

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・北海道胆振東部地震の影響で外国人観光客が減っているものの、売上は前年比105%、一昨年比113%と伸びている。これは国内の景気の良さが表れているためとみられ、今後も景気は良くなる。
		衣料品専門店(店長)	・今後については、クリスマスや年末年始で買物が増えることに加えて、来年度に予定されている消費税増税を前にした駆け込み需要が見込める。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・国内客は大分回復してきている。外国人観光客も、これから雪が降り、冬の北海道の観光シーズンを迎えることから、今後の回復が期待できる。北海道胆振東部地震の影響も徐々に薄れてきていることから、エージェントも団体客を中心に北海道を強く薦めてくれているようである。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・北海道胆振東部地震以来、街の雰囲気は良くなり、観光客の入込も大分減っているが、最近の売上の推移から早期の回復が見込まれる。
		百貨店(売場主任)	・9月の北海道胆振東部地震から約3か月が経過し、その影響が薄れてきている。具体的には、外国人観光客が回復してきており、それに伴い高額商材にも動きが出てきていることから、今後についてはやや良くなる。
		百貨店(担当者)	・今後については、初売りやセールが始まる時期であるため、低迷した消費の反動増が見込める。また、2月以降も節分やバレンタインなどの季節商材に動きが出ることが見込める。
		百貨店(販売促進担当)	・初雪が大幅に遅れ、冬物衣料の消費の落ち込みを危惧していたが、初雪が降り、気温が低下するのに伴い、コートなどの重衣料や手袋、マフラーといった防寒アイテムの動きが活発になってきている。年末に向けて消費マインドが上向き、売上が増加することが期待できる。
		百貨店(営業販促担当)	・若い客層は堅調に推移しており、年配者も徐々に回復傾向がみられる。11月の苦戦は衣料品、食品による部分が大きい。食品もトレンドの悪い歳暮を除くとプラスで推移していることから、今後についてはやや良くなる。
		スーパー(役員)	・北海道胆振東部地震を契機に、年末年始の帰省が増えることが見込めるため、年末商戦が活発になる。
		衣料品専門店(店長)	・来客数が増加してきていることから、大きな事変などが無い限り早めの春物稼働が見込め、状況が改善することになる。
		乗用車販売店(従業員)	・決算期前ということもあり、例年、春先の納車に向けて1～3月が書き入れ時となり、11～12月に売上を落とした分をそこで取り戻すことになる。タイヤ交換も落ち着き、販売に専念できる状況にあるため、今後の販売は間違いなく盛り上がることになる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(経営者)	・原油価格が下落傾向にあることから、石油製品価格も高値から脱することが見込まれ、今後についてはやや良くなる。
		高級レストラン(経営者)	・年末に向けて消費は上向きになる。また、来年に消費税増税が予定されていることを考えると、それまでは全体的に消費が上向くことを期待できる。ただし、増税後は再び景気が落ち込む懸念がある。
		旅行代理店(従業員)	・北海道ふっこう割などの観光振興策により、国内客を中心に冬季観光の伸びが見込める。また、2月には国際チャーター便の就航も予定されていることから、外国人観光客による流氷観光の増加も期待できる。
	タクシー運転手	・12月は年間で最もタクシー利用の多い月である。また、冬期間は雪のない時期と比べてタクシーの利用が多く、観光客が回復してきていることから、今後の景気がやや良くなることを期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・12月の忘年会シーズンを控えて、飲食店の予約状況や宴会の開催に向けた動きが良いことから、今後の景気はやや良くなる。
		観光名所（従業員）	・今冬は風雪や冷え込みなどがそれほど厳しくないことが見込まれていることから、今後についてはやや良くなる。天候の良い状態で推移することで、ある程度の気軽さで冬期観光に出かけることのできる気分が醸成されることを期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税を前にした駆け込み需要がそろそろ始まってくることを期待している。今後については消費税増税を意識した消費や投資が徐々に増えてくることになる。
		商店街（代表者）	・現状のデフレ傾向から、クリスマス商戦、年末商戦、初売りのいずれも盛り上がり欠けることになる。特にクリスマス商戦については著作権の問題でクリスマスソングが街に流れない状況も考えられるため、一層盛り上がり欠ける懸念がある。
		商店街（代表者）	・外国人労働者の受入に向けた動きがみられるが、その影響がどのような形で表れるのかが気掛かりである。
		商店街（代表者）	・2月初旬には3大祭りの1つである氷まつりが開催されるが、メイン会場が商店街区域ではないため、直接的な来街者増加にはつながらない。また、観光客についても、周辺の地域では増加傾向が見込めるが、商店街区域においては増加するような兆候もみられないことから、例年とほぼ変わらず悪い状態で推移することになる。
		商店街（代表者）	・北海道胆振東部地震で心配された観光客の動向は、北海道ふっこう割などの施策の影響もあり、順調な回復がみられている。国内客、外国人観光客のいずれも前年並みにまで回復してきていることから、今後も景気は変わらない。ただ、熊本でもみられたように、ふっこう割がなくなった後の反動減が心配である。
		商店街（代表者）	・この先の半年間程度は、多少の増減はあるかもしれないが、安定した出荷量で推移することが見込める。
		百貨店（役員）	・今後については、消費税増税に伴う景気対策がターニングポイントとなるとみられるが、その内容がはっきりとしてこないため、判断が付かない。
		スーパー（店長）	・季節商材などの需要が直前化していること、来客数の前年割れが続いていることなどから、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・12月の最大商戦を迎えて、クリスマスや年末年始の景気は一時的に良くなるとみられるが、客の様子をみると、必要な物にお金を使う一方で、し好みなどを節約する傾向は変わらないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・景気変動するような要因が見当たらないため、今後も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今年の米の作況が悪いこと、来年に予定されている消費税増税に対して客が敏感に反応している様子うかがえることなどから、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後については、冬場を迎えて、灯油代などの出費が多くなるため、灯油やガソリンの値上げに伴い客の節約志向が強まったままで推移する。回復の具体的な要素がみえないことから、悪いままで変わらず推移する。
		家電量販店（経営者）	・特に景気が良くなるような要素がないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（店員）	・4K放送の開始に伴いテレビ関連商材の売行きが良くなることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売は商品力に加えて、税制、補助金などの政策による影響を受けるため、自動車関連税制の動向が注目される。ただ、当社の11月の新車受注は前年並みの水準を維持していることから、この傾向は当面続く。
		乗用車販売店（経営者）	・年が変わり、客の気持ちに変化が表れることで、初売りから好スタートを切れることを期待しているが、新型車の投入もないため、今後の売上増は見込めない。
		乗用車販売店（従業員）	・当業界は高齢化、少子化の影響をまともに受けているため、今後に対する希望が持てないのが現実である。
		乗用車販売店（従業員）	・12～1月と新車が発売される予定だが、8月以降の状況を見る限り、今後の動向について不安がある。

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
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナスの支給状況に前年との変化がみられないことから、新規の購入などの意欲が湧かないことが懸念され、景気は変わらないまま推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・10月末までは北海道胆振東部地震の影響で車の販売動向に遅れがみられていたが、11月に入り前年並みまで回復しており、今後も引き続き同様の状態が続く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・健康に対する正しい価値観を消費者へ植えつけるような、長い目での啓もう活動が必要になってきており、状況が変わらない限り景気は変わらない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・景気対策に不備があるため、今後も景気は変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・当市中心部でのイルミネーションが始まると、近隣の飲食店では早い時間帯の売上がやや減少する傾向にあるが、観光客が増えそうな気配もあるため、多少は景気が良くなることを期待している。
		観光型ホテル（経営者）	・冬の観光シーズンに向けて、海外ツアー客の動きが若干回復しているが、国内客の動きが鈍いため、今後については期待できず、現状と変わらない状況が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・12～1月の予約が引き続き低調に推移している。2月の大型スポーツイベントがプラス要因としてあるが、トータルでは横ばいでの推移が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・今後も好調を維持して推移することが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・回復に向かう理由が特にならないため、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・景気変化するような特別な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）	・横ばい傾向で推移していることから、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・この先の予約状況が例年並みとなってきたため、今後については、このまま変化なく推移することになる。
		通信会社（社員）	・業種的に景気が上向きになるとは考えにくい。
		通信会社（企画担当）	・新機種の予約は前年よりも減少傾向にあるものの、映像系サービスとポイントサービスを中心に付加サービスへの需要が増えている。
		観光名所（職員）	・北海道胆振東部地震以降、来客数が伸び悩んでいる。特に外国人観光客の減少が著しい。今後については、北海道ふっこう割などの政策の効果に期待しつつ、動向を注視している。
		パチンコ店（役員）	・原油価格の変動は一般家庭や製造業に大きな影響があるため、今後も景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・ガソリン、灯油の価格に大きな変動がない限り、今後も同じような売上で推移することになる。
		美容室（経営者）	・諸物価の値上がりや消費税増税に対する不満や不安の声が客からよく聞かれるが、当業界においては直接的な影響がまだ生じないとみられるため、今後も景気は変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、所得の伸び悩みと北海道胆振東部地震による外国人観光客の減少により、経済活動が全般的に停滞気味であり、分譲マンション市場における需要の伸びは余り期待できない。
		スーパー（店長）	・人気のあったテナントが11月末で閉店することになり、この1か月はそのテナントの来客数がとても伸び、当店にも客が流れるなど、プラスの影響が生じていたが、12月以降は通常の営業状態に戻るため、来客数の減少が見込まれる。
		スーパー（企画担当）	・本格的な冬場を迎える中、灯油価格の上昇や北海道胆振東部地震以降続く電気代を始めとする節約ムードが先行きの消費を慎重なものにしている。
