足の速さから、購買力の復活が感じられるため、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（役員）	・本州企業の進出や新しいショッピングセンターの計画などがみられることから、景気が上向いてきている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の回復傾向は今後も続く。しかし、客単価の回復が鈍く、売上回復につながっていない。ただ、キャンペーン商品などへの客の反応は良いため、客の購買意欲を刺激することができれば、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・旅客数が減少しているが、天候要因による航空機欠航によるものであるため、3月以降は回復することになる。ただし、統一地方選の影響が懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・現状はあまり良くないが、来年度の先行受注は前年よりも伸びているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・季節が春に向かい、消費が活発になることが期待される。イスラム国の影響も風評が落ち着きつつあるため、今後については期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・厳しい北海道の経済環境においても、消費拡大がみられるため、今後についてはやや良くなる。
		タクシー運転手	・これから春に向かうなかで、送別会や歓迎会などのイベントが増えるため、やや良くなる。
美容室（経営者）	・ショッピングや食事に関する話題が以前よりも多く聞かれるようになってきており、消費の活性化が感じられる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	住宅販売会社（経営者）	・今後も株高が順調に続けば、消費はより一層堅調になる。外国人観光客の入込も順調である。住宅については、あまり大きくは変わらないが、長期的には徐々に良くなっていく。
		商店街（代表者）	・中小企業や零細企業、年金生活者が多い当地では、所得水準が上がらない限り、客の守りの姿勢は変わらない。
		商店街（代表者）	・世の中全体はバブル期のようなものであるが、現在の北海道の状況からは、これまでと同じような状況がまだ続く。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・このところ、景気の良い状態が続いている。景気がさらに一段良くなるころまでは見込めないが、今後、数か月は同様の状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・前年の3月は多少なりとも消費税増税前の駆け込み需要があったため、現状のままでは前年を下回ることになる。4月以降は最近のトレンドから、前年よりもさらに落ち込むことが懸念される。
		百貨店（役員）	・景気が良くなるような状況はみられないが、消費税増税から1年が経過し、価格に対するあきらめ感が出てくることで、消費につながることを期待している。
		スーパー（店長）	・客単価が上がっているが、来客数の減少傾向に変化がみられないため、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・消費税増税以降、来客数が前年を下回り続けており、回復してこない。また、客単価や買上点数も同様である。北海道では給与の増加もみられないため、今後の景気回復は見込めない。
		スーパー（企画担当）	・株価上昇が株の非保有者に対してもマインド面で良い影響を与えているが、消費行動にはあまり変化がみられないため、今後も変わらない。
		スーパー（役員）	・3月は一時的に落ち込むとみられるが、4月からはやや回復傾向になる。ただ、今後、各メーカーの値上げラッシュが続くため、客の買上点数は今以上に低下することが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の消費税増税後から、売上が3%程度、前年を下回る状況が続いている。酒やたばこなどの免許品のほか、飲料水や菓子などの保存の効く商材の販売量が減少していることから、客の節約志向の強まりが感じられ、今後も無駄な消費をしないシビアな傾向が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・新入学などの動きが出てくることに加えて、歩道の雪がなくなることで消費者が街に多く出歩くようになることを期待している。
		衣料品専門店（店員）	・売上が前年と変わらないため、今後も変わらない。
		家電量販店（経営者）	・消費を喚起するような政策、イベント、商材があまりないため、今後の景気回復はまだ難しい状況にある。
		家電量販店（店員）	・2月は客の買い控えがみられる分、3月以降の動きが期待できる。
		家電量販店（地区統括）	・3月までは前年の消費税増税前の駆け込み需要の影響で売上が減少するとみられるが、逆に4月以降は前年の駆け込み需要の反動がないため、売上増加が見込まれる。全体としては、ほぼ横ばいでの推移となる。
		乗用車販売店（経営者）	・2月の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ものの、前々年並みの水準をキープしている。また、先行指数である受注状況も前々年の水準にある。今後、駆け込み需要の反動減から脱出することができるか、市場の動向を注視する局面となっている。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量の増加が見込めないため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・車の場合、4月からの軽自動車税の増税などがあるため、先行きの景気が良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果はあるものの、生産が追い付いていないため、今後も景気は変わらない。
	乗用車販売店（役員）	・身の回りの景気が上向いている実感がなく、今後も変わらない。	
	自動車備品販売店（店長）	・軽自動車の販売量は伸びているが、車検費用が下落している。また、メンテナンス需要の落ち込みにより、来客数の減少が続いている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・軽医療業界は低迷しているため、今後も変わらない。目立った病気の流行などがなく数字が上がらず、処方箋事業も頭打ちとなっているため、零細事業者を取り巻く環境は厳しい状況にある。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・景気対策が地方まで浸透していないため、今後も変わらない
		観光型ホテル（スタッフ）	・エージェントやWebを介したアジア圏からの観光客が引き続き好調に推移している。プロ野球の公式戦開幕や大型の報奨旅行などの好材料もみられる。
		タクシー運転手	・今後の予約状況は、前年に比べてやや減少している。同業他社もあまり変化がないとのことであるため、今後の景気は変わらない。
		観光名所（職員）	・景気回復に向けた具体的な国の施策がみえてこないため、今後も変わらない。景気が回復している実感もない。
		パチンコ店（役員）	・購買力が上がったようにみえているが、春節の影響が大きく、今後、その反動が出てくること懸念される。
		住宅販売会社（役員）	・消費税の再増税が先送りされたことで、分譲マンション市場では、当面、駆け込み需要が期待できなくなった。その結果、客も落ち着いて商材を選ぶようになっており、契約までにかかる時間も長くなってきている。この傾向はしばらく続く。
	やや悪くなる	百貨店（販売促進担当）	・生活必需品や燃料の価格は上がる一方であり、道内の先行きに明るさがみえてこない状態にある。今後、生活必需品の値上がり一般家庭に及ぼす影響はますます大きくなり、先行きの不透明さが増すことになる。
	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からの反動減が見込まれる。また、同一商圈内に大型小売店の開店が予定されており、地方都市で消費需要のバイが限られているなかでの食い合いが見込まれる。	
	スーパー（店長）	・バターなどの食品の値上がりにより、今後、客の財布のひもがますます固くなる。	
	スーパー（企画担当）	・ガソリン価格や灯油価格の値下がりがあるものの、電力料金の値上がりに加えて、2月から3月にかけての加工食品の一段の値上げなどで、従来から続く来店頻度の低下を理由とする来客数の減少傾向に歯止めがかかっておらず、消費の先行きに明るさがみえない。	
	コンビニ（店長）	・ガソリン価格が上昇に転じつつあることに加えて、商品価格も値上がり傾向にあるため、今後についてはやや悪くなる。	
	衣料品専門店（店長）	・中小企業の景気が良くならない限り、一般消費者の消費が上向くことにはならない。	
	高級レストラン（スタッフ）	・1月の荒天の影響で、電気料金やガス料金の支払が高くなって厳しいとの声が客から上がっており、主要客である主婦の外食代がしばらく削られることになる。	
	観光型ホテル（役員）	・北陸新幹線の開業により、北海道への国内観光客の入込の減少が懸念される。	
	タクシー運転手	・例年、雪のある3月までは、雪のない時期と比べてタクシー利用客が多いが、4月以降は利用客が極端に減少することになる。	
	タクシー運転手	・今後について、どういう状況になるのかまだ見通せない。景気が顕著に上向いているという話もあるが、実際のところは景気が上向いている実感もなく、先行き不透明な状況である。仮に、4月以降、賃金の引上げがあったとしても、それが消費動向につながるかも分からず、今後も厳しい状況が続く。	
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・電気料金の値上げにより、特にオール電化の住宅では電気代の増加が家計に影響してくることになり、今後も消費の低迷が続く。また、例年にないほど、市街地での雪害が大きかったことも影響を与えることになる。
	旅行代理店（従業員）	・良い要素がみられないため、今後については悪くなる。	
タクシー運転手	・好転要因が何もないため、今後については悪くなる。		
良くなる	—	—	
やや良くなる	建設業（経営者）	・公共工事、民間工事とも、土木、建築の新規受注や工事の着工が本格化するため、今後についてはやや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(北海道)		輸送業（営業担当）	・燃料価格が大幅に下がっており、海上部門では5年前の価格水準に戻っていることで、荷主への還元が進んでいる。陸上部門では軽油価格が80円/リッターとなり、収益が改善している。
		通信業（営業担当）	・ここしばらく景況感の足踏みも感じていたが、消費税増税の影響も時間の経過とともに払しょくされつつある。来春の北海道新幹線の開業や札幌市中心部での新規ビルの建設ラッシュなどと相まって、道内企業の景況感にも再度、明るい材料、兆しが増加している。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・来年度前半までは受注案件があるため、今後についてはやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・取引先の鉄骨加工業において、本州方面のスポット案件に加えて、道内案件も多数出始めているため、先行きについては明るい見通しにある。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・今以上に販売量が増えることまでは見込めないため、今後変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる要因がないため、今後変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・建築着工率が低いものの、客の工事予定がそこそこあるため、今後についてはあまり変わらない。
		建設業（従業員）	・業種によっては、人手不足の状況が、若干ながら改善傾向にある。
		輸送業（支店長）	・年度末から新年度にかけて、建材需要や土木案件がすぐに活発になることはないため、比較的穏やかな動きで推移する。
		金融業（企画担当）	・外国人観光客の入込は今後も高水準を保つとみられる。国内客はゴールデンウィークが大型連休になることや円安の影響などから、道内観光へのシフトが見込まれる。個人消費は電気料金の引上げや日用品の値上がりなどで、今後も節約志向が変わらず、伸び悩む。
		司法書士	・前年の同時期よりも向上になることを期待しているが、現時点では明確な答えは出せない。
		司法書士	・地方創生などの政策が実際に動き出すのは予算成立後であるため、2～3か月先に景気が良くなるためには、すでに政策が実行されている必要があるが、実際にはそのような状況はうかがえない。地方の景気回復はまだまだ先になる。
		コピーサービス業（従業員）	・取引先の業績が好調であるものの、今がピークとの声も多く、今のうちに買えるものを買おうという考えが多くみられる。ただ、客先からは、今後、急に景気が悪くなることもないとの声が上がっているため、変わらないまま推移する。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・景気回復につながるような要因は見当たらないため、今後変わらない。
やや悪くなる	家具製造業（経営者）	・株高や首都圏の過熱気味な景気が、何らかの弾みで調整局面に入ることが懸念される。	
	建設業（従業員）	・設計事務所の手持ち業務が、多くの事務所で減少している。また、建設会社が営業対象としている工事の案件数も前年と比較して格段に減少している。	
	司法書士	・報道では大都市圏での景気回復が伝えられているが、地方がその恩恵を受けるのはまだまだ先のことになる。	
	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・市況予測から前年よりもやや悪い状況が続くとみられる。	
雇用関連	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・大規模病院や介護施設、公共施設などの新設が計画されている。ただ、人材不足が足を引っ張ることが懸念材料となっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・運輸業など、ガソリン価格の値下がりや追い風が吹く業界と、円安の影響で逆風が吹く業界があり、今後も業界によるばらつきが出ることになる。ただ、求人件数は全体的に増加傾向にあるため、今後については、多少は景気が良くなる。
職業安定所（職員）		・今後の賃金の上昇が、大企業だけでなく、地方や中小企業にも好影響を与えることになり、景気のさらなる底上げにつながることを期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新卒者の就職活動が3月から開始されるが、人事担当者が新卒対応に忙殺されることで中途採用の動きが鈍くなる恐れがある。ただ、こうした動きは3～4月の短期的な動きとみられる。
		人材派遣会社（社員）	・企業に採用権限がある以上、企業ニーズに合致しない人材があふれている現状は改善されず、就職できる人とできない人の二極化が進み、格差が広がることになるため、景気が回復するとはいえない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・小売業のほか、医療、福祉、介護系の求人が増えてきている。ただ、小売業は外国人観光客増加への対応、医療、福祉、介護系は慢性的な人手不足によるものとみられるため、必ずしも景気が上向き兆候とはいえない。
		職業安定所（職員）	・円安傾向に変化がないことや、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。ただ、景気悪化の要因は以前よりも影響が小さくなっている。
		やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここ最近続いていた募集広告の売上の微減傾向に歯止めがかかれば良いが、2月の売上が前年を上回ったことは一過性のもものとみられるため、求人企業の微減傾向が今後も続くことが懸念される。
		—	—

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東北)	良くなる	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度以降になれば、おそらく動きが出てくるのではないかと。ただし、前年の消費税増税前の駆け込み需要で一時的に上がった売上と、その後のマイナス分を考えると、今年の動きはおとなしいものとみている。
		タクシー運転手	・国際会議があり多くの人出が見込まれるため、タクシー業界やホテル業界などは景気が良くなる。また、震災で不通となっていた街中の道路が復旧したことで、観光面でも良くなっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・3月には当地で大きなイベントがあり、来街者の増加が見込まれている。また、各店でもその対応策の検討がおこなわれており、努力が報われることを期待したい。
		商店街（代表者）	・今年は前年よりも吹雪などの雪の日が少ない。少しずつ春めいてきており、春に向けて4～5月と少しずつ来客数が増え始めていく。また、街中にもイベントなどで様々な人が来るので、特に学生との連携を強化することで、若い人の集客を増やしていきたい。
		商店街（代表者）	・寒波や積雪の被害も少なかったことから、早目の春を迎えそうである。例年より半月以上も早く季節商材が動き始めており、少しずつ消費が上向き気配がある。
		百貨店（総務担当）	・ここ最近客の購買意欲が落ちておらず、年末商戦、初売り、バレンタイン商戦など、きっかけがあれば消費につながっている。そのため、政策や企業の自助努力など何らかのきっかけがあれば、景気も少しは上向きではないか。
		百貨店（営業担当）	・4月以降は、前年の消費税増税後の冷え込みの反動により、売上自体の前年比はプラスになる見込みである。また、消費税増税後に季節が一巡したことで、衣料品などのアイテムの復調を期待している。
百貨店（経営者）	・春物シーズンのなかで、百貨店の主力となるファッションアイテムが活発に動き始めており、この流れは継続していく。また、一部では賃上げの動きも出てきており、前年の消費税増税後との比較は別として、消費者マインドとしてはプラスに働くとみている。		

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（経営者）	・円安の傾向は、一部の輸出関連大手企業には恩恵を与えているが、地方の中小企業にはあまり好影響がみられていない。しかし、最近の原油価格の下落傾向は、ガソリン代、暖房費など様々な場面で地方の一般消費者にも景気回復に対する好印象を与えているのではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の前年割れ幅は縮小しており、このままの推移であれば、単価で吸収できる見込みである。
		コンビニ（店長）	・一般品の一部値上げに対する懸念材料はあるものの、来客数が増加に転じる時期になるため、販売チャンスは正確にとらえたい。
		衣料品専門店（経営者）	・今が最低の状態であり、これ以上悪くなることはない。
		衣料品専門店（経営者）	・春夏物の本番を迎えるため、少しでも活気が戻ることを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・春物商品の立ち上がり早く実売期にも期待が持てる。また、単価が稼げるビジネス衣料の動きが良いなど、次年度以降につながる要素も出てきている。
		乗用車販売店（経営者）	・3月末に主要車種のモデルチェンジが予定されており、大いに期待している。
		住関連専門店（経営者）	・当店は耐久消費財を多く扱っているが、2～3か月先の予約が結構入っているため、多少は良くなるのではないかと期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・日経平均株価の上昇と、春闘の高額ベースアップ要求が一定割合で叶う予測であり、景気の上向き感が増すとみている。
		高級レストラン（支配人）	・祝い事などには一般客の消費も増えていくとみている。
		一般レストラン（経営者）	・3月は歓送迎会がある。4月に入れば気温も暖かくなり花見のシーズンになるので、客足が増えるのではないかとみている。
		スナック（経営者）	・少しずつ暖かくなってきており、通りにも若干ではあるが人通りが増えてきている。これから歓送迎会のシーズンとなり、気温の上昇とともに団体客などの動きも出てくるのではないかと期待している。
		観光型旅館（スタッフ）	・来客数が伸びているのは良い兆しである。エリア全体の来客数と単価が伸びることを期待している。
		都市型ホテル（経営者）	・ガソリン価格は比較的安値で安定しており、春先へ向かう高揚感ともリンクして、遠出を含む外出傾向が増えるのではないかとみている。また、そのことによる個人消費を期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず除染や復興に伴う宿泊が期待できる。また、レストランは花見シーズンでの来客が多く期待できており、さらに、宴会は前年並みの歓送迎会数を確保している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、婚礼、宿泊は前年比プラスで推移している。また、直近での変動が大きいレストランなどは良くなる実感が薄いものの、その他の部分では順調に人の流れがでてきており受注にもつながっている。この流れを切らさないよう、そして、更なる取り込みのため、魅力ある商品作りをしていかなければならない。
		旅行代理店（経営者）	・ベースアップにより賃金が上昇し、消費に回ってくるという期待感がある。しかし、客はテロを警戒して海外旅行を手控えており、それが国内旅行にまで影響することを心配している。
		観光名所（職員）	・国内の客はほぼ横ばい状態であるが、台湾、マレーシア、タイなどからの海外の客が増えている。現在もこれらの客の分が上乘せ分として伸びており、この客をうまく捕まえることができれば、今後も伸びていくとみている。
		観光名所（職員）	・春になり行楽客が動き出すので期待している。
		遊園地（経営者）	・春に新アトラクションが稼働するので、一定の集客を見込んでいる。また、今シーズンから入園料を震災前の価格に戻す予定である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・販売単価が上昇しており、粗利の確保もできている。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・省エネ住宅エコポイント制度導入による追い風を期待している。		
変わらない	商店街（代表者）	・食料品の値上げも落ち着いてきているので、今月同様に3か月先でも良い状態が続くことを期待している。	
	商店街（代表者）	・政治経済の先行きに不安があり、ものを買う気持ちになれないのではないかとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・世帯ごとの貯蓄金額は増えているにもかかわらず、消費性向に変化がみられており、消費に対して必要であるかないかという選択をする時代に入っている。そのため、売り出し期間以外の一般消費に関わる状況は相変わらず厳しい。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・売上は平均値で推移しており、今後も特別に良くなるということはない。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・4月のベースアップもほとんど一流企業での話であり、中小企業、零細企業の人達には全然話題にも出てきていない。その家族が使うお金も非常に厳しくなっており、この状態はしばらく続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・今まで以上に健康や美容に関心を持つ客が増えてきている。今後2～3か月はこの傾向が続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・株価も上昇しており、当面の間は状況が悪化する要因が見当たらない。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・消費はまだまだ低迷するとみている。
		百貨店(売場主任)	・地方は、都心部の景気の良い報道とは無縁だという割り切り感がある。先行きが良くなる要因も見当たらないなか、景気が好転するとは考えにくい。
		百貨店(営業担当)	・少しは上向きの傾向にあるが、更なる増税を見込んで消費を控える傾向は変わらない。
		百貨店(経営者)	・消費税増税後は、衣料品を中心に不要なものは購入しない傾向が続いている。客単価も減少しており、慎重な買い方に変化はみられない。
		スーパー(経営者)	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、前年比の見た目が悪くなるのは仕方がない。
		スーパー(経営者)	・食品メーカーなどの値上げはあるものの、原油安で家計の暖房費、企業の輸送関係費などの軽減や、業績の良い企業の賃上げも期待されることから、前年の消費税増税前の駆け込み需要に届かないまでも、消費支出の改善を期待している。ただし、地方選もあり、実際に消費が拡大好転するまでにはもう少しばかりの時間を要するとみている。
		スーパー(店長)	・1点単価、客単価の落ち込みに加えて、来客数の減少も目立ってきている。今までよりも節約志向がはっきりしてきており、この傾向は続きそうである。
		スーパー(店長)	・加工商品などの値上げは続いており、現状からの変化はない。
		スーパー(店長)	・これからも値上げが続くので、まだまだ景気は変わらない。
		スーパー(営業担当)	・円安の影響で一部の食品が値上がりしており、価格に敏感な消費者の購買に影響を与えている。
		スーパー(営業担当)	・4月以降は消費税増税後との比較となり、前年比は良くなるとみている。しかし、地方の春闘の賃上げ要求額をみても東京を中心とする大都市の企業とは大きくかけ離れており、景気好転の兆し、街角景気が回復しているという新聞記事と実情は大きく違っている。
		コンビニ(経営者)	・前年との比較、また、2～3か月前の数値との比較でも変化は少ない。良くも悪くもなく、継続して上向いているわけでもないで、今後も現状維持のままではないか。
		コンビニ(エリア担当)	・競合店の出店は今後も続く。
		コンビニ(エリア担当)	・これ以上、環境が良くなるような見込みはない。
		コンビニ(店長)	・ここ数か月続いている来客数の回復傾向に変化はなく、ガソリン価格が低下していることが一つの要因ではないかとみている。しかし、単価は前年より下回っており、外出する回数が増えても買い控えの傾向はまだまだ続いているので楽観視はできない。一時期のような暗い展望はないが、これがいつまで続くかは不透明である。
		コンビニ(店長)	・春になると、経費が減少し来客数が増加するので良くなる。ただし、県内初の競合店が大々的に出店してくる予定であり、大きな不安が残る。
		衣料品専門店(経営者)	・経済的に余裕のある層の購買は上昇するが、一般的な層の購買はますます慎重になり、全体では厳しい状況が続くのではないか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・卒業や入学シーズンを迎えるため、新社会人の対応商品の売り込みや、入学の制服販売強化に努めて難局を乗り越えた。
		衣料品専門店（店長）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要でたくさんの来客があり、2～3月にこの数字を超えることはかなり難しい。また、4月以降は駆け込み需要の反動減により数字が良くないが、前年比に期待ができるかといえば客の様子からはそれも厳しく、楽観視はできない。
		衣料品専門店（店長）	・ビジネスマンの消費は現状も買い控えが多く、この傾向はしばらく続くとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、売上が伸びた月である。そのため、現在の推移からは3月の前年比は厳しい。今の段階では、景気及び消費者の消費行動は変わらないとみている。
		家電量販店（店長）	・売上の前年比は落ち着くとみているが、来客数が戻っていない。
		家電量販店（店長）	・天候が良ければ更に需要が伸びるとみているが、今のところは良い材料も悪い材料もない。夏場の天候にもよるが、電化製品はエアコンなど季節商材の売行きが気になる。
		家電量販店（店長）	・ガソリン価格の低下により、客の行動範囲が広がることを期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月は来客数の動きに変化はなく、その先2～3か月で状況が良くなるとは考えにくい。
		自動車備品販売店（経営者）	・客は兼業農家が多く、そのため、今期の多い積雪が今後の農業に影響を与えるのではないかと懸念している。
		住関連専門店（経営者）	・2～3か月先には春の異動などがあるが、節約志向が続いているので単価的なものはあまり変わらない。大手企業は大分回復しているようだが、地方の中小企業ではまだ足元が悪い。高級志向が戻るのはまだまだ先である。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・春先までは景況に影響がでる要素はなく、地元飲食店は低調であるものの、都市部ではあまり変化はないとみている。この先は歓送迎会のシーズンを経て、ゴールデンウィークの観光シーズンとなるので、一定の売上は期待できる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・周囲からは、年度が変われば再度厳しい状況になるとの話を聞いている。先の見込みの話や商談が少なく、業者や企業でも良いところと悪いところの偏りがあり、市場のお金のまわり方が鈍くなってきている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上の低迷は本当に苦しい。なんとか現状維持を保たなければならないが、先行きの不透明さに底知れぬ不安があり、毎月、月末を迎えるのが怖い。これからは天候も少しずつ良くなり、消費者の購買意欲も今までとは違ってくるとはみているものの、先の景気よりも今というのが本音である。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・前年の消費税増税の影響が落ち着きつつある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・地元では中間貯蔵施設の見通しがつき、除染事業が順調に動きそうである。今後は運送業務を中心に軽油の需要が増えるとみているが、一般消費が上向くかは予想が難しく、結果的に横ばいで推移するのではないかと。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・販売価格が変動しても販売量は変わらない。今後も大きな変化は望めない。
		高級レストラン（経営者）	・良くなる要素はないものの、春とともに少しは動きが出てくるのではないかと期待もある。
		高級レストラン（支配人）	・この先の予約状況をみても、あまり景気が良くなるような見込みはない。また、市場はこれ以上広がることがないため奪い合いとなり、今の段階では状況はどちらともいえない。
		一般レストラン（経営者）	・ここ数か月は、政治的にも経済的にも変動しないのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・景気の回復が地方まで行き渡っていないことと、長引いた不景気にレストランというジャンルが取り残されてしまっている。仮に景気が回復したとしても、劇的に来客数が増えるとは考えにくい。
		一般レストラン（経営者）	・周囲の様子をみても、あまり良い状況とはいえない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・先々の予約状況があまり芳しくない。4月の地方選挙の影響も多少あり、これから春～夏にかけての予約状況はみえない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・5月には東北六魂祭があり、それに向けて当県の注目度も増していく。ただし、3月には北陸新幹線開通という大きなイベントもあるので、そちらに多く客の目が取られてしまうのではないかとみている。東北全体としては観光客の数はそれほど伸びないかもしれないが、東北六魂祭と合わせればプラスマイナスゼロになるとみている。この後は北海道新幹線開通もあるので、ここは頑張って乗り越えていきたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況は人数、金額共に少なめであり、前年を若干下回っている。
		旅行代理店（店長）	・当県においてデスティネーションキャンペーンがある。そのため、4月以降の先行受注は前年を上回っているが、先行きの不透明感は否定できない。
		旅行代理店（従業員）	・旅行に関しては、まだまだ様子見の状況が続く。
		タクシー運転手	・客との会話のなかで、時々消費税率10%への引上げについての話題となる。これは、客のなかには消費税率10%への不安があるからであり、このような状態で景気が良くなるとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・平成27年度予算をどのように活かせるかが鍵になるとみている。しかし景気のよし悪しが表れるのはもっと先であり、この先3か月の状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・株価が上昇しても、富裕層だけが利益を得る状況では全体の景気向上には結びつかないため、当面は現状維持とみている。政府の景気改善施策が必要である。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しく、状況に変化はないとみている。
		通信会社（営業担当）	・大手通信会社の顧客の争奪戦が始まっているが、客は冷静に判断しているためか、まだ影響は表れていない。また、オリジナル商品の契約が順調なため、売上はやや上向いている。ただし、今後は格安スマートフォンやセット割引の新商品の登場に巻き込まれる可能性は大きい。生活費の見直しや節約志向が強まることも考えられるため、大きく消費が改善するような期待はできない。
		通信会社（営業担当）	・このまま円安が続くので状況も変わらない。
		テーマパーク（職員）	・春休み、ゴールデンウィークでは来客数及び売上も上向きになる見込みであるが、他の平日は入込予想との間に大きな差異はないとみている。ただし、当地を題材としたドラマが放映される予定であり、その影響による入込増加を期待している。
		美容室（経営者）	・直接的な消耗品であるガソリンの価格が下がっているのでも、生活費のなかである程度は美容室に回すお金ができていないのではないかとみている。ただし、この状態は一過性のものである可能性もあり、しばらくは様子を見ないと判断はできない。
		設計事務所（経営者）	・2～3か月先はともかく、その先の状況がどうなるかはわからない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅物件の伸びが緩慢である。介護施設及び工場物件などの一般物件受注が良いので、受注金額的には満たされているが、今年中盤の伸びに不安がある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費に関して良い要素が全くない。物の値段も上がっているのでも、景気はやや低迷するとみている。
		スーパー（総務担当）	・ガソリン価格が反騰し、客の生活は厳しさを増している。ここに来て、消費税増税の影響がじわじわと出てきている。
		コンビニ（経営者）	・会社の閉鎖などで無職の人が増えてきている。働く場所がなく収入のない人が多いので、売上の増加はあまり見込めない。
		コンビニ（経営者）	・飽和状態と思われるコンビニ業界であるが、競合他社の出店が続いており、状況はますます厳しくなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・競合環境の悪化が予想されている。また、円安による原材料の高騰は値入率を悪化させ、店舗収益の悪化にもつながると懸念している。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数減少の動きが全く変わっていないため、悪くなっている。
		家電量販店（従業員）	・客単価は上昇しているものの、来客数が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降の自動車諸税の実質増税による、販売数の減少を懸念している。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税や、エコカー減税厳格化により、今後は少し販売量が減少するとみている。
		乗用車販売店（店長）	・4月以降はエコカー減税の厳格化が予定されており、需要が更に冷え込むとみている。

