

・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)	・地元客相手の商売は人手不足も加わり、売上が相当落ちていて、悲鳴が多く聞こえる。一方で、許認可権を持つ行政も少子化のスピードに対応ができず、先の明るさは見えてこない。行政に対する不満の声が増しに高まっている。
		コンビニ（エリア担当）	・一昨年の台風被害の影響で、前年から復旧に向けてかなりの公共工事が行われている。復旧が進んできていることに伴い、来客数も回復していることから、今後の売上は上向くことになる。
		旅行代理店（従業員）	・現状では夏場の観光繁忙期に向けてのマイナス要素が見当たらない。7～8月には海外とのチャーター便が2年半ぶりに復活する予定もあり、国内客及び外国人観光客の増加が見込まれる。
		商店街（代表者）	・今後については観光のハイシーズンとなるため、景気はやや良くなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ2～3か月、売上が好調であり、年内はこの好調さが続くと思われる。
		百貨店（販売促進担当）	・気温の上昇とともに夏物衣料や季節商材の動きが活発になってきており、今後もこの傾向が続く。また、外国人観光客の来店が安定したプラス傾向で推移していることも、数字の押し上げに寄与する。
		スーパー（役員）	・前年8月は異常なほどの低温で夏物が全く売れなかったが、今年は長期予報で気温が高めで推移するとみられていることから、消費が活発になることが期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズ関連商材の売上が落ち込んでいるが、オーダースーツが売上を伸ばしているなど、スーツの指標が落ち込んでいないため、今後についてはやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・季節要因による景気回復が多少なりとも期待できる。今年は猛暑が予想されることから、特にエアコンなどの販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・当社主力の新型車が発売となり、受注も順調に獲得できている。この傾向は当面続くと思われるため、景気はやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・7月の芸能イベント、8月の大型学会共に、予約が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。
		通信会社（企画担当）	・通信サービスに附帯するサービスの強化を進めていることで、当面は加入者の増加が期待できる。
		美容室（経営者）	・5～6月と不順な天候が続いていることで来店を控えている客がみられ、売上がやや減っているが、今後については、その反動で景気が良くなることを期待している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・気温の上昇とともに観光客の増加が見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・建築関係については、そろそろ消費税増税を控えての駆け込み需要が動き出してくることが期待できる。水産関係については前年よりも水揚げが増えることを祈っている。
	商店街（代表者）	・外国人観光客は依然として東南アジアからの集客が好調であり、今後も百貨店を中心に好調が続くなど、景気は変わらないまま推移する。商店街への来街も多く、夜11時を過ぎても多くの通行があるため、今後は店舗側の対応も求められそうだ。	
	百貨店（売場主任）	・現在の好調さは外国人観光客に支えられているが、前年の7月頃から外国人観光客による消費が復調していたことから、今後は外国人観光客の効果が一巡することで、これまでのような伸びが見込めない。	
	百貨店（役員）	・売上は若干回復の兆しがみられるが、安定した状態とまではいえないため、今後も景気は変わらない。	

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
		百貨店（営業販促担当）	・客の買物傾向をみると、目的買いに偏ってきている。催事などで一時的に集客が増えても、全体への波及効果は弱く、緊急性の少ない商材については今後も苦戦が続く。客の節約傾向はまだしばらく続く。
		スーパー（店長）	・スーパー各社の価格競争が激化していることで客単価の低下を招いている状況であり、今後についても景気が好転する要素がない。
		スーパー（店長）	・経済環境に大きな変化がみられないため、今後の消費動向も変わらない。
		スーパー（店長）	・景気変動の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、自社店舗間での競合による影響が大きくなっている。リニューアルしている店舗が増えているが、当店は開店以来、一度もリニューアルしたことがないため、客足が遠のいている傾向にあり、今後も厳しいまま変わらない。
		スーパー（企画担当）	・競合他社の大幅な価格引下げが目立ってきており、当社としても対抗せざるを得ない状況となっている。根底には生活防衛意識の高まりから、消費者が価格に敏感になってきていることがあり、今後の景気は厳しいまま変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・7月以降も気温が低いまま推移するとみられるため、今後も売上が回復しないまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が良くなる要素が見当たらないため、今後も悪いまま変わらない。これから夏場を迎えるが、客の来店頻度や購買量は天候次第で大きく変わることになる。前年7月は気温が高かったため、商材の動きが良かったが、今年の天候次第では前年から大きく減少する可能性もある。
		コンビニ（店長）	・景気が良くなるような理由が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数、買上客数共に上向いてこない。高単価の商材にも動きがみられないため、売上が安定しておらず、景気が良くなっているとは判断できない状況にある。
		家電量販店（店員）	・7月以降の気温の上昇に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売予定がないことが影響している。市場を押し上げる要因が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新商材が出た割に伸びがみられないため、今後については現状維持で推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・車の販売量は中古車こそ伸びているが、新車が低迷しており、今後の見込みは良くない。ただ、車検やオイル交換といったメンテナンス需要は伸びているため、新車販売が伸びてくれれば回復基調に転じることになる。
		高級レストラン（経営者）	・地方は都会のように景気が上向くことがなかなか現れてこない。例えば、北海道の場合、札幌には国内観光客も外国人観光客も数多く訪れ、にぎわいが生じるとともに消費も上向きになり、景気が良くなっているが、地方にはその恩恵が余りない。そのため、景気は今後も変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・景気は悪くないのかもしれないが、客単価が上がらないなか、原材料費が高止まりしていることで、利益が上がってこないため、景気回復への期待感が余りない。
		観光型ホテル（役員）	・今後の先行予約状況が芳しくない。特に国内個人客の動きが鈍く、夏休みシーズンに向けての来客数の伸びが余りみられない。
		旅行代理店（従業員）	・好調を維持していることから、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・特に景気が良くなる要素が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・特別なイベントなどがいないため、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・夏の観光シーズンを迎えて、観光客が増えることになるが、前月までの状況から、タクシーの利用が増えることまでは考えられない。
		タクシー運転手	・予約状況や問合せ状況から、今後も景気はそれほど変わらないまま推移する。外国人観光客による利用も例年並みで推移する。ただ、これからイベント関係の需要が増えてくる時期であるため、少しは期待している。
		タクシー運転手	・当業界にとっては人手不足が顕著であり、閉塞感がある。この状況を打破できなければ、景気の好転を感じることはできない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（社員）	・消費動向が急激に改善することは考えられないため、今後も景気は変わらない。
		観光名所（従業員）	・例年と比べて良好な天候条件が継続しており、今後もその傾向が続くと見通せることがプラス要因としてあるが、客層がこれまでの高単価の個人客中心としたものから、低単価の団体客の比率が高まる傾向を見せ始めていることがマイナス要因としてあり、当面はプラスマイナスゼロで推移する。
		観光名所（職員）	・天候が安定しないなかでも、外国人観光客を中心に来場者が堅調に推移していることで、どうにか前年実績をクリアできている。今後も観光のトップシーズンに向けて、外国人観光客が好調に推移することが見込まれるため、景気は変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・客の様子から、生活の安定感がうかがえる。そのため、大きな災害や天候不順などが無い限り、今後も同じような消費傾向が続く。
		商店街（代表者）	・骨太の方針に消費税増税対策が明記されたことから、高額商材の購買時期について客が迷いをみせている様子が見える。
		商店街（代表者）	・近年、当地を訪れる観光客は周辺の地域も訪れる傾向があるため、当商店街において観光客による売上が増加することは余り見込めない。また、今後については夏祭りなどの地域のイベントがほぼ終わるため、地元客も含めて売上が伸びるような要因は見当たらない。
		百貨店（担当者）	・夏物のセール需要が落ち着き、その反動で若干の買い控えが見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・食料品及び酒類については、メーカーでの値上げが進むなかで、ドラッグストアやホームセンター、ディスカウントストア、スーパーマーケットといった業態で値引きやポイントサービスなどの動きが激しく、価格競争が激化している。また、公共料金やガソリンなどの値上げにより、消費者の家計状況の厳しさが買物動向にも影響を与えている。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・地域の基幹産業である漁業の見通しが上向いてこないため、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・当業界ではこれから夏枯れの時期となるため、決算月である9月までは厳しくなるとみられる。ただ、これまでの状況から景気が極端に落ち込むことはない。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量や在庫台数の減少が見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。また、働き方改革に伴い、残業時間の削減が進むことで若手社員の収入が減ることになれば、消費にも影響が生じる。
		高級レストラン（スタッフ）	・これまで当施設への来客数は順調に伸びてきていたが、ここに来て減少傾向がみられるようになってきていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・全体的な景気回復がみられない限り、業界の景気回復は無理だとみている。様々なことが要因ではあるが、当地では特に人口減少、人材不足の問題が大きく、まずは経済がうまく回るように考えることが必要である。
		タクシー運転手	・サッカーワールドカップの日本戦がない日でも人の動きが余りみられないことから、消費控えが起きているとみられ、今後の景気はやや悪くなる。
		パチンコ店（役員）	・今後の景気については、原油価格の動向次第とみられ、これまでの状況からはやや悪くなるとみている。
		美容室（経営者）	・来年の消費税増税が決まりつつあるような雰囲気があるため、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンション市場では高額物件の需要がかなり落ち込んできている。全体的な分譲価格の高騰も依然として続いており、市場全体がやや縮小傾向にある。また、消費税増税による駆け込み需要の発生はもう少し先のことになると思われる。
	×	スナック（経営者）	・観光客の入込は増えているが、地元の景気が悪く、観光客の来店も少ないため、今後の景気は悪くなる。
	×	タクシー運転手	・景気回復の実感がなく、今後への増収要素が見当たらない。
企業動向関連		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・大型案件などの受注量が増えており、今後も仕事量が見込めることから、景気は良くなる。特に省力化などの設備投資に期待感がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(北海道)		建設業（経営者）	・土木、建築共に受注が進むと同時に稼働率が上がることが期待できる。ただ、前年と比べると公共工事がやや落ち込むことが見込まれるため、余り繁忙感はないとみられる。
		建設業（従業員）	・建設単価高騰の影響を受けてこれまで発注を見合わせていた工事が、工事費調整のための設計変更手続を経て発注されることが見込まれるため、僅かだが今後の発注量が増えることになる。
		建設業（役員）	・今後の受注工事の進捗に伴い、上半期は出来高の順調な積み上がりが見込まれる。ただし、公共工事の減速見込みや人手不足、働き方改革に伴う労務費負担の増加など、道内建設業界を取り巻く環境には懸念材料も多い。
		輸送業（営業担当）	・天候がほぼ順調に推移していることで、例年よりも農作物の生育状況が良いため、今後についてはやや良くなる。前年の農作物関連品が倉庫に在庫されているため、秋までのつなぎも見込める。
		金融業（従業員）	・大阪北部地震の影響が懸念されるものの、LCC効果などにより、外国人観光客の入込数の増加が続き、関連消費は引き続き堅調に推移する。また、個人消費も今春の質上げ効果の浸透によって持ち直しの動きが強まり、道内景気は3か月前と比べてやや良くなる。
		コピーサービス業（従業員）	・個人消費が上向いている状況がしばらく続き、それに伴い企業の景況感もやや良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・受注量の急減速の原因がよく分からないため、今後の動向については正直判断が付かない。
		家具製造業（経営者）	・大都市圏を除けば市況は低調であり、特に家具の動向は芳しくない。ただし、北海道の特徴である道産広葉樹の活用に光明が見える。
		輸送業（支店長）	・上期は期待を上回る貨物量で推移する見込みであるが、作業員や乗務員といった実働部隊の人手不足にまだまだ改善の兆しがなく、利益が増える要素が乏しい。
		通信業（営業担当）	・大きく景況感が上向く材料に乏しいことから、今後も現状のまま推移する。
		司法書士	・現在の経済状況は可も不可もない状況であり、多少の動きが出てきても景気に大きな変化はないまま推移する。
		司法書士	・円安や原油高によるガソリン価格の高止まりなど、景気が回復する要因が見当たらない。不動産取引や住宅の新築着工などの増加も見込めないため、景気が上向き気配はなく、現状維持のまま推移する。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・現在の人材不足が短期間で解消されるとは到底考えられないため、今後も厳しいまま変わらない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・現在の状況がしばらく続くことになる。
		食料品製造業（従業員）	・設備更新により生産体制を変更し、工場の稼働時間が長くなる見込みだが、遅い時間帯の人員確保が難航している。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		人材派遣会社（社員）	・道内ではこれから短い夏の書き入れ時となり、企業の営業活動は活発となる。販売及びキャンペーン系の人材の需要も高まり、企業の業容の拡大が見込める。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業の多くは活力ある若年労働者を求めているが、現状は、20～30代前半の応募者が少ない傾向にあるため、今後も雇用動向は大きく変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材は必要だが募集しても集まらないため、現有の人材でやりくりする傾向が強くなっており、今後も景気は変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・天候不順が基幹産業である農業の動向に影響を与えることが懸念される。また、観光客、特に外国人観光客の入込の伸びがやや縮小していることもマイナス要因となる。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数が前年を下回ったが、新規求人数は前年を上回っており、しばらくは求人倍率が前年を上回る傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・5月の有効求人倍率は7か月連続で前年を上回り、業種によっては人手不足の状況が深刻化している。
		職業安定所（職員）	・現状、雇用失業情勢に大きな変動をもたらす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
		職業安定所（職員）	・イカ漁は資源量が減少傾向にあり、今年も低水準の水揚げが見込まれることから、イカを原料とする食料品製造業の業況に不安がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・住宅産業や自動車関連、小売などで消費者の動きが良くなりそうな条件があれば、景気の上向きを期待できるが、現状ではほぼ期待できない状況にあるため、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員については引き続き求人難が続いているが、アルバイト、パートに関しては以前より採用しやすい状況となっており、求人数が減少している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・市場の縮小に伴う設備投資の抑制、住民の高齢化に伴う個人消費の落ち込みなど、こうした状態が今後も長期間にわたり続くとみられることから、雇用情勢も変わらないまま推移する。
	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)		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ゴールデンウィーク以降、乗客数、販売量共に上向きになっている。天候に左右されるアパレルもあるが、全体的に駅周辺を中心に活性化の動きがみられている。
		商店街（代表者）	・好天が続いており、例年よりも夏物の動きが早くなってきている。そのため、今後は気温が上がるとともに夏物の売行きが伸びると期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体的な景気は安定しているためモチベーションは良いものの、必要以上のものを買わないという消費マインドは変わらないとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・好調であった前年を上回る月もあるなど、良い状態が続いている。出遅れた夏物も前年を少しずつ上回っており、この先も好調が続く見込みである。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・1年で最も酒類が動く時期のため、販売量の増加を期待している。ただし、天候の影響を最も受けるのもこの時期であり、常に動向を注視する必要があるため、余裕は一切ない。
		コンビニ（エリア担当）	・店舗数でのシェア率向上に伴って認知度も上がるため、相乗効果での乗客数増加が見込める。
		衣料品専門店（店長）	・前年は8月下旬まで天候不順が続き、夏物需要が全く動かなかった。今年の夏は暑くなるという予報のため、夏物需要の伸びに期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・9月から市場に多少の動きが出始めて後半の需要期に突入するため、期待をしている。
		乗用車販売店（従業員）	・この先は人気車種の受注が再開されるため、少しは良くなるとみている。
		乗用車販売店（本部）	・月末以降、新型車発表会が続くため、乗客数の増加が期待できる。また、競合各社も攻勢を強めてくるとみえており、景気は若干上向くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・8月のお盆、9月の彼岸と仏事行事が続き、小物仏具の売上増加が見込めるため、今月よりは良くなるとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・OPECの増産合意など、原油の価格水準の低下が見込まれており、買い控えが緩和されると見込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスが増えていると聞いているため、期待をしている。
		一般レストラン（経営者）	・天候が良くなって人が出てくるため、やや良くなるとみている。
	観光型旅館（スタッフ）	・この先は、夏休み、夏祭り、お盆と続くため期待をしている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は引き続き好調に推移するとみている。一般宴会も、夏のピヤガーデンは気温が上がるとともに個人的需要が伸びていくのではないかと。ただし、婚礼部門は来館数に左右されることが多く、半年先の取組を頑張りたい。	
	旅行代理店（経営者）	・北朝鮮問題が落ち着きをみせており、サッカーワールドカップでも日本の快進撃が続いているため、この影響で消費に盛り上がりが見られ、海外旅行が増えることを期待している。また、夏休みについては、この先の予約に期待がもてそうな動きが出ている。	

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）	・大幅な設備の増強で新規メニューも増えるため、既存客の追加申込みによる単価アップが見込まれている。また、サービスエリアの拡大により、新規客の獲得も期待できる。
		美容室（経営者）	・働き方改革で改善が進んでボーナスが若干増え、ボーナス商戦が若干回復するのではないかと期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・石油関連製品の値上がり以外に懸念材料は見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・宅地分譲の段取り中である。予約も入り年内には販売予定のため、景気は良くなるとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・リフォーム工事の問合せ件数が前年を上回っており、今後も増えていく見込みである。
		商店街（代表者）	・暑さが続いているが、来客数に結び付いていない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年の夏は猛暑との情報があるが、余り暑すぎても外に出て買物をするのが少なくなるため、結果として今の悪い状況は変わらないのではないかとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・利益の大きい布団の仕立て注文がないため、この先も厳しいとみている。
		百貨店（売場主任）	・地域の景況感や客の購買動向などからは、消費拡大の動きはまだまだ弱い。商品内容やサービス、販売プロモーションといった消費喚起と、自店舗の利用促進に向けた一層の努力が必要である。
		百貨店（企画担当）	・売上及び来客数などの動向に大きな変動がない。
		百貨店（営業担当）	・個人所得の上昇が期待できないため、大きな変化は期待できない。消費喚起策を積み上げていくしかない。
		百貨店（営業担当）	・客は衣料品などの購入に慎重になっており、大きな伸びは見込めない。
		百貨店（買付担当）	・景気が好転するような要素がなく、クリアランスセールも例年同様に期待はできないとみている。
		百貨店（経営者）	・夏のボーナス商戦やそれ以降の消費の活性化に期待をしているが、現在の消費動向が急激に変化するとは考えにくく、様々な消費喚起の施策を打っていく予定である。
		スーパー（経営者）	・この先も消費を刺激するような要因が見当たらない。そのため、消費の動きは依然として同じ傾向が続くとみている。
		スーパー（店長）	・ガソリン、灯油の値上げなどにより、節約志向に拍車がかかっている。この状況は簡単には変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・来客数は回復基調がみえているものの、前年実績を上回るとは考えにくい。また、ドラッグストアなどの出店による来客数の減少傾向は続くともみている。
		スーパー（店長）	・ここ数か月、当店ではチラシの商品価格の強化、更には特別なチラシを入れての低価格販売を進めている。そのため、前月と比較しても売上、来客数共に若干の増加をみせている。ただし、この先に更に改善をみせるかは不透明である。
		スーパー（営業担当）	・気温の上昇に伴い、飲料品、酒類、涼味を中心に需要の増加が期待できるため、前年並みの売上が維持できるとみている。
		スーパー（副店長）	・景気が上向いている雰囲気があり、特売品や目玉商品が売れている。ただし、客の財布のひもは固いままとみている。
		コンビニ（経営者）	・夏の予約商品の獲得件数が伸び悩んでいる。特にウナギは価格上昇の影響もあり、予約数は減少傾向にある。また、夏のギフトも伸び悩んでいる。消費者はお金をもっていても消費に回していないのではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・外部環境に大きな変化がなく、横ばいで推移するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックに向けて、人口が首都圏に流れているのではないかとみている。また、復興需要も減少してきていることから、この先の景気回復は難しいとみている。
		コンビニ（店長）	・気温の上昇と週末の天候に左右されることが多いが、秋にかけて大きなイベントがなく、競合状況もある程度落ち着いてきているため、売上に大きな変化はないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・祭事用品の売り込みやお中元の受注に奔走しているが、送料の高騰には頭が痛い。
		衣料品専門店（経営者）	・7～9月は秋物が立ち上がる時期となる。天候によるため先行きは不透明であるが、それほど悪い印象もないため、秋物は少しずつ動いていくとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店長）	・サッカーワールドカップなどのイベントで消費者のモチベーションが上がるとみているが、暑さが前倒しになっている現状からは、単価が稼げるビジネス衣料の動きが鈍くなると見込まれる。
		衣料品専門店（店長）	・ファストファッションでもクールビズ商材を取り扱うことが増えているため、来客数の減少に歯止めが掛からない状態が続くとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・前年に届かない状態が継続している。この先も景気が上向くとは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・白物家電は、安い海外メーカーの商品が売れている。ガソリン価格の高騰などの影響により、客の財布のひもが固くなっているのではないかと。テレビなどは有機ELなどの画質の良い商品が売れているものの、単価は徐々に下がりがつづめるため、景気向上は余り期待できない。
		家電量販店（従業員）	・天候次第であり、この先の暑さがどうなるかによって夏物商材の売行きが変わってくる。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数、販売量共に、数か月前から変化がない。悪くはなっていないものの、数か月後に良くなるとも考えにくい。
		乗用車販売店（店長）	・7～8月は販売量の動きは少ないとみているが、半期の決算月に当たる9月は販売量の増加が見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	・受注件数がやや少なくなってきている。この先も状況に大きな変化がないことから、景気も現状と変わらない状態が続くとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在の状況は長く続くのではないかと。半年程度ではそれほど大きな変化はないものの、年単位では地元の売上は落ちていくとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・衝動買いよりも、じっくりと商品を吟味して購入する客が多い。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・例年、暑さが残って秋物に移行するタイミングが遅くなっている。衣替えの時期が変化しており、更には衣替えのない会社もあるため、この先も余り変わらないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暑い夏になるとみられているが、冷房が石油系燃料から電気への移行が続いているため、販売量は増えない見込みである。秋の終わりまでは現在と同様の推移になるとみている。
		高級レストラン（経営者）	・特に景気が良くなる要素がないため、このままの状態が続くとみている。
		高級レストラン（支配人）	・周辺の飲食店では好調と不調が半々で分かれており、酒屋も余り景気が良くないと聞いている。一方、インバウンドのようなプラスの要素もあるため、どちらともいえない。
		高級レストラン（支配人）	・夏のイベントの前売り券を発売しているが、単価を上げたこともあるのか、余り状況が良くない。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況からも、2～3か月先も現在と同様の状態が続くのではないかと。これまでランチタイムを頻繁に利用していた団塊の世代の来客数が減っている。レストランという形態は、この先も厳しい状況が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況を見ると、3か月先の景気は横ばいかやや悪くなるのではないかと。客からも景気が上向いているような話を聞けない。
		一般レストラン（経営者）	・インバウンドの影響もあり、他県や他国の来客数は増えているものの、地元客の動きが活発になるような要素は見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・夏休みを控えているが、例年に比べ予約状況が良くない。前年のような大きな大会もないため、前年よりも良くなるとみている。
		観光型旅館（経営者）	・景気が好転するような要因がなく、消費動向も波が荒いため、先行きの景気は変わらないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門、宴会部門の予約状況からは、前年並みの売上が確保できる見込みである。
		旅行代理店（店長）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・賃上げがあるものの、一部の企業だけであり底上げにはなっていない。今後も景気向上は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・景気が大きく左右するような要因に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・ガソリン価格の値上がりもあり、ますますコスト削減の方向に傾いてきている。
		テーマパーク（職員）	・この先の景気が好転する要素が見当たらない。

