

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：株式会社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	観光名所（従業員）	・ここ最近、観光の上向き傾向が継続しているなか、北海道新幹線の開業効果が夏の観光シーズンから本格化することが見込まれる。地元も呼び込みイベントやキャンペーンを本格化させることから、更なる押し上げ効果が期待できる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年、観光客が増加するため、今後については輸送量のピークを迎える。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・観光客を対象とするような飲食店においては、北海道新幹線の効果もあり、2～3か月後の観光シーズンに向かってしばらくの間は景気が上向くことになる。ただし、地元客については財布のひもが固く、今後も消費行動にトレンドとなるような変化は表れない。
		商店街（代表者）	・原油価格が安値で安定しているなか、当地においては第1次産業の活力があることから、今後についてはやや良くなる。さらに、歩行者天国や夏のイベントなどが行われる時期となるほか、周辺地域で各種大会なども行われるため、地元来街者の増加が見込め、飲食店を中心に例年以上の売上増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・観光のオンシーズンとなり、来客数の増加が期待できる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今年こそ、北海道にも現政権の経済対策の効果が表れてくると期待している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・過去の例から、当地の観光客の入込はゴールデンウィークから本格的なシーズンを迎えるため、これから先の何か月間は観光客の増加が期待でき、それに伴い売上も増加傾向で推移することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・雪解けの早さに反して、気温の上昇しない日が続いたが、5月以降は気温の上昇とともに、衣料品や雑貨を中心とした春物関連商材の動きが活発になる。
		百貨店（販売促進担当）	・全体的に安売商材よりも正価商材の動きが良く、客の購買性向が回復傾向にあることから、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（役員）	・北海道新幹線の開業効果が観光関連以外にも波及してくることが期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・高速道路の延長や豪華客船の寄港、各種イベントの実施に伴い、一般市民や観光客の来街が多くなり、にぎわいを増すことになる。
		家電量販店（経営者）	・8月のリオオリンピック開催を控えて、テレビの買換え需要が多少生じることが期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・熊本地震の影響により九州方面への旅行客は減少するが、道東地区においては芝桜などの花の時期を迎えるため、首都圏などからの旅行需要の増加が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・熊本地震の影響については、インフラなどの回復も進んでいることから、好調に転じることが期待できる。
		タクシー運転手	・この先、ゴールデンウィークや夏場を迎えて、観光客の入込が増えてくるため、やや良くなる。
		タクシー運転手	・例年のことだが、夏場になるとイベントが増え、タクシーの需要も増えてくるため、今よりは多少は良くなる。
美容室（経営者）	・今後については、暖かくなってくことで客足が増えてくる。		
住宅販売会社（経営者）	・これからゴールデンウィークを迎えて、今以上に国内観光客や外国人観光客が訪れるようになるため、飲食店やホテルなどの景況感が良くなり、それに伴い非住宅建築の需要が上向いてくるとみている。ただ、住宅建築の需要はそれほど変わらない。		

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
	変わらない	商店街（代表者）	・外国人観光客の客単価の低下がみられ始めていることから、以前までのような消費動向は期待できない。ただ、普通に消費は行っているため、今の水準での消費は今後も続く。また、国内観光客については、北海道新幹線の効果がこれから出てくることを期待している。
		百貨店（売場主任）	・食品は前年並みで推移しているが、シェアの高いファッション関連は春物の定価品の動きが伸びてこないなど、購入に対する客の鈍化が各商材でみられることから、今後については厳しいまま変わらない。外国人観光客減少の影響も大きい。地元客のトレンドも若干マイナス傾向で推移している。
		百貨店（担当者）	・今後についても来客数に特段の変化がないまま推移する。
		スーパー（店長）	・食品の値上げの影響が少しずつ出てくることで、景況感はずり下向きで推移するとみられるものの、メーカー各社の努力で値上がり感が出ないように配慮されることも期待できるため、全体としては変わらないまま推移する。
		スーパー（店長）	・前年と比べて、消費動向に大きな変化は生じないまま推移する。
		スーパー（店長）	・特に景気が大きく変動するような見通しが無いため、今後についても変わらない。
		スーパー（役員）	・給料日や年金、生活保護などの支給日前後の売上がますます増加していることから、厳しい所得環境にある消費者世帯が多いとみられ、今後についても厳しいまま変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・低価格商材への移行がみられるなど、家計の消費を抑える傾向にある。賞与の増額や公共投資の増加などの要因がない限り、消費回復は難しいとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・新たな公共工事などの話が無く、景気が良くなる要因がない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が増えてこないため、今後も変わらない。
		家電量販店（店員）	・初夏に向かうなかで白物家電やエアコンなどに動きが出てくることが期待できる。一方、4Kテレビなどはリオオリンピック直前まで足踏み状態が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・自社の新車受注が4月も引き続き前年水準を上回っているほか、当地区の4月の登録車も全国市場と同様に前年比プラスとなっている。メーカー間の格差は多少あるものの、市場全体としては堅調さを維持していることから、今後も変わらないまま推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・景気が上向くような要素が見当たらないことに加えて、消費者マインドが回復する様子も見当たらないため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・先々が不透明なため、今後の動向については分からない。
		乗用車販売店（従業員）	・当地においては熊本地震などの影響もみられないことから、今後も変化はないまま推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・東日本大震災の影響で車検入庫の確保が厳しい状況が今後も続く。また、現状、夏タイヤの販売価格が平均で前年よりも1,000円のマイナスとなっているが、装着の遅れから今後も単価の低下が続くとみられる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・景気を上向かせるような施策が特にないため、今後も変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・熊本地震の影響により、建設、資材などの関連企業は忙しいようだが、飲食業ではこれから景気が上向く兆しは見当たらない。来年4月の消費税増税は延期されるとみているが、消費者の様子見の状態が続くため、飲食業の景気が上向くことにはならない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今後については、大型の大会やイベントなどの開催もないため、変わらないまま推移する。また、国内観光客による個人旅行、団体旅行の予約はプラス傾向であるものの、外国人観光客による団体旅行がマイナス基調となっている。
		観光型ホテル（役員）	・円高の影響でこれからの観光シーズンにかけての外国人観光客の伸びはおう盛ではない。国内旅行者についても2～3か月前の予約は低調である。
		旅行代理店（従業員）	・旅行申込などの先行数値がそれほど良くなく、内訳をみてもレジャーなどの旅行需要が多くないため、今後も変わらない。

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
		旅行代理店（従業員）	・農繁期に入るため、この先数か月の旅行の申込動向は悪くはならないまでも良くはならないと見込まれる。
		タクシー運転手	・問い合わせ件数が少しずつ例年並みに戻ってきている。また、熊本地震の影響で観光客が旅行先を北海道に切り替えるケースも多少は出てくるとみられるため、前年並みでの推移が期待できる。
		タクシー運転手	・建築関連の業績もさほど伸びておらず、景気が上向くような材料が見当たらない。
		観光名所（職員）	・外国人観光客などの消費により、一過性の恩恵を受けている企業はあるものの、肝心の一般市民の消費が今後2～3か月で好転するとは見込めないため、変わらないまま推移する。
		パチンコ店（役員）	・観光業界の景気は上向きになってきているが、その他の業種が追随しきれいていないため、今後も変わらない。
		美容室（経営者）	・4月になり、すでに客にある程度の動きがみられたものの、今後2～3か月でこれ以上良くなることまでは期待できない。
		美容室（経営者）	・今後については売上などの数字が良くなると見込まれるが、季節的な要因によるところが大きく、景気が上向くことまでは期待できない。
		住宅販売会社（経営者）	・マイナス金利の導入後、分譲マンション市場の環境はかなり良好である。一方、市場のマンション在庫が少しずつ増加しており、そのことが今後の懸念材料となっている。これらのことから、これ以上市場が好転することは考えにくい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税などの動向がはっきりしないなかで、消費者はまだまだ守りの姿勢を崩していない。消費者が安心してお金が使える状況にはないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・売上や来客数は前年の90%台前半にあるものの、販売点数は前年の90%を下回っている。右肩下がり状態から脱却できない状況にあることから、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・改装効果も限定的であり、メンズ、レディース関連が相変わらず厳しいことから、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・実質賃金の伸び悩み、企業業績の上昇カーブの鈍化、金融市場の先行き不透明感など、消費者心理へのマイナス要因が目立ってきており、先行きの景況感も予断を許さない状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	・労働時間や残業の規制により実質所得が下がっているのが、客の来店頻度の低下に歯止めがかからない。特に夜間の落ち込みが顕著であり、労働環境や就業形態の構造が変化していることがつかえる。
		コンビニ（オーナー）	・無駄遣いしないことが消費者のトレンドになってきていることから、今後についてはやや悪くなる。
	衣料品専門店（店長）	・熊本地震など、暗い話題が多いことから、今後しばらくは客の購買意欲が上向かない状況が続くことになる。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・小売店の挑戦も限界に来ているのかと思わせるほど市場が冷めている。商材のカテゴリーとは関係なく厳しい状況にある。	
	高級レストラン（スタッフ）	・今年は例年と比べてゴールデンウィーク前の売上がやや落ちていることから、今後の飲食関連の消費動向は下向くとみられる。	
	高級レストラン（スタッフ）	・先行きの不安感に加えて、熊本地震による自粛ムードが高まっていることから、今後についてはやや悪くなる。	
	タクシー運転手	・外国人観光客による効果は期待できるが、景気の停滞感を払しょくするまでの期待は持てない。	
	通信会社（社員）	・景気回復につながるような施策がまだまだみえてこない。間接的にはあるが、熊本地震も景気の冷え込みに影響するとみられる。	
	通信会社（企画担当）	・総務省のタスクフォースの影響により新規契約や機種変更での大幅な割引ができなくなったことで、販売量が前年比でマイナスになると見込まれる。	
	悪くなる	百貨店（売場主任）	・来年の消費税増税の動向もまだ不透明であるため、今後も客の生活防衛が続く。また、テレビや新聞などからは、熊本地震の影響で消費を自粛している様子もつかえる。
百貨店（役員）		・ここ数か月間にわたって徐々に景気が悪くなってきているため、今後も同様の流れが続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		コンビニ（エリア担当）	・北洋さけます漁の代替となるさんま漁やいわし漁、さば漁が5月より開始となるが、さけの加工場では他の魚種に対応できるところが少ないため、漁が始まっても地元に着る金額が減少することが懸念される。さんまは洋上でロシアに、いわしやさばは道南に卸すとの話もあり、今後についてはますます厳しくなる。	
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	-	-	
		食料品製造業（従業員）	・前年に比べて商材の販売量が増加している。	
		建設業（経営者）	・土木建築、官民ともに発注が進み、工事が動き始めるため、今後についてはやや良くなる。	
		建設業（従業員）	・着工が遅延されていた大型建築工事が着手されたり、大型建築プロジェクトの設計が始動することから、今後についてはやや良くなる。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・新年度予算について、上半期への前倒し執行が現実味を帯びてきたため、今後の景気はやや良くなる。	
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・政府の景気対策が打ち出されることを期待している。	
			その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先である鉄骨加工業において、ゴールデンウィーク後、一気に仕事が出てくることが見込まれるため、今後については期待が持てる。
	変わらない		家具製造業（経営者）	・景気の下振れが懸念される状況下にあるため、家具などの耐久消費財の購買意欲が今後も低下したまま推移する。
			建設業（従業員）	・公共工事の全体的な発注量は減少しているが、年度の出だしとしては相応の受注状況となっている。また、民間建築工事も夏場までの量は確保できている。それ以降については、熊本地震の影響が懸念されるが、大きな変化はないまま推移するとみられる。
			輸送業（営業担当）	・飲料製品や空き缶、ペットボトルなどの容器資材の輸送はゴールデンウィークの天候次第の面がある。ピート糖、でん粉の道外向け輸送は順調に推移する。一部の大手業者が熊本向けの緊急物資輸送に対応していることでシャーシ不足が起きている。
			輸送業（支店長）	・主力品である鋼材輸送について、上期は期待する量には届かないとの説明を荷主から受けており、2～3か月後もまだ現状と変わらないとみている。
			通信業（営業担当）	・4月は受注量や引き合い件数、受注単価などの動きから堅調さを取り戻したとみているが、一層の景況感の改善には推進力が不足している。
			金融業（従業員）	・幅広い業種で賃上げの動きがみられるが、景気の変化する改善には力不足であり、今後も現状程度の推移が見込まれる。
		司法書士	・地方都市特有の人口減少が続いていることもあり、急速に経済状況が改善することにはならない。	
		コピーサービス業（従業員）	・現状の堅実な経営スタンスはしばらく変わらないとみられるが、ビルや建屋の老朽化が進むなか、建て替えの話が以前よりも増えており、今回の熊本地震を契機に耐震への関心が強まっていることから、今後の投資が増えてくることが期待できる。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・例年であればゴールデンウィーク明けから工事が本格化してくるが、客先の動きが一様に鈍いため、今後も変わらない。	
やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・ゴールデンウィーク前までの状況は前年と変わらないが、ゴールデンウィーク後の受注状況が弱く、今後の販売量がやや悪くなりそうな気配がある。	
		司法書士	・中核都市では不動産の売買が好調で価格高騰が伝えられているが、地方では賃上げを行っているような企業も少なく、今後も不動産の売買が低調なまま推移し、景気がやや悪くなっていく。	
		司法書士	・熊本地震の影響で、景気回復が更に遅くなる。円高や原油価格上昇など、先行きへの不透明感も増しており、今後についてはやや悪くなる。	

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	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・受注案件に取りかかるには、少なくとも3か月前には具体的な話が出て、調査設計という作業をスタートさせていなければならないが、現時点で新規案件の立ち上がりが減っていることは間違いないため、3か月後の人手を必要とする作業は大きく減少することになる。
雇用 関連 (北海道)	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・有効求人数が増加しており、有効求人倍率が1.05倍と10か月連続で1.0倍超えの高水準が続いていることから、今後についてもやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・4月に入り、新入社員の入社で求人ニーズが一服するとみえていたが、販売業に加えて、観光関連業界からの中途採用、派遣のニーズが底堅い。一般企業も企業業績が堅調に推移しているようであり、業務繁忙に伴う派遣ニーズが増えている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人手不足が顕在化し、求人件数が微増しているため、今後も変わらないまま推移する。ただ、求人増が生産性の向上につながっているわけではない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・7月の参議院選挙までは情勢や景気の様子見ムードが続き、現状からの変化はないとみられる。
		職業安定所（職員）	・外食産業などは個々の店によって業績にばらつきがあり、北海道新幹線の開業効果もすべての店に均等に恩恵があるわけではないため、今後の動向については不透明な部分がある。また、開業までの1年間に新店の出店した店の業績がどうなっているかもまだ不明である。一方、従来からある店で廃業した例もみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・就職担当者と接触する限り、今後もしばらく変化はないとみているが、観光産業の比重が高い北海道においては、中国人観光客の爆買いが少なくなっていることで大型家電量販店や大型ドラッグストアに打撃が生じることが懸念される。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人難を背景に今後も求人数は高い水準で推移するとみられるが、これは労働力人口の減少という構造的な要因が影響している面が強く、必ずしも今の求人難イコール好景気とは言えなくなっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・景況感も良くなく、求人数も減少傾向が続いている。また、少子高齢化の進展、若年層の都会への流出などにより、就業者年齢の高齢化が進んでいる。生産年齢人口が減少し、高齢化している状況であり、今後の雇用動向についてはやや悪くなることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求人の直近3か月の動向を職業別に前年と比較すると、求人が多い社会福祉の専門的職業、飲食物の調理、販売の職業、建設土木の職業では引き続き前年よりも求人が増加しているものの、増加幅が縮小している。一方、これまで増加傾向にあった事務的職業、接客求人の職業が減少に転じている。さらに、3月の新規求人数が16か月ぶりに前年を下回るなど、求人数に減少傾向がみられることから、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	良くなる	タクシー運転手	・街の様子に変化はなく、同業者も皆成績をあげている。今のところマイナスの要因がない。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・春らしい天候となり好天も続いている。今後は、ゴールデンウィークに向かって各商店街や各街区のイベントなどが増えていくため、来客数の増加に大いに期待をしている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・電話による注文や来客数が少しずつ増えてきており、客の購買意欲が増してきているように見受けられる。
		百貨店（営業担当）	・大型商業施設の新規オープン効果がある程度落ち着いてくるため、一時期離れていた顧客を呼び戻すことで現状より好転するのではないかと。また、駅前にはシネコンを含む新商業施設がオープンする予定のため、街なかへの集客が更に進むとみている。

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
		コンビニ（経営者）	・乗客数が落ち込んでいるものの、客の財布のひもが特別に固いわけではなく、3か月前との比較ではすべての項目で数字が上回っている。したがって、先行きは現状維持か若干のプラスとなるのではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数の増加傾向は今後も継続するとみている。
		コンビニ（店長）	・夏場は売上の最盛期を迎えるが、競合店の影響で大きく前年を下回っている状態のため、楽観視することはできない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品関係は季節商売的な要素が濃く、真夏、真冬は人が動かない。
		衣料品専門店（店長）	・例年クールビズにより厳しい状況となるが、天候が上向きになれば新しいものを購入しようというモチベーションは上がっていく。この先も天候が良ければ、春物、夏物が売れていく割合も高くなるため、今後は伸びていくとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・施設の大規模リニューアルが完了しており、売上の増加を見込んでいる。
		高級レストラン（支配人）	・前年の9月ごろから、販売量、来客数、単価共にプラスの状況できている。現在の予約状況はさほどではないものの、また同様の傾向になっていく可能性は強いとみている。
		高級レストラン（支配人）	・市内のイベントにおいて、インパウンド層を始めとした他県民及び地元民の消費活性を見込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・雪国の傾向として、冬にじっとしていた分5～7月は活動的になる。人が集まる機会も多くなるため、宴会部門にもそれは反映される。また、婚礼部門も前年よりは入込が良いので、これからにぎわいを取り戻していくのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年同時期と比較して、一般宴会の件数が大きく伸びている。それにより、宿泊需要も見込んでいる。
		観光名所（職員）	・前年同時期よりも団体客の予約が増えており、数か月先の予約の問い合わせも増えている。この先も来客数が増えていくとみており、景気は上向いていくと期待している。
		観光名所（職員）	・グリーンシーズン期間はイベントを継続して誘客を図る予定のため、その効果に期待している。
		遊園地（経営者）	・新水族館の影響が6月いっぱい一巡する。新規団体客の引き合いやイベントなどもあり、底堅く推移していくとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安の効果もありこの先も安定していくとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・商業用地に加えて、小規模でさまざまな発電用地のリクエストが多い。また、仲介用地に特命での建築受注の予定もある。
	変わらない	商店街（代表者）	・せっかく国民も落ち着いているなかで、消費税率10%への引上げを行い福祉の切り詰めをほどほどにすることで、国と国民の心を安定させることこそが重要である。ひたすら安定国家を目指していけば、消費もほどよく進んでいくのではないかと。
		商店街（代表者）	・駅から最も離れている商店街という場所柄、駅周辺との客の争奪戦は引き続き厳しいものとなる。そのため、抜本的な対応策の策定が急務である。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・5月発表の景気動向調査、消費税率10%への引上げの動向によって、書店における販売量に影響が出てくるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ゴールデンウィークがあるので、大方の人はお金を使い果たしてしまうのではないかと。また、駅周辺に大型商業施設がオープンしており、商店街、繁華街から多くの客が流れてしまっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年に入り売上は上り調子であり、現在でも前年比110%は固い状況である。ただし、先行きに不透明さがあり、このままの上昇が続くとは考えにくい。とはいえ、消費者の健康志向や暖かくなったことで殺虫剤関係の需要が伸びることから、当業種としては悪くなる要素が見当たらない。
		百貨店（総務担当）	・客との会話のなかで、今後買物をする意欲がわかないという話がある。
		百貨店（企画担当）	・賞与支給の季節となるが、支給水準に大きな変動はなく、消費者の購買意識にも変化はないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・個人所得が上向くような期待感が希薄であり、消費意欲が減少している雰囲気がある。
		百貨店（買付担当）	・フリー客の購買意欲はまだまだシビアである。また、定価品の動きも良いとはいえず、顧客に頼っている面も多い。
		百貨店（売場担当）	・今までの経験からも、売上の落ち込み分をその後の数か月で取り戻せたことはない。回復のためには、なんらかのインパクトもしくは大きな施策、動員が必要である。
		百貨店（経営者）	・現状では消費マインドが上がるような見通しは立っていない。むしろ、不透明な経済環境や熊本地震などにより、今後生活防衛意識が強まっていくのではないかと懸念している。
		スーパー（経営者）	・円高、株価、慎重な設備投資、消費税率10%への引上げなど、停滞感が消費マインドに影響している。
		スーパー（経営者）	・海外の経済停滞傾向や円高の進行などによる、国内経済、消費へのマイナスの影響を懸念している。ただし、しばらくは現在の消費傾向に変化はないとみている。
		スーパー（店長）	・ここ3か月の売上の前年比は約103～105%と横ばいで推移しており、この先も変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・そんなに短期間で景気は変わらない。
		スーパー（総務担当）	・ガソリン価格や株価に大きな動きはない。また、熊本地震などの自然災害への恐怖心から、客の財布のひもは固いままの様子である。
		スーパー（営業担当）	・原油価格が上昇傾向で推移している。また、九州産農産物の作柄状況に熊本地震の影響が表れるかどうかによって、景気にも多少の影響が出るとみている。
		スーパー（営業担当）	・業績が安定しているのは電子マネーの導入による買上点数、客単価の下支えの結果であり、景気回復によるものではない。市場環境は競合店の出店が続いており、厳しくなっている。
		コンビニ（経営者）	・厳しい状況が続いているが、新年度となって現状が少しずつでも良くなっていくことを期待したい。
		コンビニ（経営者）	・店舗周辺の競合環境は落ち着いてきている。各種数値もこのまま横ばい傾向が続くとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・大きく環境が変化するような要因が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・市場が拡大しているわけではないため、来客数の回復は難しいとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・夏に向けて回復傾向となり得るような材料に乏しい。
		衣料品専門店（経営者）	・電力自由化により、風力発電やバイオマス発電が本格的に稼働し、順調に推移すれば景気回復の兆しがみえてくると期待している。
		衣料品専門店（店長）	・初夏を感じる日があるなど、夏物商材が立ち上がるきっかけとなっているが、その分、春物商材の販売期間が短くなっており、加えてクールビズ前のビジネス衣料のニーズも上がっていない。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズがかなり浸透しており、スーツを購入する客が年々少しずつ減少している。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費動向は前年から変化がなく、景気が良くなるような要因もない。
		家電量販店（従業員）	・来客数の少ない状況が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	・何か月も客の動きに変化がない。景気はそう簡単には良くならないとみている。
		乗用車販売店（店長）	・例年4～6月は、販売量や客の動きに大きな変動がない。
		住関連専門店（経営者）	・現在の受注状況は改善されないとみている。当社は長期的な仕事のため消費がすぐに回復するというものではない。先の物件を見越して受注を取っていくため、ここ2～3か月で景気が良くなることはない。
		住関連専門店（経営者）	・比較的安定した業界であるが、他店舗の出店が多く、現状維持が精一杯となるとみている。
		住関連専門店（経営者）	・これから先、六魂祭やねぶた祭などのイベントがあるが、今より良くなるような要素は見当たらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・夏になれば繁忙期となり、それなりの売上は見込める。しかし、それはいつも通りであり、現状ではそれ以上の期待が持てない。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・バーゲンの開始時期が早くなるなど、商品のサイクルが短くなっており、適正な価格と商品量で販売することが難しくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・公共事業などの発注が続いていないことから、厳しい状況は変わらない。今後大きな需要が見込めないため、現在の状況が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子をみると、生活は比較的安定しているように見受けられる。熊本地震による影響が東北の経済に表れれば景気も変化するが、今のところ大きな余波もなく、生活を送れている。
		観光型ホテル（経営者）	・先々の予約状況からは、先行きが良くなるような兆しは見当たらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・業種によって著しく景気の格差が開いてきている。
		観光型旅館（経営者）	・消費税率10%への引上げが中止になるぐらいのニュースがあれば良いのだが、今のところ好転の要素は見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・テロの影響が長引いており、海外旅行はゴールデンウィークでもチャーター便に空きがある状態である。また、国内においても熊本地震の影響が表れる可能性もあり、先行きが判断できない。
		旅行代理店（従業員）	・熊本地震後は、個人、団体共にキャンセルが発生している。しかし、客の多くは行き先を変更したり旅行の時期をずらすなどしており、客単価も変わらないため、大きな変動はないとみている。
		通信会社（営業担当）	・好転もしくは悪化する材料に乏しく、先行きは変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・取引企業の動向に変化がない。
		遊園地（経営者）	・雇用状況は緩やかな回復傾向にあるものの、ゴールデンウィークを控えて、ガソリン価格、生活用品などの価格が微動ながらも上昇傾向にある。
		競艇場（職員）	・現在の状況が上り調子のため、これ以上売上が増え続けるとは考えにくい。むしろ現状維持になるとみている。
		美容室（経営者）	・熊本地震により国の資金は南に流れていくとみており、東北は少し厳しい状況になるのではないかとみている。
		美容室（経営者）	・客の話を聞いても、まだまだ景気は回復してない様子である。
		美容室（経営者）	・シャンプーやトリートメント剤などを市販のものなるべく安く抑えて、貯蓄や他のものの購入に回す客が増えてきている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・地元にあった市立病院が移転し廃墟と化している。地下鉄の新規路線からも外れ、市営バスの本数、車や人の流れも激減している。そのため、商店街が住宅街へと変化しつつある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年になってからの毎月の売上から検証すると、景気は悪化の方向に向かっているように見受けられる。政府が景気対策をしているのでこのまま落ち込んでいくとまではいえないが、今月のような急激な業績悪化をみると、景気が自律的な回復軌道にあるとは考えにくくなっている。
		百貨店（売場主任）	・来客数の減少に加え、買上点数、単価共に減少傾向にある。また、身の回り品でも本当に必要なもの以外に対する購買意欲は減退気味であり、贈答品の購入以外は、より一層財布のひもが固くなってきている。熊本地震や消費税率10%への引上げを意識しながら、今後もその傾向は更に強まっていくとみている。
		スーパー（経営者）	・消費税率10%への引上げに対して、節約消費の傾向が出てきている。
		スーパー（店長）	・7月に基幹店の近隣に競合店が開店するため、売上の減少が見込まれている。
		コンビニ（店長）	・建設業を中心に、完全に東日本大震災以前の状況に戻っている。コンビニは建設業界と密接に関係しており、今後前年比では厳しい状況になると見込んでいる。また、近隣のサラリーマンの方々も、お昼を家から持ってくる人が増えており、景気は下向きになるのではないかとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・洋服への支出を今までより抑えているという話を、客から良く聞くようになってきている。
		家電量販店（店長）	・これから景気が上向いていくという期待感はあるものの、客は様子見をしており、まだまだ財布のひもは固い様子である。ボーナス商戦に入るまでは、消費マインドは前年を多少下回る状態で推移するとみている。