		スーパー（役員）	・北海道胆振東部地震の影響で9月は特需がみられたが、10月はその反動による来客数の減少がみられた。また、外国人観光客が大幅に減少しており、当地の動物園の来客数は今年前半の7か月間で前年比90%と10万人の減少にとどまっていたのに対して、9月は3万人の減少、10月は2.4万人の減少となり、減少傾向が強まっている。宿泊施設などの来客数も年内はこのまま減少傾向で推移することが見込まれ、それに伴い景気もやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・周辺で太陽光発電の工事が行われ、それに伴い一部の地区で来客数が増加していたが、冬期間になると工事が縮小することになるため、来客数が減少することが見込まれ、景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・現在の市内の景況は厳しく、回復などはとても考えられない状況にある。年末の期待感も持てないため、今後の景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・ガソリン、灯油、LPガスのいずれも価格が高止まりしていることで、会社の経費負担が増えており、今後の景気はやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・来年は消費税増税が予定されているが、増税により社会に変化が生じたり、客の生活や中小企業に対するフォローも見当たらないため、倒産する企業が増えることを懸念している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・冬型の気圧配置の日が多くなるにつれ、例年と同様にフェリーの欠航回数が増加することが見込まれるため、今後についてはやや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・今後については、観光のオフシーズンとなるため、景気は悪くなる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・ホテルの倒産などがあり、今後の観光に影響が生じることが見込まれる。
	×	タクシー運転手	・来年の消費税増税を控えて消費意欲が低下することを懸念している。
企業 動向 関連 (北海道)		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・今後の受注量について、これまでの流れから計画数値を大幅に上回る結果が予測される。仕事量も増加傾向にあるため、販売量も伸びるとみられるなど、建築鉄骨、金属加工業種関連の景況感の良い環境にある。
		食料品製造業（従業員）	・工場の設備更新、生産体制の変更により、生産効率が高くなるが見込めるため、今後の景気はやや良くなる。
		建設業（経営者）	・現状、積雪寒冷期を迎えて工事の稼働が上向いているが、新規の受注はかなり減っている。一方、先日、1次補正予算が成立し、31年度にはかなりの工事が確保されることが見込まれるため、マインド面ではプラスとなる。
		輸送業（支店長）	・物流業としては、今後も鋼材、建材類の輸送量の増加が期待できるため、景気はやや良くなる。
		通信業（営業担当）	・周囲では北海道胆振東部地震による影響は最小限となり、復興に向けた事業や観光支援への施策も効果的に働き始めていることから、その恩恵により今後の景況感はやや向上することになる。
		金融業（従業員）	・北海道胆振東部地震の悪影響は緩和されてきている。外国人観光客による消費が震災前の水準までに回復するには、ある程度の時間を要することが見込まれるものの、個人消費が底堅く推移しており、今後の災害復旧工事の増加も見込めることから、道内景気は緩やかな回復傾向で推移し、景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・今後については、北海道新幹線の札幌延伸に向けた工事需要、北海道胆振東部地震の復興需要、再生可能エネルギー設備の施設需要などの活発化が見込めるため、景気はやや良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・現状の受注状況から、この先もほぼ変わらない状況のまま推移する。
		家具製造業（経営者）	・2020年の東京オリンピックの好影響が地方に及ぶまで、今しばらくの時間を要するとみられるため、景気は変わらない。
		建設業（従業員）	・2020年の東京オリンピックに続き、大阪万博の開催が決定したことで、民間では建設単価の下落を見込めない状況を懸念し、新規工事着工を当分見合わせる動きが生じている。
		建設業（役員）	・公共土木工事については1次補正予算の成立を受けて災害復旧工事の増加が見込めるものの、次年度繰越工事の受注環境は、施工能力の確保を含めて不確定要素が多く、楽観のできない状況にある。
		司法書士	・例年の傾向として、12月から翌年4月頃までの冬期間は不動産取引や建物の建築などが減少傾向となるため、景気は下降気味に推移することになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・北海道の冬期は当社の閑散期に入るため、今後については前年並みの状況が続く。また、出張などのホテル代が前年より安くなっていることから、観光業の景況感も低調に推移している可能性がある。
		司法書士	・例年、冬期間の建物工事は少なく、今後、増加するような要因も見当たらないため、景気はやや悪くなる。
		司法書士	・消費税増税に伴う消費の落ち込みを防ぐため、様々な施策が公表されている。景況感が良い時であれば、こうした施策により景気の落ち込みは和らぐが、現状からは一部の地域を除けば増税が心理的に大きな負担となり、今よりも景気が悪くなる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・今後については人材の確保が一層難しくなるとみられるため、景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費意欲の高い年末年始の繁忙期を迎えて、景気が一段上向きになり、それに伴い求人意欲が高まることを期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・基幹産業である農業の産出額が2年連続で3千億円を超える見込みとなっており、今後、農業関連の従事者の消費意欲が向上することが見込まれ、それに伴い雇用環境も上向くことが期待できる。
		人材派遣会社（社員）	・流通業では年末年始の商戦を控え、売上増を見込んでいる。ほかの業界においても景気が落ち込む前の売上獲得を目指しており、今後も求人ニーズは引き続き底堅く推移する。人を採用できないことから、今、国会で審議されている外国人労働者に関する問合せも増えており、企業の業績が下降しているようにはみえない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・紙媒体、Web媒体のどちらであっても、募集広告のみでは人手不足を埋めることのできない状況となっており、企業は人材確保に苦心している。このため、今後についても景気は横ばいで推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・長期的な視点では、景気は緩やかに悪くなっているとみているが、短期的な視点では今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は前年を下回ったものの、月間有効求職者が減少する傾向にあるため、今後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）	・有効求人倍率が12か月連続で前年を上回り、業種全体にわたって人手不足の状況にあるため、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は4か月ぶりに減少したが、専門・技術職の求人の正社員割合に変化がみられないことから、今後も人手不足が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・道内では雪景色やスキー、温泉目当ての観光客の増加は見込めるが、観光客1人当たりの消費単価はさほど高くない状況が続いている。また、百貨店などでは正月商戦で景気が上向くが一時的な動きとなる。このため、今後2～3か月先の景気は現在とほぼ変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材採用が困難なため、社員に人材を紹介してもらったりファラル採用や社内改善に向けた取組が一層進みそうである。
		職業安定所（職員）	・事業主都合によって離職する人がやや増加している。
	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)		商店街（代表者）	・いよいよ冬本番の天候になり、客の動きも冬物を視野に入れている様子が見られている。バーゲンセールの高比重とはいえず、来客数の伸びに大いに期待をしている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・あくまで他力本願的なものではあるが、販売物の素材が良くなってきているため、表面的には持ち直し傾向になるとみている。

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
		百貨店（営業担当）	・ボーナス支給、初売り、クリアランスセールと、これからは衣料品を中心に販売量の動きが大きく変化していくため、現状よりは回復するとみている。
		百貨店（経営者）	・年末年始は比較的高額商材が動き客単価も上昇する傾向にある。さらに、平成最後といった需要の盛り上がりがあれば、消費マインドは若干活性化するのではないかと期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・ワンブランド効果がチェーン全体に波及することが見込まれており、当エリアにおいても更なる伸長が期待できる。
		家電量販店（従業員）	・4K・8K放送の開始に伴い、テレビの売上が増加することを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・1月の初売り以降は、年間最大の需要期である3月へと続くため、期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げに伴い、駆け込み需要として個人客からの受注が少しずつ増えと見込んでいる。
		乗用車販売店（本部）	・この先の年末年始商戦に向けて、一巡した新型車効果の活性化や冬支度の商材などが見込まれるため、来客数の増加が期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・3月の決算に向けて、客の動きが良くなるとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・11月が振るわない年は、12～1月に売上が増加する傾向がある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油の相場が大きく下落し続けているため、今後は販売価格の値下げが進む見込みである。そのため、需要の回復とガソリン、灯油以外の商材の販売拡大を期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・11月の地下食品街の改装に続いて、地下道の見直しを図っている。その効果により引き続き販売量が底上げされるとみている。
		高級レストラン（支配人）	・今年は単価を上げて勝負する商材が多い。そのような商材に対しても予約の動きが早いため、順調に推移している。
		一般レストラン（経営者）	・8月から続く来客数の増加傾向は今後も続くともみている。
		一般レストラン（経営者）	・この先は忘年会のシーズンのため、12～1月はやや良くなると期待している。
		タクシー運転手	・アフターファイブの動きが活発になり、グループでの移動が増えてきている。忘年会シーズンに入るということもあり、今後の動きに期待している。
		通信会社（営業担当）	・サービスエリアの拡張を予定しているため、新規の加入者の増加を見込んでいる。また、質の高い低価格メニューの展開により、他社サービスからの移行も期待できる。12月開始のBS4K放送サービスも徐々に浸透しているため、既存の加入者の単価上昇も期待している。
		通信会社（営業担当）	・年末年始に向かうため、多少は良くなるとみている。
		競艇場（職員）	・年末は毎年、イベント効果で来客数が多くなる。新規客も多く来場するため、再来場を促すサービスを展開して今後の売上げにつなげていく予定である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・年末年始は毎年落ち込む時期であるが、既に確保されている仕事も多く、例年以上の受注量が見込まれている。
		住宅販売会社（経営者）	・大きめの宅地の売却希望を受けている。造成して分譲する予定であるが、購入者は既に決定している。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・石油ストーブ、ファンヒーターなどの暖房器具受注と、リフォーム工事の問合せが増えている。
