

11. 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)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・今後についても、外国人観光客や大都市圏との行き来をずる国内客が増え続けることが見込まれ、それに伴い当施設の消費も増えてくることが見込まれる。特に好調な中国人観光客や韓国便の増便が大きく寄与する。
		商店街（代表者）	・外国人観光客が堅調に推移している。国内旅行者が少ないせいも、特に姿が目立っている。外国人観光客による購買も大型店、小型店共堅調なことから、今後の景気はやや良くなる。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・年始を北海道で過ごしたいというアジアからの観光客が多く、1月の売上の60%が外国人観光客によるものであった。全体の売上は前年比114%、前々年比120%と好調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・今年は春節の日程が2月後半となっているため、冬場の恒例イベント以降から外国人観光客が増えてくることが期待できる。それに伴い、当店の来客数、購買客数も前年を上回ることが見込めるため、2月以降の景気は好転することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・今年は雪が多いことから、来客数が減少しているものの、客単価が上昇していることから、今後、雪解けが進むとともに来客数が回復することになり、売上も増加することが期待できる。
		コンビニ（店長）	・来客数、客単価が上向いてきている。主食系の商材の販売量も伸びてきているため、今後の景気はやや良くなることが期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・就活スーツが活発に動いていることから、今後については前年以上の需要が見込める。
		家電量販店（経営者）	・平昌オリンピック開催の影響により、テレビ関連での売上増が見込まれる。また、法人の年度末需要が見込まれることもプラスである。
		乗用車販売店（経営者）	・他社の状況も含めて、新型車効果が相乗効果につながっている。今後、春にかけては増販期も重なることから、弱含みながらも上向きに転じることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算手当が前年並み又は前年を上回って支給される見込みであり、旅行や電化製品の購入などを予定する従業員がみられるなど、先行きに明るさを感じられる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・2月は冬場の恒例イベントや春節での集客が好調に推移することが見込まれる。3月以降も、冬季スポーツイベント、プロ野球の開幕、コンサートなどに伴う需要が見込まれ、プラス傾向で推移する。
		旅行代理店（従業員）	・建設業界を中心に景気が上向いているとの話を客から聞く機会が増えている。
		通信会社（社員）	・繁忙期に入るため、若干は景気が上向くことになる。
		通信会社（企画担当）	・都市部を中心に、自社の映像系サービスに対する注目度が高く、引き合いも増えているため、今後の収益の増加が期待できる。
		観光名所（従業員）	・これまでの団体ツアー客中心の利用から、個人や少人数での利用が中心になってきており、外国人観光客の旅行スタイルが変化してきていることがうかがえる。利用人数に変化がなくても、個人客の利用が中心となることで客単価のアップが期待できるほか、滞在時間の自由度が増すことで飲食や物販での波及効果も望める。
	美容室（経営者）	・例年、冬季は売上の落ち込みが大きくなるが、今年はそれほど落ち込み幅が大きいいため、春以降は今よりも景気が良くなる。	
	商店街（代表者）	・消費税増税や年金支給開始年齢の引上げなどのマイナス要因ばかりであり、景気にプラスとなるような要因が見当たらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・1月は厳しい寒さが影響して今一つであったが、これまでの客の様子から、今後については堅調に推移する。
		商店街（代表者）	・地元客の消費動向はほぼ例年並みで推移すると見込まれるため、全体的には現在のやや悪い状況が今後も続く。ただ、2～3年前の春先から少人数で来街する英語圏の外国人観光客が目につくようになっており、これらの外国人観光客の動向によっては、運輸、交通、ホテル、お土産品などの景気がやや良くなる可能性もある。
		商店街（代表者）	・オフシーズンのため、今後も変わらないまま推移する。
		商店街（代表者）	・今後の景気は良くも悪くも低位で安定して推移するとみられる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・好材料も悪材料も見当たらないため、この先何か月間かは一進一退の状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・これまで好調に推移してきたが、外国人観光客以外の国内客の買上動向は楽観できないままである。また、前年の1月から始まった外国人観光客の回復傾向が一巡することになるため、今後はさほど大きな伸びを期待できない。実際に1月の売上はぎりぎり前年並みをキープできるかどうかという状況である。
		百貨店（担当者）	・客の動向は天候に左右されやすいため、しばらくは消費へのマイナスの影響が続く。
		百貨店（営業販促担当）	・衣料品が底を打った感はあるが、現在好調な高額品が不安定に推移することを懸念している。広告などに「NEW」や「限定品」などの言葉を効果的に組み入れていかない限り、景気が上向くことは期待できない。
		スーパー（店長）	・市内各店共、厳しい経営環境にあることから、今後も厳しい状況は変わらない。
		スーパー（店長）	・新生活需要による目的買いが期待できるが、全体的な景気は変わらないまま推移する。
		スーパー（店長）	・大きな変動要因が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・ここ最近は物価が高くなっていることもあり、客が財布のひもを締めている。12月にお金を使いすぎたのか、1月に入ってからには本当に必要なものしか買わない客が多く、今後も景気は厳しいまま変わらない。
		スーパー（企画担当）	・燃料価格の上昇、野菜の相場高が進むなか、消費者の生活防衛意識の高まりから店頭販売価格の引下げ圧力が高まっており、今後の消費環境の好転は望みにくい。
		スーパー（役員）	・天候が良くなることで景気が上向きになることを期待しているが、地方では少子高齢化や可処分所得の減少が進むなか、他社との競争環境がますます厳しくなっており、今後の景気については不安の方が大きい。
		コンビニ（エリア担当）	・高単価商材の動きが良いことから、消費マインドは上向きに見えるが、そもそも店舗が飽和状態にあり、来客数の減少に歯止めが掛からないことから、売上が大きく回復することまでは見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	・変わる要素がないため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・周辺の人口減少が続いており、それに伴い来客数も減少傾向で推移しているため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（店員）	・客が必要な家電以外をみていかないことから、今後も景気は変わらない。平昌オリンピック需要に期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・1月は春先需要の先駆けとなる月であり、周りの店舗の状況も悪くなかったことから、2～3月はもう少し良くなると期待できる。急激に売上が増加することまでは考えにくい。悪くなることはない。
		自動車備品販売店（店長）	・車検を含めた車両メンテナンスについては前年超えを見込めそうだが、その分車両の買換えが進んでおらず、今後も景気は変わらないまま推移する。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・北海道の低迷する景気はなかなか変化しそうにない。病院やインターネット販売に需要が取られていることから、今後も厳しいまま変わらない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・生活必需品などの値上がりが続いており、し好品の客離れが進んでいることから、今後も厳しいまま変わらない。

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
		高級レストラン（経営者）	・本州などで過去に例がないほどの悪天候となっていることで、野菜などの価格高騰が懸念される。また、北海道では暖房費などもかさんでおり、家計がどんどん圧迫されている。一般市民の消費動向は弱くなる一方で、飲食業の売上も落ち込み始めている。人件費や光熱費、原材料費の上昇もあり、苦しい経営環境は春まで続くことになる。
		旅行代理店（従業員）	・3～4月になると流水観光も終了し、花観光までの過渡期となるため、観光需要が余り見込めない。特に4月は観光、ビジネス共、1年で最も動きの少ない月であるため、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況が前年よりも低調なため、今後の景気は厳しいまま変わらない。
		タクシー運転手	・雪のある時期はタクシーの利用が増えるため、3月までは1月と同じように推移するが、4月以降は雪がなくなるため、タクシーの利用が減ることになる。
		タクシー運転手	・乗務員不足が深刻である。今後については日中の稼働の良さで収入は補われるとみているが、余り期待できない状態にある。
		タクシー運転手	・平昌オリンピックが行われ、日本選手の活躍で活気が出るとみられるが、一時的な効果である。
		タクシー運転手	・前年から全体的に動きが悪くなっている。年が明けてからも景気回復の兆しがみえないことから、今後も現状のままで推移する。むしろ悪化することを懸念している。
		観光名所（職員）	・当施設の利用客については引き続き順調に伸びている。外国人観光客の増加によるところが大きいと、当面は堅調に推移すると期待している。
		美容室（経営者）	・これから春に向かうなかで、多少は売上が増えてくるとみているが、前年を上回る売上までは期待できない。
		美容室（経営者）	・現在の景気回復から、地方だけが置き去りにされていることから、今後も景気は変わらない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・前年後半からの天候不順が今後も続くともみられるため、今後も景気は厳しいまま変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・株式市場が踊り場にきているとみられること、金利が下げ止まってきていることなどから、今後も現在の状況が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・1～3月までの期間は引越シーズンであり、分譲マンション業界においては比較的販売量の伸びる時期である。そのため、この時期のデベロッパーの業績は底堅いが、一層の上乗せを期待できるような特殊要因もないため、景気は変わらないまま推移する。
		百貨店（役員）	・売場における最近の客の言動から、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・寒い日が続いていることで、客が買物に出掛ける機会が減少しており、今後についても消費が落ち込むことを懸念している。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が落ち込んでいることに加えて、客単価も非常に低下していることから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・今年1年、これといった好材料がないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・地元客中心の店では大都市圏のような景気回復は感じにくい。努力を重ねた上で前年並みの売上をキープするのが精一杯である。
		観光型ホテル（役員）	・実質賃金が伸びていない一方で、物価が上昇していることから、旅行などへの支出抑制が懸念される。また、平昌オリンピック開催に伴う出控えも影響することになる。さらに、北朝鮮問題の長期化や日韓関係の悪化による影響も懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・前年と比較して問合せ件数が少ないため、今後の景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・年末の繁忙期の売上増加を期待していたが、前年から微減であったことから、今後も厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・予約や問合せの件数が前年と比較して減少しているため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	高級レストラン（スタッフ）	・天候不順が収まらず、様々な商材で値上げの動きがみえ始めているため、今後の景気は悪くなる。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (北海道)		建設業（経営者）	・土木工事についてはゼロ国債工事、翌債工事などが2～3月にかけて発注、契約となり、4月中旬以降の工事着手を前にした準備作業が始まることになる。建築工事については融雪後の着工を予定する民間工事の引き合いが出てくる。
		建設業（役員）	・受注着工済みの次年度繰越工事に加えて、2～3月にかけて着工予定の民間建築工事や公共土木工事の新規受注が決定している。次年度のスタートとともに、フル稼働状態が見込まれるため、景気が上向くことが期待できる。
		輸送業（支店長）	・現在が底とみており、春先需要から国内外の輸送量が増えてくることが見込める。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・予測数値も回復傾向に転じ始めており、新年度からの政策などを機に市場が活況になるとみられる。
		食料品製造業（従業員）	・今年度内は現状の傾向が続く。
		家具製造業（経営者）	・外的な環境は比較的落ち着いており、景気に大きな変動はないとみられる。しかし、地方都市の市況悪化に歯止めが掛かっておらず、総体的には現状維持の状態が続く。
		建設業（従業員）	・東京オリンピックが開かれる2020年の直前まで、建設資材や労務者不足が解消されず、建設単価の高止まりが継続することになる。
		通信業（営業担当）	・景況感としてはやや良い状況が継続しているが、今後、景気が更に上向くような要素は見当たらないため、このまま横ばいで推移する。
		金融業（従業員）	・灯油価格の上昇による個人消費への影響が懸念されるものの、外国人観光客による消費や民間設備投資の増加が見込まれることから、道内景気は3か月前と変わらない水準を維持する。
		司法書士	・不動産及び建物建築の動向については4月以降に本格的な活動時期に入るとみられるが、3月までは低調な状態が続く。
		司法書士	・景気回復に結び付くような政策が見当たらない。東京の一極集中は東京オリンピックまで継続するとみられるが、地方の景気が回復するには国の強力な財政政策などが必要であるため、当面景気に変化はないまま推移する。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・災害復旧に伴う工事が継続されており、当面は現状を維持する。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・前々年の台風災害からの復旧工事が堅調なことで、受注量が前年を上回って推移しているが、4月以降は前年並みで推移することが見込まれる。
	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・台風災害からの復旧需要がなくなれば、相応の建設需要が減少することになるため、今後についてはやや悪くなる。	
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前々年の台風被害からの復旧工事が順調に進んでいる。また、前年の農業の産出額が過去最高であったことから、農業関連の従事者の消費意欲が上向くと期待できることなどから、今後の雇用環境はやや良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・ホテルや土産店、旅行代理店、家電量販店の採用担当者から、売上が前年度よりもアップしていると聞いている。今後も個人消費は少しずつではあるが、伸びるとみられるため、今後の雇用環境もやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・販売系の企業では春商戦の準備に入ることから人材の調達意欲が高まり、派遣のニーズが高まることになる。中途採用のニーズも現状維持で推移することになる。業績が好調な企業においては新年度以降の業績拡大を見込み、営業職を中心に求人ニーズが高まることになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員求人への応募者の多くは、在職中の転職希望者であることから、労働市場は既に飽和状態となっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・観光客の増加がサービス業や個人消費を押し上げる可能性があるが、募集の増加に直結することまでは見込めない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求職者数が前年を下回り、月間有効求職人数が前年を上回る傾向が今後も続く。

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
		職業安定所（職員）	・中小企業においても正社員求人への転換が始まるなど、求人条件の見直しの動きがみられる。新規卒者の入社時期を間近に控え、欠員の穴埋めや増員のための人材確保が重要な時期となっている。また、そのことを大きな課題として捉える企業も増えている。
		職業安定所（職員）	・12月の有効求人倍率が2か月連続で前年を上回るなど、業種によっては人手不足の状況が深刻化している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・アルバイト、パートの求人数の減少が続いている。好調を維持してきた正社員の求人数も伸びが鈍化しつつあることから、今後についてはやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・天候不良に伴う野菜の価格高騰、燃料の価格高騰による購買力低下の影響が懸念される。
	x	-	-

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)		コンビニ（店長）	・この先は雪がなくなって足元が良くなるため、徐々に来客数も戻ってくる。競合店が増えて売上の前年割れが続いているものの、除雪費用の支払も終わるため、厳冬期よりはましになる。
		住関連専門店（経営者）	・この先は年度末を控えており、納品物件が多くなる。そのため、販売量、売上共に増加する見込みである。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・現状で前年を上回っているため、この先の繁忙期に向けて、更に物件が多くなると見込んでいる。
		商店街（代表者）	・客単価アップの傾向が続いている。また、アジアからの旅行者が増えているため、飲食を中心に、前年比が伸びるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3か月後には寒波や大雪の影響はなくなるため、現在の株価の好調が続けば、売上が落ち着き景気も良くなるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・必要なもの以外に対する購買意欲がそう簡単に高まるとは考えにくい。この先は、卒業、入学シーズンに入るため、多少なりとも動きがあるとみている。
		百貨店（買付担当）	・今月はクリアランス期間の売上が厳しく、寒波により来客数が減少するなど状況が良くなかった。そのため、この先は気温の上昇や定価品の入荷により、逆に購買意欲が高まってくるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・春物の動きが本格的に良くなるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・現在の状況からみても、この先の就職活動や卒業、入学のマーケットは順調に動く。少子化などにより年々パイは縮小しているものの、景気は悪くなく単価も落ちていないため、商況は少し良くなるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・雪解けと同時に本格的な需要期を迎えるため、期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車メーカーの不正検査問題によるリコールの影響が大分落ち着いている。この先は新型車の販売もあるため、景気は少し上向きになるとみている。
		乗用車販売店（本部）	・先進的装備やサポカー認定が既存車に搭載されたことにより、その恩恵が徐々に始まっている。
		乗用車販売店（店長）	・3月は決算月のため、販売量が増加する見通しである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年春の改装から来客数の増加傾向は続いており、今後も継続するとみている。
		一般レストラン（経営者）	・年明けからの天候不順により延期された会合などは、翌月の予約に回っている。さらに、これからは歓送迎会シーズンとなるため、世の中の動きが活発化し、今よりは景気が良くなるとみている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・1～2月という厳冬の期間を過ぎて、3月は入学卒業や転職の時期となる。そのため、ホテルとしては、歓送迎会やお祝いなどの入込によりにぎわう見込みである。	
	旅行代理店（店長）	・国内、海外旅行共に、2月以降の個人予約が顕著に伸びてきている。また、団体旅行の問合せも増えてきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・今後の新規路線就航の予定や客の予約状況から、冬から春にかけての旅行需要は増加すると見込まれる。大雪の影響はあるものの、今後は回復基調に向かうとみている。
		通信会社（営業担当）	・4月は新社会人、卒業、新入学などの消費を見込んでいる。賃上げも予定されているため、消費動向はやや上向きになるのではないかと。また、平昌オリンピックが開催されるため、世界経済もやや良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・天候も良くなり雪解けが進むため、客の動きが活発になるとみている。また、3月上旬には加入促進のための特典付き大イベントも予定しているため、新規の加入者の申込み増加も期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新店舗や新工場など、新しい動きが目立ってきている。
		住宅販売会社（経営者）	・農地、山林の買い付け及び風力発電用地のリクエストが多い。また、今後は長期での不動産仲介及び一部工事受注も期待できる。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・寒波の影響により水道や給湯器が凍結するなど、緊急の工事が増えると見込まれる。
		商店街（代表者）	・寒さが余り長引かずに、来客数が回復することを期待しているが、春物商戦に対する様子見の状況も散見されている。
		商店街（代表者）	・商店街に駐車場が増えている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・株価の動きや政府の政策によっては、家計の動きにも大いに影響があるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気自体は悪くなく、客の動きも堅調である。天候が悪いと来客数は減少気味となるが、新規客も増えており、この先は現在の状況を維持できるとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・現在の商品構成では、新しい売上につながらない。魅力的な商品をどのように客にアピールできるかを模索している。
		百貨店（企画担当）	・売上の推移からは、個人消費に大きな変動はみられていない。そのため、今後の景気動向も変わらないとみている。
		百貨店（営業担当）	・特に大きな変化はなく、景気は引き続き堅調に推移するものとみている。ただし、前年秋頃から回復基調が続いている婦人服の春物、初夏物の動き次第では、景気が上向くことも期待できる。
		百貨店（営業担当）	・景気が大きく変化する要因は見当たらないため、しばらく同じような状況が続くとみている。ただし、この先は春に向けて入学、卒業、新生活のシーズンとなるため、多少でも上向くことに期待している。
		百貨店（経営者）	・少しずつ、消費者の別チャネルへの移行がみられている。新しいモノ、コトの提案を強化していく必要がある。
		スーパー（経営者）	・今後も生鮮品の価格はやや高めで推移するとみている。生活防衛のために生鮮品の代替商品の需要増が続き、購入点数は前月同様やや良い状況で推移するのではないかと。また、来客数の増加をこの先も続けて望むことはできないが、株価高が末端消費にも直接好影響を与えてくれることも期待したい。ただし、景気の動き自体は余り変化がないとみている。
		スーパー（店長）	・客は特売日に特価品のみを買い求め、通常価格のときは見向きもしない。また、競合店が増えたことで買い回りの動きもみられている。このような傾向は今後も続くとみている。
		スーパー（店長）	・野菜類の価格高騰はしばらく続く見込みである。また、野菜以外の旬の食材、魚、果物も例年より高い状況であり、前年の売上を確保するのがやっとといった状況が続くのではないかと。
		スーパー（店長）	・商圏や客層に変化はない。ただし、客の節約志向は高まっており、必要のない商品は買わないという傾向は続くとみている。
		スーパー（総務担当）	・石油製品の値上げにより単価は上昇するが、客の買い方もシビアになっているため、全体的な動きに変化はないとみている。
		コンビニ（経営者）	・たばこ関係の商品は以前から低調に推移しているものの、それ以外の客単価や購入点数は横ばいのため、このまま推移するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・先行きの景気が大きく変動するような環境要因がない。

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
		コンビニ（エリア担当）	・東北地方はまだ地震の影響が残っているが、国や自治体からの支援の減少もあり、購買意欲は低下している。この現象は今後も続くともっており、関東以南に比べて景気上昇は当分見込めないのではないか。
		衣料品専門店（経営者）	・公立高校の入試が始まっており、当社からの制服購入に期待している。ただし、立地的な不利が否めないため、サービス品などで解消することとしている。
		衣料品専門店（店長）	・入学、卒業、出張、セレモニーなどのオケーション需要は安定しているものの、カジュアル衣料のニーズは気候に左右されることが多いため、春物商材の立ち上がりが見みにくい。
		衣料品専門店（店長）	・暖かくなることで来客数も回復するとみている。ただし、人口が減少しているため、大幅に売上が伸びるとは考えにくい。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気が良くなるような要因が全く見当たらない。野菜などの価格高騰により、趣味、嗜好品の購入は控えられるとみている。
		家電量販店（店長）	・少子高齢化の影響により、客層は高齢化し来客数も伸びていない。売上が増加するような要因はないが、単価が上昇傾向にあるため、この先も売上が前年を大きく下回ることはないともみている。
		家電量販店（従業員）	・直近の来客数が減少傾向にあるため、今後も変わらないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・依然として客の様子は変わらない。この先も急に変化するとは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・この先の需要の落ち込みを防ぐためにも、客の要望にこたえて商品構成の充実を図り、売上の増加につなげていきたい。小さな店なので、できる範囲内でやる予定である。
		住関連専門店（経営者）	・2～3か月先において、景気が好転するような材料は見当たらないため、現状維持で推移するとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・来客数は増加しているものの、客単価は減少している。このような状況はしばらく続くともみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・この先2～3月は気温が低めに動く見通しのため、暖房用の燃料も順調に推移するとみている。
		一般レストラン（経営者）	・特に変化はないともみているが、為替や株式市場の動向次第ではないか。
		一般レストラン（経営者）	・団体予約が多少減少しているが、極端に落ち込むという雰囲気ではないものの、この予約状況からは低空飛行が続く見込みである。
		観光型ホテル（経営者）	・この先に大きなイベントや大会などはなく、先々の予約状況からみても、景気が良くなる見通しはない。
		観光型旅館（スタッフ）	・天候次第のため、先行きの動きは読めない。集客が望めなければ、それに見合う単価と企画を販売していく予定である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況から、ほぼ前年並みに推移するとみている。
		旅行代理店（経営者）	・平昌オリンピックが開催されるが、限定的な売上に終わっている。旅行業界においては、相変わらず目新しいものがないため、このまま景気は変わらないのではないか。この先は目玉商品や企画で勝負していかなければならない。
		通信会社（営業担当）	・景気に影響をもたらすような要因に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・地方では景気回復の実感はなく、新サービスが売れない。
		テーマパーク（職員）	・予算に対して、売上、客単価が伸びていない。
		観光名所（職員）	・県をあげてのインバウンド誘致が進んでおり、今後もインバウンド客は増える見込みである。実際に予約も順調であるが、土産などを良く購入してくれる日本人客が横ばいであるため、なかなか明るい兆しはみえていない。
		遊園地（経営者）	・新しいアトラクションの導入効果を期待しているが、石油価格の高騰や、賃上げの動向など予断を許さない状況にある。
		競艇場（職員）	・1月はそこそこの売上増加を見込んでいるが、それ以降は減少していくともみている。今後も集客イベントを計画しないと、売上の増加は期待できない。
		美容室（経営者）	・来客数、客単価共に前年比5～10%の減少が続いている。この流れはしばらく続くともみている。