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
		家電量販店（店長）	・乗客数の減少に加えて、客の財布のひもが固く価格の高い商品は伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題に關係する軽自動車の販売停止により、新車販売量の減少は免れないとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・設備投資意欲が全く向上していない。
		乗用車販売店（従業員）	・この先1～2か月で軽自動車の販売が再開されるとは考えにくい。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・海外の景況や熊本地震が、日本経済にマイナスの影響を与えるのではないかと危惧している。現時点での影響は少ないものの、慎重にならざるを得ない。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・今までは季節の変わり目が商売の目安になっていたが、最近ではその区切りが曖昧になってきている。このままでは衣替えという文化が失われるのではないかと危惧している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格が上昇基調にあり、仕切価格の値上げ分を販売価格へ転嫁している状況のなか、より一層買い控えが進むことが見込まれる。
		高級レストラン（経営者）	・暖かくなれば少しは景気が良くなるとみているが、今後は消費税率10%への引上げが控えており、先行きに不安な部分が多い。
		一般レストラン（経営者）	・熊本地震もあり、インフレどころかデフレになるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・先行きに希望が見出せない雰囲気広がっている。また、レストランのような場所で食事をしないことが定着化してきており、今後は更にそれに拍車がかかるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・今月は良かったものの、2～3か月先が良くなるという雰囲気ではない。良い日と悪い日が極端であり、今月も良い日は大きな予約があったためである。その外の売上はあまり芳しくないため、先行きは良くはならないとみている。
		スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンも終わり、これからは通常期に移行していく。ゴールデンウィークもあるため、連休明けなどは来客数にかなりのダメージが出るのではないかと危惧している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約の状況が芳しくない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約数が前年を下回る状況が継続していたが、今月中からは明らかに鈍り始めている。先行きが良くなる状況ではなく、下降気味に推移していくとみている。
		旅行代理店（店長）	・熊本地震による旅行業界への影響は3か月では回復できない。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークでお金を使うので、その後は財布のひもが固くなっていくとみている。
		タクシー運転手	・現在でも生活が大変だという客が多い。それに加えて、消費税率10%への引上げの動向についても皆心配している様子である。そのため、景気が良くなるとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・景気の現状を示す一致指数は111.2で前月から0.7ポイント下がっている。また、中国の景気減速の影響などで生産や消費関連指標が低調であり2か月連続のマイナスとなっている。直近数か月の平均値などから機械的に判断する基調判断は、前月までの「足踏みを示している」に据え置いているため、悪くなるとみている。大手自動車メーカーの燃費不正問題もあり、そこで勤めている方々のリストラが心配である。
		通信会社（営業担当）	・熊本地震や株価低迷、また消費税率10%への引上げを控えて景気は悪くなる方向に向かうとみている。
		通信会社（営業担当）	・今後しばらくは新規メニューの追加や、加入を促進する強力なキャンペーンの実施もないため、新規加入者の増加は見込めない。ただし、解約者についてはあまり変化はないとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税率10%への引上げや円高傾向により、景気はやや悪くなるとみている。
		テーマパーク（職員）	・旅行者からの情報では、当県内への旅行希望が大きく低下しているとのことであり、前年に比べて今月、来月共に予約数が減少している。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・4月の受付件数は微増しているが、小さな工事が主であり、単価の高い工事は減少している。

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
	悪くなる	商店街（代表者）	・駅前大型商業施設がオープンし、多くの客が駅前に流れ1か月を経過しても同様の状態なことから、しばらくは悪い状況が続くとみている。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・生活必需品の値上げが一段落したことに伴い、個人消費は緩やかな回復基調にある。しかし、熊本地震の影響により、消費者の動向が今後どちらに向くか気になるところである。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残が前年同時期と比較して5%ほど増加している。株式市場の立ち直りもあり、心理的効果が表れているのではない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・若干回復傾向がみられている。そのため、これ以上悪くなることはなく、回復していくとみている。
		建設業（経営者）	・消費税率10%への引上げの動向により景気が左右されるとみているが、現在は小口工事が少しずつ増えている。
		建設業（従業員）	・中央官庁、地方自治体より新年度の発注見通し情報が公表されている。すでに出件している復興関連の公共工事もあるため、2～3か月先においては、ある程度景気が上向くとみている。
		輸送業（従業員）	・ゴールデンウィーク明けから海産物の出荷が再開される見込みである。
		広告業協会（役員）	・自動車販売店は苦戦をしているが、不動産は高水準で推移しており、百貨店、専門店なども販売の増加が見込まれることから、広告市場においても明るさがみえてきている。
		司法書士	・住宅着工件数が増加傾向にある。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・果樹の開花時期が前年より2～3日早かったため、ももの出荷が単価の高い旧盆前になることを期待している。
		食料品製造業（経営者）	・5月にはG7仙台財務大臣中央銀行総裁会議が開催されるが、その分一般の観光客が減ってしまうのではないかと危惧している。
		食料品製造業（経営者）	・G7仙台財務大臣中央銀行総裁会議までは一時的に盛り上がるが、その後選挙があり人の流れが鈍化するため、大きな変化とはならないとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品発売による売上増加を期待しているが、販売量の前年割れ分をカバーするほどではないため、依然として苦戦が続くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の供給過剰状態が改善されないため、収益性が悪い状態が続くとみている。
		土石製品製造販売（従業員）	・今のところ予算を上回る大型工事の予定はない。しばらくは道路補修工事などの予定だけである。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込み通りであるため、今後2～3か月先は現状のまま推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・一部荷主から料金改定の要請があるが、現状を説明しながら対応しており、なんとか現状維持を確保できると見込んでいる。
		通信業（営業担当）	・地元の強みを生かしたPR活動を地道に継続して、信頼を獲得していく必要がある。
		通信業（営業担当）	・日本メーカー、国内法人企業を盛り上げるためには、中小企業への法人税減税など抜本的施策の実施が必要である。
		金融業（営業担当）	・特にこの先大きな変化要因はない。
	広告代理店（経営者）	・夏の選挙で多少の動きはあるものの、価格の締め付けにより、利益の減少は免れないとみている。	
	公認会計士	・当面は建設関係の好調が続くそうである。	
	コピーサービス業（従業員）	・新製品の発表などがいくつかあったが、市場を大きく変えるほどのインパクトはない。しばらく様子見の状況が続くとみている。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・大企業と地方の中小企業、特に小規模企業や零細企業との格差が段々広がってきており、地方の消費者の生活レベルが以前よりも悪くなっている。価格が上がらないというデフレの状況が続いているということは、それだけ所得の低い層の財布のひもが固く、価格や単価の低い商品を購入する傾向になっているのではない。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先は年度予算で動いているため、発注案件の数が少ない状況は今後も継続するとみている。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・ひととおり悪材料が出た感がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	金属工業協同組合（職員）	・依然として足踏み状態から脱し切れていない。周囲の状況からも良くなるような材料は見当たらず、先行きに不透明感が漂っており、経営マインドは低下気味である。
		農林水産業（従業者）	・燃料代が上昇傾向にある。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・ゴールデンウィークの5月や夏休みの8月は売上が減る月である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・熊本地震もあるが、消費税率10%への引上げ前でもあり、しばらく新規案件は停滞すると見込んでいる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・熊本地震による直接的な被害はないものの、大手企業で生産が停滞していることから、少なからず影響は出てくるとみている。
		悪くなる	経営コンサルタント
		繊維工業（経営者）	・熊本地震や消費税率10%への引上げなど、社会が明るくなる要因がなく、消費意欲が損なわれている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・熊本地震によって調達先が被災、及び、納入数量の減少など、資材確保の状況によっては、生産に影響を受ける可能性がある。
雇用 関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・需要と供給バランスにおいて需要のほうが多いため、景気は今後良くなるのではないかとみている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・4月は、年度末の派遣契約数より大きく上回るできなかった。このような状況はこの先第1四半期以降も続くため、明るい見通しは立てられない。
		人材派遣会社（社員）	・大学新卒採用をしている企業の求人において、特に人が集まらないベンチャー企業を中心に、中小企業、外食産業などは6月1日の解禁前に学生と接点を持って、企業によっては内定も出すという動きをしている。必死に採用活動をしている姿勢が表れており、現在の比較的良好な景気が継続するのではないかとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の増加が期待できない。また、派遣先企業の業績予想も不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・しばらくは中小企業の採用難の大幅な改善は見込めないのではないかと。
		職業安定所（職員）	・サービス業で企業進出する事業所があるものの、製造業では事業縮小した事業所もあり、総合的に景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・労働力となる年齢層の減少により、企業が必要とする労働力が不足している。
		職業安定所（職員）	・新規求人は高止まりが継続しているが、それ以上に求職者が減少している。そのため、有効求人倍率は高いものの、その倍率ほど景気が良くなっているとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数の前年比が4か月連続で減少しているものの、求職者数の減少もあり、求人倍率が高止まりの状況となっている。今後しばらくは同様の状況が継続するとみている。
		職業安定所（職員）	・求人の状況はここ数か月と大きく変わらない。また、現在のところ企業の大規模な創業及び大規模な人員整理の情報はない。求人の好調感は継続しており、パート求人の増加カーブが緩やかになりつつあるものの増加傾向は変わらず、景気が悪化するという印象はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は4か月連続で低下しているものの、極端に悪くなるような要素はない。
	職業安定所（職員）	・求人の特段大きな動きはみられない。現状維持の企業が多い様子である。	
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月のG7仙台財務大臣中央銀行総裁会議について街は非常に歓迎ムードであり、高揚感も高まっているが、経済的な恩恵はさほどない。また、警備強化や熊本地震を含め自粛ムードもあり、先行きが不透明な状態が続くとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震の各方面への影響を懸念している。
民間職業紹介機関（職員）		・震災復興関連事業もようやく終了に向かってきているが、これに伴う求人の減少を、他業種でカバーできていない。	

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

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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）	・大河ドラマ館の予約状況が半年先まで一杯とのこと、当初予測を上回るにぎわいのため、期待できる。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇で来客数が増加している。ゴールデンウィークもあるので、来客数の増加が見込める。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏に向かって、今月より少しは上向くのではないかと思う。また、季節も良くなるので、リフォーム等の物件にも期待している。
		スーパー（副店長）	・オリンピックや夏祭りなどの楽しい話題や行事、選挙もあるため、今より景気が上向くと期待している。
		コンビニ（経営者）	・操業を休止していた会社が大半再開してきたので、来客数が増えてきている。そのため、幾らか良くなる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニ業界は例年夏の来客数が多いので、今後気温が上がり、夏らしい季節になると、売上や来客数も増加すると予測している。少なくとも今月よりは大幅良くなることを期待している。
		コンビニ（経営者）	・行楽シーズンになるため、来客数の増加が見込める。
		コンビニ（経営者）	・インターチェンジからの道路開通効果による行楽客増加を期待している。認知されたことにより、来客数増加につながると思っている。
		コンビニ（店長）	・今月は新年度開始ということもあり、ほどほどのところで落ち着くと思っていたが、連休を控えた下旬後半に大幅に来客数が減少し、特に29日は前年同日に比べかなり悪く、街中が空洞化していることを否応でも思い知らされた。先行きは少しでも良くなってほしい。
		コンビニ（店長）	・長期予報などで今年は少し暑くなる傾向があるようなので、それにつまぐ乗れば、夏場は良くなっていくのではないか。
		衣料品専門店（統括）	・例年、今ごろから夏に向かっていろいろなお祭り等が出てくるので、例年同様に2～3か月前は良くなる見込みである。しかし、今年はやはり買い控え傾向があり、目的があっても必要でなければ買わない客が多い。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス時期に向かって受注の回復が見込める。
		乗用車販売店（統括）	・今回の大手自動車メーカーの燃費不正問題が沈静化することを前提に、多少は良くなる。
		住関連専門店（経営者）	・オリンピックや選挙を控えた経済政策により、一時的な上昇が見込める。
		一般レストラン（経営者）	・春らしい天候とともに、大河ドラマの影響を受け、客の動きが見受けられる。
		スナック（経営者）	・選挙があったり、不安要素はあるものの、全体的には上向いてきている。このまま進んで行ってほしい。
		観光型ホテル（経営者）	・基本的には、国内経済が良くなっているとは感じられないが、ゴールデンウィークから夏休みまではハイシーズンとなる。
		旅行代理店（営業担当）	・間もなくゴールデンウィークを迎えるので、旅行需要の増加が見込める。
		通信会社（経営者）	・求人募集しても応募がないので、景気の回復基調で人材の奪い合いが起きているのかもしれない。
	観光名所（職員）	・来客数の増加はインパウンドによるものであり、多くは台湾からの旅行者で、香港、タイ、マレーシアからの旅客も増加している。ツアーだけでなく個人旅行も目立つようになってきたため、買物や食事も好調に推移している。	
	ゴルフ場（総務部長）	・天候に左右される業界であり、他社との価格競争も厳しいが、新企画を駆使した営業戦略により、予約状況は上向きで手ごたえがある。	
	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・見学希望の客が多数来ている。また、その中で、金銭的なこと、お寺との関係、仏壇やお墓など、また子どもがいないのでその後の管理はどうしたら良いのかというような相談を7件ほど受けている。	
	その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	・7年に1度の例大祭が終わると旅行が増加する。	

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
		設計事務所（所長）	・ゴールデンウィークのイベントで何とか来場者を集約する努力が必要である。今月の危機的状況から比べれば少し期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街での夏のイベントを計画しているが、ここ近年はイベントに来てくても、客が物を買わなくなってしまっている。わずかに飲食店に立ち寄るくらいである。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・5月末の伊勢志摩サミットの結果によって、景気が浮揚してくれば良いと思っているが、当分は熊本地震の影響が大きい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・ゴールデンウィークは行楽にお金が動くため、どんなに個店で仕掛けをしても、売上増加には結び付かない。猛暑に備える季節商材の動きを期待したいが、消費者の購買意欲は相変わらず薄い。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる要因が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・消費を喚起するトピックスやアイテムが少なく、今後2～3か月先も現状と変わらない状況が続く。
		百貨店（店長）	・人口が減少し、駅前の活性化が図れていない。
		スーパー（経営者）	・消費に変化は見られない。
		スーパー（総務担当）	・来客数は前年比99%、単価が同101%と上昇しているため、なんとか数字は保っている状況だが、今後の与件を考えた場合でも上昇するとは思えない。
		スーパー（統括）	・今年のゴールデンウィークは、海外はテロ、国内では熊本地震の影響が懸念され、多少帰省が増えるのではないかと期待がある一方で、消費税増税の不透明感が消費マインドを抑制するのではとの観測もある。
		コンビニ（経営者）	・客の買物傾向から、景況感の改善、向上は見込めないと感じる。
		衣料品専門店（販売担当）	・現在の景気はどん底というほどひどい。これ以上悪化したら、店を存続することが不可能になるほどである。いろいろ手は打っているが、実を結んでいない。来客数、売上の増加につながるような手立てを考えながら、地道にやっていくしかない。
		乗用車販売店（経営者）	・希望を持てる材料が見当たらない。過去を検証し、未来に向かって少しでも前進して行きたい。
		乗用車販売店（営業担当）	・走行距離の多い車両を修理を重ねながら使用している現状が、今後も続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数も減少し、良くなる要素が全くない。展示会をやっても客が全く来ないこともある。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後2～3か月先の景気は読めないが、新車、中古車の販売台数が極端に減少し伸び悩んでいる。ただ、幸いなことに修理関係の売上はそこそこあるので、サービスで頑張っているという状況である。販売関係が伸びないので、売上は減少している。
		住関連専門店（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料もない。
		住関連専門店（仕入担当）	・熊本地震等の報道も含め、消費意欲そのものの減退を感じる。
		一般レストラン（経営者）	・大企業はともかく、地方は中小企業が多いため、社員の給料もなかなか上らず、消費に回す余裕がないため、まだ難しい状態である。
		一般レストラン（経営者）	・今後の天候に影響されるが、景気の上昇も下降も特段の要因がない。
		観光型旅館（経営者）	・春から初夏にかけて、大河ドラマの影響で売上は好調を維持するものと思われるため、売上の増加割合に変化はないと予想する。
		都市型ホテル（副支配人）	・8月ごろまではこのまま好調に推移しそうである。6月以降は個人予約が順調に入ってきている。
		旅行代理店（所長）	・いくつかイベントはあるものの、大きく右肩上がりになるような要素が見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・今の生活で手いっぱいである。
	タクシー運転手	・今までもこれからも、利用客が増加する見込みはない。	
	タクシー運転手	・今年に入ってからずっと前年比95%で推移している。	
	タクシー（経営者）	・1～4月の4か月間をみると、利用客数にあまり動きがないので、この先も変わらない。	
	通信会社（営業担当）	・大きく悪化してはいないが、アベノミクスによる恩恵を実感することなく物価上昇が続いているため、やはり安いものを求める傾向は続く。	

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
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークを控え期待するものの、貸切バスの運行問題により日帰りツアーが激減していることから、良くなるとは思えない状況である。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴールデンウィークをはじめ、地元客を中心に予約が入り、前年を上回っているが、客単価は伸びていない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・景気は緩やかに回復しているとの判断もあるが、まだ慎重さがうかがえる。
		設計事務所（経営者）	・仕事量の少ない状況が続く見込みである。
		住宅販売会社（従業員）	・中古別荘の売却依頼数が高い水準で推移している。
		住宅販売会社（経営者）	・販売量、案件が少ない場合には価格が上昇するが、価格が横ばい状態なので案件が出にくくなっており、増える要因に乏しい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街への人出が減少している。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・学校も入学が終わり落ち着いてくると、各クラブ活動が始まるが、景気は良くないので、少し悪くなる。
	やや悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・観光地のため、外国人観光客が多い。当店の隣も飲食店で、外国人グループの客も多いが、そうした客が来店し商品を購入することはあまりないため、来月以降も同様だと思われる。
	やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・店の売上自体は、前年、前々年度に比べて伸びてはいるが、これは同業者の廃業や倒産によって納品先を譲り受けて納めているためである。店頭売上は落ちる一方で、そのため同業者が廃業したり倒産したりしている。
	やや悪くなる	百貨店（販売促進担当）	・夏の参議院選に向け、消費税再増税議論が活発化することが予想されるが、いずれにしても消費行動が改善するとは思えない。地方都市では物価上昇に比し、実質所得が上昇していない。
	やや悪くなる	百貨店（店長）	・今までは売上が減少しても、高額品は売れていたが、ここに来て高額品の売上也減少している。
	やや悪くなる	スーパー（商品部担当）	・競合店の出店の影響がこの先も続きそうである。イベントを含めた販促等を行っても集客しきれない状況は変わらない。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・中国経済悪化の影響が、製造業に波及している。
	やや悪くなる	家電量販店（店長）	・猛暑の到来や何かの施策が無いと消費マインドが出て来ないかもしれない。オリンピックに関連して映像関連商品が動けば、景気も良くなると思うが、映像関連商品も数量比で伸びが無いため、厳しいと予想する。
	やや悪くなる	家電量販店（営業担当）	・住宅着工件数も伸びていない模様で、新規の家電製品導入は厳しい状況である。単価の高い商品が売れていない。
	やや悪くなる	乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題は大変大きな問題であり、客の購買意欲低下につながると思われる。
	やや悪くなる	乗用車販売店（管理担当）	・自動車販売は、依然として国内販売が低迷している。各社共に新型車投入による販売拡大を図っているが、少子高齢化による自動車離れに伴い、需要が減少傾向である。
	やや悪くなる	自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税などの影響により、販売の流れ、ムードが変わってしまい、取り戻すことが難しい。また、販売方法を改めるなどして、販売量を維持、成長させる努力もしているが、なかなか伸びず、苦しんでいる。
	やや悪くなる	その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注量が減少してきている。今後更に定期販売も間隔が長くなる傾向である。
	やや悪くなる	都市型ホテル（スタッフ）	・4月は歓送迎会などいろいろ催し物があったが、2～3か月先は例年同様に少々落ち込む。避暑の方や大会などでの動きはあるが、飲食業関係は落ち込むとみている。
	やや悪くなる	都市型ホテル（スタッフ）	・4月は受注件数、売上也多かったが、5月は例年よりも受注件数がやや少ない。6月以降も前年同時期と比べて受注件数の伸びが鈍い。
	やや悪くなる	旅行代理店（副支店長）	・熊本地震を受け、風評被害と自粛ムードが広まってきており、受注減が予想される。また、インバウンドによる国内宿泊施設等、特に都心部の慢性的な満室状況が続いており、国内需要の悪化が懸念される。
	やや悪くなる	タクシー（役員）	・客の様子からやや悪くなると感じている。
	やや悪くなる	通信会社（経営者）	・消費者の購買意欲がどんどん低下しているように感じられる。特に若い世代はコストパフォーマンスも重視することから、売れても薄利である。
	やや悪くなる	通信会社（経営者）	・地方の景気はこれから更に悪化する傾向があり、厳しさが増す。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上が減少気味である。	
		美容室（経営者）	・美容料金の低料金店舗が繁盛しているのは、美容料金を節約する人が多くなっているためである。年配者は美容料金を節約するのが当たり前になっているので、これから先あまり良くならない。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・収支のバランスが悪化する予測しか出て来ない。あらゆる角度から、各社手を打ってはいるものの、回復手段が見つからない。部材の値上げも追い打ち材料である。	
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・来客数、予約数、各テナントの予約状況を見ても、若干下向きになっている。熊本地震の影響等もあり、やはり必要なものだけを買回るといった客の様子から、今後影響が出てくるものと思われる。	
	悪くなる	設計事務所（所長）	・当業界でも、今年度の仕事への心配をよく耳にする。	
		商店街（代表者）	・当地域は農繁期になり、農事に従事し、まちの商店街に買物や遊びに来る機会が少なくなる。	
		スナック（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。何か良い方法があればと思う。	
		通信会社（経営者）	・地方の景気悪化はまだ続いており、通常は年度末から始まる今期受注分の見積りやコンペ事案も、今のところ動きがない。商店街関連の助成金の話も、いまだ募集がない。	
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーからの受注量が増加している。	
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・2か月先の受注量が前年を若干上回る量になるとの予想が出ており、その先も前年比で上回ればと期待している。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・生産量が多少回復する傾向にある。	
	変わらない	建設業（開発担当）	・公共工事主体で、民間工事は価格競争で受注が難しい状況である。現政権のもと、この3年間アベノミクス効果で公共工事は安定した発注額があった。先日も、経済政策のもと、公共工事を前倒して発注するとの政策が打ち出されたので有り難いことである。当社もここへきて前年並みの受注額がある。ただ、経営に関しては、10年以上続いた建設不況の影響でまだ厳しいかじ取りを強いられている。	
		経営コンサルタント	・雇用や賃金の上向き傾向がはっきりすれば、地域経済や企業活動にも安定感が出てくると期待できる。	
		変わらない	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談、受注量が増加傾向にあり、収益の改善が見込める。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・予想が立たず、展開策を模索しつつ動いている状況である。
			金属製品製造業（経営者）	・今後8月くらいまで、受注の見通しがないため、自分で取引先を探して仕事をしようと思っているが、とにかく先のことは不明であり、期待も持てない。
電気機械器具製造業（経営者）			・経済対策を打ったところで、なかなか我々のような業者までは届かないように思う。全般的に受注量が落ちているし、これからドラスティックに方向転換というわけにはいかない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・先の受注は確定せず、今後の見通しは立っていない。大きな変化はない。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～4月と大変好調だが、今後2～3か月先はこのままではいかず、若干落ちる。	
		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）	・夏場に向けて、季節商材、扇風機またレジャー用品等の物量が増加する。飲料水等の輸送も順調に増える見込みのため、例年並みの車両を確保する予定である。	
		金融業（経営企画担当）	・中国経済が不安定で、原油安もあって景況感は改善しない。個人消費の強さへの期待感も薄い。	
		広告代理店（営業担当）	・5月は広告宣伝が落ち着く時期である。発注状況から見ても、特に変化はない。	
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・旅行会社によると、熊本地震の影響で、九州方面の問い合わせが激減しているようである。		
	司法書士	・こここのところ、良くなりつつあるようであるが実際にはそこまでいかないという状況が続いている。		

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
	やや悪くなる	社会保険労務士	・給与はあまり変わらず、今のままでは賞与も期待できない。
		食料品製造業（営業統括）	・株価の不安定な状況や円高傾向等により、先の見通しが立たず、高付加価値商品の購買意欲が低下する。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・今は計画や設計の段階で、仕事の発注は先になる見込みである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・毎月、受注量の微減傾向に変わりが無い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・熊本地震の影響がどこまで広がり、長引くのか見えない状況であり、不安である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・展示会などではローンを組みながら宝飾品を求めている客もいるが、限度額一杯の客が多い。店頭での売上は軒並み低迷している。消費者の宝飾離れが懸念される。
		建設業（総務担当）	・公共でこれから多くの発注があるという見込みもなく、民間の動きも悪そうである。
		金融業（調査担当）	・製造業など先行きに対する不透明感がぬぐえない。また、熊本地震の影響は現時点ではみられないが、今後間接的な影響も懸念される。
		不動産業（管理担当）	・5月から来年3月までの新規業務受託が決まったが、今月の減少分をカバーするには十分でないことや、前年度受託していた業務が、取引先の予算の都合で未定であるなど、先が見通せない状態である。
		悪くなる	食料品製造業（製造担当）
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月のことだが、資金繰りが大変である。		
電気機械器具製造業（経営者）	・来月初旬に行われる、上期の取引先の生産計画が非常に厳しくなりそうだという内示があったからである。		
通信業（経営者）	・当社への発注が激減している。		
雇用 関連 (北関東)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・暑くなり、麺類の製造派遣が増えると予測している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・ゴールデンウィーク直前ということもあり、レジャー産業、行楽地への移動が売上全般に伸びていく。パート労働者に期待する製造業や小売、サービス業等は、連休とはいえ稼ぎ時ということもあってなかなか休暇が取れないという声も聞こえる。ガソリン価格等が落ち着いている状態で推移すれば、横ばいか若干期待できる。
		人材派遣会社（経営者）	・今のところは仕事があまり忙しくなく、暇でもなく、変わる要素がない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費意欲が見られず、安い店舗のみに集客がある。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・今後も景気の回復が見込めないなかで、積極的な求人募集は難しい。
		職業安定所（職員）	・半導体製造関係で伸びているところもあれば、先行き不安なところもある。全体としては横ばいと思われる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・求人数そのものが大幅に減少したため、求職者の選択肢が狭まり、市場はこう着状態となっている。6～9月までは動きが鈍いと思われる。
		職業安定所（職員）	・前年に市内名刹の例大祭があり、サービス業の求人に上向き傾向があったが、今年はそれが無いこと、中国経済の減速、熊本地震はあまり影響がないと思うが、良い影響のある要素がないので、やや悪くなっていく。
	悪くなる	-	-