		商店街（代表者）	・年末商戦において、お歳暮の立ち上がりが早まりそうな動きに期待する一方、購入単価の下落傾向を懸念している。
		商店街（代表者）	・年末年始に向けての需要の不調が続いている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在でも売上は好調であるが、寒ければ更に伸びる見込みとなる。しかし、この先の気温がどうなるのかわからないため、余り変わらないのではないかと。ただし、来客数はそれなりにあるため、不景気になるという雰囲気はない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・高齢化社会とはいっても、なじみの高齢客は寿命などにより減少傾向にある。また、ニーズの多様化なのか、街のお店屋さんに対する若者の感覚の違いが顕著にみられた1年である。
		百貨店（売場主任）	・食品、リビング用品関連は需要が底堅く、売上は比較的安定している。衣料品、ファッション関連商材は不確定要素が大きいため、今月の好調な動きが継続するとは言い切れない。

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）	・お歳暮商戦において新規客の増加の見込みが厳しく、なじみ客を囲い込んで前年を維持することで精一杯である。また、アパレル関連の冬物商戦は前年並みで推移する見込みである。
		百貨店（買付担当）	・ここ数年、気温で客の動きが左右される傾向が続いているため、今後も余り変わらないとみている。
		スーパー（経営者）	・今後は、原油価格が落ち着くことで灯油価格やガソリン価格が下がり、家計への良い材料となるのではないかとみている。ただし、暖冬の影響なのか鍋商材の動きが余り良くない。また、一部加工食品の値上げがあるものの、全体的な消費の傾向は変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・この先も、市内の複数の競合店舗が看板を替えてオープンする。今まで以上に環境は厳しくなるとみている。
		スーパー（店長）	・年末年始の販売動向は例年並みになる見込みであるが、通常日における購入点数の下降傾向はしばらく続くともみている。
		スーパー（店長）	・平均値であった11月の売上においても、部門によっては数字を伸ばしているため期待をしたいが、数字の動きからはこの先も現状と変わらない推移が続く見込みである。
		スーパー（副店長）	・安い商品は買うものの、それ以外の商品に関しては財布のひもが固い。来年の消費税の引上げを控えて、消費者の節約志向はまだ続くともみている。
		コンビニ（経営者）	・ここ数か月は来客数が安定しており、客単価、購入点数も底堅く推移している。ただし、年賀状関連は今年も出足が鈍く、縮小傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	・お歳暮商戦も最盛期に入り、前年並みの売上を確保できる見込みである。さらに、新規獲得に向けて飛び込み営業をしている。
		衣料品専門店（店長）	・暖冬のため、単価の稼げる冬物防寒着の需要が盛り上がっていない。さらに、ビジネス衣料の買換え需要も、ふだん着需要と連動して盛り上がっていない状態である。
		衣料品専門店（店長）	・競合店舗オープンの影響は当分の間続くともみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費者には、し好みや代用可能なものは新規購入を控える傾向がある。景気が良くなる兆しはみられていない。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、客の動きは横ばいで推移している。そのため、この先の数か月で良くなるとは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・仏具販売は比較的売上の波が少ない業界であるが、最近の商品小型化、簡略化による単価の低下が止まらない。現状維持に努める必要がある。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・大きな起爆剤がなければ、景気はなかなか好転しないとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・前年比にそれほど差は出ないとみているものの、楽観視はできない。競合他社の動きについても、安売りに走るようであれば厳しさが増すとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・長期予報で暖冬予測が出ているため、販売量回復の見込みは薄いとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・秋の観光シーズンや忘年会といったトップシーズンに入っているものの、前年比が振るわない状況である。予約の動きからみても、先行きの景気は相変わらず良くないとみている。
		観光型旅館（経営者）	・客の様子からは消費の手控え感がみられるものの、大きな変化はなく、先行きの景気は余り変わらないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン関係は大雪などの天候条件により影響が出るが、宴会関係の予約については例年並みに受注できている。
		旅行代理店（経営者）	・これからはオフシーズンに向かうため、景気が良くなるという見通しは持てない。この先の気象状況によっては、悪くなる可能性すらある。
		旅行代理店（店長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・地元のタクシー業界において、1～2月は利益が余りない傾向にある。そのため、現在のやや悪い状態がそのまま続くともみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題による影響を懸念している。20年前のリストラが記憶にあるが、取引先や株主などへの出向に伴い、販売車のクオリティが下がっていた。在庫処分のための安売りや新製品への投資が抑えられるなど、雇用への影響が心配である。自動車メーカーと家電メーカーの低迷が先行き不透明のため、2～3か月は変わらないものの、その先はやや悪くなる気配がしている。
		通信会社（営業担当）	・景気の動きは、消費税の引上げ前の駆け込み需要が多くなる7月頃まで変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気に大きく影響を与えるような要因に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・年末年始の特需により消費は一時的に上向くものの、例年並みの見込みである。
		通信会社（営業担当）	・ガソリン価格の高騰が続くなか、冬になって更に燃料費コストが上がるため、コスト削減要求が強くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・先行きの景気が大きく動くとは考えにくい。
		テーマパーク（職員）	・売上や単価が好調になるような要因が見当たらない。
		観光名所（職員）	・本格的な冬のシーズンを迎えており、イベントなどでの集客を図っているものの、余り効果は出ていない。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフを迎えて、限定的な営業となる。家計に影響する物価やガソリン価格の動きが気になるところである。
		美容室（経営者）	・美容業界は良くも悪くも半年～1年ほど遅れて経済の影響が出てくる。そのため2～3か月先も急激な景気の変動はなく、横ばいで推移するとみている。
		美容室（経営者）	・今まで着付けで頑張ってきたが、昔と比べて着付けの仕事は多くなく、この先は余り期待できない。
		商店街（代表者）	・来年10月より消費税の引上げが開始されるが、POSレジなどの対応ができていない状況である。消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるものの、景気回復への期待はできない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始のにぎわいはあくまで一過性のものであり、景気に大きく変化をもたらすことはない。また、暖房費が大きく影響する地元においては、原油価格の高騰により消費者はますます苦しくなるばかりである。
		スーパー（営業担当）	・競合店舗の出店が控えているため、今後も厳しい状態が続くこととみている。
		スーパー（営業担当）	・現状からみて客単価の改善は厳しい。特売価格やクーポンを投入して前年の数字を確保することが精一杯である。競合店舗も同様に販促を強化するため、先行きの景気はやや悪くなる傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・ここ数年は、年末～正月にかけての人の動きに変化がない。昔のような人出は期待できない。
		コンビニ（経営者）	・この先も来客数の減少が続いて厳しくなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・人件費の高騰により、オーナー収益の確保が難しい状況である。また、おせちやケーキなどの年末年始の予約催事も、前年より10%程度下回っている。
		衣料品専門店（経営者）	・今年は暖冬が予想されており、アウターやコート類などの高単価商材の売上は厳しい見込みである。また、セールに入りますます単価が低下するため、売上も厳しいとみている。
		家電量販店（店長）	・石油価格、灯油価格の高騰により、暖房器具が余り売れていない。暖冬の予報もあるため、今後も暖房器具の売上は減少するとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・市場の縮小や人手不足により、景気は下向きになるとみている。
		住関連専門店（経営者）	・製作と並行して受注を獲得し、売上につなげていかなければならないため厳しい状態である。
		住関連専門店（経営者）	・景気回復の兆しがみえないため、厳しい状況が続くとみている。
		高級レストラン（経営者）	・1月以降にも景気が良くなるような材料はない。
		一般レストラン（経営者）	・予約の状況からは来年1～2月の状況は見通せない。現在よりは多少落ちていくのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・12月まで営業して年明けに閉店するという話はよく聞くが、今年はその数が多く、業者が頭を抱えている。そのような状況のため、2～3か月後に景気が良くなっているとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・いよいよ雪が本格的に積もるシーズンとなる。さらに、年末年始に支出した反動による節約志向の高まりにより、単価の高い夜の外出に相当な影響が出てくるとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・遠方からの集客が見込めずに周辺地域がメイン市場となるため、景気は余り良くならないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・12月の忘年会の予約が低調である。ガソリン価格の高騰もあり、この先の天候が前年のように大雪となった場合、客の移動がどうなるのか心配である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年同時期と比べて予約の動きが芳しくない状況である。
		旅行代理店（店長）	・国内旅行、海外旅行共に1～2月の動きが極端に悪い。問合せも余り入ってきていない。
		観光名所（職員）	・天候に関係なく来客数が減少するという事は、外出自体を控えているからではないか。消費税の引上げについて騒ぐマスメディアの影響を大きく受けているため、来年の10月に向けて報道が加速するにつれて、この傾向は更に強まるとみている。
		設計事務所（経営者）	・発注案件の減少傾向は、この先数か月は続くとみている。
	×	商店街（代表者）	・客の様子からは格差社会が確実な形で進行しているように見受けられるが、年配客の消費量が極端に少なくなっている。また、若者が使う金額も減少しており、年明けからはかなり沈滞したムードになるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月の悪い状態が続くとみている。客であるタクシー運転手も、非常に悪い状態であり先行きが心配であると何度も話している。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・駅前の市街地にある当店の周辺において、今年に入ってから数件の老舗が閉店しており、空き店舗となっている。これらの小規模事業者達も当店の客層であるため、このような状況からみてこの先の業績が良くなるとは考えにくい。