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		
		観光型ホテル（経営者）	・現在の入込は、前年比で1割の減少となっている、また、国際会議が3月に開催されるが、我々のような和式の旅館には影響が少ない。		
		観光型旅館（経営者）	・3月は前年よりも予約の動きが悪い。東北やこのエリアに関しては、旅行や観光のマインドが低く、客が増えるような気配がない。		
		競艇場（職員）	・2～3か月先に目玉商品があるものの、それ以外の商品については、販売量が以前と比較して落ち込んでいる状況が続いている。全体的に客の購入量は減少していく傾向にある。		
		美容室（経営者）	・物価は上がるのに年金は上がることはないため、介護をしながら年金生活をしているような客には負担が大きく、景気の回復などは全然実感できない。		
		設計事務所（経営者）	・学校の耐震改修工事が平成27年度で完了するため。		
		悪くなる	百貨店（売場担当）	・前年の3月は、消費税増税前の駆け込み需要により、売上が2けた伸びるという異常値を出した月である。そのため、この前年比を上回るための施策を行っているものの、なかなか売上に結び付いていない状況である。ただし、大きいサイズの婦人服は、固定客の動員の成果と、今年にライセンスがきれる海外ブランドへの駆け込み需要があり、最終着地は前年比100%になる見通しである。	
		スーパー（経営者）	・アベノミクスの負の遺産である円安が過度に進み、値上げが続いている。また、食料品も値上げラッシュが続いており、生活防衛意識が更に高まるとみている。		
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・食品関連の相次ぐ値上げで、客の財布のひもは固くなっている。		
		一般レストラン（経営者）	・前年末の大きな選挙が尾を引いているうえに、当地では更に4月、10月にも選挙が控えている。その影響で人が夜の飲食に出てこなくなることは既に予想がついており、接待客が多い当店では直にその影響を受けるため、悪くなるとみている。		
		企業動向関連	輸送用機械器具製造業（経営者）	・設備投資においては、自動車関連以外の他分野でも活況を呈している。	
		(東北)	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・国際会議開催による人の流入を期待している。
				木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数はやや上向くとみている。
電気機械器具製造業（企画担当）	・スマートフォン、パソコン、タブレット端末など、電子デバイスが使われる電子機器の市場動向は、今後も好調を維持し続けるとみている。				
広告業協会（役員）	・3月は季節的な要因もあり、前年の消費税増税前の駆け込み需要には追い付かないものの、各媒体共に引き合いが活発のようである。				
経営コンサルタント	・春の賃上げに期待している。				
その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・地元向けの出荷が好転しているため、今春の歓送迎会、花見などの酒類需要に大きく期待している。				
その他企業〔企画業〕（経営者）	・2020年の住宅の省エネ基準適合義務化に向けて、業界の取り組みが活性化するとみている。				
	変わらない	農林水産業（従業者）	・農協による前年の米価下落に伴う原発賠償請求の申請がおこなわれた。これにより、前倒しで消費や生産資材の購入にまわすことができるので、気持ちに少しの余裕が出て楽になっている。		
		農林水産業（従業者）	・農業情勢は依然として厳しいものの、前年産米の価格下落に伴う米価変動交付金の入金が見込まれている。		
		食料品製造業（経営者）	・円安の影響で3月からいろいろな食品が値上げとなり、家計に影響が表れるとみている。		
		食料品製造業（営業担当）	・新商品投入により売上改善を目指しているが、現状を抜け出すのは難しい。		
		繊維工業（経営者）	・良くなる事を期待しているものの、店頭の販売行きに期待が持てない。		
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・企業立地補助金などの震災復興予算の効果が表れ、景気を下支えしていくとみているので、景気はそのまま変わらない。		
		土石製品製造販売（従業員）	・ガソリン価格の変動がなかなか落ち着かず、最近はまだ値上がりしてきている。また、電気料金なども上がる一方であり、工場の稼働に大きな影響を与えている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末の駆け込みの受注もあるので、状況は特に変わらない。
		建設業（経営者）	・物価が安定し、工事の受注が増えるとみている。
		建設業（企画担当）	・徐々に首都圏工事の影響が表れるとみているが、しばらくは現状のまま推移する。
		輸送業（経営者）	・物量は横ばいの状況である。また、燃料費は一時的には値下がりをしたものの、この頃は値上げの傾向にある。景気回復を実感できない。
		通信業（営業担当）	・予断を許さない状況であり、顧客に対するきめ細やかな働きかけをする必要がある。
		通信業（営業担当）	・政治の効果が実感できない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		広告代理店（経営者）	・新年度で例年通りの発注量は見込めるものの、価格の引き下げによる影響が出るとみている。
		広告代理店（経営者）	・4月以降の動きが鈍いままである。また、見込みでは堅調だった東京方面の動きも、2～3月の実態では鈍化している様子である。
		司法書士	・全体的な流通量が少なく、値ごろ感のある不動産しか売買されていない。
		公認会計士	・小売り関係は消費税増税からの売上回復が芳しくなく、回復にはもう少し時間がかかるとみている。また、建設関係は横ばい状況が続く気配であり、飲食業は売上、利益共に増加傾向にある。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新たな動きはなく、今後も現状維持で推移する。
金属工業協同組合（職員）	・依然として、受注量、売上高による企業間格差がみられているが、ここきて企業間格差が拡大している。また、業績が伸びている企業においても、人手不足、長時間残業が続いている。		
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・商品の特性上、大きく売上が落とす具体的要因は見当たらない。しかし、原材料の値上げがいよいよ現実味を帯びており、楽観視はできない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末が終わると、発注が冷え込むとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、国内受注の減少に加え、新興国向けの日供部品の需要の減少が悪化要因となってきている。
		建設業（従業員）	・年度初めにあたり、一時的に公共工事の発注が鈍化する見通しである。
		コピーサービス業（経営者）	・大口案件の数が少なく、小口案件も減少しつつあるなか、中小企業の経営者には相当の危機感を感じている人が多く見受けられている。
悪くなる	○	○	
雇用 関連  (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・マイナンバー制度や電力システム改革により、IT、システム関連の需要が高まっているため、求人数が増える可能性がある。
		アウトソーシング企業（社員）	・業界全体の仕事量が増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地域では、地方創生の補助金を活用した振興策により景気浮揚感のムードが少しずつではあるものの盛り上がりつつある。しかし、その外の地域、特に被災地域との格差はますます大きくなりつつある。
		職業安定所（職員）	・平成27年1月の有効求人数は前年比16.1%の増加であり、2か月連続で2けた増加となっている。また、新規求人倍率は2.04倍と8か月連続で2倍を超し、好調が続いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・相変わらず小売業、外食産業、中堅中小企業、建設業の人材不足が解消していない。そのため、募集活動を積極的に行う企業が多い。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数の増加が見込めない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・再来年4月には消費税率10%への引上げがあるため、景気の腰折れを心配している企業が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告に関して、新しい動きはみられない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率の高水準は継続するとみている。しかし、数件の事業所廃止の情報があるので、全体的な景気は変わらない。	

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
		職業安定所（職員）	・求人数は増加している。しかし、円安などがデメリットとなっている業種からの、事業主都合による離職者が増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	・求職者は減少しているが、在職求職者の割合が増えて全体の3分の1を占めている。その反面、会社都合退職者が2割減少しているため、求人の高止まり状態に変化はない。
		職業安定所（職員）	・食品製造業で工場閉鎖による雇用調整の情報があるものの、大規模な量販店の進出も予定されている。
		職業安定所（職員）	・全業種で人手不足が継続している。特に製造業では、人手が足りずに思うように生産量を上げられないところもある。また、予定されていた工場の完成が人手不足による工期の遅れでずれ込み、求人の申込み後も後ろにずれ込んでしまう状況も見受けられている。ただし、それ以外では全体的な変動要因はみられない。
		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。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。
		民間職業紹介機関（職員）	・全職種において多少の増減がみられるものの、全体的な求人状況に変化はない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・この第4四半期は抵触日を迎える取引がピーク状態であり、今後2～3か月先の業績に暗雲をのぞかせている。
悪くなる	—	—	

### 3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北関東)	良くなる	商店街（代表者）	・北陸新幹線延伸、名刹ご開帳、大河ドラマ効果に期待が持てる。
		コンビニ（経営者）	・春めいてきて人の動きも活発になってきた。雪の心配がなくなったのが一番である。雨は一時のことなので、よほど災害につながるような豪雨でない限りは数日降る長雨でも2日目は通常どおりに戻る。きめこまかな品ぞろえや接客でここ2～3か月は数字が伸びる。
		観光型ホテル（経営者）	・国の観光施策として大きな助成金がある効に働くと思うことと、4月からはタイのソクラン等インバウンドが増加する見込みで、更に5月はゴールデンウィークがあるので、現在よりは良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・春、新年度を迎えることにより客の動きがやや良くなり、購買力も上がるのではないかと期待している。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・当店では今、学校関係の新入学生の販売を進めており、毎日ちょこちょこ注文が入ってきている。こういう状況から、少しは良くなるのかという感じがしている。実際なかなか良くなるようなことはないが、頑張っていきたい。
		百貨店（営業担当）	・株価も堅調に上がっているということと、春闘、春を迎え賃上げの雰囲気も徐々に出てきているので、すべてではないにせよ賃上げ傾向が表れてくると思うので、今より悪くなることはない。若干上向くような気がしている。
		百貨店（店長）	・株価が上昇し、上場企業は好業績との報道があるが、3～4月にかけて円安による原材料費の高騰で、複数社から商品値上げの話が来ている。節約志向は続くだろうが、ベースアップに期待している。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税の影響についても、本当に微々たるものだが、9掛けとはいえ徐々に売上が上がってきている感じがするので、先行きは多少良くなる。
		スーパー（統括）	・今年の春闘はベースアップや賞与支給率の上昇が予測され、報道が出てくるにつれ、多少なりとも消費マインドが好転すると期待できる。
		コンビニ（経営者）	・今年は4～5月に名刹のご開帳が行われるので当地域もある程度盛り上がるのではないかと考えている。また、昨年のような消費税増税の後遺症もなくなるので、多少の上向きが期待できるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・円安、株高で一部大企業には追い風であるが、日本の抱える人口減少、高齢者社会、消費税増税等、先行きに不安を感じるため、消費には厳しい環境が続く。そのような状況下ではあるが、賃金増や企業業績改善でやや良くなるのではないかと思う。
		衣料品専門店（統括）	・これから2～3か月後は、やはり季節的なこともあると思うが、気温の変化とともに消費者の動きが良くなっていく。街の中にも人が多くなっていくと思うので、歳末から正月、2月にかけてよりは良くなる可能性がある。
		住関連専門店（経営者）	・今回、全国的な規模での給与の見直しが実践されれば、多少は消費活動が活性化するように思う。地方企業においても従業員の確保のために前年を上回る賃金増が行われるとみている。人手の問題でも、求人数は増加傾向にあり、経営環境はあまり良くないものの間違いなく賃金は増加すると考えている。
		一般レストラン（経営者）	・今がとにかく悪いので、天候と共に明るい状況が増えてくれないとならないところだが、とは言え地方が本当に潤うようになるかは疑問である。
		一般レストラン（経営者）	・近隣都市の自動車工場が好調であり、工場に部品を供給する企業の業績も良くなりつつある。そうした企業でこの春の賃上げが大幅に実施されれば消費に回る分が増え、地元小売業にも良い影響が出始めるのではないだろうか。
		一般レストラン（経営者）	・2月後半に入り、客足も多少増えており、出控えの反動が多少明るいムードがある。
		スナック（経営者）	・北陸新幹線の延伸と名刺のご開帳が重なるので4～5月は良くなってももらわないと困る。
		観光型旅館（経営者）	・春になると県外からの客も動き出すため、前年並みとなり、現状よりは回復する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線の延伸や名刺のご開帳などがあり、当地域は非常に活性化しているため、2～3か月先までは景気は良くなる。ただし、それ以降は不明である。
		都市型ホテル（副支配人）	・予約状況から、インバウンド関係だけではなく、スポーツ関係を始めた団体予約も好調に入ってきている。今後の個人予約の動向にもよるが、少なくとも前年より落ち込むことはないのではと判断している。
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンからオンシーズンに入るので景気は自然と良くなるが、あわせて地区内にある神社、仏閣の式年遠忌イベントがあるので来客数の増加が見込まれる。
		旅行代理店（営業担当）	・4～6月にかけて旅行需要が高まるため、やや良くなる。
		テーマパーク（職員）	・昨年に比べて冬後半の天候が良い日が多いことから、来客数が伸びるのではと期待している。
		観光名所（職員）	・3月の北陸新幹線延伸、4月からの観光シーズン開始に伴う来客増に期待している。
		ゴルフ場（支配人）	・気温の上昇とともに予約が良好な方向に向かう。今月、来場者の予約はよく入ってきている。
		設計事務所（所長）	・決算月を迎えるのでイベントや折り込みなどを企画している。今月よりは活気があり、良い方向に向かうのではないかと期待したい。
	変わらない	商店街（代表者）	・陽気が良くなり出かける機会が多くなる。前年同時期は良い数字が取れたが、天気次第ではないか。
		商店街（代表者）	・今月の半ばごろまではガソリン価格も低かったがここにきて非常に上がってきている。また、雪と寒さで確実に必要な物は買うが、必要でないものはほとんど買わなくなっている。先行きもこのままいさそうである。
		商店街（代表者）	・まだこれから高校入試があり、高校生への販売がある。また、入学すればクラブ等も始まるので、この2～3か月はなんとか変わりなく商売していける。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・統一地方選挙が話題にのぼっているが、選挙は景気浮上とはならない。当業界は仕入値が高止まりしているため、客も考えて買物している。寒さが続いているので、暖くなるまでは人の動きは悪い。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・新年度に向けて、商品の動き、売上増を願いたいところだが、今のように商品の動きが悪いと大型店同士の価格競争に巻き込まれ消費者が価格に走り、付加価値を売る専門店や小売店はますます厳しい状況である。消費者が価格に左右されているうちは景気が良くなる要素はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔乳業〕(経営者)	・悪いまま推移する。末端消費の回復に対する施策がほとんどない。
		百貨店(営業担当)	・昨年は消費税増税により3月と4月以降とで明暗がはっきり分かれたが、今年は当月までの売上の流れをベースに考えると大きく変わる要因が見当たらない。
		百貨店(販売促進担当)	・地方都市では給与増等の可処分所得の増加も見込めず、インバウンド需要等のプラス与件も皆無であり、依然として厳しい状況が見込まれる。
		百貨店(店長)	・消費動向は弱い。
		スーパー(経営者)	・個人消費の傾向は変わらない。
		スーパー(店長)	・消費税増税から一巡する時期となるので、感覚的には消費は順調に感じると思う。
		スーパー(商品部担当)	・今年度に入り、主要商材の値上げ傾向が消費者の購買行動にどう影響するのかがみえない。過去の値上げでの変動傾向を見ると変化がないように感じられる。
		コンビニ(経営者)	・これ以上は悪くならないと思う。
		コンビニ(経営者)	・来客数はいくらか増えてはいるが、客単価が低いので、今後も変わらない。
		家電量販店(営業担当)	・景気は地方にはまだ届いていない。中小企業の仕入量が増えず、最低限の購入しかない状態である。
		乗用車販売店(経営者)	・3月の決算時期を過ぎると受注は減少する。
		乗用車販売店(経営者)	・エコカー減税も減税幅が縮小される4月以降は販売量が減ることが懸念される。
		乗用車販売店(販売担当)	・例年3～4月は就職の決まった新卒者などが車の購入を考える時期だが、今年は1～2月が極端に悪かったので、販売台数はさほど増えるとは思っていない。ミニ展示会やチラシは配っているものの、来客数が極端に少ないので、そんなに伸びる要素はなく、現状維持である。
		乗用車販売店(統括)	・毎年、年度替わりの4月は市場が静かになってしまうためである。
		乗用車販売店(営業担当)	・この時期になると少子高齢化、人口減、若者のクルマ離れの影響を痛感する。既存ユーザーとの付き合いがより一層大事になってくる。
		乗用車販売店(販売担当)	・今月は上旬、車の販売が好調だったのでこのままいくのかと思っていたが、前回と同じで下旬になってからやはり少し冷え込んでしまった。これから年度末なのでもう少し良くなるかと期待しているが、このような状況がずっと続いているので変わらない。
		乗用車販売店(管理担当)	・依然円安状態は続き、ガソリン単価は徐々に上昇するなか、自動車業界が国内での生産を増やす方向にならないと労働者雇用と収入が増加せず、経済活性化につながらない。年金生活の高齢者の節約志向は更に強くなる。
		住関連専門店(店長)	・3月までは現在の状況が続く。4月から給与がもし上がるようであれば、ゴールデンウィークごろからは来客数が増える期待できる。
		住関連専門店(仕入担当)	・昨年消費税増税前の駆け込み需要と反動減のあった3～4月を越えないと、消費が上向きかどうかの判断をつけにくい。
		一般レストラン(経営者)	・都市部では良い方向に向かっているということだが、地方においてはなかなか景気が上向いていかない状況にある。先行きもあまり変わらない。
		スナック(経営者)	・新年度になり良くなるように期待をしたい。変わらないと回答したが正直なところは分からないということである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・年末から宿泊単価の設定を上げており、かつ宿泊者数は減少していない。しかし、現状の単価設定から更に上げる予定は今のところないので様子見というところである。
		都市型ホテル(営業担当)	・世の中の景気は少し良くなっているが、客の動きを見ている限りでは極端に良くなるようには見えないので、変わらない。
		旅行代理店(従業員)	・良くなるような理由が見当たらない。
		タクシー運転手	・居酒屋等からの注文が少なくなっている。
		タクシー(経営者)	・2月の動きをみるとこの先も変わらない。
		タクシー(役員)	・乗車した客の様子から判断すると変わらない。
		通信会社(営業担当)	・前年の消費税増税前の駆け込み需要と比較すると、販売数の低下が予測される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
やや悪くなる		通信会社（局長）	・原油価格の下落などは景気回復の好材料に思われ、企業活動の活況に寄与しているものの、個人消費の拡大にはつながっていない。この先も景気回復の原動力になる材料が見当たらない。
		通信会社（局長）	・解約数に関しても大きな変化がないため、変わらない。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上がほぼ同額で推移しているからである。
		美容室（経営者）	・これから3月に向かって卒業式や入学式、引越等のイベントも控え、来店頻度が少しずつ増える予定であるが、激戦である。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・ガソリン価格の値下がり等、期待感はあるが、好況感を実感できるまでは変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・来月の北陸新幹線の開業により石川、富山への興味が増し、それに伴い長野は首都圏からの通過県となってしまう。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税8%で特需の影響もあり、このまま状況が変わる要因は少ない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・当市は合併を何度か繰り返したにもかかわらず県内で人口減少率トップクラスである。大企業もいくつが存在したのに人口がかなり減少している。下請の業績が良くなり、人口も増えないのでは、小売につながらない。
		百貨店（店長）	・無駄な購買をしない節約傾向は更に強くなり、今年度は前年のような消費税での駆け込み需要もないことから、厳しさは増してくると考えている。
		コンビニ（店長）	・3月以降は売価がかなり上がることになるので、客の来店頻度は現在よりもかなり少なくなる。
		コンビニ（店長）	・今月は閉店が1軒あったが、今度は新店オープンということでまた同業他社が出てくるので、影響を受けて2～3か月後は若干悪くなってくる。
		衣料品専門店（販売担当）	・昨年の消費税増税後から2～3か月ごとに繰り返してみられる流れだが、買物を我慢して我慢して、その後我慢の限界を越えて一時的に買物に走るというパターンが続いている気がする。ただし、それが徐々に先細りになっている実感がある。これからは身の回りの品、台所用品、家庭用品などが少しずつ値上がりしていくと、ますます買物を控えるようになるので、幾分悪くなっていくのかなと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・4月になると駆け込み需要も一段落し、建設関連も仕事はあるが人手不足で進捗率が今一つのようなので、自助努力で頑張ろうと思う。
		自動車備品販売店（経営者）	・3か月後は自動車の取得税、重量税、軽自動車の税金が上がるため、前年同様にその後の取引が縮小すると予想されるため、あまり良い傾向にはない。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・例年の状況からいくと使用量が2割ぐらい減るので、現状からするとさらにプラス1割ぐらいは減っていく。
		旅行代理店（副支店長）	・旅行費用の値上げやバスの運賃改定が目立ち、更に客足が遠のく可能性が高い。海外では、イスラム国の不安要素で修学旅行や企業出張など、旅行を中止とするケースも出てきている。今後は今以上に厳しい状況となる。
		通信会社（経営者）	・通信など業界内の競争が激しくなっているためである。
	その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・例年異動時期であるが月ごめの契約台数等が伸び悩んでいる。総体的な単価は横ばいなので、やや悪くなるという判断である。	
	設計事務所（経営者）	・新しい仕事がなく手が余ってくる。	
	設計事務所（所長）	・昨年中は建設会社に見積依頼を断られることが多々あったが、最近は営業マンが顔を出すようになり、来月以降、是非、ということである。これは昨年と比べて確実に仕事量が減少しているということだと思われる。	
悪くなる		タクシー運転手	・地方では、良くなる兆しがみえない。
		通信会社（経営者）	・LPGガス販売部門について、原油安により仕入れコストが低下したものの、販売価格も値下げをせざるを得ず、利益率の上昇は若干にすぎない。また、来年度から始まるという電気の全面自由化、さらには都市ガスの自由化は大手には追い風となるかもしれないが、地方の中小零細は廃業せよと宣告を受けたようなものである。ただでさえ人口減で先行きは暗い中で、中小零細企業に廃業を促しておきながら地方創生とはちぐはぐである。零細企業を救わずして地方創生はない。このままではただ格差が広がる一方である。
		通信会社（経営者）	・地方の冷え込みはいまだに加速している。

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	
企業 動向 関連  (北関東)	良くなる	食料品製造業（営業統括）	・国内では最近赤ワインが飲まれるようになり、県内においては中国、東南アジアからの観光客が大幅に増えて、ワインの消費の順調な伸びが見込まれる。また、最近第七次ワインブームと話題になりつつあり、健康面のこともあり、今後も更に伸びが期待される状況である。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の輸出増により先行きも良くなる。	
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・今年の10月までに合計3.2メガの発電が開始予定である。本業の環境装置の販売とレンタルリースが順調のため、太陽光発電の増大につながっている。	
	やや良くなる	食料品製造業（製造担当）	・価格が上がり、今までと同じように注文がもらえれば良くなるはずである。ただ、原料が上がっても値上げをしない会社もあるので、注文を取られる可能性もあり、一概に良くなるとは言えない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の既存部品で久々の増産情報が入ってきている。また、停滞気味だった自動車試作開発案件も通常のボリュームに戻り、しばらく動きがなかった油圧ショベル向けの仕事も若干の増産に転じる見込みである。	
		建設業（開発担当）	・公共工事は現政権になってから2期連続増加しており、地方経済への効果は大きい。当社の受注も前年比10%増となっている。ただし、経営においては、首都圏の建設ラッシュにより上がってしまった材料費、人件費の影響が問題で、財政基盤も厳しく、賞与支給もできない状況が続いている。また、10年以上続いた建設不況による作業員の高齢化で人員不足も生じている。	
		建設業（総務担当）	・公共工事の新年度予算が大分ついているという情報もあるので、上向いてくるのではないかと期待している。	
		金融業（調査担当）	・即効性のある景気刺激策も見当たらず、所得の改善ペースも緩慢なままの状況が続く見通しである。北陸新幹線開通や4月の名刺ご開帳などによる観光客の増加に期待したい。	
		金融業（経営企画担当）	・製造業で今後の見通しを上向きと判断する企業が多い。また、サービス業においても消費が上向くと判断する企業が増えている。	
		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、今後受注量の増加が見込めるので、売上につながると予測している。	
		変わらない	化学工業（経営者）	・明らかに受注増につながると思われる情報がまだ少なく、現状維持に苦勞する状況が続くと思われる。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・春の記念品動向も最近では予想がつかず ホームページのリニューアル、フェイスブック等などでも顧客の呼び込みに力を入れている。
窯業・土石製品製造業（総務担当）	・景気が良いとは言えない状態である。			
金属製品製造業（経営者）	・先のことははっきりせず、期待はしているものの、仕事は出てこないと分からないので、今後が心配である。			
一般機械器具製造業（経営者）	・受注量にほとんど変化がない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・現在一時的に仕事が増えているが、長期的契約はなく、予断は許さない状況である。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末でもあり現在は忙しさも継続しているが、今後は民間の設備投資が増えていないので不透明な面もある。			
輸送用機械器具製造業（経営者）	・これからますます仕事のない会社はなく、仕事のある会社はあるような状況となる。ここ数か月や1～2年で右肩上がりで景気が良くなることはない。仕事は増えたり減ったりするが、当社は得意先が十数社あるので、なんとかうまく調整し、仕事のないときはある会社に営業して頑張るしかない。			
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・円安の影響を受け延び延びとなっていたが2月から10～20%近く価格を改定した。仕入を抑えてきたため客は新しい商品を欲しがっているが、価格での折り合いがつかない。			
その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。			
輸送業（営業担当）	・新年度を迎えるにあたっての引越依頼、白物家電や新生活関連のインテリア材料などの物量は増えてくるが、前年の消費税増税前の需要高で伸びた分、今年は少なくなる見通しである。			
通信業（経営者）	・変わりそうな要素がない。			