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・建設関係の仕事が増えたため、電気工事や設備関係の仕事も増えてきている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・売上高と利益の点から、良くなる（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・企業も年度初めの慌ただしさが一段落し、個人消費も夏季商戦期に入るため、今よりは良くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・設備投資をしてそろそろ周知される時期が来るため、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
	やや良くなる	一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・5月は総会等の時期のため、少しは消費が多くなる。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・今後、アベノミクスの仕上げと東京オリンピックの準備などがあるので、全体的に少し押し上げてくれるだろうという期待を込めての回答である(東京都)。
		一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・来客数は地域で行われるイベントに影響して多少の増減はあるものの、客単価は直近の3か月で増加傾向にある(東京都)。
		百貨店(店長)	・暑い夏との長期予報もあり、アパレルの回復に拍車がかかる。
		スーパー(経営者)	・店の雰囲気が明るいため、人が集まっている。
		スーパー(店長)	・2月に改装があったので、3か月先は今より良くなると思っている。ただ、この地域は学生が多いため、夏休みになると学生が実家に戻ってしまい、来客数全体が少なくなる懸念もあるが、今までよりはやや良くなることを期待を込めて回答している(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・ゴールデンウィークに入り、非常に来客数が多く、これからしばらくは、客の購買力が増すため、やや良くなる。
		コンビニ(経営者)	・例年のことだが、気温が上昇してくると、来客数もやや増えてくるので、多少は良くなる。
		コンビニ(経営者)	・毎年の事だが、気温の上昇とともに出かける機会は増えるため、小売業の売上は上がる。ただ、前年と比べてどうかというと、今の景気では厳しいと考える。
		住関連専門店(営業担当)	・消費税率再引上げを見込んだ大型工事の引き合いが堅調である。当社では外壁、屋根塗装の受注が伸びている(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・外国人観光客の増加は、個店の意識変革につながっている(東京都)。
		タクシー運転手	・5月に予定されている伊勢志摩サミットを前に、安倍総理は「中国の景気減速への懸念、原油価格の低下など世界経済の不透明さが増している」と語り、サミットの最大のテーマとなるようである。中国人民元のレート問題、中国国内の消費拡大などで中国が社会的、経済的に安定することが世界経済にとって不可欠である。世界が共通認識を持ち、各国とも前向きのため、景気は徐々に良くなる(東京都)。
		通信会社(経営者)	・家計にお金はあるので、何かのきっかけで動き出すだろう(東京都)。
		通信会社(管理担当)	・電力小売全面自由化について、初動の後は静観が続いている。能動的な獲得ができる会社では、景気の好循環の恩恵を受けられるだろう。
		通信会社(経営企画担当)	・案件数の増加が予想される(東京都)。
		ゴルフ場(支配人)	・ゴールデンウィーク中の来場者数はそれほどでもないが、その後の予約数は順調に推移している。
		その他サービス〔立体駐車場〕(経営者)	・隣接する駐車場が、3月で業績不振のため閉店し、わずかだがその駐車場の客の利用がある。また、大型店が11月いっぱい閉店するため、閉店売り出しを打ち始めており、やや良くなる。
		設計事務所(経営者)	・行政案件はやはり、新規入札が少なく、先が見えない。しかし、今まで培ってきた民間案件が芽吹いてきている。社員の仕事の向上を考えて行かなくてはいけないと考えている。現状を少しでも長く、継続するように頑張っていきたい。
		設計事務所(経営者)	・希望的観測も含めてではあるが、現在もらっている話がすべて実現すると、今よりも良くなる。
		設計事務所(経営者)	・かなり期待を込めている。年度当初の慌ただしさも一段落し、官庁案件も予算が付いた案件から徐々に発注されると考えており、それに連れて民間案件も少しずつではあるが、明るい兆しが見えてきそうである。
変わらない	商店街(代表者)	・7月の参議院選挙は確定しているが、選挙がスタートするとどうしても景況感が悪くなるのはいつものことである。さらに衆議院の解散は流れたようであるが、依然として分からないので、どちらにしても7月に向かっての景況感は良くなることは全くないだろう。	
		・熊本地震の影響が減少し、世間は参議院選モードとなるが、中間層の消費マインドに向上する気運がみられない(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・暑くなればエアコンの動きも良くなるが、家電全体は静かである。今のところは、量販店やインターネットでは、できないものや困りごとなどの依頼が多くなっている。
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・今後2～3か月先の景気は変わらないだろうと感じている(東京都)。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・当店のよう業種では、新年度に入ったら普通、動きがあるが、とてもそういう状況ではなく、非常に残念である。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・熊本地震の影響で、土木と建築以外はあまり振るわない(東京都)。
		一般小売店〔傘〕(店長)	・天候に左右されるため、楽観できない。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商部門等の物件、案件等が途切れている。あまり良くも悪くもなく、案件数はあるものの、この先とても良くなるという状況ではない。また、全くないというわけでもないの、そんなに悪くもならない。あまり変わらないのではないが。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・季節的に多少は忙しくなっても、新規客が増えないと売上増にはつながらない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・賃金の上昇が見込めないため、物価上昇に追いついていない。消費税も上げるのか延期するのか見通しが立たない。
		百貨店(広報担当)	・継続するマイナス金利や、来年4月に予定される10%への消費税再増税の延期の有無がはっきりしないこと、そして熊本地震の発生による将来への不安など、消費の足を引っ張る要因ばかりが多く、プラス要因が見当たらない。不要不急の商材が多数を占める百貨店では、ここ数か月で消費行動が上向きに大きく変化することは難しい(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・天候不順、熊本地震等の影響もあり、衣料をはじめとして全般的に動きが悪い。また、訪日観光客の買上は減少傾向にある。全般的に景気はあまり良くないようである(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・世界経済の不安、熊本地震の影響による国内景気への影響、円高株安など、いろいろと不安要素が大きく、先が読みにくい。高額品の多い商材を抱えており、マイナスの影響は避けられない見通しである。今後しばらくは厳しい状況が続く(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・今一つ景気回復の実感がつかめず、その上、株価や円相場が不安定で、しばらくは生活防衛意識が消費マインドを上回る状態が続く(東京都)。
		百貨店(計画管理担当)	・景気が回復するような明るい話題がなく、内需拡大の兆しは見られず、インバウンドに頼るほかない(東京都)。
		百貨店(店長)	・直近での購買につながる良い変化は期待しにくい。
		百貨店(副店長)	・今後の景気動向に、大きな変化はない。消費者は、必要なものに対する需要はあるものの、様子見的な行動を取るのはないか。
		スーパー(経営者)	・選挙によっては、一時的に変わると思う(東京都)。
		スーパー(販売担当)	・競合との価格競争があり、客の買上点数は前年を上回っているものの、平均単価が下がっているため、合計すると客1人当たりの買上金額は、なかなか前年実績に届かない状況で、売上の前年割れが続いている(東京都)。
		スーパー(経営者)	・ずっと同じ状態が続いており、基本的には変わらない。ただ競争が激化し、人口が徐々に減っている状況で、売上自体が前年並みよりやや悪いぐらいである。本来は良い方に行かないといけないが、我々の努力不足で、なかなかそこまで上げきれない。
		スーパー(店長)	・行楽シーズンを控えており、観光やレジャーで出費がかさんだ分だけ日常生活はシビアにならざるを得ないので、当分同じ様な状況は続く(東京都)。
		スーパー(営業担当)	・中国経済さらには新興国経済の減速、そうした世界経済の状況に加え、日本国内も先行きに対する不安材料が、いろいろそろっており、将来的な不安が払しょくされていないことが、景気に大きく作用しているのではない(東京都)。
		スーパー(仕入担当)	・株安、円高傾向は続いており、熊本震災が起き、節約志向は加速していくと思われる。
		コンビニ(経営者)	・もう一つ、力強さが感じられない(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・消費税再増税までは、特段の変化が起きる要因もなく、現状が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・店頭商品等の多くが前年に比べて若干値上がりしているため、来客数が少ないものの、前年比ではある程度の落ち幅で収まっている。来客数を増やさないことには、売上を伸ばすことができないが、来客数を増やすためにはもう少し本部が商品価格を考えて政策を取らないとなかなか難しい。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店が相次ぎ、また、スタッフ不足による勤務シフトの確保も難しくなっている。売場管理、本部政策への取組などの対応の遅れが気になる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候が好調に推移し、九州地方では特需的な売れ方をしており、販売量の高い水準を維持すると考えられる(東京都)。
		衣料品専門店（経営者）	・マイナス金利の導入、株安円高の影響など、このところ急激に変わっているが、どのような影響が出るか不透明である。消費者は節約モードに慣れてきているが、何かプラス材料はないか。
		衣料品専門店（経営者）	・全商品が値上がりしており、いかに販売量を増やすかが問題である。
		衣料品専門店（経営者）	・客の話から、食料品などの生活必需品以外の買物は極力控えるとか、先のことを考えると今までのようには買物できないといった不安な様子を感じられる。
		家電量販店（店員）	・景気は相変わらず横ばいである(東京都)。
		家電量販店（統括）	・来客数の減少傾向をくい止める策が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売業だが、整備は順調に入っているものの、販売はあまり芳しくない。消費税が5%から8%に上がった影響があるものと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィークは、車の販売には影響しない。整備部門は多少減るものの、その後にはばん回できると思う。
		乗用車販売店（営業担当）	・これからゴールデンウィークに入るため、車の買換えなどは後回しになる。
		乗用車販売店（販売担当）	・熊本地震の影響で、九州地区は一部でいろいろな物資輸送を通して良くなるのではないかと考えている客もいるが、関東地区は今後も変わらないのではないかと。当初、アベノミクスで景気が良くなるのではないかと考えていたが、なかなかうまくいっていない。ただし、参議院選以降は多少良くなるのではないかと、夏以降は多少期待をしているというのが、業界の判断である。また、将来的に全長25メートルの大型トレーラーなどの規制が緩和されれば、一層効率が良くなって利益が上がるのではないかと客が話している(東京都)。
		乗用車販売店（渉外担当）	・個人消費が伸びず販売量が減少している。法人需要も思ったほどは良くない状況が続いている。しばらくは変わらずに推移する。
		乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題など、自動車業界に対し不安が大きくなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	・先行きは不透明であり、上期は厳しい状況が続く。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・ダイレクトメールや葉書などで販売促進をしているも、やはり売出しなどをした時だけ客は来店するが、その他はどうも今一つ良くない。
		その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・客単価はやや低下傾向であるが、2～3か月先の販売量、客単価に影響を与える要素は、特にない(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・特段の景気刺激策もなく、来春の消費税増税マイルドだけが残存している(東京都)。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・新型ゲーム機の噂が出始めたものの、詳細が不明なためユーザーの反応もまだまだである(東京都)。
		高級レストラン（副支配人）	・法人を中心とした宴会予約の受注状況から、変わらない(東京都)。
		高級レストラン（仕入担当）	・新年度を迎え、食材の値上げに合わせ商品を値上げしたいが、全般的に上げられるほどの勢いが感じられない(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は、7～8月なので、飲食業界ではにっばちと言って売上の期待できない時期である。8月は1番良くない日が続くので、売上は前年並みとみている。
		一般レストラン（経営者）	・決して上向いて良くなるというような状態ではないので、現状のまま推移していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・世界経済の低迷から日本経済も影響を受けているようで、マイナス金利の問題や輸出関連企業の低迷、熊本地震などで消費者の気持ちの落ち込み、消費税増税関連のニュース等、景気の良くなる情報があまりない(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・熊本地震の復興の意味で、各店で義援金を集めたり、キャンペーンをしていて、その効果が少し上がっている。衆参同時選挙がなくなりそうなので、少し落ち着いて消費に回ると思う(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・給与が増えても税金等の増加により、サラリーマンの手取りは増えない。なかなか消費にはつながらない(東京都)。
		一般レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークになると観光客が当地にも来て、動きがあるので、さほど良くなるはならないが、前よりは動きが出てきている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・景気回復の要因が見当たらない(東京都)。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・株価、為替、企業の毀損状況を踏まえると将来の景気回復には相当な時間を要すると判断する(東京都)。
		都市型ホテル（スタッフ）	・通常5月は繁忙期であるが、団体等の予約数が乏しく、この先の見通しは悪い。
		都市型ホテル（総務担当）	・今以上に良くなるというよりは現状維持か、場合によっては、世界情勢や景気動向等によって悪化する懸念もある。
		旅行代理店（経営者）	・熊本地震の収束が見えていないので、客はなんとなく二の足を踏んでいるような状況である。
		旅行代理店（従業員）	・商品価格が上がっている。
		旅行代理店（営業担当）	・スキーバス事故の影響が残っている(東京都)。
		旅行代理店（販売促進担当）	・熊本地震の影響がどれくらいあるかまだはっきり分からないので、答えようがないというのが正直なところである。変わらないと回答したが、分からない。海外旅行が頼りになると思うが、良い材料はあまり聞いていないので、国内旅行の熊本地震による被害と影響がどれくらいになるかによって決まると思っている(東京都)。
		旅行代理店（営業担当）	・好景気となる条件が見通せない(東京都)。
		タクシー運転手	・4月に入り新年度がスタートしたが、まだどこに向かうか、向かっているのか分からない状態の客が大半で、様子を見ているようである。
		タクシー運転手	・春先の気温が心地良いのか、歩きが増えているようで、朝から無線の鳴りが悪い。6月に入れば梅雨に入り、少しは利用が増えると思うものの、なんとも言えない。
		通信会社（経営者）	・夏にリオデジャネイロオリンピックはあるものの、今一つ盛り上がり欠けているため、現状維持とみている(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・景気の大きな回復までには、まだ時間がかかる。
		通信会社（営業担当）	・客はテレビ、インターネット、電話サービスの3点セット割引にメリットを感じており、契約件数は増加している。ただし、他社も同様のセット割引で競合しているため、契約件数は今月と変わらない(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・転居シーズンという季節要因により契約数は増えたものの、内訳は安いサービスの比率が高くなっており、しばらくこの傾向は続くものと思われる。
		通信会社（局長）	・熊本地震の影響もあると思うが、消費マインドに高揚感はなく、夏のリオデジャネイロオリンピック、パラリンピックでどこまで景気を刺激するかは不透明である(東京都)。
		ゴルフ場（従業員）	・大きな変化を期待できるものはない。熊本地震の地域の早期復興を願うのみである。
		ゴルフ場（支配人）	・日常の支出は、ほぼ固定の金額で動いているため、客の来場回数は天候に左右されるが、3か月平均では今後も変わらない。
		パチンコ店（経営者）	・伊勢志摩サミットの関係があり、今から5月までちょうど1か月間くらい、台の入替えができず、新台が入らないため、厳しい。その間は、接客その他営業の仕方などを工夫して、今より売上を落とさないようにと期待を込めて、変わらないとしている(東京都)。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・熊本地震の影響、TPPや夏に予想される参議院選、その他いろいろな要素がまだ、どう動くか分からないなかで、将来の見通しが非常に立てにくくなっている(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・客数が増加する要素はなく、販売量の増加も期待できない。前年比マイナスにならないように地道に努力する以外に今のところ打つ手はない。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・政府の予想とは違い物価指数は下がっており、消費者の財布のひもが固い状況は続きそうである(東京都)。
		設計事務所（職員）	・消費税増税の動向にもよるが、9月末までの契約に向けた駆け込み需要がどの程度あるか不明である(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の動向をうかがっているユーザーはそれなりにいるが、具体的な消費動向はあまり感じない。集客状況は前年並みだが、具体的に計画を持っている客は少ない(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税は上がらないだろうという雰囲気があり、駆け込み需要につながっていない。ただし、熊本地震の影響で耐震に不安を感じている方の動きは出てくると思われる。ゴールデンウィークに業界全体でキャンペーン展開を行っているので、そこで集客した客の動きが2～3か月後に出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・今後大きく景気が良くなるとは思わないが、金融機関は積極的に動いている。景気はこのまま好調に推移していく。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・最近の九州の様子をみていると、このように長い間地震が続くと、景気が良くなるという考え方が持てない。なるべく早く熊本地震が収まるようにならないと日本は大変である(東京都)。
		商店街（代表者）	・景気を引っ張っていた輸出産業と大企業の閉塞感、熊本地震が相まって良くなる材料が乏しいというか、悪くなる材料が多い状況である。消費税増税延期など、世の中のマインドが明るくなるような政策なり話題が欲しい(東京都)。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・熊本地震の影響で、消費は少し自粛されるのではないかと。
		百貨店（総務担当）	・客の消費に対する慎重な姿勢は、今後も続くと思予想する。
		百貨店（営業担当）	・生活防衛と今後の不安が浸透している。やはり価格対応商品に客の関心があり、婦人服にとって、この状況は何もしなければ前年並みから10%は落ちるトレンドである(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・安定していた高齢者による需要や中国人観光客の買上実績も鈍化傾向にあるため(東京都)。
		百貨店（営業企画担当）	・年明け以降、国内消費マインドに回復の兆しはあまり感じられず、数値としても前年を下回っている。さらに熊本地震が消費の自粛ムードに拍車をかけた格好になっているとも考えられる。消費税増税延期が噂されるなかで、来年の消費税増税が予定通り実施となった場合、現状では駆け込み需要もあまり期待できないのではないかと(東京都)。
		スーパー（店長）	・現状、1品単価、来客数、客単価等も横ばいで推移しているが、ポイント還元時に集中する傾向にある。ポイント還元や、広告の安い時に客が集中する。平日の買物は、必要な分だけ、なるべく低単価な物を購入するため、将来的にプラスになる可能性はかなり低い。
		スーパー（総務担当）	・株価の上昇はかつてはあったが、ここに来て、株価はあまり上がっていないことと、今年のベースアップが想定よりも低かったことで、中間所得層よりも下の客の財布のひもが固くなっているように見受けられる。個人消費も頻度性の高い商品などの買い控えが、今後も続くと思予想する。
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンション工事が今月で終わったため、来客数、売上が共に減少している。
		コンビニ（経営者）	・3か月先に、急に客がお金を使い出すということは考えられない(東京都)。
		コンビニ（経営者）	・関東圏にも断層があり、将来地震が来るのではないかと少し人々が動揺しているため、買い控えているような気がする。
		コンビニ（経営者）	・周辺環境は変わらず、固定客も高齢化しており、購買力が非常に低下している。そのため、客単価の低い状況が続き、売上に反映をしないのがこの周辺の状況である。先々の景気はあまり良くなるとは考えられない(東京都)。
		コンビニ（商品開発担当）	・熊本地震の影響もあり、一部では復興需要があるものの、全体的には外出を控えるなど、消費に対して消極的になることが予想される(東京都)。
		衣料品専門店（経営者）	・熊本地震のせいかどうか分からないが、必要最低限の買物以外は、あまりしない傾向である。自粛をしているのか分からないが、何か新しい刺激がないと、上向きにならないような気がする。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(店長)	・単価を下げても動きが悪く、販売量の下落傾向が出ているため。
		衣料品専門店(営業担当)	・来年4月からの消費税増税など、客の買物に対する気分が全然乗らないという状況の1年となっている。
		家電量販店(経営企画担当)	・熊本地震の影響もあり、さらに景気は厳しくなる(東京都)。
		住関連専門店(統括)	・いまだ景気回復の要素が、消費者になかなか伝わらず、またその可能性も低く、低迷状態がしばらくは続く。
		その他専門店[ドラッグストア](経営者)	・景気よりも競合店の出店の方が影響を受けるため、対策をしっかりと打つ必要がある。
		高級レストラン(経営者)	・企業コース、ファミリーコース共に上向きになる要素がない。東日本大震災後は当地も輪番制の計画停電などの影響が若干あり、にぎわいを作ろうということで外食費用も伸びていた。熊本地震の影響はメディアでしか感じられず、当地の生活者の足元は変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・2~3か月先は、毎年予約数が少なくなるので、各店でイベントなどを行い、来客数を増やしたい(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・熊本地震の影響で、農業、観光業のダメージが大きく、九州地域の経済が停滞する。一旦復興が始まれば、地域の景気は上向き、良くなると予想するが、それまではマイナスの影響の方が大きいと考えている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・先の予約の動きが鈍く、例年を下回っている。選挙などもあり不安要素が多いため、景気はやや悪い方向へ向かっている。
		旅行代理店(従業員)	・先行きの数値がここに来て、熊本地震による取消し等が増え、前年比90%台に収まりつつある(東京都)。
		タクシー運転手	・例年通り4月28日の連休前の繁華街の動きは好調であったが、世の中全体としては非常に低調ムードになっている感じがする(東京都)。
		タクシー(団体役員)	・街全体に上向き兆しがみえない。消費税増税、選挙関連が確定すれば、何らかの動きが出てくるかもしれない。
		通信会社(営業担当)	・プラスに働く材料がない。熊本地震の影響も含め、心理的にもマイナス要素が大きいと感じる。
		通信会社(総務担当)	・購買力の向上など、景気回復の兆しがみえない(東京都)。
		観光名所(職員)	・当地は観光地のため、2~3か月後は梅雨に入り来客数がかかり減ってきて、やや悪くなる(東京都)。
		その他レジャー施設(経営企画担当)	・熊本地震の影響で、海外からの観光客の減少が予測される(東京都)。
		その他サービス[学習塾](経営者)	・この3か月、基本的に各塾とも無料体験の日数を増やしているため、売上は落ちてきている。塾同士の囲い込みが激しさを増しているため、今後も景気は後退する。
		その他サービス[学習塾](経営者)	・夏季講習時期などに向けた話のなかで、客の反応が悪いと感じることがある。
		設計事務所(所長)	・現在の作業のサイクルが切れるが、次のステップの計画等も少ない(東京都)。
		設計事務所(所長)	・今回の熊本地震でも、特に住宅の耐震補強工事の必要性がある対象者はほとんどが高齢者である。高齢者は自分が長年住んでいた家を、いじりたくないという先入観があるのと同時に、それなりの資金が必要になるということで、足踏みする。耐震補強改修といってもなかなか仕事に結び付かない。
		住宅販売会社(従業員)	・来場者数減少は、客の購買意欲低下を反映しており、今後、成約件数の減少は避けられない。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム](経営者)	・この時期にほとんど相談がないということは、先行きもかなり厳しい状況になるのではないかと感じる。
		その他住宅[住宅資材](営業)	・先行きの物件見通しが上向き情報は、少なくなっている(東京都)。
	悪くなる	一般小売店[茶](経営者)	・今年も美味しい新茶の季節がやってきた。緑茶を是非たくさん飲んで欲しい。
		一般小売店[食料雑貨](経営者)	・オーバーストア状態のため、悪くなる。
		百貨店(販売促進担当)	・今までは、国内の消費マインドの低下を外国人客による消費でカバーできていたが、それが一段落してしまった状況で、国内消費を呼び起こす要因が見つからない(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・株価低迷、マイナス金利といった消費を控えさせる傾向に加え、熊本地震がさらにマイナスに働くと感じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・選挙、熊本地震など不安材料が多すぎる(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・熊本地震があったため、ゴールデンウィーク等があってもトータルの数字的には観光地は落ち込み、全国に波及してしまう。今後、政府が東日本大震災時のような現場の意見にそぐわない復興支援をすると、景気が良くなることはない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・アベノミクスの失敗はもう明確になってきているので、いろいろな動きが、引締めに入ってくるのではないかと。
		タクシー運転手	・良い材料が見当たらない(東京都)。
		住宅販売会社(経営者)	・大企業の景気は回復しているようだが、中小企業の景気が良くなり中間層の所得が増えない限り、住宅は売れず、景気も回復しない。先進国のように住宅に関しては、消費税を免税にしても良いのではないかと。住宅が売れると経済波及効果も大きい。公共工事は、工事原価の見直しをしないと、防災工事もなかなか進まない。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税の増税がはっきりしないので、受注の伸びが望めない。
企業動向関連 (南関東)	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業(経営者)	・日銀のマイナス金利政策に表れるように、借入金に対する負担が非常に軽くなってくると思うので、その点動きやすくなると思う。
		税理士	・復興財源を作るためにも、景気の上向きに政府も尽力するだろうし、それに期待している。
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・取引先の動きから、若干の増加が見込まれる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕(従業員)	・仕事量が減ったわけではないため、今後に期待したい。
	変わらない	食料品製造業(経営者)	・いろいろ動きはあるものの、それがどの程度実際に動くか読めない部分がある(東京都)。
		食料品製造業(経営者)	・良いところと悪いところがはっきりして、格差が出ている。良い方に行けるよう努力している。
		食料品製造業(営業統括)	・熊本地震の復旧が落ち着かない限り、当面の間はなんとも言えない。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・2~3か月先の事前注文はまだもらっておらず、1か月先であっても事前注文はないというような現状である。時々、問い合わせはあるが、こういうものを注文したいというような話もまだ来ていない(東京都)。
		化学工業(従業員)	・今後の受注量について、取引先からどちらの反応もなく、全く先行きがみえてこない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・中小企業の倒産件数等は、7%くらい減少しているようだが、今後、景気が良くなるという兆候はみられないので、3か月先もまだ景気は変わらない。
		金属製品製造業(経営者)	・大型案件の見積が来るようになってきているので、これが決まるようになれば良くなると思うが、価格が安く、利益を出すためには、合理化や努力がまだ必要である。
		金属製品製造業(経営者)	・景気悪化も下げ止まったように感じている。もう少したってみないと何とも言えないが、今の景気が底であって欲しい。
		一般機械器具製造業(経営者)	・社内3か月内示を見ても、この先に増える要素はない。そして新規の仕事が増える予定もない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・自助努力で業績を上げようと努力しているが、国内市場では様々な場面で縮小傾向にあることが感触として伝わってくる(東京都)。
		その他製造業〔鞆〕(経営者)	・取引先や材料屋が愚痴をこぼす様子がないので、今のところ順調である。
		その他製造業〔化粧品〕(営業担当)	・取引先のサロンでは、客の来店周期の長期化など、集客に苦慮している声が依然として多い(東京都)。
		建設業(経営者)	・消費税が増税されるかが鍵である。状況的には延期を望むが、財政のことを考えると増税が。
		建設業(営業担当)	・依然、建設単価は高止まりで、東日本大震災から始まった地震の影響もあり、人手不足が一層進んでいる。需要と供給のバランスが取れず、景気にさほど変化はみられない。
		建設業(経理担当)	・年度が改まっても、公共工事を含めて工事案件全体が少なく、先行きは不透明である。
		輸送業(経営者)	・新たに受注した業務もあるが、中止になった業務もあり、現状と変わらないとみている(東京都)。