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	
		美容室（経営者）	・周囲の会社も少なくなっている。この先の景気が良くなる とは考えにくい。	
		商店街（代表者）	・経営者の高齢化による廃業など、空き店舗にシャッターが 降りている状況は、商店街の集客力に影響を及ぼすため、景 気が下降することを懸念している。	
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・明らかに客は節約をしており、余裕がない状態である。さ らに、ここにきて灯油やガソリンなど燃料価格が上昇する可 能性がある。消費者の生活に余裕が生まれる状況ではない。	
		百貨店（売場主任）	・中間客層の価格に対するシビアな購買姿勢は一層際立っ てきている。これを購入に結び付けるだけの動機付けは容易で はない。	
		スーパー（営業担当）	・スーパーマーケット、ドラッグストアの出店競争が続いて いる。今後も営業エリア内に競合店の出店が予定されてお り、現状では前期実績を上回することは不可能である。	
		スーパー（営業担当）	・これから先、来客数の減少が売上の減少要因となる可能性 がある。	
		コンビニ（経営者）	・売上もさることながら、人件費の高騰で経費が掛かるた め、今後は利益の確保が大変である。	
		コンビニ（エリア担 当）	・競合店の出店など、外的環境は今後更に悪化する見込みで ある。	
		衣料品専門店（経営 者）	・現在は天候に助けられて実需的な防寒アイテムがよく売れ ている。しかし、2月からは春物商材に切り替わるが、この 寒さは当分続く見込みのため、暖くなるまでは厳しいとみ ている。	
		乗用車販売店（経営 者）	・市場の縮小傾向に歯止めがかからない。また、商品が様変 わりしており、客の動向が読みにくくなっている。	
		その他専門店〔酒〕 （経営者）	・この先、販売量が好転するような要因に乏しく、異動シー ズンの動きにも大きな期待はできない。今後は、地元以外へ 販売するなど対応策を講じる予定である。	
		その他専門店〔食品〕 （経営者）	・地元では、雪解けを待って経済活動が活発化する傾向にあ るため、4月後半までは我慢の時期である。	
		その他専門店〔ガソリ ンスタンド〕（営業担 当）	・今月は天候要因により伸びているが、それ以外に景気が良 くなるような要因に乏しい。	
		一般レストラン（経営 者）	・野菜、カニ、鍋の材料の値上がり感が激しく、この先の景気 に影響を及ぼし、不安定になるのではないかとみている。	
		一般レストラン（経営 者）	・客の会話からは余り良い話を聞かないことから、飲食店へ の影響も少なからずあるのではないかとみている。	
		観光型旅館（経営者）	・予約の動きが例年よりも鈍い。先行きの景気に対する安心 感はなく、上向いているという気配もみられない。	
		都市型ホテル（スタッ フ）	・例年より寒い冬の影響なのか、宿泊、レストランといった 個人を対象とした部門の来客数及び売上が減少気味であり、 前年同時期を下回っている。また、先々の予約状況も厳し い。	
		通信会社（営業担当）	・景気が改善する兆しはなく、むしろやや悪くなるとみてい る。	
		×	商店街（代表者）	・最近の来客数や予約状況を見ると、前年12月から完全に消 費が止まっている。また春にかけても良くなる要素が見当た らない。
		×	スーパー（経営者）	・物価そのものが上昇しているにもかかわらず、可処分所得 が減少しており、消費者のマインドが冷え切っている。
	×	スーパー（店長）	・前月と3週間前の前年比を比較すると、更に数値が下がっ ているため、この先も期待できない。	
	×	コンビニ（店長）	・小売店全体的に数字が悪くなっている。これは通信販売の 普及が急速に進んでいることによるものではないか。この傾 向はしばらく続くとみており、景気は徐々に悪くなっていく とみている。	
	×	高級レストラン（経営 者）	・株価も高く日本経済としては良くなっているのだろうが、 地方の景気が良くなるような要素はなく、この先も動きはな いとみている。	
	×	観光型ホテル（スタッ フ）	・3月の予約数が例年に比べて悪く、前年割れは必至の状況 である。	
企業 動向 関連 (東北)		出版・印刷・同関連産 業（経営者）	・この先は、年度末及び年度初めの需要を見込んでいる。	
		金属製品製造業（経営 者）	・取引先では、新製品の開発が活発である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（従業員）	・年度末や年度またぎで発注される公共事業受注への期待値を見込むと、2～3か月後の景気はやや回復すると見込んでいる。
		金融業（広報担当）	・有効求人倍率は集計以来の最高水準を維持している。年度末に向けて建築土木業における公共工事請負の増加も見込まれており、雇用環境は引き続き厳しいものになるとみている。
		広告代理店（経営者）	・現在は得意先の受注量、発注量共に動きが鈍いものの、新年に入り、取引先の多くの経営層からは前向きな発言が多いので、期待している。
		食料品製造業（経営者）	・土産を購入するような旅行者や出張者が特に増える様子がないため、売上に変化はないとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・販売量を増加させるため、キャンペーンや新商品の導入を行う予定ではあるが、早々に効果を得られるものではないため、当面は厳しい状況に変わりないとみている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・公共工事や震災復興工事の減少に加え、寒波や大雪の影響で出荷量が減少している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・人手不足もあり、当面この状況は変わらないとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・業界の新製品開発の見通しや、設備投資計画及び競争相手の開発状況から、現状の良い状態がこのまま継続するとみている。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、年度内は現状のままで推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・物流が減少するような要素もないため、現状維持が続くとみている。
		通信業（営業担当）	・客の反応をよく分析することも必要だが、採算性も考慮しながら無理なものは無理と、ある程度の割り切りも必要である。
		通信業（営業担当）	・生活消費財の減税や、高速道路利用料金の減額など、具体的に消費者が外出してお金を使う場面を作らなくては消費が増えない。よってこのままでは経済景気は向上しないとみている。
		金融業（営業担当）	・この先特に大きな変化要因はない。
		広告業協会（役員）	・今後2～3か月は大型のイベントもなく、プラス材料は見当たらない。3月に年度末による特別出稿に期待はあるが、前年並みの見込みである。
		広告代理店（経営者）	・地方都市では明るい材料がない。地方の冷え込みは想像以上である。
		経営コンサルタント	・今年の冬は雪が多いため、経済活動への悪影響を懸念している。
		公認会計士	・小売業、サービス業は苦戦が続くが、建設関係が好調で全体の景気を押し上げている。この傾向は今少し続くとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・当月だけみると厳しい状況ではあるが、春先に向けての商談自体は従来のペースを保っているため、この先の状況も余り大きな変化はないとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・年度末の需要は3月まで続くため、このまま良い状態が継続するとみている。
		金属工業協同組合（職員）	・見積案件は多いものの、人、設備、単価、納期の関係、特に従業員の離職などによる人手不足により、対応できない状態が続いている。このままでは、事業縮小を余儀なくされる事態にもなりかねない。
		農林水産業（従業者）	・前年は、果物全般が8月と10月の悪天候により品質が低下したため、販売単価が例年の2割ほど安い。
		農林水産業（従業者）	・大雪の悪影響により、春先の作業が遅延することを懸念している。
		繊維工業（経営者）	・天候不順の他にも問題があるのか、しばらくは販売店の売上が悪くなるとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・マイナス金利の影響により金融業の経費節減の傾向が続いている。そのため、金融関係の印刷の仕事が減少していくとみている。
		司法書士	・不動産取引件数が減少している。低価格帯のものについては引き合いが多いので一定の需要はあると見込まれるが、全体としては減少傾向である。

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
	x	木材木製品製造業（経営者）	・円安の進行が止まらず、コスト高は更に進むとみている。業界では体力の少ない所から淘汰が進み始めるのではないが。
	x	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・景気の悪さに加えて、東日本大震災の影響がまだ尾を引いている。このような状況は今後も続くともみている。
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・中小企業の活発な採用活動による求人数の推移や、順調な求職者の登録から、先行きの景気は良くなると見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・米系ビジネスプロセスアウトソーシング企業への人材紹介は、この先1年間を見込んでいる。そのため、このペースで採用を決めることができれば、2～3か月先の景気を支えるともみている。
		人材派遣会社（社員）	・新年度体制への移行時期であり、求職者の動きが活発になると見込まれる。また、無期労働契約への転換に向けた各社の動きや、求職者の動向に注視していきたい。
		人材派遣会社（社員）	・業界的に、今年は雇用形態に大きな変更が発生する見込みである。
		アウトソーシング企業（社員）	・全体の発注量も増えており、この先も順調に推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・温泉旅館などにおいて新規求人数の減少がみられるものの、製造業は前年比プラスで推移している。特に自動車関連、半導体デバイスなどの増加率が高く、他の多くの業種においても求人が充足されていない様子である。また、事業所を訪問した際の感触においても、人手不足感は強いものの、景況感はおおむね良好である。
		民間職業紹介機関（職員）	・特に製造業の求人が増加しており、最近では派遣契約単価が高騰している。しかし、求職者の不足によりなかなか集まらないのが実情である。
		人材派遣会社（社員）	・派遣会社、介護企業は、中途採用を続けている。この動きは今後も続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・2018年は、無期労働契約への転換など不透明な要素が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・建設業と製造業の一部は良いが、卸売業、小売や加工を含む水産系は低調である。先行きの見通しは慎重であり、景気浮揚感はみられていない。
		職業安定所（職員）	・人手不足が顕著な業種を中心に、募集時の賃金増がみられているものの、それにも限界があるため、当面は人材獲得が難しい。
		職業安定所（職員）	・小売販売店も徐々に増えてきている。
		職業安定所（職員）	・廃業や営業譲渡がみられるものの、求人企業からは販売や受注は年間として例年並みで変化は余りないと聞いており、当面は変化がないまま推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・例年であれば年度末に向けて求職者が増加する傾向にあるが、新規事業所などの求人が見込めないことから、現状と変わらないともみている。
		学校〔専門学校〕	・年度当初の採用計画から新規採用や増員により求人を増やす企業がほとんどないため、変化はない。
		人材派遣会社（社員）	・雇用の無期転換問題への対応を目前にして、企業側の混乱が見込まれる。また、不合理な解雇や、逆に求職者側からの離脱、転職も見込まれることから、企業活動に悪い影響を与える可能性を懸念している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・その年の景気を占う初売りは、天候不順もあり前年を下回っている。その後のバーゲンセールでも寒波や悪天候で思うようには伸びず、流通業界は苦戦が続いている。春先に対する期待感が高いが、2～3月の状況は厳しいともみている。	
	x	-	-

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		コンビニ（経営者）	・3か月先は新年度になるので、活気付き、乗客数も増えるともみている。

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
関連 (北関東)		都市型ホテル(副支配人)	・2月中旬から3月にかけては、売上も伸びていく見込みである。インバウンドを含む募集ツアーの催行に左右される部分もあるが、確定している売上だけでも、ほぼ前年並みを達成できそうである。
		百貨店(店長)	・客の動きが、少しずつ増えてきているようである。
		スーパー(総務担当)	・今後は、バレンタインなどのイベントも続き、新生活と件も控えているため、必然的に状況は変わってくる。
		コンビニ(店長)	・年始商戦はまずまずだったが、思いがけない大雪のため、来客数の減少と商品の未納がかなり発生したため、マイナス効果となった。3か月後は温暖な気候になり、やや良くなる。
		衣料品専門店(統括)	・2~3か月後は春を迎えるが、昔と違って、季節感、特に、伝統行事が、だんだんなくなっているようで、さみしくなっている。こうした行事と直接かかわって買物することが多いが、最近はそういうこともなくなっている。
		家電量販店(店長)	・平昌オリンピック需要に関連して、4Kテレビの販売が拡大するとみている。
		乗用車販売店(販売担当)	・2~3か月先は、卒入学や入社などの時期で、毎年のことだが中古車の動きも活発になり、車検関係の在庫台数も多くなる。当社に関しては、3~4月は良くなる。
		スナック(経営者)	・歓送迎会の時期に入るので、期待をしている。
		観光型ホテル(経営者)	・今年は、鉄道会社のデスティネーションキャンペーンが4~6月に本番を迎えることや、10月からは旅行会社によるキャンペーンも実施されるので、来客数の増加が期待される。
		都市型ホテル(スタッフ)	・2~3月の宿泊、宴会売上予約は前年同期を超えている。宿泊単価の低い地域ではあるが、徐々に単価も上げている。2020年の東京オリンピックを控え、近隣スポーツ施設関連の申込が、どれだけ動くか注意深くみていきたい。
		旅行代理店(経営者)	・客の購入単価が、やや上昇してきている。
		旅行代理店(所長)	・春に向け状況は好転すると期待したい。また、4月からのデスティネーションキャンペーンにも期待が持てる。
		設計事務所(所長)	・現政権の政策等に期待も込めて、良くなる。
		一般小売店[精肉](経営者)	・来月は節分会もあり、スーパーでは恵方巻きのチラシや呼びかけが盛んであるが、客は余り関心を示さない。寒さが特に厳しい時期で、高齢者が多い街では、当期期待できない。
		一般小売店[家電](経営者)	・明るい兆しがみえない。
		一般小売店[青果](店長)	・店頭で買物に来る客の売上は、本当に底のまま変わらない。青果は業種的に悪いので、辞めていく同業者が多く、廃業する同業者の病院やホテル等の納品先を譲ってもらい、売上を伸ばしているの、決して景気は良くなっていない。
		スーパー(商品部担当)	・水産物や農産物などの状況が良くないため、価格訴求と集客イベントがポイントになる。現状、景気が良くなる兆しはみられない。
		衣料品専門店(販売担当)	・寒さや自然現象の影響だけとは考えにくいものの、やはりこの厳しい寒さは、客が出てこない大きな要因である。来月は、暇な2月と8月の2月で、婦人洋装は、切替えを我慢する時期という背景もあるため、しばらくは良くなるとは考えにくい。春が来れば、状況が変わることもあるが、このままの寒さが続けば、更に人の出が悪い状況は続く。
		乗用車販売店(経営者)	・地域の景気は、近年同じような推移で、格差社会の拡大を反映している。正に優勝劣敗である。そのため、当店は2~3月の年度末に例年並みの営業活動ができたとしても、内容は下がるとみている。何とか工夫をして業績を維持していきたい。
		乗用車販売店(販売担当)	・来客数は変わらないが、購入を決めるまでに時間が掛かり、新型車も出ないので、良くなる理由がない。
	住関連専門店(店長)	・来客数と買上点数が、ほぼ前年と変わらない。	
	住関連専門店(仕入担当)	・季節商材以外の状況はほとんど変わらず、逆に単価は下落傾向が続いている。	
	その他専門店[燃料](従業員)	・販売量は伸びてきているが、受注残は前年と比べて減少傾向になっている。	
	都市型ホテル(営業担当)	・多少、稼働が良くなっても、また悪くなるというか、以前と同じ状況に戻ることがあり、確定的に良くなっていくという様子はいまだみえない。3か月後は、若干上がるかもしれないが、根本的な景気は変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（営業）	・現在好調に推移しているため、これ以上には良くならない。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・地方は、高齢化と少子化が進んでおり、人口減少で客がいなくなってしまうことが、致命傷である。
		通信会社（社員）	・3～4月の移動シーズンに期待したい。
		ゴルフ場（総務担当）	・春先の入場者の予約状況は、前年並みで変わらない。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レース売上が、ほぼ横ばいで推移している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・3月は繁忙期ではあるが、地方の傾向は変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・このところの燃料費の価格高騰等、経済動向が不透明なため、変わらない。
		設計事務所（所長）	・当社のような従業員2人という極小規模の設計事務所の場合、年度末完成物件の監理業務が多い。年初は情報の少ない状態が続き、例年と変わらないとは思うものの、全く情報が入ってこない、今後が心配になる。
		住宅販売会社（経営者）	・当地では、東京のオリンピック景気とは違い、全く不動産に対する動きがない。大きな改革もないので、低迷している。
		商店街（代表者）	・株価の上昇で、ごく一部では好調だが、街中の活気はほとんどない。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・これから先も余り良くなるとは思わない。寒さは厳しくなっているが、客がプレミアム付商品券を利用して買ってくれることは少ない。
		百貨店（営業担当）	・初商から厳しい状況となっている。集客策にコストをかけても想定以下の結果しか得られない。消費者の購買行動はより慎重になるため、やや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・生鮮3品も陰りが見えてきており、気掛かりである。ガソリンなど様々な物の値上げもあってか、生活防衛意識は更に強くなっている。そのため、衣料品などへの出費も制限されることが見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・野菜の価格高騰が続いているので、多少は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・近隣の競合店が、2月下旬にリニューアルオープンする予定で、その際には来客数が少し落ちるのではないかと。売上は今月を維持したいが、多少落ちるのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・例年、3月中旬から受注量が減るため、やや悪くなる。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・新商品や新年度に期待をしている。
		一般レストラン（経営者）	・今年に入って、来客数が少しずつ減っている。客の動きからみて、やや景気が悪くなるのではないかと。
		都市型ホテル（経営者）	・近隣企業の衰退で、やや悪くなる。
		タクシー運転手	・地方の景気は悪く、タクシーを利用する客が少ない。家族の車での送迎が多くなっている。
		タクシー（役員）	・人手不足と燃料の高騰のため、やや悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・来月が年間のピークで、2～3か月後はその反動で谷間となる。
		通信会社（局長）	・利益に大きくかかわるガソリン価格の高騰が止まらないので、やや悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・寒波の影響で例年以上に冷え込み、特に、夜間営業のイルミネーションへの出足が大きく鈍っている。
		美容室（経営者）	・地方の景気の冷え込みはひどく、それを政府はなぜ理解しないのか、と商売をしている方からの声も多く聞いている。貸付をされても返済できない状況では、借りようという気持ちにもならない。
		美容室（経営者）	・閑散月は商品の仕入を必要最小限にとどめ、無駄な出費のないよう節約することで乗り切る以外に手はない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・来客数は横ばいで推移するとみているが、客の買い回り品、特に日用品等が非常に高くなっており、買い控えが一層進むため、やや悪くなる。
	x	*	*
企業動向関連		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・現在、太陽光発電の売電料金が通常の50%ほどだが、冬期で晴天日は多いものの、日照時間が短いために、2～3か月後は今より30%増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
(北関東)		一般機械器具製造業 (経営者)	・新規案件や増産の仕事が重なり、忙しい状況が見込まれる。	
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・引き続き、自動車の北米輸出が好調となる。	
		建設業 (開発担当)	・現政権誕生後、公共事業は順調である。	
		建設業 (総務担当)	・補正予算の効果が、予想以上にありそうである。	
		その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	・引き合いが増加傾向にあり、今後、商談件数、受注量共に増加するとみている。	
		化学工業 (経営者)	・現状を超えるような引き合いはないため、しばらくは現状のまま推移する。	
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・原材料の値上がりが、懸念される。	
		金属製品製造業 (経営者)	・最近の大雪で材料の入荷が遅れ、仕事に支障が出ている。	
		電気機械器具製造業 (経営者)	・4月までの内示が出たが、前年と比べても2～3割数量が落ちている。主要な取引先が落ちており、他の会社も似たような状況である。唯一良いのは、医療機器の会社で、前年比2割増だが、売上の1割ほどなので、全体としては厳しい。	
		電気機械器具製造業 (経営者)	・新規取引先からの受注生産が始まったが、売上に寄与できるまでには、もう少し時間を要する。	
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・最近の取引先やその他の競争相手の様子は、まずまずである。2～3か月先は、良くなるのか悪くなるのか、分からない。	
		その他製造業 [消防用品] (営業担当)	・しばらくはこのままで推移する。	
		輸送業 (営業担当)	・新社会人等、新年度を迎えるに当たり、白物家電や折り畳みベッドの輸送依頼が増える。また、引っ越し依頼も増える予定だが、現状のドライバー不足により、車両確保が困難になっており、特に協力会社への用車費が高く、燃料高もあって、利益は薄くなりそうである。	
		通信業 (経営者)	・変わる要素がない。	
		経営コンサルタント	・当地の新年度の見通しは、中小企業の設備投資動向によるが、中期の需要増大を見込んで、少しずつ動きがみられる。個人消費は余り大きな変化はないとみている。	
		司法書士	・少し良くなる兆しがあることはあるが、やや良くなると回答するまでには至らない。	
		社会保険労務士	・輸出関連は好調だが、人件費、材料費が上がってきているため、利益が増えるかは微妙である。	
			金属製品製造業 (経営者)	・4～5月は年度の初めで、受注が減る。
			不動産業 (経営者)	・空き物件が増え、過当競争になっている。
		広告代理店 (営業担当)	・年度末まで広告予算を削るケースが多い。来年の消費税再増税への懸念が大きい。	
	x	不動産業 (管理担当)	・来年度の契約内容を見直して、契約額を引下げるよう相談されている取引先が依然として多い。一方で、管理業務を増やす話もあるが、内容的にほとんど利益にならないような業務が多い。当社の経費比率の多くを占める人件費は、増加し続けており、収益環境はますます厳しいものになっていく。	
雇用 関連 (北関東)		人材派遣会社 (経営者)	・今のところ、仕事は忙しく一生懸命やっているのだから良くなる。	
		人材派遣会社 (管理担当)	・携帯電話修理等の業務が増えると予測されている。	
		人材派遣会社 (支社長)	・仕事はあっても人手がないことには変わりはなく、受注の割には、なかなか派遣が決定しないのが現状である。職場が働き手に合わせることの出来ない会社は、ほどなく人手不足になる傾向があり、そういったアドバイスを行うことも多くなっている。	
		職業安定所 (職員)	・景気が良くなるような情報は、入ってこない。	
		学校 [専門学校] (副校長)	・好況感が強いのか、職種、待遇を選び好みして就職しない求職者もいる。全体の就職決定率も前年度より高い。	
		人材派遣会社 (経営者)	・寒さが長引いている影響からか、ガソリン、灯油等の価格もどんどん高騰し、それに係る業種で影響が出てくる。食費を多少抑えても、燃料等の需要は増えていくので、厳しい時期である。	

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
	x	-	-

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)		一般小売店〔生花〕 (店員)	・1月は余り需要がない時期だが、墓参りなどで仏花が売れている。3～4月は卒業式、入学式に際しいろいろな需要が出てくるので、今よりはずっと良い(東京都)。
		スーパー(経営者)	・良くなるように準備をしている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・春は行楽シーズンのため観光需要が見込める。現状では例年どおりの取り込みとなっているので期待できる。
		通信会社(管理担当)	・年度末に向け、追い込みでの法人向けソリューション案件の受注が見込めることと、個人向けの携帯電話や周辺機器の販売も、春の商戦期に当たり、景気は良くなるものとみている(東京都)。
		住宅販売会社(従業員)	・12～1月と販売量が非常に落ち込み、景気が悪い。新規の来客数、具体的な商談数も増加してきているので、2～3か月先は今よりは販売につながり、良くなる。
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・経団連は給料を上げるとか、国はインフレの方向に持っていくというので、多少良くなる方向にいくのではないかと期待している(東京都)。
		一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・新学期も近づき、学用品を中心としたまとめ買いが増える。商材の欠品にさえ注意すれば、コンスタントな売上増につながる(東京都)。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・例年どおりだが、2～3月の案件、外商における役所や民間の立ち上げ等の案件数が相当数見込まれ、少しは良くなる。飛躍的に向上するかというと、案件数はあっても、金額が大きいものはそれほどないので、やや良くなる程度である。
		百貨店(売場主任)	・2月前半は寒波が続くため、厳しいと予測される。ただし、前年は2日間の店休日があったが、今年はなく、営業日がプラス2日となるため、前半の天候と相殺され、やや良くなる見込みである。
		百貨店(総務担当)	・限定的だった好調領域が全体に広がりつつある。
		百貨店(営業担当)	・景気全体の動きは悪くないが、気温低下が著しく、本来動かないといけな春物商材が余り動いていない今月と比べると、2～3か月先は、気温にもよるが緩やかに上昇カーブを描いていくと想定される(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・株価が高い水準になっており、個人資産拡大に伴い、高額品を中心とした消費拡大が見込まれる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・地域内で競合店の閉店と競合業態の新規開店が重なることから、今月から来月にかけては影響を大きく受ける。2～3か月先は、地域内の競合店によるプラスとマイナスの影響がそれぞれ考えられるが、やや良くなるとみている。
		百貨店(管理担当)	・有効求人倍率が改善していることから、景気回復への期待感がある。
		百貨店(店長)	・株価や昇給の期待など明るい話題もあるので、余り大きくはないが、多少は良くなっていく。
		百貨店(店長)	・生活雑貨や食料品が下支えをしているなか、春物ファッションの動きが好調である。
		スーパー(経営者)	・客の収入がやや増えてきている。
		スーパー(総務担当)	・購買力の力強さは今一つだが、健康に良いとか日本製といったこだわりのある物に対しては、購買力が若干上がってきているように見受けられるので、今後賃上げ等により可処分所得が増えれば、購買力は上がってくると前向きに考えている。
		スーパー(販売促進担当)	・イベント等の企画の伸びが集客アップにつながっている。食料品の1人当たりの買上単価、点数が共に伸びてきているため、特に食品の価格上昇に伴う買上点数減少もない。
		コンビニ(経営者)	・今月は寒さにより来客数、客単価共に伸び悩んでいるが、2～3か月先は暖かくなり客も増える。
	コンビニ(経営者)	・例年11～12月と比べると1月の方が若干良く、2月になると下がるのだが、今年の1月は12月よりも若干落ちているので、先行きは少し良くなる。	
	コンビニ(経営者)	・これからだんだんと暖かくなっていくので、2～3か月後はやや良くなるのではないかと。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・気温が上がってくると人が動き出す。特に、夜の売上が変わってくると考えている。ただし、コンビニは飽和状態になっており、1店1店の売上はかなり厳しく、すでに頭打ちになっている。
		コンビニ（経営者）	・今月は前年に比べて低温や降雪の影響もあり、来客数が減少している。これから桜の時期にかけて、多少なりとも改善されるのではないかと希望を持って仕事をしている（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	・2～3か月先は、一般の富裕層のみならず、新生活を始め新規客の来店が増加することが見込める。
		家電量販店（店長）	・IMFの世界景気見通し3.9%、日本1.2%、米国2.7%で、減税効果による企業業績アップが株価上昇を伴い、日本にも好影響を及ぼすと考えている（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・引き続き市場環境の変化には目配りしているが、時期的には端境期から新生活で市場が活性化する需要期に移行するとみている。平昌オリンピックもあり、有機EL、4K等のテレビ需要に火が付くことも期待している（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月決算に向けて期待はしているが、1月の勢いが強いので、戻すばみにならないようにしたい。
		乗用車販売店（販売担当）	・建築関連は仕事量の割に人手不足ということである。それだけ仕事量が増えており、2020年の東京オリンピックに向かって、ますます忙しくなる。それに伴い、トラック関連物流の輸送量が増えているので、将来的には今よりもやや良くなる（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・現状では悪くなる要素がないため、期待できる。
		乗用車販売店（総務担当）	・決算月で、販売、サービス共に需要が大きく、確実に結果が出てくると予想する。
		乗用車販売店（店長）	・現在の販売台数は増えていないが、来店する客は増えてきているので、今後の販売に結び付くのではないかと。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の打ち出す施策が的確である（東京都）。
		その他小売〔バイク・福祉車両〕（経営者）	・天候が安定すれば、売上もやや回復すると見込んでいる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・春になり移動の時期になれば、少しは良くなるのではないかと（東京都）。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・2月以降発売予定の大型タイトルによる市場活性化に期待できる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の3～4月は、人の動きも活発になるので、今よりも景気は良くなる。卒業式やクラス会の他、ケータリングもあるので、売上が伸びていく。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後は、今よりは良くなっていると思うが、季節的なものであり、決して景気が良いからではない。
		一般レストラン（経営者）	・今後の課題として、メニューの改訂を行いたいと思っている。人件費、福利厚生費、諸経費等が上がっているため、売価に反映しなければ、利益の確保、経営の維持ができない。値上がりしても客の支持が得られるような付加価値のある商品が必要である。引き続き景気は良くなっていくとは思いますが、周りが良くなっても、当社の販売力が重要である（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・企業業績回復の兆しがあり、既存店では条件が改善されているほか、引き続き堅調な新規受注が見込まれる（東京都）。
		観光型旅館（スタッフ）	・全体的に消費が活発になってきている感触がある（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・単価の高いヨーロッパ旅行やビジネスクラス、クルーズ等のプレミアムなツアーの問合せ、予約が入る（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月先の3～4月は、一般の会社では年度末に当たる。4月からまた旅行シーズンが始まるので、個人旅行、団体旅行を中心に、全ての方面で販売量が伸びていく。そのようにデータ的にも出ている（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・3～4月にかけて、販売量の大幅な増加が見込まれる。