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
		金融業（役員）	・建設業等においては資材の高騰、人工の賃金の値上げ、工賃の値上げ等により収益が非常に厳しい状況となっている。製造業等では市場のパイが少なく、二次、三次下請が過当競争にさらされており、収益確保が難しい状況である。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・大型店の役員が売上の数字を確保していくためには、チラシなどの宣伝を定期的に継続していかななくては達成できなくなっていると話している。
		経営コンサルタント	・年度が変わるまでは個人消費や企業の設備投資、生産活動などが助走段階にあり、本格的な上昇にはまだ時間がかかる。
		司法書士	・将来につながるような依頼はなかなか来ないので、あまり大きな期待は持てない。
		社会保険労務士	・消費の低迷や原材料の高騰により、中小零細企業の多くは今年も賃上げがないと思われる。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・紙代の値上げが3月になりそうである。10%の値上げということで、その分を取り戻せるか心配なところがある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新規の製品の発売とか特に売れている製品があるというわけではないので、当社としてはこの2～3か月は厳しい状況が続く。増産ではなく、減産の話ばかり出てきているので非常に厳しくなる。
		広告代理店（営業担当）	・年度末までの納品物の発注が、前年より1割程度少ない。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず資金繰りが大変である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先からも4月以降の生産計画は厳しい状況との説明を受けている。
不動産業（管理担当）		・他社に仕事を取られるなど、特に清掃委託部門の受注減が止まらないので、今後の業務量の先細りが懸念される。	
雇用 関連  (北関東)	良くなる	人材派遣会社（経営者）	・このところ仕事が出てきているので、2～3か月先は良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・新年度に向けて物流も動き始めたようである。新学期や新入学等での学用品、附帯する商品の販売効果を狙った宣伝なども増加傾向で、求人等も多くみられる。また、例年年度末近くなると公共事業関連で動きがあり、土木建築、主に道路関係の仕事が出てくる。サービス業の募集も引き続き出てくる見込みである。
		人材派遣会社（管理担当）	・新社会人、新入学により、携帯電話の入替需要があるため、下取り業務が増えると予想している。
		人材派遣会社（支社長）	・断られ続けても企業側は求人を辞めず、非常に強気である。人選を催促され、断ったり、事情を説明するのに四苦八苦するケースも多い。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・ベースアップ等の話が出ない企業が多い。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・今後も中小、零細企業の早い時期での景気上昇は見込めない。その中でも製造を中心に派遣会社の求人は多少増えてくる。
		職業安定所（職員）	・景気が良い業種もあれば悪い業種もあり、横ばいなのではないか。最近、宝飾業界が厳しいという話をよく耳にする。一方、食品製造の一部で仕事が忙しいという話もある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比を若干上回ったものの、相変わらず、医療、福祉や期間求人が目立っている。また、新規求職者の減少傾向に歯止めがかかったが、一過性の要因もあることから今後の様子をうかがう必要がある。
		職業安定所（職員）	・業務量はそれほど増加していないが、業種、職種によって人手不足とする企業が多くなっているために求人が増加していることも考えられる。
		職業安定所（職員）	・企業への事業所訪問時のヒアリングにおいて、多くの企業で景気に対する慎重姿勢が根強くあると感じる。
民間職業紹介機関（経営者）		・有効求人倍率は良くなってきているものの、職種によりばらつきが多く、正社員採用には変化がない。また、大手メーカーが工場を閉鎖するといった企業間の温度差も激しくなっている。	
学校〔専門学校〕（副校長）	・年度の前半に比べ、年末等に退職した一般の求職者が増えているように感じる。転職も含めて求人活動が活発化してきているようである。ただし、就職試験のレベルは今までどおり高く設定され、企業が選ぶという状況は変わらない。		
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	—	—

#### 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（販売促進担当）	・今後も続いていくセール体制が更に盛り上がり期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・3～4月は歓送迎会や総会などが多いので、良くなる。
観光名所（職員）		・2～3か月後は春を迎えて観光シーズンとなるため、今月よりかなり良い人員になると予想している。	
設計事務所（経営者）		・年単位の契約やプロジェクト単位の契約ではあるが、中期的な時間を必要とするものなので、この2～3か月としては景気が良くなるはずである。	
やや良くなる		商店街（代表者）	・統一地方選挙の結果に大きく左右されるが、今の流れでいくと、景気回復、アベノミクスが受け入れられ、良い方向に向かう。
		商店街（代表者）	・現在ではまだ本業の業績は好転しないまでも、世間全体で株や債券などの収益が増加することで、3月決算以降の企業や末端の中小まで設備投資など、以前より余裕のある経営に転換する企業も増加すると思う。ただし、これが過剰な資金供給となれば、バブル期の再来となってしまうのではと危惧している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・給料が増える傾向にあるので、多少購買力が上がると期待している。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・春を迎えて行事やイベントが増えるため、需要が増える。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・国内では春闘の動きも良い方向に向かっており、世界的な経済も若干良い方向に向かっているような気がするので、やや良くなる。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・最近の株価が安定しており、収入も増えているというメディアの紹介もあって、希望も含めて良くなるような気がする。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭においては積極的な集客策を練っているため、来客数が増えている。外商に関しては官公庁の予算がつくつかつかないか等、いろいろとあったが、提案している物件のほとんどが予算が無事に決定し、今後、受注が見込めるため、劇的に売上が上がるというほどではないが、若干良くなるのではないか。
		百貨店（総務担当）	・株価の上昇傾向が続いており、また、昨年の消費税増税後の売上の落ち込みもあるため、4月以降の売上は上昇していく。
		百貨店（広報担当）	・前年は消費税増税後の反動減があったため、前年比の売上は4月以降は伸びる。インバウンド消費なども伸びているので、景気は回復基調に向かう。
		百貨店（営業担当）	・ストックの拡大や今まで抑えられてきた購買意識が向上していく。
		百貨店（店長）	・上場企業を筆頭に賃金の引上げが多く、株価も堅調に推移していることから、今年は徐々に景気が良くなる期待が持てる。
		スーパー（店長）	・店のリニューアルをして客に変わったねと言われるように模様替えをし、来店頻度を上げてもらおうと様々な販促を打っていこうと思っているので、3か月後については期待も込めてやや良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・2月ごろから少し客が増えてきているため、やや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響が一巡するため、前年比では改善する。
		衣料品専門店（営業担当）	・春本番で出かける機会も増え、衣料品も売れる時期になる。
家電量販店（統括）	・小売業が実感できる景気回復は、4月の状況を見てからと言える。現段階では前年比の回復が全体に良い影響を与えるのではないか。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（経営企画担当）	・企業の労使交渉も労働側とお互い良い感触で妥結すると予想する。足元の状況も大事だが、消費者の行動は非常に賢明で、先行きの不安感が解消していくことで景気の回復につながる。
		乗用車販売店（経営者）	・車の整備と販売をしているが、整備は順調に入っているものの、販売は昨年4月から良くない状況が続いていた。それが今月から少しずつ上向いてきている。
		住関連専門店（営業担当）	・株価上昇などの雰囲気的な好況感から、雇用、所得環境の改善などの実感できる好況へ移りつつあると感じている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・花粉症関連の販売に期待したい。4月までは売上を伸ばすことが可能なのでやや良くなる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・売上と利益の状況からやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・2月が一番悪い時なので、これからは少しずつ良くなっていく。毎年のことだが、2～3か月先は今より売上が上がる。
		一般レストラン（経営者）	・寒い時期から多少暖かくなると景気も上向いてくるような気がする。飲食店の方までまだそれほど浸透していないが、株価も上がっているため、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・大手企業の賃上げの影響が及んでくることに対する期待から、やや良くなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・場所が良い店は売上が上がってきており、もうすぐいろいろなものが動き出す時期なので、良くなることを望むしかない。
		タクシー運転手	・2020年の東京オリンピックに合わせてなのか、都心はもとより周辺各区での道路工事が一層激しくなってきた、交差点を通過するのに信号2回待ちは当たり前である。景気拡大につながるものと見たい。
		タクシー運転手	・客の景況感が良くなっていると感じている。タクシー業界には数か月遅れてくるが、良くなるということを感じたいし、期待もしている。
		通信会社（経営者）	・賃金の上昇が現実のものとなる。
		通信会社（経営者）	・給与を上げる企業が増えていきそうである。
		通信会社（営業担当）	・新しいサービス、付加価値の高いサービスに対する反響が増えつつあり、月額料金の安さのみを求める客の割合は微減傾向にある。
		ゴルフ場（支配人）	・予約の埋まり方が例年よりも早くなっている。
		パチンコ店（経営者）	・機械の良し悪しがやはり大きい。この先の4～5月はゴールデンウィークなどがあって、客が期待する面白い機械が出てくる。客単価が低下しているので心配もあるが、今が良くない状況なので、期待も込めて客が足を運んでくれ、もう少し良くなるのではないかと思う。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・賃金増や株高による消費マインドの上昇が期待される。
		美容室（経営者）	・卒業、入学、入社シーズンで人が動くため、いくらか良くなる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・毎日の来客数が少し増えてきており、来客数がすごく少ないという日もなくなってきた。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・消費税増税の先延ばしによって商品の購入意欲が落ち着き、計画的に安定した購入計画が立てられる。物価に対する不安が払しょくされ、安心して消費ができる意識が生まれている。
		設計事務所（経営者）	・官民とも新築設計需要は今後とも減少傾向が続くが、改修設計はそれ以上に増加すると考えている。官庁案件は政策によりある程度コントロールされるが、消費税増税の影響も一段落したような感があるので、民間の伸びに期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・3月は月末ということで景気は良くなる。都内のアパート物件がまだ販売できる。ただし、戸建の仕入が苦戦しているので在庫が少なくなり、今後に影響が出そうである。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度の復活により、販売が活気付くことを期待したい。
	変わらない	商店街（代表者）	・企業の自助努力も最低限必要であることは間違いないが、総体的に物販業が非常に影響を受けている。その影響は今後も続き、このままだと消費税が10%になった時にもっと厳しい状況になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・天候が安定しないことは大変な問題である。近隣にドラッグストアができたこともあり、その影響がここ2～3か月で出てきているので心配である。
		商店街（代表者）	・原料高があり、また、大企業の景気がこのところ非常に良くてベースアップということだが、高齢者が多い商店街では年金は決して増えていないので、微妙なところである。景気が良くなっていくことは望めないのではないかと思う。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・ケーブルテレビのアナログ放送終了や、移動による消費もあると思うが、あまり大きな期待はできない。
		一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・現在の状況からみて、あまり変わりがないような気がする。特に悪いという点もなく、前年並みではないか。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・印章業界は非常に苦戦をしている業界の1つである。当店も御多分にもれず厳しい状況が続いているが、何か企画を立てたりと検討中である。
		一般小売店〔靴・履物〕 （店長）	・大手や公務員は別として賃金の上がるような様子もなく、景気が良くなる要因はないので、本当は下がるだろうが、希望も込めて変わらないでほしい。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税分以上に賃金が上がっておらず、全体的に可処分所得が下がっている。今後もこの状況が続いていくことが予想される。
		百貨店（広報担当）	・2月は春節による売上増と大雪が降らなかったという要因から前年並みの売上を確保できそうである。しかし、前年に駆け込み需要のあった3月や消費税増税後の前年比となる4月以降は、昨年から続く反動減をいまだに回復しきれていないため、苦戦が見込まれる。増税後の前年比となるため、表面上の数値では売上、来客数共に実態の増減が隠れる可能性がある。
		百貨店（営業担当）	・訪日外国人客の売上が急伸しているが、一般顧客は厳しい状況にある。まだ個人消費の底上げがされていない。
		百貨店（営業担当）	・衣料品以外の必需品の値上がりが大きく、不急の物には厳しい。
		百貨店（営業担当）	・昨年は消費税増税直後ということもあり、数字上の前年比では大きく伸長することが予想されるが、市況は決して良いとは言えない。高額所得者の消費意欲は増加する一方、ボリュームゾーンはいまだ盛り上がりにかける状況は継続している。全体的な数値の伸長は期待できない。
		百貨店（営業担当）	・4月は前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減があったため一旦は回復するが、継続して回復につながるかは疑問である。
		百貨店（販売促進担当）	・食品をはじめとする商品の値上げ傾向が続くことや、春闘での賃上げ効果を消費者が自分のものとして実感できるまでには至っていないことなどから、今と変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	・前年は4月以降に駆け込み需要の反動減があったため、見目の前年比は上向くが、実質的な消費マインドが回復するかは不透明である。マクロ経済的には回復基調にあるが、景気回復が賃金、雇用という形でエンドユーザーに波及し、消費を押し上げるには今しばらく時間がかかる。株価上昇による資産効果とインバウンド需要だけでは、中間層の落ち込みをすべてカバーするには至らない。
		百貨店（副店長）	・引き続きエリア間競争が激化しているので、集客の弱いエリアは景気が良くならない。良いエリアと悪いエリアの差が拡大している。
		百貨店（計画管理担当）	・前年度との比較では景気が回復したかのようにみえるが、トレンドとしては現状と変わらない。
		スーパー（経営者）	・株価は上がっているが、スーパー業界に反映されるのは半年から1年はかかるので、景気は変わらない。
		スーパー（販売担当）	・客は広告初日の目玉商品や曜日ごとのポイント何倍といった特典のある曜日、店などをうまく使い分け、少しでも安く買い回ろうという動きがみられる。
		スーパー（経営者）	・一般的には3月が悪く、4月以降良くなるという図式であるが、客の購買意欲が少しずつ上がってきていることを考慮しても変わらない。
		スーパー（店長）	・春先にかけて生活催事が多くあり、一時的には良い方向へ向かうかもしれないが、月を通してみれば現状とさほど変わりはなく、依然として厳しい状況は続く。

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
		スーパー（店長）	・乗客数は変わりなく動いているが、点数不足で1人当たりの買上単価が下落している。4月から相当量の値上げが予想されるため、客の買い控えや特売商品のみを買上、また、競合他社との買い回りが予想される。
		スーパー（総務担当）	・昨年の3月は消費税増税前の売上の伸びがあったので、3～5月のトータルとしては今までと同じような状況で進む。客の実際の給料の上がり幅がそれほど大きくはなく、買物動向としては上向いてるとは言い難い。
		スーパー（総務担当）	・前年4月からの消費税増税の影響で業績が悪化し、1年経過するが、それより競合店の出店の影響が大きく、いまだ来客数が戻らず苦戦が続いている。
		スーパー（営業担当）	・現在の円安、株高、さらに原油安が継続すれば、経済は好景気に向かうと思われるが、世界経済の状況によって先行きは不透明な部分もある。
		スーパー（仕入担当）	・円安の状態が続いており、輸入原料、加工品の値上げが更に続き、値上げによる消費の冷え込みが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・近隣の建築物の完成まで3～4年かかるので、今と状況が変わらない。
		コンビニ（経営者）	・同業他社の出店攻勢が激しく、当店の商圏内に1か月1軒ペースで競合店の開業が続き、先の見通しが立てられない状況である。
		コンビニ（経営者）	・近隣の商店街や隣接する通りなどでも新しく飲食店がオープンしており、とてもリーズナブルでチェーン店的な要素の出店が多くなっている。当店のよう食べ物を持ち帰ったり、店内で食べられる店の競合が激しくなり、客の取り合いで余計に厳しくなる。
		コンビニ（経営者）	・段々と暖かくなるので来客数も増えてくるが、消費意欲は非常に低いようである。
		コンビニ（経営者）	・本部全体を見ても98%前後と苦戦している。4月を過ぎてみないと先行きの判断は難しい。
		コンビニ（店長）	・商圏内の店舗が飽和状態の中で、狭いエリアの客にその家の冷蔵庫、台所、更には居間的な存在にしていこうという視点でとらえていくことがこれからは大切だと考えている。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税から1年が経過するものの、乗客数の改善が見込めるような傾向がない。
		衣料品専門店（経営者）	・相変わらず販促面でも大きく打つ手がなく、盛り上がりのムードが出せない。トレンドも昨年と変わらず、仕入れる店も客も商材的に飽きてきている。
		衣料品専門店（経営者）	・春の昇給、夏のボーナスがどこまで浸透するか。また、年金世帯の所得が今よりも増えることはないようなので、現状より良くなることはない。
		衣料品専門店（経営者）	・昨年3月は消費税増税前の駆け込み需要があり良かった。春物は値上げの話ばかりで厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・若干明るい兆しがみられるようだが、物価等も上がっているため、4月以降、本当に一部だけでなく中小企業含めて給与が順調に上がるのかどうかを見極めたい。変わらないというよりも分からないといったところである。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の明るさがまだ見えてこない。財布のひもは固く、特に、年配者の節約志向が続いている。
		衣料品専門店（店長）	・衣料品は気温や天候に大きく左右されるため、一概には言えないが、年末ごろの落ち込みからは若干改善してきている。ただし、前年をクリアできるようなところまではいかない。
		衣料品専門店（統括）	・冬から比べると、徐々に来客数は増加しているが、2～3か月後に急激に大きな動きがあるとは思えない。
		家電量販店（店員）	・これからシングル需要があり、期末となるが、消費税増税から1年がたち、景気の動きもみえない部分があるので、変わらないと判断している。
		乗用車販売店（経営者）	・近隣の販売店も新車の販売台数があまり伸びずに苦戦している。
		乗用車販売店（営業担当）	・今の時期は例年であれば販売数が上がるはずだが、新型車を投入しても盛り上がりが少ない。

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（販売担当）	・建築関連のトラック需要を後押ししていたのは東北地方であったが東北復興が落ち着いてきたため、トラックが出てきている。東北地方については前年を大きく割っており、他の地域については前年より伸びているため、東北の復興需要は今後期待できないものの、関東では今後開かれる東京オリンピックの需要に期待できる。2～3か月後についてはほとんど変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月以降の景気は、車業界は弱いので不安である。
		乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売は非常に厳しい状況が続く。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・新店舗については売上が確保できているが、既存店舗はかなり伸び悩む状況で、相殺すると変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・可処分所得が増えるわけでもなく、国民の将来に対する不安が払しょくできない中で景気が良くなる要素が見当たらない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・家庭用コンソールゲーム機としては盛り上がる要素がない。ただし、スマートフォン関連は春以降、発表会続きで盛り上がっていく。
		高級レストラン（副支配人）	・新装開店があって法人関連の宴席を中心に予約状況が好調なため、純粋な景気判断をするには難しい。
		高級レストラン（仕入担当）	・料理や飲料の単価等をまだ値上げできそうにない。
		一般レストラン（経営者）	・今月良かったのは前年が悪かったからである。まだ円安が続き、人手不足が進んで人件費も上がり、客の財布のひもは緩んでこない。しばらく厳しい状況は続きそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の景気動向は非常に不明確である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況を見ても動きが鈍く、4月に統一地方選挙がある影響からか、官公庁や関連企業などの予約が入らず厳しい状況である。他の歓送迎会は動き始めており、レストラン予約も暖かくなれば期待できるが、現段階からすると景気は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・問い合わせ等はそこそこあるが、なかなか結論に達していない。
		旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行の4～5月の動きが前年同週比で80%と伸び悩んでいる。問い合わせがあっても都内や大阪のホテルがインバウンドで予約が取れず、国内の一般団体旅行の伸びを欠く原因になっている。
		旅行代理店（営業担当）	・貸切バスの料金高騰でバス旅行が苦戦している。
		旅行代理店（支店長）	・4月に合併があるため、その後の企業の状態がどうなるのか非常に見えづらい。
		タクシー運転手	・年度替わりに向けてどう動いたらいいのか見極めが非常に難しいところがあり、慎重になっている。
		タクシー運転手	・朝から夕方までのオーダーがここ数か月伸びている。駅、会社、病院、住まいから平均して利用があり、期待できそうである。その反面、週末を除いて深夜の利用がますます悪くなっている。
		タクシー（経営者）	・回復にはまだ時間がかかる。
		通信会社（経営者）	・大手通信会社の光回線卸しによるセット割引の影響は、2月は軽微である。警戒はするものの、3月以降も大きな解約要因となる雲行きではないため、変わらない。
		通信会社（社員）	・ここ数か月順調であり、今後、マイナス要因も大きなプラス要因もないため、変動はないと考えている。
		通信会社（営業担当）	・景気が向上していく材料が乏しく、低迷は続いていく。
		通信会社（営業担当）	・一般の客に景気が良くなっているという感じは受けないので、もう少し時間がかかる。
		通信会社（管理担当）	・通信系のサービスをコマースやインターネットで訴求することの難しさがあり、アーリーマジョリティーへの展開には時間がかかると考えられる。自宅用インターネット回線は1回線であるが、携帯は複数回線ある。自宅固定のインターネットの競争激化はあるものの、携帯回線の競争激化は限定的である。
		通信会社（局長）	・4Kテレビなどは安価になり量販店に並んできてはいるが、コンテンツの充実がない中では、まだアーリーアダプター止まりという感がぬぐえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		通信会社（営業担当）	・今後も食品などの日用品が値上げされる見通しであり、希望的観測を含めて現状維持である。		
		通信会社（経営企画担当）	・以前より景気は良くなったと感じるが、この先2～3か月は横ばいと考えている。		
		ゴルフ場（従業員）	・やや悪いという状態で変わらないということである。少子高齢化、いかに景気を回復させるか、今の時代は一層困難である。せめて気持ちだけは前向きにありたい。		
		ゴルフ場（支配人）	・相変わらず団塊の世代が中心で、年代層の増減が感じられない。		
		美容室（経営者）	・客の様子から購買意欲がわいていないような気がする。		
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・学年が変わる時期で中学3年生がやめているため、売上は落ち込んでいる。例年と比べて問い合わせの件数も良くないので、今のところ生徒がそれほど増える傾向もない。また、やめていく生徒も多く、授業料の安い方へ移る傾向もある。		
		設計事務所（所長）	・景気の実感は民間の動きが活発にならないと感じるものではない。4月以降に期待している。		
		設計事務所（所長）	・新規計画の情報は少ないが、全体的に物件は動いているようなので、変わらない。		
		設計事務所（職員）	・会社としては受注目標達成に向けた取り組みを強化しているが、年度末から新年度にかけて好景気に向かう根拠が見当たらない。		
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークまでは景気は変わらずに推移する。今年に入り、一次取得者の動きが活発になったと感じている。住宅ローン金利の更なる引き下げや住宅エコポイントの復活、優遇税制の延長など良いニュースにより、客の動きが出ている。		
		住宅販売会社（従業員）	・景気は悪くはないものの、契約数、来場者数共に前月までの勢いはなくなっている。		
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・客先の動向を見ていると以前と比較して堅調な推移となっているが、もう一步上向く要素がない状況が続いている。		
		やや悪くなる		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・食料品などの値上がりで消費者の財布のひもが固くなっている。また、季節の行事にかけるお金が年々渋くなっている。
				一般小売店〔茶〕（営業担当）	・企業だけではなく、最近は大学など様々な場所にコンビニや飲食店が出てきており、お茶やコーヒーはどこでも買えるようになってきている。セルフでの購入が進むとお茶屋はますます厳しさが増す。
コンビニ（経営者）	・商品の値上げラッシュが続く中、客の財布は景気の良い時と比べて本当に締まっている。				
コンビニ（経営者）	・買い控えということではなく、消費税分の金額を控えて買物をするのが身に付いてしまっている感じであり、その分減っていくのではないかと思うので、景気回復とは言えない。				
乗用車販売店（経営者）	・軽自動車の自動車税増税やエコカー減税の見直しなどにより販売量は減少する。				
乗用車販売店（渉外担当）	・4月よりエコカー減税が厳格化し軽自動車の自動車税増税になるため、車種によっては駆け込み需要が期待されているが、来場者数や個人消費が良くはなく、この状態がしばらく続くとみている。ただし、月内受注が前年比マイナス20%で推移する中で、法人需要はまずまずの推移となっている。				
住関連専門店（統括）	・必要ない物を購入することが少なくなってきたし、無駄遣いをしないということが段々と定着してきたような気がする。売上の伸び悩みも続く。				
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・商材の単価が上がり、売上があっても利益にならない状況が数週間続いている。先行きは楽観視できない。				
一般レストラン（経営者）	・ホームページなどのインターネットの力が商売に少しずつ反映されていることを実感している。				
旅行代理店（従業員）	・2～3か月先の景気もまず難しい。				
タクシー運転手	・まだ良い材料が見当たらない。				
通信会社（総務担当）	・円安による価格転嫁を上回る賃金上昇が見込めない。				
設計事務所（所長）	・新築物件が非常に少なくなっている。消費税増税等の影響もあると思うが、これから増えることはなかなか難しい状況である。				
悪くなる				一般小売店〔茶〕（経営者）	・昨年4月の消費税増税以後、家計の節約志向が続いている。今月は天候不順もあり、来客数、売上高共に前年より下がってきている。