分野	景気の先行き判断	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）	・取引先の業務効率化とコストの見直しにより、取引が終了になることとなり、厳しい状況は続く。また、人手不足や人件費の上昇などの影響もあり、状況は変わらない。
		通信業（広報担当）	・当面は、現在の状況が継続する見通しである(東京都)。
		金融業（統括）	・景気に対する好材料があまり見当たらない。また、マイナス金利政策は、景気にプラスにはみえない部分がある。
		金融業（従業員）	・多くの取引先で業況が停滞しているようである。前年同時期と比較すると、原材料、燃料価格は共に低い水準にあるものの、売上や利ざやの確保に苦しんでいる取引先が少なくない(東京都)。
		金融業（支店長）	・熊本地震で甚大なる被害が出ている。インフラの回復が優先であり、経済の回復はまだまだ先である。当面は現在の状態が続く。
		不動産業（経営者）	・繁忙期が過ぎて4月は客も減っている。大手企業の社宅解約が増えている。賃貸市場は不安である(東京都)。
		不動産業（経営者）	・これから気候も良くなり街のイベントも多く、人出も見込めるものの、例年以上の盛り上がりを見込める要素はない。
		不動産業（総務担当）	・現在満室稼働中のビルに空室が発生する見通しのなか、テナント営業を強化しているが、情報も少なく客の反応も鈍くなっている。新築ビルで苦戦しているところは、賃料の大幅値引きをしているようで、こちらの足元も探られている。踏ん張りどころである(東京都)。
		広告代理店（従業員）	・受注量や販売量の見込みは前年と変わらない(東京都)。
		広告代理店（従業員）	・熊本地震の影響で車の納期が遅くなり、その分売上に反映されるものはなさそうである。
		税理士	・いつもは、やや良くなるのではないかと希望的観測を入れているが、特に国内ではアベノミクスが効いてくるのではないかと思っていたが、変わってきたような感じがする。アメリカの好景気の影響を受けて日本も良かったが、中国経済がどうなるか分からない。国内でも、アベノミクスが景気を引っ張っているような気がしていたが、全部が全部うまくいってはいないし、雲行きが怪しくなってきた気がするので、少し良くない状況が続くかもしれない(東京都)。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない(東京都)。
		経営コンサルタント	・中小企業は、現在のような経営状況がしばらく続くのではないかと。今後、人件費比率の上昇が心配される。時節柄、同業他社や地域の昇給レベルを気にする中小企業経営者は多い。人手不足で募集してもなかなか応募がないため、社員、パートに退社されることを恐れているようである。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・連休明けに徐々に増えると予測している。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・取引先でも新しい映像制作の話はなく、レギュラーの仕事を堅持するだけのようである(東京都)。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・まだ案件予測をできる状況ではないが、毎月レギュラーで動いている案件も競合の参入等による価格見直しが多々発生しているので、ますます厳しい状況が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・大手電機メーカーのリストラ策により、上得意であった取引先が4月一杯で廃業となり、非常に厳しい状況がしばらく続く。
		建設業（経営者）	・アベノミクスが不完全な状態に終わっているようである。
		建設業（経営者）	・熊本地震の影響で、やや悪くなる。
		金融業（営業担当）	・株価低迷やマイナス金利による消費低迷が続き、消費の拡大や受注増加の要因が見当たらないため、今後も景気低迷が続く(東京都)。
		金融業（役員）	・小売は年明けからますます低迷している状況にあり、先の見通しが立たないという経営者が多い。
		広告代理店（営業担当）	・今年度は夏以降の企画話が少なく、現時点で少ないということは、出遅れている気がする。また、熊本地震の影響が夏あたりに出てきそうである。宣伝費等を九州地区の流通や店舗、工場復旧費用として取られてしまうのではないかと(東京都)。
		経営コンサルタント	・熊本地震などが不安材料となって、消費に対する心理的な影響を及ぼす懸念がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント	・中国経済の冷え込み、国内の内需拡大の見込みが低いことから、徐々に悪くなっていくのではないかと。金融政策のみでは無理がある。熊本地震も大きく響く可能性がある(東京都)。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者)	・取引先工場等の稼働状況悪化が続いており、状況に変化がみられない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(経営者)	・成約する受注価格は現行のままだが、人手不足のため募集費と募集単価が上がっており、トータルで考えるとやや悪くなる(東京都)。
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・銀行の景気が悪くなるので、やや悪くなる(東京都)。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・季節的に当社にとっては閑散期に入るため、様々な工夫でこの時期を乗り切るよう図ることとなる(東京都)。
		電気機械器具製造業(経営者)	・現在の景気が非常に下り坂で、一部を除き展望がない。このまま行くと、参議院選が終わり、新年度予算が活発に動かなければ格段に景気が悪くなる(東京都)。
		精密機械器具製造業(経営者)	・依然、受注状況は前年に比べてマイナスであり、今後、熊本地震の影響が懸念される。
		輸送業(総務担当)	・鉄鋼メーカー、住宅建材メーカー共に、新年度の生産、出荷共、主要取引先荷主は、前年を大幅に下回っており、今後についても不透明である。
		広告代理店(経営者)	・本格的に、会社存続の危機に向き合い始めた感覚がある。他社業務を奪うには限界があり、新規の仕事を見出さないと、3か月後どころの話ではなくなっている。
		雇用関連(南関東)	良くなる
やや良くなる	人材派遣会社(営業担当)	・4月採用数に達しない企業がまだあり、引き続き求職数は落ち込む気配がない(東京都)。	
	求人情報誌製作会社(営業担当)	・例年になく5～7月に関して、募集計画、予定があり、既に40社以上から話をもらっている。これが全部入れば、相当の盛り上がりとなるので、頑張りたい。	
	学校〔大学〕(就職担当)	・補助金による一時的な景気回復は見込まれるものの、その後は停滞するとみている(東京都)。	
変わらない	人材派遣会社(社員)	・6～7月は年間でも求人採用数が増える時期である。企業が募集を出したくなるような提案次第でやや良くなる。	
		・6月に企業の新卒求人が解禁されるため、やや良くなる(東京都)。	
	人材派遣会社(社員)	・新年度になり経営者の方と話をしたが、市場、中国の状況など、特に好転する状況にはないという声が多い。さらにここにきて、熊本地震によりいろいろな面で支障が出ているのを見ると、良くなる望み、見込がないという経営者が多い(東京都)。	
	人材派遣会社(社員)	・企業の採用意欲は引き続き堅調に推移すると思われるが、人材不足の状況は変わらない。	
	人材派遣会社(社員)	・景気回復となる施策が見当たらない(東京都)。	
	人材派遣会社(営業担当)	・製造業は、常にエンジニア不足であり、しばらくは現状維持が見込まれる(東京都)。	
	職業安定所(職員)	・特に良くなりそうな要素はない。	
	職業安定所(職員)	・企業の採用意欲は高いものの、新規求職申込者数、月間有効求職者は減少傾向が続いており、採用数は前年同月に比べ減少している(東京都)。	
	職業安定所(職員)	・前年度との比較では、事業主都合による退職者の求職割合が減少しており、在職中の正社員転換希望者が増加しているように感じるものの、大きな動きはない。	
	民間職業紹介機関(経営者)	・紹介コンサルタントの定着によって安定した活動を続けており、同業社間で話題となっている(東京都)。	
民間職業紹介機関(経営者)	・東南アジアでの生産、販売は悪くないようだが、拠点化している企業が多く、国内での生産、販売増に結び付かず、国内の要員増にはならないため、新規市場開拓が必須と思われる。その一方で、企業は研究開発部門の要員強化を進めており、技術要員の求人は常にある(東京都)。		
民間職業紹介機関(職員)	・新卒採用はピークを迎えるが、その状況次第で採用がうまくいかなかった企業は、中途採用の意向が強くなる(東京都)。		
やや悪くなる	人材派遣会社(支店長)	・地方の人材不足は深刻で、派遣成約数が伸び悩んでいる(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・4月は求人数、求職者数が若干落ち着いてきている。その上、5月はゴールデンウィークもあり、さらに動きは鈍化するとみている。また、新卒採用等の代替による派遣就労人材が減少する可能性もあり、4月に比べて若干悪くなるのではないか。
		人材派遣会社（支店長）	・通常4月は、派遣求人数でみると上昇するものだが、今期はその傾向がほぼ見られない。そのことに鑑みると2～3か月後はあまり期待できない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気の良くなる要素が感じられない。取引先についても大手以外はあまり状況が良くないという話を聞く（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・次年度採用は予算的に絞られるのではないかと。次年度企画の問い合わせが少ないようである（東京都）。
	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式会社）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連 (東海)	良くなる	商店街（代表者）	・これから更に景気は良くなる。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税を控えているので、耐久消費財の買換えがある程度進む。リオデジャネイロオリンピックでビデオレコーダーの需要が高まる。	
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・伊勢志摩サミットの開幕後に期待する。	
		百貨店（売場主任）	・週末やゴールデンウィークは百貨店でも催事が増える。遠くに行けない人が近場で済ませるため来客数は増える。天気に左右されず来客数も増える時期となり、売上も安定し業況も少しずつ落ち着いてくる。	
		スーパー（経営者）	・伊勢志摩サミット効果で来客数の増加に期待している。	
		スーパー（販売担当）	・季節が変わり、購買意欲が高まる。	
		コンビニ（エリア担当）	・5～6月にハード改善計画の実施等、定期的な販促施策を計画中である。一層の客単価、購入点数の改善を実現する。	
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は前年実績を割っているが、客単価が高くなっており、注力商品に対する反応も改善傾向である。	
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・季節の変化で、客が必要とする物も変わる。	
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・3か月先にもイベントがあり、ボーナス支給も近づく。今は下見の状態であるが、それ以降はかなり商品が動く。	
		旅行代理店（経営者）	・5月には伊勢志摩サミットも終わるが、特に悪い材料はないので、少しは良くなる。	
		タクシー運転手	・伊勢志摩サミットも近づき、8月から始まるリオデジャネイロオリンピック等、明るいムードの話題もあるので、良くなって欲しいという希望を持っている。	
		テーマパーク（職員）	・2020年の東京オリンピックまではインバウンドの客が増える。	
		ゴルフ場（企画担当）	・今月の来客数は、予算と比べると悪いが、前年同月と比べると悪くはなく、2～3か月先の梅雨の時期も、来客数は例年並みの推移が見込まれる。景気は変わらず、業況は今月よりもやや良くなる。	
		美容室（経営者）	・6～7月になると蒸し暑くなってきて、パーマやカットの客が増えてくるため、多少は良くなる。	
		美顔美容室（経営者）	・キャンペーンが7月末までであるため、少しは新規客が増える。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客には購買意欲はみられるが、参議院選挙等の影響も出てきて、全体的には変わらない。
			商店街（代表者）	・メーカーの話では、物の動きがかなり悪い。
			商店街（代表者）	・景気が上向きにも下向きにも変わるような要因が見当たらない。
			商店街（代表者）	・景気が劇的に変化する要因が考えられないので、3か月後も特に変わりはない。
		商店街（代表者）	・ここ数か月、必要な物以外は全く売れていないため、販売量や売上高の増加につながらない。	
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・5月は伊勢志摩サミットがあり、交通規制等で個人消費が落ち込む。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・収入が増えていると感じる人は少なく、これからもあまり期待はできない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・ギフト需要では、財布のひもは固く、3か月先もこのまま で推移をする。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
		百貨店(経理担当)	・春闘の賃上げ効果は限定的で、低迷する株価や熊本地震の 影響等によって、消費マインドにも改善の兆しがみられな い。
		百貨店(販売促進担 当)	・現状からの変動要因が見当たらないので、当面は変わらな い。
		百貨店(販売担当)	・百貨店や自社でのイベント実施による購買意欲の喚起が必 要である。特に自家需要が売上拡大のかぎとなる。今後の施 策次第であり、大きく好転することはないかもしれないが、 見通しは悪くない。
		スーパー(経営者)	・3か月先は、原油価格は上昇傾向となり、原油・ガス産出 国はマイナス要素が小さくなり、良い影響が出てくる。我が 国の輸出は、円高になり欧米等先進国への輸出額が縮小し、 国内景気にも悪い影響を与える。7月になっても全体的には 景気は良くなり、財政政策が早期に必要なようになってくる。
		スーパー(店長)	・熊本地震の影響で、商品の入荷状況が不安定になってい る。
		スーパー(店長)	・天候の変化で売上にも変化がある。動きのある商品も変 わっており、夏場にある程度暑くなれば、数字も伸びるが、 冷夏になれば非常に厳しい状況になる。商品の値上げが依然 続いており、客は不安感を持っている。
		スーパー(店員)	・ここ数か月、購入点数・客単価は低く、販売量も少ない状 況が続いており、今後も容易には変わってくる様子はない。
		スーパー(販売促進担 当)	・ここ数年、大きな売上の上昇はない状況が続いている。
		スーパー(支店長)	・熊本地震等の影響も多少あるのか、買い控えがあるよう に感じる。あまり良くなる傾向にあるとは思えない。
		スーパー(営業企画)	・伊勢志摩サミット、リオデジャネイロオリンピック等の明 るい話題によって若干上向き期待はあるが、堅調な消費から 大きな変化はない。
		スーパー(企画・経営 担当)	・景気が上向きような話題が出てこない。消費税の再増税次 第で、家庭の支出が抑えられる。
		スーパー(人事担当)	・夏のボーナスが増額となれば、食費にも多少の動きが出 る。
		スーパー(販売担当)	・特売商品は売れるが、通常価格商品の売行きが良くない という傾向が続く。
		コンビニ(エリア担 当)	・今後も4月と同様の状況は継続する。景気回復には時間か かかる。
		コンビニ(店長)	・夜は、サラリーマン等の人出が多くなる傾向にあるが、街 を歩く人もまばらな日もある。外出や消費を抑える傾向が 続いている。
		衣料品専門店(経営 者)	・購入客はなじみ客ばかりである。客から身体の不調や家族 の介護等で外出がめっきり減ったという話を聞くと、積極 的なアプローチがしづらくなってきている。
		衣料品専門店〔紳士服 洋品〕(売場担当)	・今の業界の流れからみる限り、回復基調とは考えづらい。
		乗用車販売店(経営 者)	・消費を伸ばす要因は見当たらない。
		乗用車販売店(経営 者)	・この先も景気に影響するような要素が見受けられず、むしろ、 現状の水準で安定してしまったようにも感じる。
		乗用車販売店(経営 者)	・現状のような伸び悩みの状況が、今後数か月は続く。
		乗用車販売店(従業 員)	・このまま良い状態が続く。悪い要素は特にない。
		乗用車販売店(従業 員)	・熊本地震の影響が具体化するようになってきているが、それが どのように出てくるのかわからない。
		乗用車販売店(従業 員)	・近いうちに景気が良くなる要因が出てくるとは思えない。 あまり良くない状態がこのまま続く。
		乗用車販売店(従業 員)	・新車販売に関しては、新型車種の発表もなく、現行の車種 を根気よく販売するしかない。熊本地震で納期も大幅に遅れ ており、購買意欲は減少している。
		乗用車販売店(総務担 当)	・景気の先行きが不安定なため、企業も個人も投資や消費に は積極的に動きづらいと思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経理担当）	・4月に新型車種の発売があったが、思ったほどの売行きではない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車種の発表もなく、今後どうなるかはわからない。
		住関連専門店（営業担当）	・新築マンションや新築住宅が今一つである。公共工事や民間企業の新設等についても様子見の状況である。しかし、リフォーム工事や大規模改修工事は増加しており、先行きも横ばいである。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・政局も経済も正直なところ先行きはわからない。自動車産業を中心に、落ち着いた状態が続く。
		高級レストラン（役員）	・宴会等の予約状況に変化はない。予約なしのフリー客は低迷したままで、前年同期比では横ばいが続く見込みである。
		一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・まずは現状維持を目指し、イベントに力を入れようと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・当店で圧倒的にブルーカラーの客が多いが、その客層の家計状況は、あまり良くない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の増税や人手不足が先行きには懸念される。
		一般レストラン（従業員）	・夏までは特に気候等に大きな変化はなく、現状のままである。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約は、宿泊に関しては前年比で15～20%増となっている。会食は、前年の80～90%と伸び悩み、この状況は現状と変わらない。地元経済が停滞し飲食への支出が厳しい状況から、変化は見込めない。
		観光型ホテル（販売担当）	・夏ごろの状況はまだ何ともわからないが、この先1～2か月の受注状況は前年同期並みとなっており、今月と変わりない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きも変わらないと見込んでいる。
		都市型ホテル（支配人）	・好調が続く宿泊は、ビジネス、レジャーの目的にかかわらず外国人客が支えている。国内の客の動きは力強くない。
		都市型ホテル（経理担当）	・予約状況から前年並みと見込んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・取引先では景気の良くない企業の割合が多い。熊本地震の影響が収束すれば、ある程度は復興の動きが景気に反映されて、上向きになると思われる。
		旅行代理店（経営者）	・夏休みに入っても、ゴールデンウィークと同様に直前の予約に期待できない可能性があるため、現状維持を目指したい。
		旅行代理店（経営者）	・人口減少の影響が徐々に波及する中で見通しが立たない。大手企業の収益動向に振り回されているだけでなく、円高の動き等もあり、心理的に防衛本能が働き始めている。
		旅行代理店（従業員）	・この夏は、九州旅行の客が激減する一方、それに変わる方面がそこそこ伸びる。
		タクシー運転手	・客の話では、派遣・期間社員の待遇は、一向に改善されないという声がある。
		タクシー運転手	・夜の繁華街では、人出の少ない状況が長い間続いているので、この先3か月も動きが変わることはない。
		通信会社（企画担当）	・自動車関連企業が多い地域のため、大手自動車メーカーの燃費不正問題や熊本地震の影響は少なからず出てくる。
		通信会社（営業担当）	・当面は、現状維持と思われる。
		通信会社（営業担当）	・年度末にも動きが出なかったため、この先も良くなると思えず、横ばいが続く。
		テーマパーク職員（総務担当）	・景気が上向きとなるプラス要因もなく、下向きとなるマイナス要因も見当たらない。
		美容室（経営者）	・景気は、変わらないというよりは良くなる。消費税増税等、一般市民も考えることが増える時期となる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・重度障害の人の利用者数は増加が見込まれるが、介護者の求人が思うように進まない。容易には利用者数を増加しづらい。
		設計事務所（経営者）	・法人案件が小規模ながら少しずつ出てきている。住宅等の個人案件は、激減している。
		住宅販売会社（従業員）	・しばらくは現状と変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
やや悪くなる		住宅販売会社（従業員）	・下請業者の話では、仕事量は減りも増えもしないとのことである。今後、仕事が無くなってしまおうのではという不安感が大きく、休みを取ることが怖いという声を聞く。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・マイナス金利で今が借入のチャンスのはずであるが、それでもあまり変わらないのが実情である。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・今まではリフォーム工事で売上を維持してきたが、5月以降は、新築物件の受注を数件確保している。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・人によっては10連休のゴールデンウィークで、例年どおり商店街が閑古鳥となる見込み。これから天候の影響を受けやすい梅雨に入り、不景気が更に悪化するのではと心配している。業界では、4月からの診療報酬の引下げで、収入の減少が懸念される。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新年度当初の受注期が終わり、通常期に移行する。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・円高が進んでおり、景気の先行きとしては、悪材料が多い。
		百貨店（企画担当）	・熊本地震をはじめとする社会不安や、株価の不安定な動き等で、先行きには不透明感が増し、消費者の購買意欲は下がっている。食料品等の必需品には影響ないが、ファッション関連の衣料品等は、ただでさえ売上が減少傾向にある中で、より厳しい状況となる。
		百貨店（経理担当）	・熊本地震もあり、先行きの不透明感が今後も消費に影響を及ぼす。
		百貨店（販売担当）	・最近の客の動向は、徐々に来客数が減少しており、すぐに回復するとは感じられない。
		百貨店（販売担当）	・株安や経済の先行きに対する不透明感から、これまで好調だった富裕層の消費にも陰りが見え始めている。個人消費を喚起する材料に乏しく、当面は厳しい状況が続く。
		スーパー（店員）	・熊本地震で今後は農作物の価格に影響が出てくる。
		スーパー（総務担当）	・食品メーカー各社では、春の新商品の売行きが例年よりも良くない。
		コンビニ（企画担当）	・熊本地震の影響により、消費を控える可能性がある。
		コンビニ（企画担当）	・景気が悪いので消費税増税を先送りということになれば、景気がしばらくは回復しないという見方がはっきりする。T P P等の規制緩和も先送りとなると、閉塞感も大きくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこや一般商品の一部が値上がりし、コンビニでも商品の動きが悪くなっている。これから商品の値上げが続くと、販売が一層落ち込む。
		コンビニ（商品開発担当）	・景気の減速が否めない。セール品を上手に購入する動きが根強く、この流れはしばらく変わらないと見込まれる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・加工所の減少が、ここにきて大きく影響している。
		家電量販店（店員）	・来客数が日を追って落ちている。今後もあまり期待できない。
		家電量販店（店員）	・消費を抑える客が増え、来客数は減少する一方、富裕層は依然購入し、単価を押し上げている状況が続いている。欲しい商品があっても我慢する傾向が強くなっており、その傾向に変化があれば、全体的に良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・車は、一度購入するとすぐには買換えない商品なので、新車購入を考える客は、非常に悩んで車種を決める。大手自動車メーカーの燃費不正問題が発覚し、この問題が落ち着くまで新車の検討を延ばすと客に言われた。すべての車に対して不信感がもたれると残念であり、影響が拡大しなければと不安に思う。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・ボーナス支給の時期となるが、夏休みを控えレジャーに金が流れることから、財布のひもは固くなる。客層は高齢者が多く、若年層を取り込むイベント等を企画しているが、人は集まっても販売にはつながらず、なかなか売上増加は見込めない。
スナック（経営者）	・熊本地震の影響は大きく、財布のひもは一層固くなり、景気回復は期待できない。		
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・何か起爆剤となることがないと、当面は良くならない。		
都市型ホテル（経営者）	・インバウンドの減少、景気の影響によるビジネス客の減少や消費の鈍化等が懸念される。		

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
		旅行代理店（経営者）	・夏の参議院選挙を控え、経済の動きが更に鈍くなる。5月末の伊勢志摩サミットで、景気刺激策になるような政策を出してくれればと期待する。
		旅行代理店（従業員）	・旅行需要はあるが、2泊したいところを1泊にする等、支出を抑える傾向が強まっている。伊勢志摩サミットの経済効果が全国で約1千億円と言われているが、実感はあまりなく、むしろサミットの前後1か月間は、三重方面を訪れる旅行者は減るのではと感じられる。
		旅行代理店（従業員）	・客からの値引き要請が強くなる。
		通信会社（サービス担当）	・光コラボレーション事業者の増加で、光回線の新規契約が増えるが、光回線への切替えて、固定電話の解約が今まで以上に増加する。
		観光名所（案内係）	・夏の天気がどうなるかわからない。天候は、景気の先行きにも関係してくる。
		パチンコ店（経営者）	・伊勢志摩サミットを控え、新機種の設置がしばらくできなくなる。また、業界全体が低単価志向となっている。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・物が売れない。
		理美容室（経営者）	・客との話でも、給与は上がらず、徐々に景気は悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・熊本地震の影響で、レジャー等に出かける人が少なくなる。仕事の面でも若干影響がある人もいるので、やや悪くなる。
		設計事務所（職員）	・マイナス金利等、政策的に景気が上向くような話は聞かない。
		設計事務所（職員）	・単純に、政治の状態が良くないので、経済が良くなるとは思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・熊本地震や、大手自動車メーカーの燃費不正問題で、販売エリアでは購入意欲が低下する。伊勢志摩サミットの終了後に、参議院選挙や消費税増税等の動きがあるため、客もその動向を見定めてからと考える、当面は停滞気味となる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・例年に比べると公共工事の数が少ない上、発注価格が低いいため、利益が出ない状態が続く。
		悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）
コンビニ（店長）	・熊本地震で取扱商品の欠品が出ている、しばらくは出荷調整があるので、売上減少は避けられない。		
コンビニ（店長）	・大手コンビニチェーンではないため、商品構成以外にも電子マネーやポイント制度等、大手との格差が広がり、売上に影響している。		
乗用車販売店（従業員）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題が業界全体にどれだけの影響があるかわからないが、一抹の不安がある。また、東日本大震災から5年を迎え、当時売れた車の台数は少ないため、工場への在庫量の減少も懸念される。しばらくは非常に厳しい状況が続くであろう。		
一般レストラン（経営者）	・消費マインドの低下が続く中、熊本地震の影響で、天災時に備えるため一層の消費抑制が感じられる。		
理容室（経営者）	・これからも、景気が良くなるようには思えない。		
住宅販売会社（経営者）	・経済情勢の先行きがわからないので、客は買い控えをしている。		
企業動向関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（経営企画担当）	・伊勢志摩サミット関連の盛り上がりやポストサミットの経済効果に期待したい。
	輸送用機械器具製造業（研修担当）	・製鉄メーカー停止分の振替生産や、熊本地震の影響も2～3か月後には解消されるため、増産へと切り替わる。	
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・熊本地震の経済への影響からは復旧する。中国経済が良くないという声もあるが、中国のスクラップ価格は少し上がっている。国内でもスクラップ価格は上がっている。	
	金融業（法人営業担当）	・地元自動車メーカーの生産再開に伴い、取引先の部品メーカーの生産も回復が見込まれる。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・原油価格はそれほど高くはないと考えており、我が国の経済にとっては良い状態が続く。当社でも新製品を発表するため、大変忙しい状態が続いている。	
	変わらない	食料品製造業（営業担当）	・景気の上向く要因がなく、取引先等でも明るい話題が一切ない。しかし、今のところ、これ以上は下降することはないと感じる。