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
		観光名所（職員）	・今月の前年比は非常に良い数字となっている。この状態を維持するような客の動きもあるため、現在の好調は今後も続くともみている。
		観光名所（職員）	・個人の海外旅行が増えているように見受けられるものの、東北地域全体の景気が回復しているとはまだいえない。
		遊園地（経営者）	・ガソリン価格の高騰の影響が懸念されるものの、秋には3連休が3回あるため、一定の効果が期待できる。
		競艇場（職員）	・現在の来客促進策では現状維持が精一杯であるため、新たな策を講じなければならない。
		美容室（経営者）	・客は年配者が多く、新しい客となる若者がいないため期待できない。
		商店街（代表者）	・飲食店では、人手不足によるアルバイトなどの人件費が増加している。また、今すぐの話ではないが、禁煙問題も危惧され始めていることから、この先一段と厳しくなるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・人件費高騰、人手不足、コスト高など、地元商店街を取り巻く環境は一段と厳しくなっており、景気回復の兆しが見えない状況である。
		スーパー（営業担当）	・7月以降もエリア内ではスーパーマーケット、ドラッグストアなどの出店が予定されており、今後も来客数、売上共に厳しい状態が続くとみている。少子高齢化や地方の人口減少に歯止めが掛かるはずもなく、競争だけが一段と激化しており、当面景気回復は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・人口減少の影響は大きいですが、その他にも購入点数や購入頻度の低下、衝動買いの減少など、景気が下向きになってきているように見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・経営の厳しい状況は今後も続くともみている。
		衣料品専門店（経営者）	・サマーセールが始まっても、客の購買意欲は上がっていない。節約志向は当然続くともみている。
		乗用車販売店（経営者）	・客の高齢化と若年層の車離れ、ガソリン価格の高騰により、先行きの景気は余り良くないとみている。
		住関連専門店（経営者）	・来客数の増加が見込めないため、この先の景気はやや悪くなるのではないかと心配している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・週末の来客数の見込みが思ったほどには伸びていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人による宴会需要は堅調に推移しているものの、宿泊、レストランにおける個人需要は前年割れが続いている。また、先行きの予約状況も芳しくない。
		旅行代理店（店長）	・6月のこの時期において、国内、海外旅行問わず8月の予約がほとんど入っていない。
		旅行代理店（従業員）	・特に8月の予約状況が芳しくない。
		通信会社（営業担当）	・北朝鮮問題など、この先多額な国民負担を強いるような案件が多すぎる。また、自動車関税25%への引上げなどの貿易摩擦が、内需に影響を与えるとみられ、更に異常気象による農産物の影響、災害対策による国民負担の拡大、住民税、所得税などの負担の増加が危惧されており、先行きの景気はやや悪くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・予約状況からは、相変わらず先行きは悲観的である。前年同様に後半の落ち込みが激しくなるのではないかとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店の客層の中心は高齢者であるが、客との会話のなかでも生活が厳しいという声を聞いている。ガソリン価格の高止まりや運賃の高騰など、どこでもやりくりが大変な環境のなか、高齢者の家計のみ改善するという要因は見当たらない。むしろ今より厳しくなる見通しもあり、今後の経営環境の一層の悪化を懸念している。
	×	スーパー（経営者）	・消費税の引上げの報道がされ始めており、消費者の節約志向はますます高まってきている。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		建設業（従業員）	・官庁の発注見通しでは、夏頃にかけて大型の公共工事などの発注が進捗する見込みであり、受注業者の拡大による景気の上向きが期待できる。
		広告代理店（経営者）	・取引先に動きがみられており、前年に比べて受発注量が増えつつある。ただし、東北の業界全体では不透明感が拭えない。
		経営コンサルタント	・夏のボーナスや夏祭りに期待をしている。
		司法書士	・不動産取引が増加しているという声を多く聞いている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・得意先の在庫状況が改善される見込みのため、先行きの景気は上向くとみている。
		農林水産業（従業者）	・天候に恵まれており、桃、りんごが順調に生育している。特に桃は理想的な収穫になるのではないかと期待している。
		食料品製造業（経営者）	・業界大手が秋口より製品価格の値上げを発表している。原価上昇に対して、どのように対処するかが大きな問題である。
		食料品製造業（経営者）	・前年は夏以降に多数のイベントがあったが、今年は特に観光客が増加するような要因がない。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品の販売量の動きも芳しくなく、この先も大きな変化はないとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・一部の製品は、中堅メーカーの製造減少による供給不足や、当該製品の先行きの材料不足の可能性から需要が拡大する可能性があるものの、全体的として改善が期待される要素は見当たらない。そのため、現在の流れが続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・この先の8～9月は暇な時期に入る。また、人手不足のこともあり、余り良い展望が抱けない。
		金属製品製造業（経営者）	・個別の案件ごとに差があるため、現状は良いものの、先行きは不透明である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・携帯機器の開発スパンに対し、半導体部品が開発が追従できている。今後もこの状態が続くとみている。
		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、この先2～3か月は現状のままで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・今後は、他社への切替も覚悟しながら、採算面を勘案して割り切った判断も必要になる。
		通信業（営業担当）	・政治の影響がないと中小企業は好転しない。
		通信業（営業担当）	・今後の見込み値が横ばいで推移している。
		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）	・夏～秋へ向けての観光誘致PRの拡大に期待しているが、これといった大型イベントの計画もなく、横ばいの状況がしばらく続く見込みである。
		広告代理店（経営者）	・この先、景気が良くなるような要因が見当たらない。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・メーカーの値上げが先行しているが、実際の販売価格は上がっておらず、デフレ傾向がますます進むのではないかと先行きの景気が良くなるような見通しが無い。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先からの価格見直しについては、いずれは元の契約単価に戻したいという話ではあるが、余り当てにはできない。しばらくは現在の状況が続く見込みである。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・好調であった半導体関連の受注は、この先1～2か月は在庫調整などにより多少の減少が見込まれている。ただし、全体的には現状維持が続くとみている。
		農林水産業（従業者）	・さくらんぼの価格低迷が続いて収益が悪化しており、豊作といっても収益が減少している部分をカバーしきれない。
		繊維工業（経営者）	・毎月の店頭の上売が悪いと、先行きの景気もやや悪くなるとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2～3か月先の受注残高は約10%落ち込んでいる。日本銀行のマイナス金利政策の影響により、各金融機関は経費圧縮のため印刷物を少なくしている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・上期で工事が終了する物件が多い。そのため、下期以降は大型の工物件が大幅に減少する見込みである。
		輸送業（経営者）	・現時点で大きな動きはないものの、燃油費の高止まり、働き方改革による長時間労働の抑制に向かって、様々な対策への経費増加が見込まれている。
		金融業（広報担当）	・一次産業や運輸業などにおいて燃料費負担の悪化継続が見込まれることから、末端価格への影響が懸念される。
		公認会計士	・小売業、サービス業関係の落ち込みが、少しずつではあるが拡大しているようにみえる。製造、建設関係も業績の拡大は見込めないため、全体的に景気は若干悪くなるのではないかと。
		コピーサービス業（従業員）	・物流コストの値上げ要請が出てきている。宅配便の値上げや、委託している配送費の値上げなど、販売価格に転嫁できるか不透明である。
	x	*	*
雇用関連		人材派遣会社（社員）	・採用難は今後も継続していく見込みのため、この先の募集ニーズも高まり続けるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(東北)		人材派遣会社(社員)	・現状の利益改善の傾向は、今後2～3か月にわたって続く とみている。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・新工場建設に伴い、住宅建設、運輸業、宿泊業に動きが 出ている。
		人材派遣会社(社員)	・現在の大学3年生に向けた2020年度採用において、既にイ ンターンシップを行うなど、採用に積極的な企業は前年より も増えている。
		人材派遣会社(社員)	・求人とのミスマッチが多い状況は今後も続く とみている。
		人材派遣会社(社員)	・現状の改善が見込める要素が少ない。
		人材派遣会社(社員)	・求人や求職者の動きに大きな変化はみられない。
		職業安定所(職員)	・人手不足が顕著であり、企業が求める人材が供給されにく くなっている。
		職業安定所(職員)	・減少傾向で推移していた新規求職者数が、前年同月比で微 増となったものの、新規求人数も微増している。また、カー ナビ関連事業所における100人超の人員整理が発生したもの の、製造業における新規求人数の前年同月比は増加で推移し ている。
		職業安定所(職員)	・職業別にみると、サービス、生産工程、専門技術、福祉関 連の求人が多い。一方、求職者は事務職の希望が多く、人手 不足の解消にはならないことから、景気も変わらないとみて いる。
		職業安定所(職員)	・新規求人数の前年同月比は1.6%の微増である。新規求人 倍率は前年同月を下回ったものの、求職者の一時的な増加に よるものである。また、今のところ大規模な企業の創業の動 きもない。
		アウトソーシング企業 (社員)	・7月以降の仕事の予約が少なくなっていることから、厳し い状況が続くとみている。
	新聞社[求人広告] (担当者)	・求人告知の媒体が、新聞や雑誌から、急速にWeb系のデ ジタル媒体に変わってきている。そのため、デジタル対応が 遅れている中小企業は、ますます求人が出にくくなってお り、大企業との格差が広がっている。この傾向は今後も続く とみており、地元経済への影響は必至である。	
	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 関連  (北関東)		コンビニ(経営者)	・7～9月は夏休みにも入り、年間を通して来客数が多い 上、地域でのイベント等も多くあるため、更に来客数が増え て良くなる。イベント等の開催に合わせて、コンビニでもい ろいろなイベントを仕掛けるので、客単価も上昇する。
		百貨店(店長)	・来客数が増えており、客層も若くなってきている。
		百貨店(副店長)	・新規客の固定化や、館内の買い回りが図れれば、更に売上 のかさ上げが見込める。
		コンビニ(経営者)	・7月には大きなイベントがあるので、商品は必ず動くはず である。少しは良くなる。
		コンビニ(経営者)	・ボーナス支給後の売上増は見受けられなかったが、今年は 早くから気温が上昇し、飲料、アイスなどの夏物商材の売上 が良い。期待を持って夏シーズンを迎えたい。
		コンビニ(店長)	・例年になく雨が降らない6月だったので、客の行動が遠出 に向いてしまったらしく、来店する客が少ない月であった。 2～3か月後は普通に帰ることを期待している。
		衣料品専門店(統括)	・客の買物意欲が徐々に上がってきている。5～6月と徐々 に売上が上がってきているとともに、祭りに向けて注文が増 えてきている。
		乗用車販売店(販売担 当)	・これから夏休みも含めて観光シーズンを迎える。当社は後 るに観光地を控えているので、かなり観光客が来て、ホテル、 売店関係は潤う。そのため、2～3か月先の身の回りの 景気は多少良くなる。
		住関連専門店(仕入担 当)	・今後も季節商材の動きに期待できる。
		その他飲食[給食・レ ストラン](総務)	・食中毒やアレルギーを始め、食の安全確保に求められる パーが上がっており、専門業者へ委託する需要は今後も全体 では増加していくとみている。新たなニーズを取り込んでい ければ、やや良くなっていくと考える。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・8月以降は前年同月比を大きく超えており、宴会については、安定して受注できている。宿泊は、稼働率を若干落としているが、単価の上昇でカバーしている状態である。
		旅行代理店（従業員）	・業務量が増え、忙しくなってきた。
		通信会社（経営者）	・この先ずっと良いとは思わないが、短期的に今幾つか大きな案件が動き出している。中長期的には厳しいと言わざるを得ない。一番の問題は、やはり高齢化と人口減で、子育て世代のバックアップは急務である。
		通信会社（局長）	・今後は夏祭りや秋のイベントが続くので、しばらく消費は伸びるとみている。
		美容室（経営者）	・サッカーワールドカップの全試合放送は、若年層に髪型をまねる需要を喚起させる。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピック開催までは、ある程度の好景気が続くと考えられる。
		商店街（代表者）	・毎年、街の夏イベントには大勢の人出があるので、今年も例年のような商店への人の流れを期待する。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・野菜類も値下がりしてきているが、暑さで品物が傷むので、生産者も大変である。また、消費者が買い控えていることもあるが、物が傷むためにたくさんは買えない。バランスが悪い。今月はまあまあだとしても、3か月先は、原油価格の値上げが響いているのではないかと。
		百貨店（営業担当）	・一部富裕層の消費が見受けられるが、中間層は依然厳しいままである。今後このような状況が好転する要件は見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・夏物セールは、今月、やや前倒しているところもあり、シーズンが終わってみたいと分らない。お中元ギフトは、出だしから低調で、そのまま終わってしまうとみている。2～3か月先も上向き要素が見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・来客数も前年と比べて良い状況で、食品、衣料品が好調なため、今後も冷夏とならなければ、良い状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・このまま良い天候が続けば、調子はまあまあで変わらず、人の動きに伴って、客の財布のひもも自然と緩んでくる。このまま変わらず行くのではないかと。
		衣料品専門店（販売担当）	・何もせずに手をこまねいていたら、客の動きが全く止まってしまう状況なので、いろいろと工夫をして、仕掛けをしながらやっている。それが少しずつ、良い方向に現れてきている気はする。この動きが一度止まってしまうと、また元に戻ってしまうので、常に動き、客との距離を縮めながら接していくしか方法はない。客と会話をしながら今後もやっていかなければならない。
		乗用車販売店（経営者）	・前年秋にフルモデルチェンジした軽自動車は、販売を維持しているが、ミニバンやSUV等の販売は芳しくない。
		自動車備品販売店（経営者）	・人口が減っており、身の回りの会社の動きが活発でなく、余りポジティブな情報はない。そのため、当社がとことん頑張る客を引き付けるしかないため、今のところ好転するのはなかなか難しそうである。
		住関連専門店（店長）	・来客数、客単価共に、前年とほぼ同様の推移である。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・前年とほぼ変わらない受注状況で推移している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・競合店の影響は、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・例年7～10月は売上の伸びない時期であるが、来客数は下げ止まった感があり、今月程度の売上が維持できるのではないかと考える。
		都市型ホテル（経営者）	・直近3か月の動向から、変わらない。
		都市型ホテル（営業担当）	・3か月後、県内全体で良くなるような、決定的な要因は見受けられない。
		都市型ホテル（副支配人）	・来月は客室の一部に工事が入るため、落ち込みが予想されるものの、8月は大型予約が立て続けに入っているため、期待できそうである。
		都市型ホテル（営業）	・前月、今月と、宴会、宿泊共に目標を達成しており、これ以上のアップは難しい。現状維持で何とか目標を達成したい。
		旅行代理店（経営者）	・秋以降の個人旅行は、まだほとんど受注がない。

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
		旅行代理店（所長）	・6月で終了したデスティネーションキャンペーンの反動が懸念される一方、大手旅行会社の観光キャンペーンもあるので、そちら次第とみている。
		タクシー運転手	・仕事の量としては変わらない。
		タクシー（役員）	・慢性的な乗務員不足である。
		通信会社（総務担当）	・ボーナス商戦も終わり、需要も落ち着く頃となる。
		テーマパーク（職員）	・微増減の月が続いており、梅雨明けしたものの、前年のような雨の多い夏にならないか不安が多く、良くなるとは思えない。
		ゴルフ場（総務担当）	・当ゴルフ場は今シーズンよりインターネット予約に力を入れており、従来、梅雨シーズンは雨や霧の発生を予想し通常料金を下げていたが、大雨も6月は2日間だけで、休日は他と比べて安くプレーできているため、来場者の増加が図れている。9月からは正規料金となるため、インターネット予約客の動向次第である。
		設計事務所（所長）	・前月より情報量は多いようだが、これが実現につながるにはもう少し時間が掛かるとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・現在、成約が順調であり、このまま消費税増税が決定的になれば、再び特需で成約率が良くなると予想している。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・当地区は名刹に囲まれた地域なので、客は結構来ているが、なかなか買ってもらえないので、やや悪くなるのではないかと。
		スーパー（商品部担当）	・来客数減少に変化が見られない。販促方法やイベントなども模索し、一時的に数字は上がるが、その反動も含めると苦戦の状況は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・周りの企業の業績悪化で、やや悪くなる。
		家電量販店（営業担当）	・地方では企業の依頼数、金額が共に減り、前年比88%と苦戦している。今年は暑い夏を期待できるので、エアコンを主力に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・街なかの活気が今一つで、客が惰性で来ているようで心配である。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・メーカーの生産が読めなくなっている。また、小さな市場への対応がいまだに生まれていない。
		一般レストラン（経営者）	・毎年、これから本格的に暑くなり、イベントも増えるので、そちらに客を持って行かれる傾向がある。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪いので、この先も悪いとみている。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪、G1、G2レースの売上が徐々に落ちている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ボーナス時期の活性化に期待したいが、雰囲気は上がってこない。夏場を迎えて、整備需要の落ち込みが心配される。
	x	通信会社（経営者）	・同業他社の撤退や倒産話は後を絶たない。仕事の絶対数が少ないなかでの勝負では、大手や中堅には太刀打ちできない。
企業 動向 関連  (北関東)		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・自社の太陽光発電は6メガあり、梅雨が明けたので、7～8月と相当期待ができる。
		金属製品製造業（経営者）	・新規取引を始めたところの単価がとても良いので、これから楽しみにしている。
		金属製品製造業（経営者）	・7月以降、受注量が増えそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・夏以降も、新規や増産の案件が多くあり、現状より売上は増える見込みである。
		建設業（開発担当）	・今期の公共工事は前年比30%増の発注があり大変有り難い。ただ、これは前倒しの発注である。当社決算では前期発注分で、売上は前々年同期の90%と、利益計上はいまだ予断を許さない状況で心配である。
		建設業（総務担当）	・市内のLRT（次世代型路面電車システム）建設に伴う工事が、かなりあると聞いているので期待したい。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数共に増加傾向にあり、今後の販売量増加が見込める。
		化学工業（経営者）	・現状から上向く材料は余りなく、引き合いも少ない。また、引き合いがあったとしても、人手不足もあり、現状維持ができれば良いと考える取引先の話の聞くと、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今後3か月を見ると、現状程度の売上かそれより少し良くなるので、当社としては良くなってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・当社は取引先が10数社あり、良い、悪い、普通の会社といういろいろある。現状は非常に良い方向だが、この状況は続かないのではないかと。2～3か月先は分からない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		輸送業（営業担当）	・今後も良い天候の予測で、特に、ビール、飲料水などの輸送量は増えそうである。また、暑さもあり、扇風機、エアコンなども引き続き前年を上回りそうである。しかし、このところ、原油高が続いており、燃料費高騰により、1台当たりの利益は下がりそうである。
		通信業（経営者）	・変わる要素がない。
		経営コンサルタント	・夏場の天候次第であるが、暑い夏の予報どおりにいけば個人消費などが盛り上がり、秋口までますますで推移するのではないかと。
		司法書士	・当業界は、依頼者から将来を見越した不動産の開発関連が多い。そうしたものの下相談や準備に入ってほしいという話があるか、あるいは街なかの様子が少し活気を帯びてきているということがないと余り変わらないが、今のところどちらも見当たらない。
		社会保険労務士	・中小企業のボーナスは前年並みのところが多く、大きくは変わらない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・目立った動きはない。
		不動産業（経営者）	・需要が減っている。
		不動産業（管理担当）	・退職者の補充がなかなかできず、協働会社に依頼するケースが増えると予想される。当社の利幅は少なくなる。
		広告代理店（営業担当）	・毎年夏から秋にかけては、最も宣伝活動が減る。ここ4年くらいは、このような状況である。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の上期生産計画に伸びがなく、苦戦しそうである。
雇用関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・梅雨明けがまだ見通せないところで、お中元商戦等も推移しているが、夏物衣料、食料品、酒類等の伸びが期待できそうである。製造業は、お盆前の生産調整で動きはなさそうである。ただ、ガソリン価格等が上昇して、食品関係、特に、生鮮食料品の値上げが、やや不気味である。
		人材派遣会社（支社長）	・6月の契約終了者が、7月以降の先付けオーダーにエントリーを始めている。一時的だが、人材に動きがある。
		人材派遣会社（経営者）	・今のところ余り仕事がない。
		人材派遣会社（社員）	・当社で仕事を請けている各宿泊施設関係の稼働が、大体どこも前年より下がってきているようである。7月以降は、デスティネーションキャンペーンの効果も薄れてくるのではないかと。ただし、海外からの宿泊客の動向は今のところ分からない。
		職業安定所（職員）	・3か月の有効求人数、有効求職者数共に減少している。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年5月以降、2倍以上が続き、大きな変動はない。
		職業安定所（職員）	・まだまだ、現在の求人の様子は変わらないとみている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・バブル時期のように、不景気時に希望者が増加する公務員等の職種希望者が非常に少なくなってきた。かといって、景気が完全に上向きかということ、実感がない。大学生の新卒者の中小企業への就職動向が気になる。
		人材派遣会社（管理担当）	・派遣単価が安くなる傾向にある。
	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）	・6月は何も行事がないが、7～9月はお彼岸、お盆と仏花に関する行事がとて多い。当店は、近くに寺院や墓地があり、花の需要がとて多いので、これからどんどん売れると期待している。ただし、花は夏の暑さに弱いので、すぐに駄目になってしまうという問題があり、少し心配もしている（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
		スーパー（経営者）	・良くなるように準備している。
		乗用車販売店（店長）	・新型車が投入されるので、その効果が出てくる。
		観光名所（職員）	・2～3か月後になると、梅雨も明け、夏休みに入るため、今月よりは良くなると期待している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・サッカーワールドカップの日本の成績が良いため、ポジティブな人が増える。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・いつになく早く梅雨が明けて、暑い日が続くそうなので、エアコン、冷蔵庫に期待を持ちたい。ただし、安価な商品の購入が多くなる時期なので、売上の数字については不安がある。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・梅雨が明け、暑くなると商品も動き出す。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・通年、7～8月といった夏場は閑散期で外商の物件は少ないが、今年は既に結構な案件数が決まっている。単価的には高くはないが、そういった意味では良い。
		百貨店（総務担当）	・近隣商業施設の業態変更に伴う新規客の取り込み、固定客化を確実にし、買い回り効果を含めて進めていく。
		百貨店（営業担当）	・買上につなげる対策として、既存店舗の取引先交渉及び改装という手を打つ（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・米国対中国、欧州の貿易摩擦は長期化が予想されるが、現時点では景気、物価への影響は限定的である。引き続き内外需共に底堅く推移することで、国内消費は緩やかなペースで増加することが見込まれる。また、訪日外国人客数の増勢は当面持続することから、景気の上昇基調は引き続き維持される（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・セール、国内の夏休み帰省需要、特に中国人旅行者の多いサマーシーズンなので、インバウンド消費のけん引に期待している（東京都）。
		百貨店（店長）	・前年に比べて天候が良い日が多く、梅雨明けも早い予報が出ていることもあり、夏到来ムードに明るさを感じている。
		コンビニ（経営者）	・夏場になり、ソフトドリンク、アイスクリーム、冷たい麺などの売上が伸びる。
		コンビニ（経営者）	・この異常な天候が落ち着いて、夏空が来れば、やや良くなると期待している。
		コンビニ（経営者）	・今年は梅雨が短く、また気温がかなり高いということで、例年よりも来客数の動き、特に夜の動きが多くなっている。今後3か月も同様の流れになる。ただし、前年同月と比べると同等なものではないか。
		コンビニ（経営者）	・関東地方では6月末に梅雨が明け、毎日暑い日が続いている。このまま好天に恵まれ真夏日が続くようであれば、売上が伸びるのではないかと期待している。これがまた梅雨のような状態に戻ると、売上、来客数は非常に厳しくなる（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・猛暑の見込みもあり、盛夏の売上に期待している（東京都）。
		家電量販店（店長）	・6月最終週からの猛暑により、エアコンと冷蔵庫を中心に夏物家電の需要は大きく伸びる（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・サッカーワールドカップでの日本の初戦勝利に伴い、想定では厳しいものと考えていたが、にわかに決勝トーナメントも視野に入る状況となり、音響、映像商品の販売に弾みが付くものと期待する（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・半期の決算が近づけば今よりは少し上向く。
		乗用車販売店（総務担当）	・ボーナス、中間決算月を迎えるため、販売量が増える予想する。
		乗用車販売店（渉外担当）	・単価が高めの新商品の出足が比較的好調であり、当面この傾向が続く。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・夏から秋にかけて各社から大型タイトルが発売される。海外を中心に、市場が盛り上がってくる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・民泊滞在者や観光客は減少したが、新築のホテルは満室状態が続いている（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・来月の予約状況や、ボーナス時期であることから、やや良くなる（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新規取引先の提示条件が改善していることを踏まえると、景気は当面良化の方向に向かう（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・夏の繁忙期は売上の増加が大いに期待できる。