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
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・家具業界は特に悪くなるようであり、まして更なる消費税増税もあるため、非常に厳しい状況が続く。
		一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	・2年前にできた競合店の影響が続いている。
		一般レストラン(経営者)	・輸出がメインの企業は良いかもしれないが、輸入食材等の原材料値段が高騰している。他の企業に関しても同じような状況があると思われるので、景気は良くはならない。
		住宅販売会社(経営者)	・住宅事業では消費税増税後、いくら広告を出しても反響がなく、客が全く来ない状況が続いており、総合建設業では建設費の高騰で採算が取りづらくなっている状況がいつ改善されるか全く見通しが立っていない。大企業は景気が回復しているが、中小企業においては全く回復していない。政府の方で何か対策を打ってもらえるよう期待している。
企業 動向 関連  (南関東)	良くなる やや良くなる	○	○
		食料品製造業(営業統括)	・少しずつではあるが、高額品の動きが良くなっている。来客数が上がれば更に景気上昇につながる。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・法人関係の外回りの営業はやや上向き程度だが、来店する個人客は、実印や銀行印などは必要に迫られてというよりギフトとしてが多く、注文数も増えてきているので、個人の需要が上向きになってきていると感じている。
		建設業(経営者)	・政治が安定しそうなので期待している。
		建設業(経営者)	・圏央道の新たなインターチェンジが開通し更に延びるので、産業集積に期待がかかる。
		輸送業(経営者)	・新年度向けの商品の出荷により、今後、取扱量の増加が見込めることと、燃料価格が下落しているため、2～3か月後は今月よりは状況が良くなる。
		通信業(広報担当)	・前年のOSの更新需要や消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ている。
		金融業(統括)	・全般的にマインドが上がっているため、良くなる。
		金融業(営業担当)	・全体的にやはり受注の見込みがあるということは良いことである。円安で原材料価格の高騰がどうなるのかという不安材料もあるが、とにかく様々な業種で先の売上が上がるということなので、やや良くなるのではないかと。
		金融業(役員)	・賃上げのニュースが多く聞かれるようになり、消費マインドは確実に上がっている。輸入品の値上げ攻勢はあるものの、全体的に景気は上向いている。
		税理士	・アメリカの景気が戻ってきて日本車が売れており、中国の景気は不透明で分からないが、国内ではアベノミクスはまだ中小企業には来ていないものの、政治がしっかりしている。円安で輸入価格は高くなっているが、国内回帰しているため輸出も増えていき、良くなる方向である。
	変わらない	食料品製造業(経営者)	・一般の客はまだ先がみえないため、買い控えが続きそうである。
		繊維工業(従業員)	・相変わらず消費者の関心は安価な衣料品にあり、「メイドインジャパン」には目を向けてもらえない。
		化学工業(従業員)	・仕事量は減少しており、年度が替わって東京オリンピックに関連する仕事が増えることを期待していると話す取引先が多い。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・政府は景気浮揚策をいろいろと打っているが、中小企業の設備投資意欲はまだ上がってきているとは言えない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・これまで好調だった医療容器や化粧品容器の受注量のめどがつかないことと、住宅関連部品の受注も消費税増税の影響がまだ抜けず、見通しは明るいとは言えない。
		金属製品製造業(経営者)	・このまま仕事量が多くなれば将来良くなると思うが、今は年度末の駆け込み需要で多いのかもしれない。
		金属製品製造業(経営者)	・客からの生産見通しをみている限り、増えそうにない。
		一般機械器具製造業(経営者)	・仕事量が全体的に低迷しており、辛うじて出ている仕事も単価が安い。今後、安い単価の仕事は何件か立ち上がるが、決して状況は良くならない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・電力不足が当社の商品の足を引っ張っている。早く何不自由なく電気が使えるようにしてもらいたい。ちょっと電気を消費する商品だとすぐ設計からはじかれてしまう。いくら良い商品でもこれでは売れない。海外に活路を求めているが、零細企業では限界がある。
		その他製造業〔靴〕 (経営者)	・材料がかなり上がってきているが、良くも悪くもなる大きな要素は今のところ見当たらないので、当分変わらない。



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
		建設業（経営者）	・確実に中小企業にも影響を与えるような政策の実行をしてほしい。
		建設業（従業員）	・現在の受注量から変わらない。
		建設業（営業担当）	・競争入札の案件に関して予算超過が多く、入札結果が不調に終わる案件が増えている。施主側の予算による希望価格と現状の価格との差が大きく、一社での見積交渉になっても合意ができない状況である。
		建設業（経理担当）	・相談を受ける事業計画で予算組みをすると、材料費や人件費の上昇がまかなえない。予算の上積みは収支上、無理ということで、厳しい事業計画を立てている客が多い。
		輸送業（経営者）	・景気が一気に上昇気流に乗って右肩上がりになるということは考えにくいので、一進一退を繰り返しながら状況によっては良い展開になる可能性はある。
		輸送業（経営者）	・我々の商売は本当に厳しい時である。いくらか日の目を見たかと思えばがくんと頭を打たれ、また良くなったかと思うと燃料価格が値上がりするという事で大変苦しんでいる。この先、我々のような零細企業はどうなるのか本当に分からない。
		輸送業（総務担当）	・現時点では新年度から始まる大きな案件はなく、既存取引先が中心のため、変化はみられない。
		金融業（従業員）	・都心部等の人気エリアでの不動産取引は活発化している模様だが、郊外で不動産賃貸業を営んでいるような先では空き部屋が埋まらず、賃料の引き下げを検討している経営者もみられ、地域によって業況は大きく異なっているようである。
		金融業（支店長）	・株価は上昇しているものの、実体経済はさほど良くなった感じはしない。しばらくこのような状態が続くのではないか。
		不動産業（経営者）	・二極化が激しくなっている。古い賃貸を埋めるのに苦労している。
		不動産業（経営者）	・1年間も空室だった貸店舗が小洒落た店に変わり、客で一杯である。景気は悪くはないと感じる。
		不動産業（総務担当）	・テナントの退出予定もなく、契約更新時には賃料単価の上昇も見込める状況になってきている。
		広告代理店（従業員）	・売上予定の増減に変化はない。
		広告代理店（営業担当）	・当社は大手ではないので、先行きが読めない。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		税理士	・マスコミが物価の上昇と騒ぐので、消費には勢いがみられない。
		経営コンサルタント	・新築マンションの販売を仲介している不動産会社の社長の話では、「人件費など建築コストの上昇で販売価格の上昇傾向は変わらないのではないかと。人気のある都心エリア以外は、売りにくい状況が続くだろう。」とのことである。
		経営コンサルタント	・大企業の業績はとても良くなっているように聞けるが、下請いじめは相変わらずで、製造そのものがほぼ東南アジア等に出てしまい、特色のある中小企業のみがわずかに元気だけである。
		その他サービス業 [ディスプレイ]（経営者）	・ゴールデンウィークを含む、向こう3か月の動きも鈍いようなので、なかなか良い材料が思い浮かばない。
		その他サービス業 [廃棄物処理]（経営者）	・活気を取り戻そうとする傾向にはあるが、円安の影響で原材料の値上げも実施される局面になってきており、当面は変わらない状況が続く。
		その他サービス業 [警備]（経営者）	・このまま仕事量は変わらない。
		その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	・新規の契約金額は依然厳しい中で契約件数は少し上がっているが、最低賃金の上昇を考えると、良くなっている実感がない。
		その他サービス業 [映像制作]（経営者）	・映像分野に関しては低迷が続く。
		その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	・株価の上昇により企業や一部の人は潤っているかもしれないが、中国の減速や欧州の様子がみえない。
		その他サービス業 [情報サービス]（従業員）	・マンションのインターネット環境整備が定着してきており、当面は変化がない。
		その他サービス業 [ソフト開発]（従業員）	・急には変わらないが、悪い方向に向いているとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注の減少が見込まれる季節に入るため、秋口まで見込みがない。	
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度の替わり目による年間予算見積を提出しているが、資材高騰分の転嫁はできず、さらに競合との価格競争で前年より金額を下げざるを得ない。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・顧客から印刷予算削減の理由で見積合わせが更に多くなり、単価が一層下がる傾向にある。	
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・価格競争が激しく利益の確保が難しい。景気が良くなる要素が全くない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・我々の業界で倒産に近い状況の関係者が若干増えている。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・倒産ではない再生機構などに入る中小企業が増えている。	
		輸送業（総務担当）	・年度末を迎えても出荷量の微減、激減は続く。燃料価格が下げ止まりになり、3月からの燃料価格の値上げ要請が来ている。	
		広告代理店（経営者）	・現在は来期の予算組みの時期だが、予算増という話は一切聞かえてこない。	
	悪くなる	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・2015年になっても良い兆候は見られず、昨年は2月から3月にかけて消費税増税前の駆け込み需要があったが、今年はそれも見込めず、非常に苦しい状況が続いている。	
雇用 関連  (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2～3か月後は年度替わりのため、かなりの伸びが期待できる。例年、数字的にも大きく、現在来ている話からすれば相当の伸びがある。	
		やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・仕事は増えており、企業側も人材獲得のために採用基準が緩和傾向にあるため、マッチング率が改善されると考えている。
			人材派遣会社（営業担当）	・固有の業界に求人が集中しているということではなく、全業種にて求人が見受けられる。労働市場が活性化されており、今後良くなる方向で推移する。
			人材派遣会社（支店長）	・求人数、求職数共に増加傾向である。
			求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用は3月にスタートし、8月の内定ではあるものの、かなりの長期化が予想される。予算を増やして対応せざるを得ない企業も出現すると思われる。
			職業安定所（職員）	・若年層の在職者の求職登録が増加している。より良い労働条件で就職できると期待しているものと思われる。
			職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で横ばいとなっているが、内訳をみるとパートタイム求人が減少している一方、フルタイム求人が増加してきている。正社員求人も徐々に増加しているため、やや良くなる。
			職業安定所（職員）	・求人は引き続き増加傾向であり、窓口で今まで東南アジア中心の営業販売をしていたが、アメリカ、ヨーロッパ方面にも拡大するなどの話も聞く。
			民間職業紹介機関（経営者）	・確実に仕事量は増えているようで、短期、派遣など求人ニーズはある。求職者も前向きになっている。
	変わらない		人材派遣会社（社員）	・経営者と話をしたが、選挙が終わっても特に経済面で好転する望みはあまりないのではないかとのことである。様々な企業で早期退職制度をまた行うところが多く、新入社員の採用は今までどおりだが、固定費を削減していきたいところが多い。
			人材派遣会社（社員）	・求人需要は大企業、中小企業共に増加しており、求人市場環境は改善している。全体的な景況感としては、輸出型企業で円安等の恩恵を受けている以外は、依然として国内の個人消費の改善要因が乏しく、全体的に回復しているが不透明である。
			人材派遣会社（社員）	・慢性的な人材不足の状況が続くことが予想される。
			人材派遣会社（社員）	・一般市民の生活に影響の出るような景気の変動要素が見当たらない。
			人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増加しているが、採用側が求める人材が足りていない。主婦や中高年を活用できる工夫が必要である。
			求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が全く増えてこないで、変わらない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気の良さが中小企業にはあまり伝わってきていないように感じられる。また、人手不足を一時的に非正規雇用で補っているため、継続的に景気が良くなる感じはしない。	

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
		職業安定所（職員）	・新規求人フルタイムは前年同月比0.2%増で横ばいである。パートが同11.7%増と大きく増加しているが、正社員求人は増えていない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・デフレや消費税増税によるメーカーの心配はなくなってきたようだが、期待に対する実感がまだ弱く、着実な生産改善力も弱い。積極的な求人増にはつながらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・来期計画が固まり、採用を引き続き積極的に行う企業が多い。また、今期利益が出て6月に支給される賞与額によっては更に上向きになる可能性もある。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用数に陰りはみえない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・2016年3月卒業予定者向けの新卒求人が始まっているが、事前の調査より今年度と比較して大幅増員計画などは少数で、おおむね横ばいの状況である。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—

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

（—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックが近づくにつれて、関連事業等で景気はどんどん良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・先行きの賃金上昇に期待する。
		百貨店（企画担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったので、年明け以降、前年実績を上回ることができないが、4月からは反対に、消費税増税後の反動減で前年実績が大きく落ち込んでいるため、プラスに転じると見込んでいる。足元でも食品、レストラン部門や紳士物でも雑貨を中心に前年実績をクリアする部門が出てきており、この傾向は4月以降も続く見込みである。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数や売上が前年を上回ってきており、景況感が多少上向きに感じられる。
		百貨店（経営企画担当）	・大手企業を中心とした賃金ベースアップの実施や、消費税増税から1年経ち、そろそろ消費マインドも回復基調になると期待される。
		スーパー（経営者）	・先行きも大企業のサラリーマンは給与が上がって消費額も増えるが、大半を占める中小企業で働く人々の給料は増加が見込めない。消費者は、百貨店、スーパー、コンビニやレジャーでもお買得な商品やサービスを購入することが当たり前になっており、お買得なところは客の入りが良い。そのお買得な商品やサービスを支える末端の下請企業が、一番影響を受けており、赤字でも受注しなくては行かなくなっている。しかし、5月頃には各社の新規開発商品の売行きが良くなって、経済は徐々に良くなる。
		スーパー（店長）	・当地域は自動車等の製造業が多く、今の状態が続けば春闘ではベースアップが見込まれ、可処分所得が増えて消費の拡大に向かうものと思われる。
		スーパー（商品開発担当）	・ガソリン価格が値下がりして、車を利用する外出が増える。車での移動が主となる当地域では、景気の動きにも良い方向に作用すると思われる。
		スーパー（支店長）	・前年の消費税増税の影響でここ数か月は厳しくなるかと思うが、アベノミクスの効果に、希望も交えて僅かな期待を持っている。
		コンビニ（企画担当）	・農業分野では、良い物を作ろうとする意欲を妨げる重い雰囲気があるが、農協改革が少し動き出し、規制緩和の進展が雰囲気を明るくする。消費者は質の良さを求めており、米の需要も一様に減っているわけではない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の回復が全体の数字を押し上げる要因となる。春は生活環境の変化やスタートの時期で、春の大型キャンペーンや新商品が効果をあげれば、数字を更に押し上げる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数には徐々に回復の兆しがあるので、消費税増税から1年となる4月からの上昇に期待する。
家電量販店（店員）	・前年4月の消費税増税後から続いている、売上にブレーキがかかった状態を抜け出せそうに感じる。		

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
		乗用車販売店（総務担当）	・賃金が増えれば、消費も少しずつ盛り上がる。
		住関連専門店（営業担当）	・新築の持家住宅が持ち直している。また、引き続きリフォーム需要がおう盛である。非居住分野のオフィスビルや公共工事の現場も増加している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・異動の時期で、販売量が伸びる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・現政権の安定感が経済の安定にも寄与し、消費マインドの上昇が期待される。
		高級レストラン（役員）	・過去の経験から、株価が増えれば、それに伴って来客数・客単価も増加・上昇する傾向がある。
		一般レストラン（従業員）	・2月で寒さが底を打ち3月以降は暖かくなるにつれて、客の外出も増えるので、売上も増加する。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・新年を迎えて気持ちも新たにすることで、若干、財布のひもが緩む可能性はある。
		都市型ホテル（経理担当）	・宴会件数の増加が見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・特に大きな不安材料がないので、先行きは少し良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・ガソリン代が下がって気候も良くなると、国内旅行では、マイカーやレンタカーを利用するコースで客が増えることを期待する。海外旅行に関しても、4月以降は、燃油サーチャージの引下げあるいは廃止を期待している。
		タクシー運転手	・暖かくなると夜の街にも客が増えるので、タクシーもそれなりに忙しくなる。
		通信会社（営業担当）	・NGN（次世代ネットワーク）関連の販売増加や、大手通信事業者との共同商品の販売増加が見込まれる。
		ゴルフ場（企画担当）	・4月からはゴルフシーズンとなることから、安定した数字が残せる。2～3か月先の予約状況を見ると、前年同日と比べて4～5月分は順調に推移しているため、今後は多少良くなる。
		美容室（経営者）	・これから春になり、客も出歩くことが多くなるためパーマをかける回数が増え、忙しくなる。
		美顔美容室（経営者）	・4月から新たなキャンペーンが始まるので、新規客が少しは増加する。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護業界は歴史が浅いため、企業としては経営改善の余地が多い。その点を対処していけば、景気の底上げにもつながっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・贈与税の改正や住宅エコポイント等の法案が3月中には国会を通るので、今後に期待ができる。
	変わらない	商店街（代表者）	・法人関係等の需要が増えず、ゼロに近い状態である。その部分が回復基調になればやや上向く動きが鈍い。
		商店街（代表者）	・周囲を見ても、所得が増えるどころか、消費税増税や物価上昇による負担増加で毎月のやりくりで苦勞している人が大多数である。客の財布のひもは極めて固い。とてもこの先数か月で景気が良くなるようには思えない。
		商店街（代表者）	・客単価や来客数が上向く環境にないことから、この状態が当面は続く。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・地方の小売業にとっては良い材料がなく、この低迷がまだ続く。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客の様子から、大きく急上昇することはないと思われる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前々年からの遷宮による好況の反動が続いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・この先に給料が多少は増えても、消費税増税や物価上昇の影響が大きいため、花を買って楽しむ余裕はないと言う声を聞くので、大して良くなるとは思えない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・テレビ等では中国人の買物ぶりが話題となり、大きな家電チェーンや大型百貨店は潤っているようだが、地方商店ではそのような恩恵はほとんどない。これから花粉症のシーズンが始まり、更に春を迎えて化粧品等の買物が増えればと期待はしているが、今の時代は待ちの姿勢では売上は伸びないので、様々な施策を考えなければならない。景気が良くなるのは、まだ先である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・景気は上向きの方にはあるが、大きな成長はまだ見込めないため、現時点から3か月先ではあまり変わらない。良い物を買いたいという客は増えてはいるが、裾野にまでは広がっていない。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・販売量が大きく変わる理由が見当たらない。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは販売量の動きは変わらない。
		百貨店(売場主任)	・客層別に見ると、昼間は年配の客や夫婦での来店や、夕方には仕事帰りの客や出張中のついで客が増加しており、客足が安定してきているので、この先は売上の安定も期待している。
		百貨店(売場主任)	・必要最低限の物のみを購入するという買い控えの傾向が続く。
		百貨店(経理担当)	・一部の高額品には動きがあるが、全体としては動きにさえがない。
		百貨店(経理担当)	・良くなる要因は見当たらないが、春らしい暖かい日が続いて、春物衣料が活発に動くことを期待する。
		百貨店(経理担当)	・賃上げの動きは業績の良い一部の大企業に限られており、中小企業を含む経済全体では、可処分所得の増加が期待できず、景気は持ち直すことはないと考える。
		百貨店(営業企画担当)	・今後も消費の二極化が進み、全体として見れば厳しい商況が続いていくと考える。
		百貨店(販売担当)	・中間所得層から下においては、大企業の賃上げ等からトリクルダウンを待つという状態では、購買意欲は高まらない。
		スーパー(経営者)	・現状の様子からは、先行きも良くなる理由が見つからない。
		スーパー(店長)	・現状は良い状態であるが、商品の値上がり等の影響で、更に良くなるとは考えにくいので、先行きは横ばい状況が続く。
		スーパー(店長)	・消費税増税後の反動による買い控えが続いている。メーカーの商品値上げの発表もあり、客の買い控えはまだ続きそうで今後も良くなる感覚はない。先行きが不安である。
		スーパー(店員)	・バターやアイス等乳製品の値上げ要請があり、価格変更が客足にどう影響するかを見守る必要がある。
		スーパー(店員)	・販売量や来客数は徐々に増えてきてはいるが、今がピークのような動きであり、この先はわからない。
		スーパー(総務担当)	・特売チラシを配っても、客への訴求力に欠け効果がない。
		スーパー(販売促進担当)	・前年3月には消費税増税前の駆け込み需要があったので、前年並みの数字達成はかなり厳しい。
		コンビニ(店長)	・先行きが良くなる要因も悪くなる要因も見つからない。株価の上昇とともに、景気回復が実感できるようになってほしい。
		コンビニ(エリア担当)	・今月のような厳しい状況が、当分は続く。
		コンビニ(店長)	・客の様子や周囲の状況から見て、先行きも変化はない。
		コンビニ(商品開発担当)	・客足は低迷しており、特にたばこやデザート等し好品の落ち込みが激しい。店舗で使用する消耗品の価格高騰も痛手である。水道光熱費やガソリン代等、暮らしに身近な支出が増える中で、当面は厳しい状況が続く見込みである。
		衣料品専門店(経営者)	・暖かくなれば、客にも商品を勧めやすくなる。
		衣料品専門店(販売企画担当)	・今月の販売量が増えたのは突発的な要因に感じるため、先行きも続くような雰囲気ではない。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕(売場担当)	・自分の周りではこの数か月間不振が続いており、この流れから良くなるとは思えない。しかし、更に悪くなる要因も見当たらない。
		家電量販店(店員)	・テレビのデジアナ変換放送が3月で終了となり、テレビが売れる地域もあるが、当地域は該当しないため、特に目立った変化はなさそうである。
		家電量販店(店員)	・原油価格が低い水準で推移しているので今のところは助かっているが、経済全体に金が回っていない。出店条件も厳しいものであり、先行きに対する警戒感と、積極的に動かなければというジレンマが感じられる。
		乗用車販売店(経営者)	・先行きに変化しそうな要因が見当たらない。

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
		乗用車販売店（従業員）	・インターネット広告の閲覧数は悪くなく商品も動きそうであるが、実際にはあまり動いていない。金額面でも厳しい。具体的に悪くなりそうな要素があるわけではないが、先行きは不透明である。
		乗用車販売店（従業員）	・これから先には大きなイベントや変化の兆しがない。エコカー減税等の自動車税制の動きを見ると、どちらかと言えば弱含みではあるが、それほど大きな要因ではない。
		乗用車販売店（従業員）	・ベースアップ等、景気の良い話題も報道されているが、客との話の中では他人事を感じている人が多く、自分の懐具合は相変わらず厳しいという声が多い。そのような状況ではあるが、新型車の発売が来年度に予定されており、新型車の話題から市場が盛り上がることを期待したい。
		乗用車販売店（従業員）	・国民全体が前向きに喜べるような大きな話が出てくれば別であるが、そのような話題も見当たらないため、良くない状態が続く。
		乗用車販売店（経理担当）	・景況感が好転の兆しという報道も見かけるが、今のところそのような感じられない。消費マインドの低迷が続いており、まだまだ景気の回復には至っていない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・客単価、販売量や来客数等の数字に若干の増減があるとは思いますが、大幅に景気が良くなる要因はないため、あまり変化しない。特に、上位層の客は、景気の影響は直接受けていないように感じる。
		一般レストラン（経営者）	・人の動きが良くなる理由が見当たらない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きには変化が見られない。
		都市型ホテル（支配人）	・光熱費や食材・輸入品の価格が大幅に上がっているため、価格に転嫁できなければ、先行きは厳しくなる。
		旅行代理店（経営者）	・天候不順や海外でのテロ等で、旅行需要がかなり停滞しているが、中東情勢が落ち着き、天候が安定すればレジャー関連の需要は伸びてくる。
		旅行代理店（経営者）	・円安で原材料価格が上がり、春には値上げする商品が多いためか、消費は拡大しているようには感じられない。海外旅行も円安の影響で減少傾向になっている。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行は横ばいが続く。一方、国内旅行は、トワイライトエクスプレスの最終運行日や北陸新幹線開業日の予約が瞬間で完了したように、余暇を旅行に充てる需要はますます存在する。イベント効果を期待した旅行商品はこれから先も増え、それなりに申込が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・大企業に勤める人は春闘のベースアップで景気が良くなるが、中小・零細企業に勤めている人はそうはいかず格差が広がっていく。景気の良い人は旅行もできるが、それ以外の人はなかなか難しい。
		タクシー運転手	・良くない状態が長い期間ずっと続いているため、これから2～3か月では良くならない。
		タクシー運転手	・この先、コーヒー、牛乳、アイスクリームや食用油等の値上がりを控えている。中小企業に勤める人の給料が上がらない状況では、景気は良くはならず横ばいである。
		通信会社（企画担当）	・大手メーカーは海外生産が好調で、企業業績としては好調であるが、社員はその恩恵を受けておらず、地域全体としては、まだまだ停滞が続く状況である。
		通信会社（サービス担当）	・携帯電話会社との連携商品が販売開始となり、光回線の注文が今後も増加する。
		通信会社（営業担当）	・給与の手取り額が目に見えて増えない限り、このままの状況が続く。
		テーマパーク（職員）	・海外旅行者に期待できる面はあるものの、メイン商圏からの集客は減少傾向のため相殺される。
		美容室（経営者）	・景気が上向いているという話も聞かれるが、物価も上がっているため、客には景気が良くなっているという実感はない。
		設計事務所（職員）	・特に今のところ、将来的に経済的な効果をもたらすような景気対策が望めないため、良くなる可能性は低い。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・足元の繁忙期はそれなりに忙しいが、繁忙期を過ぎてその先の4月以降が非常に不安である。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・見積件数や引き合い状況が低調である。