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		
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・景気が今よりも良くなるといった情報はなく、取引先の受注量もあまり増えず、このままの景気が続く。		
		化学工業（総務秘書）	・大きく景気にインパクトを与えるトピックが想定されない。		
		化学工業（人事担当）	・為替相場が景況感に大きく影響するが、今後2～3か月は円高傾向が続き、景気は低迷が続く。		
		窯業・土石製品製造業（社員）	・従来からの製品の受注量は安定しているが、少しずつ減少している。しかし、新規製品が増えつつあるのでカバーできる。		
		金属製品製造業（従業員）	・今年度は期待できない、というムードを感じる。		
		一般機械器具製造業（経理担当）	・電子部品製造装置に関連する受注が、いったん落ち着いてきている。		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・地域によっては売上が一層落ち込む懸念もあるが、今のところ想定範囲にあるため、全体としては横ばいか緩やかな成長が続く。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・景気に影響のありそうな要素が見当たらない。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・為替次第であるが、ここ最近は良くなりそうな引き合い等も、急激な変動もなく、しばらくは先行きもこのままの状況が続く。		
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画から増加基調が見込まれる。しばらくはこのままの状況が続く。		
		輸送用機械器具製造業（デザイン担当）	・先行きの仕事も順調に入ってきている。しかし特に多いともいえないので、現状からは変わらない。		
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売数は今月と比較して大きな変動はない。新製品の立ち上げに伴うロスが発生する見込みであるが、想定範囲内で納まると思われる。		
		建設業（経営者）	・現時点ではまずまずの景気であるが、消費税増税が実施となれば、景気の腰折れは間違いない。		
		輸送業（経営者）	・ゴールドンウィークに向けた消費財の動きも堅調に推移している。荷主からも特別な要請はない。		
		輸送業（エリア担当）	・軽油単価が前年比で1リットル当たり約21円安くなっていて、とても助かっているが、貨物の動きは、今一つ緩慢である。		
		通信会社（法人営業担当）	・日銀のインフレ目標達成の先送りや米国の利上げの見送り決定等、景気が上昇していると判断できる材料が見当たらない。		
		金融業（従業員）	・生産量や受注・納品の横ばいの動きから、今後についても大きな変動はないと見込む。		
		金融業（企画担当）	・賃上げや個人投資家の保有資産の利益が出てこない、個人消費も活性化しない。		
		不動産業（経営者）	・ここ数か月で変動するとは考えにくい。		
		不動産業（用地仕入）	・景気を左右するような要因がみられない。		
		企業広告制作業（経営者）	・景気対策は出尽くしており、産業構造の転換が必要である。ブランド認知度が購入動機を左右するが、最大手自動車メーカーを除く国内企業のブランド力は、横ばいか低下している。熊本地震の影響も大きい。消費税増税は見送られそうな気配だが、今後の景気回復の道筋がみえない。		
		行政書士	・新年度からの受注量を維持しており、悪くない。		
		会計事務所（職員）	・商品価格を安くすれば売れるが、長続きはしない。製造業を含めて、いかに売れる商品を作って売るかが、重要課題となっている。		
		会計事務所（社会保険労務士）	・客先の売上は横ばいか増加であるが、積極的な設備投資にまでは至っていない。		
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・継続性のある案件を確保する必要があるが、状況として先行きが全くみえない。ただ、案件が皆無ではないので、良いとも悪いともいえない。		
		やや悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・内需拡大要因が少なく、今後も上昇していくムードにはない。
				金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、先行きの販売状況は低調になる。
一般機械器具製造業（営業担当）	・現時点で脈のありそうな引き合いがほとんどない。円高が進んでおり、価格競争力が弱くなっている。				
輸送業（従業員）	・熊本地震に伴う自粛ムードが全体的な景気低迷を招く。じわじわと上昇するガソリンや軽油の価格も、物流業界や生活者の旅行・レジャーにはマイナスとなる。				

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
		輸送業（エリア担当）	・軽油価格が、1～2月の底値から徐々に上昇している。4月に入ってその傾向は強くなっており、5月も続く見通しである。こうした傾向がコストを押し上げ、利益が減ると、景気は停滞していく。
		輸送業（エリア担当）	・円安から円高に推移する可能性から、輸出を控える動きが見込まれる。
		輸送業（エリア担当）	・仕事量は増えているが、人材が集まりにくく、人件費が増加し利益は減少している。
		通信会社（法人営業担当）	・当社も取引先企業も、薄利多売しか需要を獲得する方法がなく、仕事量は増えるが利益は確保できない負のスパイラル状態である。政権与党の経済政策が、先行きを見据えたものではなく、夏の参議院選挙を見据えた単発で脈絡のないものに映るのも、働く人のモチベーション低下につながっている。
		広告代理店（制作担当）	・客からの受注減少と共に利益率が低下し、好転の兆しがなかなかみられない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新入居のシーズンでも新聞購読数が増えない。
		公認会計士	・円安による材料費の高騰や人件費高騰等、中小企業の収益性の悪化する要素に改善が期待できない。また、熊本地震の影響が出てくる。
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（代表）	・来年の消費税増税実施に向けた動きが強まっており、日増しに出稿者の意欲が減退している。取引先に関しては、景気回復の実感はない。	
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（支店長）	・前年10月以降は、常用雇用の派遣労働者の離職率が減少傾向にある一方、求人数は安定しているため、今後も緩やかに景気は良くなる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人数は前年同期比で100%を上回っている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・就職情報会社から紹介される求人情数は、総数としては前年同期を上回り、社会全体での雇用情勢は改善している。ただし、業界や業種によっては前年以下のものもある。
	変わらない	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・就職イベント等の出展社数や募集広告は増えており、期待感を持っている。
		人材派遣会社（社員）	・企業の採用意欲は高いが、求職者不足のため、思うようには採用ができない。
		人材派遣会社（営業担当）	・身近には経済面でポジティブに感じられる要素がない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・熊本地震による大手自動車メーカーの生産ライン一時停止の影響が大きい。また、大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響は長引きそうで、今後の地域の自動車産業には不安が残る。
		職業安定所（所長）	・管内企業の景況を左右するような変化が、特に見受けられない。
		職業安定所（職員）	・熊本地震や燃費不正問題が、今後どのように影響するか不透明である。
		職業安定所（職員）	・景気の先行きが不透明である。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数に対する人員不足の解消に、見通しが立たない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（営業担当）	・夏にかけて新卒社員が順次配属されると、キャリア採用の必要性も出てくる可能性がある。
		人材派遣会社（社員）	・今月が好調だったため、先行きはやや悪くなる。現状の予約状況もあまり良くない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・熊本地震は自動車メーカーを中心に製造業や物流等に大きな影響を与えている。参院選挙もあり、企業の採用活動や生産活動にはブレーキがかかる。早急に国が復興政策に取り掛かり、大量の予算投入をすれば、雇用と経済の拡大につながる可能性はある。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・海外では中国経済の減速、国内では熊本地震や参議院選挙の影響があり、明るい話題がない。

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
	悪くなる	-	-

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・5月に売場の一部改装を控えており、さらに魅力的な売り場に変更できるので、売上に関しては微増で推移できるのではないかと見込んでいる。
		家電量販店（店長）	・電力自由化で電気代を見直す家庭が見受けられ、より良い省エネ製品を求める傾向が強い。
		乗用車販売店（役員）	・マイナーチェンジ車が数車種計画されているので配車の巻き返して良くなっていくはずだが、熊本地震の影響がわからない状況だ。
		住関連専門店（役員）	・今月は前年に比べて販売量や来客数が著しく回復傾向にある。消費税増税の計画は不透明ではあるが、耐久消費財や嗜好品を取り扱う当社に関しては、増税前の住宅着工申請などのあおりを受け、良い方向へ向かうのではないかと考えられる。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊、レストラン、婚礼部門は前年度と同程度で推移し、一般宴会において大型のコンベンションの開催があるため、全体ではやや良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・旅行業は2020年の東京オリンピックに向けて、景気が良くなると見込んでいる。
		タクシー運転手	・観光客は依然として増えている。週末を中心に全国的な会合もあり、人出が予想されることから、利用客が多くなると見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売が開始されると予想され、買い控えている客も少しは購買につながる見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・完工高は昨年の上回る受注額と今年の上回る受注額累計で決算数字の見通しは立った。ただし、情報量は下降状態にあり消費税増税の行方如何にも左右されるが、潜在需要はある。情報入手に向けた取り組みで受注増につなげたい。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きは一定程度あること、また安価な商品だけでなく高級な商品を検討する客も出てきていることから、契約件数は変わらないものの契約金額は増える。
	変わらない	商店街（代表者）	・目立った動き、変化はない。
		商店街（代表者）	・都会はどうかかわからないが、地方では消費は冷えきっている。1家庭に1人はフリーターの時代であり、ちょっとやそっとでは回復しそうな気がしない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・地元客が減っているが、近くの商業施設などのオープンにより来店が見込まれる。今後はその影響もあり、景気的には変わらないのではないかと。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・今年は現在のようなペースで推移するのではないかとというのが業界全体の声である。熊本地震がまだまだ収束せず、今後観光自粛の流れにならないかという危惧もある。
		百貨店（売場主任）	・4月下旬、市内中心部にリモデルした商業施設が開業した。昨年秋開業の商業施設と合わせて相乗効果を発揮し、広域からの集客がなされることに期待する。
		百貨店（営業担当）	・購買動向に大きな変化はないが、熊本地震の影響を受けて自粛ムードになっている現状から、少し持ち直しの動きになる。
		スーパー（店長）	・2～3か月先は、環境も含めて状況的には変わらない。ただ、店として色々な企画やイベントで客に喜んでもらい、集客しながら売上をあげていく計画である。
		スーパー（店長）	・今後も農産物を中心に、熊本地震の影響が出てくるような気配がある。相場状況も変化してくることが予想されることから、先行きはみえてこないのが実情である。
	スーパー（総務担当）	・ゴールデンウィークは北陸新幹線効果が続いており、観光客は昨年より増える可能性が高い。また、熊本地震で一部の野菜の品薄などがあり、生鮮品の値上がりが見込まれる。しかし、スーパーマーケットとしては影響度は低く、お盆までは横ばいが続く。	
	コンビニ（経営者）	・土曜日、日曜日、祭日の天候次第で、イベント依存の当店の数字は大きく変わるのだが、肝心の平日における劇的な変化という兆候は見当たらない。	

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
		コンビニ（店長）	・今は良くなっているが、一過性のものだと感じている。競合店舗が閉鎖したのだが、店舗が減れば新しい店舗を出そうとする人が増える。慢性的な人手不足から人件費の高騰、経営力の低下など、様々な不安要素が今後どんどん表面化していく中で、淘汰される経営者もいる。業界全体でどうなるかは読むことが困難だが、私が仕事をしている上で感じるのは、チェーン本部は伸びても地方の小さな加盟者にとって景気が良く感じられるような事由は今後考えにくいのではない。
		衣料品専門店（経営者）	・最近の当店店舗内の雰囲気は、政府筋のお金が回り始めたのではないかとというムードがある。また、建築土木関係や観光は引き続き好調のようであり、長く続いてくれたら良いと期待している。
		家電量販店（店長）	・携帯電話の販売実績は改善傾向にあり、白物家電も好調に伸びているが、パソコンなどのデジタル家電の販売実績が悪化している。
		乗用車販売店（経営者）	・好転する材料が見つからない中で大手自動車メーカーの燃費不正問題が出てきており、業界全体での不安材料が多くなった。
		乗用車販売店（従業員）	・特に大きなイベントなどの予定もなく、状況が変わる大きな要因がない。
		自動車備品販売店（役員）	・ゴールデンウィーク期間が長いため、車を使用しての移動も多く予想され、ガソリンやロングドライブ用品の動きは活発になると予想される。しかし、連休明けの反動も大きいと判断する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・4月は最低ということで、もうこれ以上悪くならないと考え、変わらないとした。来月はゴールデンウィークもあり、酒などにお金を使うことが少なくなる。それでも、地区の学校の体育祭などの行事があり、そういう行事で少しは需要が増えるかと思っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・来店客は商品をよく見ているが、余分なものは買わない様子である。
		観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線開業効果は薄れつつも、予約状況から判断すると5月以降も一昨年以上の売上を確保できそうである。
		旅行代理店（所長）	・今後の景気の不透明感がぬぐえない状況であり、現状と大きく変わる要因が見当たらない。
		通信会社（職員）	・契約獲得予想に大きな変動もなく、その要因も特にない。
		通信会社（営業担当）	・販売量は若干増えているが、前年と比較するとやや減少傾向にある。大きな起爆剤がない限り、景気が良くなるとは考えにくい。
		通信会社（役員）	・新年度に入り、顧客ニーズに基づく商品やサービスの改善と変更を継続していく予定であり、現在の新規契約獲得数は当面維持出来るとみている。
		通信会社（店舗統括）	・これ以上来客数が減るとは思えないが、増える材料も見つからない。
		競輪場（職員）	・現状では、良くも悪くも変動する要因がない。
		その他レジャー施設（総支配人）	・景気の停滞感しかないのが現状である。
		美容室（経営者）	・熊本地震の報道に加え、株価の低迷など、明るいニュースがない。
		住宅販売会社（従業員）	・客が動いているという状況は変わらないと思われるが、結果に結びついていかない。このままの状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・マイナス金利が導入されたが、客の動きに活発さが期待できない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・当商店街で再開発工事が実施されていることに加え、工事と関連して店舗数も減少しており、しばらくは通行量が減少すると思われる。通行量が減少すると各店舗の売上に影響するので、今後の当商店街の景気は若干悪くなる見込みである。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・通販業者との競争がますます厳しくなり、価格を合わせたことで客単価が下がっている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・客の財布のひもは固く、今月以上に厳しい。

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
		百貨店（営業担当）	・この時期だと、夏のファッションのトレンドであるサンダルやTシャツなどの購買の動きが出てくるが、やはり客の声で多いのは不要不急のもの以外、ファッションやぜいたく品などはあまり買いたくないというものである。今手持ちのもので着回していくという傾向で、何となく消費自体が先行き不透明なのではないかという声が多く出ている。
		スーパー（総務担当）	・家計の余計な出費を控えるため、今後しばらく来客数が前年を下回る状況が続く。
		コンビニ（店舗管理）	・パートやアルバイトの不足を社員採用で補わざるを得ず、さらなる人件費増が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・売上浮上のきっかけが全くみえず、先行きが見通せない。非常に暗い状況である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・富山市中心街に映画館ができ、他県でも商業施設のリニューアルがあるなど、競合店の出店が予想される。大きなインパクトではないが広域からの集客に影響すると見込んでいる。また、昨年度オープンした競合店の影響を夏まで受けそうなので苦戦の状態が続く。一方で、当施設は車での来客が多く、北陸新幹線の利用者の増減の影響を受けにくいので、今後新幹線利用者が下降気味となっても影響は少ないと考える。
		高級レストラン（スタッフ）	・北陸新幹線開業から1年が過ぎ、前年比で数値をみるとどの数値も軒並み下がっているが、それでも開業前の一昨年までと比べると、旅行客の受注が3割は多い。
		一般レストラン（統括）	・北陸新幹線効果が弱くなり、それ以外に明るい話題が少なく、出歩く人が少なくなっている。特にフードコート内の店舗は、4月の昨年比が約7割程度であった。
		スナック（経営者）	・世界的な要因、出来事や為替などの反映があり、業種によって格差がある。工務店などは先々忙しいという話もあるが、機械関係などは落ち込んでいるとの会話がある。先々少し不透明なところがある。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況を前年と比べると、4月以降では7月のみ前年を上回っている状況である。昨年は先行予約が多かったが、予約仕入れが大きく変化している。今後は間近受けをどれだけ前年数字に近づけるかの営業が重要といえる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線開業効果の反動もあり、不透明である。
		タクシー運転手	・熊本地震の影響で、県外からの観光客数が少し落ちるかもしれない。今までの震災の時のようにボランティアに行く人がいて、特にこれからの夏山登山客数に影響が出るかもしれない。
		通信会社（役員）	・携帯電話ショップへの国による指導の影響で、コラボレーションによる商談が減少している。その影響からか、セールスやプロモーションに対する客の反応が鈍い。
	悪くなる	スーパー（店舗管理）	・競合の出店が続く、集客が他に流動することが懸念される。
		テーマパーク（役員）	・前年は北陸新幹線開業効果や様々な形で全国に対して露出された効果もあり、大幅な団体客、個人客の利用があった。しかし、今年はその状況も落ち着きを見せており、前年比で見ると減少している。海外からの客も航空路線の減便や円高の影響もあり、前年と比較するとマイナス傾向にあり、全体としては来客数は悪くなると予想している。
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる やや良くなる	-	-
		化学工業（総務担当）	・今後、受注が増加予定である。
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から、やや良くなると見込まれる。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国を中心とした先進国向けの輸出は依然として堅調に推移しており、為替相場も安定しつつあることから、輸出企業においては上向き基調と考える。	
	通信業（営業担当）	・情報セキュリティへの関心は高く、会社を守るための投資は必要と考えている企業が多い。	
変わらない	食料品製造業（役員）	・販売単価が低下傾向で、数量についても減少傾向にあるものの、為替が若干ではあるが円高傾向にあるため輸入原材料の価格帯が少し下がってきている。全体的には収益力ではイーブンかと考える。	
	繊維工業（経営者）	・為替が円高に振れていることもあり、輸出の先行きが心配である。また、国内市場が少し戻ってくることを期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連 (北陸)		繊維工業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・3か月先の状況というのは、全くわからない状況である。 ・欧州市場の受注状況が不透明である。欧州市場が良くなれば、当社にとって明るい兆しがみえる。 ・これといって景気が上向くような話をほとんど聞かない。株価や為替の状況も不安定で、得意先も全体的には今後への不安感が漂っているところが多いようだ。 ・国の平成28年度予算の前倒し執行が確実に実行されれば景気が良くなると思うが、まだみえてこないのではと判断しがたい。 ・個人客は、物件紹介の問い合わせなど出てきている。また、今は法人の方で少しずつ問い合わせや交渉が出てきている。 ・住宅、土地、不動産関連のチラシ出稿が伸び悩みを続けている。この業界が活性しないと、それに関連する業種も伸びないのではないだろうか。 ・土地売却によって長期借入金を返済しても、事業を継続せずそのまま廃業するという案件もある。
		一般機械器具製造業（総務担当）	
		精密機械器具製造業（役員）	
		建設業（経営者）	
		不動産業（経営者）	
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	
		司法書士	
	やや悪くなる	プラスチック製品製造業（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・熊本地震によるサプライチェーンの寸断などで、平常の売上はしばらく確保できない。
		建設業（役員）	<ul style="list-style-type: none"> ・当地域では安値受注が拡大傾向にあり、今後さらにエスカレートすると思われ、受注環境は厳しさを増す。
		輸送業（配車担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税などの不透明さから個人消費が上向くとは思われず、この傾向がしばらく続く。
		金融業（融資担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・マイナス金利政策による景気浮揚に疑問もある上に、緩和後に特別に資金需要は出てきていない。サービス業の北陸新幹線特需も今後は一服するであろう。
		金融業（融資担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の景気の状況で消費税率の引き上げが行われれば、さらに悪化するとの話も多い。
		税理士（所長）	<ul style="list-style-type: none"> ・円高が想定外に進んでおり、外的な環境が大きく変化している状況である。このようなときには、いろいろなプランやビジネスの予定が変化したり、計画しているものが中止になったりするということが、過去に繰り返されている。現在の環境的な要因をみると、これから先は非常に不安である。
	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業中心に求人が増加している傾向にある。また、正社員の有効求人倍率も1倍を前後しており、非常に高い水準にある。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業での期間限定の派遣利用は減りつつある。紹介予定派遣、正社員採用依頼に力を注いでいる。
		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・求人が増えるにつれ、優秀な人材の確保・育成に取り込みを行い、マッチング率を高めるよう努める。
		求人情報誌製作会社（編集者）	<ul style="list-style-type: none"> ・大きな社員雇用のお話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・人手不足の話と、求人募集が一通り終わったとする話とが半々で聞こえており、昨年あった求人についての渴望感はなくなっているようだ。この点からは大きく変化することは考えにくい。ただしこの後、熊本地震の復興需要のために人手が九州に取られる可能性はあり、バランスが崩れる可能性はある。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数、新規求職者数の動きに大きな変化はみられない。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・業績が良くなるという事業所がある一方で、依然として先行きを不安視している事業所もある。
		民間職業紹介機関（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・介護職は人手不足が続いているが、その他の職は一気に増えることはない。
		学校〔大学〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の人事担当者とは面談しているが、人手不足となっている。今後の経済状況に不安が残るが、この傾向は変わらない。
	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	-	-

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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	コンビニ（店員）	・今後は飲料に加え、アイス類が売れ出す。外国人の免税購入も依然として多い。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・スーパー、量販店、大型のショッピングモールに囲まれて、商店街のあり方が問われているなか、商店街事業部は少額の宣伝費で最大の効果を狙い、行動している。特に、地域における商店街の役割を考えている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・熊本地震の影響で自粛ムードがないわけではないが、ゴールデンウィーク、伊勢志摩サミット、そしてリオオリンピックに向けて、気持ち良く買物してもらいたい。
		百貨店（売場主任）	・全体的には今が厳しい状況であるため、徐々に良くなっていくと期待している。また、駅周辺で開発が進み、環境整備も行われているため、若干ながら集客も見込める。
		百貨店（営業担当）	・厳しかった生鮮3品が底打ちした様子で、少し期待している。また、婦人服の客に対する仕掛けも強化していく。
		百貨店（営業企画）	・熊本地震の影響や円高傾向は落ち着くことが予想されるが、景気の基調は弱い。
		百貨店（売場マネージャー）	・このまま買い控えが進むような場合も、セール商戦がはじまる6～7月には反転すると考えている。
		スーパー（企画担当）	・全体的に売上は若干回復している状態で、5月からは売上も良くなる。新店のオープン予定もあり、販促での打ち出しが強化され、各店での集客増が見込まれる。ただし、販促強化の影響で、利益面では厳しい結果も予想される。
		スーパー（社員）	・以前であれば、熊本地震のような九州地方での地震の後には、消費が自粛される傾向にあったが、近年は消費を増やして復興を支援する動きがみられる。当社の出店地域である近畿でも、防災の備蓄関連商品や、安全、安心につながる商品を中心に、需要が喚起されているように感じる。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーの需要はますます高まりそうで、ファストフード、弁当類やコーヒー、サンドイッチ、デザートなどの売上も増加することが予想され、客単価の上昇が期待できる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツやジャケットなどのオーダー単価が、引き続き高額となっている。
		家電量販店（店長）	・リオオリンピックによる映像商品の需要増のほか、前年の冷夏よりは気温が高くなるため、季節家電の商品が活発な動きになる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・このままの受電量が続けば、売上はかなり良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・来月分の予約の問い合わせも多く、歓迎会シーズンに入ることもあり、宴会の需要は多いと見込まれる。特に、会社関係の宴会ニーズが増え、景気回復の目安になる。
		一般レストラン（店員）	・ゴールデンウィークに向けて、お金を使わないようにしていると感じる。その分、連休に入れば、家族で外食する人が増加する。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今月は暖かい日が続いているため、客足が伸びた。将来の景気については、消費税率が元に戻るともいわれているため、そうなれば買物をする客が増加する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室をはじめ、宴会やレストランで4月から値上げを実施したが、予約率は上昇している。8月も比較的早い段階から問い合わせがあるなど、好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室の単価アップを続けているが、需給のひっ迫により客室収入の増加は確実な状況である。宴会部門の前年比は月による変動が大きいものの、総収入はプラスが見込まれる。
		旅行代理店（営業担当）	・熊本地震の影響は一時的な動きに終わり、復興需要が出てくる可能性がある。
		タクシー運転手	・熊本地震の影響はあるが、ゴールデンウィークもあり、気候も良くなるため、動きは上向いてくる。
		美容室（経営者）	・これからの季節は、必ずカットの客が増えてくる。カラーのオーダーは平均的に入るので、増えた分がプラスとなる。