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
		タクシー運転手	・2020年の東京オリンピック関連工事が終了すれば、内需拡大で景気は上向く（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・新サービスもあり、若干の持ち直しは期待できる。
		ゴルフ場（企画担当）	・引き続き3か月先の予約日には申込みの連絡が多く、予定数を確実に確保できている。
		パチンコ店（経営者）	・例年6月から7～8月に向けて来客数が伸びる傾向にあるため、期待している。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・閉店した大型商業施設の立ち退きが完了したので、解体が近日始まると思われる。工事関係者の出入りに期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・来場する客から、今回は消費税が上がっているという声を数多く聞く。前回のような駆け込み需要はないと思うが、消費税増税のスケジュールを逆算して、動きが出てくるとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数や資料請求の件数が増えている。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・今の状態が続いていけば、3か月後は今より更に仕事量が増え、良くなっていく。
		商店街（代表者）	・最近、商店街を歩いている人を見ると総体数が少し減ってきている感じである。買物袋を持って歩く人もやや減ってきているような気がしている。今のところ飲食店の出店がかなり多く目立ってきており、過当競争になっていると思うが、努力すれば客数が伸びる。物販店は客がなかなか入店してもらえない、あるいは買っていないという状況になっている。
		商店街（代表者）	・最近の天候に問題がある。暑くても寒くても悪く、穏やかな天候が一番だと思う。これからは徐々に難しいことが続くので、考えないといけない（東京都）。
		商店街（代表者）	・極端に悪くなるとは思えないが、明るい材料もそう多くは見つからない。ただし、イベント等の情報に対する客の反応は良いので、梅雨明けの時期にもよるが、夏らしい夏が来ると、飲食も物販も季節物はきちんと動くという感触がある。あとは世間的なマインドの問題である（東京都）。
		商店街（代表者）	・商店街が、物販から夜の居酒屋通りに変化してしまいそうな、安易な業態変更が進んでいる（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・梅雨明けしてこれからも、猛暑が続くそうなので、来客数が見込めず、売上が取れないのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・客の様子を見ると、確かに建設関係の人は景気が良さそうである。しかし、ほとんどの客からは景気の良さを感じない。また、所得の格差を実感する。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・修理や塗装、椅子の張り替え等の客が大分増えており、景気は良くなる状況ではない（東京都）。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・これから夏に向かうが、路面店は非常に厳しい状況である。通信販売、インターネット販売が主流になっていくのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・米国大統領の発言などの影響により、景気が良くなるという期待が持てない（東京都）。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・小売流通が変化している。短期的に見ても、良くなる理由が見当たらない（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・夏休みを迎えるため、学用品の売上は一時的に落ちるが、街への集客に好影響な夏のイベントの開催が複数あり、近隣以外からの客の増加が見込め、来客数や購入単価が伸びると予測している（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・季節のセールが始まること、インターネットで調べた安い価格に流れることなどから販売単価が低くなり、景気上昇には結び付かない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・客商売は、客の動向に影響される。通常の客はもろろんのこと、スポット客の購買意欲が上がらないと販売額の増加が見込めない。メディアで取り上げてくれることを期待する（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・全体的には今と変わらないのではないかと。かなりの暑さが想定されるし、現状では更にギフト、店頭も含めて突き抜けて上がっていく要素は見当たらない（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・東京オリンピックが近づいてくれば消費マインドも上向いてくるだろうが、足元数か月では景気が大きくアップダウンする要素が見当たらない（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
		百貨店（営業担当）	・前月、今月と2か月連続で悪化している状況を踏まえ、今後についても明るい材料は見つからず、厳しい状況は続く予想している。世界情勢も不透明さが出てきているなか、成長の柱であったインバウンド需要についても、今までどおりの伸びを期待することは難しい。貿易政策、原油高、株価など、経済情勢によって、今後大きくぶれる可能性が懸念される（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・今後はクリアランスセールとサマーギフトが柱となるが、盛夏商材の展開期間が年々長くなり、クリアランスセールでの集客効果が徐々に薄くなっている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・高額品と訪日外国人による売上は好調が続いているが、それ以外の商品については、回復する兆しがなかなか見えてこない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・衣料品、雑貨などを中心に好調に推移しているものの、宝飾関連の動きが鈍く、景気は現状のまま変わらない。今後、ボーナス支給後の高額品や夏のセールの動きを見る必要がある。
		百貨店（販売促進担当）	・小売におけるインバウンド売上は好調に推移しているが、大きな変化はないとみている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・アパレルや雑貨は、低価格志向が継続する見込みで、好調な化粧品も、都心部インバウンドの影響から供給増が見込めない（東京都）。
		百貨店（計画管理担当）	・売上、来客数が鈍いまま推移しそうである（東京都）。
		百貨店（副店長）	・天候の影響等で売行きが大きく変化するが、食料品を含め引き続き上下のブレは少ない。先行きに関しては、変わらず不透明な状況である。
		スーパー（経営者）	・世の中の景気が変わらない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・客の買物動向を見ていると、ポイント何倍の日であるとか、広告初日の値ごろ商品、お買い得商品、お買い得な時間帯を利用して、いろいろな店をうまく使い分け、安く買い回る様子がまだ見受けられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・節約志向なのか買い控えが感じられる。天候は前年と同じなので、これから先はそうでもないと思う。客は財布のひもを固くしていると感じるので、いろいろアクションを起こさないとなかなか売上が増えない。
		スーパー（経営者）	・来客数は減少しているが、客単価は伸びている。
		スーパー（店長）	・本来ならば良いと答えたいが、外的要因がないなかで来客数が減少し、目標の売上が未達の状態である。店は様々な工夫をして集客のために安売りをしているが、それだけではなかなか数字に結びつく結果が出ていない。3か月後も今の状態のまま変わらない。
		スーパー（店長）	・株価の上昇に反して、消費者には依然として節約志向が根付いており、より安い物へと志向が傾いている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・梅雨明けが例年より20日以上も早いということで、衣料品等のシーズン性の高い物の売上は、上旬については期待できるが、トータルでは夏物は前年並みにいけば良いほうではないかと想定している。食料品等、頻度性の高い物については、ボーナス等の支給額も前年よりも上回っている状況なので、大きく変動、上昇はしないだろうが、このままの形で推移する。
		スーパー（営業担当）	・依然として単価が上昇しないことから、まだまだ将来的な不安があり、消費を抑えている状況が続いている（東京都）。
		スーパー（販売促進担当）	・ギフト商戦に突入し、来年秋頃に予定している消費税増税前の駆け込み不動産ギフト需要に期待している。衣料品も、夏物衣料、クリアランスセールでの売り切り期待により、動向改善を狙う。
		スーパー（仕入担当）	・前年は、7月が猛暑となり夏物商材が一気に膨れ上がったため発注量を増やしたが、8月は冷夏で動きが止まり、余らせてしまったので、今年は大幅な仕入量の増加は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・天候により多少の変化はあるが、販売額はおおむね順調に推移するものとみている。
		コンビニ（経営者）	・梅雨明けが早く、前年よりも天候に期待できるが、競合店の影響は続く。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・前年と同程度の販促を実施しているものの、乗客数の改善につながっておらず、現状と同様の傾向が続く（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・乗客数は回復の兆しがなく、今後も回復につながるようなきっかけがない（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・消費者の可処分所得の低迷、コト消費のインバウンド需要とECによる需要の伸長により、何とか景気を維持している。中長期的に見れば、来年の改元需要と消費税増税前の駆け込み需要がプラス材料である。一方で、消費税増税が実行に移される10月以降が懸念される（東京都）。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気が上昇する業種と低下する業種がはっきりしてきた感じがする。衣料品はメーカーも含め先の見えないトンネルに入ってしまった、今後、どう営業したら良いか考えてしまう状況である。
		衣料品専門店（役員）	・景気上昇の材料が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・3か月先を見越して、大きく変化が出るのは前年同様で、変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしている。整備は順調だが販売は余り芳しくない。乗客数は結構あるが、なかなか成約には結び付かない。
		乗用車販売店（経営者）	・これから夏のセールが始まるが、前年並みとみている。
		任関連専門店（営業担当）	・リフォーム業自体の需要が堅調なことに加え、景気動向や消費税増税等、短期的にプラスに働く要因もあり、しばらくは今のよう状態が続くものとみている（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・客の動向はいつもと変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・夏が暑いと和食の外食産業が振るわない。
		高級レストラン（仕入担当）	・先々の予約状況を見ても前年並みであり、大きな変化はみられない（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・予約状況や折り込みチラシ等の販促への反応が今一つである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も決して景気が良くなる雰囲気はない。サラリーマンなどの給与及びボーナスは上がっていない。人手不足で人件費も高騰しているし、材料費も上がっている。サービス業にとっては全く良いことがない。なかなか厳しい状態である。
		一般レストラン（経営者）	・米国による世界の貿易問題、相変わらずの人手不足や働き方改革による人件費の高騰、仕入原価の高止まり等、大変厳しい状況が続く（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・サッカーワールドカップ終了後に、特に目新しい経済政策が出る様子もなく、現政権が3期目に入るかどうかということで、消費も様子見になってくる。場合によっては、急に腰折れすることも予想される（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・サッカーワールドカップくらいでは世の中の景気は良くなるらない。特に今景気が上向くような何かがこの国にあるとは思えない。
		一般レストラン（経営者）	・当店で今月末からメニュー価格を値上げする。その動向を見れば少し分かるのではないかと（東京都）。
		観光型旅館（スタッフ）	・ここ数か月ほとんど変化がない（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・通常であれば需要が高まるが、現状の予約ペースでは単価が前年を下回っている。
		旅行代理店（経営者）	・天候が定まらず、それぞれどのようにしたら良いか思案している。なかなかこれと言って先の見通しがつかないので、余り現状と変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・夏は団体旅行がほぼないため、9月以降の旅行の見積りや手配、打合せが増えてくる。そういった意味では例年のルーティーンであり、景気の上下を実感することはない。
		タクシー運転手	・とにかく仕事が増えない、手取りが増えないという話がほとんどである。今は横ばいであるが、給料から引かれるものが多く、手取りが増えずに仕事の望みがないので、複数の人が先が読めないという話をしている。
		タクシー運転手	・梅雨入りしたにしては、利用客が増えていない。駅もさほど流れが良いわけではなく、無線本数も増えてはいない。この状況がいつまで続くのか、不安で仕方がない。

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
		タクシー運転手	・働き方改革等で残業がどんどんなくなっている。そのため、深夜帯の仕事が全くなり、良い材料が見当たらない（東京都）。
		タクシー運転手	・最近の利用客の増加は、どう考えても景気ではなく暑さのせいだと思うので、このまま客が伸びるとは考えにくい。暑さが落ち着けば、売上もまた落ち着くのではないかと（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・梅雨、猛暑の影響によりタクシー利用が増加する時期である。一方で、8月の長期休暇を控え、経済全般的に節約傾向が強まる時期でもあるので、トータルでは変わらない。
		通信会社（経営者）	・ボーナスシーズンでもあり、支給額も増加傾向のため、業界的には期待が高まりつつある4K、8Kテレビへの対応等で問合せが増えることに期待したいが、石油を始め、物価が高騰傾向にあるため、ブレーキが掛かりそうである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・大きく好転していく材料が乏しく、しばらくは今のままで推移していく。
		通信会社（営業担当）	・引き続き固定インターネット離れ、テレビ離れの動きが加速していく可能性があり、より手軽で、安価なサービスに消費者が流れていく傾向がある。
		通信会社（局長）	・12月の4Kテレビ放送が始まる段階までは、業界におけるこれといった新サービスがないので、しばらくはこのまま推移する（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・上向くと期待できる材料が見当たらない。
		通信会社（総務担当）	・夏季ボーナス、レジャー関係で景気も少しは上向くが、余り変化はない（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・現状が良い状態のピークであり、しばらく変化はないとみている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・個人向けの携帯電話や周辺機器の販売は、夏季商戦期に向かい回復するものとみているが、法人企業向けのソリューション事業は、引き続き横ばいに推移すると予測している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・客の反応を見ても、ほとんど変化はないので、当面変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・業務システムのソフトウェアに投資したため、事務作業コストの削減が明確に出るかどうかが、状況を見ていきたい。
		パチンコ店（経営者）	・2～3か月先はパチンコで良い機種が出る。スロットは依然として規制が厳しく、新しい機種は出ない。接客サービスも大事だが機械で客が遊戯するため、機械の良しあしも大事である（東京都）。
		競輪場（職員）	・根本的な対策を練らなければ、回復にはつながらない。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・催事への反応は良好だが、天候次第の部分があるため、変わらない（東京都）。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・ここ数か月の様子を見ても、各塾の無料体験の日数は延びる一方で、単価自体は据え置いている。この業界はやや厳しい。
		その他サービス[福祉 輸送]（経営者）	・世界の経済状況が不安定になっているなか、思い切った投資に動きにくくなっている。ある程度のお金は用意されているが、それを使う動きが余り活発にみられない（東京都）。
		その他サービス[保険 代理店]（経営者）	・取引先の新旧交代により販売商品が変化し、良くも悪くも客単価に増減があると思われるが、大きな変化はない。
		設計事務所（経営者）	・今のところ、契約をもらったプロジェクト以外の相談がない。
		設計事務所（経営者）	・官庁案件は前年並みを期待できそうだが、住宅投資は先細りで、その少ないパイも、多くはハウスメーカーに向かうと考えている。いずれにせよ、極端に改善又は悪化する状況ではないので、このまま推移していく。
		設計事務所（所長）	・零細企業にとって社会情勢が変わらない限り、このままの状況が続くのではないかと（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・新築アパートを購入する客への融資体制が変わらなければ、大きな変化はなく、このまま推移していく。商品も立地を大切に購入しないと厳しい。
		その他住宅[住宅資 材]（営業）	・先行きの物件情報に特別なものはなく、例年並みの予測になっている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・クリアランスが前倒しで6月にスタートしたこと、クリアランス自体の勢いがいないため、7～8月の売上は厳しいと予測している。
		百貨店（営業担当）	・大手企業のボーナスは良いが、ほとんどの人の賃金は実質マイナス傾向で、今後も更にこの状況が続くと見込んでいる（東京都）。
		スーパー（店長）	・1品単価、客単価共にアップしているが、来客数は減少している。広告、チラシ商品での買物動向の変化が大きな要因となる。
		衣料品専門店（経営者）	・中間層の購買が伸びてこないうちは、景気も浮上せず、今より良くはならない。
		衣料品専門店（経営者）	・商圏人口はしっかりあるものの、中心顧客であるシニア層は生活防衛のため1円でも安さを求めている。
		衣料品専門店（経営者）	・当地方ではこれから夏祭りが近づくのだが、やや縮小気味なので、祭り関連は少し盛り上がり欠けているように感じる。また、例年8月頃は全体的に落ち込むため、やや悪くなるのではないかと。
		住関連専門店（統括）	・今のところ景気回復による好調さも見受けられず、まだしばらくは落ち込みが続くのではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の出店予定があるため、やや悪くなる。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・夏のセールが始まる。消費者のセールへの期待感は、単価を下げる要因となる。さらに、百貨店では前回の冬のセールからセール開始日が統一されたが、その市場規模の拡大効果は、単価を更に押し下げる要因となると懸念される（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ゴールデンウィーク明けくらいから、消費マインドが低下傾向にある（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の8月は一番暇な時期なので、今よりも売上が落ち込む。特に、8月はお盆や夏休みなどが重なるので、客足が大分途絶える。ケータリングも夏はほとんどないので、今よりも景気が少し落ちてくる。
		一般レストラン（経営者）	・この先夏が暑いようだと、夏向け商材の売上増が見込めるが、そうでないと下降傾向となる。火山の噴火多発による日照不足により多雨、冷害等が起きて、経済に大きな影響を及ぼし、景気が下降傾向になる。また、世界的に政治的な混乱が続いており、心理的不安要因が多いため、気分的に盛り上がりがないことも理由にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現政権も不安定になってきており、先行きが見通せないため、経済的にも停滞するのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず節約志向が強く、単価が上がらない状況が続いている。先々の予約も前年を下回っている。夏休みにより客室稼働率は上昇するが、単価の下落から販売量が伸び悩み、景気回復の実感が全くないどころか、かえってやや悪い方向に向かっている。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後だと8～9月の夏休みシーズンとなる。現状から判断すると、海外は比較的良好だが、国内個人旅行が余り良い伸びを示していないので、やや悪くなる。梅雨も明けたので、これから伸びてくることを期待している（東京都）。
		通信会社（経営者）	・住宅地では、空き家等が目につく。消費に微妙な影響を及ぼしている（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・ガソリン、光熱水費の値上げなどが著しいが、その分給与が上がっているとは思えない。経済の活性化は図れない。
		美容室（経営者）	・早く梅雨が明けて夏が来ることを待っている。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・電力会社、ガス会社が入り乱れての安値競争になっており、価格を落とさないと受け入れられない状況のため、電力購入先の新電力の収益に影響を与える（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今年度に入って、問合せ件数などが明らかに減少傾向にある。
		設計事務所（所長）	・現状は仕事量が少ない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅が売れない限り、本当の景気回復にならない。住宅が売れると経済波及効果は大きく、個人消費の回復にもつながるため、住宅対策を期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・アパート建設の受注はますます厳しさを増しており、今後、売上と粗利の減少を招くことは間違いない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	・店舗過剰や最低賃金の上昇により経費が増加しているため、悪くなる。
	×	衣料品専門店(店長)	・販売数量は前年の9割程度となっている。今後は価格訴求に走るしかないが、来客数が増えない現状では、好転する兆しはしばらく見当たらない。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・現況から市場の移転後も厳しい(東京都)。
	×	一般レストラン(経営者)	・飲食店は夏は売上が下がってしまうので、暑気払いの宴会などが取れるように告知したりして、何とか売上を上げていきたい(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)	・雇用状況、景気共に上向きだと感じている。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・旅行者が増えているが、当店は旅行者の注文は余り来ていない。飲食店で働くベトナム人や中国人が増えてきて、そういう方に関連した注文がこれからも増えてきそうなので、やや上向きな見方をしている(東京都)。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・インバウンド効果に衰えはみられず、化粧品容器の増産はしばらく続きそうである。
		建設業(経営者)	・もう少しはらくは設備投資が増えるのではないかと。官庁関係は物件が少なくなっている。
		輸送業(経営者)	・閑散期が7月で終わるので、勝負の月になっていく(東京都)。
		通信業(広報担当)	・1~2か月の足踏み状態の後に回復するという傾向が続いている(東京都)。
		金融業(役員)	・景況レポートにおける平成30年7~9月期の来期予想について、全業種のD Iは3.1とプラスに転じ、業況は改善する見込みである。
		税理士	・サッカーワールドカップでの決勝トーナメント進出による景気への影響は大きい。東京オリンピックに向けてインフラの整備は終盤になり、ゼネコンや建設業の景気は上向きである。
		その他サービス業〔警備〕(経営者)	・お盆前まではこのままで推移していく。
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・今の状況が続けるわけにはいかない。受注量拡大に向けて取組中のため、この先の好転に期待する。
		食料品製造業(経営者)	・夏場の気温が気になる。猛暑が続くと、客足が減ってしまう。
		出版・印刷・同関連産業(所長)	・継続的な案件で、クライアントからのコスト削減要請があり厳しいなか、新規案件受注の動きは少なく、現在の良くない状態が継続しそうである。
		化学工業(従業員)	・原材料の値上げの打診ばかりで、先行きの受注量は横ばいのため増減はない。
		化学工業(総務担当)	・当社の需要先には大きな変化はないと思われるが、貿易関税、原油価格、中東や東アジア問題等、国際市況の変化が国内経済にどのような影響をもたらすか分からず、不安定な状況である。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・良くなる要因が今のところ見当たらない。それぞれ少し様子見でもあるので、すぐには景気は良くならない。
		金属製品製造業(経営者)	・業種により良い、悪いの差が大きくなりそうだとの情報が多いが、当社ではその影響は少なそうである。
		金属製品製造業(経営者)	・機械加工業は東京オリンピックの景気に乗り切れず、このまま行きそうである。新しい客先の開拓に力を入れている。
		金属製品製造業(経営者)	・米国大統領のやり方次第で経済が大きく低迷する可能性がある。
		一般機械器具製造業(経営者)	・今の内示状態だと、この先2か月は同様に推移する。ただし、取引先の中には、その先の取引先が暇になってきたので仕事を引き上げられたというところがあるので、心配である。
		電気機械器具製造業(経営者)	・簡単に出るものではないが、新商品でも出さない限り、売上が好転することはない(東京都)。
	その他製造業〔鞆〕(経営者)	・人によっては変化があると話しているが、今のところそういうこともないので、大きくは変わらない。	
	その他製造業〔化粧品〕(営業担当)	・四半期の締め月ということもあり、好調な側面が垣間見える。2極化してはいるものの、調子の良いサロンは業績が好調の様子である(東京都)。	
	建設業(経営者)	・中小零細企業に対する景気対策が実行されていない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経理担当）	・民間の工事依頼、見積依頼の件数は引き続き少ない。今は公共工事に力を注いで、その減少分を補っている状態だが、公共工事の発注も、予算が抑えられている地域がほとんどなので、この先もなかなか当社の景気を上向かせるのは難しい。
		金融業（統括）	・極端に良い材料がないので、さほど変わらない。
		金融業（従業員）	・運送業の取引先を中心に、ガソリン価格の上昇を心配している事業者がいるなかで、米国がイランに対する制裁を再開する動きを見せており、更なる価格上昇が利幅の縮小につながると懸念される（東京都）。
		金融業（支店長）	・企業業績は悪くないが、個人消費が回復する気配がなく、景気は横ばいである。
		金融業（総務担当）	・株価が不安定で、個人消費の伸びも期待できない。各業種共に人手不足であり、来年度採用も思うように集まらない。燃料費も下がりにくいと思われ、運送業や車を使用する業種では利益圧迫が深刻である。7～8月は夏休みもあり、製造業等の売上が低迷する時期である。したがって、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・不動産業界も空室で苦勞している。再開が完了し期待しているが、当駅ビルでも2店舗退店がある（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・大型新築ビルの竣工を控えているが、今のところ既存テナントに動きはない。当面、オフィス賃貸業は安定的に推移する（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・売上、受注見込みが前年とほぼ変わらない（東京都）。
		税理士	・国内の政治経済だけでなく、米国の関税のかけ方、北朝鮮とのやりとり、中国経済などの影響や日朝のやりとりも大きく影響する。国内からは変わらない。（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・消費者の価格に対するシビアな感覚は、より高まっていると聞いている。
		経営コンサルタント	・世界、特に中国と米国との関係が大きな懸念材料で、予断を許さない（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・稼働率が上がってきている取引先工場がある一方で、工場や工程等を閉鎖する取引先も見受けられ、全体の受注量の増加は緩やかである。また、ガソリン等の燃料費や関連する原材料費の高騰が利益を圧迫している。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像事業において、インターネットでの無料動画が大半となり、プロの映像の必要性が少なくなっているという状況は変わらない（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・今後の景気は、米国の貿易戦争の行方次第ではないか（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今後の予定を見ると、受注量が更に減少することが見込まれる（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	・原油や原材料価格の高騰、人手不足、人件費の上昇により、製造原価が大幅に上昇し、売上が伸びても吸収できなくなっている。
		輸送業（経営者）	・取扱商材の売上上昇は望み薄の上、今後の厳しい暑さが売上減に拍車をかけるのではないかと心配している（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は低迷しているが、輸出量は計画を達成している。今後もこの状況は続くと予想している。
		広告代理店（営業担当）	・ある特殊なクライアント数社のみが好調なだけで、他のクライアントの宣伝費は低迷しているため、今後の見通しは暗い（東京都）。
	その他非製造業〔商社〕（総務担当）	・米中関係、米国大統領の政策の動き、それにより円高の方向に進むと思われる（東京都）。	
	x	建設業（経営者）	・やはり消費税増税で止まると思うので、悪くなる。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・年末にかけて、派遣元での無期雇用化が一層進む方向である（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法、労働契約法の期間抵触日が随時訪れ、求人数、求職者数共に増加すると予想している。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・人手不足によって給与が上がっていけば、結果的に景気に影響していくのではないかと（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・若い人への求人が増えている（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
		人材派遣会社（社員）	・金融関係や中小企業の懇談会に同席した。大企業と中小企業の格差が大分はつきりしてきて、中小企業の景気は余り良いとは思えず、今後もこの状況はしばらく変わらないと言う人が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が続き、今後も求人が増え続けるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・短期間で市民レベルに影響が出そうな施策があるのか分からない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・無期雇用派遣のニーズが高まってきているが、マッチする人材を新たに探すにしても、人材が不足している（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材不足が継続している。求人は増えているものの、採用にはなかなかつながらない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・これ以上の上昇はないと思われるが、当面は下降局面も想像できない（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	・国内の政治的問題は落ち着きを取り戻しつつあるように感じるが、他国の貿易などの問題に不安を感じており、日本への影響が心配ではある。
		職業安定所（職員）	・多くの産業分野で人材不足が続いており、受注する仕事があっても対応できず、収益アップが難しくなっている。当面このような動きに変化はない。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加し続ける一方、求職者数は減少傾向にある。また、求職者に占める60歳以上の高齢者の割合が増加している。この影響により、就職件数も前年度比より減少している。中小製造業は人手不足が深刻で、将来を担う若年層の確保に苦慮しており、不安の声が聞かれる。
		職業安定所（職員）	・4月から引き続き前年と比べて求人数が増加している。求職者数も微増しており、企業の学卒者の採用意欲も高く、新卒求人件数も前年と比べて増加している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・2020年採用に向け、インターンシップイベントがスタートしているが、年内の動きはそれほど変化はない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に求職者不足で給与もそれほど伸びず、状況の変化は期待できない（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人企業、同業者の状況を見ても、大きく変化する要素は特に見当たらない（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）	・例年、夏休み時期は、各企業共に派遣求人数が減少する傾向がある。今月は前月に比べて求人数は大幅に減少しているので、来月以降の採用にマイナスの影響が出る可能性が見込まれる（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)		コンビニ（経営者）	・7～8月の真夏は、コンビニが一番得意なシーズンであり、期待できる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・今年は猛暑になりそうなので、夏物商材に期待できる。
		スーパー（副店長）	・自分の生活からは余り感じないが、世間では夏のボーナスが過去最高額という話で、世間的には景気が良いという期待も込めて、少し良くなる。
		スナック（経営者）	・来客数が上向いてきたので、一安心している。このまま上向いてもらいたいとの期待を込めている。
		都市型ホテル（支配人）	・夏に向けて公共の行事やイベントが毎週計画され、7～9月の宿泊予約は順調に入ってきている。
		旅行代理店（副支店長）	・夏休み期間の受注が気になるところだが、動きは乏しい。また、大阪北部地震の今後が気になるところで、風評被害が懸念される。秋までの受注は前年同時期を、上回ってきている。
		遊園地（職員）	・今後も、新規施設やイベント実施等により、引き続き多くの客の来園を期待する。
		ゴルフ場（経営者）	・企業コンペの増加など、大企業が蓄えた利益を広く分配すれば、景気は良くなる可能性もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・今後3か月くらいは、スポーツシーズン中なので、極端な落ち込みもなく、変わらない。
		商店街（代表者）	・6月中に早くも梅雨明け宣言が出て、今後も異常気象が続くそうである。売上予想が立てにくい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節商材の売上に期待したいが、今のところ先の予測が出来ない。ボーナスシーズンも到来するが、ボーナス支給について話題にすら上らず、消費者の購入意欲が感じられない。
		百貨店（営業担当）	・今の客の様子をみていると、悪くなる要素はないので、変わらないかやや上向きになっていくところである。
		百貨店（売場担当）	・今月は特殊与件があり、2けたの伸びをみせたが、クリアランスセールの前倒し分が、当然7月にはマイナスとなるので、細かな施策が重要となる。さらに、セールの開催期間が長くなることへの対策も必至である。
		スーパー（経営者）	・天候要因で来客数は安定しているが、平日の節約志向は変わらない。
		スーパー（経営者）	・来客数を増やすための販促強化をしていきたい。
		スーパー（経営者）	・5月の売上は前年比115%、来客数104%、6月は25日までで売上は同92%、来客数101%である。前年のイベント売上が6月70万円、7月160万円、8月170万円だったが、今年は6～7月にイベントがなく、8月にあるので、前年並みまで売上を確保していきたい。10月も大きなイベントがあるので、期待している。
		コンビニ（店長）	・今の悪い状況が、3か月たっても特別変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物の準備が9月後半から始まるが、しばらくは今の状況が続くそうである。
		家電量販店（店長）	・世界情勢からも景気の先行きが不安である。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税を1年後に控え、引き続き、新車販売は堅調に推移するとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・客の高齢化も進み、新車購入に慎重になっているようである。高齢者の事故防止のためにも、自動ブレーキなどの安全装置に、国の補助金などがあれば、新車販売の増加につながる気がする。
		一般レストラン（経営者）	・地元客の動き、仕入原価高騰も重なり、しばらくは現状維持が精一杯である。
		一般レストラン（経営者）	・期待できる要素がない。
		観光型ホテル（支配人）	・残雪を見に来るインバウンド客も落ち着き、国内観光客がメインとなる夏のトップシーズンを迎えるが、良い兆しはあまり感じられない。予約は良くも悪くもなく、先行きが不透明である。
		観光型旅館（経営者）	・前年行われたデスティネーションキャンペーンや、一昨年の大河ドラマイベントなどがなかったため、反動でやや悪い状況が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・依然として、先の受注の動きが鈍い。加えて、フリー客の動きも良くはなく、これといった好材料が見当たらない。天候が安定し、人の動きが出れば良い方向に向かうと思うが、現状は天候以外に、全く良い材料が見当たらない。
		通信会社（経営者）	・今年の秋にテレビの4K放送が始まるが、今のところ、客の期待感を全く感じられず、関心も薄い。
		美容室（経営者）	・生活費を節約する客が多く、洋服の購入や美容施術を希望する客が少ないので、今後、売上は増えない。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・葬儀だけだと干上がってしまうが、永代供養墓や墓じまいの相談などで、何とかつないでいる。
		設計事務所（経営者）	・小型物件、改修などが多く、仕事量の割に収入は少ない。
		百貨店（店長）	・ここに来て売上が落ちている。地方百貨店はインバウンド客も多くなく、客の購買動向も慎重な印象である。衣料品は引き続き良くないうえに、高額品も落ちている。
		コンビニ（エリア担当）	・人口減が続いているため、やや悪くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・新製品の発売が一巡したため、やや悪くなる。
		スナック（経営者）	・夏に向けて日も長くなるので、飲みに出る機会も減ってくる。お盆休み等で行楽に出かけて、なかなかお金を使うパターンが少なくなるので、お盆明けまでは、恐らく暇である。