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
		タクシー運転手	・経済対策の効果や企業の在庫復元の動きが一巡することで、当面は成長ペースが鈍化するものの、民間の需要は底堅く推移する。都心部の再開発や宿泊施設等の建設投資に加え、製造業を中心とした研究開発投資の増加、雇用所得環境の改善、株価上昇に伴う消費者マインドの持ち直しが個人消費を下支えする（東京都）。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビの会社であるが、放送、インターネット共に解約が減ってきている（東京都）。
		通信会社（経営者）	・平昌オリンピックも開催され、東京オリンピックへの期待値も徐々に上がってくるものと思われる。2018年は4K、8Kの本格放送に向けた受信方法に関する情報も多くなり、業界への注目度も上がってくる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・春先にかけて大きなキャンペーンも始まるため、売上は改善するとみている。
		通信会社（管理担当）	・仮想通貨の流出問題などもあり、インターネットを中心とした消費活動を見直す機運がある。これからも伸びるのは間違いないが、その分、私立中学や塾関連など、直接的な将来への備えに消費が動いていることを実感している。
		通信会社（経営企画担当）	・新年度当初からの案件増加に期待している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・東京オリンピックまでは好景気と言っている客が多い。
		ゴルフ場（企画担当）	・3～4月の予約状況は非常に良く、2か月前の予約開始数日間で70～80%の予約が確保できている。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・一般客の来場が増えてきている（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・3月、期末に向けて景気は良くなるし、例年に比べ1月にしては客の動きが良いように感じる。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	・一過性ではなく、比較的継続的な建築資材需要が増えてきている（東京都）。
		商店街（代表者）	・最近気温が下がったままの状態がずっと続いている。この状況が少しずつ良くなると、売上が増加しない。早く暖かくなることを祈っている（東京都）。
		商店街（代表者）	・この先も寒いという長期予報が出ていることと、雪が降る可能性があるということで、暖かくなればいいが、寒さが続くようであれば状況は悪くなる（東京都）。
		商店街（代表者）	・原材料や人件費の上昇を価格に転嫁できる大手に比べ、客の財布を渋々開けさせている町の個人商店は、安易に価格転嫁もできず、利益を削りながらも客足を落とさないように頑張っている（東京都）。
		一般小売店[家電]（経理担当）	・景気が良いと言われてはいるが、一般消費者には実感がなかなか湧かないようである。節約志向が先に立ち、お金を使うことに慎重さを感じられる。寒い日が続いているので、暖房器具は今後も動きがあるかもしれない。
		一般小売店[印章]（経営者）	・当業種では、パソコンやインターネット通販に相当食われていることも事実である。それにどのように対処するかが課題であるが、非常に厳しい状況である。
		一般小売店[祭用品]（経営者）	・打開策を講じないと何も変わらない。ゴーストタウンになりそうである。
		一般小売店[家電]（経営者）	・メーカー各社から期待できるような新製品が出てきていない（東京都）。
		一般小売店[米穀]（経営者）	・株価は非常に良い水準だが、実態として、我々小売業の状況には余り明るさがない。少子高齢化が進み、需要のバランスがどうなるかと考えている（東京都）。
		一般小売店[傘]（店長）	・大手企業の景気回復がうたわれているが、実感が無い。消費者の財布のひもはまだ固い。
		一般小売店[茶]（営業担当）	・扱っている品物は時期によって特に変わるわけでもなく、消費が急に伸びるような物でもないの、今までどおりと予想している（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・食料品は、訪日外国人客の影響も受けて、全体的にはほぼ前年並みとなっている。条件的にも、周りの環境も含めて、大きくは変わらないのではないかと。改装等、いろいろと手直ししながら進めていきたい（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・必要のない物は購入しないという客の消費に対する慎重な姿勢は、今後も継続することが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・訪日外国人客の買上や円安、株高の影響もあり、化粧品やインターナショナルブティック、高額雑貨等の動きが良い。ただし、一般の個人消費は今一つである（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・実質賃金が増えないなか、洋服に掛ける金額が大きく増えるとは考えられない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・客の要望は年々厳しくなっており、従来のやり方を継続している場合は、売上増を目指すことは難しい。イベントを充実させることで来客数を増やすことはできるが、売上につなげることはなかなか難しくなっている。一方、株価の上昇に伴い富裕層の購買意欲は高く、高級ブランド品、高級時計、宝飾品は堅調に推移しており、客の2極化が更に加速している。中間層の底上げについては、春闘の結果を注視していくが、決して楽観はできない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・依然としてボリュームゾーンの消費は慎重な動きであり、必要な物を必要なタイミングで購入する傾向は変わらない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・施策の変更によって上下はするものの、そういった与件を除くと、インバウンド効果以外に好材料が見つからない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・食品は好調である。ファッションは、厳寒が続いた今冬の反動で、消費者の潜在的な購買意欲、購買行動には期待はするが、大きな動きにはならないのではないかと（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・仮想通貨の問題もあるが、小売業の景気に大きな影響を及ぼすものではないと考えている。また、特に好調の要因もないため、変わらない（東京都）。
		百貨店（副店長）	・天候の影響を除けば、足元の景気はやや安定している。先行きの不透明感は残り、見通しを立てにくい状況に変わりはないが、景気動向は安定している。
		百貨店（営業企画担当）	・慎重な見方をしている（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・客の様子を見てみると、売出し初日の目玉商品や、ポイントが何倍の曜日などの特典のある店、時間帯でうまく買い回っており、付加価値のある商材、こちらが売り込みたい商材になかなか手を伸ばしてくれない（東京都）。
		スーパー（経営者）	・今の余力良くない状態がこのまま続く。最大の要因は競合状況である。同業との競合も激しいが、異業種のドラッグストア、コンビニエンスストアが次々にできていることと、来客数が増加しないことが影響している。
		スーパー（店長）	・良い方向に向かっていると答えたいが、ここ半年くらい、方法論は大きく変わっていない。特売で安く売ったり、あるいは店頭でもタイムセールなどスポットで値段を安くしたりしているが、来客数が伸びないなかでは効果がなかなかなく、3か月後も現状のままが続くのではないかと予測している。
		スーパー（店長）	・株価は上昇しているものの、政府の景気回復策も具体的に現れていない状況なので、一部の投資家にとっては良いのかもしれないが、末端まで浸透しているとは思えない。消費者の節約志向は依然として根付いているので、しばらくは同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（店長）	・来客数、買上点数共に微増である。大きく売上に寄与するのは1品単価の動きだが、それも低価格な物から高額な物まで幅広い販売動向がみられる。
		スーパー（営業担当）	・今は冬物商材が堅調に推移しているが、買上単価の低下が気になる。生活防衛感が強いのが現状である（東京都）。
		スーパー（営業担当）	・買上点数、動向を踏まえても、さほど変化はない。
		スーパー（仕入担当）	・青果物、水産物、食肉の相場高が続くと、消費自体の冷え込みが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・今が一番ピークのため、変わらない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・品ぞろえを変え、売場の見直しをして、結果を判断したい。
		コンビニ（経営者）	・東京オリンピックとか言われているが、影響があるのは一部であって、一般には波及していないのではないかと。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費拡大につながるような話題やきっかけが見当たらず、当面は来客数が増加する見込みがない（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
		衣料品専門店（経営者）	・生活用品の価格がじわじわと値上がりしている。消費者の手取り収入が減っているようで、買物に慎重になり、予算を決めて購入している様子が見受けられる。価格にはかなり敏感になっている。
		衣料品専門店（店長）	・消費者の可処分所得がまだ改善されず、当社が扱う衣料品、特に単価の高い呉服、宝飾、毛皮等、付加価値の高い商材の業績回復に至るまでには、しばらく時間が掛かる（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・景気好転の材料が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・今のままであれば、全体的な景気は上がりも下がりもしない可能性がある（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売は前年度余り芳しくなかったところが、今月になって少しずつ上向いてきている。
		乗用車販売店（経営者）	・初売りセールや決算大売出し等は、前年並みの数字にとどまっている。
		乗用車販売店（渉外担当）	・受注は前年並みで推移している。法人需要はますますだが、個人消費がやや低迷している。
		住関連専門店（営業担当）	・全体的な景気動向が引き続き堅調なことに加え、DIYも含めたりフォーム、リノベーションが注目され、業界が活性化している（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・どう考えても、景気動向が良くなるとは思えない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・消費意欲はあるが、商品、サービスに満足しなければ、無理には購入しない傾向は変わらない。思うほど所得は増加せず、景気が上向いていると実感できていないことも要因の一つである（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・売上高は順調であるが、景況感のバロメーターとなる福袋の販売は不調である。相変わらず、客の財布のひもは固い（東京都）。
		高級レストラン（副支配人）	・法人の予約状況は前年並みで推移している（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・2～3か月先も、販売単価を上げられるほどの勢いがあるとは思えない。先々の法人等の予約状況をみても、ほぼ前年並みと考えられる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・訪日外国人客や日本人客のニーズが多様化している。新たな切り口を見つけられない限り、収益の増加にはつながらない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・労働基準監督署の指導で、残業時間や労働時間の短縮があり、営業時間の短縮、店舗の休日を設けるようになる等、この人手不足のなかで大変厳しい状況が予想されるが、しばらくは現状のままで推移する（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・新年会が一巡し、春の集い、もしくは3月前の歓送迎会の時期になってくる。宴会は例年と横ばいの数字で動く気がする。やはりフリーの来客が見込めないとなると、力強く景気が回復する感じにはならない（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・例年であれば春に向けての予約や問合せ等があるが、このところ全くといっていいほどないため、景気は全く変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・景気を大きく変化させる材料がない（東京都）。
		タクシー運転手	・世の中がどちらに向いているのが分からず、少し戸惑っているような客が多い。
		タクシー運転手	・1月は新年会などでやや動きは良かったが、先が見えない状況はまだ続いている。最近、駅にタクシーで向かう人たちが自転車やバスを利用しているようで、朝夕の利用がやや少ないように感じる。
		タクシー運転手	・タクシー業界に良い材料が見当たらない。深夜帯の客が復活する兆しもない（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・早期に景気が回復する勢いが感じられない。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話を軸とした攻防が今後も続いていくものとみている。
		通信会社（局長）	・平昌オリンピックに期待したいところだが、今一つ盛り上がり欠けており、客の意識にも変化がみられない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（総務担当）	・大きな景気変動の兆しもみられず、ガソリン価格がやや上昇しているものの、経済状況には余り影響がないものとみている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・客の動きを見ていると、大きな価格変更やサービス品質を変えない限り、変化はないのではないか（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・就業規則で兼業を許可する企業が増え、現在の収入を増やす動きがあれば、景気が変わってくるかもしれない。定期昇給だけでは、社会保険料や世間の値上げと相殺されて、景気は変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・働き方改革は、中小零細企業の実態や現実を見極めた上での改革なのか疑問である。国の借金ばかりが増えており、本当の景気回復とは思えない。潤っているのは一部だけなのではないか。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・来場者は堅調に推移しているものの、単価が一服気味であり、今後上昇する気配がやや乏しい（東京都）。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・学年末に当たり、私立に合格した生徒が抜けていっている。新規入会者も多少はいるが、例年と大きくは変わらず、景気が上向くような数ではない。他の塾を見ても、広告量は増加しているが、生徒数、単価はそれほど変わらない。相変わらず体験入学等の期間は伸びる一方である。
		その他サービス[立体駐車場]（経営者）	・周囲の景気が良くなっていない。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・新規商品や商品改定に伴う売上増加を期待するが、消費は上向かないのではないか。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・今のところ問合せ件数などの動きに変化はない。
		設計事務所（経営者）	・現在は好調だが、景気の変化は感じられない。少子高齢化が進む社会では、現状維持できれば良しと考えている。
		設計事務所（所長）	・設計業務はスパンが長いので、今動きがないということは、2～3か月先はほとんど同じ状況と考えられる（東京都）。
		設計事務所（職員）	・極端に景気が上下するようなことはない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・現状から大きくは変わらない。しっかり見極めて土地を仕入れられれば問題ない。ただし、先々の変化をきちんと見通して対応していかなければいけない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注に厳しさが見え始めているが、今後は消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム]（経営者）	・依然として変わりはなく、この先特に小さな企業では大変厳しくなっていく。
		一般小売店[和菓子]（経営者）	・原材料の値上げや、寒波による野菜の価格高騰などが影響し、消費はまだ冷え込むのではないかと。
		スーパー（経営者）	・人口が減少しているにもかかわらず、競合店の出店が多くなっている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・従業員が全く集まらない。特に、深夜希望者がほとんどなく、営業に支障を来し始めているため、今後の見通しが立たない。
		コンビニ（経営者）	・近隣の競合店が看板替えを終了し、3月1日にオープンする予定である。それまでは当店の客が流れているが、新しくオープンしてから元に戻るか、悪くなるか、最善を尽くしている。新しくなった店はそれなりに魅力があると思うが、希望的にやや悪くなる程度と考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・必要な物は買うが、欲しい物は我慢している。
		衣料品専門店（経営者）	・呉服業界では、年明け早々悪いニュースが飛び交った。個人店には影響がなかったが、大変ですねという声を各地で聞いた。良い材料がなく、本当に先行きはどうなるか分からないが、今の客は必要な品以外は買わないというのが定着しているようである。
		住関連専門店（統括）	・景気の回復がまだまだ見込まれず、消費も低迷が続く。
		その他小売[ショッピングセンター]（統括）	・施設固有の問題かもしれないが、購買率が悪くなっている。
		高級レストラン（経営者）	・正規社員、非正規社員共に給与が増える要素がない。人もお金も流れているのは都心部に限られ、経済的に地域格差が開いている。

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
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックに向けて、建設現場だけは何件か動いているが、職人たちが行く飲食店は限られている。また、恐らく車で現場に来ているので、夜に街に出て飲むようなことはないのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・前年夏の天候不順の影響、働き方改革推進による可処分所得の減少、人手不足や物流費値上げによる経済の鈍化、円高、北朝鮮及び朝鮮半島の不安定等々のネガティブ要因が考えられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・政府が新たな経済対策を打ち出さないと、このまま景気は良くならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・天候不順による食材原価の高騰や飲料の値上げ、人材不足なども重なり、厳しい状況が続いているが、肝心の売上は企業の経費削減や個人の節約志向の影響により伸び悩んでいる。変わる要素がないことから景気はやや悪くなっていく。
		旅行代理店（従業員）	・例年どおり春までは閑散期なので、しばらくは良くなる見込みがない。
		タクシー運転手	・3月以降の状況を見ないと実際のところは分からないが、現状は客が少なく、空車タクシーがあふれている。また、行政が外国人の白タクを取り締まる方向で動いている。現在、認可されたバスでは成田行きが1,000円だが、それ以下の運賃では白タクはやっていけないのではないかと。もし自分が外国に行き、言葉が分かるドライバーで料金も安いとなれば、残念ながらそちらを利用するだろう（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・1月で内規が変わり、人気のある機械を撤去しなければいけない。パチンコ、スロット共に人気のある機械を外し、新しい機械に入れ替えるので、少し停滞感を感じる。この先はやや厳しい（東京都）。
		競輪場（職員）	・購買が減少傾向にあることと、3月頃までは寒さも続きそうなので、景気は悪くなる。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・電力一括受電事業者が統合される傾向にあり、客を逸する可能性がある（東京都）。
		設計事務所（所長）	・仕事量はあり余っているわけではなく、だんだん減っている。地方では新築物件が非常に少ない。一極集中で、東京オリンピックで景気が良いのは大企業ばかりである。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅が売れないということは、景気の回復につながらないということである。住宅が売れると経済波及効果は非常に大きいので、住宅対策を講じてほしい。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・今年も競合店が2店舗オープンするので悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・衣料品の導入時の売価では売れず、値下げ額が大きくないと消化できない傾向が顕著になってきている。
	×	衣料品専門店（営業担当）	・55年間物販をやっているが、景気が上向く理由が一つもないという世の中になってきている。
	×	一般レストラン（経営者）	・新年会も落ち着き、雪の降る寒い月は、例年どおり売上の伸びは見込めない（東京都）。
	×	観光名所（職員）	・2～3か月後は一番の閑散期に入るため、今月に比べてかなりの客が減少する（東京都）。
	×	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・競合店の出店により、悪くなる（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・取引先からの案件が増え、仕事量も増えている。全体的に良い傾向である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・なかなか決まらないが、大きな仕事の話もかなり入ってきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年、年度末や年度初めは受注量が増加する（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の注文は横ばい状態である。個人の注文は印鑑リフォームといって印鑑の彫り直しが好調である。必要に迫られたということではなく、少し文字が気に入らないから作り直したいといった注文で、やや上向いている（東京都）。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器を試作量産中だが、2～3か月後に控えた本格量産もある程度数量が見込めるため、期待している。
	一般機械器具製造業（経営者）	・前年当たりの案件が、量産で動き出している。量産で増加すると、仕事量はある程度確保できると思うが、これから人も増やさなければいけない。あとは単価の問題である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		精密機械器具製造業（経営者）	・自動車がけん引しているとみているが、半導体や工作機械業界の受注の積み残しが大きく予測されるため、2～3か月先も良くなると取引先からも話が出ている。
		建設業（経営者）	・希望する価格で物が売れるようになったので、今年が良いのではないかと。
		建設業（経営者）	・製造業関係が忙しく、設備投資の話もあるので、全般的に良くなる。
		輸送業（経営者）	・新年度を控え、取扱量は現在よりも増加するが、高騰している燃料価格と、常態化した人手不足の経営への影響が懸念される（東京都）。
		輸送業（経営者）	・人手不足である（東京都）。
		金融業（支店長）	・政府が企業に対して賃上げを要請しており、応じる動きも出始めているので、景気も徐々に良くなる。
		金融業（役員）	・株価上昇による資産効果や、大企業を中心とした賃金アップにより、消費拡大が見込める。
		税理士	・米国大統領の影響力もあり、米国の景気がやや良いようである。中国はバブルが弾けると言われているが、どうなるか分からない。北朝鮮も絡む平昌オリンピックがどうなるか。日本の景気はそれらの影響も受けて決まってくる。現政権が落ち着いているので、政治の後押しで景気は良くなっていくのではないかと（東京都）。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・3月に向けて交通誘導警備の受注が増加する見込みである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・同業他社からは少しは良くなるだろうという話が多い（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・個人商店に客が来店するように工夫をしていかないと、個人商店はなくなってしまうのではないかと。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・現状が底なので、変わらない。
		化学工業（従業員）	・引き合いも少なく、受注量も変化がない状況が続く。
		化学工業（総務担当）	・限られた需要分野のため需要の増加は期待できないが、需要期に入るので今後の受注を注視していく。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後も、中小企業にとっては大きな変化の要素はない。
		金属製品製造業（経営者）	・原材料の値上がりで採算は厳しくなるが、しばらくは現状の忙しさが続きそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・新規事業のAI関係の仕事に力を入れ、営業活動をし、受注量が増加するよう努力する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・業績を上げるために変革をしなければならないと分かっているが、成熟した業界で何をすれば良いのか分からない（東京都）。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・同業者もそれぞれ頑張っているため、今の状況が当分続く。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・現場のサロンからは、年末年始の需要期にもかかわらず売上が今一つだという声を多く聞く（東京都）。
		建設業（経理担当）	・地域の製造業者は、仕事はそこそこあるものの、単価を抑えられているため、設備投資にお金を回す余裕はまだないと話している。
		輸送業（経営者）	・今年はいよいよ本格的に東京オリンピックに向けた工事関連の受発注が多くなると見込んでいる。工事に限らず全てにおいて影響が出てくる。
		輸送業（総務担当）	・年度末、新年度に期待したいが、景気が上向くような話はない。人手不足や燃料費の高騰など、収益の悪化が心配で、厳しい状況はまだ続く。
		通信業（広報担当）	・中小企業の売上拡大、業務効率改善に対するニーズは強く、当面は今の良い状況が続く見込みである（東京都）。
		金融業（統括）	・極端に大きく伸びることはないが、現状は徐々に良くなっており、今後も良くも悪くもない状態で、それほど変わらない。
		金融業（従業員）	・このところ業況が良かった取引先では、今後も好業績を見込んでいる企業が多いように感じられる。しかし、取引先全体で見ると業況が改善する状況にはなっておらず、足元のガソリン価格上昇も先行きの懸念材料である（東京都）。
		金融業（総務担当）	・給料の増加も感じられず、今後の増税感が増しているため、ますます消費は増加していかない。取引先の今後の売上予想も横ばいと出ているので、先行きの景気は上向かない（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
		不動産業（経営者）	・再開発が完了し、駅を結ぶ道が1本廃止になり、客足の流れが変わったと聞いている。仕事も新年早々静かで、今年どのように進展するか心配である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・テナントから今後2～3か月後に退去する話は出ていないため、当面業績は好調に推移する見通しである（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・新しい受注はなく、減少もない（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・特に大きな変動要因がない。
		税理士	・今が好調なだけに、このままで十分好況を維持できる。大手のマンションの売行きも当面好調であると見込んでいる。
		経営コンサルタント	・当面は景気の大きな変動は想定されず、微小な変化にとどまる（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・市場を活性化させようと取引先も努力しているが、同業他社との競争も激しくなっており、値下げ対応に追われている。差別化、独自戦略をいかに打ち出していくかがポイントである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規契約はそれなりに増えているが、既存物件の契約金額は上がらず、人件費だけが最低賃金と共に上がってくるので、余り変わらない（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年度末に向けて予定していた案件が、不安定になりつつある。
		建設業（経営者）	・個人の住宅購入やリフォームが伸び悩んでいる。
		輸送業（総務担当）	・年度末にかけては、予想していた出荷量を下回る見込みである。
		広告代理店（営業担当）	・寒波や日韓情勢などの影響で、エンタメ業界においては不安要素が多い。また、社会的にも4月以降の大型クライアントのレギュラー案件が減ったため、当面は苦しいスタートとなりそうである（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・制作費の下落や材料費の高騰などにより、上向き要素がない。大学の卒業DVDなどの注文数も年々減っている（東京都）。
	x	-	-
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・労働者派遣法の3年の期間制限が近づくにつれ、直接雇用化は増加する見込みである（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例年どおり、年度替わりの時期は2～3月で予算を使い切ろうということで、駆け込み募集がある。臨時募集も含め、3月にまた社員募集が出るころもあるという話をもらっているため、売上が伸びると予想している。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人はあるが、慢性的な人材不足が続いている。人材確保のため時給を上げる企業も増えている。また、新年度に向けた増員の話も出てきている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用企業数が上向きである（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・しばらくは人材不足が続くので、給与等にも反映され、景気が良い傾向が続くのではないかと（東京都）。
		職業安定所（職員）	・世界情勢に不安要素はあるものの、求人数は緩やかに上昇している。現状では政府の景気対策もあるので、まだ良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・今年の冬はかなり寒いので、全体的にどの業種も見通しが立たないというところが多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・景況感是国内、米国共に株式市場が堅調である。企業の業績向上で良い印象だが、人材市場においては集客が難航しており、受注単価の下落等により薄利傾向が続いているため、必ずしも良い状況とは言えない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が改善する見込みがない。
		人材派遣会社（社員）	・一般に波及するような景気回復のための施策は見当たらない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣や人材紹介等の雇用形態にこだわらず、必要な人材を採用したいという企業の労働力ニーズは依然として高い（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は着実に伸びてきているが、求職者の売手市場で人材派遣に求職者が流れてきておらず、人選のマッチングに苦慮している。
		人材派遣会社（営業担当）	・2～3か月の短期見通しでは、好景気はまだ継続していると予測している（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
		求人情報誌製作会社（所長）	・良い方向に向かっているとの報道がなされているが、まだ実感が湧かない。平昌オリンピック後の世界情勢にやや不安を抱いているので、これが安定してくれば良い方向に加速していく。
		職業安定所（職員）	・求人倍率が上がるのは、求人数が多いだけではなく、求職者数に左右されている部分が多いためである。
		職業安定所（職員）	・企業の求人意欲は旺盛で、今後も新規求人数は横ばいで推移するとみている（東京都）。
		職業安定所（職員）	・国際情勢などで大きな変化がない限り、2～3か月では雇用情勢は変わらない。また、相変わらず中小企業を中心に、若手人材の確保の問題がまだ続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・様子見が続く、4月以降は中堅企業で動きが出ると予想している（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人職種に幅が出てきている（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・強烈な新規市場があるわけではなく、まだマイナーチェンジ程度だが、大きな変革の手応えは感じない（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・タイミング的に来期計画を立てている企業が多いが、変わらない状況が続いている（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・変化する要素がない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・新たな派遣需要が減少しているため、全体的な派遣就労人数は減少してしまう。来月以降求人の動きが変わらなければ、更に景気は悪くなるのではないかと（東京都）。
	x	-	-