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
		その他サービス[マッサージ](スタッフ)	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暖かい時期になると来客数が増加する。
		住宅販売会社(総務担当)	・客の動きが良く、受注量も各社共に前年を上回っている。消費税増税の判断が分岐点となるが、先行きは不透明である。
	変わらない	商店街(代表者)	・客の予算が少なく、余分な物は買わない。
		一般小売店[衣服](経営者)	・インバウンドビジネスも、爆買いから観光へと変わってきたように感じる。当商店街としても、いかに対応するかを考え直す時期がきている。
		一般小売店[花](経営者)	・以前から景気回復の見込みはなかったが、熊本地震で更に見込みが薄くなっているように感じる。仕入れに対しても、今後影響が出てくる不安がある。
		一般小売店[珈琲](経営者)	・日本経済は熊本地震の復興支援が中心になり、個人消費については失速すると予想している。
		一般小売店[鮮魚](営業担当)	・好材料も見当たらないため、しばらくはこの状況が続く。
		一般小売店[衣服](経営者)	・熊本地震が起きてから、消費者の気持ちは買物に向かっていない。気候が暑くなれば夏物が動くものの、その時に景気が良い方向にあるとは、とても思えない。
		一般小売店[野菜](店長)	・良くなりかけでは株価が下がり、全体的に雰囲気が悪いままである。もう少し株価の動きだけでも良くなればと感じる。
		百貨店(売場主任)	・消費者の大多数を占める中間所得層の所得が増えない限り、大幅な回復は見込めない。一部を除き、消費税増税後は価格の上昇以上に所得が増えていない状況にあり、急に消費が増えるとは考えにくい。また、インバウンド需要もまとめ買いや、高額品の売上の伸びが鈍化してきている。
		百貨店(売場主任)	・天候不良で春物衣料や雑貨が売れ残り、一気に夏物にシフトすることになるが、春物の売上をカバーするほどは売れないと予想している。
		百貨店(企画担当)	・インバウンド売上の反動減による影響は8月ごろまでは続くため、当面は今年のような状況が続くと予想している。
		百貨店(販促担当)	・食品、雑貨が堅調で、衣料品が不振という傾向を変える要素がなかなか見当たらない。リオオリンピックに関連した動きには良い悪しもあるが、明るい話題は購買心理にも好影響となると思われる。日本の好成績や気候、ヒット商品など、不確定要素頼みの状況である。
		百貨店(服飾品担当)	・災害による後ろ向きな雰囲気のなか、金融市場の不安定な報道を含めて、現状からの大きな回復は見込めない。気温に左右される商材の動きが、ゴールデンウィークを中心にどう動くのかがカギとなる。兆しとしては、客に買う気を起こさせるアクションを行っている売場は好調を維持しているなど、単にアイテムを置いているだけでは買う気にならない。今後は、モノの背景を語る手法などを取り入れる売場が増えていくと予想される。
		百貨店(サービス担当)	・景気対策や熊本地震の復興などで、大胆な刺激策が必要と思われる。また、伊勢志摩サミットに伴うテロ対策などで、駅や公共施設が警備強化される緊張感から、より景気が鈍化しているように感じる。
		百貨店(商品担当)	・株価動向の影響や、夏の参議院選挙を控えて不安定な状況にあり、中国経済の停滞などの影響もあるため、消費には消極的になる。また、中部、関西地区では、伊勢志摩サミット開催による影響も一時的にマイナスに作用する。トレンドやイベントで部分的に盛り上がったとしても、全体を押し上げるまでには至らない。
		百貨店(マネージャー)	・日本銀行が金融の追加緩和を見送った後にみられたように、このところは為替、株価の動きが非常に不安定であり、様子見の雰囲気が広がっている。更なる円高の進行で、海外売上の比重が高い製造業を中心に業績の悪化が懸念されるなど、景気的好転要素があまり見当たらない。
		百貨店(販売推進担当)	・地域柄、伊勢志摩サミットでの厳戒態勢が続く。サミットが明けても、好景気となる材料が見当たらない。
		スーパー(店長)	・競合店のオープン以来、週末の動きが悪い。平日はチラシの強化で、当店を優先的に利用している顧客を維持できている状況である。1週間で見ると、昨年の実績に届くかどうかの水準で推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・一般の生活者に対する景気対策が全くみられず、来年度の消費税増税も現実味を帯びてくれば、消費が上向くとは考えられない。
		スーパー（店長）	・熊本地震以降、景気の浮揚感はなく、節約や生活防衛意識が高まっている。
		スーパー（店員）	・商品の値上げがまだ続きそうである。
		スーパー（企画担当）	・野菜の相場安、鮮魚の不振という状況は変わらない。
		スーパー（経理担当）	・節約志向は強まりつつあるものの、消費自体は底堅いものがある。今後は、梅雨の期間、雨量や気温上昇のタイミングなど、天候要因に大きく左右される。
		スーパー（広報担当）	・景気に停滞感を感じつつあるような消費動向が続いており、抜本的な景気浮揚策などが無い限り、大きく上向くとは考えにくい。
		スーパー（開発担当）	・ゴールデンウィークや夏休みなどで、どれだけ消費が増えるかが問題である。
		コンビニ（経営者）	・複数のマンションが建ち上がってきて、工事現場の人も少なくなっている。周辺のビルには、空室がまだまだ多く目立つため、サラリーマンの減少を補うまでには至っていない。
		コンビニ（店員）	・来客数の低迷が続いており、景気が良くなる兆しはない。
		コンビニ（店員）	・来客数に変化がない。
		コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月では、大きな変動はない。
		衣料品専門店（経営者）	・円高の動きが進んでいるが、この影響にはタイムラグがある。衣料品の価格に反映されるためには1年程度かかるので、今年一杯は苦しい状況が続くと予想される。
		衣料品専門店（販売担当）	・ウエストのサイズなどを直して着る人が増えている。
		家電量販店（経営者）	・客の消費を喚起する要素がない。所得の増加が見込めず、年金などの負担ばかりが増えているため、将来への不安で貯蓄傾向が強まり、消費が抑制されている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きがあまり良くなく、仕事量も減ってきている。
		乗用車販売店（販売担当）	・車両の販売状況は安定しているが、今後はサービス入庫の推移がカギを握る。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車業界では、1つの事件などによる風評がかなり広がりやすいため、なかなか良い話が出てこない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・自然災害や企業収益など、諸々の環境が良くない。重苦しい雰囲気は充満している。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・商品の原価高騰にもかかわらず、新規で価格を下げてくる同業他社が存在する。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価は、国内要因よりも海外要因によって変動するが、それ以外にも国内の政情不安が影響する場合もある。この夏の参議院選挙による影響が出るかもしれない。
		高級レストラン（スタッフ）	・現状維持に努める。
		高級レストラン（企画）	・ホテルの宿泊稼働率は堅調に推移する一方、料飲、婚礼の客数、件数は伸び悩むことが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・1か月後に近隣のスーパーがオープンし、商店街にも人が流れてくるため、来客数の増加につながる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・熊本地震などを自分自身に置き換え、生活防衛に対する考えがより高まりつつある。そのような状況で、積極的な購買を押し進める雰囲気にはならない。
		観光型ホテル（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊業についてはインバウンド効果ははっきり出ており、昨年よりはかなり良くなっているが、国内客の状況は決して良くない。
		観光型旅館（経営者）	・少し客の動きが鈍くなっているように感じる。
		観光型旅館（団体役員）	・旅館組合への加盟施設に限っていえば、既に耐震工事が始まっているため、受入可能な宿泊人員が減少傾向にある。
		都市型ホテル（客室担当）	・客室稼働率は安定しているが、以前のような爆発的な伸びはない。また、インバウンドにおいても、最近の円高の影響が少しずつ表れており、団体の催行率も下がっている。
		旅行代理店（支店長）	・まずは熊本地震が収まるのが大前提である。報道やSNSなどで避難生活の情報が拡散すると、旅行に行くマインドにはなりにくいいため、今の状況が続くのではないかと感じる。
		タクシー運転手	・修学旅行の季節が終われば、また元の状態に戻る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークの行楽でお金は使うが、乗り物については節約志向である。
		タクシー運転手	・企業関係や一般客の需要も、数か月前と比べて大きな変化はない。
		通信会社（経営者）	・特に大きな変化の兆しはみられない。
		通信会社（社員）	・電気通信事業法の改正に伴い、営業スタイルの変更が求められる商品については、魅力を充実させる必要がある。
		通信会社（企画担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		観光名所（企画担当）	・4月に入り、来客数が前年を下回る日が出始めた。インバウンドはある程度の水準を維持しているが、国内客が減少している。これが一時的な動きかどうかについては、しばらく状況をみていく。
		観光名所（経理担当）	・4月は何とか天候に恵まれ、例年よりも暖かかったため、桜が早く開花した。来客数は前年比で10%強伸びたものの、売上は伸びず、昨年とほぼ同じ水準となっている。後半は熊本地震の影響で、中国や台湾の観光客が急に増えたが、こちらの対応も十分ではなく、売上に結び付けられないなど、課題が残った。天候がかなりのウェイトを占める傾向があり、その部分はお手上げであるが、天候だけが要因ではないとも感じている。最近では平日に閑散とした日が多くなり、例年よりも来客数が減っている。総じて景況感が良いとは感じられず、集客策を何とか講じていかなければ飽きられてしまう。
		遊園地（経営者）	・熊本地震の影響も加わり、景気動向の先行き不透明感が一層強くなっている。
		競輪場（職員）	・良くなる要素はないが、逆に急激に悪化する要素もない。
		競艇場（職員）	・全国発売のレースなどの売上は、ほぼ前年並みであり、大きな変化がみられない。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の交流戦や、家族向けのイベントのほか、人気歌手などのコンサートも開催されるので、多くの来場者を予想している。
		美容室（店員）	・気温が高くなれば販売量も増えると思われるが、トータルでは横ばいの状態が続く。
		その他サービス[ビデオ・CDレンタル] （エリア担当）	・販売部門の売場を減らして、新しいアイテムの導入などの改装を行い、相乗効果による売上アップを目指す。
		住宅販売会社（経営者）	・シーズンオフに入っても、引き渡しが順次入っているので、しばらくは今の状況が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・完成在庫の処分状況をみなければ判断できないが、特に明るい材料は見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・マンション販売は消費税増税の動向に左右されるが、大阪市内のタワーマンションが市況をけん引していく状況は続く。
		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）	・顧客や金融機関には変化がみられない。
	やや悪くなる	一般小売店[時計]（経営者）	・新しくできた施設も含めて、近隣には大型モールが3か所ある。夏休みやボーナス時期に向けて、いろいろなイベントの催しが予想され、この地域は暇になるのが目にみえている。かなり悪い方向に進んでいくようで怖い。
		一般小売店[精肉]（管理担当）	・熊本地震で大変な被害が発生したため、やはり全国的に大きな影響がある。東日本大震災からまだ数年しか経過していないうちに、この狭い日本でこれほど大きな被害が発生したことは大変な事態であり、海外からの観光客への影響も出てくる。更に大きな災害も心配されるなかで、消費税増税がどうなるのかが不安である。
		一般小売店[花]（店長）	・母の日を過ぎれば、売れる要素がなくなるので、秋まで暇になる。
		百貨店（営業担当）	・参議院選挙で今後の消費税率引上げが争点となるほか、株価の上昇も見込めず、世間が混迷状態になるため、高額品の消費は一部の顧客を除いて低迷する。
		百貨店（商品担当）	・3月ごろから徐々に客の買い控えが進んでおり、売上が前年を下回っている。
		百貨店（外商担当）	・自然災害や賃上げ率の低下、為替や株価の不安定さのほか、海外での政情不安や景気の減速など、景気が良くなる要素がほとんどない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（マネージャー）	・熊本地震の影響などで、改めて日本の高齢化問題などが表面化し、生活防衛意識が更に強まると思われる。また、国内企業でも将来の消費税増税に向けた取り組みが加速し、購買意欲が喚起されない状況が続く。
		百貨店（マネージャー）	・国内消費は株価の動向などにもよるが、大きなカンフル剤が見当たらないため、現状維持となる。マイナス要素としては、中国での関税制度が4月8日に改正され、国境を越える電子商取引への課税が増えている。今までのインバウンド消費のけん引役であった高級時計の関税率は、30%から60%へ倍増となった。今後は中国人のインバウンド消費について、単価の下落や購入量の減少などの変化が予想される。
		スーパー（経営者）	・昨年は消費税増税による落ち込みからの反動と、円安相場高による価格上昇に助けられたが、世界景気の減速による需給バランスの緩和や円高の進行により、野菜や果物、牛肉のような国産品のウェイトが圧倒的に高い物以外は、単価ダウンが必至と予想される。既に、景気減速による所得の伸び悩みなどで、これまで伸びてきた少し良い物に対する支出が鈍くなり始めている。
		スーパー（企画）	・株価の下落や円高の進行、景況感の悪化、企業業績の悪化が進んでいる。所得の改善はみられないため、消費を取り巻く環境は悪化する。
		コンビニ（店長）	・間もなくゴールデンウィークに入るが、その後は散財した分を抑える動きが出てくるかもしれない。
		衣料品専門店（経営者）	・今後はより一層不安定になることが予想される。東京では、東京オリンピックに向けた改善の動きがみられそうであるが、熊本地震によって景気が上向き業種と、全くそうではない業種の二極化が進むような気がする。
		家電量販店（企画担当）	・熊本地震により、様々な生産ラインの操業が止まり、復旧にかなりの時間を要することになる。今春の質上げも、業界や企業による格差があり、景気回復に連動するようには感じられない。
		乗用車販売店（経営者）	・個人消費が冷え込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車業界では4月以降の販売が伸びておらず、そこに大手自動車メーカーの燃費不正問題も起こり、業界としては厳しい環境が続く。熊本地震の影響もあり、消費を刺激する材料がないので、しばらく景気は良くならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・賃金では官製春闘の3年目となったが、最も賃上げすべき中小企業では期待されていた結果が得られず、消費者の多くで節約志向が強くなっている。自動車市場は活性化せず、先行きも楽観視できる要素が何もない。
		住関連専門店（店長）	・商談の案件数がこの時期に伸びてこなければ、毎年落ち込みがみられる夏を乗り切るのは難しい。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・地域的に直接大きな影響があるかどうかは分からないが、熊本地震の復興などを優先する意識が高くなると、宝飾品などの購買意欲は低くなると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の動向など、先行きの不透明感が強い。
		一般レストラン（経理担当）	・不透明な国内外の経済情勢に加えて、日本銀行によるマイナス金利の影響も読めない。企業向けの優遇税制は裾野が広がっていない状況からも、先行きは見通しにくい。
		一般レストラン（企画）	・同業他社の売上などをみても、当社だけの問題ではなく、消費が鈍っていると感じられる。関西、関東の区別なく、低下傾向が続いている。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・熊本地震の直接的な影響はないだろうが、良くなる材料がない。日々の生活に響く値上げが多い。
		観光型ホテル（経営者）	・例年に比べると長い、飛び石のゴールデンウィークになるので、連休後は落ち込みが予想され、5月トータルでは昨年実績をかなり下回る。6～7月も熊本地震や参議院選挙、円高傾向などの影響で先行き不透明であり、昨年並みの実績が上げられるかどうかは分からない。
		観光型旅館（管理担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題や、電機メーカーの買収などをみると、先行きに不安を覚える。
		都市型ホテル（支配人）	・インバウンドの動きもやや落ち着いた様子であり、客単価は今後下がると予想される。熊本地震の影響は当分続くため、各地で自粛ムードになる。

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	
		都市型ホテル（総務担当）	・熊本地震の影響による九州方面からのキャンセル発生や、インバウンドにおける地震の風評被害、海外景気の不透明感などで、キャンセルが増加している。	
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行は何とか持ちこたえているが、熊本地震の影響が風評被害を含めて九州全体に広がっている。落ち着いてくるまでは、国内旅行は落ち込まざるを得ない。	
		旅行代理店（店長）	・政局の混乱や、北朝鮮情勢、海外テロ、国内の熊本地震からの復興などに対し、今の体制でどのように対応していくかが不透明であり、不安を感じる。	
		テーマパーク（職員）	・消費動向に昨年のような勢いが無い。熊本地震による心理的な影響により、全国的に自粛ムードが漂い始めている可能性もある。	
		ゴルフ場（支配人）	・良くなるための動きが取れない。	
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・消費税増税に対する不安や、日用品などの値上げに対する不安感がある。	
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、微妙な状況であり、今後も客の様子見が続く。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンション価格の更なる上昇が、市況悪化につながる可能性が高まってきている。	
		悪くなる	百貨店（売場主任）	・アベノミクスへの不信や、熊本地震、消費税増税など、消費者を取り巻く情報が景気を悪化させるような内容ばかりである。特に、多数を占める中間層の消費が止まっている。
			百貨店（営業担当）	・中国をはじめとする新興国の成長鈍化や、円高の進行、熊本地震の影響による企業業績の悪化、株価の伸び悩みなど、百貨店での消費にマイナスとなる要素が継続する。
衣料品専門店（経営者）	・昨年の夏や冬、今年の春の在庫を消化しなければならないが、客は昨年の商品は購入しないとされるため、経営が苦しくなる。			
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・4月から新商品を入荷し、順調に販売できている。数量を増やすことによって、売上、利益が更に増加する見込みである。	
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・夏のリオオリンピックに向けて、各社の広告需要が高まっている。	
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・身の回りであり悪いニュースを耳にしなくなってきている。今まで発注量を絞る傾向も多くみられたが、ここ数か月は少し和らいでいるように感じる。	
		化学工業（経営者）	・しばらくは、熊本地震の支援関連の押し上げで売上は増えると思われる。また、震災支援が落ち着いた後も、昨年は予算が耐震補強に取られて減っていた仕事が入ってくるため、しばらくは見通しが明るい。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新規の設備投資の増加にはまだまだ時間がかかりそうだが、設備の一部改造や不足分の補充の需要は高まっており、その関連の受注が増えている。	
		建設業（経営者）	・動きは急激には増えないものの、徐々に増えてくると思われる。電話での問い合わせでは、土壌汚染調査に関する内容が多く、土地の売却に絡むケースが多い。	
		広告代理店（営業担当）	・担当しているショッピングセンターでは、リニューアルオープンのお店がいくつかあり、6～7月はセール期となるので期待している。	
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・近畿地方を中心に販売しているので、当社には熊本地震の影響はあまりないが、景気全般が鈍くなることも想定されるので、今までの売上を維持できるかは不透明である。	
		食料品製造業（経理担当）	・徐々に動きは上向いているが、熊本地震が長引いていることや、ゴールデンウィークが終わることも気になる。	
		繊維工業（総務担当）	・高付加価値商品への転換を急いでいるが、なかなか商品の認知が進まない。	
繊維工業（団体職員）		・現状は企業による差もあり、先行き不透明である。熊本地震については、1日も早い復旧、復興を祈っている。		
家具及び木材木製品製造業（営業担当）		・配達量には変化がない。		
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）		・顧客からは増産の情報がない。		
化学工業（企画担当）		・熊本地震に関する特需が見込めないこともあるが、影響は限定的と予想される。		
化学工業（管理担当）		・熊本地震の影響が落ち着き、7月の参議院選挙の結果が出るまで、今の状況は変わらない。		

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
		金属製品製造業（経営者）	・熊本地震の影響が、自動車産業などにどう出てくるかは不透明である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在の低調な状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・やや悪くなると感じているが、今以上に悪くなっては耐えられない。実際には今後2～3か月の動向をみなければ、本当の景気は分からない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・リオオリンピックに向け、AV関連機器の荷動きは多少活発になる期待感はあるが、景気が良くなるまでには至らない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事があっても、まばらであるほか、熊本地震でこれからの仕事はどうなるかが分からない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関係の引き合いがようやく具体化してきたが、まだ受注には至っていない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの恩恵は、我々中小企業には感じられない。
		建設業（経営者）	・建設工事の東京一極集中は相変わらずで、東日本大震災の復興もまだまだの中、熊本地震に伴う今後の復興工事により、技能労働者、監理技術者不足がどの程度となるかは不透明である。
		建設業（経営者）	・消費税増税の動向が不透明であるのに加え、熊本地震の影響で購買意欲が高まるとは思えない。
		輸送業（営業所長）	・少しは良くなってきている様子はあるが、運転手の雇用が難しくなっている。
		輸送業（商品管理担当）	・配送については、母の日や父の日があるため、販売量は4月と同程度となる。
		通信業（管理担当）	・変動要素が見当たらないので、大きな変化はない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の減少が著しく、多い日は土曜日だけで、他の曜日は寂しいほど減少している。
		広告代理店（営業担当）	・昨年末から、前年の売上に届くかどうかという状態が続いている。
		広告代理店（営業担当）	・数か月は受注の良い状態が続きそうである。
		司法書士	・今月も事件数が少なく、案件もほとんどない。大きな変動要因がないため、今後も同じような状態が続く。
		コピーサービス業（店長）	・問い合わせの様子では、しばらくは若干好調な推移が維持できる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・良くなる要素が思いつかない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・関西ではインバウンド効果が依然として強く、課題であった宿泊施設不足も、ビジネスホテルなどの新規開業で徐々に改善していく。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・下降する状態がしばらく続く。日々の受注量や見積り依頼も少なくなっているため、しばらくは業況が悪い。
	やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・梅雨時期になると消費者の購買が減るため、若干売上は減る。
		繊維工業（総務担当）	・し好品としての和装は、気持ちの上でも華美という状態が必要となるが、被災者への思いによって消費は控えめな方向へ向かう。地元でもパーティーなどを控えていると聞く。
		金属製品製造業（営業担当）	・相変わらず、取引先からの意味不明な値引き要請が絶えない。
		金属製品製造業（管理担当）	・関西に目立った物件がない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・物価上昇に見合う収入増が見込めない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・やはり3月末までの繁忙期が終わると、受注、引き合いが減少している。
		輸送業（営業担当）	・利益率の高い工場間の荷物が少なくなり、通販の荷物が増えているため、全体の利益率が低い。
		輸送業（営業担当）	・近隣にできた別の家具屋が好調なため、悪くなる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・国内的には熊本地震の影響で負の効果が広がるほか、世界的にもまだまだ中国経済の底がみえないため、世界的な株安が当分続く。
		不動産業（営業担当）	・円高が今後も続くため、これからも神戸の景気が良くなるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・価格競争に勝っていくためには、大量生産をしなくてはならない。照明が本業ではない企業は、照明機器の販路をそもそも持っていないため、拡販が厳しくなり、LEDの事業譲渡が増えていくことが予想される。
	悪くなる	経営コンサルタント その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・熊本地震の影響や、消費税増税の結論が出ていない影響もあり、消費者のマインドは冷えてきている。 ・経済政策の見通しが見つからない。
雇用 関連 (近畿)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長） 民間職業紹介機関（支社長） 学校〔大学〕（就職担当）	・新年度の予算がはっきりすれば、動き出すと考えられる。 ・当面は求人増加が続くと予想される。ただし、年単位の長期スパンで見ると、安心できる環境とはいえない。京都は特に、為替に影響を受ける企業が多く、海外の動向に左右されやすい。 ・人材不足が続いており、求人企業数の伸びは今後も期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・一度は落ち着きをみせていた政府関係の入札が、ここへきて少し活発化するなど、右肩上がりの状況に変化はみられない。
		人材派遣会社（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けから、7月以降の正社員求人を求めて求職者が動き出す。今年はそれに加えて、熊本地震関連の求人や要員確保が出てくるため、例年よりも人の動きが増える。
		人材派遣会社（支店長）	・当面、求人数は高いレベルで安定すると予想している。特に、製造業や情報通信業は堅調で、求人依頼が常に高い水準にある。一方、物流など、取り扱う商品次第では昨年実績を下回っており、すべての業種が順調というわけではない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・条件だけではなく、働く意義を加えた求人情報の発信への方向転換が求められる。そのためには、これまでのやり方を少しずつ変えていく必要があるため、即効性は期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数からは、この先の景気を左右するような変化はみられない。株価が大きく変動する最近の経済の動きは、極めて読みにくい。国内要因ではなく、外部要因によってどちらに進むかが決まるため、先行き不透明な状況が続いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震の影響がどこまで出てくるかは不透明であるが、そこまで関西には影響しないと考えられる。
		職業安定所（職員）	・このところは求人数が増加傾向で推移している一方、新規求職者数は減少傾向であり、全体的に雇用・失業情勢は改善傾向で推移している。また、管内事業所への今後の展望についてのヒアリング結果では、現状維持か、やや明るいとする事業所が多い。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒に関しては、大手企業はこの数年の大量採用の影響で、若干採用を減らす可能性がある。それに対して、中途採用では慢性的に人材が不足している。一方、これまで新卒を採用していなかった中小企業が、新卒を採用する傾向もあるため、結果として、まだしばらくは良い状態が続くと考えられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・例年、求人数は夏ごろまで横ばい状態であり、ボーナス後に退職する社員の補充で、秋ごろから受注が伸びる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・何らかの確実な景気刺激策が必要である。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	・企業による採用数の動向から、やや悪くなると判断される。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・例年に入ってくる仕事が、現時点ではその予定がないため、今後は暇になる。
		職業安定所（職員）	・定年後の再雇用で賃金が大幅に低下しており、買い控えが増えている。
職業安定所（職員）		・大阪府内企業に対する調査において、製造業の一部では先行き不透明感が出ている。	
学校〔大学〕（就職担当）		・求人数が減少することによって、先行きの不透明感が出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・ 来年まで悪い状況が続くのではないかと、建設下請業者の声が出始めている。