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
		タクシー運転手	・ここ1年、前年を上回った月は一度もない。今月も多分、同比95%で終わる。昼間はドライバーがいるので良いが、夜のドライバーがいないので、夜に受注があってもこなせない状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・主力である中古別荘の販売価格が下落傾向にあり、高額物件の動きも鈍い。
	x	一般レストラン（経営者）	・核家族化し、町中の人口減少が加速し、その少ない人口も郊外型の店舗に流れている。また、市街地でも大手フランチャイズの店舗や小さな店が、出来ては消えているので、客の分散が激しい。飲食にとどまらず、既存店は厳しい状況になっている。
	x	スナック（経営者）	・毎回のように悪くなると回答しているが、良くなる要素が見つからない。何か良い方法があったら、教えて欲しい。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-
		食料品製造業（営業統括）	・今月は国産ワインコンクールも開催されて、人気も更に高まるとみている。また、各社とも国際ワインコンクールに出品し、上位入賞している商品も多く、更に人気が出てくる。
		食料品製造業（総務担当）	・繁忙期を控えて総力戦が開始される。人員不足が恒常化し、バイトの時給も上がりつつある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・予想の立てにくい状況が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注状況に大きな変動がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状が続きそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は極端な伸びはないものの、安定してきている。
		建設業（経営者）	・受注は今後もあると思うが、既に資材は値上がり傾向である。また、技術者不足も心配である。
		金融業（調査担当）	・製造業がけん引する状況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感があり、景気の浮揚感はない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・6月中に梅雨明けしたことから、半月ほど長い夏商戦になりそうである。ホームセンターでは梅雨明け前日までとは違い、すだれやプールが前面に出ている。
		食料品製造業（製造担当）	・原油価格の高騰で、包装資材の値上げが始まり、輸送費も上がって、利益を出すのが厳しい状態である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・海外の展示会では、中国人客向けの販売は、引き続き好調である。ただし、展示会全体では日本企業を除く出展社数、来場者数が共に減少傾向にある。
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・利益がなかなか出ず、毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		職業安定所（職員）	・新規求人数が減少しているものの、極端な変動ではない。また、求人企業から人手不足の話も聞いており、採用意欲の低下は感じられないため、現状維持かやや良くなると見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・採用する側とされる側の折り合いがなかなかつかない。就職活動が上手くいかず収入がないため、消費意欲は湧かないまま、景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・当分、人手不足は変わらず、先行きも変化はない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は増加しているが、在職者を中心に、求人条件の確認等に慎重さがうかがわれ、即応募にはつながらず、人手不足の状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、3か月連続で減少してはいるものの、定年等の退職者によるものであり、求人数は相変わらず高水準を維持している。また、来年度の高校の新卒求人は、前年を更に上回るペースで増加傾向にあり、人手不足を訴える事業所は多い。ただし、前月に引き続き、業績には反映していないという事業所からの声も届いており、今後の景気動向は悪化はせずに、しばらくは現状維持と判断している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含ん引する製造業で、パート、契約等の求人が多く、希望者多数の正社員求人には大きな変化がないものの、パートから正社員に切り替えて募集する企業も始めている。
		-	-



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
	x	-	-

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 関連  (東海)		旅行代理店（経営者）	・サッカーワールドカップも順調に進んでおり、2年後には東京オリンピックもあり景気は良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・販売促進キャンペーンが8月から始まる。
		商店街（代表者）	・客の様子を見ると、景気が良い。
		商店街（代表者）	・6月は販売量は減少し、客単価は下落したが、7～8月は子供も夏休みに入るため販売量が増加してくる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・クラフトビール市場は、国内ビール市場の3%に達するまでは拡大を続ける。
		百貨店（売場主任）	・靴をネットで購入する客もいるが、サイズ等の問題もあり、実際に履いてから購入する方が良いという声もある。高齢者もカジュアルシューズを探しに来店しており、おしゃれを楽しむ客も増加している。
		スーパー（経営者）	・秋になり、団体客の増加に期待している。
		スーパー（総務担当）	・夕方からの来客数と売上が、6月中旬より大きく増加してきている。
		スーパー（支店長）	・梅雨が明けて外出の機会が増え、消費機会も当然連動して増える。
		コンビニ（企画担当）	・品質管理にもめどが立ち、秋に向けて仕事も堅調に動いていく。消費税の引上げ前の駆け込み需要や東京オリンピックに向けて消費が上向きになる。
		コンビニ（店員）	・夏休みが始まると子供も来店するので、少し期待できる。
		コンビニ（商品開発担当）	・気温が高くなれば、来客数、客単価共に上昇する。
		家電量販店（店員）	・今年は暑くなるという長期予報もあり、エアコン、冷蔵庫に前年とは違う売上が期待される。全体的に家電エコポイントの影響を引きずっていた感があったが、ここに来て一巡したようにも見受けられ、映像商品の動きも良くなってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・人手不足を背景とする今春のベースアップにより、購買意欲が多少上がる。
		乗用車販売店（営業担当）	・ゴールデンウィークからの回復が意外と早く、ボーナス商戦というわけではないが上向き傾向にある。ただし、国産車の市場は余り良くないという話も聞いている。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末までに新型車種の発売がある。
		一般レストラン（従業員）	・夏期休暇で消費が増えることを期待する。
		旅行代理店（経営者）	・サッカーワールドカップの終了後は、夏休みも近く個人客からの受注がある。
		旅行代理店（営業担当）	・近隣諸国への団体旅行は低迷しているが、半島情勢の緊張緩和で伸びることが期待できる。
		タクシー運転手	・暑くなるということで、タクシー利用者も増加する。特に夏場は良くなる。国際情勢も米朝首脳会談が上手くいき、今後は良くなる。
	テーマパーク職員（総務担当）	・4月以降、各月とも前年同期を上回る来客数を記録している。	
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・売却査定依頼が増加しており、時間をかければ成約する物件が多く、長期的にみれば良くなる。	
	商店街（代表者）	・家族構成等の要因で個人客の購入個数は減少しているが、来客数が増え始めている。この状況が当面続く。	
	商店街（代表者）	・個人消費がほとんど伸びていない状況で、周りをみても仕入れ条件が非常に悪くなってきている。今後も伸びる要素がない。	
	商店街（代表者）	・周囲の声を聞いても相変わらず所得が上がっているという声は聞かず、消費に対する雰囲気は良くない。大企業は良いのかもしれないが、中小企業を取り巻く環境はずっと厳しいままである。	
	商店街（代表者）	・例年、お盆前後は暇である。	
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国民生活に生きた国会議論でない、景気浮上に役立たない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・若い人の財布のひもが緩むことは期待できない。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・酒類販売の業界において、消費者のアルコール離れを食い止めることができていない。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・法人客は伸びているが、個人客は付き合いの幅を狭くしている。3か月先を考えても、残念だけれども伸びることはなく、今のままの売上が維持されている。
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・不景気の影響で商店の体力が落ちている。当地域の商店街では、魅力的な店、特徴のある店がどんどんなくなっていく。6月の年金支給日は金曜日で、その日は忙しかったが後が続かなかった。これから夏のバーゲンセールを迎え多少は期待するが難しい。薬局の調剤部門は安定している。小売部門はドラッグストアの乱立で非常に悪い。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・夏季に受注が活発に動き出すと思われるが、特別な増加要因が見当たらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・米国大統領の政策や北朝鮮問題等がどのように影響するか、いろいろ変化が大きすぎて先が読めない。
		百貨店(企画担当)	・国内消費者の食料品や高額品の購入とインバウンド客の化粧品購入は、引き続き好調に推移している。しかし、衣料品、雑貨の売上が伸び悩んでおり、今後も同様の傾向が続く。
		百貨店(販売促進担当)	・株価も維持され、景況感是不変わる。
		百貨店(販売担当)	・販売施策の状況やインバウンドで多少の波はあるものの、大きな変動はない。
		百貨店(販売担当)	・紙製品は厳しいが化粧品関連は好調である。通販の影響が大きい。
		百貨店(経営企画担当)	・今年は6月後半と7月後半の2回に分けてクリアランスセールを実施する。デフレが浸透した消費者のマインドを刺激する内容となれば、売上増加も期待できる。
		百貨店(計画担当)	・富裕層の購買意欲とインバウンド需要の増大という足元の客の動きは維持されていく。
		スーパー(経営者)	・米国の関税の引上げ等があり、経済は保護主義になっている。これに伴って自動車、電子部品の輸出がどうなるか予断を許さない。石油の高値も続いている。家計の消費も慎重である。景気は調整段階に入ったのか、9月頃は少々下がる。
		スーパー(店長)	・大型ディスカウント店が出店して半年が過ぎたが、まだ客の取り合いをしている。客の買物動向が固定化するまでは、不安定な状況が続く。
		スーパー(店員)	・納豆やパン等の価格が上がっており、夏の代名詞でもあるウナギは依然高騰が続いている。良い材料は見当たらない。
		スーパー(販売促進担当)	・客の手取り収入が増えないと販売金額が伸びない。
		スーパー(商品管理担当)	・過去からの経験で、ボーナスが上がっても食品にはすぐには影響してこない。
		スーパー(ブロック長)	・前年はアニサキス報道の影響で、魚や寿司の生鮮品に大きな影響があり、今年は回復可能な見込みである。農産物の相場安の影響は大きい。
		スーパー(販売担当)	・平日は売れないが日曜は売れるので、日曜に行っていた販促を平日に行うことにしたが、効果は今一つである。
		スーパー(販売担当)	・今のところ良くなる材料がなく、この状況は変わらない。
		スーパー(経営企画担当)	・良くなる兆しが見えない。
		スーパー(営業企画)	・米国との経済環境に不透明感はあるが、生活者の消費にすぐに影響が出るような大きな変化は当面ない。
		スーパー(商品開発担当)	・来客数を増やすための施策を打っているが、なかなか数字は伸びず来客数は前年を割り続けている。まずは来客数を100%にすることが急務である。
		コンビニ(企画担当)	・来客数の減少はコンビニ全体の傾向でもあり、具体的な対策ができていない。そのため、この状態は当面継続する。
		コンビニ(エリア担当)	・今後については、季節要因で大きく変化するが、夕夜間の施策とキャンペーンで改善を計画している。
		コンビニ(エリア担当)	・夏に向かうが販売が増加する要因が見つからず、前年並みをキープすることが精一杯である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・相変わらず乗客数は厳しい状態が続いているが、6月に客単価が回復方向に向かったのは良い兆しである。セール品の動きは悪くない。通常の商品の売上が厳しくても、セール品等でばん回し、全体としては横ばいになる。
		コンビニ（エリア担当）	・大きなプラス要因がないなかで、ドラッグストアの食品充実等が進むと、安心できない。
		コンビニ（店長）	・来客数は、前年比で減少している。当店が立地する街の人口が減少してきており、街全体の景気状況が良くない。
		コンビニ（本部管理担当）	・どのタイミングで梅雨が明けるとが売上構築の大きなポイントになる。長期予報では梅雨明けは平年並みということで、前年と同様の客の動向を想定している。
		衣料品専門店（経営者）	・以前より先買いは少なくなっており、現物の商品をいかに仕入れるかで売上は大きく変わる。メーカーも冒険を避け、在庫を抱えるほどの生産は控えており大変である。
		衣料品専門店（売場担当）	・流通業から不動産業へと業態転換していくため、どのように景気が移り変わっていくのか分からない。
		家電量販店（店員）	・4K放送が始まるという理由でのテレビの買換えの問合せがない。特に変化はない。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・良くなるとは思わないが、サッカーワールドカップや来年の消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待したい。
		乗用車販売店（経営者）	・今後も良くなる要素は少ない。積極的に来店動機を高めるイベントをすることで活路を見いだしたい。
		乗用車販売店（経営者）	・余り変わる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・大手企業の堅調ぶりや公務員の給与増加等を耳にするが、景気が良くなっている実感はない。
		乗用車販売店（従業員）	・今のままの調子でいく。良くもなく悪くもなく推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・この先数か月で今の政治の問題や北朝鮮と米国の問題に大きな変化が起こるようには思えないので、大きな自然災害が起こらない限り、良くも悪くもない状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種発表の話題を中心に、客がより車に関心をもつような活動を展開する。しかし、いろいろ新機能の搭載による車両価格の上昇もあり、客の財布のひもを緩めることができるか不安もある。若者の車離れを少しでもなくすよう努力したい。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が高止まりすると、維持費を下げようと車の買換えに風向きが変わることも期待できるが、ほとんどの客は点検を省き安い車検へ流れ、全体的には厳しくなる。ただし、高額なハイブリッドセダンなども売れ始めており、数が少なくても大型車種が売れるのは収益的には非常に大きい。ハイブリッド車種やEV車種もここにきて売行きが良くなってきており、不安な要素が多いが、しばらくは現状維持が続く見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発表予定もなく、店頭で車を買に来る客もいない。販売台数が増加する要素がなく、今ある車種を地道に既存客に販促するしかない。
		乗用車販売店（販売担当）	・特に新しい車種が出るとの情報もなく、このまま推移していく。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅以外の建物、身近な住宅等を含む建築業界全体で、物件数が増加していない。ただし、小さな仕事ではあるがリフォームや改装物件等は順調に動いている。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・今年も大型連休の企業も多く、レジャー代に金が出る。夏休み後ということで客の財布のひもは固くなり、良くなるとは余り思えない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・原油価格の先行きが不明等、判断材料がない。
		高級レストラン（経理）	・節約志向のなかで、価格、商品、サービスを客へ訴求できる店舗とそうではない店舗の格差がより広がる。
		スナック（経営者）	・交通の便が良いターミナル駅周辺での友人との交流が多いと聞くので、余り期待はできない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・起爆剤が必要である。心理的に上向きになる何かを探し当てなければいけない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・雇用状況が良いことから、消費マインドも引き続き良い。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいが見込まれる。

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
		都市型ホテル（経営者）	・民泊を始めとする競合先との競争が激しくなってきた。
		都市型ホテル（総支配人）	・競合他社の増加、仕入価格の上昇、働き手不足に伴って経費が増大している。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊客数は前年並みである。
		旅行代理店（経営者）	・先の予約状況が不透明なため、余り良いとはいえない。
		旅行代理店（経営者）	・今後は天候次第となり、台風等の大雨や強風による荒天が心配なシーズンとなる。予約が落ち着いたところで、秋冬の客の取り込みを急ぎたい。
		旅行代理店（経営者）	・少子高齢化の影響だけでなく、所有から利用への消費者の価値観の転換等、大きな転換期にきている。カーシェアリングの利用が自宅近隣でも増えており、ITと組み合わせた販売が進んでいくなかで、リアルな物販店舗の維持がますます難しくなっている。
		旅行代理店（営業担当）	・夏休みの旅行需要は今一つ出足が遅い。猛暑、地震・記録的豪雨等の天候や天災の影響で旅行に二の足を踏む客が多い。個人はファミリー旅行に金をかけるより、災害対策・備蓄等に重きを置いている。旅行業界の景気は余り芳しくない。
		タクシー運転手	・繁華街の飲食店街の人の動きが少なく、変化がみられない。
		タクシー運転手	・変動する材料が余りないが、総理が総裁選で勝利すれば良くなる。
		通信会社（企画担当）	・通信業界は、キャリア間での客の獲得合戦になっていて、互いに販促費を使い合い、客は数年ごとに回っているだけで、何も新しい価値を生み出さない状況になっている。負のスパイラル構造になっていて、誰も得をしていない。
		通信会社（サービス担当）	・客のニーズに応えられるような選択できるプランを増やす等、変化がないと今と変わらない。
		通信会社（営業担当）	・当面は現状の状態が続く。
		通信会社（営業担当）	・通信費用の安い商品に流れる傾向は変わらない。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の予約数は、各ゴルフ場を平均するとほぼ前年並みに推移している。この先夏期シーズンに入り、今とさほど景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・客からは夏のレジャーの話等を余り聞かないので、この状況がしばらく続く。
		美容室（経営者）	・美容業界はなじみ客で回っており、それほど変わりはない。
		設計事務所（経営者）	・細かい案件がしばらく続く。
		設計事務所（職員）	・特に最近の米国の動きや為替の状況を考えると、景気が良くなる要素はみられない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げまでこの状況は続く。
		住宅販売会社（従業員）	・個人の住宅の依頼は少なく、分譲住宅や相続税対策の名目で土地を購入し賃貸住宅の建設を進めているハウスメーカーがあり、大きな不安を感じる。数字の上では伸びているが、実態的には住宅建築への関心は低迷したままである。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・新築、リフォームや工場等の設備投資の案件が安定して出てきている。
		商店街（代表者）	・家電専門店の主力客層は高齢者世帯だが、1人暮らしになると極端に電化製品等の購入には金をかけなくなる。もう少し若い世代は、ネットや通販の購入割合が増え家電店で物を買うということ自体が少ない。この傾向はこれからも強くなる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・毎年夏場に向けて景気は悪くなる。
		百貨店（経理担当）	・今夏のボーナス増加分は、食品やガソリン等の生活必需品の値上がりによって打ち消されることとなり、耐久消費財の購入抑制やレジャー・娯楽消費への支出削減が生じる。
		百貨店（業績管理担当）	・クリアランスセールの前倒し、土曜日が少ないことや競合店の改装オープン効果による売上減少が見込まれる。
		コンビニ（店長）	・紙巻たばこの売上が減少し、電子たばこの売上が増加している。電子たばこは売場が限定されており、しばらくは売上に影響してくる。
		コンビニ（店長）	・賃金の上昇が期待できないなか、ドラッグストアのディスカウント販売に客足が奪われる傾向が続く。