5. 甲信越（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 (甲信越)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・問合せや相談は多く、特に、1人暮らしの方からが多い。
		商店街（代表者）	・来月から新1年生向けの学用品販売が始まるので、今後は当店も多少忙しくなって、販売量も多くなってくる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節もだんだん良くなっていくので、客の動きも少しずつ良くなるのではないかと期待している。
		スーパー（経営者）	・前年は3月末から忙しくなったので、今年も期待している。客からも「今年は、前年より忙しくなる」と言われているので、暖かくなれば忙しくなる。近隣の女子短期大学の学食をやってほしいと言われている。返答待ちだが、1日当たり2万円で20日間、40万円の売上を見込んでいる。利益20%で8万円かと期待している。
		スーパー（企画担当）	・着実に景気は回復基調なので、好景気はしばらく続く。
		スーパー（副店長）	・現状の売上は少し上向きだが、この先も現状維持できて、さらに春の訪れとともに上向くのではないかと期待も込めて、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・非常に低温で動きも鈍かった今月だが、これから春に向かい、ひな祭りやいろいろなイベントが増えるに従って、客の出足も良くなるだろうと期待を込めた判断をしている。
		衣料品専門店（経営者）	・春支度が始まり、客足も多少伸びるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車メーカーは、今年の新車販売台数の予想を前年比増としているので、年度末の需要期の販売増を期待したい。
		乗用車販売店（管理担当）	・需要期を控える3月にかけて、販売台数と在庫台数の増加が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・季節要因ではあるが、春商戦に入るため、期待している。
		一般レストラン（経営者）	・地方でも、製造業に多少景気回復の動きが出てきているようだが、それが消費拡大につながるかどうかは、今までの経過からも分からない。
		スナック（経営者）	・1～2月の冬場を乗り切れば、春は異動の時期になる。3～4月は歓送迎会などで、団体客の動く機会も増えるともみており、売上を期待している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降天候が良くなれば、来客の動きは出てくるとみている。ホテルも個人利用の動きが出てくるのではないかと。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・客は、年度末の出費に備え、必要のないことへの出費は抑え気味で、売手の施策には乗ってこない。購入意欲のないところへの売り込みは厳しく、売上を伸ばすのは難しい。ただし、テレビは買換え需要が徐々に増えてきており、単価上昇を狙いながら、売上増を期待したい。
		百貨店(総務担当)	・現状では、景気が良くなる見込みはない。天候による野菜等の価格高騰や燃料価格の上昇により、なかなか消費には回せないという客の話を聞いているので、現状ほとんど変わらない。
		百貨店(営業担当)	・株価が上昇しており、景気も良い方向に向かっているようだが、中間層はそういった実感がなかなか持てない。消費行動も、安い物が売れているのが現状である。一部の客には高額品も売れているが、それは本当に一部なので、ボリュームの多い中間層は慎重な買い方になる。
		百貨店(売場担当)	・新規やフリー客の増加は厳しいなか、天候が回復したところで、客の購買意欲が戻ってくるかという点、決して戻らない。では、春物へシフトしていくのかといっても、この気温ではそういう動きでもない。
		百貨店(店長)	・売上の前年割れは続いている。さらに、ここに来て低温、降雪など悪天候の影響も大きい。
		スーパー(経営者)	・ベースになる来客数は微減だが、除雪経費は増加している。
		スーパー(経営者)	・今後も野菜や魚の値段は高く、購買意欲が上がらない。
		コンビニ(エリア担当)	・除雪作業で潤う業種もあるかもしれないが、小売に直結している様子はない。結果的に、予測以上の災害となっており、経済状況は良くならない。
		家電量販店(店長)	・年々、集客数が減少している。
		乗用車販売店(経営者)	・現在の堅調な販売状況が続く。
		一般レストラン(経営者)	・外的要素に改善の兆しがなければ、良くなるとは見込めそうもない。
		スナック(経営者)	・フリー客の動きが悪いままで、良くなる動きはみえてこない。
		観光型ホテル(支配人)	・今後も高額な部屋の予約は余りなく、中間からエコノミータイプの予約が大半である。こうした傾向はしばらく続く。
		観光型旅館(経営者)	・当県は名刹の御開帳や大河ドラマ、デスティネーションキャンペーンなどが続いていたが、今年はそうしたイベントが少ないため、集客に期待できる要素も少ない。
		都市型ホテル(支配人)	・生鮮3品の一時的な価格高騰は落ち着くだろうが、更なる人材不足と賃金の上昇が、不安材料である。
		旅行代理店(副支店長)	・現在の受注は春先の旅行であるが、個人、団体共に、動きが鈍い。国内は今後の天候次第で、影響を大きく受ける可能性があり、被害の度合いにもよるが、旅行を自粛する可能性も高い。個人、企業共に、旅行需要の減少が懸念される。
		タクシー運転手	・ここ6か月をみても、売上は前年比100を超えたことはない。良くて97%、今月も多分、93%ぐらいで終わりそうである。徐々に落ちてきている。
		通信会社(経営者)	・生活優先か節約志向が強いのか、多チャンネルサービスは敬遠されがちで厳しい。
		美容室(経営者)	・年金生活者の節約志向が強く、春先の卒入学のイベント前に来客数が増えるとは考えにくい。
		設計事務所(経営者)	・店舗や工場の設計依頼が増えてきており、今月の仕事量を維持できるとみている。
		住宅販売会社(従業員)	・別荘利用客は大幅な落ち込みはないものの、なだらかに減少している。
		商店街(代表者)	・長期予報によると、今後も寒さが続くとのことなので、厳しい商いは続く。
		コンビニ(店長)	・近隣に同業他社の出店があり、その分、売上は悪く、下向きとなる。
		ゴルフ場(経営者)	・隣接県からの来場、集客に力を入れているが、天候次第で来場者数は変化する。
		ゴルフ場(経営者)	・可処分所得の多い人の数が、減っている。
	x	一般レストラン(経営者)	・旧市街地にある飲食店客の高齢化が進み、さらに若年層客は郊外大手外食店へ流れている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	スナック（経営者）	・本当に良くなる要素が全然見当たらない。努力が足りないのか分からないが、都会と地方の格差は、ますます大きくなるのではないかと。東京オリンピックとは言っているが、なかなか地方には回ってくる様子はない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況が低調なまま推移している。また、不安定な天候のため、客の動きも非常に鈍い状態が続いている。現状では、この先が良くなる見込みや要因は全くなく、このまま悪い状態が続く。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-
		食料品製造業（営業統括）	・海外輸出ワインは、官民の努力により一歩ずつではあるが、着実に伸びている。また、各ワイナリー共、品質の向上に努力しているとともに、工場見学者を増やすために、独自色を出しており、今後は一層の売上げが見込まれる。
		食料品製造業（総務担当）	・個人所得は上向くとも考えられるが、社会保障制度など、将来的な不安は残っており、大きな改善は見込めない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・いろいろと営業PRをするものの、反応すらなく全く予想ができない状態で、非常に苦慮している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内受注量は、安定している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・安定した仕事はないが、現状の売上は確保できそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・国内景気は改善され、回復基調にあると言われているものの、我々にはまだ実感がない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・相変わらず、宝飾品の国内マーケットは低迷しており、回復の兆しがみえない。
		建設業（経営者）	・新年度に向かって、工事の話がちらほら出てきている。
		金融業（調査担当）	・製造業を中心に好調を維持する企業が多く、高水準の受注が続く見通しである。
		金融業（経営企画担当）	・消費者が必要以上の消費を抑えているため、2～3か月で、景気が浮揚することはないとみている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・新年度に向けて広告費を見直す広告主もいて、予断を許さない状況である。賃上げが騒がれているものの、実際に経営者は賃上げの話に乗っていない。消費が増える要素は少ない。
		*	*
	×	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。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		職業安定所（職員）	・パートを含めた全数で比較すると、新規求職者は前月より増加したものの、有効求職者は10月から3か月連続で減少している。一方、新規有効求人数も10月から3か月連続で増加しており、有効求人倍率は1.60倍と、1.61倍であった平成18年12月以来、12年ぶりの水準になっている。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加、求職者数の減少傾向は続き、求人倍率の上昇は今後も見込まれる。ただし、人材確保に苦慮している求人企業も多く、大幅な受注増にはつながらないとの話もある。
		人材派遣会社（営業担当）	・採用条件は変わらないため、失業者は増える傾向である。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・求人誌に募集を掲載している企業は、いつも同じ業種が多く、なかなか採用までは至らない。
		職業安定所（職員）	・年末退職予定の在職求職者の増加から、求職者は微増となっている。企業側の採用意欲は高いが、求職者は労働条件の確認など、応募に関して慎重な姿勢がみられる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人数は高止まりの傾向がみられるが、パートや契約等の求人が多く、正社員求人の増加とはなっていない。大手企業の一部では、旺盛な採用が続いている。
		-	-
	×	-	-

6. 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		百貨店（経理担当）	・春闘では大企業、中小企業共に大幅な賃上げが見込まれ、個人消費の拡大に一層の弾みがつく。

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
(東海)	関連	百貨店（販売促進担当）	・株価が上がり、春夏物が出そろい始めれば売上も増加していく。
		通信会社（営業担当）	・年度末の商戦が本格化すれば販売が伸びてくる。
		商店街（代表者）	・米国で減税が実施され、その影響が出てくる。
		商店街（代表者）	・販売場所によって売上が1割ほど増加している店も減少している店もあるが、購買意欲が少し見受けられるため、先行きは若干良くなる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・季節が春に移り、足元より少しは良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・1月に予定をキャンセルした客の来訪を期待している。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新年度向け受注の増加が期待される。
		百貨店（売場主任）	・平日の昼間は、出張のついでに立ち寄る来店客が多い。遠方から時間を掛けて買物に来る客も増加している。
		百貨店（経営企画担当）	・寒い日が今後も続き、春物商材は鈍い動きが見込まれるが、海外ブランドを中心とした高額消費は好調が続き、売上全体をけん引する。
		百貨店（業績管理担当）	・気温の上昇に伴い、春物商材が動き出す。
		スーパー（経営者）	・高騰が続いている生鮮食品の価格も安定してくる。
		スーパー（総務担当）	・節分の恵方巻きの予約は、前年同月をやや上回る数字で推移している。
		スーパー（営業企画）	・平昌オリンピックにより、消費マインドが幾分高まる。
		スーパー（ブロック長）	・自動車産業中心の当地域は、企業業績も円高の恩恵を受けて好調である。ただし、自社業界を取り巻く環境は、他業態との競争があり厳しい状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・春先は出掛ける機会が増えて来客数の増加が見込める。直近の動きとしても、徐々に回復傾向が見受けられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・株価が順調に上昇している。決算期ということもあり、消費が上向き気配がある。
		乗用車販売店（経営者）	・3月の決算月までは、足元の好調な流れが続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・1年で新車が最も売れる時期となる。
		乗用車販売店（営業担当）	・年間を通じて最大の増販期となる。春先には量販モデルの新型車種も発売予定であり、向こう半年の見通しはやや明るい。
		住関連専門店（営業担当）	・新築の戸建て住宅やマンション、その他リフォーム工事等で消費税の引上げ前の駆け込み需要が出始めている。公共工事でも、2～3月にはリフォーム工事や大規模改修工事が出てくる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・季節の変わり目と異動の時期を迎える。
		高級レストラン（役員）	・例年は閑散期となる2月も、歓送迎会シーズンが始まる3月も、予約状況が好調である。
		一般レストラン（経営者）	・これから新入学等のイベントがあり、良い方向に向かう。
		一般レストラン（経営者）	・春先は異動等で人の動きがある。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・賃金の上昇が浸透してきており、景気が良いと感じる消費者が増えている。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約数が前年同期比で増えており、やや良くなっている。
		都市型ホテル（経営者）	・業況が上向きで先行きも期待できる。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊客はインバウンド次第だが、春の需要に期待している。3～4月の宴会にも比較的問合せがある。
		都市型ホテル（営業担当）	・希望日程が重なるケースが多く業績には直結しないが、問合せ件数からみると、今後も引き続き良好である。
		旅行代理店（経営者）	・足元は天候の影響でサービス業全体が悪いが、年度末ということもあり、予約状況からも徐々に良くなっていく。
	旅行代理店（経営者）	・1月は寒いなかでも売上は順調に伸び、2～3月の春の旅行商品も順調に受注している。	
	旅行代理店（従業員）	・雪の心配等で冬場は旅行を控え、春以降に計画するという客が多い。	
	タクシー運転手	・少しずつ長距離利用の客が増えている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・高価格帯の製品が、今後も売れる。
		通信会社（営業担当）	・当面は、新しい機器の順調な販売が続く。
		通信会社（サービス担当）	・引越シーズンに伴って、光回線の新規申込みが増加してくる。
		美顔美容室（経営者）	・2月からキャンペーンが始まり、毎年購入する客により販売量が増加する。
		美容室（経営者）	・1月はとても悪かったが、春になると来客数は増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・3月の決算期の駆け込み需要に期待する。
		商店街（代表者）	・新商品の投入等、取扱商品の入替え時期となり、売上増加を期待したいが、前年、一昨年共に微増程度となっており、今年も大して変わらない見通しである。
		商店街（代表者）	・個人客は、若干ではあるが増加している。1人当たり単価も若干だが上昇傾向にある。
		商店街（代表者）	・余り良くなる材料が見当たらない。食品関係会社の話では、飲食店でも倒産しているとのことである。
		商店街（代表者）	・変化する要素が見当たらない。
		商店街（代表者）	・家電品には、新規に購入したい商品がなくなり、故障が少ないため買換えのサイクルも長くなっている。白物家電では、高付加価値商品よりも安い商品に購入意識がシフトしている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・引き続き供給が追い付かない状況である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・安い物を求める傾向はまだまだ続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・業務用ビール類の値上げが発表される等、飲食店への来客数が回復するような材料はない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・利益の出ている法人客は、贈答品を購入して広告宣伝を行って、更に収益を得ようとする。個人客は財布のひもが固く、自家用には使うが、他人のために使える金はない状態が続いており、今後も変わらない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・景気の先行きは気候次第である。足元ではインフルエンザの流行で処方箋調剤が順調で、さらに、今後は鼻炎の季節が到来するため、ある程度期待できる。ファッション店や雑貨店等では、非常に悪いと嘆く状態が続いている。生鮮等を扱うスーパーも、例年並みの売上を維持するのは難しいとのことである。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは足元の状況から変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・賃金が上昇し、しばらくは良い方向に向かうが、地政学的リスク等まだ心配な点もあり、景気が良くなるとまではいえない。
		百貨店（企画担当）	・売上は、実態としてはインバウンド客の購買によって増加しており、それを除けば前年実績を下回る厳しい状況が続いている。決して国内景気が良いとはいえない。
		百貨店（売場担当）	・定価品の販売が増え客単価は上昇するが、来客数が増える見込みはない。
		百貨店（計画担当）	・購入状況には、今のところ変化はみられない。
		百貨店（販売担当）	・大きく落ち込む要因はないが、好転する要因もない。
		スーパー（経営者）	・輸出型の大企業は売上が増加するが、中小企業は現状と変わらず、大企業との格差が広がっていく。国内の消費はまだまだ良くなり、小売業、サービス業はもうからない。人手不足のため、高齢者でも元気であれば働く人が増え、家計には貢献する。
		スーパー（店長）	・近い将来、ドラッグストアや小型スーパーが更に出店してくるのは間違いなく、商圈内の来客数は変わらないため、厳しい状況が続く。
		スーパー（店員）	・しばらくは寒い時期が続き、鍋物用の野菜や肉等、多様な食材が売れる。
		スーパー（店員）	・安い時だけ客が来て、ふだんの買物はなかなか回復せず、見通しは非常に厳しい。
		スーパー（販売促進担当）	・所得の手取り額が増えなければ、消費者の財布のひもは固いまま、なかなか購入には至らない。
		スーパー（販売担当）	・今よりは気候が良くなり、売上も例年並みとなる。
		スーパー（支店長）	・正月明けから消費が鈍くなっている。この寒さでは不必要な外出はしないため、客足も遠のいている。

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
		スーパー（企画・経営担当）	・広告やイベントを企画すれば客を取り返せても、景気が上向きとはいえない。
		スーパー（販売担当）	・前年よりも売上が悪く、月1回の大安売りを続ける等、これ以上の落ち込みを防ぐ必要がある。
		コンビニ（企画担当）	・客単価を上げることで来客数の減少を補っており、しばらくはこの状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・恵方巻きの予約が、土曜日という悪材料を考慮しても今一つである。
		コンビニ（エリア担当）	・夕夜間の生鮮品、米飯類の伸張による客単価の改善で何とか現状を維持している。キャンペーンやエリア施策で、来客数を更に改善する必要がある。
		コンビニ（店長）	・前年同期比で来客数は5%、売上は10%減少しており、特に良くなるような兆候はみられない。
		コンビニ（総務担当）	・業界では業績の低迷感が漂っている。フィットネスの兼業等、新業態へのチャレンジもあるが、コンビニが乱立する飽和状態を打破する材料となるかは、不透明である。
		コンビニ（商品開発担当）	・相変わらず来客数が回復せず、増加に転じるきっかけが見当たらない。セールやクジで客単価を上げている状態が今後も続く。
		衣料品専門店（店長）	・しばらくは気温の変化や天候に左右される状況が続く。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・冬物商材も、ここに来て動いてはいるが、例年並みである。
		衣料品専門店（売場担当）	・足元の好調さは、気候の影響を受けているだけで、景気が回復しているとはまだ思えない。
		家電量販店（店員）	・段々と良くなってきており、しばらくは好調が続く。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・2～3月は通常の商売に戻り、1月ほどは店舗間での格差が少なくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・客層の高齢化への対応が課題である。
		乗用車販売店（経営者）	・取り立てて変わる要素は今のところない。
		乗用車販売店（従業員）	・これまで順調に推移してきたので若干の踊り場となる。楽観視はしているが、2～3か月先は何ともいえない。
		乗用車販売店（従業員）	・工場への在庫数が減少しており、販売台数は持ち直してきているが、大きなプラス材料とはいえない。
		乗用車販売店（従業員）	・北朝鮮問題が大きく影響し世の中がとても不安定である。このまま良くない状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・年度末の決算期に向けて市場の盛り上がりを期待する。賃上げムードもあり、車の安全性能に対する客の関心も高まっているため、財布のひもがもう少し緩むことを期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発売予定等、大幅な販売を見込めるような要素はない。
		乗用車販売店（総務担当）	・4月以降は賃金の上昇が見込まれるが、それまでは企業も動きにくく、大きな変化は期待できない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・特に景気を刺激するようなイベントが見当たらない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・今後2～3か月は足元と同様の状態が続く。世界情勢や株価の動き等で多少の変動はあっても、このままの状態が続けば良い。
		一般レストラン（経営者）	・特に良くなる要素は見受けられない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・このまま株価の上昇が長い期間続けば、雰囲気も良くなり少しずつ景気は上がっていく。
		観光型ホテル（販売担当）	・宿泊人数は、インバウンドのウエイトが大きく催行決定までなかなか読めない。一般宴会は、前年同月と予約数がほぼ同じで変わらない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいが見込まれる。
		都市型ホテル（経理担当）	・大口の宿泊団体客が伸び悩んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・平昌オリンピック終了まではこのままで変わらない。平昌オリンピックの終了後に期待する。
		旅行代理店（経営者）	・良い業種と低落している業種がバランスして、一見変わらないが、土日の昼間以外は来客数は減少傾向であり、抜本的な改革がなければゆでガエルとなる状況が続いていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・景気の良い客の割合はまだまだ少ない。相談はあっても契約に至らないケースでは、情報のみを得ている可能性もあり対応に困っている。早期優遇で先の予約まで取り込むため、実際に出発するまでは実態が分からない面もある。
		旅行代理店（従業員）	・平昌オリンピック等、国際的なスポーツイベントがある時期はテレビ観戦が多くなり、旅行に出かける人が減少する。燃油価格の高騰による燃油サーチャージの上昇や北朝鮮問題も影響し、海外旅行者数は伸び悩む。
		タクシー運転手	・ガソリン等は相変わらず価格が高騰しているが、野菜等は解消が見込まれる。春闘で予想を上回るベースアップがあれば、景気も良くなるのではないかと期待している。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は長い間入出が少なく、この先も変化があるとは思えない。悪いままの状態が今後も続く。
		通信会社（企画担当）	・株高や一部企業の好調な業績等、プラスの要素はあるものの、中小企業の人手不足や野菜の価格高騰等、中小企業の業績や市民の暮らしは決して明るい見通しではなく、全体としては変わらない。
		通信会社（営業担当）	・お買得感のある商品が登場しない限り、前年と変わらず個人客には動きは出ない。
		テーマパーク（職員）	・インバウンドの団体客の予約状況は、前年同期並みで推移している。
		テーマパーク職員（総務担当）	・景気が好転する要因が見いだせない。好景気を示す報道はされているが、実感として感じられる要因はない。
		ゴルフ場（企画担当）	・3～4月は少し暖かくなり来客数は増加する。3月の予約数も、前年同月比で増加しており、景気はこのまま順調に推移する。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・企業業績は悪くないが、身の回りでは好況感が余り感じられない。
		美容室（経営者）	・余り明るいニュースもなく、客は無駄遣いをしない傾向が非常に強い。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・この先数か月、施設の利用者数が増えるような予定がない。
		住宅販売会社（従業員）	・現場の職人からは、低迷したまま変わらないという声を聞く。
		住宅販売会社（従業員）	・金融機関の審査状況により受注が低迷しているが、先行きも大きく変化することはない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・年度末に向けて企業からの引き合いが続く。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・繁忙期に入り、賃貸の客が増加する分売上は増加する。売買の客を増やすことが重要である。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数が96%と大きく前年を割っている。客単価は104.5%で売上はさほど悪くはないが、来客数が回復しなければ景気は良くならない。
		コンビニ（企画担当）	・消費は所得と同じように2極化する。データ改ざん問題等の影響で夏前には一時的に足踏みするが、株価が連動して足踏みしなければ、今の状況は続く。
		コンビニ（店長）	・客層の高齢化に伴い売上が減少する。今年の寒さも影響が大きい。
		コンビニ（エリア担当）	・おにぎりや弁当等、主力商品の数字が悪いと、今後は更に厳しくなることが多い。主力商品に金を使う客が少なくなっており、しばらくは今より厳しい状況になる。
		家電量販店（店員）	・季節要因の他に売上をけん引できる要因がない。映像商品や白物家電の動きが顕著にならなければ、楽観視できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・客からは、消費税の引上げ前だという声が少しずつ出ている。駆け込み需要は期待できるが、全体の販売量が前年と変わらなければ、増税後の反動減が非常に心配である。
		一般レストラン（経営者）	・潜在的な不安材料として北朝鮮問題がある。
		一般レストラン（従業員）	・野菜の価格高騰が響いてくる。
		スナック（経営者）	・高齢の客が多く、これからしばらくは期待できない。
		テーマパーク（職員）	・世界情勢の影響や、他の地方への観光客の流出が続く。
		観光名所（案内係）	・誰も皆元気がない。
		理美容室（経営者）	・客との話では、給与も上がらず、景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉用具の貸与価格の上制限が始まる。全国平均が基準値となるため、給付費の実績が平均価格より上の地域では、売上が減少する。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・発注価格が低い上、人件費や資材価格が上がっているため利益が出ない。発注単価が上がるのはまだ先で、景気の回復もまだ先になる。
	×	コンビニ（店長）	・ビールや酎ハイなどアルコール類の売上が減少している。ドラッグストア等で安く販売している影響がある。
	×	衣料品専門店（経営者）	・一段となじみ客頼みの商売となる。
	×	パチンコ店（経営者）	・監督官庁の規制強化により、来客数に影響が出る。
	×	美容室（経営者）	・若い世代の人口がどんどん減少している。このままでは景気は良くならない。
	×	理容室（経営者）	・景気の良い話は全くない。客に聞いても景気の良い話はない。
	×	設計事務所（経営者）	・現状実施している案件がほぼ終了してしまうが、将来につながる種まき案件がない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・所得は上がらないが物価は上がっており、なかなか住宅の購入には至らない。
企業 動向 関連 (東海)		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・3月の受注量はこの2年間で最も多く、生産が間に合うかどうか心配なほどである。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費マインドは、引き続き緩やかに改善する。
		化学工業（人事担当）	・北朝鮮や中東等、海外のリスクはあるものの、国内では景気が悪くなる要因が見当たらない。春闘での賃上げが今まで以上のアップ率となる可能性もある。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・比較的大口の新規案件の受注が決まり、この先2年くらいは続くということで、業績は上向きが見込まれる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・足元の状況が持続できれば上向きが続く。株価の上昇はやや加熱気味で、何かのきっかけで急激に景気が落ち込むような不安がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年度末にかけて、業界全体で設備投資への期待が高まる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・中小企業では、大幅な賃上げにはまだ消極的だが、業績に応じてボーナスに反映しようとする動きもみられ、身の回りの景気としては、やや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・この先の仕事量の見込みから、少し良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・都心マンションをいち早く購入・転売できるのがどのような層なのかは分からないが、売り物件にすぐ買手が付くのは良い傾向であり、景気が回復してきている。
		通信業（法人営業担当）	・株価が上昇し、企業にも個人にも余裕が見受けられる。
		通信業（法人営業担当）	・少しずつ上向いている。
		通信業（総務担当）	・東京オリンピックまでは、商流や物流を含めて既存の計画が遂行され上昇していく。従業員の賃金も、企業業績に連動して上昇すると消費拡大につながる。
		食料品製造業（営業担当）	・取引先の受注量に大きな変動はなく、現状維持の見通しである。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・今の景気は余り良くない。2～3か月先もこのままの状況が続き、景気は変わらない。
		化学工業（総務秘書）	・特段、プラス要因もマイナス要因もない。仮想通貨の流出事件があったが、景気に影響を及ぼすほどのものではない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いはこれまでと同様の水準で推移しており、景気についても変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・プロジェクト案件の動き出しが鈍く、思ったほど忙しくはならない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・1月から北米での自動車生産が減速しており、それに伴い設備投資も低調となっている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量は高水準で推移している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化する要素が見当たらない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の話では、年度末に向けて横ばいが続く。	