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
	やや悪くなる	一般小売店〔食品〕 (経営者)	・円安に伴う商品の値上がりはこれからも続く。商店街でもテナントの入替わりが目立っており、経営の安定化はなかなか難しいようである。景気の回復は、もうしばらく先である。
		百貨店(販売担当)	・当社製品を含めて4月に価格改定を行うブランドが多い模様であり、改定後は売上が落ち込む。
		スーパー(店長)	・消費税増税から1年となるが、来客数の低迷が続く中で客単価が増税前の水準に戻ると、売上は前年を割る恐れがある。また、競合先の出店等から売上の確保は一層難しくなることが見込まれる。
		コンビニ(エリア担当)	・店の周辺に大手メーカーの工場が幾つかあるが、工場の稼働状況が悪くなっており人の動きも減少してきているので、来客数や販売額が減少する。
		コンビニ(店長)	・目的買いの客が多く、必要な物以外は買わない購買意欲の低さを感じている。
		乗用車販売店(営業担当)	・エコカー減税の縮小と軽自動車の自動車税増税の影響で、買い控えが起こる。
		乗用車販売店(従業員)	・3月は決算期であり、自動車税増税前の駆け込み需要が本格化する最終の時期でもあるが、人気車種は既に納車が間に合わなくなっており、販売量の確保は現場でどれだけ対応できるかにかかっている。また、減税制度が終了すると一気に需要が冷え込む可能性もあり、先行きは楽観視できない。最近の客は、格安車検等の目先の価格に反応する傾向がある。また、4月以降の減税終了後も何らかのキャンペーン等で差額分は還元してもらえると見込む客も多く、契約が進まない。
		乗用車販売店(従業員)	・4月からはエコカー減税の条件が大幅に厳しくなり、ハイブリッド車以外の車種では諸経費にかかる税金が増えるため、例年でも厳しい時期に、追い討ちをかけて厳しくなる。
		乗用車販売店(販売担当)	・3か月後には自動車取得税と重量税が上がっているため、販売量は減少する。
		その他専門店〔書籍〕 (店員)	・例年ゴールデンウィークは、レジャー代への支出が増えることが多く、売上は減少する時期となる。
		観光型ホテル(経営者)	・前年のような消費税増税前の駆け込み需要がなく、4月12日には県議会議員選挙も控えているため、需要は非常に弱く推移しており、やや悪くなる状況となる。これといった経済政策が見られないが、政府が何らかの需要喚起策を実施しなければ、このままじりじりと景気が下降する。
		観光型ホテル(販売担当)	・前年4月は消費税増税後の反動減を心配したが、宿泊人数が3割以上増加という特需に恵まれた。しかし、現在の予約状況では、この先良くなるとは言えない。
		都市型ホテル(経営者)	・インバウンドの客をあまり扱わないビジネスホテルとしては、今後も良くはならない。
		旅行代理店(経営者)	・問い合わせ件数が減少し例年以下となっており、景気回復の兆しを感じられない。
		観光名所(案内係)	・新年度に入れば物価も安定し景気が良くなるということが、具体的には見えないため、良くなることはない。
		パチンコ店(経営者)	・業界全体が低単価重視の方向となっている。
		理美容室(経営者)	・給料は増えない一方で物価は上昇しているため、これからはもっと厳しくなる。
		美容室(経営者)	・都市部と違って地方では、景気が良くなるという見通しがまだ立たない。
		その他サービス〔介護サービス〕 (職員)	・介護保険の報酬がマイナスに改定される。福祉用具貸与は公定価格ではないが、間接的な影響が懸念される。
		設計事務所(経営者)	・小規模案件がしばらく増えていたが、再び低迷している。大規模案件だけでなく中規模程度の案件も、減少が続いている。
その他住宅〔住宅管理〕 (経営者)	・予算的に余裕がない仕事ばかりであり、景気が回復基調にあるとは思えない。		
悪くなる		商店街(代表者)	・今は年度末で多少商品に動きがあるが、年度が明けると販売は落ち込む時期となる。
		商店街(代表者)	・前月に続き、販売量からも客の様子からも、すべてに関して良くなる兆しを感じられない。商品単価は上がりつつあるが、数量が売れなければ効果がない。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・ふだんの外食は控える傾向が続く。
		乗用車販売店(経営者)	・自動車税増税前の駆け込み需要の反動で、4月以降は一気に需要が落ち込むことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・不動産業界全般を見ると、この先どうなるか見当がつかない。
		住宅販売会社（従業員）	・建売分譲住宅が売れない。同業他社が決算期に倒産するようなことがあれば、消費者のマインドは更に冷え込む恐れもあって不安である。
企業動向 関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数が増加している。
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・春以降に給与所得が増えることを期待する。一部の企業だけではなく、平均的な底上げが望ましい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・4月以降のベースアップの話題が増え、株価高、円安が続く状況で、景気は回復に向かっている。
		化学工業（営業）	・4月から樹脂原料が大幅に下がる見込みである。仕入れ原料のコストが下がり、収益率の向上につながる。
		化学工業（人事担当）	・世界情勢に大きな変動がなければ、先行きは良くなるが、欧州や中東での不安要素があるため、やや良くなる程度にとどまる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・この先に紛争問題や経済的な課題がクローズアップされることはあるかもしれないが、目先は比較的安定しているので、現状の受注状況が続く見通しである。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・この先数か月は、今のままで設備投資関連の需要が続く。
		輸送業（エリア担当）	・円安が定着してきたので、製造業の国内生産・輸外型へのシフトが進んでいる。
		輸送業（エリア担当）	・前月と同様に軽油価格は前年比で30円ほど下がっている。貨物の荷動きも良くなっており、よう車（他の業者から借りる車両、ドライバー）の確保には苦労が続いている。
		輸送業（エリア担当）	・4月から戦略商品の発売を控えており、社内では営業ムードが高まっている。
		通信会社（法人営業担当）	・春闘での賃上げ見込みは、消費者のマインドに明るい兆しである。今は大企業のみが潤ってはいるが、それが設備投資、税収増加を通じて国の借金返済や年金の運用改善につながる期待から、徐々に明るさが見えてきている。ただし、欧州での財政問題、原油価格の上昇転換、輸入品価格の上昇といった不安材料も山積しているため、予断を許さない状況である。
		金融業（法人営業担当）	・原油安による燃料・原材料価格の下落が、中小企業の業績を改善するものと期待される。また、円安に伴い海外からの観光客が増加している。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・大手自動車メーカーの業績が良いので、折り込み広告の増加が期待できる。
		行政書士	・荷物が多少は増える一方で、ドライバー不足が続いており経営者泣かせの状況である。
		会計事務所（社会保険労務士）	・運転資金向けではなく、設備投資のための借入金が増えてきている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・今の状態が半年も続けば、株価が先行きは2万円を超え、相当な好況感が出てくる。しかし、足元をすくわれることがいつ起こるかかわからないので、経済市場での様々な動向には注意を払う必要がある。
		変わらない	化学工業（総務秘書）
鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因が見当たらない。客の話の中ではすぐに始まるような仕事の動きはなく、新年度に向けてこれから取り掛かるという、消極的な姿勢が見られる。		
金属製品製造業（経営者）	・先行きの引き合い状況は横ばいである。人手不足による工程の遅延等の理由により、納入が先送りとなるケースが出ている。		
金属製品製造業（従業員）	・仕事量の確保に苦勞することはないと思われるが、プロジェクト頼みで繁閑の差が生じないかが心配である。		
一般機械器具製造業（営業担当）	・例年並みの受注が確保できる見通しであり、為替相場も円安基調で落ち着いている。		
一般機械器具製造業（経理担当）	・先行きの受注量の見込みが変わらない。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・現状維持を前提とした予算を組んでいる。		



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在活発に動いている製品は輸出向けのため、為替相場の変動によって先行きを見通しづらい状態が続いている。国内向けの状況はそれほど良くもなく、しばらくこの状態が続く見通しである。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・景気が良いのは大企業とその周辺に限られている。当地区では、自動車、工作機器関連メーカー以外の景況感は、悪いままで変わらない。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き続き円安の恩恵を受けて、現状の利益水準を維持する見込みである。	
		建設業（営業担当）	・会社の景気としては、計数的に厳しくなる状況にそれほど変化はない。	
		輸送業（経営者）	・国内小売店向けの物量は、回復しつつあるが前年同期比ではマイナスが続いており、住宅関連資材メーカーでは、相変わらず販売量が増えない状況である。	
		輸送業（従業員）	・円安に伴い輸出関連産業には明るさが見られるが、その一方で輸入原料の値上げにより生産コストの上昇や、製品価格の値上げで消費が落ち込むことが懸念される。業界は、一時的に燃料価格が下がって一服感があるが、一部の荷主からは下落分の値下げ要請もある。しかし、燃料価格が底値から上昇に転じる動きもあり、経営的には不安定な要因となっている。また、荷動きそのものが低調なことから、大手業者の中にも運賃値下げの動きもあり、先行きが不安である。	
		輸送業（エリア担当）	・前年のような消費税増税前の駆け込み需要がないこと、大企業は過去最高益を上げているが、それ以外の企業は決して良くないという状況から、先行きも景気の上昇はない。	
		金融業（従業員）	・製造業等は、先行きも今までと同じかやや良くなる程度で、大きな動きは感じられない。その中でも、大手企業は安定しているが、中小企業については不安定な状況にあり生産量等の先行きが見通しづらい。	
		金融業（企画担当）	・円安、株価高という方向感是不変変わらないが、恩恵を受けるのは資産を持つ人のみであり、資産を持たない人は、給料が上がらないと消費を拡大できない。	
		不動産業（経営者）	・客には様子見の感があり、先行きも現状維持である。	
		不動産業（用地仕入）	・景気を大きく左右するような要因が見受けられない。	
		不動産業（管理担当）	・これからのアベノミクスの動向にも影響するが、当地区では来年度からリニア関係の投資が増加する。すぐに飛躍的な受注量の伸びは期待できないが、現行程度の需要は確保できるので、変わらない。	
		企業広告制作業（経営者）	・大企業を優遇した経済政策は、庶民にはぴんとこない。このまま格差が広がれば、不満だけが残る。	
		広告代理店（制作担当）	・紙の値上げ等もあって特に紙媒体ではこの先も様子見が続く、伸び悩みの状態となる。	
		公認会計士	・中小企業の収益対策等、実効性のある経済施策が見られない。	
		会計事務所（職員）	・中小企業で輸出に対応できる事業者はごくまれで、国内市場に頼るので、原価の上昇を製品価格に反映させるのが難しい。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・これから4月に向けて、発注案件に対する取捨選択が大手企業で行われ、見送られた案件が中小企業に流れてくるが、人材を確保できず受注できないケースが発生する。	
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業本部長）	・円安に伴う物価の上昇に、賃金の上昇が追いついていない。
			窯業・土石製品製造業（社員）	・現在の発注は年度末の予算消化であると明言されているものがかなりあるため、4～5月には、受注量が減る可能性が大きい。
			電気機械器具製造業（経営者）	・客先の業界では5～6月にはあまり設備投資が行われないので、例年通り売上は落ち込む。
悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・ギリシャの債務問題もあって欧州向けがあまり伸びない。米国以外の景気が良くないため、海外向けに期待ができない。		
	建設業（経営者）	・地価や建築費の高騰により、資本力があって富裕層を対象とする大手企業は別として、一般庶民を相手にする中小事業者では、当面は苦戦が続く。また、庶民にとっては物件価格の高騰で、持家取得の機会が著しく少なくなる。		
雇用関連	良くなる	○	○	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・4月開始分の派遣依頼が、今後は増えてくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(東海)		人材派遣会社(社員)	・引き続き、企業の正社員求人募集に対してマッチする人材が枯渇しているため、なかなか紹介ができない。
		人材派遣会社(社員)	・歓送迎会の予約状況が良い。
		アウトソーシング企業(エリア担当)	・新車販売台数の回復が見込まれ、緩やかではあるが生産量の増加が見込まれる。
		新聞社[求人広告](営業担当)	・製造業を中心に賃上げムードが高まっている。また、現実問題として賃金を引き上げないと人が集まらなくなってきている。賃金の上昇は、消費にも好影響をもたらす。
		職業安定所(職員)	・専門・技術職における人手不足感を背景に、保安、建設、サービス、輸送・機械運転等、幅広い業種で求人が増加し、雇用情勢は緩やかな改善の動きが持続する。
		職業安定所(職員)	・求人数は前年同期比、前月比共に増加している。
		職業安定所(職員)	・年度末に向けて消費は拡大する。求人倍率が上昇しており人手不足が更に深刻になっている。従業員の引き留めや求人募集にベースアップが必要であり、賃金が順調に引き上げられれば徐々に良くなっていく。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・中小企業支援の補助金等が本格的に支給されることから、対象企業では、販路拡大、設備投資、新規創業や雇用の増加が見込まれる。これに伴って、世間の雰囲気も含めて景気は上向きに推移すると見込んでいる。
		学校[専門学校](就職担当)	・語学専攻の学生に対する求人では、これまでは英語、中国語の人材募集が圧倒的であったが、最近ではベトナム語やタイ語等の問い合わせも、目立ってきている。
		変わらない	
人材派遣会社(営業担当)	・景気が上向きという漠然とした感覚はあるものの、実生活での具体的な好影響は感じられないため、先行きに大きな変化はない。		
人材派遣会社(支店長)	・客先の動きとして、4月以降の人材派遣の採用枠も本年度と同水準、あるいは拡大傾向にあるので、景況感としては、現状とほぼ変わらない。		
人材派遣会社(営業担当)	・現在の好況が続く見通しである。		
職業安定所(所長)	・消費税増税の見送りや円安基調が落ち着いていることで、管内企業の大半においては、現状のまま推移すると見込んでいる。		
職業安定所(職員)	・新規求人数は高い水準を維持しているが勢いはない。人手不足感が厳しい業種では、採算が合わず店舗を閉鎖するところも出始めている。		
職業安定所(職員)	・先行きのプラス要因としては、海外に生産拠点を持つ大手メーカーには円安による影響はなく好調を維持している。一方、マイナス要因としては、大企業は好調であるが、下請の中小企業では仕事は増加しているが競争が厳しく大変な状態が続いている。また、急激な円安でガソリン価格が大幅に下がり、流通関係においては改善の傾向である。求人は増加傾向が続いているが、相変わらず先が読めない状況であるため、正社員よりもパートでの募集が目立つ。		
民間職業紹介機関(支社長)	・5月頃までは採用に関する動きは鈍いと思われる。新卒採用活動の結果が及ぼす影響も現時点ではまだ読めない。		
その他雇用[広告代理店](求人広告担当)	・景気が良くなる兆候は見られないが、悪くなる要因も見当たらない。		
やや悪くなる			
		民間職業紹介機関(営業担当)	・3月以降は新卒採用の動きが始まるため、中途採用市場の鈍化が懸念される。
悪くなる		-	-

## 6. 北陸(地域別調査機関:一般財団法人北陸経済研究所)

(-:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北陸)	良くなる	一般小売店[精肉](店長)	・3月に北陸新幹線が開業するが、これに向けて人、物、金の動きが激しくなると思う。これに伴い、2~3か月は特需があると思われる。
		一般小売店[鮮魚](従業員)	・新幹線バブルが起きる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は2月が104%、3月が114%、4月194%、5月263%と、4月以降は北陸新幹線開業の影響で好調に推移してきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線開業効果が大きく、既に宿泊は満室の日が増えてきている。宴会についても、MICE関係の予約や問い合わせが順調に増えてきている。レストランだけは地元客が多く、ランチやディナーの客数回復が弱い、宿泊客のレストラン利用は期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今後3月には北陸新幹線が開業し、また大手企業の賃上げが実施される見通しである。その状況に影響を受けて、富山県の人々の心理も明るくなると思うので、景気にも良い効果が出ることを期待している。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・北陸新幹線特需がしばらく続き、関連団体や企業等からの受注が見込める。
		百貨店（営業担当）	・1月と同じになるが、北陸新幹線開業とともに、観光客の来店もあると思われる。
		百貨店（営業担当）	・北陸新幹線開業に向けて全体的に盛り上がっている。観光客を含め来客数が増加することで、購買数もアップすると予想しており、期待できると思われる。
		スーパー（店長）	・昨年の3～4月は消費税増税前の駆け込み需要、その後の買い控えというところと比較すると、少し伸びがあるのではないかと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・フィーリングであるが、例えるならば話をしている内容は変わらないが、その表情は角が取れて穏やかになっていくところだろうか。これより下はないという、安心した感じであろうか。金沢まで開業する北陸新幹線への期待が、離れている当地と言えど感じられる。土地などの買上が期待されるのではないかと。
		家電量販店（店長）	・各年度よりは良くなると思うが、大幅な売上増になるような商品や流れは見られない。
		乗用車販売店（従業員）	・車検が多くなるシーズンに入るので来客数も多くなり、新車や中古車の販売も期待している。
		乗用車販売店（経理担当）	・株価の上昇で含み資産の増加、大企業の賃金上昇で消費マインドが高まるものと予想される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・昨年の消費税増税後にあった反動減を大きくばん回したい。4～5月は集客イベントや物販企画を多く盛り込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・北陸新幹線開業への期待感や明るい話題から、足元の一般消費にも好影響が見られる。開業後は一層の期待感が持てる。
		高級レストラン（スタッフ）	・4月以降、北陸新幹線開業の流れで大型コンベンションが多く、和食店は大部屋の予約が埋まってきている。
		一般レストラン（統括）	・北陸新幹線開業に伴い、夏までは石川、富山の外食関係は特需が期待できる。以降は元に戻ると思われる。
		観光型旅館（経営者）	・4月中頃から北陸新幹線絡みのツアーやインバウンドの予約が入ってきている。しかし、ほとんどが募集形式の団体旅行で、参加者が集まらずキャンセルになる予約があるかもしれないと心配である。
		都市型ホテル（役員）	・3月14日の北陸新幹線の開業に絡み、首都圏でのキャンペーンやテレビ、雑誌など北陸地区の特集が多くなり、ホテル業界全体に期待感が高まっている。宿泊やコンベンションの増加や近隣の公共施設のリニューアルの相乗効果も期待される。
		タクシー運転手	・いよいよ3月14日に北陸新幹線金沢開業となり、観光客やビジネスなどで人出が予想される。大いに期待ができると思う。
		タクシー運転手	・3月に北陸新幹線が開業することから、その波状効果で人が多数来訪し、忙しくなると思っている。
		通信会社（役員）	・3月末に地上波テレビ放送のデジアナ変換が終了することもあり、新たなテレビ契約獲得増の機会となるとの期待がある。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売が予想され、全体的な売上につながると思われる。
		通信会社（役員）	・いよいよ商戦期になり、客からの問い合わせや契約が増えることが予想される。ただし、大手通信事業者の新サービスの動向に影響を受ける可能性もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		テーマパーク（職員）	・3月14日に北陸新幹線が開業を迎え、特に首都圏からの客の増加が期待できる中、来客数の動きも前年同月比でプラス傾向に推移すると思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の上昇感覚が地方まで伸びてきたのか、今後物価が上がり金利も上昇しそうな雰囲気を感じている客が増えており、住宅需要の客層の幅が広がっていると思う。
		住宅販売会社（従業員）	・3月14日の北陸新幹線開業で人がにぎわい活気が沸き、客の動きが出て受注が増えると思う。
		商店街（代表者）	・卒業入学等の季節になるが、例年通りの動きと予想される。
		商店街（代表者）	・4月は統一地方選挙があり、ぼちぼちと選挙色が出始めている。昨年12月に続き、商売には痛手である。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・年度末、新年度を迎える時期であるが、見通しは不透明で何とも言えない。
		百貨店（売場主任）	・ガソリンなども上昇し始めており、春闘の結果次第により若干の変化は見られるかもしれないが、基本は可処分所得に左右されそうな気配である。
		百貨店（営業担当）	・3月の北陸新幹線開業で人が入ってくる出ていくという動きはあるが、今のところトータルの経済効果はなかなか読みづらい。したがって、先の景気はわからない。
		スーパー（店長）	・春先になると昨年の消費税増税後の状況もあり、一時良くなるように考えているが、全体的には変化はなく、今後も現在の状況は続くように思う。
		スーパー（総務担当）	・食品の販売価格値上げが今後も見込まれているため、客単価がアップして売上は維持できるかもしれないが、決して景気が良いという感じはしない。
		スーパー（総務担当）	・北陸新幹線開業が直前に迫り期待感はあるが、小型スーパーマーケットでは効果が出るにしても先の話ではないかと思われる。
		スーパー（統括）	・4月は消費税増税があった月であり、昨年は売上が大きく減少させているため、若干良くなると思われるが、現状ではそれに加えて食品関係の値上げもあるため相殺される形となり、変わらないとみている。
		コンビニ（経営者）	・春が訪れて、周辺のスポーツ施設では、日曜日や休日のイベント日の天候によって来場者に多少変動はあると思うが、ウィークデーは良くなる要素も悪くなる要素も見つけられない。
		コンビニ（店舗管理）	・食用油の値上げはガソリン値下がり相殺される。
		衣料品専門店（経営者）	・原油価格の動向による。
		家電量販店（店長）	・前年の特需に対して来客数が減少している。関連商品提案などで客単価を上げているが補えていない。また、冷蔵庫、エアコンが前々年に対しても実績が低迷している。
		乗用車販売店（役員）	・新車販売は3月末までは厳しい。
		自動車備品販売店（従業員）	・天候にも左右されるものの、春タイヤへの履き替え需要も今年は若干増加予想だが、単価の下落は続いており、明るい兆しはない。
		一般レストラン（店長）	・北陸新幹線効果を期待する声もあるが、南加賀においては目に見えてのプラス効果が感じられない。
		スナック（経営者）	・4月には選挙が予定されていたり、期待できない要因がある。また、国際的要因などで不透明な部分もあると思う。
		旅行代理店（従業員）	・団体の企画見積り依頼が増えてはいるが、成約までに至っていない。手配が完了、あるいは確定しないことには、数字としては見込めない。
		通信会社（職員）	・販売量、契約数が増加している一方で、競合先の攻勢による解約も増えており全体としては変わらないとした。しかし競合先を含め、トータルでの客数は増えており、客の周りの景気は上向き感がある。
		通信会社（営業担当）	・新規契約数は目標を達成し順調に伸びているが、解約数が前年と比べてもやや多く、景気が今よりも良くなるとは考えにくい。現状維持のまま推移しそうだ。
	競輪場（職員）	・売上が向上する要素が見当たらない。	
	美容室（経営者）	・株価のアップなどで個人の消費マインドも上向きになっている。	
	住宅販売会社（経営者）	・客の様子から変わらないと思う。	

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
		住宅販売会社（従業員）	・受注量は地区ごとにバラツキがあるものの、前月比で緩やかに戻ってきている。ただ、商談件数に比較して契約までに時間がとられており成約率は低く、現状では思ったほど契約に至っていない。反面、価格競争が本格化してきている。
		住宅販売会社（従業員）	・もともと販売量が多い価格帯の商品の引き合いがない。中間価格帯の商品に勢いが出てこないと思われ、景気回復とはならないと思われる。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・明らかに目的の物だけを買にくる人や、目の前にあるドラッグストアで価格の安いものを買ってきて、当店だけにあるものを当店で買っていくというような、目的を決めて買にくる人の姿が多くみられる。最近のこのような傾向は、まだ続きそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては、依然として財布のひもは固く、必要なもの、ロープライスのものしか動いていない。この傾向は今後も続いていくものと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月から自動車に関わる税制がスタートすると、販売量が少なくなると思う。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかく景気が良くなる。ほかにどうか分らないが、まだ春は先である。春が永遠に来ないのではないかと、うくらい、冷え切っている。
悪くなる	その他レジャー施設（職員）	・年度替わりの時期での退会が増え、それを補う新入会が取れる要素がないので苦しい状況になると思われる。燃料費がまた上がりだした。	
	コンビニ（店長）	・経営者から見た景気で考えると、売上だけでなく経費も重要である。人件費が高騰し、求人費やスタッフさんを定着させるための費用が著しくかかってくる以上、売上が横ばいであったとしても、経営上ものすごく景気が悪い状況になってきている。恐らくこれからも人手不足、人材不足はどんどん加速していく。コンビニ自体もものすごく沢山出店していることから、全体的な売上も下がり、経費もかかるため、先の見えない非常に厳しい状況に陥っている。	
企業 動向 関連  (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・輸出関連の伸び及び国内市場の消費拡大に期待がかかる。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・政府の景気対策の実行と、新年度での各企業の成長戦略が奏功していく。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内市場は3月決算により受注増が予測される。また欧米市場も設備投資が積極的に動く時期に入る。
		輸送業（配車担当）	・3月の北陸新幹線開業により人の動きが活発になると思われ、それに伴い物量も動くと思われる。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線開業に向けたインバウンド需要は期待できる。マインド自体は上向きである。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線開業後、年内一杯は観光客も増加するだろう。現に、私の大学のゼミの後輩も観光に来るとの連絡もあった。
		不動産業（経営者）	・物件の問い合わせが少しずつ増えてきているという話と、法人の動きも少し出てきているという話が多かった。
		司法書士	・住宅ローンの金利が今後は上がる見込みであり、住宅新築が進むと思われる。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・輸出は仕向地によって期待をしたいと思う。内需についても期待をしている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合をみて、変わらないと思った。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・直近の国内外からの引き合い状況からも、しばらくは現状の景気が続くと思われる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・国内市場は、新年度に向かい販売量は伸びていくと思われるが、これはあくまで季節的要因であり、いろいろなものの値上げ動向によりレベル的には厳しい状況が続くと思われる。
		建設業（総務担当）	・一部の地域で、工事発注量の減少から受注価格競争が激化したり、先行きの受注環境が不透明になっている。
輸送業（配車担当）		・軽油価格が下がっているのは有り難いが、運転手不足、よう車（他の業者から借りる車両）不足が厳しい。	
やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・主原料の価格が為替の問題から20～30%アップし、対策は随時打っているが、大きく収益力が下がることが予測される。	

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
		建設業（経営者）	・3月中旬以降に着工できる手持ち工事が少なく、4月に入っても例年のことながら年度初めということで公共事業の発注が少なく、単月赤字が続くであろう。
	悪くなる	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・去年の1～2月は、駆け込み需要の要因で売上が高かったこともあるが、前年比マイナスの数字が大きくなる一方である。最低、6月までは戻らないのではないかと心配している。
雇用 関連  (北陸)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（役員）	・3月14日に北陸新幹線が開業する。当地域では多数の商業施設がオープンし、求人が増加すると思われる。
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年同期と比べると求人広告の売上は上がっている。
		職業安定所（職員）	・事業所からの求人意欲はしばらく高止まりした状況で推移すると思われる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・3～4月頃まで北陸新幹線効果もあって、注文の増加が予想される。新卒者が就業する5月頃は、やや落ち着くだろう。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・北陸新幹線効果で派遣需要の増加を期待したい。新卒採用もあり厳しいものを感じられる。
		人材派遣会社（社員）	・今後、景気の回復による求人増を受けて、優秀な人材の不足感がより一層高まることが予想される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・北陸新幹線の関連でもっと求人数が増えるかと思っただ、大した伸びではなかった。
		職業安定所（職員）	・業績が今は良くても、先行きを不安視する事業所も依然としてみられる。
		職業安定所（職員）	・北陸新幹線開業がどの程度効果があるか不透明であり、原材料高による商品値上げに関する動向も不透明であるが、3月までは横ばい状態にあると思われる。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	