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
		衣料品専門店（販売企画担当）	・安い物しか動かなくなってきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車を見に来る客も減少し、客と話をしている、ガソリンが高いとか、いろいろな物が値上がりしているというネガティブな声が多い。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・テナントビルの閉店セールで、客の財布は緩んでいる。ただし、足元での購入客が多いため、夏頃は物品の販売は厳しくなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・周辺に競合店が増加しているわけではないが、売上高は前年同期比マイナス4.6%、来客数は同じくマイナス5.5%となっている。
		一般レストラン（経営者）	・我が国を取り巻く国際環境、原油価格の高騰、株価の下落等、これから厳しい状況に追い込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・少しずつ仕入れ単価が上昇してきている。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先は前年同期並みの予約が入っている。しかし、原油価格の値上げを原因に諸物価が上昇してくると、車での客の出控えや消費の手控えが十分考えられ、今の状況よりも悪くなる。経済対策も既に出尽くした感があり、今後更に良くなるような対策も打たれておらず、対策がないということは自然に下降していく。
		都市型ホテル（営業担当）	・法人客の宴会需要の減少が予想される。貿易摩擦に伴う不安感から、経費の引締めが少しずつ効いてきそうな状況である。
		テーマパーク（職員）	・近隣県で新しい施設等がオープンし、客足がそちらへ流れている。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・米中の貿易摩擦が、当面収まらない。
		理美容室（経営者）	・客との話では余り売上もなく給与も上がらないということで、景気は段々悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・3か月先は暑くなり、高齢者の客が多い当店では、外出する人が減り、売上も少なくなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・従業員の募集が、特にパート職員は時給を上げてでも困難な状況である。職員不足が慢性化する傾向が続く。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・10月より介護保険サービスである福祉用具貸与と価格の上限制限が始まるため、少なからず売上に影響が生じる。
		住宅販売会社（経営者）	・購入希望者は価格が下がるのを待っている。価格が1割ほど下がると売れ始める。今後もこの状況が続く。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・植栽せん定の作業単価が上昇すれば少しは楽になるが、公共も民間も単価が上がらず、このままだと組合を辞めてアウトサイダーになる業者も出てくる。この先が不安である。
		x	観光型ホテル（支配人）
	x	通信会社（営業担当）	・携帯電話の買換えサイクルが本当に長くなった。
	x	パチンコ店（経営者）	・監督官庁の規制強化により、業界全体が縮小している。
	x	理容室（経営者）	・景気の悪い話が出ない。これからも景気が良くなるとは思えない。
企業 動向 関連 (東海)		食料品製造業（経営企画担当）	・長期予報では猛暑が予測され、夏物商材の出荷量の増加が期待される。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規引き合いの見積りの成約率が高く、今後が期待できる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末にかけて、客先業界の設備投資が少しずつ増加していくことを期待している。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ボーナスも支給され長期休暇も近く、休みに出掛ける話が多くなっている。
		建設業（役員）	・近隣の大手自動車メーカー系企業の業績は良く、客の動きも良い。消費税の引上げが1年後となるのでその影響もある。
		不動産業（経営者）	・7月以降は例年より晴天の日が多くなるとの予報で、当面の景気は良い状態が継続し、売上は前年同月比100%以上で推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・夏場は飲料、果実関連等の需要に期待できるが、梅雨も不安定で、季節要因を加味すると今年の夏は余り期待がもてない。
		化学工業（人事担当）	・米国と中国の貿易戦争が気になるところであるが、バイオベンチャー、製薬業界においては、特に大きな影響は感じられない。
		化学工業（総務秘書）	・特段のマイナス要因は見当たらないため、当面この状況は続く。
		鉄鋼業（経営者）	・客の人材難、材料調達難に対して、今ある仕事の納期を順延する形で対応でキャパシティを増やしていく傾向が減速している。将来的な受注減を見越した対策であるため、現状で新規案件が減少している可能性がある。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いもさほど多くなく、引き続き変わらず推移する。
		金属製品製造業（従業員）	・東京オリンピックに限らず首都圏での再開発があるので、しばらく忙しい状態が続くという意味では方向感はない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売価格が安定している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状から傾向は変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先で話を聞いていると、秋口までといった話が非常に多く、今の高止まりの状況がしばらく続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・2020年の東京オリンピックまでは堅調に推移する。
		輸送用機械器具製造業（製造担当）	・前年同期と比較しても変わらない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーの年間生産計画をみると、堅調な生産が見込まれる。スクラップ価格も高値で推移している。
		建設業（営業担当）	・新しい仕事を手掛けていくなかで、出資や投資が出てくる。新しい事業や仕事の受注が増えていくよう行動していくため、上向きになってほしい。
		輸送業（経営者）	・人手不足、人件費と軽油価格の高騰は、しばらく収まりそうにない。
		輸送業（エリア担当）	・運送単価は高いが体制固めに力を入れているため、景気は良くはならない。
		輸送業（エリア担当）	・季節的な変動程度しか、変化の要因がない。
		輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油価格が前年比で約16円高くなっている。少しの値上げでは収支が合わない状態である。
		輸送業（エリア担当）	・特殊な荷物の量がそれほど伸びていない。足踏み状態で今後も上向いていかない。
		通信業（法人営業担当）	・通信サービス業界は、一般客、法人客共に長きにわたって陣取り合戦を繰り返しており、中長期の景気展望は暗い。
		通信業（法人営業担当）	・景気上昇への希望は強くあるが、不安材料に事欠かない。ボーナス増加とはいえ、ガソリン価格の上昇は止まらず、家計の財布のひもはまだ固い。
		金融業（従業員）	・今後の景気について、良い、悪いといった傾向はほとんど見受けられない。2極化が進んでおり、比較的良いところはずっと良いが、一般的には将来にわたって景気の良い悪いが横ばいである。
		金融業（企画担当）	・米国の通商政策もリスク要因となり、為替、株価共に大きく良い方向へ動くとは見込めず、当面は現状維持とみる個人投資家が多い。
		不動産業（経営者）	・大きく変わるような情報等も見当たらない。
		不動産業（用地仕入）	・特段のトピックがない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・特に売上に左右するようなイベントがない。
		行政書士	・利益を伸ばすよりも現状維持の客先が多い。
		公認会計士	・中小企業の業績回復については、抜本的な解決策がない。後継者不足の中小企業の事業承継に関する政策は有意義であるが、まだまだ時間が掛かる。
		会計事務所（職員）	・昇給は行われたが手取り額はさほど増えていない。全方位的に消費が増えることはなく、メリハリをつけた消費になる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新規案件が立ち上がる見通しがいいことから、現状維持とみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・ドル円相場が今の状態ならば、我が国の産業は十分に経営が成り立つ。いつまでこの状態が続くかが問題で、秋には変動が始まる。相変わらず銀行員や金融関係の来客が多い。
		食料品製造業（営業担当）	・消費者の購買量が低下している。受注量、販売量共伸びない状況である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・一部の企業で景気が良くなっているだけである。中小企業や末端の企業には、景気が良くなったというムードは全く流れていない。
		化学工業（営業担当）	・廃版等によりプラスチック原料が入手困難になる可能性がある。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・部材の不足により製品納期が伸びているため、受注の先取りがあり、前月までは受注金額が大きかったが、ほぼ全て先取りしてしまったため、足元の受注がほとんどない。今後も受注が増える見込みは余りない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・工場での経費削減等の展開により、景気が悪くなる。
		輸送業（役員）	・イランからの輸入停止等、原油が高止まり傾向となることが予測され、トラック燃料のコスト増となる。人手不足によりドライバーの確保がより厳しくなり、外注費の増加と高騰が懸念される。
		通信業（総務担当）	・全国的な明るいニュースがなく、災害、獣医学部新設問題、介護保険料年齢の前倒しや、消費税の10%への引上げがまだこれからという時期に15%まで必要という記事等があり、消費マインドを低下させている。サッカーワールドカップが開催中でマスコミもこぞって応援しているが、全国を明るくするには弱い。
		広告制作業（経営者）	・海外への生産拠点の変更が一通り行われた後で、この体制を大きく変えることは短期間ではできない。
		広告代理店（制作担当）	・景気が良くなりそうな具体的な要素は見つからず、予算的にも厳しくなっていく。
		会計事務所（職員）	・東京オリンピック開催までの期待感が感じられず、地方では活気はみられない。
	x	-	-
雇用 関連 (東海)		人材派遣会社（社員）	・求人の動きが更に活発化する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・各自動車メーカーの生産目標からは、今後忙しくなる見込みである。ただし、採用したい雇用者数と、実際に雇用できる採用者数の開きは大きく、人材不足が続く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給明けで登録者数は増加傾向である。ここからお盆に差し掛かるまでは、採用決定数の増加が見込める。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に変化する要因はない。
		人材派遣業（営業担当）	・急激な人手不足解消は見込まれず、企業の成長につながらないケースが続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連を中心に客からの引き合い残件数は全社で1,000件を超える水準を維持しており、今のところ2～3か月先に身の回りの景気が悪くなる兆候はない。ただし、更に良くなる兆候は特にない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人については、6月までにほとんどの企業が採用を完了し、9月までは採用意欲は低迷する。
		人材派遣会社（営業担当）	・前向きな材料は見当たらないため、身の回りの景気への影響はない。
		人材派遣会社（企画統括）	・人材の需給バランスが好転する要素が見当たらない。
		職業安定所（所長）	・中途採用のフルタイムやパートでもなかなか人員が確保できないため、企業の期待は来春の学卒採用にも広がっているが、人手不足の状況には余り変化がなく、中小企業では従業員の定着や残業規制等、働き方改革を進める上での取組が、利益の伸びにややブレーキをかけている。
		職業安定所（所長）	・求人、求職の動きは横ばいが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・求職者の減少傾向は変わらず、事業所からの人手不足の相談が増えている。
		職業安定所（次長）	・燃料や原料価格の高騰、運送・運搬費の値上げ、人手不足による流通への不安等の声が、企業からは少なからず聞かれる。

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
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人依頼は多数あるが、四半期ごとの更新時期にあたる秋まで、求職者の増加が見込めないため、求職者が足りない人手不足の状況が続いている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年に採用があった企業で不合格となっている状況から、採用担当からは採用基準の高まりを感じるという話を聞く。
		人材派遣会社（社員）	・現時点での8月の予約状況が余り良くない。
		人材派遣会社（支店長）	・改正労働者派遣法で定められた3年満了が、秋以降にかけて本格化してくる。3年満了者に対しては、派遣元による雇用安定措置が法律で義務付けられていることから、次の就業先が決まらない場合、有給による教育訓練が一定割合の負担となることが見込まれる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・貿易摩擦の懸念から悪くなる。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・採用にかかる経費は確実に人が採れるものにししか使わなくなっている。募集広告を出すよりも紹介サービスを利用する会社が増えてきている。
	×	職業安定所（次長）	・短期的には大きな変化はないが、長期的には企業の人手不足が景気に悪影響を及ぼすことが懸念される。

### 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)		衣料品専門店（店舗運営）	・決算セールとして大型企画を予定しており、売上、乗客数共に期待できる。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・季節商材や働き方改革関連商品の売行きが期待できる。
		百貨店（営業担当）	・これからセールがスタートし、夏休みに向けて家族連れが多く来ることを見込んでいる。それを狙った催事も企画しており、乗客数、売上共に期待している。
		スーパー（店長）	・このまま夏らしい気温が続けば、夏物商材の動きが活発になると見込んでいる。
		コンビニ（経営者）	・高額の間断商品がよく売れている。
		家電量販店（店長）	・BS4K、8K放送の注目度が高く、高機能テレビが売れそうである。
		自動車備品販売店（役員）	・中古車より新車を探す客が多くなっている。自動車用品も性能や機能の高い商品を選択する傾向が強い。景気が良くなってきたようである。
		一般レストラン（統括）	・夏から秋にかけて、福井国体が開催される。北陸新幹線開業後の、初の北陸での国体となり、競技は石川県でも一部開催される。県外からの流入により、夏休み以降も客の増加が続くと期待している。
		タクシー運転手	・これから、段々暑い日々になっていくことから、タクシー需要が増える。夜の街も人出が増えてくると期待している。
		通信会社（職員）	・国体と全国障害者スポーツ大会の開催があり、地元では盛り上がりには欠けるものの、特需には期待している。
		商店街（代表者）	・人出が増える方策もこれといって思い浮かばず、万策尽きた状態である。新たな手法を考えない限り、乗客数が伸び悩む傾向は続きそうである。
		商店街（代表者）	・空梅雨の好影響により、客の動きが良くなることを若干期待しているが、前年と比べて数字にみえるほどの変化はない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・良くなる要素はないが、今が底のようにもみえる。
		百貨店（売場主任）	・好調商品群は化粧品や輸入雑貨、絵画や高級輸入時計など一部のアイテムだけで限定的である。そのため、婦人衣料やメンズ衣料が上向かない限り全体は浮上しないと考える。
		百貨店（販売促進担当）	・国際情勢が緊迫から和緩ムードに向かい、堅調な株高とボーナス支給に伴って高額品需要の活発化が期待できる。ただし、個人消費の節約志向は強く、改善はみられない。
	スーパー（店長）	・福井国体では観光客などの増加が見込めるが、それまでは景気をけん引するような要素が見当たらない。	
	スーパー（総務担当）	・スーパーマーケットの競争は厳しい状況が続いている。サッカーワールドカップによる影響も余りなく、今後も気温の変動による品目や売行きの変化はあるものの、景気は横ばいに推移するとみられる。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店舗管理）	・販促強化によって乗客数を確保しているだけで、今後良くなる要因がない。
		スーパー（統括）	・今後は競合店の出店が続くため、競争環境が更に厳しくなる。また、大阪北部地震の影響は今のところみられないが、今後の動向によって影響が出てくる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・今のところ、コンビニとしては打つ手を全て打ってあるような状況である。営業時間もこれ以上延ばすことはできず、店の広さを変えることもできない。売上を急激に変える方法は、今のところ見当たらない。
		コンビニ（店舗管理）	・好転材料が天候くらいしか見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品が不況業種と言われ始め、また、企業間の規模の差が更に顕著になっている。
		家電量販店（本部）	・猛暑による季節商材の動きを期待しているが、全体の消費をけん引するまでの力強さがみられない。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域では自動車販売が余り良くない状況であり、しばらくはこの状態が続くと考える。
		住関連専門店（役員）	・耐久消費財への支出が年々減少していることから、景気回復は見込めない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなるという期待は全くない。とにかく、いつまで商売を続けていられるかということで頭が一杯であり、毎日が不安である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・気温上昇の恩恵を受けて、衣料品がここから持ち直すことができるかが重要となるが、これまでのトレンドから安心できる状態ではない。飲食やアミューズメントといったコト消費については比較的堅調であるため、モノ消費の衣料品と服装品の売上がしっかり運動するようになれば、全体として大きく改善する。
		高級レストラン（スタッフ）	・7～8月にポイント2倍キャンペーン、9月に2倍利用でできるキャンペーンを実施する。前年も行っており、前年並みの効果を期待している。
		一般レストラン（店長）	・天候などにも影響されるが、地元客より観光客の動きに期待したい。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況の前年比は6月以降の平均で110%で推移しており、特に7～8月は130%を確保している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・部門別で状況が様々で、なかなか先が見通せない。
		旅行代理店（所長）	・経費削減により出張旅行が増える傾向もなく、個人旅行需要も顕著な動きがみられない。
		旅行代理店（支店長）	・特に良くなる要因がみられない。
		タクシー運転手	・金曜と土曜の夜にもかかわらず、繁華街で忙しくない。
		通信会社（営業担当）	・販促キャンペーンを開催しているが、特に大きな変化はみられない。前年と比べて大きな差はない。
		通信会社（役員）	・新規サービス獲得数が前年を上回っており、現在の積極的な客の動向をみる限り、当面はこの状況が持続すると考えている。
		通信会社（営業担当）	・秋以降の新モデルの発売アナウンスまでは買い控えが起こると見込んでいる。
		通信会社（役員）	・今年も例年どおりに8月は契約数は落ち込み、9月になって徐々に回復していくとみている。
		テーマパーク（役員）	・先行予約状況を見ると、現在と変わらない状況が続く。
		競輪場（職員）	・前年実績と比較しても大きな変化がみられない。
		美容室（経営者）	・消費者の購買意欲がなかなか高まってこない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げまで需要の強さは変わらないとみている。各ハウスメーカーも土地建物をセットで提案し、販売活動を強めている。大型のリフォームの需要も動いており、まだ数ヶ月はこの状態が続くと見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・部署によって人材が不足し、募集はしているが採用にまで至らない。
		住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げに対する動きがみられず、先行きが見通せない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ギフト関係は非常に好調に動いているが、送料の値上げなどの影響もあり、かなり苦戦すると考えている。プライベートブランド関係は以前と変わらない状況だが、ギフト用途では少し苦戦するように感じている。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・これといってイベントも学会も予定されていない。この状況がしばらく続きそうである。これによって景気が悪化することを危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・客の様子を見ると、必要なもの以外は購入していないようである。
		乗用車販売店（従業員）	・7～8月は売上が余り期待できないが、イベントなどでの集客に期待している。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は例年同様の予約状況である。レストラン部門は店舗により波があるが、全体では若干弱い。婚礼と一般宴会も同様の傾向にあり、全館では景気動向は変わらないと考える。
		その他レジャー施設 〔スポーツクラブ〕 （総支配人）	・競合先で過度な入会キャンペーンが実施されており、確実にその影響が出ている。夏場は子供向けサービスの競合が少ないため、そこに注力していく考えである。
		住宅販売会社（従業員）	・人手不足により、安定的な施工に障害が生じ始めている。リフォームなどは受注があってもすぐに対応できず、数か月先になるケースも出てきている。
	x	スナック（経営者）	・内外の事情により株や金などの相場が左右される。先行きが不透明で、全く期待できない。
企業 動向 関連  (北陸)		繊維工業（経営者）	・商品開発に向けて企業努力を重ね、前向きに取り組めば、必ず拡大すると考える。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・企業の生産稼働率が高水準で維持されており、生産設備などの補修部品需要が旺盛である。それに伴って第2四半期以降も好調な受注が続く見込みである。
		司法書士	・会社設立や代表者変更登記の依頼が多く、30代の代表者就任が目立つ。
		化学工業（総務担当）	・今後の受注状況は、現状のまま推移する予定である。
		プラスチック製品製造業 （企画担当）	・このまま原料価格高騰が続けば、価格改定などを検討せざるを得ず、受注に大きく影響が出る事が考えられる。
		一般機械器具製造業 （総務担当）	・引き合いの状況を見ると好調であるが、今後の商談で客の希望納期に間に合わず、商談停止やキャンセルの可能性がある。
		精密機械器具製造業 （役員）	・季節的に新商品の量産時期であり、2～3か月前よりメーカーの生産量がやや増えていくと考えられる。ただし、絶対量としては季節変動の範囲内とみている。
		輸送業（配車担当）	・7月から働き方改革による労働時間の見直しが始まり、残業などの人件費がかさみそうである。燃料費もここしばらくは高い水準に動いており、利益が圧迫される状況が続くとみられる。
		通信業（営業）	・企業への提案件数が減っておらず、今の状況が続くとみている。
		不動産業（経営者）	・周囲の話を見ると、今の状況がまだ2か月くらいは続くのではないかとということと、個人客からの情報が少し出てきているとのことである。
		食料品製造業（経営企画）	・販売量に極端な増減はないと考えるが、原料価格を始め製造コストが上昇傾向にあり、収益を圧迫している。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合から、やや悪くなるとみている。
		建設業（経営者）	・道路工事の主要材料であるストレートアスファルトの価格が、中東情勢の影響によって9月頃に値上がりするため、採算を圧迫する。
		建設業（役員）	・労務費や資材価格がコストアップ傾向にあるなか、受注価格競争は厳しさを増している。先行きの受注環境は徐々に悪化しそうである。
		金融業（融資担当）	・燃料費の上昇と人手不足による影響で、事業展開が限定的になっている。
		金融業（融資担当）	・取引先からの話では、業種を問わずとにかく人手不足であるという話ばかりが出てくる。極端な場合、人材確保ができずに廃業する事例もある。単に時給を上げれば人材確保ができるという状況にはなく、抜本的対策を迫られている。
	x	新聞販売店〔広告〕 （従業員）	・今月も前年同月比で100%を割っている。業種問わずに出稿枚数が落ち込んでいる状況は変わらない。
雇用 関連  (北陸)		-	-
		人材派遣会社（役員）	・法改正絡みで、料金値上げなどの契約条件変更を申し出ても、派遣先企業側の回答は良くない。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・大きな雇用の動きが出てこない。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・全体的には前月の状態と変わらない。
		新聞社〔求人広告〕 (営業)	・観光業など特定業種が良いという話は数年前からある。ただし、他の業種では余り聞かない。
		職業安定所(職員)	・求人増減については、ここ数か月は増えたり減ったりという状況が続いている。伸び幅も大分落ち着いてきており、高止まりの傾向がみられる。当面はこの状態が続くのではないかとみている。
		民間職業紹介機関(経営者)	・引き続き人手不足が続いている。介護施設などからの求人の問合せがあるものの、人がいないため紹介できない。
		学校〔大学〕(就職担当)	・企業の採用担当者との面談では、売手市場の中で今年度の採用を諦めている。次年度の採用に向けて、学内説明についての問合せが出てきている。
		-	-
	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 (近畿)		家電量販店(店員)	・決算時期であり、会員にダイレクトメールを一斉に送ることなどで、全ての商品の販売量が増える。
		家電量販店(企画担当)	・過去最高のボーナス支給に加え、6月18日に発生した大阪北部地震での家電の落下、転倒によるテレビなどの買換えがみられる。また、サッカーワールドカップでの日本勢の活躍により、高画質の4K、有機ELテレビの販売比率が高まり、単価がアップしている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕(店員)	・7月はボーナス支給時期となり、雨も減るため、ふだんは買えない化粧品や、プラス1品の購入も増える。
		その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	・大阪北部地震後の点検業務の増加で、通常の点検が後回しになっているため、繁忙期以上の忙しさが今後2~3か月は続く。
		一般小売店〔菓子〕(営業担当)	・夏物商材の販売量も順調に増えているため、好調が続く。
		百貨店(売場主任)	・今のところ、大きな状況の変化はないものの、企業のボーナスが伸びていることなどを勘案すると、高額品の需要増が見込まれる。
		百貨店(営業担当)	・インバウンドによる購入は更に伸びる方向である。富裕層の優良客では、消費税の引上げへの対応か、家の建て替えや改装などで、高級家具やインテリアの購入予定の声が出始めている。
		百貨店(営業担当)	・社会情勢が急変しない限り、食関連を中心に堅調な伸びが期待できる。こだわりの商品や中食が増加するなか、総菜の伸びといった新たな展開が可能で、客単価のアップも見込まれる。逆に、ファッションやアパレル関連は、販路の多様化や客単価の落ち込みにより、売場構成の見直しも必要となっている。
		スーパー(企画担当)	・7~8月は夏休み期間中であり、年間トータルでも売上が増える。今年は気温も高めで推移するとの予測もあり、真夏商材のPRと欠品の防止が重要となる。
		コンビニ(経営者)	・インバウンドの客が夏季休暇で更に増えるため、浴衣や帯、下駄などを土産として販売するなど、日用雑貨を充実させる。
		コンビニ(経営者)	・猛暑の予報であり、ドリンク類や冷菓類の売上が好調に推移することが期待される。また、新しいコーヒーマシンの製品も人気が出そうであり、来客数、客単価共に改善することが予想される。
		コンビニ(店長)	・特に景気に関する変化はないが、梅雨が例年よりも早めに終われば、気温が上がることで、夏のアイスやドリンク類のほか、冷たい麺類などの販売が伸びる。
		コンビニ(店長)	・人の流れが多い。コンビニは商品の単価がスーパーに比べて高いにもかかわらず、便利さもあって、購入する客が多い。
	コンビニ(広告担当)	・少しずつではあるが、個人の所得増などの影響で良くなっていく。	
	コンビニ(店員)	・夏は飲料やアイス類の売上が伸びる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・高額なオーダースーツの売上、販売量が増えている。
		家電量販店（店員）	・ボーナスや夏の暑さで、需要の増える商品が出てくる。
		家電量販店（人事担当）	・梅雨入りから夏にかけて、気温の上昇によってエアコンなどの季節家電の販売が増加するほか、冷蔵庫や洗濯機などの白物家電の販売増も見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・車検や新車の販売は多くないが、中古車はよく売れている。
		乗用車販売店（営業担当）	・大阪北部地震への対応が落ち着けば、例年の動きを下回ることは予想されるものの、夏のレジャーに向けた1つの波を作ることは可能である。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・例年になく早い梅雨明けの影響で、夏物衣料や飲料水、夏物野菜などの購買意欲が高まる。また、先日の大阪北部地震の影響で、身の回り品を買いだめする動きも出てくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・例年夏休みに入ると、平日ランチの需要が伸びる傾向にある。
		観光型旅館（団体役員）	・夏の最盛期を迎えることから、先行きへの期待は大きい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会や会議については、大阪北部地震の影響で6月末までの会合がキャンセルや延期となったため、今後は延期となった分の開催が見込まれる。宿泊は、夏のシーズンに向けた商品を展開しているが、予約率はほぼ前年並みである。
		都市型ホテル（客室担当）	・夏は高校野球などのイベントも多いため、大阪北部地震で控えられている国内、海外からの観光客も戻ってくる。
		旅行代理店（役員）	・2世代、3世代による旅行が増えており、秋の観光シーズンを前に一層需要が増加してくると見込まれる。
		通信会社（社員）	・企業の業績改善に伴い、夏季ボーナスなどのアップが見込まれる。様々な消費の増加に連動し、ケーブルテレビへの加入の増加を期待したい。
		通信会社（企画担当）	・市場は縮小傾向にあるものの、底打ち感があるほか、仮想現実関連などの新たな市場が形成されつつある。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・確たる根拠はないが、夏のボーナスの増加が好材料になることが期待される。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税の引上げを前に不動産の動きが増える。既に、前年に比べて微増ではあるが、動きは伸びている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場で実施している住宅相談の件数が顕著に伸びている。これは消費税の引上げ前の駆け込み需要に関する兆しでもあるため、今後は展示場への来場数が伸びる。
		商店街（代表者）	・消費者の生活防衛姿勢が顕著であるため、今後も格安ショップは増えていく。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今から夏の暑さを懸念する声が出ている。自身の体調管理のほか、各地での自然災害を心配する方に気持ちが向いており、買物をする雰囲気になっていない。必要以上に出費することはほとんど考えられない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・地震が各地で頻発している。防災関連は良いかもしれないが、商品の購入意欲は慎重なままで推移する。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・大型のイベントもなく、例年並みの動きと予想している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・今年もアニサキス問題が取り沙汰されれば、売上に影響が出るのが懸念される。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・お中元の時期に入るが、ギフトの販売量は年々減少傾向にある。儀礼的な贈答品のうち、夏は特に減少幅が大きくなっている。夏のピヤガーデンでの取扱いも安価な牛肉が増え、和牛などの高価格品は動かない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・これまでの販売量や消費者の様子を見ると、数か月先に景気が上向くとは思えない。うまくいけば現状のままであるが、悪くなる可能性も大きく、先行きを楽観視することはできない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・大型店はともかく、個人の小売店は非常に厳しくなっている。状況が好転しているようには思えず、今後にも期待できない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・販売量は例年どおりで、イベントなどの注文は例年と変わらず、固定客からの予約も入っている。この先も例年並みの売上が見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・景気の先行きについては、インバウンドや外商の売上などが順調に推移すると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・今後もインバウンド頼みの傾向は変わらない。国内客の消費は、所得が増えず、物も余っている時代であるため、大きな改善は期待できない。百貨店では従来の主要な客層のリタイアに加え、同業種や異業種との競争、インターネット通販などの無店舗販売の台頭など、周辺環境も厳しい状況にある。
		百貨店（企画担当）	・当社の今年度の売上は伸びると予測しているが、業界全体では都心と地方の2極化が進んでいる。
		百貨店（営業担当）	・中間層による、ボリュームゾーンのファッション関連の購入は伸び悩んでいるものの、富裕層による特選ブランドや高級時計を中心とした高額品の購入のほか、化粧品などのインバウンド売上の堅調な動きは続く予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・7月のクリアランスセールが近いものの、定価品の売上がここまで不振を極めると、あと半年は厳しい状況が続く。強みであった食料品の売上也、堅調なのは生鮮品だけで、菓子類は引き続き厳しい状況である。
		百貨店（サービス担当）	・来月からの催しを強化することで、来客数は維持できると予想されるが、ほぼ前年並みで推移する。
		百貨店（販促担当）	・大阪北部地震の影響は今後の余震次第であるが、一定規模の地震は消費に急速な影響を及ぼすことが、今回改めて示された。ただし、阪神淡路大震災の復興でも、暗くなり過ぎることはなく、用心と楽しみが両立する形となったため、今回も引きずることはない。一方、海外情勢は不安定ながらも、改善と悪化の両方の兆しがあり、株価への影響次第では消費の活性化も期待できる。今夏の気温は高めの予測であるため、盛夏を楽しむためのアイテムが活発に動くチャンスである。
		百貨店（商品担当）	・米国との貿易や投資に対する制限を、米国政府が表明しており、為替や株価への悪影響が懸念される。また、米朝首脳会談後の交渉の遅れもあって、日本経済の先行きは見通せない状況であり、購買意欲の減退も気掛かりである。
		百貨店（マネージャー）	・今夏の猛暑の予報により、5～6月は苦戦した夏物衣料の販売増に期待している。京都市内では国内外からの旅行者向けの宿泊施設の建設ラッシュで、土地の値段も高騰している。資産価格の上昇にもつながり、富裕層の高額品の需要はより一層高まる。
		百貨店（服飾品担当）	・各百貨店や商業施設では、夏のクリアランスセールを6月後半から始める店もあれば、7月からスタートする店もあるなど、ばらつきがみられる。また、セールの情報が精密化していることから、客の動きも計画的になる傾向がみられるなど、セール市場は拡大しにくいと考えられる。一方、インバウンドの動きは大阪北部地震で少し消極的になったが、徐々に回復すると予想される。また、サプライヤーも盛夏商材を前年よりも多く投入するほか、7月後半にはプレミアムフライデーに合わせて盛夏セールを実施する動きもあることから、売上がダウンすることはない。
		百貨店（外商担当）	・インバウンドは好調が続くが、秋冬物の婦人服の新作が好調に売れるとは考えにくいので、トータルで売上が増えることは困難である。
		百貨店（売場マネージャー）	・当店は郊外にあり、インバウンドの恩恵が余りないため、大阪北部地震の影響は受けにくい。関西全体への訪日客の減少につながらないかを注視している。
		百貨店（マネージャー）	・夏場に向けて、消費行動はモノよりもコトに大きく傾きそうである。そのため、ファッション関連は非常に厳しい選択消費の傾向が進む。コトを絡めた、7月後半の消費喚起策がポイントとなる。
		百貨店（マネージャー）	・百貨店は引き続き、一部の国内富裕客と訪日外国人に支えられる形となる。長期にわたるデフレによって、中間層に定着した節約志向が緩むことは、今後も期待できそうにない。
		スーパー（店長）	・日用品に対しては節約志向が強く、財布のひもは今後も固い状況が続く。
		スーパー（店長）	・大阪北部地震やサッカーワールドカップなどの特需もあり、今後も全体的には変わらない。
		スーパー（店長）	・先行きの不透明感により、支出を抑えようとする消費者の意識が強い。ハレの日とふだんの日を区別するメリハリ消費が顕著であり、日用品を扱っている業態は厳しい状況が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・生活必需品は節約志向が続く。ボーナスが増えるといっても、八レの日の消費や貯蓄に向かう。
		スーパー（店員）	・会社の上層部が変わらない限り、時間外労働や残業は減らない。何も状況は変わらないと感じる。
		スーパー（店員）	・天候要因によって変わるかもしれないが、落ち着いた状況が続けば、余り変化はない。
		スーパー（企画担当）	・来客数の前年比の推移に変化がない。
		スーパー（経理担当）	・猛暑の予想が出ているため、夏商戦は一定の盛り上がりが見込まれる。ただし、台風の動向や、暑くなり過ぎた場合などは、売上が落ちることが懸念される。
		スーパー（開発担当）	・賃上げも余り効果がない。政府の具体的な景気対策もないため、このままの状態が続く。
		コンビニ（店員）	・夏期休暇もあるので、旅行者などの来店が期待できる。またイベントなども多いため、忙しい日が増える。
		衣料品専門店（店長）	・良くなる要因が見当たらない。
		家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素はなく、所得増が実感できるような景気対策が求められる。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナスは出たが、貯蓄に回ってしまい、消費は増えていない気がする。
		乗用車販売店（販売担当）	・他社の商品ではあるが、新型車効果がいつまで続くのか、気になるところである。
		乗用車販売店（営業担当）	・当社の扱う自動車はし好品であり、これから先も買える客層は限られるため、販売が増えることはない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・インバウンド向け商品の充実や、売れ筋商品の情報収集により、来客の増加につなげていきたい。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・外食は天候などにも左右されるが、大きな変動要因は今のところみられない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・数年ぶりに来店した客による高額品の購入はあるが、全体に来客数が増えているとはいえない。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・3か月後も暑い日が続いていると予想され、秋冬物を購入するには早いため、受注量は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・繁華街では、夏休みで国内外からの客が増えていくであろうが、インバウンドについては、大阪北部地震の影響がどの程度続くのかは分からない。
		一般レストラン（企画）	・来客数の前年比はほぼ横ばいで推移しており、悪くはないが良いともいえない。公共料金は下がると予測されるものの、材料費の値上がりが続いており、気になるところである。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・気温が高くなり、清涼飲料の売上は増えるものの、新商品や目玉となる商品がない。
		観光型ホテル（経営者）	・良くなるきっかけが見当たらない。
		観光型旅館（経営者）	・好転する兆しがない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みなどを控えているが、客室の修繕、改装の見込みが立たないので、予約の受付を控えている。宴会は通常の営業に戻っているため、前年比でプラスとなる見込みである。
		都市型ホテル（管理担当）	・変わらないとは予想されるが、先日の大阪北部地震による風評被害が少し心配される。
		都市型ホテル（管理担当）	・良くなりそうで良くなり、悪くなりそうで悪くならないという状況が続くそうである。
		都市型ホテル（総務担当）	・大阪北部地震の影響が、今後どの程度続くかがポイントである。大きな余震がないので、売上は回復すると予想されるが、宿泊については訪日外国人の動向次第である。
		旅行代理店（支店長）	・夏休みの旅行の間際申込みに対する好材料もなく、現状と大きくは変わらない。ただし、東京オリンピックの際の大型連休や、元号変更に伴う連休についての期待感大きく、客との会話にもよく出てくる。そのムードを早く取り込むようにしたい。
		タクシー運転手	・一般客の利用や、会社関係のハイヤー予約は順調に推移している。
		タクシー運転手	・上半期も間もなく終わる。7月からの景気に期待したいが、現状は今以上に良くなる材料がない。
		タクシー運転手	・景気の良い部分とそうでない部分の差が出てきている。外に出ることが増える時期となり、大阪北部地震の影響もあるのか、タクシーの需要が増えている。