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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	観光型ホテル（営業担当）	・ ここ最近先行受注が少ないのが気になるところではあるものの、これからゴールデンウィーク、観光シーズンに入り、好調な来客数はまだまだ継続する。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 街並みが再生されたことで、気持ちよく街を散策できる環境となり売上も良くなる。	
		商店街（代表者）	・ 熊本地震の影響で観光客が山陰へ流れており、予約状況は悪くない。	
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・ 外国人観光客を始め、今までいなかった客層が増えはじめて景気が上向く。	
		スーパー（店長）	・ 競合店の食品スーパーが昨年11月末に閉店し、その影響がまだ続く。特に来客数に応じて販売量が伸びる米や調味料などの商品には期待できる。その一方熊本地震の影響で納豆などが品薄になるなど影響が出ている。	
		スーパー（店長）	・ 天候に恵まれ気温が上昇して季節の変化を感じることができれば売上が伸びる。	
		スーパー（総務担当）	・ 客単価が緩やかに上昇してきている。	
		スーパー（販売担当）	・ 競合相手である近隣スーパーの閉店は、景気が良くない印ではあるが、当店の来客数と売上は伸びる。	
		コンビニ（エリア担当）	・ 更なる気温上昇に伴い、中食や飲料等の主力商品の動向が上向く。	
		コンビニ（副地域ブロック長）	・ 来客数が増加し続ける。	
		家電量販店（企画担当）	・ 販売量が少しずつ増えてきているのでやや良くなる。	
		乗用車販売店（営業担当）	・ 新型車が発売予定なので、景気が良くなる。	
		住関連専門店（営業担当）	・ 大きなイベントを控えているので、来客数は期待できる。	
		都市型ホテル（企画担当）	・ 観光キャンペーンや高校総体などの大型イベントによる大きな集客機会があり、市中での大きな消費需要が想定される。またインパウンドの影響も好調に継続する。	
		通信会社（工事担当）	・ 客の様子がやや良くなっている。	
		テーマパーク（営業担当）	・ 熊本地震の影響で旅行への意識が消極的になるが、旅行先として九州が控えられることにより、多くの旅行者がこちらに流れてくる可能性が高い。	
		住宅販売会社（営業所長）	・ 消費税率引上げの動向が不明確なので、気にしている客の動きが多少ある。	
		変わらない	商店街（代表者）	・ 周囲の店主との会話で景気の良い話が出てこない。
			商店街（理事）	・ 熊本地震の心理的影響が大きく、今のままだと客の購買意欲は回復せず、景気は停滞する。
	商店街（代表者）		・ 株安、円高に加えて、熊本地震の影響で2～3か月先の景気は今回同様に弱含みとなる。	
	一般小売店〔靴〕（経営者）		・ 商店街の中の数店が新装、改装オープンする予定であるが、狭い街中で駅前エリアと商店街が客の取り合いをしているので、売上が大きく伸びることはない。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）		・ 景気は悪いままで推移する。当社は今年になって海外での売上が伸びており、これで何とか前年をクリアしている実態である。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）		・ 大手企業の動きはあるが、中小企業の動きは少ない。	
	一般小売店〔食品〕（経営者）		・ 消費税率引上げの流れが不透明であり、民需が伸びていない。	
	百貨店（経理担当）		・ アパレル業界が厳しい状況なので、地方百貨店には良い商材が回ってこない心配がある。都会の百貨店とは違って外国人客の売上にも期待できないので、大きく売上増につながる要因がなく、しばらくは今の状況が続くようである。	
	百貨店（営業担当）		・ 毎月前年を追いかけていくことがやっとの厳しい状況が続く。半年前からヤングゾーンの売上が伸びているが、ミセスゾーンは売上が良くなかった前年のマイナス3%で推移している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・今夏モクリアランスセールスタートが取引先ブランドにより分散し、以前のようなセールでの集客や売上獲得が難しくなっているため、厳しい7月商戦になる。
		百貨店（営業担当）	・大幅な景気動向の変化が見通せない。
		百貨店（販売促進担当）	・前年のプレミアム付商品券の利用が5月以降も続いていたので、今後もマイナス影響は継続する。また大手アパレルの商況は厳しく、夏物の生産も絞込みが想定される。今後もしばらく消費の低迷は続く。
		百貨店（売場担当）	・アパレルを中心に支店の統廃合が進んでいる中で熊本地震の影響は大きく、特に九州支店管轄の山口、広島西エリアの問屋の供給、人員体制が不安定で、しばらくはその影響が店頭に及ぶ。
		百貨店（購買担当）	・アパレル関係は熊本地震の影響で商品の売行きが悪くなっている。春物は作ったが夏物は控えて製造する傾向である。クリアランスセールがあっても商品を吟味して購入するか、あるいは購入しないという客の傾向は変わらない。
		百貨店（営業推進担当）	・熊本地震による自粛ムードが少なからず影響してきており、この数か月は同様の状況が続く。参議院議員選挙の結果がターニングポイントになる。
		百貨店（人事担当）	・熊本地震の影響で客の買い控えが起きる可能性はあるが、大きなマイナスになる気配はない。
		スーパー（店長）	・売上と来客数は前年並み、販売量は前年を切る状況で推移する。
		スーパー（店長）	・春の値上げ以降に好材料はない。
		スーパー（業務開発担当）	・現状は維持できるが、客の消費が伸びずますます厳しくなっていく。
		スーパー（販売担当）	・店舗データベースで見ると、客の来店頻度が落ちている。来客数の減少が続く状況が劇的に回復することはなく、今しばらくは低調な状況が続く。
		スーパー（管理担当）	・他店との差異化によって生鮮部門での売上増は見込めるが、一般食品の売上はディスカウント店やドラッグストア等の影響を受けて減少傾向にあるため、増減相殺され現状維持となる。
		スーパー（販売担当）	・5月にショッピングセンターがオープンするので、来客数の動きがまだ読めない。
		コンビニ（エリア担当）	・本部の販売促進があった今月は来客数が前年をクリアしたが、来月以降は難しい。毎週実施しているセールを継続することで客単価を上げ、何とか前年をクリアしていく。
		コンビニ（エリア担当）	・販売量や客単価に変化はなく、今後もこのまま推移する。
		コンビニ（支店長）	・現状では景気回復傾向が若干ある。
		家電量販店（店長）	・来客数が減少している。
		家電量販店（店長）	・業界やマーケットが縮小していく中で、良くなる材料がない。気候変動で酷暑の夏になって商品が動いたとしても、それで景気が上向いたとは言えない。
		乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の大増販期が終了し、好転の材料が見当たらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・毎月前年の販売量を超えることが難しくなっている。客は消費税率引上げへの懸念や熊本地震の影響で先行きの不安が大きく、出費に対して慎重な姿勢が続く。
		乗用車販売店（店長）	・熊本地震の影響が当面は続き、客は買い控えをする。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車が発売になるが、熊本地震の影響で順調な生産を見通せない状況である。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上の売上増加を見込める要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・これ以上悪くならないで欲しい。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年並みで、週末の利用は見込めるが、平日が厳しい状況は続く。
		一般レストラン（経営者）	・店の情報が客に浸透し、来客数は現状維持できる。
		スナック（経営者）	・地方経済は大都市ほど良くなっていない。一部企業の業績が良いからといって、中小企業の給料が上がった話もない。景気が本当に上向きになるか疑問である。
		都市型ホテル（企画担当）	・今後熊本地震がどのように影響してくるかが不安材料である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総支配人）	・個人消費の停滞や熊本地震の影響による自粛ムードなど、不透明な状況である。
		旅行代理店（経営者）	・政府は今の景気回復よりも、熊本地震への寄付金等が被災者に早急に渡るように動いて欲しい。被災者は遠方に買物に行っている状況で、支援物資は止まっている。
		旅行代理店（営業担当）	・景気は夏の参議院議員選挙や消費税率引上げに左右される。
		タクシー運転手	・景気が上向き要素がない。企業利用も思うように伸びず、夜の街も人が出ていない。客は公共交通機関が動いている間に帰路に着くため利用者数は伸びない。
		通信会社（社員）	・売上増につながる問い合わせがない。
		通信会社（企画担当）	・消費生活物資の値上げで、値上げ前の買い増しとそれ以降の買い控えがささやかれるが、当社商品ではそのような傾向はおおむねないものの、購買が活発と言える状況にはない。より安価なサービスを新規に出していかないと、せいぜい横ばいに留まる動向が続く。
		通信会社（営業担当）	・消費税率引上げ時期がやや不透明なため駆け込み需要が鈍っている。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約は例年と変わらない。
		競艇場（職員）	・現状の売上がそのまま推移する。
		美容室（経営者）	・良く現状維持、悪く売上が低下する。
		美容室（経営者）	・物価が低下したり客の所得が上昇することはなく、景気に変化はない。しかし先行きの対応がこのままだと景気はますます悪化する。
		設計事務所（経営者）	・消費税率引上げの情報が未確定のため、来場者数が予想しにくい。
		設計事務所（経営者）	・好転材料は皆無である。
		設計事務所（経営者）	・衆参ダブル選挙と消費税率引上げがはっきりと見えない中、消費者も建築工事の着工になかなか踏み切れない様子で、もうしばらく動かない。
		設計事務所（経営者）	・景気の先行き不安から、客は住宅のような大きな買物ではしばらく様子を見ている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・オーバーストア、デフレ、インターネット販売の影響で売上が非常に低迷しており、先行きが不安である。高い商品は全く売れず、良い物をより安く、タイムリーにという客の姿勢に変わりはない。
		百貨店（売場担当）	・店全体の商品展開の変更を実施しない限り、売上や販売量の減少傾向は避けられず、熊本地震の客への心理的影響もあって低迷は続く。
		スーパー（店長）	・客に燃費不正問題のあった大手自動車メーカーの工場関係者が多いので、工場の稼働率が落ちれば売上に響く。
		スーパー（店長）	・地元企業の業績悪化が予想され、客の消費意欲はますます低下する。
		スーパー（営業システム担当）	・急速に競合が激化しているため、来客数と売上の増加は厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・熊本地震の影響が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・熊本地震の影響で買いまわり品が値上がりする。
		衣料品専門店（店長）	・客が要望する商品の単価が低く、クールビズ実施企業が増加してスーツの販売量が増えない。
		家電量販店（販売担当）	・何かイベントがないと売上はなかなか伸びない。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税率引上げが控えており、景気回復はあまり期待できない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・一般労働者は生活するのがやっとの状態であり、給与の高い公務員が真剣に取り組まないと地方創生は進まない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題は当地域にとってかなりの問題となる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・春の新生活で客の購買意欲が上昇する時期に売上が確保できていない。全体的に購買力が低下している。
		一般レストラン（店長）	・前回の食料品などの値上げによる影響が2か月遅れで出てきたため、今回も同様の状況になる。

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	
		一般レストラン（外食事業担当）	・熊本地震の心理的影響が今後数か月は続く。また前年から今年にかけて全国チェーン店が近隣に4店舗も増え、競争が激しくなる。メニューや業態は異なるが、客を分け合う状況が続く。	
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・サービスエリア沿線の交通量が減少する。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・客単価が下降気味であるが、来客数を伸ばすのは難しい。	
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークは毎年良くないが、今年は県の観光キャンペーンがあるので期待が持てる。	
		通信会社（広報担当）	・性能はどうあれ客は低価格のものを求めているため、このままの状況であれば、販売数が回復することはない。	
		通信会社（総務担当）	・年度替わりの加入増加傾向が5月に入ると落ち着く。	
		テーマパーク（管理担当）	・熊本地震の影響で入館者数が減少する。	
		テーマパーク（業務担当）	・熊本地震の影響とゴールデンウィークの終了で、今後の外出が控えられることが懸念され、景気の上昇が期待できない。	
		美容室（経営者）	・熊本地震の影響なのか客は消費を控えている。このまま消費税率引上げが重なると厳しくなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・熊本地震の影響により、景気の停滞や消費税率引上げ見送りの可能性が大きい。	
		住宅販売会社（営業担当）	・梅雨時期は受注量が減る傾向にある。	
	住宅販売会社（営業担当）	・例年梅雨時期から初夏にかけて住宅購入を検討する客が少なく、動きは出ない。		
	悪くなる	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・熊本地震や選挙の影響で消費が冷え込む。	
		スーパー（財務担当）	・大手自動車メーカーの製造停止の影響が下請業者にも出ており、客である従業員の収入減等の不安により、来客数や買上点数が減少する。	
		乗用車販売店（統括）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響を受け、非常に厳しい状況となる。	
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・熊本地震の影響で観光客は増えそうにない。	
		一般レストラン（経営者）	・消費税率引上げに関し、内容、時期、政府説明ともに不明瞭で、先行き不安から更に消費が抑制される。	
		タクシー運転手	・熊本地震が観光に影響しており、客に自粛ムードが出ている。	
		企業動向関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）
やや良くなる			金属製品製造業（総務担当）	・ものづくり補助金等の採択可否の決定が6月であることから、現在様子見である設備投資が動き出す。
	通信業（営業企画担当）		・流通、小売業を中心にネットワークと情報機器に関する引き合いが増えている。	
	金融業（貸付担当）		・マイナス金利政策の影響が少しずつ出てくる。子育て世代が多い住宅ローン債務者は、金利引下げにより返済額が軽減された部分を消費に回す。企業も支払利息の負担軽減から収益環境が改善され、設備投資等を検討する機会が少しずつ増えて景気はやや良くなる。	
	広告代理店（営業担当）	・取引先が販売促進展開を考えていて、当社の受注が見込める内容での動きがあり、極端に良くなることはないが、上向きで推移する。		
変わらない	農林水産業（従業者）	・3月は巻き網船のアジとサバの漁獲量が増加したが、魚価の低迷で金額が伸びなかった。今後の巻き網船のアジ、サバ、イワシの漁獲量に期待する。		
	食料品製造業（総務担当）	・熊本地震の影響で流通が止まっているところがあり、売上が今後どうなるのかが不明である。		
	木材木製品製造業（経理担当）	・住宅関連の個人環境は金利や諸優遇策は整っているが、消費税率引上げ実施の有無や個人所得の先行き不透明感などで実需につなげていない。		
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・工程品の増加は見込めず、現状維持水準が続く見込みである。建設用案件は引き続き生産が継続し、多忙な状態に変化はない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		鉄鋼業（総務担当）	・原料コスト、スクラップ価格、海外市況の上昇を受けて国内マーケットの好転に期待できるが、実需が伴うかどうか見極めが必要である。上期中の需要環境は著変なく推移する。	
		鉄鋼業（総務担当）	・夏以降の回復をみて生産体制を整えるが、果たして本当に回復するのか、今の段階では見込みきれない。	
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示は前期並みを維持している。	
		建設業（総務担当）	・受注調整が必要な状況が続いている。今年度中はこの状況に変化はなく、配置技術者が予定工事で目一杯の状況である。	
		建設業（総務担当）	・外部要因がたくさんありすぎて予測が困難である。	
		通信業（営業担当）	・熊本地震の影響で景況感の後退がややある。また原油価格の変動などもあり、株価も予想以上に伸び悩むなど好要因が見当たらない。	
		金融業（融資企画担当）	・最近はやや高基調にあるが、このレベルであれば完成車メーカーの輸出に与える影響は軽微で、当面は自動車部品メーカーの受注も高水準を維持する。	
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期を過ぎて落ち着いているため、変わらない。	
		やや悪くなる	化学工業（経営者）	・自動車の生産台数の減少で、当該向けの材料を生産している取引先が減産を余儀なくされており、これに比例して当面の景気は悪化する見通しである。
			化学工業（総務担当）	・中国の景気減速がいろいろと影響を与えており、何らかの策がないと景気が良くなることはない。
非鉄金属製造業（業務担当）	・熊本地震による連携工場の稼働率低下が悪影響を与えている。例年需要が高まる時期であるが、その傾向が見られず、在庫積み上がりの懸念がある。			
電気機械器具製造業（総務担当）	・企業間の格差は拡大傾向にある。商品価格の支配力がない中小零細企業にとって商談件数は景気のパロメーターであるが、商談後の契約率は悪化傾向にある。			
電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先から発売時期延期による開発中止などの連絡が入っている。			
輸送用機械器具製造業（財務担当）	・競争力の有無ではなく、足元の商談自体が極めて少ないため、先行きはやや悪くなる。			
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・世界経済の動向も国内の景気も低迷しており、その長期化が予測される。			
輸送業（経理担当）	・熊本地震の影響がいつまで続くか不透明であり、緊急輸送等の需要は可能性があるものの、通常の荷動きが鈍化する。			
会計事務所（職員）	・製造業では設備関連投資が減少気味のため、売上高はやや低下気味の傾向にある。そのため賃金アップはなかなか難しく、消費マインドも停滞しているため、景気が上向くことはない。			
悪くなる	食料品製造業（総務担当）		・消費税率引上げ問題、値上げ問題等、景気が悪くなる情報は多いが、良くなる情報がない。	
雇用関連 (中国)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・政治活動や経済活動で著しい変化がない限り、景気の上向きは継続する。	
		人材派遣会社（支店長）	・熊本地震の影響で今後の状況が不透明であるが、九州地方での修学旅行が中国地方に変更になる状況が若干見受けられるため、観光産業を中心にやや良くなる見込みである。	
		民間職業紹介機関（職員）	・おう盛な採用意欲や売手市場が続き、条件のより良い就職先を見つける求職者も多く、今後の個人消費に期待が持てる。	
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・自動車関連などには不安要素はあるものの、現在の人手不足感を覆すほどのインパクトはなく、引き続き企業の採用意欲は高目に推移する。	
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒、中途ともに依然として売手市場は変わらない。大企業や中堅企業は良いが、中小企業などは前年よりさらに採用難となっており、人材が必要なのに採用できない状況が続く。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・雇用状況がさらに良くなる雰囲気はない。	
		職業安定所（所長）	・医療福祉や建設業で慢性的な人手不足が続いている一方、その他の多くの業種ではこれまでのおう盛な求人意欲が薄らぎつつあり、求人全体では横ばい、もしくは下降気味で推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	職業安定所（産業雇用情報担当）	・大規模倒産の話はなく、求人倍率は1.3～1.4倍で推移しており変化はない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・熊本地震があった直後であるが、採用状況には変化がない。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・熊本地震の影響が減産から人材へも徐々に始めている。連日新聞報道されている派遣料金の値上げ交渉も続けており、スタッフ待遇改善への理解を得る動きをしている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内でもトップクラスの雇用を抱える大手自動車メーカーの燃費不正問題で、県南、西部エリアでは協力企業の存亡に関わる事態も今後出てくる。そのため雇用の減少は避けられず、消費活動も低迷する。
		職業安定所（雇用開発担当）	・熊本地震の影響や大手自動車メーカーの生産中止の影響が雇用面に影響してくる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響で雇用状況がやや悪くなるとともに、周辺企業にも大きな影響がある。
	悪くなる	-	-

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	スーパー（店長）	・暖かくなってきており、商品も潤沢に入荷している。夏に向かって景気は若干上向く。
		コンビニ（店長）	・客単価と買上点数が増えており、客の購買意欲が出ていると感じられる。また、プラス一品が売れている。
		住関連専門店（経営者）	・マイナス金利政策で金利が安くなって住宅需要が増える、家具等も買ってもらえる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・暖かくなるとビールがたくさん売れて、売上が増加する。
	変わらない	商店街（事務局長）	・夏の参院選に向けて政府は経済政策に力が入ると思われるが、すぐに景気が上向く可能性は低い。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・当分、好転の兆しは見えない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・「母の日」商品の予約は早めに入ってきているが、平年並みを予想している。その後は夏まで大きなイベントが無いので、落ち着いてくる。
		百貨店（営業担当）	・今のままの状態が続く。
		スーパー（企画担当）	・4月以降も値上げする商品があり、買上点数の増加は期待できない。来店客数も伸びておらず、今後もこの傾向で推移する。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に大きく左右されるが、今後も同様の動きが予想される。
		コンビニ（商品担当）	・競争環境は一層激しくなっている。横ばいを維持するために頑張りたい。
		衣料品専門店（経営者）	・長年この商売をやっているが、来客数・販売量すべてにおいて良くないのは、初めてである。今後もさらに悪くなることはないだろうが、あまり変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・天候に大きく左右されるが、大型連休後の推移が大きな課題である。今まではそこそこ良かったので期待しているが、良くて前年並みになるのではないが。
		衣料品専門店（総務担当）	・特に良くなる要因が乏しく、現状のまま推移する。
		家電量販店（店員）	・高価格の新製品が出て、旧モデル商品ばかり選ばれる傾向が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車購入を検討する客は非常に少ない。来客数も少なく、期待は薄い。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・良くなる要素が見当たらない。
		スナック（経営者）	・大型連休で出費が多くなり、来客数は激減する。
		観光型旅館（経営者）	・熊本地震の影響からか、多少のキャンセルが出てきている。中央構造線が通っている四国では、地震がいつ起こってもおかしくないので、心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		旅行代理店（営業部長）	・熊本地震が国内旅行需要に影響を及ぼす可能性が大きい。逆に、復興支援等の特需には期待できる。夏の参院選も控え、お客様の動きが非常に不安定になる。		
		タクシー運転手	・今年に入ってから客の動向は活発ではない。決算月が過ぎても飲食する機会が少ない上に、1次会のみで帰宅することが多い。梅雨入りしても状況はあまり変わらない。		
		通信会社（支店長）	・今のところ大きな変動につながるものは感じられない。		
		通信会社（企画）	・今月の若干悪い感覚も季節要因とすれば来月以降は通常に戻ると思われる。		
		観光遊園地（職員）	・大型連休に期待しているが、良くなるのは夏以降のイベント次第である。		
		ゴルフ場（従業員）	・5月は今月よりは良くなると思うが、2～3か月先の状況は総じて変わらない。		
		競艇場（職員）	・5月はゴールデンウィークレース、6月は周年記念レースを開催するので売上増を期待している。		
		美容室（経営者）	・特に変化がない。		
		設計事務所（所長）	・消費税増税が予定通り実施されるか不明なので、事業を先延ばしする顧客もあって駆け込み需要が望めない。		
	やや悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・受注棟数が増加しているものの、例年と比べて大幅に増加しているわけではない。景気が変わっていくとは思えない。		
		商店街（代表者）	・熊本地震の余震が続いていることから、なかなか消費者マインドが上昇しない。南海トラフ巨大地震の不安等もあって、消費の先細りが懸念される。		
		商店街（代表者）	・レジャー産業である当社にとって熊本地震の影響は大きく、景気が良くなるとは思えない。		
		商店街（代表者）	・消費税増税の先延ばし以外、消費を喚起する要件が見当たらない。		
		百貨店（販売促進担当）	・株価変動などの影響から高額品が2か月連続で苦戦している。今後の見通しも不透明である。		
		スーパー（統括担当）	・消費税の問題など先行きが見えない不安から、消費が伸びる状況にはない。		
		スーパー（財務担当）	・実質賃金の目減りや不安感などから、節約意識が一層強くなる。		
		衣料品専門店（経営者）	・原油価格が上昇に転じており、先行きに不安がある。		
		乗用車販売店（従業員）	・熊本地震や大手自動車メーカーの燃費不正問題などマイナスイメージのニュースが多く、今の状況では消費の伸びは期待できない。		
		乗用車販売店（従業員）	・決算商戦も終わり、客足は悪くなってきている。		
		都市型ホテル（経営者）	・熊本地震の影響で、交流人口が若干減少するのではないかと。また、このところの円高株安により、客の動き自体も悪くなるのではないかと。		
		タクシー運転手	・うるう年には「逆打ち」する遍路客が多いが、梅雨時や暑い時期は減るので、売上は落ちる。		
		通信会社（社員）	・料金や端末販売の見直しが行われているが、各社から発表されるプランなどを様子見する状態が続く。		
		通信会社（営業担当）	・今後しばらくは販売数の落ち込みが避けられない。		
		悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・熊本地震の影響などから、景気が良くなるイメージがまったく湧かない。	
			一般小売店〔酒〕（販売担当）	・し好品は生活費の後回しになり、収入増も期待出来ない。	
			コンビニ（店長）	・消費税増税後の売上は悪化の一途をたどっており、ここ2年は、ゴールデンウィークなど長期休みの後はかなり大きい反動で低迷している。今年も連休明けはかなりの試練に立たされると予測している。	
		企業動向関連 (四国)	良くなる	-	-
			やや良くなる	食料品製造業（商品統括）	・マイナス金利政策により、設備投資への資金流入が進みつつあることや、マイホームへの意欲も出てきているように感じる。
繊維工業（経営者）	・概ね秋頃までは売場の状況は変わらず、現状の売上が確保できる。				
鉄鋼業（総務部長）	・業界全体で受注見積案件が少ない。当社においても、少ない見積案件において低価格での競争を余儀なくされており、改善の兆しは見えない。				
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新商品投入で売上・利益共に順調に増加してきたものの、中国経済の悪化等から差引ゼロになってしまう。			

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
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先の受注量に大きな変化は無く、受注見通しも特別な変動を予測していない。
		建設業（経理担当）	・受注量が増えないので、景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・公共工事の出具合による。
		通信業（営業担当）	・スポットCMの需要に比べ、中長期契約のタイムCMの引き合いが少ない傾向は変わらない。
		不動産業（経営者）	・消費税増税が延期になれば、不動産需要は高まる可能性がある。
		広告代理店（経営者）	・一部の得意先では周年事業や新規出店が見込まれているが、予算規模はあまり大きくない。多くの得意先では依然消費低迷が続いており、販促予算を増加させるより削減傾向の話が多い。従って、あまり変わらない見込みである。
		公認会計士	・経営者の話では、設備投資により消極的になってきている。それが一番大きな問題である。
	やや悪くなる	木材木製品製造業	・ここ最近の円高基調、株価安はアベノミクスの停滞を感じるが、まずは熊本地震の復興施策を優先して欲しい。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内需要は横ばい状態が続くと見込む。一方、海外需要は新興国経済の減速や原油・資源価格の低迷継続の影響により、地域毎に程度の差はあるものの減少を見込んでいる。
		建設業（経営者）	・今後は手持ち業務量が減少していくので、売上は伸びない。景気対策で、今年度は公共事業の前倒し発注の徹底がなされることに期待しているが、売上に計上できるのは第2～第3四半期になるので、数か月先はやや悪くなっている。
		輸送業（営業）	・燃料油価格が上昇に転じ、5月以降もこの傾向は続くと思われる事から、先行きは極めて厳しい。長期化している取扱物量の減少は、購買意欲の低下による消費の鈍化を裏付けるもので、景気の好転は極めて期待薄の見方をしている。燃料油価格の上昇は景気低迷に拍車をかけるものと危惧する。
		金融業（副支店長）	・取引先のなかには人材不足を課題に挙げる企業が多く、発注オファーがあってもキャパオーバーとなるため受注に至らず、結果売上が思うように伸ばせない状況が目につく。この状態が近時に解消される要素は見当たらず、景気はやや低下傾向にある。
	悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・再生エネルギー、特に太陽光は難しくなっており、危機感を持っている。次の再生エネルギーを3年前から軌道に乗せようと取り組んでいるが遅れ気味で、今後悪くなると予想する。
		輸送業（支店長）	・中国経済の失速、熊本地震、アベノミクス失敗との世界的評価などによる。
雇用 関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	民間職業紹介機関（所長）	・就職活動の時期が早まったので、採用活動を開始している中小企業が多い。前年、内定辞退が多かった様子で、今年度は、例年より若干採用人数を増やす企業が多く見受けられる。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・現実には、賃金ベースを底上げしても即戦力としての人材確保は厳しい。人材不足でも生産性向上が実現できる業界は景気も上向くが、人材不足で戦略の立たない業界は景気が落ち込み、総じて変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・引き続き正社員採用意欲の高い企業は多く、当面は派遣にて仕事を探す求職者が少ないと感じる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・基本的には停滞基調であるが、消費税増税前には需要を多少押し上げる側面を考慮すると、変わらない。
		職業安定所	・3月の有効求人倍率1.39倍、2月は1.38倍だったので、変わらないと判断した。
		職業安定所（職員）	・雇用労働者の賃金に変化が起きる気配は無い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数、採用担当者の動き等において景気に変化を与える情報は得られていない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・季節（夏需要）の工場系の求人が少なく、やや景気に不安を感じる。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期が過ぎ、正社員求人の減少が予想される。