	×	スーパー（経営者）	・来年10月の消費税の引上げに伴い、様々な対策が発表されているものの、消費者心理は非常に悪いのではないかと。ガソリン価格、灯油価格の値上げなどが響いており、可処分所得も減少している。
	×	コンビニ（エリア担当）	・東北の人口が流出しているが、特別な産業の取組は見られていない。たばこ増税についても単価が上昇した分禁煙者も増加しているため、売上を押し上げることはできていない。
	×	コンビニ（店長）	・11月後半から急激に客の雰囲気落ち込んでおり、大手企業に勤める客も単価が低下している。催事の注文は順調であるが、日々の買物で節約している様子がかげえるなど、先行きは厳しくなるのではないかとみている。
	×	コンビニ（店長）	・真冬は来客数が今まで以上に減少して売上も減少する。一方で光熱費や除雪費などの経費が増加するため、非常に辛い状況になるとみている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・例年1～2月は寒さのために来客数が少なくなってしまう。
	×	衣料品専門店（店長）	・シーズン当初の暖かさにより、防寒衣料の立ち上がりには弾みがつけられなかった。この先によほどの寒さが続かない限り、防寒衣料の持ち直しは難しい。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・定番商品の落ち込みは今後も続くとみている。また、特定銘柄の伸びが鈍くなれば一気に悪化する可能性があるため、今から対策の手配をしている。
	×	観光型ホテル（スタッフ）	・年明けの来客数及び販売価格に期待ができない。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		木材木製品製造業（経営者）	・例年であれば年明けは売上が減少する時期であるが、今回は消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。ただし、それ以降は政府の対策があっても需要の減少は避けられないとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末に向けて受注量が増えると思われている。
		建設業（従業員）	・基本的には今月並みで推移するとみているが、公共工事の受注状況によっては上向きとなる可能性も含んでいる。
		通信業（営業担当）	・年度末に向けて、予算を使い切りたい企業からの受注が増える見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、景気は一時的に上向くとみている。その後は消費税の引上げ、東京オリンピック、大阪万博など、東北に余り関係のないところでの需要は増える見込みであるが、その分東北に影響が出てくることを懸念している。
		経営コンサルタント	・年末に向けた消費の盛り上がり期待している。
		農林水産業（従業者）	・天候不順で余り着色が良くなかったふじりんごは、11月に入り品質が例年並みに戻ってきている。
		食料品製造業（経営者）	・リニューアルオープンによる効果は一時的なものである。それ以外の店舗の状況に変化はない。
		食料品製造業（営業担当）	・好転する要因が見当たらず、厳しい状況に変わりはないとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・東日本大震災の復興需要が一段落し、受注額が前年同月比で約8～10%の減少となっている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・組合員の需要見込みをベースに判断している。上期よりは需要が上回るものの、前年度比では95%程度の出荷が続く見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・米中の貿易戦争の影響について、どの客も比較的楽観視しつつも慎重になってきていることから、横ばい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、年末までは現状のまま推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・業種によってばらつきはあるものの、全体的には大きな落ち込みはないとみている。
		通信業（営業担当）	・この半年の様子からは楽観できないため、予断を許さない状況が続くとみている。
		金融業（営業担当）	・先行きの景気に対する大きな変化要因は見当たらない。
		広告業協会（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に伴う、広告費の増大に期待している。この先は徐々に動きが出てくる時期でもある。
		広告代理店（経営者）	・東北の景気が良くなっているとは実感できない。
		司法書士	・割安感のある不動産の需要は高いものの、高価格帯は低調である。現状では消費税の引上げの影響は限定的である。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・この先も、消費マインドが改善するような材料に乏しいとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の前年度実績額は確保できるとみているが、具体的な動きがみえないため、苦慮している。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・人手や設備などの企業力も高止まりしており、これ以上の大幅な受注拡大には対応しきれていない。また、人件費や材料費などの価格高騰により利益が圧迫されている。
		農林水産業（従業者）	・異常気象による米の収穫量減少を受けて、今後も同様の気候の継続を危惧する小規模農家からの水田小作の依頼が増えており、収益の圧迫が見込まれている。
		食料品製造業（経営者）	・原材料などの価格上昇により利益面が非常に厳しく、自己努力だけでは追いつけないところまできている。そのため、商品の値上げの検討も必要になってきている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・大口客向け製品価格の緩やかな下降はしばらく続く見通しである。そのため、徐々に景気に影響が出るのではないかと危惧している。
		金融業（広報担当）	・寒冷地は、他の地域に比べて燃油価格の高止まりによるコスト負担への反映度合いが大きい。
		公認会計士	・今まで好調に推移して小売業の業績悪化分を上回っていた建設業の業績が、悪化し始めている。
		コピーサービス業（従業員）	・来年1月から配送コストの値上げが決定しているものの、現段階において販売価格に転嫁できていない状況である。また、家具メーカーから値上げの案内もきており、来年早々から厳しい状況でのスタートが見込まれる。
	x	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・消費者は、消費税の引上げに対してかなり神経質になっており、購買意欲が非常に鈍っている。この問題を解決することは大変であり、この先の景気が良くなるとは考えにくい。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の3年縛りによる入替え需要と、無期化がかなわず異動となるケースから、受注量が前年を上回っている。この傾向は、2～3か月先においても良い影響を与えるとみている。

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
		人材派遣会社（社員）	・中小規模の会社でも、業容拡大に向けた増員のために募集求人を増やしている。今後も同様の推移が期待できる。
		学校〔専門学校〕	・これから年末年始を迎えるため、景気は若干良くなるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は増えるともっているが、求職者数は頭打ちしている。また、求人とのミスマッチも多い。
		人材派遣会社（社員）	・年始商戦においても、販売サービスの人手不足による影響が続くのではないかとみている。
		人材派遣会社（社員）	・法律の改定により、これからの企業の採用のあり方が変化する可能性は高いが、どの企業も率先して取り組む要素がみえないため、しばらくは大きな変化はないとみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・来年度の案件に良い材料はあるものの、2～3か月先については良くなる要素は見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題はあったものの、年末商戦～初売りにかけて、車を中心に消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。ただし、一過性のものであり、地元流通においてはそれほど動きにはならないのではないかとみている。盛り上がりもなく、結果として先行きの状況に余り変化はないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手不足は慢性化しつつある。少なくとも2020年まではこうした状況は変わらないのではないかとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・住宅や自動車など、消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待する向きもあるが、景気の変動にまでは至っていない。
		職業安定所（職員）	・労働者の人手不足による求人数の増加傾向は続いている。また、いわゆる人手不足業種では、労働者の不足により、規模の縮小や廃業に至るケースが目についている。
		職業安定所（職員）	・求人申込みのタイミングもあり、小売業の新規求人数は減少となっているが、その他はおおむね同水準で推移している。大規模な人員整理などの情報もなく、事業所への聞き取りにおいても、先行きに対して特に大きな変動要因はない。
		職業安定所（職員）	・医療、福祉関係、サービス業からは更新に伴う大量求人が見受けられるものの、製造業、小売業からの求人は減少傾向にある。また、まとまった求人も少ないことから、景気は余り変わらないものとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で13.3%増加しているが、前月減少の反動によるものである。新規求人倍率は前年同月より上昇しており、人手不足による高水準が継続している。状況に大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するものとみている。
		職業安定所（職員）	・月間有効求職者数の前年同月比は減少している。また、企業の採用意欲は更なる高まりをみせているものの、希望する労働者の能力やレベルなどによるミスマッチが生じており、充足しないケースが多くみられている。
		人材派遣会社（社員）	・外食産業や建設業関連では、人手を確保することができないため、営業計画や出店計画の見直しを検討する企業が増えている。このままの状況が続くと景気に悪い影響が出るとみている。
		人材派遣会社（社員）	・1月下旬までは求職者動向が落ち着く時期となる。2月以降から求職者動向が活性化するが、改正労働者派遣法の影響は未知数である。
	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）	・年末にかけて、商品の動きが活発になり、良くなる。
		都市型ホテル（営業）	・12～1月の忘新年会に向けて、宴会、宿泊の予約状況が好調で、今月から来客数も増えているので、景気は良くなっていく。
		百貨店（副店長）	・近隣商業施設に集客力のあるテナントが入ったことにより、周辺エリアの集客も高まると考えている。買い回りの相乗効果が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・東京オリンピック景気やそういった関連で、上向きではないかとみている。また、ボーナスも過去最高額の支給ということなので、期待している。
		コンビニ（経営者）	・年末にかけてアルコール飲料などの販売が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・店舗改装で10月はほとんど休業したので、客の一部が離れたままで、余り良い状態ではない。新装開店の効果が2か月後には出てくるとみている。
		家電量販店（店長）	・4K、8Kテレビや東京オリンピック需要、消費税増税があるため、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘新年会については前年同様の数字を残せる見込みである。宿泊の入込が12～1月は弱い、当月になってからばん回できるかどうかは鍵である。
		タクシー運転手	・これから忘年会シーズンになるので期待したい。乗務員不足のため、多少は忙しくなる。