## 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (近畿)	良くなる	百貨店（服飾品担当）	・ここ数年は、3月と9月を中心に寒い春と暑い秋という環境が続き、動きが悪かったものの、今月は新材材に消費者がかなり反応している。販促活動に共感すれば、季節に関係なく購入するような、動きの変化が出始めている。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕し、公式戦が予定されているほか、ほかにも多くのコンサートが開催されるため、多数の来場者を予想している。
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・受注が増えており、先行きの受注も見込めるため、やや良くなると予想している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・少し価格の高い商品が売れ出しているため、今後の景気は良くなる。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・寒さが和らぎ、人が動く時期となるため、2月よりも販売量が増えることを期待したい。
		百貨店（売場主任）	・耐震工事の影響が和らぎ、大きなプラスに転じる。
		百貨店（営業担当）	・競合店の開業から1年となり、底は打ったように思われる。今後も商品の品質のアピールを続けていく。
		百貨店（商品担当）	・冬物セールは苦戦が続いているが、婦人服を中心とした春物の出足は好調である。インバウンド客向けの売上は飛躍的に伸びており、賃金の上昇が実現すれば、国内内容についても全体的な売上増が望めそうである。
		百貨店（売場マネージャー）	・前年は消費税増税と近隣の大型商業施設のオープンが重なり、非常に苦戦したが、売場改装などの環境整備に向けた投資を積極的に行い、集客力の向上を図っている。
		百貨店（外商担当）	・株価が順調に上がり続けているほか、春の賃上げ交渉うまくいき、大幅なベースアップが実現しそうであるため、客の購買意欲も高まっていく。
		百貨店（営業企画）	・都市部ではインバウンド需要が拡大しているほか、政府機関からは消費税増税の影響が終息といった発表もあった。ただし、地方への波及は実感に乏しい。
		百貨店（マネージャー）	・富裕層を中心に好調が続いており、徐々に中間層にも明るい話題が増えつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・前年の4～5月は、消費税増税後の売上が厳しかった時期である。食品の値上げなどのマイナス要素もあるが、新商品やこだわりの商品、話題の商品を丁寧に売っていく時期となる。ゴールデンウィークの休みも長いと、人の動きが活発化すれば、低迷が続く衣料品にも好機が生まれる。
		スーパー（店長）	・10%への消費税増税が延期され、しばらくは景況感が改善するため、身近な消費も上向く。
		スーパー（店長）	・昨年の消費税増税後の落ち込みからの反動や、ガソリン価格の低位安定といったプラス要因と、原料の高騰による値上げなどのマイナス要因が混在している。判断が非常に難しい状況ではあるが、回復傾向が緩やかに進むと予想される。
		スーパー（社員）	・前年の同時期に比べて、競合店の新たな出店や改装計画が増加している。昨年後半から今年前半にかけて、食品スーパー業界が全体として好調なことが、積極的な投資につながっている。今後も更に消費は増加すると予想される。
		コンビニ（経営者）	・新発売されるプレミアム商品やイベント関連商品の売上が好調に推移しそうであり、客単価の底上げにつながることが期待される。
		コンビニ（店員）	・春のパン祭りが始まるため、新商品に力を入れて、品ぞろえを増やしていくなど、客の購買意識を高める努力をしている。
		コンビニ（広告担当）	・4月以降は良くなるという声がマスコミなどでも報じられており、そうなってほしいと期待している。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・次の季節のスーツなどへの問い合わせや、引き合いが多い。
		乗用車販売店（経営者）	・円安、株高傾向が続けば、富裕層の動きが増える。
		乗用車販売店（経営者）	・新年度になると、計画どおりに動くのではないかと期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・ハイブリッド車の売行きは良くないものの、新型車の需要が好調であるため、全体では良くなる。
		住関連専門店（店員）	・新生活需要で実績の向上が期待できる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログが出るため、受注量が増加する。
		高級レストラン（スタッフ）	・歓送迎会や慰労会などの予約が増えつつある。
		高級レストラン（企画）	・宿泊を中心に、インバウンド需要が引き続き堅調に推移している。
		一般レストラン（経営者）	・桜が咲く時期には、外国人観光客の増加が見込まれる。また、人事異動に伴う歓送迎会、4月末からのウェディング需要の増加などで、予約が入ってきている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・政策効果で企業収益が改善するとともに、円安傾向も当面は続くとして予測される。景気回復による直接的な影響はまだみられないが、2次的な効果で消費が上向いていると感じる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・前年比でみると売上は若干伸びているが、今後はほぼ横ばいで推移する。
		観光型旅館（経営者）	・外国人の個人旅行客が増えている。
		観光型旅館（経営者）	・桜のシーズンとゴールデンウィークの宿泊の予約は、例年どおりほぼ満室となっている。先行きは期待が持たれ、購買意欲が上向いてくれば、景気回復が実感できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門の予約率が好調で、大阪全体でも宿泊料金の値上げが多くみられる。宴会部門も、単価は下降傾向であるが、予約率でみると前年を上回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・好調な宿泊部門に支えられて収支が改善している。ただし、新年度の4月以降は客室単価を大幅に上げるため、客離れにつながるかどうかを見極める必要がある。
		都市型ホテル（客室担当）	・来客数や単価の好調をみる限り、ゴールデンウィークまでは順調に推移する。
		旅行代理店（経営者）	・単価の高い欧州方面への旅行の減少は気になるが、関東のテーマパークが盛り返しており、国内旅行は大きく伸びている。また、株高も好材料となっている。ただし、インバウンド関連の好調や、北陸新幹線の開業による関東からの来訪客の増加で、飛行機や宿泊施設の予約が取りにくくなっており、この影響はまだ読みきれない。
		タクシー運転手	・暖かくなれば、桜の時期には人出が望める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（企画担当）	・株高などで景気回復の気運が高まり、消費マインドが改善する。
		観光名所（経理担当）	・2月は、前月ほど休日に雨や雪が降らなかったため、来客数、売上共に前年比で15%ほど伸びた。当地域で50年続いている行事が行われ、その来客が大きく影響している。前月の減少分が今月に回っているような気がするなど、総じて景気が良いとは感じられず、もう少し暖かくならなければ、景気の判断がつかない。
		パチンコ店（店員）	・新聞などでは景気回復についての記事が増えてきている。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・マスコミにたたかれながらも、安倍内閣の経済政策は着実に成果を上げている。農協改革も進みそうな状況に驚いている。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・周囲では徐々に、賃金の上昇や、受注の増加、人手不足といった話が増えつつある。物価上昇に対する懸念もあるが、明らかに市場は活気を取り戻しつつある。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐので、寒い時期は来客数が減少し、暖かくなると増えてくる。
		住宅販売会社（経営者）	・市場の刺激策が効果を上げる。ただし、現在は消費者に届いておらず、単価の上昇に消費者がついてきていない。うまくマインドが上がれば、市場の活性化につながると予想される。不透明感はあるが、やや良くなると思いたい。
		住宅販売会社（総務担当）	・成約までは時間を要するが、需要は増えている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・企業業績の向上や、給与アップなどが更に強く感じられるようになれば、4～6月も堅調な推移となる。
		変わらない	
一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費マインドの好転は期待できない。		
一般小売店〔時計〕（経営者）	・長い間常連で来てくれていた客が、年齢や体調のせいでも転居されるなど、年々先細りになっていくのを感じる。安ければよいという考えがまだまだ広がっており、適正な商品を適正な値段で買ってくれる客を確保するのが難しい。先行きは決して明るくない。		
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・外国人客以外の部分で、景気が上向いていると感じることはない。		
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・中小や零細企業が多い街では、物価は間違いなく上がっているという一方、実際の給料は上がらず、家計は苦しいという声をよく聞く。実際、来店してくる消費者の購買意欲も低い。地域や業種によって大きな格差が生まれていると強く感じる。		
一般小売店〔酒〕（社員）	・株価は高値で推移しているが、高額品の売行きは限定的であり、情勢を見守っている雰囲気がある。		
百貨店（売場主任）	・株価の上昇や大手企業の賃上げなど、収入が増える要素はあるものの、恩恵を受けるのは一部である。国内の消費、特にファッション関連がすぐに改善するとは考えにくい。インバウンド需要もあり、付加価値の高い高額品の動きは期待できるが、全体を押し上げるほどではない。		
百貨店（売場主任）	・政府や国による内需拡大策を早期に実施し、東日本大震災の復興策を進めるべきである。海外への支援や援助よりも、自国のことを早急に解決すべきである。		
百貨店（売場主任）	・株高による景況感の改善で、高額品の動きは活発化するものの、食料品や身の回り品については消費マインドが高まる要素がない。		
百貨店（企画担当）	・新聞では賃金のベースアップや株価上昇の話題が増えてきているものの、百貨店の売上が伸びる要素は肌で感じられない。		
百貨店（営業担当）	・海外の高級ブランド品の値上げも一段落し、売上は一時的に落ちると思われるが、一部の超優良顧客の買上は増える。		
百貨店（販促担当）	・3月は更なる反動減が予測され、吸収する手段がない。4月以降は反動増となるが、3月の悪化が響き、苦戦が予想される。		
百貨店（サービス担当）	・来月からは、開業1周年フェアの催事企画による集客効果が期待されるが、全店舗の点検の結果、一部で改装工事が行われる。売場面積の減少で前年売上の確保が難しくなる。		



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（外商担当）	・景気回復といわれるが、大企業中心の都心部と地方都市では依然として所得格差が大きい。地方都市では、中小企業の業績が伸び悩んでいるのが実情であり、厳しい状況が続いている。
		百貨店（商品担当）	・消費税増税後、不要な物はなかなか購入しない傾向が続いている。増税が購買意欲を抑えている様子で、特価でも不要であれば買わない。
		百貨店（売場マネージャー）	・昨年5月は消費税増税後の落ち込んだ時期であるが、順調に回復するとは考えていない。消費者の買い控えが続くなど、購買行動が昨年と比べてかなり変化していることから、消費はまだまだ厳しい予測をするしかないと考えている。ボリューム層の回復がカギとなるが、見通しは良くない。ただし、インバウンド関連の好調は継続する。
		百貨店（売場マネージャー）	・一定のインバウンド効果はあるが、国内消費の先行きは不透明である。消費の二極化がますます強まり、中間価格帯の商材の動きが鈍い。全体的な動きは変わらないが、中身が変化している。
		スーパー（経営者）	・これから卒業・入学と、1年でお金が必要な時期を迎えるため、財布のひもはかなり固くなる。客の様子からみて、良くなるとは考えにくい。
		スーパー（経営者）	・買物の様子から格差の広がりを感じる。顧客の大部分が低所得者層の食品販売では、低価格志向が強まっている。
		スーパー（店長）	・量販店では最近好調な高額品やインバウンド需要の恩恵があまりない。普段の生活に関する部分が、今すぐに好転するとは判断しにくい。
		スーパー（店長）	・3月は昨年の駆け込み需要の反動減で悪くなる一方、4月は昨年の反動で良くなるが、目標をクリアできるかどうかは不透明である。
		スーパー（企画担当）	・今後も現在の状態が続くと予想される。
		スーパー（広報担当）	・株高の実感を得られない層が大半である。昨年の消費税増税の影響で毎月の売上が上下するなか、先行きの不透明な状態が続く。
		スーパー（管理担当）	・原材料費の高騰による価格上昇のほか、在庫不足も懸念される。賃上げの動きも物価上昇に見合ったものとはならず、次の消費税増税に向けて購買力を上昇させる材料は乏しい。
		スーパー（企画）	・4月末か5月の給与から所得の増加が実感できれば、消費自体が上向くことはなくても、消費意欲は上向く。このまま夏のボーナス商戦へと向かえば、良い影響が出る。
		スーパー（開発担当）	・春闘の結果次第で消費の動きが変わる。
		コンビニ（経営者）	・来客数は前年比で変わらないが、価格を安くしても、客の購入ゾーンに入らなければ売れない。
		コンビニ（店員）	・売上増につながる要素はなく、厳しい状態が今後も続くとは予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・今のところは特に良くなる材料がない。
		衣料品専門店（販売担当）	・単価を抑え、買い控えをする客が増えていることは確かであるが、購入の動きもみられるため、全体としては変わらない。
		家電量販店（経営者）	・客の所得が増える要素や、消費を喚起する要素が見当たらない。省エネ住宅に関するポイント制度が、若干の追い風になることを期待している。
		家電量販店（企画担当）	・最近の株価の上昇や中国人観光客の購入増が、大きな売上アップの要因になると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・世界的な株高で円安が進行し、日本の大手メーカーは過去最高の利益を計上しているが、我々中小企業はその恩恵を受けていない。原材料価格は高騰し、人材不足で経営環境はますます悪くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売予約が少なく、車検や一般修理にもあまり変化がみられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・軽、小型車の売上が好調に増えているが、やはり大型車が売れなければ、身の回りの景気が良いとはいえない。
		乗用車販売店（営業担当）	・特に好転する材料がなく、厳しい状況が続く。政府の景気対策の効果が実感できないため、消費マインドが更に低下しているように感じる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・健康に左右される部分が大きく、これから暖かくなるにつれて花粉症などの商品が動く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・TPPに関する交渉が妥結すれば、世の中の様々な面で影響が出てくる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・景気が上向きになる要因がない。現状は、仕入価格の上昇分を販売先に転嫁できていない。独占的な大手小売店の仕入価格に対する考え方は、高級志向も一部にはあるが、デフレ時期とさほど変わらない。市場を動かす大手の考え方が変わらなければ、業界は良くならない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安が続くなか、新年度に向けての消費が宝飾品に向かうことはない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・最近では食料品などの値上げが相次いでおり、全体としては消費意欲の低下が続く。
		一般レストラン（企画）	・来客数は関東と比べれば良いレベルにあるが、前年実績を上回るような水準には達していない。
		一般レストラン（経理担当）	・賃金のベースアップの状況次第であるが、インバウンド客は堅調に推移する。
		一般レストラン（店員）	・天候にも左右されるが、大きな変化の要因が見当たらないため、現状と変わらない動きとなる。
		観光型ホテル（経営者）	・3～4月の先行予約も好調であり、引き続き来客数は増えると予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・特に世の中の景気が良くなっているような動きが感じられない。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税後に客単価が下がり、今もその状態が続いている。今後もそれほど変わらないと予想される。
		観光型旅館（団体役員）	・来客数は徐々に増えつつあるが、仕入原価が高くなり、経営には支障が出ている。
		都市型ホテル（支配人）	・株価の上昇や、円安による外国人旅行者の増加など、景気改善の条件は整いつつあるが、輸入品の値上がりで原価が高止まりしており、企業収益を圧迫している。
		都市型ホテル（総務担当）	・予約件数、客室単価共に好調である。
		旅行代理店（広報担当）	・頻繁にテロが発生しているなか、旅行マインドを上向かせるのはなかなか困難であり、この状況が更に悪化すると予想される。
		旅行代理店（営業担当）	・国内旅行やインバウンド客の動きは堅調であるが、海外旅行の動きはなかなか良くならない。イスラム国関連の報道や、自然災害などによる影響が出ている。
		テーマパーク（職員）	・昨年の衆議院選挙以降の傾向として、入場者数は前年を上回る水準となっても、飲食や販売の収入が伸びてこない。いずれ実施される消費税増税への意識が強いこともあるが、どうも理由はそれだけではない。現実の問題として、就労人口の大半を占める層の収入が、期待されたほど伸びていない影響が大きいと感じている。
		観光名所（企画担当）	・海外客の動きには期待できるが、全体的に大きく増えることはなく、現状維持と考えている。
		遊園地（経営者）	・当面は、景気に変化するような要素が良くも悪くも見当たらない。
		競輪場（職員）	・例年の傾向と変わらない。ただし、ガソリン価格が上昇し始めているほか、様々な商品や生活必需品が値上がりしている。賃金や収入は物価の上昇には追いついていないため、悪くなる傾向が進む。
		競艇場（職員）	・2月の売上が良くなったのは、特殊事情によるものと考えており、状況に大きな変化はない。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンド客頼みの観光施策には不安を感じる。施設側も含めて、国内客の需要喚起を行わなければ、観光業界全体の本当の底上げにはならない。
		美容室（経営者）	・今月の来客数が減ったのは、客が違う店に移ったからではなく、来店の間隔が1.5倍～2倍に伸びたからである。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・2～3か月ですぐに成果が出てくるものではなく、東京、名古屋で好景気の波及が止まって、関西にはなかなか来ない。あと1～2年はかかるほか、景気が良くなっても、関西は昔のように好調とはならない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・売上の増加傾向に期待したいが、予断を許さない状況でもある。積極的な出店戦略と景気に左右されない施策で乗りきりたい。

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
		住宅販売会社（従業員）	・これから新たに供給されるマンションは、建築費の高騰により販売価格が高く設定されているため、契約率は低下する。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・全体の景気はあまり変わらないと思うが、法人や個人の破産や任意整理は増加する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・3月になると生活用品の値上げが多くなる。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の影響で消費が減退している。
		一般小売店〔花〕（店員）	・卒業・入学シーズンが近づくと、予約や問い合わせが増えるが、今年は少ないと感じる。予約注文も単価が低く、生花にかける予算が削られているため、売上アップは見込めない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税後の売上を調べると、若年層の購入が著しく減っており、世代間の購買力の差がますます広がっていると感じる。次の増税も含めて考えると、この傾向は更に進むと予想される。
		スーパー（店長）	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、月後半は特に一般食品や雑貨の売上が前年比で130%に伸びた。今年は前年比でみると厳しい状態が予想されるほか、原料高騰による値上げもあり、売上の伸びは期待できない。価格で訴求せざるをえないため、薄利多売となることが予想される。
		コンビニ（店長）	・原材料の値上げに伴って、商品の価格が結構大きく変動しているため、全体的に景気への影響が出そうである。
		乗用車販売店（経営者）	・年度末に向けて、客の購買意欲はやや高まっているものの、4月以降は全く不透明である。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月からはエコカー減税の基準が厳格化され、輸入車はほとんどが減税対象から外れるため、販売量の減少が懸念される。3月までの駆け込み需要に力を入れなければならない。
		住関連専門店（店長）	・経済では良いニュースがなく、むしろ国際情勢の暗いニュースが多い。報道は景気に直結することから、大きな影響が出る。
		スナック（経営者）	・春のイベントを2件ほど企画しているため、その結果に期待している。
		都市型ホテル（管理担当）	・春からの電気料金の値上げにより、どのような影響が出るのかは予想ができない。
		タクシー運転手	・企業が雇用者の取り分を増やさず、大企業が中小企業に利益を回さないために、現在のような状況となる。大企業が利益率を下げて、雇用者に回していくことで改善する。
		通信会社（経営者）	・円安などによる材料価格の上昇やコストアップなどで、結果的に消費が低迷する。
		通信会社（社員）	・客の動きが少し止まっている状態であり、夏ごろまで何ともいえないが、既加入者のうち大手通信会社のユーザーが解約し始めれば、売上の減少も避けられない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の延期により、建築時期が1年以内という客が減少し、じっくり検討するという、2年以内の回答が増加している。
		悪くなる	衣料品専門店（経営者）
	一般レストラン（経営者）		・4月からの商品の値上げなどに伴い、消費者の財布のひもは固くなり、外食の回数は減る。
	企業動向関連 (近畿)	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）
やや良くなる		木材木製品製造業（経営者）	・引き合いや注文、問い合わせなどが増え、受注につながるとみられるため、今後は売上の増加が見込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・既存客の状況にはあまり変化がないように思われるが、新規の問い合わせが少しずつ増えてきている。
		化学工業（経営者）	・大口案件の問い合わせが増えてきているので、もう少し良くなると期待される。
		化学工業（管理担当）	・賃金のベースアップが実施され、消費者の購買意欲が高まると予想される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・手探り状態がまだ続くと思われるが、コストダウンに対応した新商品が立ち上がる予定である。単価は下がるが、販売数量が増えるため、差し引きではプラスの見込みである。
金属製品製造業（経営者）		・輸入品は減少しているが、そのほかに大きな変化はない。今後は徐々に良くなると期待している。	

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・単純な安値競争が無駄なことは新興国で浸透しており、歩留まりを重視することが利益につながるとの認識が深まっている。このことは日本企業にはプラスとなるが、国内景気はアベノミクスの失敗によって大崩れするのではないかと懸念している。
		建設業（経営者）	・暖かくなってから工事が動き出す。年度変わりの異動で賃貸物件も動き始める。
		建設業（経営者）	・年度末に向けて、やや良くなる。
		建設業（営業担当）	・大企業だけでなく、得意分野を持つ中小企業からも、設備投資や事業拡張の計画の話がよく聞かれる。
		輸送業（営業担当）	・春季の異動や新学期に備えて通販の荷物量が増えるため、少しは期待できそうである。
		輸送業（営業所長）	・新規案件が多く、昨年の消費税前増税の駆け込み需要とは違った荷動きがみられる。
		輸送業（商品管理担当）	・今月の売上は昨年に比べて減少しているが、4～5月は新学期が始まるので、少し景気が良くなる。
		通信業（管理担当）	・いよいよ春が到来し、様々な新商品が出て、価格も若干下がると予想される。
		金融業（営業担当）	・3か月先の期待感として、やや良くなればよいと思う。まだまだ好景気には程遠い感覚である。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・販売量には大きな変動はないと思う。為替の関係で原料価格が軒並み上昇しており、利益率の低下に今後どのように対応していくかが問題である。各社の輸出は好調であるが、国内販売が中心である当社は大きく変化することはない。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により、2～3か月は飲料水の販売は前年比で厳しい状況となる。
		繊維工業（団体職員）	・長期的には回復基調にあると思われるが、当面は横ばいで推移し、徐々に回復に向かう。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・忙しいが、受注量は変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・3月に入ると少し良くなると思われるが、確かな材料が見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年が変わってから数字が上向いてきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新たな国内の設備投資が増えるまでには程遠いが、円安が安定的に続くことになれば、景気は良くなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅着工戸数の増加が見込めないため、現在の状況が継続する。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今よりも良くなる要因がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月分は受注残があるが、その先の受注がみえてこない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事の量は横ばいで推移している。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・現在の引き合いを確実に受注につなげる営業努力が必要である。		
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気は緩やかな回復基調にあるといわれているが、円安の進行で海外からの輸入部材や海外での加工賃が高騰しており、それを販売価格に転嫁できていない。業界としては回復感がない状況である。		
建設業（経営者）	・建設関係は東京一極集中の傾向が強く、今後も監理技術者、技能労務者不足は続くと思われる。官庁関係は賃金などの予算を上げてくれているが、入札の不調が続いている。		
金融業〔投資運用業〕（代表）	・中東の不安定な情勢が相場の高揚感を冷やしている。海外からの旅行者に対する円安の経済的効果も、限定的なものにとどまる。		
不動産業（営業担当）	・神戸に新たに出てくる企業に対し、税金を安くするなどのメリットが必要である。		
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が減少しているが、2月は毎年悪くなるため、3月には回復する。		
広告代理店（営業担当）	・それほど大きな動きはみられない。		
広告代理店（営業担当）	・ここ数か月は同じ状況が続いており、新しい好材料も見当たらない。		

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	
		経営コンサルタント	・新聞報道などをみると、中小零細企業の従業員は物価が上がる一方で、負担が増加していくばかりである。大企業からの発注金額をみても、明るい気持ちになるような情報は少ない。	
		経営コンサルタント	・中小企業の経営者には、政策に振り回されたくないという意識がかなり広がっていると感じる。もらえるものはもらうが、必要不可欠ではない投資はしないとの声がよく聞かれる。	
		司法書士	・今月も事件数や案件が少なく、明るい兆しを感じることができない。	
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも暇だという声をよく耳にする。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・円安による海外からの観光客の増加に期待しているが、肝心の国内客の消費マインドは低い状態が続く。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・先行き不透明であり、良くなるかどうかは分からないが、悪くなることはない。	
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・一度下がった価格はなかなか上がらない。どれだけ大手ユーザーに入り込み、大量販売できるかがカギとなる。ただし、新年度となる4～5月は、年度末のリニューアルが終わり、押し込み在庫の消化もあることから、商品の動きが減る。	
		やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・靴下は中国からの輸入が主体を占めているため、利益面では円安の影響で厳しい状態が続いている。この状況を改善するためには、仕入国の変更や高付加価値品の開発、国内生産への移行など必要であるが、それには時間がかかる。
			輸送業（営業担当）	・学習機の早期割引をしているが、通常の配達時期が前倒しになっただけであり、今後は配達件数が減っていく。
			広告代理店（営業担当）	・売上は微減傾向が続くと予想される。
悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・採算が悪化しているなか、春からの電気料金の値上がりで、更に採算が悪化することが予想される。		
	金属製品製造業（管理担当）	・電力の買取り問題があったため、メガソーラー関連の受注が減っている。		
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・アベノミクス効果も予想が立たず、先行きの展望が開けない。		
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）	・株高や円安が継続するほか、各企業の決算予想も良いことから、派遣業界は今後も忙しくなる。ただし、一時は紹介予定派遣が選ばれる動きもあったが、少しトーンダウンし、この先はしばらく派遣でしのごうという慎重姿勢がみられる。需要と供給のミスマッチにより、人材の絶対数が足りなくなる。	
		人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の状況が続くが、派遣業界では急速に人手不足感が高まっている。	
		人材派遣会社（役員）	・時給は引き続き好転すると予想される。高い時給でないと人が集まらないことも要因である。足元では消費税率の引上げの影響を原油安が緩和してくれているため、時給が上がっている効果が実感しやすくなる。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末を控え、各社がそれなりの利益確保を進めている状況が感じられる。それが広告の出稿やプロモーション活動費用に充当される気配がある。	
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数は微増であるが、増加傾向といえる状態にあるため、景気は良くなっていくと予想される。	
		職業安定所（職員）	・求人数も徐々にではあるが増える傾向にある。事業所からも、景気が良くないと声は最近聞かれない。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・来年度の求人数は多くなることが予想される。	
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・昨年の労働者派遣法改正は延びたが、春先には派遣開始から3年という抵触日を迎える就業スタッフが多数いる。抵触日の対応次第では非常に厳しい状況となるが、それほど大きな変化にはならない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・国会では予算関連法案の審議が遅れそうであるなど、景気が回復するプラス要素が見当たらない。	
アウトソーシング企業（社員）		・新年度に入るが、求人数や採用数は変わらない。		