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
		テーマパーク（職員）	・マスコミからは非難されている現政権であるが、着実に税収を伸ばしている。アベノミクスはまだ目標の半分も達成できていないが、経済面ではきちんと結果が出ている。税収が伸びている状況で、消費税の引上げが必要だという合理的な理由が思い浮かばない。
		観光名所（企画担当）	・大阪北部地震の影響が心配されるが、全体の状況に大きな変化はない。
		遊園地（経営者）	・前月と同様に、利用者数は順調に推移しているものの、客単価が伸びない。消費に慎重な様子が見られるほか、大阪北部地震の影響による減速感もある。景気動向は一進一退という印象である。
		競艇場（職員）	・全国発売のSGやG1競走の売上もほぼ横ばいであり、大きな展開は今のところ期待できない。
		その他レジャー施設 [ イベントホール ] （職員）	・経済状況の改善で上向いているが、直近の大阪北部地震の影響で、将来の景気はしばらく横ばい状態となる。
		その他レジャー施設 [ 球場 ]（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、今年はオールスターゲームのほか、人気球団による試合も予定されている。その他にも多くのコンサートが開催されるので、多数の来場者を予想している。
		その他サービス[学習塾] （スタッフ）	・生徒が増えた状態を維持できているが、今後の中学生の動向が気になる。
		その他サービス[ビデオ・CDレンタル] （エリア担当）	・レンタル売上が厳しいため、相性の良い、カフェやコンビニといった業態と連携した出店を増やすことで、書籍などのアイテム全体の売上アップを目指す。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産流通の減少を、建て替えやリフォームで補っている。
		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）	・金融機関の不動産融資については、基準が厳しくなってきたが、経済全体に影響はない。
		その他住宅[情報誌] （編集者）	・雇用環境の改善が進み、住宅の購入マインドは引き続き一定以上のレベルで推移する。消費税の引上げを見込んだ、今期末に向けた販売強化や物件の投入も、市場の活性化要因となる。
		一般小売店[衣服] （経営者）	・大阪北部地震の発生以降は、客の購買意欲が極端に落ち込んでいる。夏場は回復の期待が薄いので、夏物商材は逃げに徹する計画である。
		百貨店（企画担当）	・今後も大阪北部地震と同規模の地震が起きないとは断言できないため、大阪を訪れる予定であった外国人客が、別のルートを選択する可能性が考えられる。外国人売上の増加傾向が減少に転じることはないと感じているものの、しばらくは増加率の鈍化が続くと予想している。
		百貨店（宣伝担当）	・今月の大阪北部地震の影響で、訪日外国人による周辺ホテルのキャンセルが相次いでいるほか、以前から航空券の料金が高騰している。セール時期は店頭売上のインパウンド比率が高くなる傾向にあるため、7～8月頃までは多少の影響がある。
		百貨店（営業企画）	・衣料品の販売不振のほか、世界的な貿易摩擦による経済の低迷がマインドの低下を招く。
		スーパー（経営者）	・消費者の給与水準の回復が一部に限られ、その他は更に落ち込んでいる。
		スーパー（店長）	・当地域では、高齢化と過疎化が続くことが予想される。
		スーパー（社員）	・野菜を中心とする生鮮食品の価格低下が、客の購買意欲を高めている反面、他のスーパーやディスカウントストアとの価格競争が更に激化し、前年に比べて業績が少し悪化しそうな状況が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	・今年になってから上向いてきていた世界経済も、米国大統領による関税の引上げなどで貿易戦争につながり、世界経済もその影響で足踏みを始めている。この問題が解決するまでは景気が低迷し、消費も伸びない。
		住関連専門店（店長）	・業者からの注文が減ってきている。かといって一般消費者による購入が増えているわけでもない。消費者の生活の中で、買物の優先順位が下がってきている傾向を感じる。
		その他専門店[宝石] （経営者）	・米国の保護貿易政策が今後も続く。景気の不安定な状況は3か月後も続く予想され、結果として、株価の変動に購買意欲が大きく左右される。

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
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税の引上げが計画どおりに行われるとすれば、間もなくあと1年である。マスコミでの報道が増えるほか、原油高もあって、生活防衛の動きが目立ってくる。
		高級レストラン（企画）	・婚礼、宴会の受注状況が芳しくないほか、宿泊の受注状況も、旅行代理店経由の予約を中心に、7月以降は減少している。
		一般レストラン（経営者）	・残暑が厳しくなる恐れがあり、商店街の人通りが少なくなりそうである。また、近隣に新しいスーパーができるので人の流れが変わり、商店街への人通りがまばらになるため、来客数は減少する。
		一般レストラン（経理担当）	・大阪北部地震の影響が出る。
		一般レストラン（店員）	・これまでの単価の動きをみても、上がる感覚がない。単価の高い物よりも、割安なセットの方がよく売れている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今年は猛暑が予想されるので、来客数が減少する。
		観光型ホテル（経営者）	・大阪北部地震による予約への影響次第であるが、直近の先行予約は低調である。夏休みの予約に影響があるかどうかは、現時点ではまだよく分からない。
		観光型旅館（管理担当）	・米国や中国、北朝鮮と日本の関係について、明るい材料に乏しく、先行きが不透明である。また、消費者の間では景気回復の実感に乏しいため、依然として財布のひもは固い状態が続く。
		競輪場（職員）	・7月には食品の値上げがあるほか、ガソリンの値動きも気になるが、電気料金は値下げとなる。例年の動きをみると、お盆に少し上向くが、その後は低下傾向となる。
		美容室（店員）	・3か月後になると、少し髪を伸ばし始める客が増える。
		住宅販売会社（経営者）	・価格が高値で安定しているのは、大半がホテルや宿泊施設である。京都では民泊条例が厳しいため、民泊は伸びないと予想されるが、宿泊施設の供給が過剰気味であるため、民泊バブルの崩壊による地価の下落もあり得る。
		住宅販売会社（従業員）	・株価が下落基調になると、これまでマンション市況をけん引していた富裕層のマインドが冷え込むことも予想される。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税の引上げに向けた動きが悪影響を及ぼす。
	×	衣料品専門店（経営者）	・現在の状態から考えると、7月のセールでは少しは売れるものの、秋物の立ち上がりは遅くなる。また、特価品や単価の低い商品に偏った販売に移っていく。
	×	乗用車販売店（経営者）	・全く客足が伸びない。こんなときは商品を製作するしかないが、支出ばかりが増える。当面はこのサイクルとなりそうである。
企業 動向 関連  (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の受注が入る見込みである。既存の事業も充実させ、増収増益を目指す。
		食料品製造業（営業担当）	・梅雨明けが早くなるとの予報であり、猛暑が続けば飲料水の売上は伸びる。
		化学工業（経営者）	・期待できそうな新製品の販売も幾つか決まりつつあり、今後に期待できる。
		建設業（経営者）	・現状が受注の底であるため、今後は少しずつ上向くと予想される。
		通信業（管理担当）	・ボーナス商戦の競争の激化によって、景気は上向く。
		金融業（営業担当）	・業種によって状況はかなり異なるが、徐々に良くなってきている。
		広告代理店（企画担当）	・大阪北部地震の影響がなくなり、梅雨が明ければ、購買意欲も高まってくるため、7月は勢いが戻ると予想している。
		コピーサービス業（店長）	・問合せ件数が微増となっており、若干ではあるが、上向きで推移すると予想される。
		食料品製造業（従業員）	・夏に向けて学校が休みになり、祭りなども増える。当社の商品の引き合いは業務用が中心となっているが、実態としては、販売価格の安い商品が多数を占めている。利益率が下がることは間違いなく、こういった安い商品の引き合いが強いということは、景気も今一つということである。
		食料品製造業（経理担当）	・今春の値上げの動きは良くなかった。その一方で食品類は徐々に値上がりしており、節約志向は強まるばかりである。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大阪北部地震による被害が想像以上であったようで、先行きは全く読めない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（管理担当）	・取引先からは、需要見込みに大きな変化はないとの情報を得ている。
		化学工業（企画担当）	・消費の低迷で販売量が減っているほか、夏季の需要低迷期に入る。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・従来製品の再見積りのほか、相見積りなどでの問合せも多い。納期や品質面での要望には対応できても、価格面での対応は難しい案件も多いため、結果的に現状維持となる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・材料価格の値上げに頭を痛めている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・いろいろな商談が進んでいるが、特別な案件はない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・ガソリンなどの値上げで出費が少々増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・米朝首脳会談が行われるまでは、ビジネスどころではなく、日本が戦争に巻き込まれることを本当に心配していた。ようやくその恐れは小さくなったと感じているが、まだ今後の交渉次第では、どうなるか分からない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今入っているのは定期修理の仕事であり、その先の予定がない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・家電製品の販売に影響があるような、景気の変動要因は見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが少なく、受注量の確保が期待できない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大企業を中心に景気は持ち直しているが、個人消費の低迷が依然として続いている。我々のような靴メーカーの受注は伸びず、苦戦している。
		建設業（経営者）	・建設資材の価格高騰や、技能労務者の人手不足もあり、先行きは不透明である。一方、建設業の東京一極集中が進んでいるが、地方では厳しい受注競争が続いている。
		建設業（経営者）	・人材不足による人件費の高騰が、利益を圧迫しつつある。
		輸送業（商品管理担当）	・7～8月は売上が伸びない時期であるが、今年も同じ状況になりそうである。
		輸送業（営業担当）	・画期的な企画がなければ、売上の増える見込みがない。
		金融業（副支店長）	・今後、受注が増えるような話は聞かれない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・ここへきて北朝鮮問題や与党の総裁選など、政治が大きく動く局面を迎えている。それが景気にどのような影響を及ぼすのか、今のところは不透明である。
		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、神戸の事務所や住宅の賃料は、横ばいが精一杯である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・4～6月は折込件数が減少しており、回復の兆しがない。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは今の好調な状況が続くそうである。
		司法書士	・大阪北部地震の被害による影響を考えると、現状維持ができればよい。
		経営コンサルタント	・小売業の客の売上は若干回復しそうであるが、季節的に売上が停滞する時期となるため、全体的に良くはならない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・状況が変化することはない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・北朝鮮問題での日本の費用負担や、米国と欧州、中国との貿易摩擦が日本へ飛び火する可能性もあり、先行きの不透明感是否めない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・機械業界では少し値上げの動きが進んできている。全体的に値上げが進めば、景気がどうなるか不安である。
		その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・多少は物が動くと思われるが、大きな案件もないため、それほどは良くならない。
		繊維工業（総務担当）	・得意先は集客力を活かし、催事の進め方を見直してほしい。このままでは景品を渡すだけのイベントで終わってしまう。
		繊維工業（総務担当）	・高付加価値商品の売上が伸びない状況が続いている。
		金属製品製造業（経営者）	・米国の輸入関税問題により、特殊鋼のほか、裾野の広い自動車関連部品や、その材料に影響が出る。
		金属製品製造業（営業担当）	・コストアップ分が価格に転嫁できず、苦勞することが予想される。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・秋口までは、売上、受注共に減少傾向が続く。

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
		広告代理店（営業担当）	・今年売上は前年を下回る動きが続いている。
	x	輸送業（営業担当）	・ドライバー不足の解消が、業界全体の課題となっているが、うまくいっているという話が全く聞かなくなっている。
	x	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・世界情勢が不安定なほか、日本の経済政策も不十分である。
雇用関連		人材派遣会社（支店長）	・第1四半期が好調であるため、今後はまだまだ需要が増えそうである。
(近畿)		人材派遣会社（営業担当）	・夏季の臨時雇用といった限定業務の需要が増えそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・改正労働者派遣法の影響で、求人や求職者の動きが増える。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、梅雨明けと同時に公共工事が動き出し、増加傾向となる。今後は、大阪北部地震に伴う復旧工事の動向に注目していく。
		学校〔大学〕（就職担当）	・周辺企業によるボーナスの支給状況は、少しであるが増額の動きが増えているようであり、消費に回することを期待している。
		人材派遣会社（経営者）	・全ての業種からオーダーをもらっているが、どの業種も上向き傾向にあると感じる。秋の与党の総裁選で現首相が再選すれば、この景気は長く続く。ただし、人材派遣ではいわゆる3年問題の影響がはっきりと出てくる。派遣会社のとう汰を含め、様々な動きが予想されるため、うまく対応する必要がある。
		人材派遣会社（役員）	・3か月後には、2015年9月末の改正労働者派遣法の施行から3年が経過することとなり、派遣スタッフの流動化が一部で進むと考えられる。ただし、引き続き求人案件は堅調に動いており、景気の変動に大きな影響を与えるものではない。また、大阪北部地震の影響についても、大きくはならないと考えている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・Web広告の求人数や新卒採用の状況を見ると、人手不足の傾向が強く、景気は決して悪くないと感じる。ただし、新聞広告における求人数は、読者の減少に伴う構造的な縮小傾向が続いているため、2年後に東京オリンピックのような歴史的イベントを控えていても、求人数が大幅に増え、景気が良くなると言い切れるような変化がみられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後、関西では特に高校野球に期待したいが、低調である。
		職業安定所（職員）	・事業者への訪問によるヒアリングでは、価格競争が激しく、企業業績に影響が出始めている。また、食品や運輸業界では慢性的な人手不足が続いている。ハローワークに出される求人の賃金は上昇していないため、景気の回復感は感じられない。
		職業安定所（職員）	・大阪北部地震の発生以降、新規求人の伸びが止まっており、求人を見合わせている事業所もある。地震の発生当初は、従業員が出勤できない、機械の破損でラインがストップした、ガスが止まったので営業を停止したといった声を聞いた。10日近くが経過し、ほとんどの事業所は通常の操業に戻っているが、一部休業を続けている事業所もあり、状況を注視している。一方、地震による労働者の解雇などの相談は現時点では聞かれない。今後は建築物などの修繕がかなり必要となることから、建設関係を中心とした人手不足の深刻化も懸念される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ここ数年では一番良い状態であり、それが更に良くなったり、又は悪くなったりする要素は見当たらない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・例年、夏から秋にかけては、求人数や求職者数に余り変化がみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今までの採用の未充足分で求人が増えているだけで、景気が劇的に良くなったわけではない。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・新規の仕事が入る予定もなく、通常の仕事もない可能性があるため、やや悪くなる。
	x	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：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
分野	景気の先行き判断	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)		商店街（代表者）	・特に大きな社会的変化も政治的变化もみられないのであまり変わらない気がするが、世の中の空気感は少し明るい兆しがみられる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・お茶関係の行事が多く、引き続き売上は好調に推移する。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・売上はほぼ横ばいで推移する。
		スーパー（店長）	・梅雨明け以降はレジャー需要が高まり、飲料販売が好調になる。
		スーパー（店長）	・猛暑予想や地震などの災害需要が高まっているので、非常時にも使えるペットボトル飲料やアイスの需要が高まり、景気は回復する。
		コンビニ（エリア担当）	・サッカーワールドカップや地元プロ野球チームの好調など、外的要因で来客数が増加する。
		家電量販店（販売担当）	・エアコン需要が高まる。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売量が確保できる車種が発売されるので、売上は良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入を控えており、販売量が増加する。
		一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスが増えており夏休み時期も重なるため、客の外出機会が増えることから、来客数は増加する。
		一般レストラン（店長）	・近隣の開発やホテルのオープンを控えているため、今後も集客が見込まれる。特に当県ではインバウンド需要が高まっており、来店頻度も増加傾向にあり、この状況は東京オリンピック時期まで続く。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・夏を迎え、客の外出頻度が高まる。
		観光型ホテル（営業担当）	・観光シーズンになり、周辺イベントなどで来客数は増加する。
		旅行代理店（経営者）	・景気に左右されない良い客が増えてきており、今後の需要は景気動向に関係なく推移する。
		旅行代理店（営業担当）	・サッカーワールドカップ以降、次年度もスポーツイベントが目白押しであるため、それに影響を受けながら販売量も伸びる。
		タクシー運転手	・7月はボーナス時期でありピヤガーデンも始まるため、夜の客足が伸びて忙しくなる。
		タクシー運転手	・ボーナス時期で夏休みにもなるので景気は良くなる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		通信会社（総務担当）	・秋から開始の光サービスを目前にキャンペーンを予定しており、多くの新規契約が獲得できる。
		テーマパーク（業務担当）	・夏から秋にかけては、夏休みイベントや秋の花の開花も始まるので、来客数の増加が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・今後しばらくは客が消費税の引上げを意識して動く状況が継続する。
		住宅販売会社（営業担当）	・今年度は例年に比べ大型物件の引き合い案件が多く、数か月後には受注する可能性が高い。
		商店街（理事）	・サッカーワールドカップが消費に影響することはない。
		商店街（代表者）	・景気が良くなる要素はなく、客の財布のひもは固く、必要以上に購入しない姿勢は続く。
		商店街（代表者）	・売上確保が厳しく、2～3か月先も景気に変化はない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・名刺注文が少なく、営業活動の動きはない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・天候不順が続くので人の動きは鈍くなるが、バーゲンセールが始まれば変化する。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・客の節約志向と低価格志向は続く。	
	百貨店（経理担当）	・お中元やクリアランスセールが始まるが、店舗改装が終了して販売体制が整うまでは現状が続く。	
	百貨店（営業担当）	・客の慎重な購買姿勢は変わらず、天候にも左右されるが、販売量の動きや客の様子から特に消費動向が上向く様子はない。	