		通信会社（営業担当）	・景気回復からボーナスに反映する会社も多く、年末の消費が見込まれる。
		通信会社（局長）	・ガソリン代も天井になったのか、徐々に下がり始めたので、少しは景気が良くなる。
		ゴルフ練習場（経営者）	・夏場が悪かったので、冬に期待する。
		設計事務所（所長）	・周りの建設業の様子をみていると、人手不足の影響もあるが、忙しい業者が多い。今後も発注が見込まれるため、この繁忙はしばらく続く。
		商店街（代表者）	・週末と祝日の商店街は人が歩いていないものの、写真入り年賀状の印刷受注に期待している。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・天候が暖かいので、野菜が安く提供されるようになっている。価格が安定しているので、客は安心して生活している。景気が上向き見込みはない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・特にこれといってないが、最近販売が伸び悩んでいるので、余り良くなるとは思わない。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮商戦は厳しいスタートを強いられている。年末年始に向かって特に明るい与件もなく、厳しい状況に変化はない。
		百貨店（営業担当）	・主力の衣料品が不振で、部分的に良くても店全体では、今後も今月と変わらない。
		スーパー（総務担当）	・衣料品の買い控え分を、後で買うという消費傾向ではないので、売上が増える与件はなく、現状と変わらない。
		スーパー（商品部担当）	・年末商戦を控えているが、近年は過ごし方に大分変化が出ているため、変わらない状態で乗り切れればよしとみている。その分、年明けの通常期にどれだけの集客ができるかがポイントになりそうである。天候に若干左右される立地のため、なるべく降雪が少ないことを期待する。
		コンビニ（経営者）	・このまま推移すると前年と同じか少し伸びる。12月はクリスマスイベントやお歳暮商戦などの客を取り込んで、売上に近づきたい。また、県議会議員選挙等もあるので、客の出足が鈍くなるのが心配である。
		衣料品専門店（統括）	・歳末月になったが、商店街の来客数はなかなか増えない。
		衣料品専門店（販売担当）	・年末年始に向けて若干は良くなると期待しているが、それも今の客の流れや状況を見ていくと、当店のような婦人服に投資をするというか、需要が上がるような状況には見えない。そうしたことを考えると、今月の悪さがそのまま続いて、年が明けてしまうのではないかと恐怖感がある。
		乗用車販売店（経営者）	・地域経済は低位安定のようで、「ボーナスが前年並みならざいなくなければ生きていけるのではないかと」といった悲観的な落ち着きを感じられる。米国大統領の気まぐれな発言が心配である。
		乗用車販売店（販売担当）	・良くなる要素がない。新型車の発表もなく、マイナーチェンジでは全く客は来ない。恐らく今月と変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月、当社としては珍しく、景気の良い話ばかり出ている。当観光地では紅葉は終わっているのに、外国人観光客や団体バスツアー等、とにかくすごい来県者数である。ただし、外はにぎやかだが、本当に商売につながるかどうかは不透明なので、今後2～3か月先も例年どおり変わらない。
		住関連専門店（店長）	・来客数、販売数が前年とほぼ同等である。
		住関連専門店（仕入担当）	・改元、消費税増税、東京オリンピック、大阪万博等、大きな変化のなかにいることを実感すると、不安にひも付いてしまう。個人消費、特に、生活用品は今後も厳しい状況が続く。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残は増える時期だが、伸びていない。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・競合環境やインターネット販売に影響を受けた消費動向が、当面変わる見込みはない。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・事業所給食の新規案件はそこそこあるものの、人材確保はますます厳しくなり、同業者間でもすみ分けが更に進んでいくとみている。
		都市型ホテル（営業担当）	・年が明けて最初のころは、多少稼働が落ちてくるが、それは例年と同じで、季節的なもので落ちるとは思うが、現在のやや良いペースを維持したまま変わらないのではないかと。極端に良くなる、悪くなるという要素もないので、変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・12～1月は売上、稼働共に落ち込みが予想されるものの、例年と比べてしっかりと予約が取り込めている。近隣の競合の状況をもみても、明らかに市場が継続して動いていることがうかがえる。
		旅行代理店（経営者）	・季節が冬に向かうにつれ出足が鈍くなり、必然的に来客数は減少してしまう。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが悪く、この先も良くない。
		タクシー（役員）	・働き手不足である。
		通信会社（経営者）	・年末に向けての受注は、多少動いてきたが、現況と比べて良くなるとは言い難い。
		通信会社（総務担当）	・例年12～1月は販売の増える時期だが、今は漸減にブレーキがかかる程度しか期待できない状況である。
		テーマパーク（職員）	・天候に左右されやすい業種でもあり、現在の増加傾向が続くかどうかは不透明である。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上が、ほぼ同額で推移している。
		住宅販売会社（経営者）	・安い貸し店舗の販売やアパートの1棟丸売りは、引き合いがちらほらあるものの、低価格の物件ばかりで、なかなか成約には至らない。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・プレミアム付商品券が売れないことを考えると、余り良くなることはない。
		百貨店（店長）	・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題が今後の日本経済に影響を与えるのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月先には、客の買い控えが発生すると予測している。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・天候の影響が大きい冬物商材の動きが、現状では厳しい見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・来店客の高齢化が進んでおり、少しずつ来客数が減っている。客単価は多少上がっているため、急激な落ち込みはないが、将来的に良くなるとは思えない。
		一般レストラン（経営者）	・正月明けから2月にかけて売上は落ちる傾向にある。良くなる材料もないので、上向きにはならない。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税でやや悪くなる。
		旅行代理店（所長）	・正月のにぎわいを別にすれば、完全にオフシーズンとなり、来訪者数も減少する。暖冬予報どおりになれば、雪のイベントやスキー場への影響も懸念される。
		ゴルフ場（総務担当）	・気温が低下し、今月末からは降雪の心配がある。1月からは例年通りクローズのため、入場者は減少する。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・年末年始商戦があるが、努力をしている仕掛けをしたお盆商戦も不調だったので、イベント等いろいろと手は打つが、どうも期待はできない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅建築単価は上昇しているが、人手不足のため受注から着工まで時間が掛かるようである。土地取得も少し時間をかける傾向になってきている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・現状、客が何かを急いでとか喜んで買うというムードは全然伝わってこない。スーパーなどでも、売上が上がらず、単価が下がっているという話を聞く。なぜか皆、財布のひもが固くなっているのが心配である。
	×	通信会社（経営者）	・インターネットを利用して買物をする世代が増えているのに対し、インターネットで購入できない世代は、ますます高齢化が進み、購買力も落ちている。小売業にとってはまさに氷河期が続いている。

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
	x	美容室（経営者）	・年度末に数字合わせの公共工事へ税金を投入するのはいい加減止めてほしい。末端の労働者を減らし、機械にやらせて会社が潤う税金の吸い上げでは、貧富の差は広がるばかりである。
企業 動向 関連 (北関東)		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・当事業の主力3部門の内、環境装置のレンタルリース先が増え、太陽光発電事業の設置箇所も増加している。
		金属製品製造業（経営者）	・現状、仕事が多くなっているのでもう少し売上を増やして、利益を上げていきたい。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始商戦に向けて、販促活動が活発化するの必須である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量の増加が見込まれ、システムの納入案件が増加し、収益が改善する。
		化学工業（経営者）	・価格転嫁の結果が表れるはずなので、現状維持ができれば良しとしたい。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・冬に入ってまだそれほど寒くないので、資材がよく売れている。ただ、これが寒くなったりすると、売上がストップする。例年に比べると、現状は、良い傾向である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・人員募集をしてもなかなか人が集まらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・年明けの仕事の動きを心配したが、大きな減産を計画している取引先は少なく、引き続き仕事は確保できる見込みである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年内の受注は、かなり好調を維持している。いろいろな業種があるが、全てで受注量が増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・前月と変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注、販売量、競争相手、取引先の様子等は、今のところまずまずである。あと数か月はやや良い状況が続く。
		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。
		建設業（開発担当）	・公共工事は前年比16%増と好調で、今後も期待している。当社も前期比10%増の受注があるので、今のところ安心してはいる。ただし、公共工事はいまだに設計額のマイナス15%で受託となるので、しっかりした利益計上が見込めない案件もある。厳しい経営は今後も続くと思われ、まだまだ心配である。
		建設業（総務担当）	・現状のまま、年度末まで推移するのではないかと。
		輸送業（営業担当）	・年末年始に向かい、こたつ、暖房家電、寝具、冬物衣類など前年並みの物量は確保する見込みだが、現状のドライバー不足による車両確保の難しさや用車費の高騰により、利益は薄くなりそうである。
		通信業（経営者）	・変わる要素がない。
	不動産業（管理担当）	・間接受注から直接受注になる予定の受託業務があり、当社の売上、利益が増える予定はある。ただし、人手不足のため、現状の人員による残業対応等で人件費が掛かるため、全体の利益は変わらない。	
	経営コンサルタント	・迫力のない個人消費や慎重になってきた企業設備投資など、需要拡大の刺激が経済全体に不足している。なお、人手不足は相変わらずで、生産性向上の必要性が高まる一方で、その具体的な取組は足踏み状態なので、目立った上昇は期待しにくい。	
	司法書士	・大きな動きはないと思うので、今までと変わらない。	
	社会保険労務士	・特段景気が良くも悪くもなる話はないものの、経営者との会話で消費税増税の話題が増えてきている。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・北米向け販売が83か月連続で、前年超えとなっている。ただし、自動車メーカーの不正検査問題により国内生産は19年3月まで減産となるため、やや悪くなる。	
	x	-	-