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
		職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数は増加しているが、今後は複数の事業所で雇用調整の動きがあり、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り、新規求職者には減少がみられる。結果として有効求人倍率は上昇傾向となっているが、正社員の有効求人倍率は1倍に満たない。大企業を中心に非正規社員の正社員化が一部で進んでいるが、新規求人ではパート求人が多い傾向に変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇い労働者数が、高齢化などで長期的に減少傾向となっている。それに伴い、建設求人業者も受注量を減らしたり、廃業したりという動きが続いている。その一方、労働者が不足しているため、求人倍率は上がりやすくなり、景気が良くみえるという複雑な状況である。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・当分は今の良い状況が続くと考えるが、更に上向く要素が特には見当たらない。
	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
家計動向 関連  (中国)	良くなる	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・今後、店舗を改装オープンする予定もあり、地元客を中心に来客が増えると期待する。
	やや良くなる	商店街（理事）	・季節の変わり目には客の購買意欲が上がり、需要が伸びる傾向にあるので、ある程度の自然増が期待できる。
		商店街（代表者）	・気候が良くなり、また入学・卒業シーズンになるので、3～4月には人の動きが出てくる。来客数は今後伸びる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・まだまだ地方経済が本格的に良くなるとは思えない。ただパラマキ型の景気対策の準備が始まっているので、一時的には景気は良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・3月20日から20%お得な地域振興券が10億円分発売される予定である。すでに予約もスタートしており、この振興券が景気浮揚につながって欲しい。
		スーパー（店長）	・前3か月をみると、客数、客単価、販売点数の数字が月を経るごとに1.5～2%ずつ改善している。これは単なる商品値上げの影響とは考えにくく、景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・前年は4月に消費税増税が実施されたため、4～5月は売上が落ち込んだ。それに比較すると、今年4～5月の景気はやや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・12～1月の良い流れが2月も継続し、数字は若干ながら上向いている。1回の買物量が増えてきており、今後は年度末に向けて工事関係者の増加も期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇とともに客数や商品の動きが活発になる。
		コンビニ（支店長）	・前年の駆け込み需要とその後の反動減という特殊要因を除けば、今年も前年並みの売上は期待できる。
		家電量販店（店長）	・前年の4～5月は消費税増税後の反動減があり、客数も売上も落ち込んでいた。その時期と比較すれば、今年4月以降の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（統括）	・前年のこの時期には駆け込み需要があった。それと比較すると販売量は3月までは前年に比べて悪いが、4月以降は改善される。
		乗用車販売店（営業担当）	・新しい商品が発売されるので、来客数が増える見込みであり、景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・支出を抑えていた客が動き始めている。今後も来客は増える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・株価などをみると、市況は好転している印象があるので、気分的に明るい意識が高まる。ただし一般消費者は株高に無関係な方が多いので、そこまでの好景気は望めない。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付き商品券等の景気対策が実施されることにより、今後は景気が良くなる。
		一般レストラン（店長）	・外国人観光客が前年と同様に多く、予約も前年を上回る勢いで入ってきている。一般客も前年と同等に入ると予想しており、全体の客数は前年を上回る。

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		
		スナック（経営者）	・微妙ではあるが、景気は良くなったように感じる。このまま景気が上向きになればと期待している。		
		観光型ホテル（支配人）	・姫路城の改修が終わるので、当地でも観光客の増加が見込める。		
		都市型ホテル（企画担当）	・季節的な要因として、今後は海外からの観光客も含めて、客の動きが活発になる。しかし大型団体などの先行受注は前年と比較して低迷しており、個人需要に期待する。		
		都市型ホテル（総支配人）	・レストランの来客数が伸びる。		
		タクシー運転手	・毎年のことではあるが、今後は歓送迎会や入学・卒業のシーズンに入るので、景気は良くなる。また運転手の募集に対しても応募が集まっている。		
		通信会社（総務担当）	・年度替わりに伴う引越し等で加入希望件数が増加する。		
		テーマパーク（業務担当）	・連休や春のイベントなども増えてきて、人の動きが多くなる。		
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況は若干上向きである。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税から1年が経過し、消費サイクルが一巡したので、景気の先行き不安感は薄まる。		
		住宅販売会社（営業担当）	・これから春に向けて客に住宅購入等を検討し始める動きが出てくるが、まだ様子見の客も多い。		
		住宅販売会社（販売担当）	・住宅エコポイント等の優遇措置を意識した客が増えてくる。		
		変わらない		商店街（代表者）	・商店街に新規出店もあり、少しずつ景気の変化の兆しがみられる。
				商店街（代表者）	・前年は駆け込み需要があったので、3月の景気は前年比では確実に落ち込む。ただ4～5月の景気は2月と同程度であるか、やや良くなる。
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・紙製品の値段が高くなっているため、客の買い控えは今後も続く。				
一般小売店〔靴〕（経営者）	・生活必需品の値上げが続いており、新年度にかけてその傾向が更に強まっていく。消費者の節約志向は今後も続く。				
一般小売店〔印章〕（経営者）	・大手企業では前向きな動きが出てきているが、中小企業の動きはまだ鈍い。				
一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料費の値上がりに伴う売価の上昇と、客の安価商品への移行の動きが大きくなる。				
百貨店（経理担当）	・3月の売上は前年実績を下回ると予想される。4月以降の売上は少なくとも前年を上回らないといけませんが、予想は難しい。				
百貨店（営業担当）	・アパレル以外は売上に改善傾向がみられることから、今後に期待している。ただ館全体でみるとアパレルの占める割合が高く、アパレル販売の多寡が館の景気を左右する。				
百貨店（営業担当）	・2月の月初めは前年より動きが良く期待したが、結局は月末に失速し、月間売上は前年並みとなった。この流れは今後も継続する気がする。				
百貨店（営業担当）	・景気回復につながる要素は見当たらない。前年の4～5月は駆け込み需要の反動で売上が落ち込んだので、今年の4～5月は消費拡大が見込める。ただ3～5月の3か月トータルでみると、今年の売上は良くて前年比100%であると思う。				
百貨店（売場担当）	・当店の年代別の購買層を分析すると、いわゆる30～50歳代の百貨店コア世代のシェアが以前に比べて落ちており、将来に不安が残る。ただすぐには大きな変動はない。				
百貨店（購買担当）	・ここ数か月間、客の姿勢は大変慎重なままであり、2～3か月後もこの傾向は変わらない。冬のバーゲンセール動きが悪いため春物を早目に立ち上げているが、店としては今何が売れるのか判断しづらい。				
百貨店（売場担当）	・70代以上の客の買い方が鈍く、関心がセール品や目玉商品に集中している。客は食品や日用品だけを買い求めており、ファッション関係は今後もしばらく低迷する。				
スーパー（店長）	・景気は今の若干良い状態が継続すると思う。現状から良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。				
スーパー（店長）	・これといって景気が良くなる材料が見つからない。				
スーパー（業務開発担当）	・消費者には日々の買物は節約し、必要なものはできるだけ安く買う姿勢が定着している。この姿勢は今後も続く。				
スーパー（管理担当）	・減少率に変化はないが、客数の前年割れが続いている。また商品の値上げが相次ぎ、今後は前年の駆け込み需要期に入るの、前年をベースに考えると数字的に厳しい。				

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
		スーパー（販売担当）	・経済成長率はプラスになったと発表されたが、地方では景気回復の実感がわからない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費者の必要なもの以外の買い控えは今後も続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・周囲では賃金が上がったという話を聞かない。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業には景気が良くなる要素はみえない。輸入品が高くなるので、極端な円安は避けてほしい。
		家電量販店（店長）	・客の財布のひもは非常に固い。客は必要なものしか購入せず、壊れて初めて新しい品を補充するという生活を続ける。
		家電量販店（店長）	・大きく売上が伸びる商品は見当たらない。ただ節電志向の高まりが続いており、大型白物家電である冷蔵庫、洗濯機やエアコンの伸びは期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・特に景気が良くなる要素はないので、景気は変わらない。
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー減税制度に関連した売上増大を期待していたが、予想したほどではない。2月終盤の状況から判断すると、3月もあまり期待できない。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー減税等の制度変更の影響は出てくるが、商品力があるので、売上の落ち幅は抑えられる。
		乗用車販売店（店長）	・年度末の販売促進期を迎え、客の動きも良くなるので、今の好調を維持できる。
		住関連専門店（営業担当）	・多数の人からアベノミクスの恩恵は地方に及んでいないと聞く。当社にとっても良い兆しはみえない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気に変化する要素が見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・今が景気の底であると考えたい。これ以上、売上が下がると経営が成り立たない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方創生の施策が本格的に動き出せば、少しは客の金まわりが良くなる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・今までは客に買物を控える動きがみえたが、今後は客は必要と感じるものは買うようになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・3月以降は人の動きが出る時期なので、今月の良い状態は継続する。
		一般レストラン（外食事業担当）	・前年は2月から駆け込み需要が始まり、3月に本格化したように記憶している。同じように、今年2月の良い状況が3月も継続するよう期待する。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・時期的に高速道路を利用する車数の増加は見込めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客数と客単価がともに上がらない。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊はインバウンドの予約が好調であるが、すでに高い稼働率であるため、これ以上の上積みは望めない。レストランも和食店の不調が続いており、回復する兆しが見られない。
		旅行代理店（経営者）	・特効薬的な景気対策が見受けられず、旅行業に対する好材料も見当たらない。
		旅行代理店（営業担当）	・補正予算を利用した施策はすぐには動き出さないので、景気が大きく変わることはない。
		タクシー運転手	・統一地方選挙もあるので、景気は良い状況にはならない。
		タクシー運転手	・いろいろと景気にテコ入れしているが、当地では目に付く形で効果が現れていない。
		通信会社（社員）	・販売量の増加につながる問い合わせがない。
		通信会社（広報担当）	・客は価格は安ければ安いほど良いとの考えであり、中途半端なことでは販売は動かない。
		通信会社（営業担当）	・景気に関して浮揚感がなくなって久しく、今後も状況に変化は望めない。
		通信会社（販売企画担当）	・景気が好転する要因が見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・最大手キャリアのサービス形態が変わることに伴い、業界変動が始まると予想している。客の動き自体は多くなるが、当社にとってプラスなのか、マイナスなのかは予想できない。
		通信会社（総務担当）	・客には購買意欲が感じられず、今後も販売数が増えるとは思えない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（工事担当）	・3～4月は需要期に当たるため、例年であれば申込件数が増加する。ただ他社との競争が激しくなっているため、例年どおり申込件数が増えるかどうか不透明である。
		テーマパーク（管理担当）	・入館者数や物品販売高等には変動がない。また当地では賃金のベースアップの声も聞かない。
		美容室（経営者）	・大手企業は景気回復しているようだが、中小企業の景気回復はまだしばらく見込めない。
		美容室（経営者）	・今後2～3か月で今の状況が大きく改善するとは思えない。逆に物価は上昇傾向にあるので、客の節約志向が強くなると懸念される。
		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れない。今後2～3か月で景気に変化するとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・年度末に向け建築物価の高止まりや人手不足が解消される見込みはなく、住宅取得に意欲がわく要素も見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・新築の着工件数が全国的に減ってきているなか、リフォーム工事に着目している。ただ客が動き出すのは新年度に入り、新しい制度が始まってからになりそうである。
		設計事務所（経営者）	・少子高齢化が地方経済を崩壊に導いている。ただ次年度の政策概要案をみると、地方の実情を直視せず東京のみを考えている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・円安の影響か、取引先から値上げの案件ばかり出てきている。当店も利益が圧迫されるので、どうしても商品を値上げせざるを得ない。
		商店街（代表者）	・冬のバーゲン商品についても客は見向きもしない。客には購買意欲が全くみえず、いくらに値下げすれば客は買うのか、店として戸惑うばかりである。
		百貨店（営業推進担当）	・ここ数か月間、景気に好影響をもたらす要因は見当たらなかった。今のトレンドが今後も続く。
		スーパー（店長）	・冷凍食品などの値上げの影響が出る。
		スーパー（販売担当）	・客の動向をみると、消費格差が大きくなっている。また常連客の来店頻度と1回当たりの購入金額が下がっており、この点から景気の先行きに一抹の不安を覚える。
		スーパー（財務担当）	・消費税増税から1年が経過し、消費者は売価の上昇を肌で感じており、購買意欲が上らない。
スーパー（営業システム担当）		・乾麺類などの値上げの影響が出る。また今後も値上げする商品が増える。	
衣料品専門店（経営者）		・糸関係では絹や麻の原材料の値上げで、問屋の商品値上げはやむを得なくなっている。職人も物が売れないと生計が立たず、廃業するところも増えている。和装業界を取り巻く環境は厳しい。	
乗用車販売店（営業担当）		・自動車関連の税制改正が4月から実施される。実質的にユーザー負担が増えるので、販売減が見込まれる。	
自動車備品販売店（経営者）		・大手企業よりの経済政策ばかり実施されるため、地方の中小企業、特にサービス業や小売店は厳しい状況に追い込まれている。当業界はそのうちメーカー直営店ばかりになりそうである。	
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・予約状況をみると、団体客に関しては今年の前半に良くなることは考えられない。		
一般レストラン（経営者）	・賃上げという形で消費者が景気回復を実感できるようになるまでは、景気の低迷は続く。特に地方では賃上げ等の景気の良い話が少ない。		
観光型ホテル（宿泊担当）	・消費者の賃金が全く上がらないうえ、物価が上昇している。		
美容室（経営者）	・景気が良い業種もあると思うが、景気が悪い業種の方が多い。景気はそれほど改善していない。		
設計事務所（経営者）	・現在の展示場への来場数からみると、受注の拡大は見込みが薄い。		
悪くなる	スーパー（店長）	・競合店の出店後、客が分散する状況である。	
	家電量販店（販売担当）	・景気を変化させる材料は何もない。売上の前年比では、前年の駆け込み需要の影響が出る。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も自動車の生産は好調が続くと思われ、当社も忙しい状態が継続する。
	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・株価上昇が続き、企業の賃上げも実施されそうな状況であり、景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(中国)		金属製品製造業（総務担当）	・年初に工作機械の得意先から仕事量が増えると情報があつたが、実際に3月以降の商談が増えている。また造船の得意先が実施した納入先への説明会では、受注が想定以上となり製造リードタイムを短縮するために、納期どおりの納入依頼が出ている。
		金融業（貸付担当）	・春闘に向けて賃金のベースアップの気運が高まりつつある。中小企業では人件費を増加させることは困難であるが、賃上げが実現すれば消費マインドが押し上げられ、景気は良くなっていく。また株価上昇も好材料であり、世の中全体が景気回復の雰囲気にも包まれれば、地方においても景気が良くなっていると感じる人が多くなる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期となるため、4月ごろまで景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の状況及び受注量等からみて、景気は総合的に上向きで推移する。人・物・金が動くシーズンに入り、良い状況で展開していく。
		会計事務所（職員）	・建設業界は消費税増税後の売上の落込みから脱するため、積極的に営業展開する。
		変わらない	食料品製造業（総務担当）
	化学工業（経営者）	・受注量は多少の増加が期待できるが、不透明感はぬぐえない。総じて景気の上向きを期待できる材料はない。	
	化学工業（総務担当）	・内需が大きく拡大しているわけではない。景気は回復傾向にあるが、将来にわたってこの状態が継続するとは思えない。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・建設案件は完了するが、継続中の作業関連は高稼働が続く。また鉄鋼業向けの製品加工も高水準が継続する。	
	鉄鋼業（総務担当）	・今の段階では物量が大きく上下するような情報はない。アメリカの株価の動きも悪くないので、先を読むには注視が必要である。	
	鉄鋼業（総務担当）	・分野により好不調はあるが、総じて景気は悪くない状況が継続する。ただし輸入鋼材の安価攻勢が継続しているので、市況に関しては楽観視できない。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	・取引先によって濃淡はあるが、総体的に景気に大きな変化はみられない。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・一部大手企業はアベノミクスの恩恵を受けているが、まだ中小・零細企業には景気浮揚の実感がない。ますます価格競争に拍車がかかり、コスト削減ひいてはリストロも検討しないと生き残れない感がある。仕入価格の上昇分をどこで吸収するかが喫緊の課題である。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・3か月後は春の進学シーズンが終わるので、受注は落ち着く。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・当社も客先に対して値上げの要請を継続している。ただ業界各社ともある程度の仕事量は抱えているが、依然として収益性は厳しいため、値上げはなかなか実現しないのが現実である。	
	建設業（経営者）	・民間の仕事はあっても県外の業者が受注するため、当地の会社が潤う状況にない。また春に地方議会や市長の選挙が実施されることもあり、公共工事の発注が多く出てくるのは夏以降となりそうで、当面は厳しい状況が続く。	
	建設業（総務担当）	・社会情勢に大きな変化がみられず、当面は現在の景況が継続する。	
	建設業（総務担当）	・地政学的なリスクから原油価格の動向等が不透明であり、先が読みにくい。	
	通信業（営業担当）	・景気が好転する材料が見当たらない。株価は上昇傾向にあるが、上場企業に限られた好材料である。零細企業や個人事業主などでは設備投資や更改等を見送っている。	
	通信業（営業企画担当）	・国会で来年度予算がまだ決定しておらず、予算執行が遅れる可能性が見込まれる。	
	金融業（自動車担当）	・円安は一服しているが、現在の為替水準であれば自動車メーカーは輸出採算を十分確保できる。また系列の自動車部品メーカーの受注は高水準が続く。	
	やや悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・材料や部品の価格は円安により上昇し続けている。今後も原価が上昇する要因は増えると予想され、経営環境は厳しい。

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	輸送業（支店長）	・燃料価格は安値で安定し、個人消費も若干ではあるが回復基調にある。ただ受注量がやや悪い状況は継続する。	
		輸送業（経理担当）	・多数の荷主が来年度以降の物流合理化を検討している。想定どおりの数量増加がなければ、厳しい状況となる。	
		農林水産業（従業者）	・2月中旬から浜田市沖でイカ漁が大漁である。残念ながら10t以上のイカ釣り船は2月末で漁期が終了する。もう少し早く豊漁になっていればと悔やまれる。	
		食料品製造業（総務担当）	・原材料の高騰の一方で、値上げができていない状況が続いている。大手メーカーの動向で変わるが、このままでは更に厳しい状況となる。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。	
		コピーサービス業（管理担当）	・例年どおり年度末を過ぎれば、仕事量は激減する。	
雇用 関連  (中国)	良くなる やや良くなる	○	○	
		人材派遣会社（支社長）	・消費税増税の影響は薄れてきた。また大企業の好決算が地場中小企業に波及し始め、業績の拡大を背景とした採用が増加する。	
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・国の事業実施や企業の意欲改善により、雇用は今後も増える。ただし企業の採用活動には慎重さがうかがえるため、景気が急激に良くなることは考えにくい。	
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・会社説明会などが本格的に開始されるので、求職が活性化する可能性が高まる。	
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・当所では在職者の求職を支援するため、夕方7時まで開庁する日を設けている。景気回復基調から年度末を控えて条件の良い職場を求める求職者が増加する。	
		民間職業紹介機関（職員）	・日経平均も18,000円を超え、心理的にも投資意欲が湧いてきている。現状を好機と捉え、借入を増やし事業拡大を目指す中小企業経営者が現れる。	
		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を期待する。	
		人材派遣会社（社員）	・特に景気を判断できる材料がない。	
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の本決算を控えて一時的に景気は上振れするが、4月以降はまた落ち着く。	
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・有効求人倍率が1.3倍前後で推移するなか、業種にかかわらず人手不足の事業所が増加している。今後この影響がどのように出てくるのか不透明である。	
		職業安定所（雇用開発担当）	・管内の主要産業である卸売・小売業や医療・福祉業からの求人が人手不足感もあって伸びており、景気が大きく落ち込むことは考えにくい。	
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・景気が良くなる変化が見当たらない。	
		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・嘱託などの非正規労働者が中心で、正社員への転職希望者が少なくない。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にらみながら求職活動している。	
	悪くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・求職者数が前年よりも少なくなっており、派遣希望者の確保が厳しくなる。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中小企業は大企業に比べて業績回復が進まず、地方は都市圏より景気回復が大幅に遅れている。個人消費の回復もなく、アベノミクスの恩恵は地方には全く波及していない。	
		悪くなる	—	—

## 9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (四国)	良くなる やや良くなる	—	—
		商店街（事務局長）	・株高や原油安、大企業の収益改善などの良い影響が地方や一般にも波及する兆しが見え始め、次第に消費マインドは高まっていくのではないかと。ただ消費者は目的をもって商品やサービスを選ぶため、業種業態によって売上に開きが出るだろう。
		百貨店（販売促進担当）	・株価上昇や地域振興策の取組みにより、景気回復を期待できる材料は整いつつある。
		スーパー（店長）	・景気は徐々に良くなってきたと感じる。昨年の消費税増税の影響が薄れ、今後は良くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・2月は来店客数が少なかった。3月は季節要因で今より売上がやや増えるだろうが、それ以上は期待していない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税の増税後は、悪い状況が続いているが、金利が低い状況が続いているので新築住宅が増えていくのではないかと期待がもてる。また、最近のガソリン安も売上増につながるとみる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・暖かくなると飲料の動きが活発になる。花見のシーズンに期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税増税の反動減があった昨年よりは、少し良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線の開業で、観光面では四国は少し厳しい状況にあるが、経済の先行きは期待できるのではないかとみる。
		タクシー運転手	・企業の年度末、決算、個人事業主等の確定申告が終了すると、人の動きが良くなる。
		タクシー運転手	・異動の時期には乗客が増えるのではないかとみる。お遍路関連の乗車は昨年より少ないだろうが、例年並みの客数は確保できるとみている。
		通信会社（営業担当）	・新生活シーズンのため、少し良くなる。
		通信会社（営業担当）	・春先の新生活需要がしばらく続く。
		通信会社（支店長）	・株高・円安効果が出始めている。ガソリンの値下がりや、景況感は良くなると考えている人が多く、年度末に向けて購買意欲も上がるとみている。
		通信会社（企画）	・年度末を迎え、契約数は伸びるとみている。
		観光遊園地（職員）	・観光シーズンを迎えるため。
		競艇場（職員）	・2月の状況から判断すれば、売上増が期待できる。5月には周年記念レースが開催され、人気選手の出場が見込まれ、前年以上の売上を期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・新規来場及び問い合わせが増えており、今後の契約数は増えるかとみている。
変わらない		商店街（代表者）	・地方創生に期待をする。
		商店街（代表者）	・地方の商店街は厳しい状況が続いており、通行量も極めて少ない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・年度末で少しは動きがあるものの、基本的には変化はない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・送別関連商品の注文は例年並みだが、4月から再び人通りが少なくなると不安になる。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・良くなる要素が何も無い。
		百貨店（営業推進）	・販売量の動きからは、景気が回復しているとは思えない。また、地方は都市部のような恩恵を被っていない。
		スーパー（店長）	・競合他社が新たな手を打って来ない限り、今の状況がしばらく続く。
		スーパー（企画担当）	・食品関係は3～4月と値上げが続くことから、客単価は上昇するが、来客数は厳しくなる。
		スーパー（財務担当）	・所得環境の改善がみられることから、若干ながら前年比プラスを見込んでいる。
		コンビニ（店長）	・現状維持ではないかとみる。週末は伸びているが平日は減少している。平日と休日の消費のメリハリがはっきりとしてくるのではないかとみる。
		コンビニ（総務）	・消費を喚起するような要因もなく、景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の売行きが好調の為、決算後もこの状況で推移するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・建築工事関係者の話では、仕事の手前が詰まってきたと聞く。業種間で差がある状況がしばらく続くのではないかとみる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算月前後の需要が流動的なため、景気が上向いているとは言い難い。新型車発表の予定もなく、販売台数はあまり変わらない。
		乗用車販売店（役員）	・今年に入り、販売面で少し動きが出てきたように思うが、2月は前年並に止まっている。3月に期待したいが、今の状態では4～6月頃まで持ち越すのではないかとみる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・昨年の状況を考えると景気は良くなっていいはずなのに、良くなってはいない。
		ゴルフ場（従業員）	・来場者数は横ばいで、売上は客単価が若干減少する傾向にある。

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
	やや悪くなる	美容室（経営者）	・なにか目新しいことがない限り、変わらない。
		美容室（経営者）	・まだ消費マインドは低く抑えられている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で大幅に売上を伸ばした昨年と比べ、今年は非常に厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・年度末の需要が多少あり、4月以降はその反動減は必ず起きる。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況が芳しくない。北陸新幹線の開通が目玉され、四国に目を向ける観光客が少なくなることを危惧している。
		旅行代理店（支店長）	・北陸新幹線開業効果による国内旅行需要増に期待しているが、海外旅行需要の落ち込みが著しく、不安である。
	悪くなる	設計事務所（所長）	・不安感を持っている顧客が多い。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・政府の景気対策により、個人消費の意欲が増していると感じる。
		繊維工業（経営者）	・外国人観光客が増えている都市部の小売店の売上は堅調である。地方でも高価格商品や良質な日本製商品を扱う小売店などの売上は増加傾向にある。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・3月は例年、年度末の受注があるので、1～2月よりは上昇する。ただ、採算はとりづらい。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船以外にも自動車関連部品等の引き合いが出てきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最近、バイオマス発電の問い合わせが多い。来年に稼働する計画もあり、準備、調査、調達等で忙しい。
		輸送業（経営者）	・大きな事件が無い限り大丈夫。
		通信業（部長）	・新入学を控えた春商戦が活発になりつつある。
		金融業（副支店長）	・企業の設備投資ニーズが非常に高まっており、景気は回復してくるのではないかと。
		公認会計士	・企業からは設備投資に前向きな意見が多く出てきている。市内の不動産動向では、中心地の値上がりが見えつつある。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・物価が少しずつ上がっていくが、賃金が増えないことから低価格商品に目が向き、販売額は減少する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・原油安の影響は今のところない。
		建設会社（経理担当）	・次期繰越工事はあっても、職人不足と工期延長が予想され、利益は見込めない。
		建設業（経営者）	・受注を数か月先まで確保できているので、順調な売上を計上できる。
		建設業（経営者）	・公共事業が増えても、人手不足で受注できない。
		輸送業（営業）	・年明け以降、食品や生活雑貨の値上げにより、取扱物量は伸びていない。物価上昇の影響が大きく、消費者の購買意欲が低下している様子は明らかで、景気回復はまだまだ先になりそうである。
		広告代理店（経営者）	・地方は依然として消費が低迷しており、販促費を増やす予定はないと聞く。
	やや悪くなる	○	○
悪くなる	輸送業（支店長）	・円安基調が続くと、輸入貨物が増えない。	
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
		やや良くなる	人材派遣会社（営業）
	人材派遣会社（営業担当）	・賃金上昇の機運もあり、求人倍率の高まりとともに、首都圏から始まっている派遣料金上昇による派遣スタッフ給与増が期待できる。	
	変わらない	求人情報誌（営業）	・3月末までに予算消化した企業は、採用・購買・広報等が一段落し、次年度の立ち上がりには際しては、周辺の様子見を行い出費は控えることが予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全ての業種で積極的に販促を行う動きがみえない。建設業は好調と聞くが、そのお金は社会に還流していない。実際は人手を東北やオリンピック需要のある首都圏に取られて、仕事はあるが受注できないのが真相ではないか。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は前月比0.01ポイント低下しているが、前年同月比では0.10ポイント上昇している。
		職業安定所（職員）	・中途採用者の賃金や求人申込賃金に上昇はみられない。
職業安定所（職員）	・管内の新規求人数は増えているが、新規求職者も申込が増えてきている。		