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（営業担当）	・婦人服は固定客が多く、徐々に高齢化して減少していき、新規客が獲得できなければ売上は低下する。
		百貨店（購買担当）	・アパレル関係の展示会では強化できるアイテムがなく、秋冬物衣料では厳しさが出てくる。食品は順調に推移しているため、物価が低下すれば客足は伸びる。
		百貨店（売場担当）	・従来の百貨店の優位性が最近なくなりつつあるため、お中元のスタートは厳しくなる。
		百貨店（外商担当）	・お中元の売上は前年を割っており、現状が継続する。
		スーパー（店長）	・高齢化が徐々に進み、来客数の増加は見込めない。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
		スーパー（店長）	・客の必要最低限の買物しかしない傾向は続き、景気は上向かない。
		スーパー（総務担当）	・季節商材の値上がりがあるので、客の購買意欲が低下する。
		スーパー（業務開発担当）	・期待できるはずの暑い夏にも客の節約志向は崩れそうにない。
		スーパー（管理担当）	・景気の回復は望めず、上向く可能性も薄い。
		スーパー（財務担当）	・節約による消費者の買い回りにより、購入点数と既存店の来客数の前年割れが続く。
		スーパー（営業システム担当）	・包材の値上げがあり、青果や鮮魚、総菜など値入率が下がる。
		スーパー（販売担当）	・7月は大きなイベントの予定がなく、バーゲンセール開始日も6月に前倒しとなっているので売上は伸びない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・出店予定から考えて、外的な競合環境は変わらないので売上の上昇は厳しい。
		コンビニ（支店長）	・景気に変化はない。
		衣料品専門店（店長）	・冠婚葬祭やビジネス関連の動きが前年より悪い状況が続く。
		家電量販店（店長）	・今年12月に4K放送が始まるが、どこまで市場が動くか不透明である。
		家電量販店（店長）	・サッカーワールドカップで一時的な需要は発生しているが、今後の需要を喚起できるものはない。
		家電量販店（店長）	・客単価は上昇しても、来客数は減少する。
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要素はない。
		乗用車販売店（店長）	・新車販売、サービス共に来客数が安定している状況は続く。
		乗用車販売店（統括）	・今期は新型車の発表がなく、販売量は前年と変わらない状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナスが予想より低かった客が多く、景気が上向き様子はない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車が発売されるが、現状を踏まえると売上は想定以上にはならない。整備在庫はリコール在庫対応でフル稼働しているため、通常業務に少なからず影響する。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・日本遺産登録が見送られて観光客数の増加はないが、観光バスや個人客の来店に変化はない。花畑の開花期間を延ばす等、施策を打って継続的な来店につなげて現状を維持する。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が良くなる要素、悪くなる要素共に見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・夏の休暇などでレジャー消費が増えるため、物販はやや落ち込む。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・景気は良くもなく悪くもない状況が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新店オープンや夏に向けたイベントの準備をしており、ボーナス時期にもなるので客の購買意欲が高まる。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と同じくらいであり、景気が良くなる要素はない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・年度末と年度初めを境に夜の切上げ時間が早く、午後10時以降は前年の90%台の売上で推移しており、平日の売上低下を吸収できない。曜日ごとの利用客層がはっきりしており、平日のファミリー客が減少している。1組当たりの人数も3人を割る日が増えており、すぐには回復しない。
		スナック（経営者）	・この業界の景気はまだ回復しそうにない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・納涼会などの催しで予約は増えるが、まだ多くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（企画担当）	・景気動向に不安になる材料も好材料もない。
		都市型ホテル（総支配人）	・不昧公200年祭による観光客の増加が見込まれるが、先行予約状況は前年並みで推移している。
		タクシー運転手	・ドライバー不足の状況が続く。
		通信会社（社員）	・販売量に大きな変動はない。
		通信会社（営業担当）	・ボーナスの増額は限定的で、中小企業までの波及効果はなく、消費税の引上げ前の駆け込み需要はまだ始まらない。
		通信会社（企画担当）	・3か月後の秋口のタイミングでは、サービス構成や価格設定に変化はないので需要が高まることはない。
		テーマパーク（営業担当）	・国内団体客と外国人旅行者は好調であるが、今年の夏も猛暑予想が出ており、個人客の動きは低調に推移する。
		テーマパーク（管理担当）	・地域格差で地方消費は伸びない。
		美容室（経営者）	・今後数か月は、景気に大きな動きはない。
		美容室（経営者）	・現状はボーナス時期で景気は良いが、客はまた節約志向に戻る。
		設計事務所（経営者）	・住宅を取得する環境に変化がない。
		設計事務所（経営者）	・しばらくは現状のままで推移する。
		設計事務所（経営者）	・住宅宿泊事業法が施行され、既存住宅の積極的利用や流通促進に向けた国の様々な取組も始まっているが、この施策で設計事務所の受注量が増えることはない。
		商店街（代表者）	・オーバーストア、デフレ、少子化、インターネット販売と競合しており、バーゲンセールになっても売れない。客はより安いものをタイムリーに高品質なものしか購入しない。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価が上昇する。
		百貨店（販売促進担当）	・7～8月の一方の柱となるお中元では、6月実施の先行購買への反動が予想されるとともに、他方の柱となるセールでも、6月への前倒し開催や適品不足による秋物への早期入替え等もあり、厳しい商況となる。また、それに加えて美術品や宝飾品の高額品もマイナス基調が改善せず、商況は悪化する。
		百貨店（売場担当）	・近隣にアウトレットモールがオープンし、フードコートの需要が増えて客は食品売場での買物を控えるため、来客数が減少するとともに、取引先では在庫や人件費の圧縮も進む。
		スーパー（販売担当）	・客は高額品を買い控えており、企業や団体からのまとまった購入も減少している。この流れは全国的なものであるため、この先にも急速な回復はなく、景気は回復しない。
		衣料品専門店（経営者）	・ドラッグストアが増え、日用品を購入するにも低価格の店に客は流れる。
		自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる要素がなく、これからなだらかに景気は後退していく。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方には人材が少ないので行政が中心となって活性化を図るべきであるが、ハングリー精神が乏しいので取り残されてしまう。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げがあるので、客の消費行動が低下する。
		都市型ホテル（企画担当）	・婚礼など個人イベントは新規開業などの影響で受注確保に苦労しており、秋口の宴会の先行受注は厳しい状況である。地震発生など危機感をおもえる出来事で個人消費も消極的な状況が続く。
		ゴルフ場（営業担当）	・6月は5月ほど悪くないものの、単価改定の影響を引きずっているため、7月以降もほぼ例年並みで推移する。
		競艇場（企画営業担当）	・売上が見込めるレースがない。
		美容室（経営者）	・客は低価格の店に流れ、小規模店舗は太刀打ちできない。
	×	商店街（代表者）	・客の慎重な購入姿勢に変化はないが、一部の客が必要品以外も買い始める。
	×	スーパー（店長）	・近隣への競合店の出店があるため、客が買い回りし始める。
	×	コンビニ（エリア担当）	・交通量の回復は見込めず、売上は前年割れが続くため、接客と商品の充実で売上を確保していくしかない。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・客が極力消費しない状況は続く。
	×	住関連専門店（営業担当）	・新築住宅は増えているが、家具の需要が低下しているので当社の来客数は伸びない。

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
企業 動向 関連  (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の生産が好調に推移し、忙しい状況が続く。
		繊維工業（監査担当）	・次期商戦の準備段階になるが、極端な価格競争は影を潜め、創意工夫による商売が受け入れられるようになっており、景気が上向いていく。
		木材木製品製造業（経理担当）	・足元の住宅着工戸数が回復傾向にあり、秋口から受注量と販売量が伸びてくる。来年度予定されている消費税の引上げが駆け込み受注の増加につながっていく。
		化学工業（経営者）	・海外の不安定要因が内包されているものの、取引先の輸出量と受注量は高水準を継続する。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先が工場増設を行うので部品の受注が増える。
		建設業（総務担当）	・今後も受注量は好調に推移する。
		通信業（営業企画担当）	・観光客の増加で県内では多くのホテル建設が進んでおり、県内消費も増加する。
		通信業（営業担当）	・IT補助金制度の活用など中小企業のニーズが高まることで設備更改などにつながる。
		金融業（貸付担当）	・自動車や石油製品などの輸出額、輸入額共に前年比プラスとなる。
		広告代理店（営業担当）	・7～8月で受注依頼があるほか、客も好調であるとの情報があるため、繁忙となり上向きに推移する。
		農林水産業（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。
		食料品製造業（総務担当）	・百貨店やスーパーへの商品は単品で売ると返品が増え、売り方と見せ方を変えないと、売上が伸びても在庫が発生するので検討の余地がある。
		化学工業（総務担当）	・現在、出荷が好調で工場の稼働率が高いが、右肩上がりで量が増えているわけではないので、景気が良くなるわけではない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件こそないが、各所向け注文で生産は多忙な状態が続く、人員調達が難しい状況も継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注量の動きから、これまでの上昇基調から踊り場局面を迎える。
		鉄鋼業（総務担当）	・人手不足や労働時間の問題は長期的課題なので、短期的には現状レベルの活動水準が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量の緩やかな減少と低い受注価格の継続で低位安定の状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量は前期並みを維持する。
		建設業（総務担当）	・予定物件と手持ち工事で手一杯の状況が続くため、鉄骨工事などは受注の可能性が出た段階で協議することで工期遅延などの状況が発生しない対策を続ける。
		輸送業（総務担当）	・取引量が増える企業も減る企業もあるが、全体では大きな変化はない。
		輸送業（経理担当）	・引き続き客からの発注はあるものの、今後の増加が見込めず、現状のまま推移する。
		金融業（融資企画担当）	・米国大統領が輸入車関税を25%に引き上げると表明していることから、貿易戦争が懸念されるが、スポーツ用多目的車を中心に系列完成車メーカーの販売好調は当面続き、系列の自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期ではないため、2～3か月先も変化はない。
		会計事務所（経営者）	・決算や株主総会が終了して事業活動が一段落した状況であるが、個人消費ではガソリン価格の上昇が懸念される。
		食料品製造業（経営者）	・原材料が高騰しているが、それを価格に反映できるかは不透明な市場動向である。大手量販店では商品価格の引下げを実施しており、慎重に対応する必要がある。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料向け製品の受注の下降傾向が一層強まる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・前年に比べ受注量が少ない状況が続く。
	その他製造業[スポーツ用品]（総務担当）	・大企業では従業員のベースアップができていないが、中小企業ではなかなか難しく、格差が拡大して国全体の消費需要喚起までには至らない。	
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量は増加しない。
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (中国)		求人情報誌製作会社（経営者）	・6月の求人充足時期を過ぎると、夏の短期募集などアルバイトやパート募集が増えてくる。飲食業、サービス業を中心に2か月後は今よりも求人数は増える。
		民間職業紹介機関（職員）	・採用ニーズがなくとも良い人材を採用したい企業は多く、人の確保ができればビジネスを拡大できるので、雇用の増加につながる。
		人材派遣会社（社員）	・景気に変化はなく、企業側にいかに人材をマッチングさせるかが引き続き重要となる。
		人材派遣会社（支社長）	・労働契約法と派遣法の改正に伴い雇用形態や契約期間に影響が及ぶ2018年問題で、派遣に関しては動きが慎重にならざるを得ない。そのため営業量の低下はやむを得ず、数字が伸びる積極的な要因がない。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・雇用安定措置の対応による業績不安はあるが、求人数は減少しない。
		人材派遣会社（支店長）	・企業などに大きな動きがなければ現状が続く。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒、中途共に売手市場は継続し、大手志向が強まる一方、企業規模だけでなく完全週休2日制、年間休日120日前後、過去3年間の離職率、月の平均残業時間などを加味した企業選びがますます進行する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・個人消費が堅調で企業の採用意欲も高い一方で、慢性的な人手不足と原材料費の高騰が企業の成長を阻害するリスクも抱えている。
		職業安定所（所長）	・来春の新規高卒求人の出足が前年以上に好調で、人手不足感が依然として高く、一般募集では求人者からハローワークへの紹介督促の依頼が増える。
		職業安定所（事業所担当）	・各求人者とも人材確保に苦戦を強いられているが、景気悪化につながる情報は聞かないので、景気が良い状況は続く。
		職業安定所（職業指導担当）	・有効求人倍率は1倍を超えており、人手不足感は続く。
		職業安定所（雇用関連担当）	・来春の高卒求人が前年より増加しているが、人手不足だけでなく高齢化が進むなか、将来に向けて若年者を育てることを見据え、これまで学卒求人を出していなかった事業所からの求人が増加してくる。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・景気が良くなる要因がない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒求職者数に大きな変化がない状況では、企業が人材を確保することは難しい。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・都市部は東京オリンピックの特需が見込めるが、地方都市は景気が悪くなる。
	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)		-	-
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品販売、洋服販売をする会社だが、多少良くなっていくのではないかと思う。
		乗用車販売業（営業担当）	・新型車発表を控えており、新規の客を含め、来場客が増加することが予想される。
		乗用車販売店（役員）	・既販車種の販売が安定していることと年内に新型車種の販売を予定している。
		住関連専門店（経営者）	・今現在、金利が非常に低いため、近辺にかなりの分譲住宅が建てられている。私たちの企業は住宅産業であるため、この先、その分の効果が現れるのではないかと期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先はお中元の時期を含むため、少し良くなるかと思う。
		旅行代理店（営業担当）	・夏の繁忙期に入り、家族での旅行者が増加すると思う。
		通信会社（技術）	・需要が伸びている状態が続くことが想定される。
		通信会社（営業部長）	・新商品発売で需要増が期待できる。
		設計事務所（所長）	・都市の中心部で、開発案件が多くなってきている。
	商店街（代表者）	・商店街内の空き店舗に飲食店などが開店し、行列ができるような店舗もできていることもあり、良い傾向が続いていくと思う。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（事務局長）	・日経平均株価も頭打ちで、富裕層の購買意欲に勢いがなくなっている。米中貿易戦争の行方が株価に大きな影響をもたらしており、今後の消費動向に対して不透明感を増している。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・改善されるような要因は見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・短期間で閉店する店も多いので、景気が良くなるかは分からない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気が不安定で、好転する要素がない。
		百貨店（販売促進担当）	・当面は大きな影響を与える要因もなく、現状の傾向が続くと考えられる。
		百貨店（営業統括担当）	・セール前倒しの反動で、7月以降の販売は苦戦すると予想している。夏休みや9月の大型連休と、イベントや催事での動員増加を期待する。
		スーパー（店長）	・特に何か変わっていくような要素が見当たらない。
		スーパー（企画担当）	・大手の夏のボーナスが好調と報道がされているが地方の企業へは影響は少なく、また同業他社や異業種の出店が計画されていることから客の店舗の買回りが更に極端になると推定できる。
		スーパー（財務担当）	・他業態を含む競争がますます激化する。
		コンビニ（店長）	・建設業の客が減少し始めており少し落ち着いてくると感じている。
		コンビニ（商品担当）	・猛暑予報以外に明確な景気上昇が見込める要因が見いだせない状況のため、良く見積もっても変わらないと予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業でもボーナスの時期となり、今年は梅雨といえども、天候にも比較的恵まれる予報もある。そのため、バーゲンセールもある程度の売上となることを期待している。
		衣料品専門店（営業責任者）	・セールの開始が年々早まり、単価の下落が進んでいるが、客の購買意欲はそれほど高くはなく、まだまだ厳しい状況が続くと予想する。
		家電量販店（店員）	・一部商品の販売量が増えても全体的な販売量は微増若しくは横ばい程度と予想する。
		家電量販店（副店長）	・猛暑が長く続くかどうかで夏物家電の売上が大きく左右されるものの、全般的には大きな変動はみられない。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリンや軽油などの燃料価格が上昇したことで、今後の中小企業の月次損益に対する影響も大きくなると予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・新車販売は前年並みだが、サービス在庫客は減少しており、しばらくこの状況が続く見通しである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・良くなる要素が見つからない。
		観光型旅館（経営者）	・7月が少し良くない。8月あたりがどうなるか不透明であるが、やはり景気の影響も多少あるように感じる。
		タクシー運転手	・地元のお祭りや夏休みなどがあることで、人の動きがあり、利用率も上昇すると考える。
		通信会社（支店長）	・特段の変動要素は見当たらない。
		競輪競馬（マネージャー）	・夏休みの期間を控え、人気レース開催による一時的な収益は見込めるが、全体的に現状並みに推移するものと予想される。利用者の顧客満足度を高め、来客数の増大を図る改善策を講じなければならない。
		美容室（経営者）	・しばらく暑い日が続くことが予想されることから。
		商店街（代表者）	・超高齢化社会に対応するための街づくりの抜本的再考を図らなければ地方自治体は立ちゆかなくなる時代が到来してきた。
		商店街（代表者）	・先日の大阪北部地震もあり商品の流通が多少停滞するのではないかと懸念され、少し悪化するよう思う。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるが、身の回りの状況が変わらない以上、今の客数前年割れ傾向は当面続くのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・米国の保護主義による貿易戦争が始まれば悪化する。
		タクシー運転手	・夜の繁華街における乗客数が伸びないことや、乗車距離も短く、売上はそれほど伸びない。今よりは少し悪くなると考える。
		美容室（経営者）	・6月を過ぎると客の動きが落ち着く。
	x	一般小売店〔乾物〕（店員）	・地元の盆踊りの混乱を心配している。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	コンビニ（店長）	・コンビニ業界は本来暖かくなってから売上や客数が共に増加するのだが、その状況になっていない現状においては、この夏場も売上増に対する期待は薄い。
企業 動向 関連  (四国)		食料品製造業（商品統括）	・働き方改革により、一層の人手不足が食品業界にも影響すると予想され、得意分野への選択と集中によって特化及び設備投資へ向かう以外、生き残れない。
		木材木製品製造業（資材購買）	・ハウスメーカー系を中心として契約率は前年対比で上がってきているので期待はしている。
		鉄鋼業（総務部長）	・受注は増加しているが人手不足により出荷量が伸び悩んでいる。外注量が増加し収益的には厳しくなると予想する。
		輸送業（支店長）	・産油国の増産に伴う原油価格の引下げで燃油費のコストが軽減される可能性がある。
		金融業（副支店長）	・サッカーワールドカップの波及効果などもあり、一部業種のけん引により若干なりとも改善が見込まれる。
		農林水産業（職員）	・現状を変えるような動きがあればいいが、国際的、国内的にも明るい材料がなく、消費者の財布のひもは緩みそうにない。
		食料品製造業（経営者）	・資材や物流費、原材料の値上げがあるが、製品価格に転嫁できない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・国内の市場で、まだ取引をしていない得意先がたくさんある。そういったところを中心に掘り起こしをしていきたい。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注量並びに将来受注予測において、現在に比した変動は見受けられない。また、収益についても大きな変化を想定していない。
		建設業（経営者）	・上半期の受注次第であるが、例年と同水準といったところである。ただし、業種、分野によって受注量減の影響は出てきているため、楽観はできない状況である。
		輸送業（営業）	・燃料油価格の高止まりが経営を圧迫するなか、取扱い物量の増大を期待するが、梅雨明け後の天候次第である。晴天に恵まれるようであれば季節商材の消費動向も活発化し取扱い物量も増加するとみている。
		通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。
		通信業（企画・売上管理）	・8～9月について、該当する大きなトピックスがない。
		広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う中途採用などの求人広告は増加しているが、販促広告などは余り変化がなく、全体としては余り変わらない予想である。
	公認会計士	・経営者と話をすると、インバウンドによる経済効果により改善されているようだが、県庁所在地の市内においては、景気がそれほど変動していない。人手不足による機会損失が生じていると聞くことから、景気は今しばらくの間は変化がないと思っている。	
	化学工業（所長）	・原油価格が高止まりした影響でコスト高になってきているが製品への転嫁が進んでいない。消費者は安い製品に流れている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・社会一般的な景気の低迷が、我々が取り扱う再生可能エネルギーに影響してくる。案件を個別にみれば、営業努力や技術努力でしのいでいるが、物価に左右される仕事であり、見通しは良くない。	
	建設業（経営者）	・恐らく民間も公共事業も、受注は増えないと思う。	
	x	-	-
雇用 関連  (四国)		人材派遣会社（営業）	・アウトソーシングに関する業務で大規模なコールセンター要員などの案件が雇用を拡大していく傾向にあり、その分景気回復に効果が出てくると考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・12月に新棟を建てる会社があり、大量採用が見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・既に地方企業は底に近いので、それ以上には悪くなっていない。
		職業安定所（職員）	・悪化する要因は聞こえてこないものの、企業の賃金体系を向上させる話も聞こえない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率も依然高い水準を維持しており、人手不足の状況も続くと予想する。
		職業安定所（求人開発）	・5月の有効求人倍率は1.39倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動がないため、「変わらない」と判断した。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関(所長)	・県の求職者支援事業を受託しているが、中小企業においては、採用難とのことで問合せが増加している。やはり、新卒者の採用ができなかったのが要因と考えられる。今後とも通年採用するという企業が多い。
		求人情報誌(営業)	・人手不足はかなり深刻な状況だが、改善の傾向が見られず、引き続き人材難が続くことが予想される。
		求人情報誌制作会社(従業員)	・学生の夏休みや、企業のお盆休みなどの夏季休暇により求人数の一時的な落ち込みが予想される。
		学校[大学](就職担当)	・企業の採用意欲は旺盛で、求人数もますます増加しているが、肝心の新規学卒者は払底状況である。一方で、賃金上昇圧力は感じられず、消費力の向上にはつながらない。また、購買意欲の向上もさほど見受けられず、国内消費は停滞ないし悪化しているように感じる。
	x	人材派遣会社(営業担当)	・2018年問題で、無期雇用転換が進んでおり企業の負担が増えていく。