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
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画をみると、しばらくはこのままの流れが続く。
		輸送用機械器具製造業（製造担当）	・製品の注文数が減少するという話は聞かない。
		建設業（役員）	・金利や税制面も落ち着いており、住宅購入にあたって、購買意欲の後ろ盾となる要因がない。
		輸送業（エリア担当）	・春節で伸びてから若干下向きとなる、季節的な動きが見込まれる。
		輸送業（エリア担当）	・配送単価が上がり収入は増えても、社員が集まらない。外部委託費やパートの時給も上がっており、結局トントンになってしまう。
		輸送業（エリア担当）	・軽油価格が前年比で約15円上昇し、苦しい状況は続くが、大手鉄鋼会社が円滑な輸送を確保するため、輸送運賃の値上げを受け入れるという明るい話もある。
		金融業（従業員）	・自動車関連企業の話からは、先行きにも変化がないように見受けられる。
		金融業（企画担当）	・個人投資家は含み益が増えており消費マインドも良好であるが、それ以外の個人には株高等の恩恵はなく、給与も増えていないため景気が良くなっている実感はない。賃金が上がってこない、景気は良くならない。
		不動産業（経営者）	・例年より晴天の日が多いという予報もあり、当面は足元と同様に良い状態が見込まれ、売上も前年同月比100%以上が続く。
		不動産業（用地仕入）	・先行きにも特段のトピックがない。
		広告代理店（制作担当）	・景気が良くなる具体的な材料が見当たらず、しばらくは横ばいが続く。
		公認会計士	・大企業で働く人と中小企業で働く人の格差が改善されるきっかけが見当たらない。
		会計事務所（職員）	・地域内の企業の賃金上昇が鍵を握る。他地域に合わせて賃金を改善しなければ、人材確保が難しい。
		会計事務所（社会保険労務士）	・好調な業績のお陰で賃上げが期待できる。ただし、給与が増えても社会保険料等の額が上がると、手取りとしてはそれほど増えない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円高基調となっており、どこまで進むか分からないが、思った以上の円高になると、景気回復にもブレーキが掛かる。
		印刷業（営業担当）	・数字の上では景気が良くなっていると聞かすが、生活面での実感は全くない。末端での景気は、これからも更に悪くなっていく。
		化学工業（営業）	・ナフサの値上がりにより、原料費のコストが上昇する。
		鉄鋼業（経営者）	・例年1～3月期は、製造業全体で生産が落ち着く。鉄鋼メーカー等も年度末の出荷に向けて、いったん落ち着く。
		輸送業（経営者）	・軽油単価の動きは読み切れない。人手不足はますます悪化する。
		輸送業（従業員）	・原油価格がじわじわと高騰しており、物流業界や石油を原料とする産業への影響が懸念される。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの件数が減少している。少し離れたところに大型ショッピングセンターがオープンしたが、以前なら確実に入った折込広告が入らなかった。広告を出す地域をかなり絞っている。	
	x	-	-
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣業（営業担当）	・東京オリンピック、パラリンピックへ向けて、首都圏を中心に景気は若干良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・3～4月は人材の動きが活発になる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・年度末に向けて自動車生産台数は好調な推移が見込まれるが、労働者不足が大きな問題で、人材確保には苦戦している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・企業が接待に使う金も増えてきている。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求職者数は変わらないが、年度末に向けて求人数が増加してくることから、人材業界としては活発な上向きの動きが見込まれる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月1日入社を目指して、企業側は採用活動のスピードを上げる時期である。働く側でも、3月上旬までは転職に目を向ける人が増える。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・学年の若い層向けの企業合同説明会や業種別説明会等、多様な催事が開催されている。民間就職会社以外に自治体による開催も増えてきている。
		人材派遣会社（社員）	・求人ニーズは引き続き高止まりで、対応する求職者の不足が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・2～3か月先の景況感もやや良い状態である。今のところ足元から更に良くなる具体的な要因はないため、先行きも変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・採用数を増やす動きは、このまましばらくは続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・短期的には大きな変化が期待できない。
		職業安定所（所長）	・年度が替わる時期にはヒト・モノの動きが活発になると期待するが、それまでは変化が小さい。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢は改善しているものの、従業員への賃金には反映されていない。
		職業安定所（職員）	・足元の新規求人数がほぼ横ばいである。
		職業安定所（職員）	・雇用は全体でも高水準を維持しているが、職種によっては人手不足が際立っており、影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加と求職者の減少は変わらないが、人手不足が中小零細企業の経営を圧迫する事案もあるため、景気としては上向きとはいえない。
		人材派遣会社（社員）	・1月が良すぎたため先行きはやや悪くなる。予約状況も余り良くない。
		人材派遣会社（支店長）	・労働契約法の関係で雇止めとなる派遣労働者が年度末に数%発生する。再雇用には半年のクーリング期間が必要なことから、人材確保がより厳しさを増す。
	x	-	-

7. 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)		観光型旅館（スタッフ）	・大口の団体受注があり、1～5月は前年を上回る予約状況である。
		商店街（代表者）	・寒波や物価上昇の影響を危惧しているが、新聞発表などの景気の現状判断では全般的に緩やかな回復基調とのことである。春のセールに向けて、地元百貨店と共同販促することなど、前向きに対応を考えている。
		百貨店（売場主任）	・好調な企業業績を背景に、中間所得層を中心とした給与増への期待が高まるが、消費が好転するのは昇給時期の4月以降と見込んでいる。
		百貨店（営業担当）	・記録的な寒波の影響で売上が大きく落ち込んでいるが、その反動でこれまで外出していなかった客が来店するのではないかと期待している。
		家電量販店（店長）	・雪の影響によって来店できなかった客が戻ってくる。
		乗用車販売店（従業員）	・2月に大きなイベントを控えているので、かなり期待している。
		一般レストラン（店長）	・季節要因が変化すれば、少しは良くなると見込んでいる。
		スナック（経営者）	・春になってからの動きに期待したい。しかし、有事となれば状況が悪くなることも懸念している。
		旅行代理店（支店長）	・東京オリンピックに向けて、旅行関連市場における動きが加速すると見込んでいる。
		通信会社（職員）	・年度末の人が動く時期に向けてキャンペーンを予定しており、販売量増加につなげたい。
		通信会社（営業担当）	・新規卒業者向けの販売がメインとなり、その家族向けのスマートフォン購入も見込めるため、良くなると考える。
		通信会社（役員）	・3～4月の商戦期を迎え、新サービス展開中の反響があるなかで、特に通信系サービスの契約増が期待できる。
		テーマパーク（役員）	・先行予約が前年並みに推移している。1月ほど天候による悪影響はないと考えられることから、2～3か月先に向けてはやや良くなると見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・今後ますます客の購買意欲に動きがみられると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・問合せが一定数あり、見込客も増えている。1件当たりの契約金額も若干増えており、まだまだ安定した契約数が見込める。住宅以外のカーポートや外部物置などにも金を回す人が増えている。
		住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げに対して、客の動きが活発になりそうである。
		商店街（代表者）	・状況が変化する要因はみられない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・鮮魚関係で売上を落としているが、精肉部門で売上が取れている。そのため、前年比でややプラスといった状態で推移している。来月も同じように推移するのではないかと考えている。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・これから需要期となるので売上は上がるが、競争激化によって適正利益の確保が難しい。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・大雪が落ち着けば悪影響も減るとみられるが、今でも水道管の凍結と破裂で断水状態が続く地区がある。早々の復旧は難しそうである。
		スーパー（店長）	・単価の高い商品の動きが一部で出てきているものの、賃金アップが中小企業にまで波及するには時間が掛かるため、全体的な消費活性化には、まだまだ足踏み状態が続くと考える。
		スーパー（総務担当）	・平昌オリンピックによる盛り上がり期待できるが、盛り上がりは一時的で、収束するとみている。全体的な景気は緩やかに良くなっている感覚はあるが、スーパーの消費量が3か月後に急に上がるとは見込めない。
		スーパー（総務担当）	・野菜の高騰のほか、調味料などの値上げも見込まれる。今後ますます家計を引き締めるため、景気が良くなるとは考えられない。
		スーパー（統括）	・節約志向から消費が回復するきっかけを見いだせない。
		スーパー（店舗管理）	・現状の農水産物の不安定な状況が改善されるかもしれないが、改善されても景気が回復するとは限らない。
		衣料品専門店（店舗運営）	・来客数は安定的に増加しているが、客単価や購入点数に波があるため、総合的にみて大きな変化はないと考える。
		家電量販店（店長）	・平昌オリンピック特需への期待は少ない。来客数減少が悪天候による影響であっても、その後の反動が見込めない。
		家電量販店（本部）	・消費を刺激するような政策や商品が余り見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・天候にもよるが、来客数の状況が悪いので、弱含みの状態が続くとみている。
		自動車備品販売店（役員）	・車販売と車検の需要期に入るが、整備士減少により受入台数に制約が出ている。人手不足が営業に大きく影響を与えている。
		住関連専門店（役員）	・食料品の価格高騰や昨今話題の所得税改革など、家計への負担が増えることが見込まれる。趣味嗜好品への出費がますます後回しとなると考える。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・依然として景気が良くなる兆しがみられない。今後も変わるような動きがない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・天候による影響を除いても、衣料品の落ち込みはこれまでの傾向のまま進むと考える。ただし、来客数が通常どおりに戻ってくれば、雑貨や飲食、アミューズメントなどは堅調であり、前年並みに推移すると考える。
		高級レストラン（スタッフ）	・歓送迎会の受注が例年並みで推移している。
		観光型旅館（経営者）	・2月以降の予約状況も、ほぼ前年並みである。
		旅行代理店（所長）	・団体予約では固定客の動きが速くなっているものの、個人受注を含めて動きが感じられない。
		タクシー運転手	・ビジネス客や観光客のタクシー利用の動向は、当面は変わらないと見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・高額新商品の販売量の動きが以前よりみられるものの、一時的なものだと考える。前年比で販売量に大きな変化はみられない。地域の特性として、雪が降ると来客数は圧倒的に減少する。
		競輪場（職員）	・例年は年始に売上が大きく向上するが、今年は予想に反して売上が伸びておらず、今後も上昇する要素がみられない。
		美容室（経営者）	・先行きは不透明であるものの、緩やかながらも景気は回復しているようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・一億総活躍社会、人生100年時代などと将来への不安を駆り立てる報道が多い。先行き不透明感がますます強くなり、企業と同様に個人所得を貯蓄に回す傾向が強くなると考える。
		コンビニ（店舗管理）	・4月より電気料金の値上げ、さらに翌年から水道料金20%アップとネガティブニュースが相次いでいる。消費心理が一層冷え込むことを懸念している。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては一進一退を繰り返しており、下げ止まり感がない。いろいろと試行しているが簡単には好転しない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・中期予報によると寒さが長引いて遅い春となるようである。ハレの日企画である春物衣料や新学期関連商材、新生活需要に悪い影響が出そうである。
		一般レストラン（統括）	・外食企業は価格改定のニュースに企業名が取り上げられると、どんなに努力してもかなりの苦戦を強いられる。しかし、価格改定しなければ利益は減少する一方であり、人手不足に加えて新たな人材確保も難しく、各社共に今年夏までには値上げせざるを得ない様子である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルの新規オープンが相次ぎ、宿泊部屋数が25%も増えて、過当競争がますます過熱してくる。
		タクシー運転手	・1月は大雪の影響で大変忙しかった。4月以降は新年度に入ってタクシー利用客がいるとは思うが、忙しいときの反動でやや悪くなるのではないかと考える。
		通信会社（役員）	・通信料の節約志向から、格安スマートフォンへ切り替える客は増加傾向にあるが、既存のテレビやインターネット契約は新規獲得数が減少傾向にあり、総じて当面は売上減少の見込みである。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・低価格帯の新規競合店の参入と、既存の競合施設が値下げを実施している。一方で、当社は新年度に値上げを予定しているため、状況は大変厳しくなる。
		x	商店街（代表者）
企業 動向 関連 (北陸)		不動産業（経営者）	・同業者の話では、2～3か月先の話で問合せがきているようである。最近では一般客からの話が少しずつ出てきているが、これも1～3か月先の話である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・設備投資は必ず一服するので、4月以降の状況は不透明である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイ関連では、依然として欧州諸国やASEAN加盟国向けの受注が堅調である。また、3月決算に向け、国内の産業機械市場の受注も順調である。
		建設業（役員）	・当面は工事発注量が増加見通しにある。ただし、施工能力は限界にきており、しばらくは受注困難な状況であると考えられる。
		金融業（融資担当）	・多数の取引先と年始の挨拶を交わしたが、業種を問わず、今年は設備投資を前向きに進めるという話が多く出た。採用難から、特に生産性を高めるためのIoT関連の投資を考えている企業が多い。
		司法書士	・役員報酬増額は、新営業年度の利益を予想して決定している。運送業や建設業などの分野では、利益増を予想しているようである。
		食料品製造業（経営企画）	・半年先くらいには、各種コストアップの影響を見込んでいる。しかし、この先数か月は大きな変動要素がないだろうと考える。
		繊維工業（経営者）	・衣料分野の将来は新繊維の開発次第である。したがって、開発を前向きにやらなければと考える。
		繊維工業（経営者）	・受注は堅調であるが、人件費や物流費、資材、重油に加えて電力料金など、値上げがめじろ押し状態である。果たして価格転嫁ができるか否かで収支面の影響が大きい。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・売上は復調傾向であるが、原料価格の動向には引き続き留意が必要であり、その状況は続く。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注をみて、変わらないと判断した。
		精密機械器具製造業（役員）	・季節的にはインバウンドに期待したいが、国内客向け共に店頭における購買平均単価の下落傾向が続いているようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・国の新年度の公共事業費はほぼ横ばいとなっているが、これまでの経験から、今年度末の2～3月に相当量が前倒しで発注されるとは考えられない。
		輸送業（配車担当）	・最近人手不足が顕著になり、特にドライバー不足が深刻な問題となっている。
		通信業（営業担当）	・事業仕様の通信設備については、新たな商材が増えていないことから現状維持と考える。
		金融業（融資担当）	・生コンの出荷数量が前年比マイナスで推移しており、県内全域で出荷量が低迷するとみられる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・売上は1月も前年同月比を割っている。多分に、大雪の影響によってチラシの出稿量が減少したようにみられる。寒気が収まらないと見通しが見つからないのが現状である。
		税理士（所長）	・大体3か月先までであれば、製造業や建設業は受注の見通しができている。ただし、2つマイナス要因があって、1つはなかなか利益幅に結び付かない点である。大企業による厳しい価格交渉が始まっているが、一方で、外注費などの人件費は下がらない。むしろ外注先の職人が少なくなっているのも大きな問題である。もう1つは、中小企業に新入社員が入ってこない。このため、事業の拡大は難しいというのが取引先の主だった話である。
		*	*
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(北陸)		学校〔大学〕（就職担当）	・求人や学内企業説明会希望の企業の訪問が多くなっている。出足は前年度同時期を上回る。
		人材派遣会社（役員）	・求職者には、有期雇用契約の派遣システムへの関心がない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・求人倍率は相変わらず高い状態だが、物が好調に売れているといった声が、企業からは余り聞こえてこない。
		職業安定所（職員）	・労働力の高齢化などによって、今後ますます人手不足の声が大きく聞かれるのではないかと考える。しかし、企業側も何らかの対策を打ってきている。ある程度の底力がある企業は、海外への製造拠点移転や機械化、コンピュータ化といった方向に進めている。そうした道筋ができた場合には、人手不足が解消に向かう可能性も、若干は想定しておくべきである。しかし、現在の段階でみると、2～3か月後は現状と変わらない状態が続いていくと考える。
		職業安定所（職員）	・業績が良くなっているという事業所がある一方で、悪くなっている、先行きが不安という事業所の声もよく聞く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の手不足もあって学生の就職決定は順調と聞いている。当社では、現時点での求人に対して、要員の補充に苦慮する状況がしばらく続きそうである。
		-	-
	x	-	-

8. 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		家電量販店（人事担当）	・新社会人や学生による新生活需要が始まり、まとめ買いが増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・3月の決算に向けて、節税対策による購入が見込まれる。
(近畿)		都市型ホテル（客室担当）	・2月は春節の影響もあり、予約は前年比111%で推移している。稼働率、客室単価共に、前年を上回る予想である。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・大阪万博が決まれば、関西での投資も続くほか、観光客も増えることが期待される。
		百貨店（売場主任）	・天候の回復に伴い、景気の基調も回復に向かう。
		百貨店（営業担当）	・当店では高額品を扱っていないが、消費意欲は堅調なイメージである。以前は食料品関連だけがそのイメージであったが、ファッション関連も、割安感のある物に関しては動きが良い。
		百貨店（外商担当）	・訪日外国人がまだまだ増加しており、全体の売上を押し上げるほか、新ブランドの導入も始まるため、売上が上向く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（マネージャー）	・株価の上昇による、特選ブランドや宝飾品、時計といった高額品の販売好調が続いている。海外からの観光客も増えているため、免税売上の増加も継続する。この2つの成長市場により、今後も景気は上向く。
		百貨店（サービス担当）	・バレンタインフェアも好調に推移すると思われる。自分自身の楽しみや、女性の友人へのプレゼントとして購入する傾向に変化はない。また、月末には物産催事を開催するため、集客効果にも期待され、好調に推移する見込みである。
		スーパー（店員）	・新年度に向けての準備などで、買物が増える。
		スーパー（店員）	・野菜の値段が少し下がり、落ち着いてくれば、鍋物の材料や春野菜が売れてくる。
		スーパー（企画担当）	・前年に比べて気温が低く、鍋物関連の商品が伸びている。野菜の相場も高く、全体的には単価アップとなるなかで、販売点数や売上も若干アップしている。今後は、目の前の節分を成功させることが、まずは重要である。
		コンビニ（経営者）	・旅行シーズンに入ってくるため、インパウンドの客も増えて、たばこなどの売上が増える見込みである。
		コンビニ（経営者）	・イトインコーナーの利用はまだ増えることが予想され、ファーストフードやコーヒー類、弁当などの売上は、高い水準での推移が期待できる。
		コンビニ（店員）	・春休みシーズンになれば、旅行客の来店が増える。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツの単価が上がっている。
		家電量販店（店員）	・2月はやや低迷するが、それ以降は決算に向けたセールなどの販促を掛けるため、来客数は増える見込みで、景気も上向く。
		家電量販店（企画担当）	・新生活需要が始まる前であるが、ゼロエネルギー住宅やIoTの住設関連商品のほか、情報家電、スマートスピーカーなどの販売が好調である。
		乗用車販売店（経営者）	・賃上げムードで、何となく雰囲気は良くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・北朝鮮問題のほか、仮想通貨の取引停止といった不安要素もあるが、米国や中国を中心とした世界経済は引き続き好調に推移する。時間は掛かるが、徐々に日本経済にも好循環が波及し、中小企業も恩恵を受けるなど、やや景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末に販促活動を行い、既存の見込客とは契約を済ませたので、1月は新規の来場客頼みとなっている。3月に向けて、リース期間の満了や決算を控えた商談の増加が期待される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・異常な寒気により、寒い日が続いている。寒さ対策に関する季節商材は引き続き動く。
		高級レストラン（企画）	・先の予約では、客室の販売単価が引き続き上昇傾向にある。また、企業からの宴会の引き合いが増加している。
		一般レストラン（経営者）	・春節や花見時期のインパウンドの増加、歓送迎会の需要に伴うケータリングの増加など、回復につながる理由がいくつかあるが、仕入価格の高騰はまだ続くため、利益は若干の回復にとどまる。
		一般レストラン（企画）	・2016年の11月から来客数が伸び始め、2017年の後半には客単価も大きく前年を上回り出した。来客数は1年以上にわたって前年並みを維持できているほか、ディナータイムの営業が全体をけん引しているなど、今後も堅調な営業が予想される。
		一般レストラン（店員）	・前年に比べると、新しい客が増えている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・最近寒い日が続いており、数年に1度の寒波ということもあり、来客数が増えている。今後も寒さが続くと予想されているので、やや良くなる傾向が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会場のない、宿泊に特化した施設が開業、建設中ということもあり、宿泊については価格競争が予想される。予約自体の伸びも少ない。一方、宴会部門は定例の宴会が取れているほか、周年記念パーティーの開催もあり、収入予想は好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月下旬には客室の改装が終了し、更なる単価アップが見込まれる。宴会も、春先までは予約が好調である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（役員）	・世界一周のクルーズを始め、テレビなどで積極的に取り上げられている海外旅行の予約が増えている。年度末を控え、今後は間際予約が見込まれる。
		通信会社（社員）	・2～4月にかけては、スマートフォンの買換え需要が高まる。それに連動して、ケーブルテレビやブロードバンドの加入も増加する。
		通信会社（企画担当）	・家庭用ゲーム機のヒットにより、ソフト市場の拡大が見込まれる。
		ゴルフ場（従業員）	・景気回復の兆しが多少は残っている。
		競艇場（職員）	・全国発売の競走の売上が好調なほか、一般競走でも、特に電話投票の売上が伸びている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税への警戒感から、増税前に住宅を建築しようという客が、動き出したと感じる。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・年末の繁忙期よりも、更に忙しい年度末の時期が始まる。時間外作業の増加で、収入だけをみれば景気が良い。
		商店街（代表者）	・以前からの悪い状況に変化がない。これからも客足の引きは早い状況が続く。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・経費削減のためか、抑えられる物は抑えて購入する傾向が目立つ。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・春のアパレル商品は、ほぼ横ばいか若干の増加傾向の推移となる。客の所得環境は決して悪くはないが、安心できる材料もない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・久しぶりに大阪市内の同業者の話聞く機会があった。立地も良く、羨ましく感じていたが、年末までに閉店したと聞いた。具体的な理由は分からないが、時計の必要性がなくなってきたと感じる。先行きは不安しかなく、明るい兆しはない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・現状を打開するような具体的な取組はみえてこない。神戸以外の販路や、従来とは異なる販路を探して、活性化を図る必要性を強く感じる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新規のギフトの取扱も始まるため、少しは受注の見込みがある。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・近年は春物衣料の動きが非常に悪く、当面は起爆剤になる物もないため、数か月先の景気には期待できない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・消費者の生活が良くなる感覚はない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・例年1～2月は販売量、売上共に低迷するが、発想の転換で販売チャンスと捉え、新しい取引先の開拓を目指して行動するしかない。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドの売上だけでなく、国内の消費者の景況感が良い。ただし、株高効果で高額品は好調であるが、生鮮食品を中心とした価格高騰が気になるところである。
		百貨店（売場主任）	・一部の富裕層による安定的な購買がみられる以外は、インバウンド頼みの状況が続いている。
		百貨店（企画担当）	・株高の基調が継続する限り、富裕層の外商顧客による売上も、数%程度の増収は期待できる。一方、ボリューム層である自社カード顧客の売上は、前年比で微減という傾向が続く。外国人売上については、増加傾向が一巡したとはいえ、当面は更なる増加が予想されるため、売上全体は今月のような増収が続きそうである。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドの売上が全体を押し上げるものの、優良固定客による高級ブランド品や美術品の買上は、一部の超優良客を除いて低迷する。資産性のあるセカンドハウスやマンションの購入などに、消費が流れているようである。
		百貨店（服飾品担当）	・今年も、3月の下旬頃から気温が上がってくると予想される。この数年で、春のファッション市場は3月から4月に実需が移動した。春が短く、羽織物の商品寿命が短いため、春の終わりから夏に向けて着回せるアイテムに期待できる。一方、化粧品関連は、例年2～3月に新商材が出てくるため、様々な会社による発売が始まることで、現状の売上は維持できる。
		百貨店（マネージャー）	・日経平均も2万4千円前後でもみ合っているが、上昇基調は継続している。一部では、年内に3万円台、2020年には4万円台に届くという見方も出ている。北朝鮮問題などの地政学リスクはあるものの、しばらくは上昇基調が継続し、富裕層の消費は底堅く推移する。