雇用 関連		職業安定所（職員）	・製造業はもちろんだが、製造業以外の職種も同様で、かなり人手が足りないという話を聞いている。

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
(北関東)		人材派遣会社(経営者)	・公共事業、施設等の建設、それに伴うかどうか分からないが、道路等の整備の現場、工事等が目立ってきている。冬物衣料等の小売、販売は、まだ何とも言えず、だぶつきもあるだろうが、少しずつ伸びてきている。求人内容を見ても、年末に向けての物流、衣料品、青果等の配送に伴う人材不足から、募集が多い。先行きは分からないが近いところでは、やや良くなる。
		人材派遣会社(経営者)	・現状、どこの会社もやや忙しく、売上が好調である。
		学校[専門学校](副校長)	・高校生の9月求人数は、前年比9.7%増である。県内における高校生の求人数も、過去最高である。中小企業のニーズが高く、建設業や製造業の求人が多いようである。
		人材派遣会社(社員)	・清掃などを請けているが、引き合いは来ているものの、人材不足で断ったり、あるいは積極的に受注しにいかない状況が続いている。また、当社の顧客である市内のホテル稼働率は、前年同月と同様に推移してきている。
		人材派遣会社(社員)	・求人数、求職者数共に、春先までは大きく増える要因がない。
		職業安定所(職員)	・直近3か月の新規の求人、求職者数を見ても、ほぼ変わらない状況が続いている。前年比でもほぼ同様である。
		職業安定所(職員)	・平成29年5月以降、有効求人倍率は2倍前後で推移し、大きな変動はない。人手不足は続いている。
		人材派遣会社(管理担当)	・派遣先の単価が悪くなっているため、やや悪くなる。
	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)		百貨店(営業担当)	・平成最後ということと、土地柄、動物園の来園者が見込めるといふこと、そして少し先ではあるが、メディアなどで消費税増税が扱われ始めており、その3つが重なる効果で先行きの景気は良くなるとみている(東京都)。
		スーパー(経営者)	・良くなるように準備している。
		コンビニ(経営者)	・例年、暮れになると総体的に購買が多くなる。12月はボーナス時期にも入るので、消費が拡大するのではないかと。
		コンビニ(経営者)	・建設業の景気が良好なため、良くなる(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・忘年会、新年会と宴会が続く、予約もそれなりに入ってきているので、売上が伸びると期待している(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・年末に向かい、年始までは好調と思われる(東京都)。
		その他飲食[居酒屋](経営者)	・年末に向けて、ボーナス需要、忘年会需要の伸びが期待される(東京都)。
		その他飲食[給食・レストラン](役員)	・総合的に見れば、年末に向け売上等は例年どおり堅調に伸びていく。大きなマイナス要因は見当たらない(東京都)。
		通信会社(管理担当)	・PCではメーカーの保証対象期限が切れるものもあり、また、来春から施行される働き方改革関連での勤怠管理システムの検討など好材料もあるため、向こう2~3か月の景気は良い(東京都)。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税増税前の駆け込み需要が望まれる。
		商店街(代表者)	・消費税増税前の駆け込み需要とクリスマス、年末商戦が一緒になり、世の中のマインドが消費に傾いているように感じる。また、気温が高めに推移しているのは、冬シーズンとしてはプラスに働いている。特に、この街は街自体が商業施設のようなものなので、天候と気温は大いに影響する。今の安定した天候が続くことを前提に、やや良くなる(東京都)。
		一般小売店[家電](経理担当)	・年末に向けた冷蔵庫などの白物家電や、東京オリンピックに向けた4Kテレビへの買換え需要に期待している。
		一般小売店[家電](経営者)	・12月1日から4K放送が始まるので、テレビや映像機器の販売が期待できる(東京都)。
	一般小売店[文房具](経営者)	・今月の売上の落ち込みは一時的なものであり、今後2~3か月は年末年始の季節商材需要が見込まれる(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
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・天候が暖かいこともあり、乗客数が伸び悩んでいる割には、様々な季節商材が順調に伸びている。特に、年賀状は大量に刷ることを止めて、バック売りの物を買に来る客が相当あり、例年よりも数が売れている。今は年末商材を買に来る客が少ないが、今後、多くの客が来ると予測している。また、外商案件があったため、今後、微弱ながらも伸びるのではないかとみている。
		百貨店(広報担当)	・不安定な株価変動を背景に、衣料品など財布のひもが固い消費カテゴリーがある一方で、東京オリンピックまではラグジュアリーブランドや高額品の動きは現在の好調さを維持すると思われる。平成最後という社会背景も消費マインドにはプラスに寄与する(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・11月は、クリスマス、年末年始を控えての買い控えがあり、売上が低迷している。12～2月にかけては、ボーナス増、年末年始実需、セール、インバウンド需要が見込まれ、今月よりも上向き傾向と予測している。ただし、エルニーニョ現象が衣類関連の売上に影響することを懸念している(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・改元や増税、東京オリンピックへの関心の高まりにつれて、商機が増していくと想定される(東京都)。
		百貨店(店長)	・これまで衣料を中心に買い控えが起こっていたこともあり、年末は前年を上回る平均支給額のボーナスが出るということで、多少は購買意欲が出てくると期待している。
		コンビニ(経営者)	・今冬の長期予報によると暖冬ということで、例年より客の動きが活発になる。また、近隣の競合店がオープンから1年がたち、影響も落ち着いて、売上も前年を超えると予想している。
		衣料品専門店(統括)	・今後の気温の低下とバーゲン需要により、乗客数の増加が見込める。
		衣料品専門店(営業担当)	・来月から12月に入り、防寒物の重衣料の売行きについては、商材の確保から、かなり期待ができる見込みである。毎回前年割れだったものが例年になく売れ、前年を超えることが多くなってきそうである。
		家電量販店(店長)	・12月からスタートする映像向上規格の4K、8K放送が、映像関連商材やメインのテレビに大きく影響を与えて、販売が伸びると期待している。
		乗用車販売店(販売担当)	・当社は人材派遣や紹介もしており、あちらこちらで人手不足を感じている。特に最近、外国人の雇用を増やす動きもあり、引く手あまたで、紹介する際も賃金ベースは上げた状態で紹介をしている。景気はやや良くなる(東京都)。
		乗用車販売店(店長)	・消費税や優遇税制などの変化に伴って販売が増加する。
		乗用車販売店(総務担当)	・ボーナス月、自動車の最大需要月である1～3月と、客の動きも活発化すると予想する。各社もサービス入庫からの新車購入への誘導をするとみている。
		乗用車販売店(渉外担当)	・新商品の投入により販売量が増える。
		その他専門店〔貴金属〕(統括)	・年末に向けて、ボーナス支給などにより消費意欲が高まれば、平均単価も向上し、現在よりも景気は良くなる(東京都)。
		高級レストラン(役員)	・忘年会や正月の予約状況は、前年同期を上回って推移している(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・期待も込めてだが、多少は良くなるのではないかと。景気が上向いているのか、営業努力で良くなっているのか、そのあたりは疑問だが、客の様子からすると、会社の経費で使えるような予算が、多少は増えてきているように見受けられる。
		一般レストラン(経営者)	・乗客数が3か月前と比べて伸びているため、やや良くなる。
		都市型ホテル(経営者)	・宿泊はこの先も高水準で推移する見込みであるとともに、忘年会、新年会の予約も順調に入ってきているため、やや良くなる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・消費税再増税前の駆け込み消費が出てくる。
		旅行代理店(従業員)	・ゴールデンウィークの海外旅行の問合せが増えてきている。長期休暇になるので、ヨーロッパ、アメリカなど単価が高く利益率の高いものが動きそうな気配である(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・第4四半期の取扱人員が増加している(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
		タクシー運転手	・2019年度は、消費税増税に伴う購買力の低下が個人消費を下押しし、成長率が鈍化する。ただし、今回は2014年と比べて税率の引上げ幅が小さいことなどから、大幅な落ち込みは回避され、1%程度の成長は維持できるのではないかとされているため、景気は多少良くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・夜の街に人の流れが多く感じられる。店からのオーダーも増えており、駅では終電後もタクシー乗り場に客が並んでいる。やっと仕事らしい仕事ができそうである。これからますます寒くなるので、タクシーを利用する人が増える。
		タクシー運転手	・年末になるので今月よりはかなり良くなっていく。ただし、年が明けてからが怖い（東京都）。
		通信会社（経営者）	・客からの問合せ等、12月から始まる高度BS4K放送の認知度が上がってきており、高機能視聴端末も今後登場するため、4Kコンテンツの充実とあいまって、客からのリアクションが増えると予想される（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・例年にも増して、年末年始の消費活動が好調であると聞いている。大手企業のボーナス額が好調とのニュースもあり、雰囲気的に大きな消費を考えている客が周囲に多い。消費税増税前の大きな買物の理由については余り聞いていないが、無意識が働いているように感じている。
		通信会社（経営企画担当）	・今のやや良い状態が続くと予想している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・3か月予報によると、今年は比較的暖冬傾向にあるので、やや良くなる。
		パチンコ店（経営者）	・パチンコは、12月の後半から1月に人気のある話題の機械が出る。スロットは、人気のある機械が増産されるため、明るい見通しになっている。2～3か月後は今よりは上向く（東京都）。
		競輪場（職員）	・年末に向けたキャンペーンと正月は一定の売上が期待できる。
		設計事務所（経営者）	・直近の売上では状況が悪いとしか言いようがないが、契約や入金タイミングが関わっているとすれば、今後は良くなってくと期待している。タイミングの問題は相手側の事情によるものなので、当社としては手立てはない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み契約が増加してくるとみている。
		商店街（代表者）	・買物に対するお金の感覚が、非常に慎重になっている。消費税増税という心理的なこともある。買い控えて、できるだけ予算内、あるいは予算以下で買物をするという状況が最近多くみられる。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・天候が安定するという長期予報が出ているので、人の動きも安定するのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・しばらく今のような状態が続けばと思っている。大物商材に期待するが、細かい工事を含め行動を起こしていかないと、需要を見つけるのは大変である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・今後の景気は良くなるかという点、悪さは変わらない。客に余裕がなく、購買や消費構造の変化もあるので、個人商店で物を売るのは非常に難しい（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・師走を迎え、活気が欲しいが、空き店舗が目立ち、難しい。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・米穀販売業には良くなるような材料が見受けられない（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・例年より問合せは増加しているが、受注の伸びが悪い。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・世間では観光客が増えているようで、人がたくさん来ているところの店は良いのかもしれないが、我々のような中小は少しも潤っていない。マスコミの報道は良いとこどりで、一般人は困っているのが現状である。どこが上向きなのか疑問である（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・12月もお歳暮の受注状況に大きな変化はない。厳しい状況が続くため、来客数、売上共に厳しい。