### 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)		観光名所(従業員)	・ゴールデンウィークの実績をみると過去最高数値を記録しているため、7~9月まで台風等で大きな災害が起きない限り期待できる。
		商店街(代表者)	・7月の大型客船の入港予定はめじろ押しで、商店街に訪日外国人客が流れてくることを期待している。
		百貨店(営業担当)	・入館客数や購入客数が上昇傾向にあるので、しばらくこの流れは続く。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・梅雨も明けて、盛夏に向けて客が増えていく。冷麺やソフトドリンク、アイスクリーム等に売上に期待している。
		家電量販店(店員)	・当地区に限ったことではあるが、前年の10月から冬に掛けて売上が悪かった。そのため、家電の数字に反動が出てきたが、前年がマイナスだったので、今年の夏の数字は良くなっていく。
		家電量販店(店員)	・単価の高い液晶テレビの金額が下がってきたため、売行きが良くなった。今年の夏は、酷暑と予想されているため、エアコンディショナーや冷蔵庫の動きも大きくなるので、やや良くなっていく。
		家電量販店(総務担当)	・白物家電の底堅い動きから、梅雨明け後の夏商戦・ボーナス商戦の盛り上がり期待している。
		家電量販店(従業員)	・暑くなり冷房器具の需要が増えるため良くなる。
		その他専門店[コーヒー豆](経営者)	・夏になるとコーヒーの需要が増加する。7~8月のお盆を迎えるに当たり、家庭用や進物のギフトが増加傾向になるため売上が上がっていく。
		ドラッグストア(部長)	・気温が上昇しており、この時期に売れる季節商材の動きが少しずつ活発になってきている。
		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)	・前年と比較して、夏休みは集客拡大を見込んでおり、景気動向はやや良くなる。併せて最大の苦戦要因だった映画動向も夏休み作品のラインナップから前年実績を上回る見込みとなっている。
		その他小売の動向を把握できる者[土産卸売](従業員)	・夏場を迎え、明治維新150年や大河ドラマ効果が発揮され、売上増加が見込まれる。
		高級レストラン(経営者)	・今のところ台風や大雨の影響が余りなく、来客数が徐々に増加している。夏休みになると人の動きも増えるため良くなっていく。
		旅行代理店(従業員)	・人員ベースでは韓国向け旅行の復活で増加を予測しており、夏場の予約は今から期待している。懸念材料として、燃油サーチャージの値上がり旅行機運に水を差している。
	通信会社(企画担当)	・今年度予算の相談と引き合いが増えており、およそ3か月後に実現をする状況である。	
	通信会社(企画担当)	・販売促進を更に強化するので、販売量の一層の増加が見込める。	
	美容室(経営者)	・梅雨時期は、売上低迷時期であるが、メーカーの新製品も増えるので、少しずつ景気回復していく。	

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
		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）	・業界大手の損益も好転しており、人材確保難のリスクはあるが、当面大きなマイナス要素はない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げまでは、現在の状況が継続する。特に今後は、建て売り分譲住宅の需要も増加していく。
		商店街（代表者）	・商店街全体をみると、景気が良くなっているのは飲食店である。小売業は苦戦しているが、新店舗に客が入りにぎわっている。これらの店が今後も景気が良ければ商店街全体も良くなる。
		商店街（代表者）	・収入が増えていないことや、年金から差し引かれているものが多いことにより可処分所得が少ないため、先行き不安に感じている。経済的に余裕がある客以外は、厳しい状態である。
		商店街（代表者）	・当商店街の来客者は、年金生活者が多い。夏場の気温が暑いいため、客は涼しいスーパーマーケットへの利用が多くなり、商店街への客足が遠のいている。
		商店街（代表者）	・梅雨に入り客が減少しており、8～9月に景気が戻って消費が戻ってくるプラス要因が全く見つからない。このまま現状が続いていく。
		商店街（代表者）	・まちづくり事業がまだ実行中であるため、他の小売店の営業活動に期待したい。しばらくはこの状態が続いていく。
		商店街（代表者）	・客の財布のひもが依然として固いため、現状と変わらずやや悪い状態が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・魚屋の話では、今は魚一尾そのものでは売れず、刺身や総菜状態で販売している。本来の仕事ではなく、厳しい状態が続いている。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・特別に売上増加につながる要因もなく、売上は前年と変わらない。ボーナス商戦も大型店に限られているため、個人店では、売上の期待はできない。
		百貨店（総務担当）	・売上が厳しい状況が続くと、テナントの営業継続も厳しい状態である。施設側が投資を行っても、その回収も期待できないと判断している。
		百貨店（売場担当）	・衣料品関係は3か月続いて良くない状況である。食品関係は前年並みに推移している。他店の状況も平均するとほぼ変わらない。観光は、世界遺産登録が決まれば観光客の増加が予想されるので、審査を注視していく。化粧品関係は訪日外国人の影響で、大きく伸びている。
		百貨店（業務担当）	・客の買物に対する姿勢はしばらく変わらない。必要最低限の物を購入する状況である。価格等が問題ではなく、心理的に消費を抑えている。
		百貨店（店舗事業計画部）	・こだわりの物、時間、空間趣向に対しての訴求方法が引き続き小売の課題である。
		百貨店（売場担当）	・天候や気温が上がれば、徐々に夏物も動き出すが、猛暑になると9月の売上が低調になる可能性がある。
		百貨店（マネージャー）	・売上好調な商品が高額品であるため、株価、為替の影響が強い。変動がなければ、このまま好調は維持していくが、変動等があると影響を受けるため、現状は不透明である。
		スーパー（店長）	・8月に向けて、お中元商戦、お盆の時期になるが、乾物、缶詰等の値上げした商品の動きが悪く伸びない状況が続いていく。
		スーパー（店長）	・土用丑の日セールを前倒して展開しており、順調に推移している。丑の日のウナギが少なく単価が上がっており、売上は前年並みである。来店客数はここ3か月変わらない状況である。競合各社は熊本地震後も厳しい状況になっている。
		スーパー（総務担当）	・ハレの日など催し企画的要素と絡めた販売促進には一部明るい状況である。来客数が前年割れで推移している間は売上の増加を期待できない。売上増加だけを求めて必要以上に価格競争で対抗すれば客単価の減少を招いたり、本来の主力な客の信頼も損ねてしまうことが懸念される。
		スーパー（経理担当）	・ウナギの高値による需要減少や、買物頻度の低下による客数減少等からみても財布のひもは一層固くなっている。
		スーパー（統括者）	・将来に期待がもてない中で一部商品だけ物価上昇している状況にあり、一般消費者は給与の範囲内で対応している。そのなかで小売店が売上、利益共増やすことは容易でなく、個人消費については横ばいで推移していくのが精一杯である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・前年末から低調な状況が続いており、それに加えここ1～2か月の気温の低さが飲料水等に影響を及ぼしている。気候が戻っても、このマイナスの現況を取り戻せないため悲観的な見方をしており、良くも悪くもならない。
		衣料品専門店（店長）	・7月から新たに地域振興券が発売されるが、先に発行された地域復興券は期待外れであったので今回も期待が持てない。
		衣料品専門店（店長）	・2～3か月先も変化はない。
		衣料品専門店（店員）	・予報どおり夏が長いと秋物が売れない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車投入計画がないので、現状の厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・売上が横ばいで、しばらく低調が続く。
		乗用車販売店（代表）	・変わらない。
		住関連専門店（経営者）	・春からの経費に掛かる値上げに続き、材料や仕入れ商品の値上げがあり、地方の景気はまだまだ良くならない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の仕入価格は不透明であり、今後の小売価格の傾向もはっきりとしない。来店される客の近況では、6月中旬から7月下旬にかけてボーナスの支給もあり、7～8月にはカーケア商品の販売に期待したい。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・天候による部分は改善できるが、ガソリン価格の高騰等の影響は今後も続く。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況も前年並みであり、特に良くはならない。
		スナック（経営者）	・6月に入り客数が若干戻っている。今月に入って複数来店した業種の客がいるが、一部の業界に限って景気が良くなっているのかはまだ判断できない。7月のボーナス支給後の動きを観察したい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・7月も披露宴受注が悪い状況である。
		タクシー運転手	・大型クルーズ船の来港が2割程度減少するなど、不安材料が多少あるにもかかわらず、これまで当地でのタクシー需要は堅調に推移しており、この状況は変わらない。
		タクシー運転手	・これから昼が暑くなっていくため、昼のタクシー利用が増加していく。夜の利用は、相変わらず徐々に増加している。
		通信会社（営業担当）	・県全体に絡んだ案件が動き出すのももう少し時間が必要である。
		通信会社（営業）	・稼動日が少なく商品が動かない時期ではあるが、それに対する販売店への施策、客に対する宣伝活動等を予定しているため、景気、売上が大きく上下することはない。
		ゴルフ場（従業員）	・基本となる地元客は前年並みで推移しているため、県外客動向で変化はあるものの、横ばいで推移している。
		理容室（経営者）	・暑くはなってきたが、この2～3か月変化がなかったため、今後も変わらない。
		美容室（経営者）	・9月まで行事がないので悪い状況が続く。
		美容室（店長）	・年々客が高齢化して、施設に入ったり、体調が悪く来店できない客が増えているのが現状である。客単価も減少している。
		設計事務所（所長）	・世界情勢の不透明さや貿易戦争の危惧があり、自然災害も多発し、少子高齢化等で問題山積みのなか、3か月先は先行き不透明である。
		設計事務所（所長）	・業種的に2～3か月先に結果が出るため、今月の状況が変わらないので、3か月先も変わらない。
		設計事務所（代表）	・金利が変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・ボーナス時期が近づいているが、消費者の購買意欲を促す材料がない。ボーナス商戦も出足が鈍っている。3か月後の景気は良くなっている状況ではない。
		商店街（代表者）	・商店街の通行量も減少傾向にあり、同業他社の売上も前年対比が3割減少しており、景気回復につながるような好材料はない状況である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・本格的に暑くなると、当地特産品のピーマン、トマト、きゅうりの栽培が高冷地に移っていくので、原価が割れ需要が減っていく。マンゴー、ハウスみかん関係も厳しく、このまま厳しい状況が続いていく。

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	
		百貨店（営業担当）	・友の会及び自社クレジット募集共に好調で、紳士衣料品、婦人衣料品、雑貨及びリビング用品の自家需要商品は依然堅調である。一部商品群に商品単価減少傾向だが、お中元ギフト商品は好調で、早期受注中の商品の品切れの心配があり油断できない。	
		百貨店（営業担当）	・国内景気が停滞しているが、そこに向けての有効な手だてが打てていない。株が上がらず、下がってきている状況である。グローバルの中で日本経済は、取り残されている。個人消費が影を落としており、極めて先行き不安な状況である。	
		スーパー（店長）	・原油相場が不安である。	
		スーパー（店長）	・消費者の節約志向は相変わらず根強く売上に繋がらない。その状況の中で、競合店も含め価格競争が一段と厳しくなっていく。	
		コンビニ（経営者）	・消費税の引上げも含めてガソリンの高騰や公共料金の値上げ等が家計を直撃している。厳しい状況は今後も続く。	
		コンビニ（店長）	・日本の国内総生産の動きや米国による貿易摩擦等、先行き不安な動きが出ている。	
		衣料品専門店（総務担当）	・客の高齢化による客数減少に対し、これを補う若年層の客獲得が非常に難しくなっている。それに加えて県庁移転による訪日外国人客の減少により、更に状況は悪化していく。	
		都市型ホテル（販売担当）	・宴会が減少する夏の閑散期に入る。8～9月は特に売上が低くなる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊施設が増加するにつれて競争も激しくなっている。	
		都市型ホテル（副支配人）	・夏休みの予約状況は例年より遅れており、8月の空室が目立っている。	
		旅行代理店（企画）	・具体的な施策を打たなければ厳しい状況が続く。	
		通信会社（業務担当）	・7月からの販売手数料の減額が確定しているため、今後は事業転換も視野に入れて経営をしていかななくてはならない。	
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので、生徒の数は減少をする。	
		×	商店街（代表者）	・現状では宣伝できる商材がない。来客数も季節的に減少傾向であるため、景気が良くなる見込みがない。
		×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・この先2～3か月はかなり厳しい状況になる。5月までは、震災で被災したために広い店舗で営業していたが、今後は改装に入り、営業しづらい状況になる。需要も減り秋までは厳しい状態が続く。
	×	高級レストラン（経営者）	・7～8月の予約状況を見る限り、忙しい週もあるが、全体的にゆっくり動いている。8月はお盆もあり、企業は休みに入るため、今年は例年以上に厳しい状況である。	
企業 動向 関連  (九州)		輸送業（従業員）	・健康食品の受注が6か月先まで詰まっている。増産依頼も多く納品価格も上昇している。当面この傾向が続き景気は上昇していく。	
		農林水産業（経営者）	・7月に入ると梅雨明けも間近になり、夏の食材、加工品の売行きに期待がもてる。スーパーマーケット向けも夏場は、加工品中心に売行きが良くなる。精肉では一部の国からの輸入が減少し国内在庫も大きな量にはなっておらず、価格は厳しいながらも落ち着いている。国内生産の荷余りが解消され適正価格に戻ることに期待する。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注量の予定推移よりやや良くなる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・今月の状態をみると、来月は例年のペースに戻ってくるのがユーザーからの答えとして出ており、それに期待している。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・以前に比べると一服感があり、今までの好況感が維持できる可能性が望めるか先行き不透明である。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の動向によれば8月以降受注量も回復傾向にある。	
		電気機械器具製造業（取締役）	・取引先の受注の要請に応えるため工場増設をしている。スペースと人員がいれば仕事量は確保できる状態である。	
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車販売でのピーク生産が2～3か月後に計画されていて、当初予算計画に対して増産になる。	
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・売上は少しずつ上昇しているが、中国輸入規制案件をクリアしなければ先が見込めない状態である。	
		建設業（社員）	・第2四半期、第3四半期が、年間通して一番多く発注される時期になるため、多くの受注ができるよう努力をする。	
		通信業（職員）	・営業案件の情報量から、受注が若干増えると期待できる。	

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
		農林水産業（従業者）	・現在の状況は、中間流通会社の赤字取引によるものなので、消費者の手に届くまでの行程としては、決して健全とは言えない。今後、反動が起こる恐れがある。
		繊維工業（営業担当）	・現在、新規物件の提案が少ないため、3か月先は期待できない。今後の新規受注に期待したい。
		化学工業（総務担当）	・上期は需要期でないためである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場を迎え現在の受注は、商店に活気がなく、この状態が続いていく。
		鉄鋼業（経営者）	・荷動きは悪くないが新規の受注量が回復しない。建築物件を中心に地場、中堅ゼネコンは多くを抱えているが、なかなか買い付けに動かず、物件の着工がずれ込んでいる。
		金属製品製造業（事業統括）	・本年度は目玉案件がない状況からのスタートであったが、現在に至っても好材料が見えず先行き不透明である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・取引先からの発注が前月同様で、前期に比べて受注が落ちている。大阪北部地震による影響はないが、まだ受注増産には見通しが見つからない状況にある。
		建設業（従業員）	・業界ランクにより発注量が変わるので、当社の今後の工事発注量は、現状と変わらず景気も変わらない。
		輸送業（従業員）	・物流業では、人手不足の影響で各メーカーが九州に拠点を設けようと考えているが、倉庫スペースが少なく、作業員も不足のため新規案件にはなかなかつながらない。また、拠点増加をしても、景気の上昇ではなくサービス低下を防止するため、景気回復とは言えない。
		通信業（経理担当）	・現在のところ、IT関連の需要につながるような社会制度の変更等がなく、受注残を計上している状況である。
		金融業（従業員）	・自動車関連企業の生産は高水準を維持している。また、製造業を中心に企業の設備投資が増加している。企業の求人意欲は旺盛だが、幅広い業種で人手不足が供給面の障害となっている。
		金融業（営業）	・半導体等、今後の需要は高水準である。対照的に設備投資には踏み切れない企業も多く、受注増加には結び付いていない。
		金融業（営業担当）	・一般消費に関わる小売業では、3か月前に比べ売上は変わっていない。北朝鮮不安に関しては、目先のリスクは緩和されたが、そのことが一般消費の増加に至っていない。天候に関しては、2～3か月の天候がはっきりしていないため状況は変わらない。
		金融業（調査担当）	・取引先の融資の資金需要は、この1年変わらぬ方向を示しており、地元他銀行も同様である。大きな話題もないことから、3か月後も大きな変化は見込んでいない。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいに推移しており、今後も継続する。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・新聞広告の受注量が停滞している。
		広告代理店（従業員）	・2018年6月の受注金額は前年同月比96%となった。前年を超えることができずマイナス5ポイントが続いている。6月の好調業種は保険関係、家電、ホームセンター等、不調業種は百貨店、スーパー、自動車販売等であり、新聞折込チラシに欠かせない主要な業種が不調状態である。
		経営コンサルタント（社員）	・大型専門店に客が移行している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数、問合せ件数に変化がない。
		経営コンサルタント（社員）	・好転するような話題が余り聞かれない。好材料が出ることに期待したい。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・大きく状況が動いていく要因がないため、しばらくこの悪い状況が続いていく。熊本地震後の復興景気がしぼんでいくことを実感している。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・また、所得が増加し景気が上向く状況ではないが、働き方改革の影響で年休が取得しやすくなったことは大きい。結果、休日が増加し、消費も増えている。サッカーワールドカップが開催されているが、過去は数人現地で観戦していたが、今回は見受けられない。
		建設業（従業員）	・見積案件も低迷しており、今後の需要も先行き不透明である。県内の景気の見通しも良くないので、若干悪くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	輸送業（総務担当）	・運送会社が一斉に値上げを要請してきている。ドライバーの人手不足に拍車がかかっており、原油価格の高騰も響いている。これにより物量は増加したものの赤字の路線が発生し、景気の腰を折る状況である。メーカーや商社、また運送会社も景気上昇の機会を失い景気は悪くなる。
	x	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・設計や調査・計画策定等に関する市町村の委託業務の6月補正予算が少ないため、調査や計画等を行うコンサルタントが受注できる仕事が減少し、入札しても価格不当な業者が出てくるため、売上の見込みが減っていく。このため、景気は悪化していく。
雇用関連 (九州)		-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県は、夏から秋にかけて観光が盛り上がりを見せる時期である。クルーズ船の寄港数増加、熊本城の見せる復旧などもあり訪日外国人の消費にも期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・梅雨明けすると夏の消費が伸びていく。九州全域での訪日外国人も堅調で、商業地区等では特に個人観光客が多い状況である。
		職業安定所（職員）	・訪問した企業の業績についての回答は、横ばい又は上向きが多い。ただし人手不足感は否めず、今後も続く可能性があるため、改善の波も緩やかにならざるを得ない。
		人材派遣会社（社員）	・数社の取引先の採用計画が活発ではない。
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の抵触日に関わる動きも少なく、企業も慎重に雇用切替えで対応しており、直接的な動きにつながらない傾向となっている。
		人材派遣会社（社員）	・今の状況は急激には変わらないが、以前と比較すると良くなり、求人数や応募者の動向をみてもこの状況は続いていく。
		人材派遣会社（社員）	・例年求人減少の時期であるので、変化はない。
		職業安定所（職員）	・熊本地震復興のための建設業からの求人は、単純作業員の募集から施工管理士等の資格所持者にシフトした。ただし、建設等の現場を支える警備業や物流を支える運輸業において、希望者が少ないため、深刻な人手不足に陥っている。
		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が続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2019年3月卒業学生への採用については、各企業共に意欲的に採用活動を行っている。その背景は、前年度採用未充足分の補充、将来的な労働人口不足への対応などが考えられる。景気と求人動きの因果関係ははっきりしないが、企業側の説明を聞く限り、国内経済にとどまらず海外への展開などにかじを切る企業が更に増加している。
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の影響により、稼働派遣スタッフ数が落ち込む。
	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)		-	-
		百貨店（店舗企画）	・9月から10月にかけて化粧品売場を中心に改装があり、地元客やインバウンド客の動員が見込める。
		スーパー（企画担当）	・クーポン施策による新規客の創出で売上増が見込める。
		コンビニ（経営者）	・飲料水や酒類と一緒に総菜やファーストフードを買う客が増えた。
		観光型ホテル（代表取締役）	・もともと沖縄の観光客数は、夏に向かって伸びる。予約数を見て平均の予測がみえる。今月前の状況からすると良くなる。
		通信会社（店長）	・9月に話題性のある新商品の販売が予想されるので、落ち込んでいる販売量が回復傾向になると期待している。客数も増えるので提案で他商材の販売も見込んでいる。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税の引上げへ向けて住宅商談件数が伸びていることから、今後の見通しはやや良くなる。
		コンビニ（代表者）	・県民の購買意欲も高めで推移している。また、観光の好調な状況に支えられ安定して推移すると考える。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は月初めは良い感じで始まったが、月の中旬からセール待ちの客が増えているようで、また来月に期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔書籍〕 (店長)	・夏の繁忙期に入るが、例年と比べ特に大きく変わる要因は見当たらない。
		観光型ホテル(マーケティング担当)	・現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月先の客室稼働率も、今月同様に前年同月実績を下回る見込みである。
		旅行代理店(マネージャー)	・予約数などは現状維持といったところであるが、少し上向きになればと期待はしている。
		観光名所(職員)	・はしか終息宣言が遅く、夏休みの客は沖縄以外の方面に予約が多いという情報が航空会社と旅行会社からあった。
		その他サービス〔レンタカー〕(営業)	・当社と同業他社の先行予約状況が前年並みである。
		住宅販売会社(代表取締役)	・現場代理人や下請会社のキャパシティーも限られており、これ以上の工事受注は難しい。
		商店街(代表者)	・物販関連の店は大変厳しい状況下にあり、閉店するとそこは飲み屋に変わる。飲食客と物販客の落差があり、商店街は今後どうなるか何とも言えない状況が続いている。
		その他飲食〔居酒屋〕(経営者)	・これから繁忙期に入るが、大変な求人難が続いている。シフトが回せず、店休日を取って対応している。ピーク時も人手が足りず、入店規制をしている状態で、機会損失を起こしている。時給だけがどんどん上がっているため、売上でカバーできていない。
	x	-	-
企業 動向 関連		輸送業(経営企画室)	・はしかもあり観光客のキャンセルも相次いであったと報道されていたが、観光客の数も前年比で連続で増加している。物流の観点から見ても観光客の増加が消費の増加につながるため、今後の景気上昇が期待される。
(沖縄)		窯業・土石製品製造業(経営者)	・ホテル、アパート建設など民間工事が継続の見通しである。
		建設業(経営者)	・契約前の申込件数が増加傾向にある。
		食料品製造業(総務)	・消費者の安値商品への志向が、段々と以前のように強まっている印象がある。特売志向である。
		輸送業(代表者)	・宮古島、石垣島は、観光客対応のホテルや量販店の民間工事が多く、特に宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事も本格化しているため、生コンの出荷は増大している。アスファルト向けの出荷も上向きつつある。
		広告代理店(営業担当)	・一部の民間企業の競争環境が、県外企業の参入により厳しさを増している。その結果収益が厳しくなり販促投資も伸び悩んでいる。
		-	-
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(沖縄)		人材派遣会社(経営者)	・現在、好調に推移しているが、以前からいわれている人材不足が更に強くなっており、派遣も人材の確保に苦労している。そのため数字に転化して大きく伸びることはない。
		人材派遣会社(総務担当)	・県内景気は良い状態が続いているが、依然として人手不足感があり、一層の景気拡大までには至らず変わらないとみられる。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・5月の求人倍率は1.12倍であった。1倍を超えており、今後も企業側は採用に苦戦するだろう。
		求人情報誌製作会社(編集室)	・毎年6～8月にかけて求人件数は減少傾向にあり、今年も例年同様、増えることはないと思われる。
		学校〔大学〕(就職担当)	・新卒求人の状況から、初任給アップなどの雇用条件の変化を感じる。業績好調との見方もできるが、単に人材不足によるベースアップとなっていないかなど心配な点もある。いずれにせよ現時点よりも景気が悪くなるような雰囲気は感じられない。
		-	-
	x	-	-