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
		百貨店（マネージャー）	・国内企業の業績が比較的堅調で、雇用環境も改善するなか、消費者心理に大きく影響するのは、今春の賃上げと社会保障に関する安心感だと思われる。そのため、目にみえる形での持続性のある政策と、経済界の判断が重要となる。
		百貨店（販売推進担当）	・本格的な春物シーズンはまだ遠く、寒さもまだまだ厳しくなるため、消耗品だけが好調といった傾向が続くそうである。食料品は固定客や地元客に支持されているが、高額な衣料品の動きが活発になるとは思えない。
		百貨店（売場マネージャー）	・為替や株価が不安定になりつつある。これまで売上が好調で、店全体をけん引してきた高級輸入ブランドの売行きが心配である。
		百貨店（営業企画）	・米国経済はパブルの様相であり、今後は調整に入ると考えられる。日本経済は堅調な企業収益に支えられ、底堅い動きが期待されるが、その影響は少なからず受ける。
		百貨店（宣伝担当）	・売上は好調が続いているが、その要因である免税売上は、件数が前年比で60%増である一方、売上は30%増と、単価が下がってきている。来月は春節もあるため、急な失速はなく、しばらくは現状維持が予想されるが、状況は注視していく必要がある。
		スーパー（経営者）	・特売品や割引品にしか反応しない客が多い。
		スーパー（店長）	・プラス要因が見当たらない。
		スーパー（店長）	・競合相手の多い地域であり、なかなか売上が伸びない。集客ばかりを狙っても利益の確保が難しくなる。品目を絞って実施し、コストの削減に努めている。
		スーパー（店長）	・消費者の可処分所得が増えなければ、引き続き厳しい状況になる。
		スーパー（店長）	・消費の鈍化は今後更に進むと予想されるが、政府の景気刺激策やインバウンドによる関西圏の活況、株高、東京オリンピックなどのプラス要因と相殺される。
		スーパー（店長）	・景気の底上げが、この地域ではみられない。
		スーパー（企画担当）	・来客数の推移には大きな変化がないほか、寒波の影響で冬物商材の動きが順調である。
		スーパー（経理担当）	・今年の冬は気温が低めで推移しているが、気温が上昇するタイミングで販売動向に影響が出る。気温の低い状態が長引くと、春物中心の売場とマッチせず、売上が伸び悩む可能性がある。
		スーパー（社員）	・客の消費意欲は大きく変わらないが、競合各社との販売競争が続いている。当社が売上を取れない場合、客の購買が減少しているのではなく、客への対応がしっかりとできていないことが大きな理由と考えられる。全体的に、食品を中心とする消費意欲は堅調である。
		スーパー（企画）	・個人消費の動向は、慎重に見極める必要がある。
		コンビニ（店長）	・短期的には、それほど変わらないと考えているが、長期的には悪化しそうである。
		コンビニ（広告担当）	・会社員の給与が数%増えたとしても、物価の上昇や公共料金の値上げなどもあり、まだ景気の改善にはつながらない。
		コンビニ（店員）	・今どきの若者が店長であり、最低限の仕事はそつなくこなすものの、それ以上の努力はしない。それが売上の今一つ伸びない理由だと感じる。
		衣料品専門店（販売担当）	・生活防衛のため、衣食住のなかでも、特に衣料品の買い控えが強まる。
		家電量販店（経営者）	・消費が拡大する要素は見当たらず、景気は良くならない。ただし、地元では大型施設の工事が始まり、地域に明るい希望が出てきている。
		家電量販店（店員）	・3月末までに決算セールDMを3回ほど送る。現状は土日の客足が伸び、客単価、購入点数が改善しているため、しばらくは今の傾向が続く。単身赴任や進学、就職での新生活需要も徐々に増えている。
		乗用車販売店（経営者）	・これから年度末に向けて、それなりの車の動きになると思うが、期待するほどではなさそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の申込みや新車の購入予約が増えず、例年と比べても余り変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算に向けての拡販は始まるが、過去に比べて、顧客の購入時期やニーズを尊重する方針が変わっている。メーカーや販売会社の仕掛けるキャンペーンが、購買意欲を大きく刺激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〔宝石〕（経営者）	・株価の上昇が追い風になっているほか、観光客による高額品の購入が売上を押し上げている。今後も株価が急に下らない限り、景気は横ばいで推移する。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・春闘に期待している。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・決して買わない客ばかりではない。販売側のスキルによって売り逃しをなくすため、販売側の提案や販促方法を検討する必要がある。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・賃上げへの動きが感じられるものの、メインの顧客であるシニア層に限っては、原油高や厳冬による光熱費の増加といったマイナス要因が目立つ。全体としては節約志向が継続する。
		高級レストラン（スタッフ）	・2月は恐らくいったん落ち込み、暖かくなった頃に回復する。
		一般レストラン（経営者）	・材料価格の高騰や人件費の上昇など、良くなる要素がない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・良い材料が見当たらない。働き方改革に関する政策も、もっと分かりやすい方がよい。
		観光型ホテル（経営者）	・宴会や宿泊の受注件数の減少が大きく響いており、今のところは増える様子もない。
		観光型ホテル（経営者）	・2月は旧正月もあり、前年比でもかなり来客数が増加する予定。一方、3月はほぼ前年並みとなりそうである。
		都市型ホテル（支配人）	・平昌オリンピックが終了するまでは、客の動きは鈍い。
		都市型ホテル（総務担当）	・4～5月の宿泊予約は、件数、単価共に前年を下回っている。宴会部門の予約についても、前年の予約状況には届いていない。
		都市型ホテル（管理担当）	・具体的に良くなる兆しがまだみられない。
		旅行代理店（営業担当）	・ベースアップやボーナスの上昇が、個人消費を押し上げるかどうかは不透明である。
		旅行代理店（支店長）	・平昌オリンピックで出控えが起きるものの、通常はオリンピックの終了後、その地域への旅行需要が高まる。ただし、今回は韓国ということもあり、政治的な問題の影響もあるため、客との会話では大きな変化はない。
		タクシー運転手	・大阪万博や東京オリンピックの開催という先の期待もあるが、観光地としての大阪の評価が上がっている感がある。
		タクシー運転手	・寒い時期であるため、近距離の利用は多少あるが、飲み会などでの利用は、このところ見受けられない。タクシーを利用する動きは限られており、まだまだ節約ムードである。
		タクシー運転手	・企業の利用や、一般予約の増減もない。
		通信会社（経営者）	・原油価格の動向が気掛かりである。
		観光名所（企画担当）	・国内客の状況は余り良くない。インバウンドによる来客で何とか維持している。
		遊園地（経営者）	・寒波の襲来が出控えにつながり、来客数や売上に悪影響があった。ただし、顧客動向そのものは、消費マインドが著しく減退した様子はない。景気動向を含め、一進一退という印象である。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズンが開幕し、4月には公式戦が行われるほか、人気歌手などのコンサートも開催されるので、多数の来場者数を見込んでいる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドの動向は堅調であるが、国内客の動きはオフシーズンのため不透明である。特に好転の兆しはみられない。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・ここ数か月間は生徒数が安定している。年度替わりでの退会もあるが、入会希望も出てきており、トータルでは生徒数にさほど変化はない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・全体的な売上は、何とか前年並みを維持している。ただし、取扱商材ごとの売上の差が大きくなってきている。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産の需要と供給がゆっくりと縮小している。

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
		住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の地価が、バブルといってもよい状態であり、地元業者はいつ崩壊してもおかしくないと思っている。その一方、地元以外の投資家はまだ積極的な姿勢をみせているため、一気に萎んでいくことはないが、様子見の動きもあり、しばらくは現状のままで推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの販売価格は、客の反応をみて決定することが多いため、大きく契約数が落ち込むことは少ない。結果として、現在の状態が続くことが予想される。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・不動産市場はやや悪くなっているように感じるが、景気全体に変化はみられない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・株価が堅調な推移を示すなかで、今後も引き続き、富裕層による安全資産の購入や、生前贈与のための不動産購入などが、市場を支える。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドの伸びに加え、気温の影響で防寒商品が好調である。また、さらに株価が上がってきたことが、消費を支える要因となっている。ただし、今後もインバウンド需要の好調は続くが、従来に比べると鈍化することが予測され、気温による恩恵や株価の動向にも不透明感があるため、これまでの傾向が続くとは考え難い。
		百貨店（営業担当）	・米国による政策の見直しにより、円高、株安が進む可能性があり、富裕層、インバウンドの購買動向には変動リスクが高まる。さらに、富裕層、インバウンド市場の拡大が一般することも見込まれ、今後も伸びていくかどうかは不透明である。
		百貨店（商品担当）	・好調な要因は、インバウンドの増加や株高の資産効果、気象条件といった外部要因である。今後、品ぞろえや顧客サービスなどを更に見直し、好調の維持を目指す。楽観はできない。また、中東や東アジアの緊張が米国経済を揺るがしかねず、気掛かりである。
		百貨店（販促担当）	・平昌オリンピックは日本との時差がないこともあり、2月は外出が鈍化しそうである。寒さも続く見込みであり、春物の動きが鈍くなることも懸念される。3月以降は見通しが不透明で、気候に左右される部分が大きいため、防寒機能もある春色商材の売り方の工夫が必要である。
		スーパー（経営者）	・人手があれば収益を増やせるが、それが困難な状況が続いている。今後もますます人件費の上昇による利益の圧迫が進む。また、円高、株安傾向となり、長引けば消費に悪影響が出るほか、円高で加工食品などのデフレが復活する可能性もある。その一方、春闘で大手企業を中心に3%以上の賃上げが進むなど、景気を刺激する材料が増えれば、悪い材料が相殺されると期待している。
		スーパー（開発担当）	・賃上げの動きもみられず、物価が高騰している首都圏のような、景気の回復感はない。
		スーパー（管理担当）	・野菜価格の高騰は終わる気配がなく、高値が続いている。春闘に関しても、大手企業以外はベアが望める状況にはない。
		住関連専門店（店長）	・輸入業は、円安が続くと仕入価格が明らかに高くなるため、今後も経費のかさむ状態が続くと予想される。また、輸入業は本当の意味で景気が回復し、消費が増える状態が続いて初めて好調となる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・販売数量に大きな変化はないが、仕入単価が上がっている一方、販売価格に転嫁できない。
		観光型旅館（管理担当）	・マイナスの要素として、寒波による農作物への被害や流通経路への悪影響などで、小売価格の上昇が懸念される。また、ドル安、円高の進行により、輸出への悪影響も予想される。
		都市型ホテル（管理担当）	・需要と供給のバランスの崩れた状態が、しばらく続くと予想される。
		テーマパーク（職員）	・平昌オリンピックの後に、朝鮮半島で大きな動きがあるのかどうかは気になる。もし動きがあれば影響は避けられないが、経済活動にどう影響するのかが予測しにくい。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物販の売行きは鈍く、前年に比べても落ち込んでいる。給与の伸びが低いと、消費の拡大にはつながらない。原油価格の上昇などで費用がかさんでおり、営業利益は前年比でマイナスになっている。

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
		住宅販売会社（総務担当）	・ますます寒さが厳しくなり、雪と風で案内をためらう分譲地もあるなど、今年は例年になく落ち込みが激しい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・様々な費用が上がっている。特に感じるのは、宅配便価格の上昇である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・3か月先も上向くことはなく、特に個人向けの商売が良くなることはない。景気が良いのは企業向けだけである。
	×	一般レストラン（経理担当）	・酒税法の改正により、アルコール類の値上げが予想される。将来的に消費税の増税も考えられるため、消費は鈍化する。首都圏と地方経済との温度差が、より一層開くことになる。
	×	競輪場（職員）	・例年の傾向や、物価の値上がり予想から判断すると、悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)		*	*
		木材木製品製造業（経営者）	・従来の事業を拡大し、製品の品質向上、製造量の増加も進めるため、更に売上が増加する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・既存客からの受注量は、例年と余り変化はないが、新規顧客からの問合せが増えている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・他分野からの引き合いが多く、徐々にではあるが、景気は良くなると確信している。業種ごとに波があるので、プラスチックを使う様々な企業にアプローチして、受注の柱を増やしている。
		金属製品製造業（経営者）	・特殊鋼の不足で、自動車や建機、工作機械部品などに不足感が広がり、市場も活発に動き出している。
		建設業（経営者）	・年度末に向けては、例年のことであるが、受注は増えてくる。
		建設業（経営者）	・台風などの災害の復旧、修繕工事が落ち着いてくるので、人繰り、資金繰りに共に改善する。
		輸送業（商品管理担当）	・引っ越しシーズンになるので、家具などの需要が出てくる。
		広告代理店（企画担当）	・景気の良くなりつつある感覚が広がっており、消費者の購買意欲が上がってきている。
		広告代理店（営業担当）	・年度末に出稿を計画しているクライアントが出てくるなど、良い方向に向かっている。
		経営コンサルタント	・全体の景気は、賃上げの見通しを含め、数値全体が良くなる。新入社員の導入研修、管理者研修なども増えてくる。
		食料品製造業（従業員）	・気候の関係で、外出する機会が少なくなると、売上も伸びない。関西地区は、特に大きなイベントもないので、売上増につながる話題がない。
		食料品製造業（営業担当）	・得意先の様子をみると、飲料水の販売状況は変わらない。
		食料品製造業（経理担当）	・政府は、働き方改革や3%の賃上げなどに力を入れているが、経営者からすれば、いろいろなことをやり過ぎていていると感じる。
		繊維工業（団体職員）	・ここ数か月の状況から、大きな変化はない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・仕事の量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・売上や受注量が増えている顧客と、減っている顧客が混在している。
		化学工業（経営者）	・受注は回復しているものの、慢性的な人手不足で人件費は高騰しており、経営は苦しくなっている。売上が良くなっても、中小企業の経営が苦しければ意味がない。人工知能やロボット、IoTで何でも解決するわけではなく、外国人技能実習制度も中小企業がもっと使いやすい形にしてほしい。
		化学工業（管理担当）	・取引先からは、発注数量は好調な水準が続くとの連絡を受けている。原材料価格の値上がり分を製品価格に転嫁できるかが、今後の課題である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶を作っているメーカーであるが、業界では小規模の会社である。受注はあるが、伸びる要素はない。その原因は、景気が悪いというよりも、素材の変化による影響であるため、今後も業況に変化はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・それなりに引き合いもあるが、受注に至るまでは難航するケースが多い。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・収入が増えないため、物価上昇に対する支出のコントロールが進む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月の短期では、景気が良くなっていく傾向は変わらない。ただし、決して盤石ではなく、景気を悪くする要因はかなり蓄積している。どのリスクが顕在化しても不思議ではないため、気軽に景気が良くなるとはいえない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・これからは自動化が重要視されるため、自動化への投資が遅れると取り残される。世の中は人工知能やロボットなど、無人化に向けた取組を進めており、遅れないようにすることが重要である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増えておらず、前月並みである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、仕事が少ない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現在の水準は維持できる。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・現状の引き合いを消化するのに、精一杯の状況である。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・例年と変わらない動きが続いているほか、新商品の発表もないため、しばらくは変わらない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・今年に入って、百貨店の売上は良くなっていると聞かすが、兵庫県内でも郊外では閉店の話が出てきている。
		建設業（経営者）	・建設業界での、東京一極集中の動きがいつまで続くのかは不透明である。東京に陰りが出始めたら、地方の建設業は冷え込みが予想される。
		輸送業（営業担当）	・値上げにより、荷物量は予想どおりに減少した。利益率の低い通販の比率が増えているが、値上げの効果で実際の利益は増えている。
		通信業（管理担当）	・まだまだ悪天候が続くため、回復の見込みがない。
		金融業（副支店長）	・取引先との会話では、受注量が増加している先は少なく、横ばいが多い。
		金融業（営業担当）	・なかなかトンネルから抜け出せない状態である。業況の良い企業と、資金繰りの厳しい企業に、はっきりと分かれている。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退は今後も続くため、景気は横ばいで推移する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数も購読数も減少傾向で、上向く気配がない。
		司法書士	・景気の変動をもたらすような要因が見当たらないため、当分はこのままの状態が続く。
		経営コンサルタント	・経営者との会話では、東京オリンピックの開催が近づくにつれて、景気は良くなるとの声が聞かれる。さらに関西では、大阪万博の開催まではその好景気が続くとの希望的な話がよく出る。小売業やサービス業では、いかにその波に乗るかが課題だと認識されている。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・急に大きく変わる要素がない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・世界経済を取り巻くリスクや、中国などのアジア諸国の景気低迷に対する懸念が高まっている。その一方、関西は相変わらずインバウンド需要が期待できる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・予想よりも早く寒くなり、冬物商品がよく出ているが、それ以外に変化はない。
		繊維工業（総務担当）	・販売単価を値上げしなければ、原料価格などの上昇により、利益は更に圧迫されそうである。
		繊維工業（総務担当）	・材料費などの経費の増加により、製品コストは上がっているものの、得意先からは価格の値下げを要求されている。
		輸送業（営業担当）	・来月からは、平日の配達も有料となるため、売上がますます減る。
		広告代理店（営業担当）	・ここ3か月間は、売上が前年を下回っている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後も競争は激しくなることが予想され、特徴のない製品は淘汰される。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・政府の経済政策、景気対策のグランドデザインがはっきりしない。
	x	金属製品製造業（営業担当）	・原材料や資材価格の値上げ傾向が鮮明であるが、大手ユーザーへの価格転嫁は進まないことが予想される。
雇用関連		人材派遣会社（営業担当）	・例年2～3月は派遣の求人件数が増える傾向にあるため、今年も人の動きや採用数は増えていく。

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
(近畿)		人材派遣会社(役員)	・今の状況は、当面変わらない。
		人材派遣会社(営業担当)	・4月に新入社員が入社するタイミングで、人材紹介などの転職市場でのニーズも増える。
		新聞社[求人広告](管理担当)	・新聞の求人広告だけでは判断しにくい、国内の有効求人倍率の高さや失業率の低さをみる限り、景気は上向いている。世界の株価をみても、日本を含む先進国、新興国共に上昇している。米国の大統領による自国中心の政策や、北朝鮮問題などの不安定要素はあるものの、今のところ景気のベクトルは上向いている。
		新聞社[求人広告](担当者)	・年度末にかけての営業攻勢や宣伝活動といった、各企業の取組に期待している。
		職業安定所(職員)	・SEやプログラマーの求人が大きく増加している。求人事業所の事業内容を見ると、在庫管理や物流管理システム、飲食店の注文、予約システム、金融機関の審査システム、医療機関の電子カルテ、ECサイトの管理など、多岐にわたっており、様々な業界で今後も生産性の向上に向けた投資が続くとみられる。
		職業安定所(職員)	・事業所に今後の展望を聞いたところ、前月に比べて現状維持の回答が減少している。やや明るい、明るいといった回答が1.5倍に増え、全体の約4割を占めている。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・求人数は増えているが、売手市場のため、求職者が非常に少ない。求職者は交通費や時給にこだわりがあり、条件の良い案件しか望まない傾向にあるので、確保が難しい。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・業種によっては、採用数を減らしたり、横ばいとなっているが、採用全体では増えると考えているので、やや良い状態となる。ただし、新卒学生の数は景気に関係なく一定であるため、超売手市場になれば売上は伸びるが、学生を探すための経費が増え、利益を圧迫する要因となる。
		学校[大学](就職担当)	・春闘の結果にもよるが、期待している。
		学校[大学](就職担当)	・今後も、企業の採用意欲は高まることが予想される。
		人材派遣会社(経営者)	・年度末までは短期派遣の動きが活発となる。一方、新年度からのオーダーや入札が始まっており、景気の良さを反映して上向き傾向にあるため、派遣会社としてはありがたい。ただし、今年の後半から出てくる労働者派遣法の問題で、企業は派遣期間にナーバスになっているため、1年契約の案件は少なく、6か月更新で様子を見るようである。
		アウトソーシング企業(社員)	・新年度が始まると、求人も減ってくる。
		民間職業紹介機関(職員)	・求人実績のある事業所に、電話調査を実施した。年度末に向けた建設関連の日雇求人は、上向くとの回答が40.5%、横ばいが44.2%であった。前年比で上向くとした割合は、僅かながら増えている。
		アウトソーシング企業(管理担当)	・取引先の廃業により、例年入ってくる仕事なくなるため、先行きは厳しい。
	学校[大学](就職担当)	・求人はあるが、近隣の中小企業には、事業に不安を感じている経営者がみられる。	
	x	-	-