		百貨店（売場主任）	・全体的には、これから特にお歳暮の動きが大事になってくる。お歳暮に加え、店頭の食料品は12月にかけて最繁忙期になっていくので、現状の様子から前年よりも若干期待ができる（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（営業担当）	・現段階で重衣料の動きが鈍いことから、年始のクリアランスについては、ある程度の伸びは期待できると考えているが、単価が下がること、商材自体の生産減もあると考えられるので、大きな伸びは期待できない。食料品関連はギフトシーズンが終了しているため、前年比ではある程度戻ると思うが、全体を押し上げるようなインパクトはなく、現状の厳しい状況が継続する（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンド、富裕層の需要は継続しており、ボーナス需要によるボリュームゾーンの底上げを期待しているが、見通しは厳しい（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・引き続き高額品とインバウンドがけん引することが予想される。また、気温低下に伴い、防寒用コート、雑貨の動きの活性化と、出遅れ気味のお歳暮ギフトの復調に加えて、年明けの冬のクリアランス前倒しにより、今後も商況は堅調に推移することが見込まれる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・初商、クリアランスとこれから盛り上がっていくことを期待しているが、消費マインドが大きく改善していく材料が見つからない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・衣料品、雑貨、食品の菓子等が比較的好調な一方、絵画など高額品の一部や価格高騰の影響がある生鮮品が苦戦している。今後、ボーナス支給後の高額品や冬のセールの動きを見る必要があるが、一進一退で、今後の景気も大きくは変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・国際情勢や政治は不安定なもの、来年10月の消費税増税の影響が出始める頃までは、大きな変化はない（東京都）。
		百貨店（副店長）	・堅調な消費は続くと思われるので悲観的な見方をすることはないが、先行きの不透明感は全く変わらない。好況の実感が感じられない期間が長くなっている。
		百貨店（計画管理担当）	・相変わらず婦人、紳士共に衣料品の動きが鈍く、食料品も安定した売上を確保できていない実情に鑑みると、この先も厳しい状況が続くと予想される（東京都）。
		百貨店（店長）	・当店に関しては、3月に迎えるリニューアルまでは現在と同様の売上や来客数を見込んでいる（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・客の様子を見てみると、広告初日の目玉商品やポイント何倍の日、あるいは時間帯でのタイムセール等、特典のある時間や店舗をうまく使い回って安い物を買うという動向がまだ続いているように感じる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・暖冬傾向で、野菜の相場が大分下がってきており、冬用の消費がやや伸び悩む。先行きを考えると消費は冷え込み、やや悪い状態が続く。
		スーパー（店長）	・本来ならば良いと答えたいが、来客数が前年を下回っており、3か月後も急な改善は非常に難しい。したがって、今と変わらない。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、出費がかさむ年末も控えているので、当面は変わらない（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・今後のプラス与件としては、ボーナスが以前よりも大きく増えるということだが、エルニーニョ現象により暖冬が予想されるため、特にウエイトの高い、冬物を中心とする衣料品の売上は見込めない。客の購買力にも力強さが感じられない。
		スーパー（営業担当）	・大阪万博の開催は明るいニュースだが、米国、中国との貿易摩擦がこれから日本に与える景気の影響が心配である（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・年々、家族そろっての行事が簡素化され、年末年始の商材はダウントレンドとなっている。全体の売上確保は非常に難しい。
		コンビニ（経営者）	・景気は徐々に後退気味であると感じる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・おでんなど季節商材の売上は予定どおりである。ファーストフード、冷凍食品の売上も安定しており、大きな変化を感じる気配はない。
		コンビニ（経営者）	・年末年始になるので期待はしているが、国内外に波乱要因が多いので、余り期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の動きが弱く、前年割れのトレンドが続いている（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
		衣料品専門店（経営者）	・一般消費者は消費税が10%に上がるという感覚でいるようである。軽減税率もはっきりしないし、今は生活物価もあちこちで値上がりしているようで、節約志向がかなり強くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・依然として低迷しているが、これから年末商戦に入るので、それに期待したい。
		衣料品専門店（店長）	・対象客の可処分所得の向上が期待できないこと、着物等の高額品はレンタルに移行しつつあることから、変わらない（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・衣料品は必要な物しか買わない傾向にある。
		家電量販店（店長）	・12月からの4K放送開始を機に、テレビの買換え需要が期待できるが、暖冬予想により冬物商材の落ち込みの影響が大きいと予想している。また、関税の影響で中国人の購買意欲が低下する（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・12月から始まる4K放送に期待はしているが、今のところ大きな買換え需要の兆しはみえていない。節約志向と、消費者の選別の目が厳しくなっている感がある（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車整備は順調であるが、販売は来客数が結構ある割に、なかなか契約に結び付いていない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売が大幅に増えることはないで、前年と同じくらいの売上になる。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末に向けて、買い渋りが考えられる。
		乗用車販売店（店長）	・商材の売行き、客との話のなかで一部の法人では業績も伸びているようだが、全体としては少なく、なかなか景気の良くなるような話を聞かない。
		住関連専門店（営業担当）	・来年の消費税増税に向け、リフォーム業においては特に大型工事の引き合い、受注が堅調である。少なくとも来年前半までは今の状態を維持していく（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・平成最後の新年なので、是非、盛り上げていきたい。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・大型タイトルの発売が一巡し、落ち着きを取り戻す（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・例年どおりの推移なので、前年より大幅に伸びることはない。
		高級レストラン（営業担当）	・法人関連の宴席や予約状況の推移から、変わらない（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・年末年始の法人予約等の状況を見ても、前年とほぼ変わらないと予想している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・景気の不透明感は一層増している。消費税増税や東京オリンピック、東京パラリンピックもどのような影響があるのか、事業主も不安感を抱いている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税に対しては、消費者だけでなく我々零細企業も対応や意識が追い付かず、厳しい状況にある。相変わらず深刻な人手不足で人件費が高騰しており、その上、働き方改革への対応は我々にとっては大変深刻な問題になっている。仕入原価も高騰している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子を見てみると、まだ良くなるという感じはしないが、逆に悪くなるような話も聞かない。銀行の融資も厳しくなってきているが、相変わらず建築、不動産業界の客のお金の使い方が結構派手なので、しばらくは現状のまま推移するとみている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・年末景気が良くなるのを期待はしているが、大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題があり、当該企業や関連会社の社員も宴会に出にくくなると思われるので、この近辺でもかなり影響が予想される。
		一般レストラン（スタッフ）	・良くなると思える要素がない。
		観光型旅館（スタッフ）	・来客数は増えても減ってもいない（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・年末に入るが、物価の上昇が響いているのか、客が思うように動かず、結果が出ない。
		旅行代理店（従業員）	・例年の客からの受注はあるため、景気の変化を感じるまでには至っていない。
		旅行代理店（従業員）	・良くなる要因が見当たらない（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
		タクシー運転手	・正月を控え、様々な出費の準備をしている。やや財布のひもを固めにして備えている状況で、動きはほとんど停滞したままである。
		タクシー（団体役員）	・年末、ボーナス時期を迎え景気上昇が期待されるが、例年、年明けはその反動で景気が低迷する傾向があり、トータルでは変わらない。
		通信会社（経営者）	・景気はやや上向いているように感じるが、今後、消費税再増税の話題が多くなり、消費者心理を少し冷やす（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・大きく好転する材料も見当たらず、しばらくは今の状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・競合他社との価格競争が激化しており、限られた客を奪い合う状況がしばらく続く。
		通信会社（局長）	・12月から4K、8K放送がスタートするが、今のテレビが見られなくなるわけではなく、まだ4Kチューナー付きテレビは高額なため、伸長しない。ケーブルテレビ経由での視聴促進に期待が掛かるが、慎重な客も多く、もうしばらくは様子見と思われる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（総務担当）	・為替や異常気象等による大きな価格変動がなければ、年末年始の特需も落ち着くものと考え（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・問合せ件数等も、ここ数か月大きな変動はないので、この先も今の状況が続く（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・放送、通信で世間一般的に特別な需要を起こす材料が見当たらない。
		ゴルフ場（従業員）	・少子高齢化のなか、景気を良くすることが一層難しくなっていく。
		ゴルフ場（従業員）	・入会者の引き合いも堅調であり、引き続き底堅いコース稼働率が見込まれる。