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
		民間職業紹介機関（所長）	・前年並みで推移すれば良いという企業が多いように思われる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増加するが、求職者とのミスマッチが多く、就業に繋がらない。
	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	スーパー（店長）	・競合店や店舗の周辺環境が昨年と変わるような状況はない。昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、食品スーパーではその反動減の影響はあまりないようで、来月の売上高は前年比107～108%と予想する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・春先から中国客船の寄港の予定があり、中国人客でにぎわうと期待している。
		商店街（代表者）	・国の政策により、地方公共団体によるプレミアム商品券の売出しが行われると聞いている。それにより一時的に売上増加が期待できる。しかし、5～6か月後には売上は落ち込む。
		商店街（代表者）	・弊社は、企業の経費に関わる業態なので、年度末や異動時期の売上は上がる。
		商店街（代表者）	・これから商店街の人通りが多くなるので、購買に少しずつつながっていく。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・大口の得意先飲食店が新規店舗を出店する予定があり、それに伴い販売量が増える。
		百貨店（経営企画担当）	・円安・株高、外国人観光客の増加により都市部は好調のようだが、地方は大企業のような企業の賃金ベースアップも無く、消費者の購買力は低迷している。しかし、政府の地方創生に向けた政策や消費税増税の延期等、景気判断の好材料はあると考えられる。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税から1年が過ぎて、少しずつ購買力が戻ってくる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響も弱まり、現在より改善する。
		スーパー（総務担当）	・食料品の売上は安定して前年を上回っている。前年割れの傾向があった衣料品や住居用品も回復傾向にある。
		スーパー（業務担当）	・テナントの入替えによる集客力の向上にはまだ時間がかかるが、生鮮・加工食品・日用品は徐々に売上が回復しており、今後の好転が見込まれる。
		家電量販店（店員）	・昨年4月は消費税増税による落ち込みが激しかったので、売上は前年比を上回る。昨年9月くらいからの流れを考えると良くなる判断している。
		家電量販店（総務担当）	・少しずつ買換え需要が起きてくる。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向け新生活の準備が始まるので、やや良くなる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の影響が徐々になくなりつつある。
		住関連専門店（店長）	・小売業は3月の決算で減収減益になる企業が多くなる。しかし、4月からの回復を見据えて努力を続けている企業も多く、それが報われることを期待したい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3月までの異動シーズンに伴い、進物、職場へのお礼の品等でのコーヒー需要が今後見込める。おそらく、3～4月までコーヒーの売上は良くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今年は春の訪れも例年より早くなりそうなので、人の動きが前倒しになりそうだ。石油価格の低下により、行楽で車や飛行機等を使う人が増えるため、土産品の販売数量も増える。
		高級レストラン（支配人）	・翌月の予約が多い。
		観光型ホテル（スタッフ）	・順調に予約が伸びている。
都市型ホテル（スタッフ）	・4月の選挙で第1四半期は苦戦を予想していたが、大型商業施設や県立美術館のオープン、東九州自動車道の開通もあり、2月時点で4月以降の予約が活発に動いている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・政情不安や円安の影響で長らく前年割れが続いていた海外旅行が、ゴールデンウィークの日並びの良さや、韓国の回復もあり、前年を上回ってきた。
		通信会社（業務担当）	・3月は年間での最需要期を迎える。先月同様、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）	・異動時期や新生活の時期であり、販売消費量に期待ができる。
		ゴルフ場（従業員）	・4月以降、新年度を迎え、賃金のベースアップやゴールデンウィークなどで、ゴルフなど娯楽に対して興味を持つ人が増える。そのような客が少しずつ予約を入れる状態なので、上向いていく。
		美容室（経営者）	・3～5月とだんだん景気は良くなる。季節柄、人が明るくなり周りがウキウキしてくる。客の気持ちと同様に、おしゃれ産業も上昇する傾向にある。
		理容室（経営者）	・3～4月になると、卒業、入学、就職などに本人や家族が出席するので、客が増える。今年よりは良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅関連の景気対策効果に期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・当商店街組合員が一丸となって企画して集客に努めているが、郊外大型店に太刀打ちできない。このままでは地方の商店街が崩壊していく。
		商店街（代表者）	・収入が増えていないため変わらない。一方、経費は増えている。年金から税金を納めるのは非常に厳しい状況である。皆苦慮している。
		商店街（代表者）	・4月以降、消費税増税の影響も弱まり昨年よりも少しずつ消費や景気が回復していく。
		商店街（代表者）	・特にシニア層は物価上昇に対して年金収入は減る一方で、消費行動を後押しする材料は何一つない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・服飾品等は需要が高まっていると聞けが、食料品に関しては横ばいの状態が続いていく。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ふぐの季節も終わり、新たな商材がないと厳しくなる。今までと捕れる時期がずれ、魚の旬が少しずつ変わってきているようだ。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・春に向けて新茶の時期でもあるので売上は増加するが、消費税増税後初の新茶であるため、購入単価は減少する。
		百貨店（営業担当）	・店外ホテル催事、クレジット催事は集客、売上共に好調である。高額品受注とクレジットシェアが上昇しているが、購買の二極化による顧客の慎重な消費傾向は継続している。
		百貨店（売場担当）	・大型店の売上をみると前月実績をかなりクリアしている。昨年5月は消費税増税の影響で下がったが、流れ的には悪い方向にはいっていない。売出しなどを仕掛けると客がかなり来る。
		百貨店（店舗事業計画部）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減を除けば、大きな流れは変わらない。株高や円安は、売上の押し上げに影響しておらず、時々、ごく一部の高額品が売れたり、外国人観光客の売上が伸びる程度である。圧倒的多数である足元商圏の消費を喚起できておらず大幅な伸びは見込みにくい。
		スーパー（経営者）	・政治の混乱の終息や、春闘の結果、統一選挙の結果次第である。
		スーパー（店長）	・1年経過し、消費税増税の影響は落ち着くが、各種食品の値上げが予定されているので変わらない。
		スーパー（店長）	・今後客数の増加は見込めず、商品の値上げがこれから発生するのでほとんど変わらない。
		スーパー（経理担当）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要とその反動減で、前年比でみると3～4月は大きく上下するが、その後落ち着く。
		スーパー（統括者）	・業況推移からも他社競合状況からみても、景気が良くなるとは思えない。
		コンビニ（店長）	・変わる要因がしばらくは見当たらない。
		衣料品専門店（店員）	・一部の富裕層が景気を押し上げているが、一般の消費はまだ抑え気味である。先行きはまだ変化がない。
		衣料品専門店（取締役）	・季節的には出歩きたくなり、新しく身に着ける物を求めたくなるはずだが、地域的に顧客が財布のひもを緩める要因がない。
		衣料品専門店（総務担当）	・物価は上昇しているが、地方都市においては収入の増加はみられず、今後景気が良くなる要素は全くない。

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
		衣料品専門店（チーフ）	・ 昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、売上はおのずと低迷してくる。ただ、外国人の来店数が多いため、売上は横ばいを保つことができる。
		家電量販店（店員）	・ 昨年は消費税増税前の駆け込み需要と、パソコンのOSのサポート終了に伴う需要で商品が不足する程だった。今年は、その反動減で非常に物が売れなくなっている。4Kテレビが好調と言われているが、そこまで好調ではない。昨年の数字を維持するのに必死という状態である。
		乗用車販売店（代表）	・ 良くなるような気がしない。
		乗用車販売店（総務担当）	・ 1月に投入された新型車の効果が半年間程度は続く。今月と同様に来店客数の増加が見込まれ、売上と利益の確保に寄与する。
		住関連専門店（経営者）	・ 昨年の消費税増税前の駆け込み需要時期に比べると、売上は大幅に落ち込んでいるが、2月の後半の来客数、売上をみると消費者の購買意欲が出てきているようだ。一方、今年に入り家具関連企業の倒産が数件出ており、円安による原材料の値上がりや商品の仕入れの値上りを考えると先行きは不透明である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・ 燃料油の小売価格は現在のレベルにて推移することを予想しており、昨年の春頃と比較すると1リットルで約20円下落している。春の行楽シーズンに自動車を利用して移動する観光・旅行が増加すると予想している。顧客の地元消費増加に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・ 大企業は別として、給料の上昇が顕著でない。
		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）	・ インバウンドに支えられる現状のトレンドは継続する。インバウンド獲得に注力していく。
		一般レストラン（経営者）	・ 集客数は減っていないものの、平日と金・土・日曜日の客数差が激しくなっている。気軽に外食をする層が減ってきている分、高級志向により、アッパー層の単価が上がっている。
		スナック（経営者）	・ 前年とほぼ同じ売上を見込む。
		観光ホテル（総務）	・ 3か月収入予測より、変わらない。
		観光型ホテル（専務）	・ 北陸新幹線開業の影響が懸念される。
		旅行代理店（企画）	・ 先行数値からみると特段の変化はない。
		タクシー運転手	・ 春闘でベースアップが多数実施されるような報道がされているので、期待したい。
		タクシー運転手	・ 卒業、入学、選挙でお金を使うので、県外、県内どちらもタクシー利用の期待ができない。
		タクシー運転手	・ 物価の高騰が予想されるなか、収入アップがどれほど追い付けるのか、不安材料が多い。
		タクシー運転手	・ 3月に入ると生活必需品、特に身の回りの食生活の物価が値上がりするというので、贅沢をせず買い控えるという話が多い。
		通信会社（企画担当）	・ 少額の受注が増えた状況ではあるが、現在、大規模な案件はない。提案しても様子見であることが多い。2～3か月先も同様の状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・ 季節要因で転居や独立による契約の増加は見込めるが、その影響を除くと横ばい基調と予想される。
		通信会社（営業担当）	・ 現状を良くしてくれるほどインパクトのある材料が見当たらない。
		美容室（店長）	・ 卒業、入学で多少客数は増えるが、景気が良くなったのではない。
		設計事務所（所長）	・ 良くもなく悪くもない状態で案件がきている。2～3か月先にその結果が出るので、現状と変わらない。
		設計事務所（代表）	・ 好転する要素がない。
		住宅販売会社（代表）	・ 2～3か月先に変わる要素はあまりない。フラット35の金利優遇など、新築に対する措置は色々あるが、それらへの反応が薄い。
	やや悪くなる	百貨店（販売促進担当）	・ 昨年の消費税増税前の駆け込み需要の影響があるのか、高額品、インポート物の動きが悪い。消費者は、本当に必要なものしか買わない傾向にある。
		百貨店（業務担当）	・ 日用品の値上げを懸念する客が多い。株価は上がっているが、家計の負担が増えると言う客が多い。
		百貨店（企画）	・ 競合のショッピングセンター開業の影響が懸念される。



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
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響や競合店の出店計画もあり、価格競争は厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・客単価の上昇に貢献しているたばこの値上げから1年が経過する。昨年は消費税増税前の駆け込み需要で客単価が高かったが、その反動減で3月の売上は前年比マイナスとなる。他の商品で客単価を上げる要因が見つからないので、前年割れは仕方ない。
		衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。春先、少しは動きがあることを望む。
		乗用車販売店（従業員）	・決算も終わり、客の購買意欲もなくなっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、今年の3月は厳しいと想定している。4月は昨年を上回ると想定するが、3～4月で昨年を上回ることではない。
		高級レストラン（専務）	・先月からなかなか売上、来客数が伸びない。鹿児島市内では、あまり良くないとする人が多い。一方、外国人が少し増えてきているのは期待が持てる。
		都市型ホテル（販売担当）	・通常、3～4月は売上があまり良くない月であり、予約量も少ない。
		都市型ホテル（副支配人）	・例年に比べて事前の団体予約が少ない。その分、インバウンドの問い合わせが増えているが、成約には至っていない。
		競馬場（職員）	・来客数は、前年と比較するとあまり良くない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・4月からの介護報酬マイナス改定に伴い、大幅な減収・減益が見込まれる。経営環境の厳しさが増すことが想定される。
		住宅販売会社（従業員）	・売上が過去最高という企業もあるが、今のところ一般企業においては余裕がない。儲かっている大手企業ではベースアップを実施するが、その影響をまだ受けられないので、物価上昇によって景気は悪くなる。
悪くなる		商店街（代表者）	・2～3か月先はいろいろな行事がある。卒業、入学、就職、結婚、また最近では老人ホームへの入居が多く、出費も多くなるので、景気は良くならない。
		百貨店（営業担当）	・昨年の3月の消費税増税前の駆け込み需要、4月の増税直後の影響を考慮しても、今後の景気は、今の状況から大幅に改善しない。春闘で良い結果が出れば、賃金の上昇分が消費に回る。また、中国を中心とした外国人の消費動向が極めて活発である。
		衣料品専門店（店長）	・商店街から客の姿が消えている。たまに客が来ても冷やかしのみである。客の購買意欲はない。
		高級レストラン（経営者）	・4月に大きな選挙が2つ控え、3月は選挙活動で企業の会食がない。通常、3月は送別会等でもう少し見込めるところだが、現状の予約状況を見ると選挙の影響が多少なりとも出そうだ。
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（取締役）	・以前にないタイミングで、4月以降の仕事がちょくちょく出てきている状況である。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が好調で高い水準で推移している。主な要因は外国人旅行者の増加で、今後も継続する。
(九州)	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・例年、3～4月は行楽シーズンや異動時期で大きな歓送迎会もあり、プラス要因が多い。心配していた鳥インフルエンザの新たな発生もなく、このまま暖かくなれば問題はない。一方、資材や飼料価格の高騰で、商品の一部を値上げせざるを得ず、消費動向への影響が少し心配である。
		繊維工業（営業担当）	・中国での生産が明らかに難しくなっている。中国工場での生産の何割かが国内回帰するだけでも、数が多いので大変な量となる。
		家具製造業（従業員）	・今後、商業施設、ホテル、オフィスビルなどの大型物件が東京で集中しており、地方の家具メーカーにも入札や見積依頼がきている。半年から1年先の具体的な物件に対する家具需要が見込め、大型商業施設の開発計画もあるため、東京オリンピックまでは確実に上向く。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・企業や自治体における予算の年度末消化が考えられる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・従来の焼き物業界における商品ではなく、全く新しい商品の大きな注文が取れたので、以前よりは良くなる。
		金属製品製造業（事業統括）	・受注残が増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い量がかなり多くなっており、今後、自社のみでの対応が厳しくなっている。外注を考慮する必要がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社では、受注量に関わりなく、年間計画に対する人件費、生産額、付加価値、純利益などの伸び率で経営状況を判断している。収益性を高め、自己資本率を高めていく体制を全社一丸となって進めている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・昨年の販売車種の売行きが好調である。年間を通して増産計画になっている。
		通信業（経理担当）	・IT企業に限らず、税制改正等に伴うさまざまな仕組みの見直し等でビジネスチャンスは増えると考え。
		金融業（従業員）	・原油価格の低下など、地元中小企業を取り巻く環境が好転している。公共事業の工事現場等では、人手不足もあり繁忙度合いが高い。設備投資では、最新鋭の機器の導入に踏み切る動きがみられる。
		金融業（調査担当）	・取引先の不動産購入が活発である。金融緩和によりレバレッジを仕掛けやすい環境が背景にある。
		金融業（営業）	・円安による製造業の国内回帰は続く。円安や株高等の心理的な好印象もあり、景気は上向きと考える。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・2～3か月後の春先になると、季節的に良くなる。前年と比べると、4月からは消費税増税後の影響もかなり好転する。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・当社ホームページのアクセス数や問い合わせ件数が増えてきており、企業の投資意欲が高まっていると判断できる。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・毎年2月の受注量は少ないが、新年度になれば主に官公庁の仕事をする企業などの発注量が増加する。発注量見合いの設備増加が見込まれる。
変わらない		農林水産業（営業）	・商品市況は変わっていない。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気動向にあまり左右されない。
		鉄鋼業（経営者）	・相変わらず販売量は伸びず、販売価格も下がっている。新規の建築物が少なく、今後も受注が急速に回復しないので、同じような状況が続くそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・円安により輸出量が伸びると期待感と、3月に向かって各ユーザーが在庫調整に入るというリスクを考慮すると、今の状態で推移する。
		輸送業（従業員）	・特に良くなる要因はない。今の状況と変わらない。
		輸送業（総務）	・若干の景気回復基調にはあるが現状維持と考える。
		通信業（職員）	・年明け以降、受注量が若干持ち直し、年度目標に到達する見込みだ。新年度もしばらくは変わらない状況が続く。
		金融業（従業員）	・取引先の様子から、しばらく大きな変化はないようだ。景気が良くなるのはまだ先という見方が大半のようである。
		金融業（営業担当）	・中小企業全業種にかけて人手不足の状況が続いている。仕事を受けたくても受けることができないことも要因の1つとなり、当面足踏み状態が続く見通しである。
		新聞社（広告）（担当者）	・4月の統一地方選を控え、地方自治体を中心に新年度以降の動きは鈍い。前年度の第1四半期は、消費税増税による出稿控えが続き苦戦したが、前々年度の実績を超えるトピックスは見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・2月の新聞折込受注金額は、前年同月比87%と今年度で最悪の落ち込み幅となった。折込の柱である流通・通販・不動産・娯楽のどの業種も過去最悪の出稿状況である。広告を取り巻く環境は悪化している。上昇の気配はない。
		経営コンサルタント	・特に顕著な動きはみられそうにない。業務拡大もしくは業務整理という流れがないとコンサルティング業務は活発にはならない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国のまち・ひと・しごと創生総合戦略が、今年度末から実施されることになっており、市町村がさまざまな事業を検討することとなっている。福岡市もその予定にあるが、民間委託事業へどのような業務が発生するのか不明である。
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・昨夏の天候不良により原料が不足する見込みである。製造量が減少し、原料価格が上昇する。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先から産業用機械の大幅な生産数量減の依頼があり、非常に厳しい状況だ。受注先や中国の状況により、3月以降は不明確だがかなり厳しい。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先の製造削減により受注が減ってきている。今のところ回復の兆しがみえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（総務担当）	・良くなるような材料があまり見つからない。全体が縮小しているようである。客の話では、売上が伸びないので経費を抑えているということである。
	悪くなる	建設業（社員）	・来年度第1四半期の発注が全くみえない。労務単価の微増はありがたいが、発注がないと新しい労務単価も有効に使えない。官公庁の「ゼロ債」の早期発注を望む。
雇用 関連  (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度に向けての注文が増えている。また、年度末限定の注文も例年通りきており、企業からの注文は毎月微増ではあるが、増え続けている。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・地域創生の動きが出始めており、地域の中小企業に女性や若年層を取り込む新聞での求人広告が増えることを期待している。
		職業安定所（職員）	・一部の業種において人手不足感がある。人手不足を解消するために、事業主が求人条件を良くし応募者を増やそうとする動きがみられる。今後、求人・求職のマッチング率のアップを期待したい。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加傾向は、まだ続くと思われる。12月に月間求人有効倍率は1倍を超えたが、この傾向は続くと思われる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人意欲については、期末までは高そうである。しかし、その反動減も含めて先行きが不透明である。
		人材派遣会社（営業）	・地方への景気の波及効果は未定である。ただし、企業の業況は、東京と九州で上昇との見解もある。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・人材の採用が困難になり、同業間の競争に加え、インターネットによる求人サイトの新規参入も出てきている。各種キャンペーンなどで、低価格販売や無料で求人情報を集めるという動きが活発になっている。企業は求人コストを抑えるために、廉価な企画から利用するので、市場全体で付加価値が低下する傾向にある。
		職業安定所（職員）	・地方の中小零細企業においては、政府の経済対策の効果があまり表れておらず、賃金も上がっていない。また、消費税増税の影響で実質賃金は低下しており、消費の拡大は期待できない。
		職業安定所（職業相談）	・求人の増加傾向、求職の減少傾向は続くが、このままの増減率が続くかは疑問である。
		民間職業紹介機関（社員）	・新年度になるため、派遣依頼の伸びは一段落する。
		民間職業紹介機関（支店長）	・景気上昇や賃金上昇、求人数の増加は報じられてはいるが、人材派遣の主力であるOA事務、情報処理などの受入は横ばい状態が続いている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度向け求人の動きをみても、今年度向け求人数と極端な変化はない。大きな社会環境の変化がない限り、状況は変わらない。
	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。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人の増加が見込めず、良くなる予兆はない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・消費税増税から1年たち、一般的に消費が伸び悩んでいる。福岡市で大手IT企業の新築ビルの着工が大幅に延期された背景には、東京への過度な集中がある。地方では、景気好転の恩恵が今後も受けられない。
	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）	・東南アジアからの旅行者が増えて、沖縄県産品が売れている。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税後の落ち込みの反動がある。
		通信会社（店長）	・光回線の新商品が始まり、問い合わせも増えており徐々に来客数も増えてくるとみられる。相乗効果で端末販売も増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	変わらない	住宅販売会社（営業担当）	・新規集客と見込み客のステージ活用として、見学会イベントを行えば人は動く。また、低金利が続いていることや、税制メリットが影響してくると見込んでいる。	
		一般小売店〔菓子〕	・特に明るくなる条件などが見当たらない。	
		百貨店（営業企画）	・引き続きインバウンド効果と改装効果等で、現状を維持できる。	
		スーパー（販売企画担当）	・競合店の新規出店等の、来客数への影響が無い状況にあり、また単価も変わらず維持すると考えられるので、基本的には変わらないとみている。前年の消費増税の駆け込み需要により3月は厳しくなるものの、4月は反動により良くなる。	
		コンビニ（経営者）	・前年の3月は消費税増税前で駆け込み需要があり、その反動で来月は苦しいが、4～5月は今月並みにやや良いと見込む。	
		衣料品専門店（経営者）	・以前より購買意欲のある客が少なくなっている。また、街自体にも人が減少してきているような雰囲気があり、以前より回遊客が少ない。景気も今のところ良くなるような気配がまだ感じられない。	
		衣料品専門店（経営者）	・気温が上がれば比例して、沖縄全体の景気も上がっていくのではないかと。	
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・アジア系の外国人旅行者の増加で商店街は活気があるように見えるが、販売にはつながらない。本土からの日本人観光客は格安航空券で多くの人を訪れるが、リピーター客の増加のせいから、売上につながらない。	
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現時点での予約状況から推測する今後2～3か月の稼働率見込みは、今月同様、前年同月実績を下回る見込みである。沖縄を訪れる訪日外国人客は増加しているものの、大幅な需要の取り込みにはつなげていない。	
		旅行代理店（マネージャー）	・景気の良くなる関係会社、関連会社もあるが、利益が内部留保されているという話をよく耳にする。還元してくれれば良いのだが。	
		ゴルフ場（経営者）	・今の時期だと単価も高く利用人数も多いが、これから2～3か月後は、若干落ちる。	
住宅販売会社（代表取締役）	・住宅建築に関しては大きな変化は感じない。気になるのは、他社が対応できないということで、商業店舗に関する見積り依頼が以前より増えている。			
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・格安航空の撤退で、観光客に影響があるのではと懸念している。観光客の増減による影響は大きい。また各商品の値上げも徐々に影響する。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・街中の商店街には個人店が多く、売上が落ちているので、商品仕入れも大変だと予想される。資金繰りも厳しい状況にあり、今後が危惧される。早めに少しでも良くなるよう期待しているが、現況では大変厳しい状況が続いている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・今の飲食業はほとんどが労働集約型なので、これ以上良くなることはない。形態を変え経費を抑えて付加価値の高い商品提供、業態転換などのイノベーションが必至である。	
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）	・今後ゴールデンウィークを始め、本島中部での大型ショッピングモールのオープンなど消費拡大の材料が多い。
			建設業（経営者）	・モデルハウス、及び見学会への来場組数が増加傾向にある。
			輸送業（営業）	・大型ショッピングモールの出店の影響で、流通量が増える。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末の月となるが、駆け込み需要は無く横ばいの見込みである。	
		輸送業（代表者）	・離島、先島地区は全体的に良い。一括交付金が寄与しているものと考えられる。燃料安で採算的にも良好といえる。	
		通信業（営業担当）	・沖縄県のIT産業以外の経営者からは、人材の確保が難しいことから人件費の増額の予想も出てきている。しかしながら、IT業界では本土側が沖縄をニアショアとして利用しているため、人件費の高騰は他府県、又は海外への仕事の流失につながると予想することができ、今後とも状況は変わらない。	

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
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の広告宣伝予算は横ばいである。県外企業の新規参入により、若干ではあるが新規の広告主が増えているものの、全体としては伸び悩んでいる。引き続き、官公庁予算に期待する傾向があるため、安定的な売上確保が困難な状況にある。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	—	—
(沖縄)	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・期末、繁忙期で企業からの求人は多いが短期の案件が多い。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・例年どおり更に求人数が増える。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・どの業界も人材不足ではあるが、求職者にとっては選択肢が広がる。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集室）	・毎年、求人情件数は1月と比較すると2月度は若干減少するが今年を上回っている。数か月後も件数はキープするとみられる。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	