9. 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)		-	-
		一般小売店[眼鏡](経営者)	・前年以上に新年度の買換え需要に期待が持てる。
		一般小売店[印章](経営者)	・中小企業開設の印鑑注文が増えており、前向きな取組がされている。
		スーパー(店長)	・天候次第では2月中旬から野菜の値段が落ち着き、買い控えをしていた客の動向が良くなる。年金支給月も重なり、若干の景気回復傾向になる。
		スーパー(販売担当)	・現在の来客数の増加傾向はしばらく続き、徐々に客の消費意欲も増してくるため、景気の閉塞感はない。
	自動車備品販売店(経営者)	・季節商材が動き始める。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔時計〕 (経営者)	・気候が安定すれば乗客数は増え、景気も若干良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(所長)	・4月下旬には改装グランドオープンを計画しており、売上、乗客数共に増加する。
		都市型ホテル(スタッフ)	・新年会や歓送迎会があるので客単価が上昇してくる。
		都市型ホテル(総支配人)	・国内航空便の新規路線就航で他の2地域の空港周辺からの新たな客層に期待が持てる。
		旅行代理店(営業担当)	・春休みやゴールデンウィーク需要で販売量が増加する。
		タクシー運転手	・年度末になって人の動きが出始め、運転手の数が増えて売上の増加が見込める。
		通信会社(営業担当)	・12月から導入した新商品への反応が好調で、消費者の意識が変化する。
		通信会社(販売企画担当)	・春闘の賃上げムードが広まれば客の消費意欲が高まる。
		通信会社(企画担当)	・年度末から次年度初めは契約見直しのタイミングとなる。大きな新サービスのリリースは予定されていないものの、新メニューの展開があるので商品の動きが出てくる。
		通信会社(総務担当)	・新規契約キャンペーンを実施するため加入数の増加が見込める。
		テーマパーク(業務担当)	・雪の降る時期が過ぎ外出しやすくなるので、春のイベントで乗客数の増加が見込める。
		競艇場(職員)	・3月初旬から中旬の企画レースと下旬の女子レースで売上が見込める。
		設計事務所(経営者)	・客の反応が良く、消費税率引上げを見据えて消費行動が活発になる。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税率引上げの駆け込み期限である来年3月までは緩やかな右肩上がりが続く。
		住宅販売会社(営業担当)	・気温の上昇とともに客が外出する機会が増え、消費税率引上げの話題も活発になってマイホーム建築に動き出す。
		住宅販売会社(営業所長)	・新学期に向けて建て売りの販売が良くなる。
		商店街(理事)	・景気が良くなる要素はないが、必要品だけを購入する客の心理が変化すれば景気は上向く。
		商店街(代表者)	・閉店後すぐに新規出店があったが、商店街の人通りが減少しており、景気が良くなる要因がない。
		商店街(代表者)	・地元客、観光客共に財布のひもは固いままである。
		商店街(代表者)	・客の慎重な購買の様子に変化はない。
		商店街(代表者)	・新規の郊外型新店舗のオープンが予定されており、中心市街地の大型店舗を含め売上が低下する。
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・経済成長率の好影響は地元になく、実質賃金の底上げもなされていない状況で消費の伸びは期待できない。
		一般小売店〔茶〕(経営者)	・後継者が戻りいろいろ試みを行っているため、すぐには結果が出ないが、若い感覚で新しい販路開拓していく。
		百貨店(経理担当)	・消費者の収入が増えない限り今の状況が好転することはない。
		百貨店(営業担当)	・株価の高値更新などプラス要因もあるが、個人所得は増えていないので景気が好転しない。
		百貨店(営業担当)	・デザイナーズ系は客が固定化しているので前年数値をクリアできるが、売れ筋商品はどのような施策をしても動きが悪いままで、衣料品の数値は年々厳しくなってくる。
		百貨店(販売促進担当)	・大手アパレルを中心に生産調整が行われ、大型店への商材集中は顕著になり、売上の少ない地方店へはマイナス要因となるため、冬の最終セールから春物商戦にかけても大きな期待はできない。バレンタイン商戦に直撃した豪雪の影響で売上が低下した前年と比較すれば今年はその反動に期待が持てる。
		百貨店(売場担当)	・低価格で数を売ってきた取引先が物流と製造のコスト上昇で利益を大きく落としており、今後退店が増える。
		百貨店(売場担当)	・2月は平昌オリンピックの影響で一時的に苦戦が予想されるが、3月にかけて持ち直してくるので現状からの大きな変動はない。

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
		百貨店（購買担当）	・衣料品は厳しい状況で、客は春物には見向きもしない。衣料品関係は流行に左右されるのでヒットアイテムが出ない限り厳しい状況が続く。2～3か月後にインバウンド効果で景気が上向くことに期待が持てる。
		百貨店（外商担当）	・中心市街地が活性化せず、今後も見通せない状況が続く。
		スーパー（店長）	・来客数は前年の98～99%で推移するものの、青果物の値上げで全体の売上は上昇する。
		スーパー（店長）	・景気が変化する材料はない。
		スーパー（店長）	・様々な分野での値上げと異常気象による食料品の異常な相場高から客の生活防衛本能は高まる。
		スーパー（店長）	・来客数が横ばいの状況が続き、売上増加は見込めない。
		スーパー（総務担当）	・天候の影響で野菜価格が不安定なので、客の目が安価商品へ移り売上の伸びは難しい。
		スーパー（営業システム担当）	・天候不順による野菜の価格高騰で売上の上昇は厳しい。また、必要品以外は客が購入しないので、景気は変わらない。
		スーパー（販売担当）	・雪が降れば客の来店頻度は減少するが、客単価は上昇する。
		スーパー（財務担当）	・野菜単価と原油価格の上昇による加工食品の値上げの影響で消費者の節約が続く。
		スーパー（管理担当）	・利益は前年並みに確保できるが、売上の上昇が望めない状況に変化はない。
		スーパー（業務開発担当）	・総菜、食肉、水産物が堅調に推移し、競争激化で売上を落としている加工食品も微弱ながら上向き傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	・天候の影響で野菜の動きは更に悪くなる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・競合環境は変わらないので来客数は横ばいで推移する。ドラッグストアの取扱アイテムの拡大が影響している店もあるため、他店にはない健康商材の認知度を上げながら、強みを売り出していく。
		コンビニ（支店長）	・来客数の前年割れが続いているので、変化は予測できない。
		衣料品専門店（経営者）	・一部の大企業だけ景気が良くなり、中小企業までは還元されない。
		衣料品専門店（店長）	・集客ができるイベントはなく、現状が続く。
		家電量販店（店長）	・客から賃上げなどの話題は出ず、特段景気が良くなる要因はない。
		家電量販店（店長）	・販売力のある商品はない。
		家電量販店（店長）	・来客数は減少しても客単価は上昇する。
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる、悪くなる要因はない。
		家電量販店（販売担当）	・家具家電付き賃貸物件が増えているので新生活に変化がある。
		乗用車販売店（店長）	・新車、サービス共に来客数が安定しており、増販月と決算に向けて期待が持てる。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算に向けて来客数や問合せが増えているが、客からは景気が良い話は出ないので、現状は一時的なもので長続きはしない。
		乗用車販売店（営業担当）	・現在の決算期と比較すれば2～3か月後は来客数が減少する。
		自動車備品販売店（経営者）	・メーカーの景気が良く、小売店はメーカーに対して力を失っていくだけで景気が上向き要素はない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気変動の要素がない。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	・道の駅利用者の多くは高齢者で、鮮度の良い地元商品を朝早くから買いにくる。安さを売りにしているわけではないため売上が安定しており、このままの状態を維持していく。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これから新生活へ向け客の購買意欲は高まってくる時期であるが、一時的なイベントへの参加意欲はあっても、高額品への購買意欲はそれほど高まらない。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・所得増加の実感が世間に広まらず、人手不足による店舗力と客の消費意欲の低下はしばらく続く。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因がないので現状が推移する。
		一般レストラン（外食事業担当）	・2～4月の卒入学や歓送迎会の需要は年末年始と同様の流れとなる。

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
		スナック（経営者）	・大きな景気対策がない限り、飲食業界の景気回復は望めない。
		観光型ホテル（営業担当）	・先行予約の状況から景気が上向く要素はない。
		都市型ホテル（企画担当）	・春先の桜シーズンでのインバウンド団体の受注が前年並みに推移しており、時期的に宴会需要やレストランの来客数も上昇する。しかし、市内での大きなイベントや集客の起爆剤になるコンベンション関連の開催は期待できない。
		都市型ホテル（企画担当）	・インバウンドなど宿泊者数は堅調に推移している一方で、婚礼客とレストラン客はやや厳しい状況となる。
		旅行代理店（経営者）	・販売量が伸びない状況が続く。
		タクシー運転手	・2月は雪の影響で客は少ないままであるが、3～4月になれば歓送迎会があるので現状よりは回復する。
		通信会社（社員）	・最近の客の動向から、販売量に変化はない。
		通信会社（工事担当）	・客の様子に変化はない。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税率引上げ後、地方での消費拡大には期待が持てない。
		テーマパーク（営業担当）	・低温予報となっているが、暖かくなると観光客の動きが出てこない。
		ゴルフ場（営業担当）	・3月以降の予約状況は例年と変わらないので、例年どおりの集客が見込める。
		美容室（経営者）	・客の消費傾向が2極化し、無駄な消費を抑える客が増える。
		設計事務所（経営者）	・個人収入が増えず、人手不足で建築費は上昇するなど業界を取り巻く環境は厳しい状態が続く。
		設計事務所（経営者）	・中古物件の流通リノベーションに期待を寄せているものの、工事コストが新築物件ほどには上がらず、全体の売上も余り伸びてこない。
		商店街（代表者）	・少子化、デフレ、オーバーストア、インターネット販売におされて厳しい状態である。客は安くなっても吟味して買う状況であり、先行きは不透明である。
		百貨店（広報担当）	・商圏内に競合となる商業施設がオープンする。以前の他店オープンの折、同様の動機付けがあった際には、1年以上の長期にわたって集客面に多大な影響が及んだため、今回も同レベルの打撃が予想される。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年4～5月は全体的に落ち込む傾向にある。
		乗用車販売店（統括）	・メーカーの出荷停止の影響が当面続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・年度末を迎えるが、前年よりも少ない人員で繁忙期に対応することとしているため、業務過多で残業が必要な状況になることから、仕事量を調整する必要がある。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方を活性化する国の政策がなく、役人の考え方が変わらないと都会と地方の格差は広がる。
		一般レストラン（店長）	・3月に郊外型アウトレットモールができるので、中心部への来客数が減少する。
		通信会社（広報担当）	・このまま価格競争になるのであれば、景気回復は見込めない。
		美容室（経営者）	・客の給与に変化はなく、節約志向が強まりつつあり景気は悪くなるが、春のペースアップによっては活気が戻る。
		住宅販売会社（営業担当）	・年度初めは販売量が伸び悩む傾向がある。
	×	コンビニ（エリア担当）	・来月2月、近隣に競合店が出店するため、商品量を増やしたり、接客向上を目指して売上を確保したり、できるだけのことをする。
	×	乗用車販売店（業務担当）	・年間最大の増販期を迎えているが、2か月後には徐々に勢いは衰え、3か月後には収束する。
	×	住関連専門店（営業担当）	・前年より大きく売上を落としており、数店舗の閉鎖を進めている。経営立て直しのために施策を打っているが成果が出ない。
	×	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・交通量が減少し、来客数が減少する。
	×	美容室（経営者）	・激安店に客が流れるので当店も単価を下げざるを得ず、売上は伸びない。
企業動向		輸送用機械器具製造業（経営者）	・引き続き増産傾向となる。

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
関連 (中国)		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期になるので、例年どおり乗客数と成約件数は増加する。
		化学工業（経営者）	・引き続き好景気は継続するものの、主力原料である苛性ソーダ価格が環境規制の影響によるメーカーの生産停止で世界的な玉不足が続いており、国内メーカーの大幅値上げに感じざるを得ない状況になる。
		化学工業（総務担当）	・いつまで続くかは不透明であるが、当社のような製造業が販売量や売上を維持できれば周辺の業種も好調となる。製造業以外は景気向上の実感はないが、現状のままであれば波及効果はある。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量が減少した今月と比べれば、先行きは多少良くなる。ただし中長期的な見通しでは収益性と景況感は緩やかに悪化する。
		建設業（総務担当）	・当面、現状程度で推移する。
		通信業（営業担当）	・大手企業の春闘で賃上げがあれば、世間は景気向上が感じられる状況となるため、個人消費の回復につながり中小零細企業へも好影響となる。
		広告代理店（営業担当）	・3～4月に客からの受注が増加するので、景気は上向く。
		食料品製造業（総務担当）	・12月に散財した反動で客は財布のひもを固くし、受注量は増えない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件の生産が継続し、鉄鋼の注文も堅調なので現在の生産水準が続く。
		鉄鋼業（総務担当）	・現状で受注量は高位安定しており、この状態がしばらく続く。
		鉄鋼業（総務担当）	・環境面で当面悪い材料は見当たらないので、足元の需給がひっ迫した状態が継続する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・これまで伸びてきた販売量が、期末の在庫調整などがあり高止まり感が出てきている。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注の増減に関する情報はなく、現在の水準で推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品の内示量は好調を維持し、全体の内示量を支えている。
		輸送業（総務担当）	・景気に大きな変化はない。
		通信業（営業企画担当）	・客先ではモノのインターネットや情報セキュリティに関する検討は進んでいるが、契約までに時間を要する。
		金融業（融資企画担当）	・世界的な好景気は当面続き、地元の自動車産業では輸出をけん引役にして高操業を維持する。
		金融業（貸付担当）	・輸出額は増加しているが、公共工事や新設住宅着工戸数が前年比マイナスとなっている。
		会計事務所（職員）	・製造業で自動車関連は今から設備関係での受注見込みに期待が持てるが、どこまで景気に影響を与えられるかまだ不明である。
		食料品製造業（経営者）	・働き方改革もさることながら、求人を出しても人が集まらず、今後も厳しい状況は続く。
		繊維工業（監査担当）	・業界全体の需要は前年より2～3%減少し、小売段階では廃業したり経営を譲渡したりする会社も出てくる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・マイナス金利導入による住宅ローン金利低下の効果も薄まり、新設住宅着工戸数が低迷する。
		その他製造業 [スポーツ用品]（総務担当）	・高価格帯の商品の販売量が伸び悩んでおり、先の見通しも暗い。
		建設業（総務担当）	・近年は大型物件が多く工期が長くなる傾向にあるので、受注時点よりも発注段階で資機材の価格が上昇することによって利益を圧迫する。
		輸送業（経理担当）	・戦力不足が解消される見込みはなく、このままでは戦力調整と受注のマッチングができない場面も出て悪化する。
		×	一般機械器具製造業（総務担当）
雇用 関連 (中国)		求人情報誌製作会社（経営者）	・2～4月は卒業や転勤などでアルバイトやパートを辞める人が増えるので、求人数が伸びて求職者の動きも活発となる。
		人材派遣会社（支店長）	・4月までは企業の採用意欲が高い状況が続く。
		人材派遣会社（支社長）	・新年度に向けて、求人数、求職者数共に増加する。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・景況感の上昇とともに消費活動も活発化しており、企業は本腰で雇用体系の見直しに着手しつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（雇用開発担当）	・人手不足感はますます強まり、増員のための求人が増えつつある。
		民間職業紹介機関（職員）	・プロ野球の開幕を見据え、特に地元プロ野球チームのリーグ優勝への期待から景気は例年以上に盛り上がるため、直接的、間接的にも地元経済を押し上げる。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き人手不足の状況は継続し、求職者とのマッチングが課題となる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・東南アジア情勢を始めとする地政学リスクは注視が必要であるが、それ以外は堅調に推移する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数は高位安定を維持する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・訪問先の企業では採用人数と採用予算が前年と同じで好景気感はない。メーカーは工業系の高校生、高専生、工学部の大学生をバランスよく採用する傾向にある。
		職業安定所（所長）	・求職者の減少傾向から人手不足感が一層強まっているので、少しでも応募者を増やすため業種を問わず契約社員から正社員に切り替えて募集するケースが増える。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・春以降に大規模小売店のオープン予定があるが、閉鎖する事業所もあり、今後の見通しは不透明である。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・政策など強力な後押しが必要である。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒求人募集を目的として学校を訪問する企業数は前年と大きな変化はなく、景気も変わらない。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・企業の採用活動の動向を注視する必要がある。
		-	-
	x	-	-

10. 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)		-	-
		コンビニ（店長）	・客の様子が明るいことや会話の中で仕事が忙しいなど前向きな話を聞く。
		衣料品専門店（経営者）	・前年4月に大型ショッピングセンターが4月にでき、それ以降半年くらいは厳しかったのが、ここ3か月くらいは少し上昇気味になっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・最需要期である2～3月を迎える事で、4月まではこのまま推移する。
		乗用車販売店（役員）	・安全装備に対する意識が高くなっている事と国としての取組も強化されていくであろう事から当面買換え需要は続いていくと思われる。
		住関連専門店（経営者）	・日経平均株価が上昇していることが1つと、借入金利がかなり下がっているため、住宅がかなり建っている。それに伴い、そこへ入れる家具や調度品が今後売れるのではないかと期待をしている。
		観光型旅館（経営者） タクシー運転手	・2～3月の成約状況は、例年より少し良いという状況。 ・春は異動やお遍路も始まる。特に今年は、別格二十霊場参りが50周年ということで、例年よりは多くなると予想する。
		通信会社（営業部長）	・新生活時期の需要増が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・新生活需要が高まると期待したい。
		通信会社（技術）	・年度末に向けて転宅シーズンになるため、販売量が増えると思われ。
		美容室（経営者）	・卒業、入学シーズンに入ると客が動きだすと思われる。
		商店街（代表者）	・3月の初旬にある商店街中心で行われるイベントの集客がかなり見込まれ、県外からの観光客の流入もかなりある。格安航空による外国人も、グループでかなり来街している。
		商店街（事務局長）	・地方では労働環境に若干の改善の兆しはみられるものの、中小企業労働者の所得の改善にはまだ時間が掛かりそうである。所得が増えないと消費拡大は望みにくい。また、このところの円高傾向も経済への不安材料として感じている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・ここしばらくは気候のせいか、客の数が極端に少ない傾向にあり、当面この傾向が続くそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業推進）	・この1月の販売量の動きをみると、婦人服、紳士服、子供服を中心に、ファッション部門、特にアパレル部門の動きが悪くなっており、セールの動きが悪いということを見ると、将来的にも回復の基調は難しい。
		スーパー（店長）	・今年は非常に冬らしい寒波もあり、青果の相場高もある。この傾向は2～3か月先も続いていくと思われ、季節感のある消費動向を予測するため。
		スーパー（企画担当）	・単価は上昇していくとみられるが、競合の売店により客数の奪い合いとなる状況が更に激しくなる。
		スーパー（財務担当）	・価値を認めた商品には支出するが、日々の節約志向は続く。
		コンビニ（総務）	・景気が良くなる要因は見当たらない。来店頻度減少による客数の前年割れは今後も継続すると予想される。
		コンビニ（商品担当）	・季節変動により、暖かくなるのが早ければ回復傾向になるが、それ以外の要因で目に見えて良くなる要因が続いて見いだせない状況。
		衣料品専門店（経営者）	・東アジア情勢の動向次第である。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなるとは思えない。ずっとこのまま良くも悪くもなくというのが続くが、消費税が10%に上昇後は、売れなくなるのではないかと。
		衣料品専門店（総務担当）	・寒さは厳しいが、例年動きが悪くなる時期に入るので良くなるようには感じない。この時期動きが活発になってくる入卒関係の商材への反応もまだまだである。
		家電量販店（副店長）	・1月は全般的に良くなっているが、商品により販売のばらつきがある。2～3月の春商戦の販売次第と考えている。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期ではあるが、商談件数は伸びておらず、車検や点検などの在庫もやや厳しい状況が続くと予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格の上昇が新車販売へどのように影響するか、今後の動向が気掛りである。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・酒類業界では、ビール離れが強くなっており、売上は伸びない。
		旅行代理店（営業部長）	・3か月先の企画商品の受注状況は国内海外とも数字上は好調だが、前年が低迷したこともあって楽観視は禁物。特に石油価格が高騰しており、回復傾向のある海外旅行に少し不安がある。
		通信会社（支店長）	・当面、変動要素は見当たらない。
		観光遊園地（職員）	・特に増加・減少する要因がない。
		競輪競馬（マネージャー）	・日経平均株価上昇や輸出関連企業の業績好調が報道されているも、一般企業の給料・ボーナスへの波及はなく、消費力向上は見込めない。一般中小企業の業績アップがなければ消費力向上による景気回復は望めない。
		美容室（経営者）	・特に変化は感じられない。
		設計事務所（所長）	・工場や物流施設などの事業用地を探している事業者が多くある。
		商店街（代表者）	・サービス業全体が既存店での売上に苦戦しており新店を出店する事により売上を伸ばしている状況。客への差別化及び新鮮さを追及していかなければならず経費の増大が見込まれる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・来店客の購入金額が少しずつ減ってきているのが気になる。開店が増えている一方、閉店も同数存在する。
		コンビニ（店長）	・地場産業も今一つ良いと言う気配もなく、当面現状のじり貧状況が続くと思う。
		タクシー運転手	・通常であれば売上、実車率も良くなる見込みである。ただし、ガソリンスタンドが運営するレンタカー、カーシェアの広がりから、タクシー利用率は低下していると判断した。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・たくさんのテナントが抜けて、空き店舗が増えている。競合店の大型ショッピングセンターが原因と考えるが、旗艦店が撤退する可能性も感じ、危機感を感じている。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・寒い上、財布のひもも固く、消費者の節約志向が続く。
企業動向関連		食料品製造業（商品統括）	・売上は落ちるものの利益確保はできており、食品業界でも景気やマインドの改善を感じる。
(四国)		鉄鋼業（総務部長）	・主力造船関連の建造予定表によると4月以降受注が増加予定。
		電気機械器具製造業（経営者）	・バイオマス発電事業がここに来て受注が増えるようになっている。

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
		輸送業（経営者）	・大きな問題が起きない限り、高水準に進んでいる。給料も消費も増えると考え。
		農林水産業（職員）	・青果物の需給に大きな変化は見込まれず、市場サイドは現状からの回復を優先する動きが想定され、一方産地サイドは災害を受けたかの有無により大きく異なる。燃油価格が高まっている等生産費は上昇傾向にあり、県域全体として台風被害の影響が大きく残る。
		食料品製造業（経営者）	・水産物や小麦などの原材料の高騰や、原油高に伴う段ボール、ビニール袋、トレーなどの資材の値上がり分が、製品価格に転嫁できないため、利益が減少すると推測。
		繊維工業（経営者）	・季節的な影響は一時的なものであり、3月位からは前年並みになってくるものと思われる。
		木材木製品製造業（資材購買）	・大きな金融政策の方向転換もない事を予想すると悪くなる要因は少ない。ただし消費税増税を来年に控え、受注額のムラは大きい印象。
		化学工業（所長）	・原油高の影響で原料、資材価格が高騰している。景気に対する悪影響も懸念され、将来的な不安材料であるが直近の影響は少ないと思われる。
		建設業（経営者）	・公共事業を主たる仕事としており、納期の集中する第4四半期は、最も忙しく、最も売上が伸びる時期である。今年度も例年どおりの売上が見込める。
		建設業（経営者）	・良くなってほしいが、見通しは暗い。
		輸送業（営業）	・3～4月は一般貨物に加え引っ越しも集中し物量が増加する年度末繁忙期に当たり、物流需要が著しく高まる時期であるが、年末繁忙期同様に、燃料価格の高騰、慢性的な人材不足による人件費の上昇、荷動き鈍化による車両調達コストの増加等を要因とする物流の停滞が予想されている。企業の中には社員の人事異動時期を後ろ倒しにする等の円滑な輸送手段確保に向けての対策を早々に打ち出すところも出てきた。
		通信業（総務担当）	・良くなる要素も悪くなる要素も見つからない。
		金融業（副支店長）	・取引先企業へのヒアリングでは、足元の売上は堅調に推移しているものの、先行きにはまだまだ不透明感があるとする経営者が多く、設備投資等にも慎重な姿勢がうかがえる。
		広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う新卒・中途採用の求人広告や会社案内・ホームページ作成等は受注が増えているが、多くの消費に係る得意先の販売促進広告は削減傾向である。したがって全体としては余り変わらない見込みである。
		公認会計士	・経営者は人材不足の問題が非常にクローズアップされてきており、設備投資に対する意欲が薄れている。むしろ人材がない、なかなか採用がうまくいかないという話が非常に多い。
		通信業（営業担当）	・ナショナル企業が地方へのテレビCMの出稿を減らしている。とりわけ、景気動向に連動するスポットCMの受注状況に表れている。
	x	輸送業（支店長）	・料金交渉の結果如何では大幅な業務減が想定されると併せて、世界的な原油価格の高騰による燃油費単価の高騰によるコスト増が経営を圧迫する。
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・コールセンターの誘致等、採用活動に積極的な企業の動きが目立つ。
		人材派遣会社（営業）	・近年まれにみる極寒の冬で、行動も控えめになっている分、春先に向けて例年以上に活動が活発化すると期待している。人の入れ替わりの多い季節でもあるため、消費も増え景気もやや良くなると考える。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り求人数の増加が予想される。
		職業安定所（職員）	・正規雇用ではあるが時給であるなど、非正規雇用と同条件といったイレギュラーな求人が減少している。
		求人情報誌（営業）	・求人数に関しては各企業とも多いまま、2～3か月で人材確保の見込みが薄いため、横ばいと判断。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・営業をしている感覚から変わらないと判断する。
		職業安定所（職員）	・新規、有効求人倍率共に、3か月連続で上昇した。多くの職種で人手不足が続いている状況が見受けられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・12月の有効求人倍率は1.60倍で、前年7月以降1.3倍以上が続き、大きな変動がない。
		民間職業紹介機関（所長）	・県外の就職面談会に参加する企業が年々減少してきている。理由としては、参加してもほとんど参加者がいない、高い費用を出しても、見合うだけの成果が期待できないなどの理由があげられる。企業側も今後の採用方法の仕方を模索している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・首都圏では東京オリンピック開催に向けて、限られた労働力の奪い合いになり、賃金は上昇せざるを得ず、しばらくは景気は過熱気味に推移するものと思われる。ただし、地方圏ではその影響を余り受けないと考えられる。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・求人の賃金が高騰しており、経費を圧迫している。