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
	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	家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具が売れる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・熊本地震の影響で景気が低迷していたが、落ち着くことによってやや持ち直す。
		商店街（代表者）	・今が最低の状況なので、熊本地震が収束していけば、これから少しずつ上向いていく。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、母の日は花屋の売上は上がるが、熊本地震の後なので状況が分からない。客が増えるように努力していく。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新茶時期に入るので、今後3か月は来客数も増え売上は伸びる。ただ時期的な要因なので、今後の売上増加につながらない。
		スーパー（店長）	・熊本地震による需要が当地まで飛び火している。当地から救援物資及び資材等を送るので売上は良くなる。
		家電量販店（店員）	・昨年度は暖冬であったので物が売れなかったが、夏に気温が上がれば景気は良くなると予想する。家電に関しては反動がみられるので、冬場に客の財布のひもが固かった分、夏になると若干広がると考える。
		ドラッグストア（部長）	・熊本地震の復旧が進んでいけば、景気が良くなってくると期待したい。
		居酒屋（経営者）	・熊本地震の復興も進み、少しは観光客の戻りが見込める。
		観光型ホテル（専務）	・熊本地震が収まれば、避難者の受け入れや支援ツアーなどで、地域全体が今よりは忙しくなると予想する。
		旅行代理店（企画）	・徐々に上向きになると予測する。
		通信会社（企画担当）	・今年度事業の相談や公募が始まったが、予想よりやや数が多い。熊本地震関連の告知依頼が多いが、簡単なものは無償で対応している。今後、地震関連で見積依頼が増えることが予想される。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は熊本地震の影響も少なくなり、今よりは少し良くなる。春から夏に向かって美容業界はだんだん上がってくる。
		住宅販売会社（従業員）	・平成28年度ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業の一次公募が始まるため、一定数の販売量の増加が見込まれる。
	変わらない	商店街（代表者）	・卒業、入学、就職、転職、ゴールデンウィークでかなりの出費をしたため、客の財布のひもが固くなり、景気は良くなるらない。
		商店街（代表者）	・時期的な要因で、売上は伸びているが、熊本地震の影響で、客に暗い影を落とし、自粛するような雰囲気がある。また、余分なものに消費しようとしにくい。
		商店街（代表者）	・所得などの格差が報じられているが、日用食品、雑貨に関してあまり格差はない。少しでも安い物を買う傾向が目立っている。
		商店街（代表者）	・地方の商店街の客層は年齢は高く、収入は減少する一方、社会保障費や物価は値上がりしており消費意欲が高まる要素は何一つない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・そろそろウナギが動き出した。これから暑くなってくると動きがもっと活発になる。
		百貨店（営業担当）	・まだ底がみえないが、2～3か月後は少し改善するとみている。もう少し気候も良くなれば多少良くなってくる。
百貨店（売場担当）		・インバウンドは前年比100%となっている。客数は100%に近いが、売上は95.5%である。今までの傾向と一転し、売上減の影響は、客単価の下落ではなく、全体の数量が落ち込んだことが原因である。今月は、衣料品関係が少し悪いが、非食品の客単価が上がっている。	
百貨店（経営企画担当）		・消費税増税後から個人消費の回復には至っておらず、衣料品を中心としたアパレルが苦戦している。加えて、熊本地震による消費マインド低迷の影響を受け、九州経済は先行きが不透明である。ゴールデンウィーク以降の動向を注視していく。	
百貨店（マネージャー）		・熊本地震の影響は交通インフラ復旧に伴い、徐々に影響は薄れていくと想定される。一方、目新しいヒット商品も少なく、景気が好転する要素は乏しい。	

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（店長）	・熊本地震により観光業関連にかなり影響が出ており、なかなか景気は良くならない。
		スーパー（店長）	・引き続き食料品や身の回り品は堅調に動いているので、この状況は続いていく。
		スーパー（総務担当）	・客の1回当たりの購買金額もあまり上がっておらず、来店頻度、来客数の伸びも見込めない。
		スーパー（経理担当）	・売上は前年比増の傾向が続いているが、大きく変動しそうな要素は少ない。
		スーパー（統括者）	・今後の選挙及び消費税増税がどうなるのかで、景気の変化が左右されるのではないかと考える。
		コンビニ（経営者）	・客の動きから良くなる要因が全く見受けられない。熊本地震による飲料の特需はあったが特殊要因だ。
		コンビニ（エリア担当）	・気候の変化に伴い夏物の飲料、麺類の売上増に期待する。個々の販促に務め、自力で売上増を図りたい。
		衣料品専門店（店長）	・熊本地震の影響により消費マインドが低下するので、景気が悪い傾向は続く。
		衣料品専門店（店員）	・熊本地震により離れてしまったアジアからの観光客は、すぐには戻ってこないようなので景気回復は難しい。
		衣料品専門店（取締役）	・熊本地震も落ちついてきたので、3か月先は夏のセールに向けて購買意欲が盛んになってほしい。復興などの問題も山積みなので、景気面では良い材料がない。
		家電量販店（店員）	・今前半は店舗改装で非常に売上が良かった。ただし、中旬の熊本地震により、最初は懐中電灯や電池等の防災グッズが売れたが、派手に買物をするのを自粛するようなムードが出てきて、後半は良くなかった。トータルすると前年より少し良いか、同じくらいである。震災に伴う自粛ムードはなくなってほしい。開催まで100日を切ったりリオデジャネイロオリンピックの好影響を期待する。
		家電量販店（総務担当）	・競合他店をみても来客数減に直面しているようである。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車投入がなく、盛り上がり欠ける状態が続く。客の購買意欲が低く、イベントを開催しても受注台数が伸びない。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・今後2～3か月先は売上が落ちると予想する。ただし、客の様子から熊本地震以降、ちょっとした安心を求めている来客が多数見られる。他店が再開していないなかで当店は開店しているので、既存の取引先ではない新規の客が、当店を探し当てて来ているという状況である。今後の店への影響は未知数である。
		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底を打ち上昇局面に入ったようだ。微増なので、あまり影響はないが、上昇が続くと顧客の消費マインドが下がるので心配である。
		一般レストラン（スタッフ）	・当市では熊本地震の直接被害は少なかったが、影響が大きい。
		観光ホテル（総務）	・熊本地震が起きてから、地域の復興、自社の復旧作業を進めているところで、将来の景気については見通しが立たない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・熊本地震の影響がどの程度続くか分からない。
		タクシー運転手	・現在の忙しさは一時的なものであり、これが終わったらまた元の様子に戻るの、あまり動きは良くならない。
		ゴルフ場（従業員）	・予約が前年比2割減のペースで落ちている。熊本地震の影響で厳しい状態である。今後、全国的に九州を応援するような動きが出てきて、さらに政府からの補助金が支給されるなどの対策が出れば、少しずつ上向む方向にいুকかもしれない。秋頃の回復を待つ、経費節減に務めなければいけない。
		競馬場（職員）	・現時点で変化する要因が見当たらない。
		理容室（経営者）	・3～4月の転勤などで客が一度に減ったため、来客数が少なくなる。暑くなるので来店回数に期待したいが、少し厳しい状態である。
		美容室（経営者）	・熊本地震で、町中壊滅状態である。悪い状況が今後ずっと続く。
		美容室（店長）	・年金生活の客が多いため、特に景気が良いという話は出てこない。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
		<p>その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）</p> <p>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）</p> <p>設計事務所（所長）</p>	<p>・熊本地震の余震が続いており、2～3か月先も観光客が減少する。</p> <p>・介護報酬のマイナス改定影響とともに人材確保難が深刻であり、業績好転となる要素がみられない。</p> <p>・1年近く同じような案件の状態が続いているので、3か月後もほとんど変わらない。</p>
	やや悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>一般小売店〔青果〕（店長）</p> <p>一般小売店〔食料雑貨〕（店員）</p> <p>百貨店（総務担当）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>百貨店（販売促進担当）</p> <p>百貨店（業務担当）</p> <p>百貨店（営業統括）</p> <p>百貨店（店舗事業計画部）</p> <p>スーパー（店長）</p> <p>コンビニ（店長）</p> <p>コンビニ（エリア担当・店長）</p> <p>衣料品専門店（チーフ）</p> <p>住関連専門店（経営者）</p> <p>その他専門店〔書籍〕（代表）</p> <p>その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）</p> <p>その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）</p> <p>その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）</p> <p>その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）</p>	<p>・九州は当面、熊本地震の影響で消費者の購買意欲が減少する。</p> <p>・ゴールデンウィーク後は、明らかに悪くなる。</p> <p>・野菜、果物の需要が伸びていないなか、県外のものが中心になって相場が高くなることと、この暑さで需要が減ると予想される。厳しい時期に突入していく。</p> <p>・熊本地震で、比較的被害が少ない県北や県南では売上に大きな落ち込みはないものの、熊本市内、阿蘇地域の売上減少は長期間続くものと予想される。当社を含めた中小企業の震災被害による倒産件数が増加するのではと懸念される。</p> <p>・客数はほぼ前年を確保できているものの、飲食も含め客単価の下落が続いており、消費者の財布のひもは更に固くなる傾向がみられる。</p> <p>・熊本地震の影響で、客の不安感が増しているため、防災グッズや水、缶詰等、リュック型スポーツバッグへの関心が高く、販売量が増加している。また、お得な友の会秋コース募集は会員数・口数共に増加し、自社クレジット募集も15か月連続で目標達成した。買物への慎重さが増し、自家需要が強く、毎日使う器、和洋酒、紳士・婦人雑貨と特選ブランドは好調に推移しているが、紳士・婦人衣料は依然苦戦している。消費の二極化がより際立っている。</p> <p>・熊本地震影響もあるのか、客様購買意欲が低下している。来客数も減少傾向にある。</p> <p>・熊本地震の復興・復旧の動向にもよるが、生活インフラが整い生活が安定してくるまでは何とも言えない。商店街を含めた中心市街地の復興もしばらく時間がかかりそうだ。</p> <p>・熊本地震、サミット後に控えた選挙など不安定要素が多く、購買にマイナス影響が予想される。</p> <p>・足元の客の動向も不安定なうえ、インバウンドの急速な鈍化が影響しており、前年の同時期にインバウンドで大きく伸ばしていることを踏まえると大幅な苦戦が見込まれる。</p> <p>・5～6月は、熊本地震の影響により店舗の復旧工事、店舗周辺の民家の修復工事など、災害からの復旧期間となるので、厳しい状況となると懸念している。</p> <p>・熊本地震の影響で経済活動が停滞し始めている。</p> <p>・今から夏に向けて客は増えていくが、客単価はあまり変わらず、売上自体は前年並みに落ち着く。</p> <p>・熊本地震の影響により、九州全域で客の消費マインドは戻らないと予想する。</p> <p>・熊本地震後余震が続いており、ここ数か月、九州全体の景気は低迷する。</p> <p>・アベノミクスの失敗、各種値上による生活コストの上昇などから、景気が上向く要因がみえない。</p> <p>・熊本地震の影響が出る。</p> <p>・熊本地震による影響で観光客及び修学旅行の減少が見込まれるため、売上が増えないのが目に見える。</p> <p>・熊本地震の影響で消費マインドが低迷すると想定している。また、震災による生産の減少、交通機関のまひによって物流にも不安が残る。</p> <p>・熊本地震の影響がしばらくは継続し、インバウンドの売上が苦戦する。</p>

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（支配人）	・熊本地震の影響でゴールデンウィークなども厳しい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・熊本地震の直接的な被害はほとんどないが、九州全体に影響があり、予約の入りも悪く伸びがほとんどない。宴会は地震直後にキャンセルが相次いだ。今は落ち着き予約が入るようになってきた。
		都市型ホテル（販売担当）	・大きな国際的なコンベンションなども中止になっているので、今後の動きがみえない。
		都市型ホテル（副支配人）	・熊本地震の影響で、修学旅行、教育関係、あるいは展示会などイベントの中止や延期が続いているのため、半年ぐらいは厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・熊本地震の影響で、観光業の落ち込みがかなり厳しい。2～3か月先もキャンセルがかなり出ており、その影響が計り知れない。
		タクシー運転手	・熊本地震の影響でまだまだ人の動きが悪い。余震も続いており、かなりの影響がある。
		タクシー運転手	・当分の間、熊本地震の影響で景気が低迷するのは止むを得ない。
		通信会社（営業）	・夏に向けて人、物、金の動きが停滞する傾向にある。また、九州は熊本地震の影響で自粛ムードが出ている。
		競輪場（職員）	・グレードレースの売上の伸びが見込みづらく、業界全体の売上にも影響が及ぶ懸念がある。
		住宅販売会社（従業員）	・九州は熊本地震の復興に向けてボランティア、振興活動等をしているが、余震が収まらない。観光や交通関係ではゴールデンウィークの移動も制限され、売上が滞るので3か月後の景気は落ち込む。
		住宅販売会社（代表）	・住宅業界に関しては、消費税増税後悪い状態が続いている。成約率も増税前の3割程度下がっている。受注もかなり難しい状況であり、今後良くなることはなく、悪くなる。住宅に対する消費総額も徐々に下がっている。
	悪くなる	百貨店（営業担当）	・熊本地震の復興に時間がかかる。
		スーパー（経営者）	・熊本地震により収入や仕事がないため、全体的な先行き不安が起きている。
		衣料品専門店（店長）	・九州新幹線や高速道路の復旧で2～3か月後は少しは良くなる。
		衣料品専門店（総務担当）	・当地近くで熊本地震が発生したため、観光関連や修学旅行等のキャンセルが相次いでいる。当地で比較的堅調であった観光関連が今後悪化することが見込まれる。さらに当商店街では、駅前の商業施設との競合で苦戦しており、ますます悪くなると非常に心配している。
		高級レストラン（経営者）	・熊本地震の影響で予約状況はかなり悪い。ゴールデンウィーク明けの5～6月には、以前と比べると少なくなってきているものの企業の株主総会が入ってくるので、地震が収束して少しでも客が入店することを期待している。ただ、現状予約状況が悪いので、先行き不透明である。
		高級レストラン（専務）	・熊本地震の余震が続いているので人が動かない。今後どうなるのか見当もつかない状態で不安である。
		高級レストラン（社長）	・熊本地震の影響が大きい。
		一般レストラン（経営者）	・熊本地震の影響がしばらく続くと考えている。
スナック（経営者）	・熊本地震の影響及び駅周辺の大規模商業施設の開業により来客が分散し、今後の見通しは悪くなる。		
企業動向関連 (九州)	良くなる やや良くなる	-	-
	繊維工業（営業担当）	・国内生産に重点がおかれているため。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・今の時期としては珍しく客に活気があり、今後の仕事量は増えそうである。また、熊本地震から間もない時期ではあるが、復興の兆しもみられる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・当社は熊本地震の影響を受けたが、納入先のメーカーの動きが強いため、当社の機械の修繕が進み、従業員の出勤が通常に戻れば、熊本地震前の状態に戻ると考えられる。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・熊本地震の影響で、受注先から委託品の受注要求がきている。	

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	
		建設業（社員）	・ゴールデンウィーク明けに、公共工事の発注があることを期待する。弊社は民間工事が若干あるので社員や作業員は休ませずにすんでいるが、同業者のなかには作業員には休んでもらわないと大変だと聞く。官公庁の発注に大いに期待している。	
		輸送業（総務）	・インフラの整備、震災復興への期待も含めて景気は良くなると考えている。	
		経営コンサルタント（社員）	・引き続き客数が増えていく傾向にある。	
	変わらない		農林水産業（経営者）	・5月は例年ゴールデンウィークもあり期待できる。6月は暑いシーズンで一時的な消費の落ち込みはやむを得ないところであるが、7月以降の夏はビール商品に合わせた焼鳥などの引き合いが強くなると期待される。ただ今年は熊本地震の影響も少なからず出てくる。若干ではあったが物流問題もあり、4月の売上は少し減った。南九州を中心とした観光客のホテルキャンセルなどが痛手だ。早い復旧を望むところである。
			家具製造業（従業員）	・相変わらずホテル物件の需要はおう盛であるが、その他の商業施設などの出店計画は停滞気味である。
			出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・毎年の受注量の傾向により、変わらない。
			化学工業（総務担当）	・生産計画に変更がない。
			金属製品製造業（事業統括）	・大幅な景気刺激策が講じられなければ、民間の設備投資には至らない。
			一般機械器具製造業（経営者）	・九州地区の製造業が全体的にダウンしているのと同時に、主たる製造業である大手のメーカーが工場をストップすることによって、供給される材料及びそこに供給しなければならない部品がストップしている状態が続いている。熊本地震による復旧がいつになるのか、我々には予測できない。おそらく今の状態が続くので、対策を考えないといけない。
			建設業（経営者）	・客の動向は3か月先も変わらないと予測する。
			建設業（従業員）	・熊本地震の影響で色々な行事が縮小されたり、中止になったりして何らかの影響を受ける。また、消費税の増税に関連して設備投資の駆け込み需要があるかもしれない。
			輸送業（従業員）	・各荷主のからの情報では現状維持がなんとか精一杯という話も聞くので、これと言って大きく伸びる要素はない。
			通信業（職員）	・当面は、メガソーラー関連事業が好調のまま推移すると予測される。
			通信業（経理担当）	・収益が急上昇するわけではないが、しばらくは一定の好循環のなかで推移すると見込んでいる。
			金融業（営業担当）	・小売業、飲食業等一般消費者に直接かかわる業種の売上は低迷が続いている。今後改善する兆候は見当たらない。
			金融業（営業）	・設備投資を促す政策によって、若干の投資増加が見られる可能性もあるが、今のところ大きな動きにはなっていない。
			広告代理店（従業員）	・今年度最初の新聞折込受注金額は、前年同月比96.5%と前年度に続き5%近い受注減となった。特に熊本地震の影響で九州全体が影響を受けている。今後も熊本復興の道筋がみえるまで、受注件数に影響が出そうだ。消費行動が低調なうえ、震災により一段と景気の悪化が見込まれる。
			経営コンサルタント	・当分はこのような状態が続く。
			経営コンサルタント（代表取締役）	・現時点で熊本地震の影響がよくみえていないが、復興には困難が伴うと考える。震災による保険等がかなり制限されるので、数か月の間に元通りになるのはほんのわずかである。以前の状態にまで戻るためには数年を要する。
			経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子に変化はなく、自社の問い合わせ件数も増減がない。
			その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・熊本地震の影響を引きずる。復興予算がついても各個人に行き渡るまでには時間がかかる。これ以上大きな地震が起きないことを祈っている。
やや悪くなる		農林水産業（営業）	・早い段階での熊本地震からの復旧が望まれる。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今年の陶器市は前年と比べて前半は大変良かったが、通常取引となるとどうしても財布のひもが固くなる。それと同時に夏場を迎えるので、陶磁器産業としてはやや減少するのではないかと心配している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		鉄鋼業（経営者）	・受注量は以前より回復し販売価格も改善してきたが、熊本地震の影響で鉄筋加工業者の作業場にも支障が出て、作業が停止している工事現場も出てきた。今後、予定されていた建築物件の着工に影響が出ることは必至で、一時的には販売量減が懸念される。
		電気機械器具製造業（取締役）	・九州経済の立ち上がり次第で局面が変わることが大いにある。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・熊本地震の影響で取引先の生産が海外や他県へ移るため、仕入れ困難な状況が続く。
		輸送業（総務担当）	・熊本地震の影響で経済活動がダメージを受けている。生活必需品関係は回転率が高くなると予測されるが、一時的なものとする。消費税の増税を含めて今後の政策次第で局面が変わる。
		金融業（従業員）	・熊本地震の影響から復旧に伴う公共工事や設備の更新などの増加が見込まれる反面、宿泊施設のキャンセルの動きが出てきている。また、地元中小企業の復旧状況がどうなるかなど、先行き不透明感が広がってきている。
		金融業（従業員）	・小売業関係は、災害対策グッズの売上で良くなってきているが、今後3か月で落ち着いて、その後は特段良くなる材料が見つからない。個人の動きについては、給与面、ボーナス面でも良い材料がなく、もしくは今よりもボーナスが下がるかもしれないという状況が聞かれているので、やや悪くなる。
		金融業（得意先担当）	・当地域は熊本地震の震源地から離れていたこともあり、各社直接的に経営にダメージを与えるような大きな影響はなかった。しかし、他社の状況をみると、取引先が震源地近くの企業もかなり多く、今後かなり影響が出てくるのではないかと懸念する。現状よりやや悪化すると判断する。
		金融業（調査担当）	・熊本地震の影響が小売、飲食に現れると予想する。
		不動産業（従業員）	・熊本地震の影響でホテルのキャンセルが多く出ており、当面はマイナスの影響が続く。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・前年度は、地方創生事業関連で調査や計画等の予算が市町村にあったが、今年度はそれが当初想定していたものより少ない。コンサルタントなどの事業所は仕事が激減することが予想されるため、景気が悪くなると考えられる。
悪くなる		食料品製造業（経営者）	・熊本地震の影響で悪くなることは避けられない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・熊本地震の影響で操業形態に大きな変化が発生している。
雇用 関連 (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・1年を通じてゴールデンウィーク後から退職者補充、中途採用、派遣スタッフの更新欠員補充等での動きが出てくるため、今よりは良くなることを期待したい。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・契約のある企業と過去に取引のあった企業を訪問し、追加採用等がないか状況確認をするが、良い反応がない。新規注文も減っている。
		人材派遣会社（社員）	・熊本地震の復興状況に左右される。熊本を元気づけるため、当地での経済活性が必須という風潮になれば回復するかもしれない。
		人材派遣会社（社員）	・今後、人材ビジネス業界にとって大きな影響が出てくる労働派遣法改正と労働契約法の改正があるが、2～3か月先はまだ影響がないので変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当社調べによる求人広告の取扱件数は、これまでも前年を多少割り込んでいたが、3～4月は大幅に割り込んでいる。労働集約型の産業では人の採用が一段と厳しくなっており、あきらめ感が出てきている。
		職業安定所（職員）	・求職者減が続き、今後も新規求人増の傾向は変わらない。
		職業安定所（職業紹介）	・例年4～5月は、離職者による新規求職者の増加による一時的に有効求人倍率が低下するが、景気の動向に影響を及ぼすものではない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・採用活動時期の変更により、前年度の採用状況を踏まえ、各企業は順調に採用活動を行っている。
	やや悪くなる		人材派遣会社（社員）
人材派遣会社（社員）			・熊本地震からの復旧にまだ時間がかかりそうで、新規事業の開始や増員等の需要は見込み薄である。

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
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・熊本地震で海外からの観光客を含めホテルのキャンセルが相次いでいる。余震が長引けば影響も数か月続きそうだ。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・熊本地震の影響が出る。
		職業安定所（職員）	・熊本地震の影響で求人取消事例も散見され、運送業や卸売、小売業において今後影響が出始めると懸念される。
		職業安定所（職員）	・熊本地震の影響により、事業活動が可能か否かの差と、復興関係分野の需要及び生活関連分野の需要増と、それ以外の需要減となる分野の差により、やや悪くなると判断する。
		民間職業紹介機関（支店長）	・熊本地震の影響が出る。既契約分も履行できないであろうし、新規注文も減少するはずである。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・熊本地震の影響が出る。
悪くなる		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・熊本の経済全体が一度、底に落ちる。復興、復旧は進んでいくが、当初予定されていたイベントやゴールデンウィークの盛り上がりなどは皆無であり、景気は非常に冷え込む。

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	観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月後の客室稼働率は、前年同月実績を上回る見込みである。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・だんだん暑くなってくると品ぞろえが増え、来客数も増えることになり客単価が増加する。
		衣料品専門店（経営者）	・夏に向かって少しずつ良くなっていくとみている。
		通信会社（店長）	・値上げによる買い控えは続くと思われるが、6～7月は新商品の発売時期となり持ち直すと期待している。
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	・地域での競合店出店予定もないので、客数は前年並みで見込める。また、単価アップは続く予想されるので売上も同じように見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・国内外の観光客増はあるが、今後も大きな変化はないと感じられる。客数や購買力は安定するが、求人難による店舗の疲弊が懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・海外、特に南アジアからの観光客は、今後とも当分の間、安定すると判断する。県経済は安定して推移すると判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は、ここ数か月よりは全体的に良い感じがしており、街には観光客だけではなく地元の人も結構出てきているように感じられるが、景気としてはまだまだ様子見かとみられる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・特に変化する要因が見当たらない。
		旅行代理店（マネージャー）	・熊本地震の影響もあり、九州方面の旅行計画は中止する傾向にあるが、その他の地域に関する問い合わせはある。
		ゴルフ場（経営者）	・つい最近の熊本地震の影響が懸念される。
	やや悪くなる	一般小売店〔菓子〕	・熊本地震のため、観光などに対して消費マインドの落ち込みが予想される。
		百貨店（店舗企画）	・円高傾向にあることから、外国人観光客の動向が気になる。また、熊本地震で自粛傾向に陥る可能性もあり、先行き不透明である。
		住宅販売会社（代表取締役）	・熊本地震によって、現地の組み立て工場からの建築資材の配達の遅れが出始めている。また今後復旧作業が進むと沖縄県内での建築現場での人手不足のおそれがある。
		住宅販売会社（営業担当）	・熊本地震後の建築資材不足、県内人材不足による価格高騰が今後も続く予想される。
悪くなる		商店街（代表者）	・日本全体から見ると、部分的ではあるが、景気が良くなっているようではある。商店街の小企業、零細企業に関しては、来街者の中に観光客もたくさんいても、購入単価が減っている。大型店では買物をしているようであるが、小規模な店ではなかなか売れなくて、大変危機感を抱いている。

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
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・飛び込みの中華系観光客は相変わらず多いが、本土からの観光客の予約が減っている。労働集約型の飲食業は求人と労働環境を改善するためには、商品単価を上げることが必須であるが、現状は食べ放題や低価格イベントをやらないと集客ができていないのが現状である。一部の繁盛店はあるが、全体的にはかなり厳しい状況が続きそうである。
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)	・これから夏場に向けての季節要因として、清明祭、ゴールデンウィーク、バーベキューシーズン等々がある。
	変わらない	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・公共工事は着工が開始される予定でやや増、民間工事は横ばいの見込みである。
		建設業(経営者)	・客からの引き合い件数が思わしくない。
		輸送業(代表者)	・与那国の陸上自衛隊工事も峠を過ぎて、観光客でにぎわう宮古や八重山の大型ホテル等の工事は、まだ時間を要する見込みだが、公共・民間工事とも基調は安定している。
		広告代理店(営業担当)	・インバウンドが好調に推移するなかで、短期的な販促投資は期待できるが、中長期的な見通しは不明瞭である。一方、県内市場における高付加価値商材の売行きが少しずつ拡大傾向にあることから、健康食品、機能性商材メーカーの販促投資に期待する声が高まりつつあるように感じている。
悪くなる	会計事務所(所長)	・人員不足によって、新規物件があっても受注できないので、業績には影響しない。	
やや悪くなる	輸送業(営業)	・物流業界のみならず、人材不足が深刻化している。各分野での取扱物量や新規業務があっても、それを受ける人材がいらない。また、既存従業員を確保するための人件費増も想定される。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・求人依頼が既存ユーザーからは追加であるものの、新規依頼の数が伸びない。全体が少し停滞気味と感じる。
		人材派遣会社(総務担当)	・県内で好調な観光関連業種も相変わらず人手不足とのことで、求人問い合わせが多いが対応できないとお断りしている。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求人数が減少する。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	・しばらくは、現状が続くとみられる。
		学校〔大学〕(就職担当)	・大学新卒採用情報が3月に解禁となり、最初の動き出しが始まっているが、求人数を見る感じでは特段、景気の向上を実感させるほどの変化はないように見受けられる。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社 (編集室)	・3～4月で新シーズンや大型連休の採用を行って、いったんは落ち着く。また、大型連休明けの5月中旬に6～7月のオンシーズンに備え、求人を出す企業が増えると思われる。
悪くなる	-	-	