11. 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)		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後2～3か月は卒業式等があり花屋にとって一番良い時期になる。ただ、現在は雨風をしのぐだけの仮店舗であり、どう上手くやるかにかかっている。駐車場は以前の店舗を取り壊した場所があるので客は入りやすくなっている。
		百貨店（経営企画担当）	・1月上旬は初売りが好調で、売上・来客数共に前年を上回ったが、中旬から下旬は大雪等の天候要因により大幅に落ち込んでいる。昨今では天候に関する報道が過熱し、客足が伸び悩む傾向が強い。
		商店街（代表者）	・1月の景気は悪かったが、2月はやや持ち直してくる。
		商店街（代表者）	・年度末に向けて物や印刷物が増える。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・1月の後半から供給量が落ち着き、高値だのみで相場が落ち着いてきた。寒さは変わらないが2月の後半から3月になると寒さも緩んできて、全体的に商品の物流が増えてくるためやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・高額品の動きが好調傾向である。
		スーパー（統括者）	・食料品については、客の財布のひもが固いことで値段が下落傾向にあったが、ここにきて少しずつ高単価の商品も売れ始めるようになっており、今後は安値競争からの脱却も視野に入ってきた。
		家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電の需要が増える。
		乗用車販売店（販売担当）	・現在の来客数の多さから考えると今後もしばらく売上は良さを維持できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今年度は記録的な寒さもあり季節商材が続いて消費され、施設動向も好調を維持している。今後も景気は緩やかに回復していく。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・春休み頃から大河ドラマ効果により売上が伸びる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・前年の催事の反動が緩和し、外国人観光客は顕著に増加する。
		都市型ホテル（副支配人）	・2～3月は受験、4月は催事を中心とした団体の予約が入っている。
		タクシー運転手	・週末に不足するホテルの数も徐々に増加しており好調さは維持できる。
		通信会社（店員）	・IoTやAI等の発展で違う分野の可能性が高くなる。
		通信会社（企画担当）	・新規販売経路の販売量増が引き続き期待できる。
	観光名所（従業員）	・2月までは今の状態が続くが、3月に入れば気温も暖くなり客が戻ってくる。	
	美容室（経営者）	・春になると美容業界は明るくなってきて景気は回復する。客の動きも出てきて商品も動き、新しい風が入ってきて元気になる。2～3か月先は良くなる。	
	理容室（経営者）	・雪や寒さにより客の動きが悪く前年比でかなり悪かった。2～3か月先は卒業・入学があり、幾らかは期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げに対して早めに動く客が、これから少しずつ出てくる。
		商店街（代表者）	・客の毎月の収入が増額していれば消費に向かうだろうが、支出は増えても収入は増加していない。
		商店街（代表者）	・春先になり春物が出てきて売上は増えるが前年と比較すると変化はない。良くなる感じはない。
		商店街（代表者）	・外国人観光客が増える話も聞くが、当地は外国人観光客を見かけるものの小売店にはまだ影響はない。通常の客も必要な物のみ購入するといった状況が更に厳しさを増す。
		商店街（代表者）	・一層の買い控えがある。主婦は大変である。現状は余り変わらない。
		商店街（代表者）	・高額商品は伸び悩むが、気温の低い日が続く実用品の売行きに期待できる。
		商店街（代表者）	・今の状況が良くなる要因が全くない。
		百貨店（総務担当）	・販売に加え、サービス店舗の動きも止まり、状況が好転する材料が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・全体的にみると間違いなく良くなっている。飲食業界も好調で以前にはない活況が出ている。そのなかで百貨店が遅れている。今のところ落ち着いているが、平昌オリンピック以降が懸念される。最近円高に振れている。
		百貨店（営業担当）	・自家需要商材のスポーツ用品、化粧品雑貨、紳士婦人肌着が好調である。改装効果で婦人雑貨は来客数の好調を維持し、生活用品寝具、バス、インテリア、食器等の自家需要商材や、し好性の高い海外製品、貴金属、美術工芸も好調で、家庭での生活を充実する意欲と慎重な購買姿勢は続いている。クレジット決済伸長と単価回復で今後も期待できる。
		百貨店（営業担当）	・大きく景気が上向きと見えない。
		百貨店（営業統括）	・株価や円相場は引き続き安定しているものの、消費に対して楽観的になれる要素がない。
		百貨店（業務担当）	・衣料品を中心に客の購買意欲は目に見えて低下している。今後、春物が出てくるが客の反応は鈍い。
		百貨店（売場担当）	・県庁の移転が1月から始まり、その影響がどうなるかわからない。弊社だけでいうと4月頃に改築をするので前年を超えるかもしれないが、他店はほぼ前年の水準前後のため、それを勘案して「変わらない」という評価しかできない。1月の外国人観光客向け売上の伸びが高く貢献している。
		百貨店（店舗事業計画部）	・高所得者層、外国人観光客の消費は続いて伸長しており、全体の売上は増加しているが、中間層の消費は大きくは伸長しておらず楽観視はできない。
		百貨店（マネージャー）	・景気が賃金上昇に反映してくれば、一般消費が伸長するが、現状、賃金に反映している企業が少ないため、現状は変わらない。
		スーパー（店長）	・最低賃金の値上げによって非正規社員の所得が一部上がっているが、将来の社会福祉の不安等もあり、消費につながっていない。
		スーパー（店長）	・以前と比べて客の購買量が少なくなっている。高齢化により販売量も少なくなっている。野菜の価格が持ち直してくれば少しは増えてくるが、季節商材が売れていないので余り変わらない。
		スーパー（店長）	・前年は熊本地震の需要があったが、青果は相場高で売上は前年比増で推移している。鮮魚が前年夏頃から風評被害の影響が続いており前年の63%と厳しい状況が続いている。またパン屋が厳しくこの流れはあと半年は続く。卒業式・入学式などの需要で売上を伸ばすしかない。
		スーパー（店長）	・変化する材料が見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・競合地区にドラッグストアやディスカウントストアの出店が続いており、来客数が減少した反面、購入点数と客単価は上昇している。来客数増につなげられるほどの購買意欲の向上は認められない。
		コンビニ（経営者）	・一部の公共料金の値上げや景気の動向も地方では芳しくないため今月以上に厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・良くなる条件も悪くなる条件も見当たらない。客の状態からみてやや悪い状態が続く。
		衣料品専門店（店長）	・今と変わりはない。
		衣料品専門店（店長）	・前年の九州北部豪雨の影響がまだ強く、来街客がほとんどいない。たまに来る客の購買意欲も冷え切っている。
		衣料品専門店（店員）	・景気の動向に変化があるような兆しが何もない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（総務担当）	・今後景気が良くなることは全く考えられない。むしろ悪くなる。
		衣料品専門店（取締役）	・株は若干上がっているが4月は新年度で物入りである。余裕のある客は購入するが、それ以外は好材料が見当たらない。
		家電量販店（総務担当）	・春の引越しシーズンまでは余り期待できないし、少子化の影響で引越し需要も年々縮小している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・景気が良くなるという実感はない。停滞感が強い。
		乗用車販売店（代表）	・変わる気がしない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車や安全装備の追加された車両等に人気があり、引き続き新車販売は堅調に推移する。
		住関連専門店（経営者）	・都市部では来客数は順調だが、地方では売上和来客数が伸び悩み景気の回復感がない。また年末から石油製品の値上げが続いており配送経費等の値上がりで経営が圧迫される。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・1～2月は例年では売上が減少する時期であるが、新規客が若干増えており前年同様、若しくはやや良くなる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・株高や雇用の好転ばかりが報道されているが、消費の現場は全く回復していないことも数字で示されている。結局、米国型格差社会がひどくなっていっていると感じられない。
		ドラッグストア（部長）	・不安定要素はあるものの、現状としては安定しており、当面続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・春は、人の移動がある時期であり、行楽の時期でもある。観光客及び異動に伴う物流消費に期待したい。
		高級レストラン（経営者）	・街中に勢いがなく、寒くて人通りが少なく会合も盛り上がり、景気が盛り上がってこない。
		高級レストラン（経営者）	・良くなると感じているが、予約が入っている途中なのでどちらとも言えない。
		高級レストラン（支配人）	・今現在の2～3月の予約状況をみる限り良くない。
		スナック（経営者）	・新年会等、団体の動きが今年は全くみられない。株価の上昇や仮想通貨の需要の拡大など景気の回復を匂わせる報道を聞くが、一般消費には関係ない。川下の産業への恩恵は程遠い。
		観光型ホテル（専務）	・地域面でも景気が良くなる要素が思い当たらない。
		都市型ホテル（販売担当）	・2月は売上が伸び悩む月で3月は販売量が増えていくが見えない部分が多い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2～3月は大型の学会があり前年よりも先行予約は多いが、その他は低調である。
		旅行代理店（従業員）	・海外では燃油サーチャージの一層の上昇が懸念され、旅行意欲に影響が出そうな気配である。国内は、関西の大型レジャー施設の人气が継続する。
		旅行代理店（企画）	・店舗の来店状況に影響される。
		タクシー運転手	・気温が10度くらいに暖くなれば若干人の移動、景気の浮揚が考えられる。
		タクシー運転手	・昼のタクシー利用が少ない。夜は卒業式や異動の時期になり利用も増えてくる。
		通信会社（企画担当）	・Web制作やホスティングサービスの需要はなくなりはないものの、単体での発注はなくなってきている。新たなサービスや技術を入れて、新しい分野にも手を出したり追い付いたりする努力が必要である。
		通信会社（営業）	・前年末まで多くの依頼と販売促進活動をしてきたが、劇的な効果はなかった。しかし、マイナス要素はある程度補っているため、実績的に前年並みの水準には持っていける。
		通信会社（営業担当）	・観光業、建設業に大きな動きがなく、現状維持が精一杯である。
		ゴルフ場（従業員）	・年度末に向けて財布のひもを締めたり、公共事業を請け負っている建設会社は作業の進行を速くしたりいろいろあるが、需要と供給のバランスが悪い地方では、上昇気流に乗るのはなかなか難しい。また新たな税金の使い方を政府が考えてくれれば反映される。
		競輪場（職員）	・良くなる、悪くなるといった判断ができる信号・指標が見当たらない。
		競馬場（職員）	・今後平昌オリンピック等で観戦者が減少する懸念もあるが、夏ほどの影響はないため、変わらない。
		美容室（店長）	・景気が良くなる様子がなく現状のままである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・生活必需品の値段が上昇しているが仕事の収入は上がらない。
		設計事務所（所長）	・大きな物件はないが小さな物件は定期的にあるので2～3か月先も変わらない。
		設計事務所（代表）	・良くなる要因等がない。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・利益率の高い商品が生産終了となり、買換え商品も見つからない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・特に伸びていく材料もなく、なすがままである。近所の同業者も閉店するという事で小売店はますます厳しくなっている。
		スーパー（店長）	・社会情勢で消費動向が動くような好事例は見いだすことができず、逆に商圏内における競争が今後厳しさを増す。
		コンビニ（店長）	・今より良くなることはない。
		一般レストラン（経営者）	・前年度よりも予約状況が悪い。
		観光ホテル（総務）	・熊本地震の復興需要の力強さが薄れてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人・団体客の予約状況に勢いが見られない。
		音楽教室（管理担当）	・転勤族が転勤していくと生徒数が減る。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・4月の介護報酬改定については全体でプラス改定の方向性が示されたが、総合事業による単価の下落や人材確保難の問題があり、今後の安定経営には懸念がある。
		住宅販売会社（従業員）	・受注が増える、売上が良くなる、といった実際に景気が良くなるような金回りではなく、株や投資等の実体のない仮想の景気の良さであやふやである。賃上げができる企業は良いが、下支えしている人たちの賃上げもないと、景気は今のままである。
		x	一般小売店〔鮮魚〕（店員）
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		農林水産業（経営者）	・2月はまだ厳しいが3月になると行楽時期や人の移動時期も重なり期待できる。4～5月も現状の鶏相場の動きからして問題はない。卵相場は供給過剰から低迷し、減量となる鳥が多く発生する。働き方改革で人手不足があるため工場の生産に不安がある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・不動産業界への需要に伸びがある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・2～4月は入学、結婚等の時期でセット物が上向いてくるので良くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・販売価格が上昇しているなかで受注量が減少せず安定している。需要が堅調なためである。
		金属製品製造業（事業統括）	・新規液晶関係の受注、売上が始まる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後は新年度に入る。それと同時に新年度の動きとして、今期の決算状況を見ながら客はそれなりの計画を立てる。客先の担当者に言わせると、来年は若干上向きになるとのことであった。
		電気機械器具製造業（取締役）	・来年度にかけ数字が見えている取引先もある。設備投資意欲も高まってきた。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新規車両の生産計画が最盛期になる。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・家電向け、業務用サーバー向けのほとんどの製品が品薄のため、増産を進めている。徐々に売上も伸びる。
		通信業（経理担当）	・自治体における災害対策及び導入経費削減として、クラウド対応の施策が今後見込まれ、受注量増加の追い風になってくる。
		金融業（調査担当）	・円高の影響が懸念されるが、需資は堅調である。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・東京オリンピック効果への期待がある。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・人材の採用や教育に積極的な会社が多く、しばらく続く。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・この1月は非常に寒くインフルエンザの流行もあり、人出が抑え気味だった。2月も同様だろうが春にかけて解消していき、3か月後は今よりもかなり良くなる。	

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
		その他サービス業〔物品リース〕(支社長)	・当社に限っても人手不足で、中途採用活動は増加中である。また申込者も多く、特に銀行勤務の20歳代が多い。くんくん機械化、省力化の案件が増加する。
		農林水産業(営業)	・野菜の高騰など他品目からの影響を受けやすくなっている。
		農林水産業(従業者)	・良くなることを期待したいが、寒波で商品が出ない時期がある。その後一気に出荷時期が来ることになるが、3月にその波が来ると2年連続で稼ぎ時の波を農家が失ってしまい、経営的にも厳しくなる。
		家具製造業(従業者)	・家具業界の売上指数が最も多い月が2～3月である。その観点から2～3か月先の景気は横ばいになる。4～5月の物件情報も平年並みである。
		化学工業(総務担当)	・年度末にかけて需要期となる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・引き合い等の情報から、仕事量は今後とも増加する。価格は依然厳しい。
		建設業(従業者)	・見積案件は、増えているが、人手不足で受注できる案件が絞られてくる。久しぶりに公共工事も受注できたが、今後、受注が困難になる。よって景気は、変わらない。
		輸送業(従業者)	・全体的には、貨物動向が良くなる要因は見つからないが、半導体等、業種によっては下請会社へ設備投資を行うよう指示している会社もある。
		通信業(職員)	・折衝案件の状況から、年度末までは現在の受注水準で推移する。
		金融業(従業者)	・2月はスポーツキャンプの時期で観光客の落とす金はかなりのものだが、それは一過性のものであり3月になるとその反動がくるので、ほぼ変わらない。
		金融業(従業者)	・タクシーや貨物運送業では人手不足に加え、原油価格の上昇を懸念する先が増加してきている。一方、製造業中心に受注増から設備更新の動きが活発化してきているほか、家電販売も増加傾向にある。
		金融業(営業担当)	・気温が低い状態が続かないと仮定して、年度末に向けて暖かくなり客の購買意欲が若干は上向くが、全体的にはそう変わらない。特に小売業、飲食業の売上には注目したい。
		金融業(営業)	・世界的な需要は変化がなく実体経済は堅調である。
		不動産業(従業者)	・宿泊施設の稼働率が高止まりしており今後も継続する。
		広告代理店(従業者)	・1月の新聞折込受注枚数は前年同月比95%と依然前年を超えていない。年末年始商戦を通過したが、例年どおりの受注枚数となり、変化はなかった。スーパーマーケットや衣料品、サービス業は比較的好調であったが、自動車販売や通信関連業種が振るわなかった。全体として変わらない。
		経営コンサルタント(社員)	・長期契約が多く簡単には増加しない。この意味では景気は変わらない。
		経営コンサルタント(社員)	・店舗等は吸収合併により譲渡されるものの、店舗数に変化はない。
		その他サービス業〔コンサルタント〕(代表取締役)	・市町村の調査や計画、設計の委託業務は、12月補正予算で計上されないと新規発注は見込めず、受注できないまま推移していく。残予算があっても金額は低く、売上増には結び付かない。このため、景気が悪いまま推移していく。
		食料品製造業(経営者)	・季節要因で販売量、生産量共に減少する。
		繊維工業(営業担当)	・今の時期で受注が少ないので、2～3か月の間に多くなって受注過剰にはなるということはない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・直近3か月の受注に下方修正が入った。
		精密機械器具製造業(従業者)	・2月までは受注先からの増産計画がきている。まだはつきりとした計画は出ていないが、3月以降は厳しくなる。
		輸送業(従業者)	・この先の変化要素も乏しく現状が好調であるため今後は悪くなる。
		輸送業(総務担当)	・大手運送会社の大幅な値上げにより、中小企業がかなりの打撃を受けている。今後体力のない中小企業や、利幅の薄い業種は淘汰されてくる可能性が高い。
	x	建設業(社員)	・官公庁は、工事費予算は前年並みと発表しているが、地方では明らかに減少している。年度末、年度初めに向けて民間工事に力を注ぎたいが、民間投資も建築に対して土木工事は少ない。現在は年度末、年度初めに向けて、社員を遊ばさないように赤字覚悟で受注していく。

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
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・年度末の需要も例年どおり依頼がきている。また、新年度より派遣料金を上げてくれる企業も出てきている。
		人材派遣会社（社員）	・年度末から新年度にかけて契約更新の時期であると同時に、新卒不補充卒などの依頼が出てくる。求職者の動きも時期的には活発になるので市場自体に動きが出てくる。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・しばらくは寒さが続くが、春先の天候次第では観光や消費も伸びていく。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの依頼は引き続き順調に増加するが、人材不足のため成約案件は結果的に横ばいの状況が続く見通しである。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・例年、第4四半期は求人数が伸びているので、それに期待したい。
		職業安定所（所長）	・業種によっては人手不足が継続するが、景気は同様に推移する。
		職業安定所（職員）	・介護・看護等の採用が難しい職種では、人手不足が事業の足かせとなっている。一方、製造業は半導体関連で採用が活発であるが、無技能の現場職から、システム開発等を担えるような技術者の採用に移行する傾向になってきている。
		職業安定所（職員）	・企業に今後の見通しを確認したところ、変わらない、下向くと回答が多かった。
		職業安定所（職員）	・ある農業協同組合では組合員数の減少により5～6年前から業績が悪化している。農産物の生産高の減少に伴い、販売量が減少していることによる。農家は後継者不足の問題が大きい。賃金に関しても他業種と比べて低い方であり、パート従業員の賃金は最低賃金を若干上回る程度である。
		職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加傾向と求職者の減少傾向は続き有効求人倍率は高い水準で推移する。
		民間職業紹介機関（社員）	・労働契約法改正の影響がどのようになるか不明である。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・中小企業では、採用予定数を充足できていないため今年度末まで継続的に求人活動を行っている企業もある。ただし、景気の動向と求人状況との関連性については明言できない。
	人材派遣会社（社員）	・造船業の分社化などの影響が下請に出てくる。	
	人材派遣会社（社員）	・労働契約法改正の有期雇用の満期5年時期が来る。	
	x	-	-

12. 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)		-	-
		一般小売店〔菓子〕 （企画）	・新商品販売を控えていることもあり、やや良くなる。
		百貨店（店舗企画）	・県民の需要は厳しいとみられるが、観光客が継続して増加しており、その分でカバーされると見込んでいる。
		スーパー（企画担当）	・新店オープンによる売上増が見込める。
		コンビニ（経営者）	・観光客が増加しており、弁当、総菜関係の売上が増えてきている。
		その他飲食〔居酒屋〕 （経営者）	・全体的にはそのまま伸びていきそうだが、人手不足でも効率良く対応できるシステムを構築できないと、経営としては厳しい状況に追い込まれる。
		旅行代理店（マネージャー）	・個人客の大幅需要増は見込めないが、企業関連の旅行需要に期待したい。
		ゴルフ場（経営者）	・販売価格を上げたにもかかわらず利用人数の方はさほど落ちない。販売総量は増えている。
		住宅販売会社（営業担当）	・来場者の25%から、住宅計画の具体的な相談を受けている。
		一般小売店〔鞆・袋物〕 （経営者）	・インパウンドは相変わらず買い回り品に関して、財布が固いようにみられる。
		スーパー（販売企画）	・競合店の新規出店の影響はまだ続くとみられる。
		コンビニ（代表者）	・景気動向は安定しており、今後も継続して高い数字で推移する。
		その他専門店〔書籍〕 （店長）	・新年度に向かい徐々に繁忙期になっていくが、例年と大きく変わる要因は見当たらない。
	観光型ホテル（代表取締役）	・今後の競争相手が増えていく。入域客数は伸びるものの、単体としては期待するほど伸びない。	

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
		住宅販売会社（代表取締役）	・顧客からの戸建て住宅、投資用賃貸住宅などの相談は多いが、設計士が不足しており設計業務の進捗が遅れ気味である。
		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される今後2～3か月後の客室稼働率は、前年同月実績を下回る見込みである。
	x	商店街（代表者）	・商店街では物販、特に衣料品関係が厳しく、毎月売れなくなっている状況である。遊びに来て、買物をするかはまた別である。景気が上向きの状態なのは一部であって、末端の零細企業は大変厳しくなっている。一方で、手軽にできる飲食店、飲み屋等がここ4～5年で70店ほど増えて、管理面で問題も起こりつつある。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		食料品製造業（総務）	・旧正月が前年と違う時期なので、売上もこれから伸びてくる。
		輸送業（代表者）	・生コンの出荷は公共工事の需要期を迎え堅調であり、観光客の増加に伴うリゾート関連のホテルや、量販店の民間工事も活況を呈している。アスファルト舗装は例年に比べ出荷量が落ちている。陸上自衛隊基地の建設工事が始まり、しばらくは造成工事が続くなど、生コンやアスファルトに今後大幅な需要増加が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共工事の着工が遅れている。民間工事も鈍い。
		建設業（経営者）	・今の引き合い件数からすると、2～3か月後もこの状態を維持できそうである。
		輸送業（営業）	・インバウンドが引き続き好調である。また、外食産業の新規参入や量販店の出店などにより物量増は見込まれるが、一時的なものとみられる。それに対し運送原価は上昇傾向にあり、収支的には悪化する可能性がある。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の業績は改善に向かっているものとみられるが、県外企業との競争が激化していることや、将来不安への意識がまだまだ払拭されていないことから、販促活動に対して、やや消極的な傾向が見受けられる。また、一括交付金を活用したソフト関連事業も年々予算が縮小傾向にあり、需要が拡大する見込みは低いと感じている。
		会計事務所（所長）	・観光客の増加に伴う消費単価の伸びは鈍化している。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が増える。
		人材派遣会社（総務担当）	・人手不足でどこからも補充ができず、同じ企業からの求人が長期化している。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・今月同様、引き続き求人件数は多いとみられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・IT業界の基本給は上昇傾向にあるが、事務系の給与体系は変化に乏しい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒求人については、2019年卒採用の求人が3月の解禁を前に出始めている。求人の動きとしては景気が高まることの期待は持てるが、採用側では依然として人手不足の状況が続いており、それが経済伸長の足かせとなっているのではないかと感じられる時がある。
	x	-	-