		パチンコ店（経営者）	・やや停滞気味ではあるが、一方では年末商戦や人の動きが活発になるため、総じて変化はない。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・2月は元々集客力が弱く、かつ天候に左右される（東京都）。
		その他サービス[学習塾] （経営者）	・生徒数は下げ止まった感があるが、今のところ人数の増減や他塾の単価引上げ等もないため、生徒数、売上は変わらない。
		その他サービス[立体駐車場] （経営者）	・特に良くなる材料はない。
		その他サービス[電力] （経営者）	・12月から4K放送が開始となり、ボーナス商戦で4Kテレビがある程度売れるとみている。家庭でのテレビ視聴率が向上し、電気使用量も増える可能性がある一方、暖冬傾向で、暖房用の電気使用量が減少し、相殺されてしまう（東京都）。
		その他サービス[学習塾] （経営者）	・良くも悪くもこれといった変化が感じられない。
		設計事務所（経営者）	・年末に向かうなかで、仕事量全体が減っており、人手不足のために受注量も減っている。新しい物件に対しての仕事量は確かに減っているが、打合せ自体も減っており、やはり人手不足という言葉が相談のなかでよく出てきている。
		設計事務所（経営者）	・消費税再増税に伴う駆け込み需要は一過性で、景況感が変わるほどではない。年度内は大きな状況変化はない。
		設計事務所（所長）	・消費税再増税に対応するための計画の話もなぜか進まない。この時期から進めないと、設計は不可となることが多いので、駆け込み需要はないと考える（東京都）。
		設計事務所（職員）	・大阪万博、IR（統合型リゾート）などが景気動向に好影響を与えることに少しは期待している（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税再増税とはいえ、消費税再増税後の税制や政策を踏まえて、急がなくても良いとの慎重な考えの客も多く、景気は良くなるということまではいかずに、現状のやや良い状況のままで推移する。
		一般小売店[印章] （経営者）	・年賀状印刷が今の主力商品なのだが、コンビニエンスストア、DPI等での受注が最近顕著になってきている。受注合戦が非常に激しいなか、専門店の立場は非常に不安定になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔生花〕 (店員)	・2～3か月後に当たる2月は日数が少ないので毎年売上が悪い。恐らく来年も同じだと思うので、厳しくなると予想している(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・生活必需品の値上げ、また、ガソリン等の価格も厳しく、地方百貨店は厳しさを増す。
		百貨店(総務担当)	・近隣商業施設がオープンした際に、当社がどのようなダメージを被るかが見えていないが、影響はある。
		百貨店(営業企画担当)	・消費税再増税への不安が顕在化する(東京都)。
		スーパー(経営者)	・消費税再増税などを控えて、将来への不安が増している。
		スーパー(販売促進担当)	・暖冬により衣料品の在庫が圧縮されており、売上増は期待できない。客も値下げを待っており、販売数量の増加は不可能である。
		コンビニ(経営者)	・近隣にまたコンビニエンスストアがオープンするため、景気は良くならない。
		コンビニ(経営者)	・当社はコンビニエンスストアを複数店経営しているが、どの店も来客数が減っている。これは消費がやや低迷しているのか、それとも店舗数が増えているためか、どちらもあるのかもしれないが、1店舗当たりの売上、来客数共に少しずつ下降傾向になっていると感じている。
		衣料品専門店(経営者)	・暖冬だけではなく、購買に非常に慎重になっている。
		住関連専門店(統括)	・景気の良くなる事象や内容がなく、まだ冷えきった状態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)	・12月はさほど変わらないが、1～2月はワクチンなどの動きが鈍くなるので販売は下がる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・来年10月の消費税再増税がメディアで取り上げられるようになってきているが、消費者の可処分所得が上がらないなか増税だけが目立っており、将来不安による購買モチベーションの鈍化につながる(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・国際経済において米中関係が不安定である。国内も同様だが、不安定な政治的動向に翻弄されるのではないかと。
		一般レストラン(経営者)	・2～3か月先は、12月は良いが1～2月は極端に落ち込むので、今よりはやや悪くなる。毎年のことだが、1月はケータリングがややあるが2月はないので、売上がかなり落ちる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・年明けからの受注状況が前年同期比で大幅に落ち込んでおり、料金を割り引いて販売しているが、反応が鈍い。個人は直近での動きに期待もできるが、法人はリカバリーが難しく、厳しい状況となっている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・年明けは完全なオフシーズンとなるため、状況は良くない。
		旅行代理店(販売促進担当)	・今後2～3か月は、例年のことだが冬場を迎えて今より悪くなる。現状では先行予約が少ないので、先行きはかなり厳しい(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・年度初めの1～2月は販売量が年間で最も低い傾向にある。
		タクシー運転手	・各会社共に昼間の利用は変わらずにあるが、夜の利用はますます厳しさを増している。また、驚いたのだが、ある日本有数の広告代理店では、夜の10時にエレベーターが止まってしまつたので、エレベーター渋滞が起こるそうである。この会社は以前はタクシー利用が非常に多い会社であった。ここまでする会社はそうはないと思うが、法人利用はますます厳しくなっていると感じる(東京都)。
		通信会社(管理担当)	・下向きの傾向が続いている。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕(支配人)	・消費税再増税の時期が近づいてきており、心理的な閉塞感が消費を鈍らせる。特にレジャー産業は厳しくなるのではないかと(東京都)。
		その他サービス〔保険代理店〕(経営者)	・年末年始の景気には影響されない業種のため、根本的に自店での改善が必要となる。
		設計事務所(所長)	・全体的に仕事量がない。仕事内容も新築物件はほとんどなく、改修工事に偏っており、これからの設計業務は大変厳しくなる。耐震診断等もあるが、民間には予算やお金がないということで、前へ進まない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・住宅購入に関わる様々な環境が改善されない限り、景気は良くなる見込みはない。住宅が売れると経済波及効果がかなり大きく、個人消費の回復にもつながるが、今のままでは悪くなってしまふ。
		住宅販売会社（従業員）	・景気が良くなりそうな情報は余り入ってこない。緩やかに悪くなりそうである。当社の手がけているホステル事業は好調に推移していく。インバウンド需要の観光客増加が追い風になっている。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・例年この時期になると、来年のいつもの仕事も含め相談があるが、今はそのような状態にない。今後もこの状況が続くと考えているので、非常に厳しい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の仕事量は見込めるが、例年以上にはならない予想である。建築資材のスポット需要はあくまでスポットであり、底上げまでは期待できない（東京都）。
	×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・今の状況が良くなることはほとんどない。悪くなる一方である。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・当店だけなのかよく分からないが、客のところに行っても、設備投資、その他商品の買換えという話が全然出てこない。例えば、4K、8K放送がスタートすると皆騒いでいるが、まだしばらくそれには飛びつかないような気がする。とにかく購買意欲が低くなっているような気がする（東京都）。
	×	コンビニ（経営者）	・今年の暮れは、ギフト、おせち料理などの受注状況を見ると、非常に厳しいと感じる。当店のみならず、コンビニ全体につながるようなことではないか。コンビニは、会社全体として伸びているのかもしれないが、駅ナカの店ができたり、非常に厳しい環境にある（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・特価品以外に客の関心が向かなくなっている。古紙価格が上昇しているため、段ボール等のこん包資材が上昇し、コスト増加の影響も大きい。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・年末近くになっても良くなる兆しがない。来年の1～3月はどうなるか恐ろしい（東京都）。
	×	観光名所（職員）	・こちらは観光地で、1年のうちで今が最も旅客数が増える時期である。2～3か月後は、今月に到底及ばない（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）	・問合せの件数が増えてきているが、人材不足のため断っている。そのようなことから、景気は上向いている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末の繁忙期で更に活発化する動きが見えてきているので、良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いの中で、学校や特養施設関係の環境改善機器の大口物件が増加してきているため、当社の売上にプラスになることが期待される（東京都）。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・年末年始は毎年サロンの最必要期となるため、今期も上向きになると見込んでいる（東京都）。
		金融業（総務担当）	・小売業は、年末商戦と来年の消費税増税もあり、消費者心理的に売上の増加が見込める。建設不動産は、まだ地価の高止まりはあるものの、今後も好調と思われる。年末の長期連休に旅行を考える客が多いとの話もあり、全体的に消費の増加が見込めるため、景気はやや上向く（東京都）。
		税理士	・民間企業の冬のボーナスも高水準で、景気を押し上げる。大阪万博も決まり、東京オリンピック後の受皿もできて、建設、観光に期待できる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・年末年始にかけて、スポット的な特別作業が増えてきている（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・酒類は全般的に良くない状況が継続しそうである（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・この先の景気は天候次第である。
		化学工業（従業員）	・値上げの影響で、若干の仮受注が増加しているが、その先の受注は減少する様子なので、変わらない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・良くなる要素はない。原油価格の影響がそろそろ出てくると思うので、変わらないか、やや悪くなる。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器、化粧品容器共に大きな変化はなさそうだが、機械設備関係の業者は中国景気の一服感で3割ほど減少しているようで、化粧品容器受注への影響が懸念される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・主要取引先の業界は、貿易摩擦により、好転する気配がみられず、新規営業をしているが、すぐには効果は望めない。
		金属製品製造業（経営者）	・仕事量が増えてきているので、価格交渉に努め、受注できるように努力する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今までは倉庫に置けないほどの材料支給を受けていたが、倉庫に入るくらいになってきている。ただ、このままフル稼働は変わらない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・特別に良くなる、悪くなる等の情報は一切ない。また、季節商材でも大きな変化はないので、これからもそのまま行くという状況である。
		建設業（経営者）	・中小零細企業に対する対策が確実に実施されていない。
		建設業（経営者）	・来年度までは消費税増税の問題で飛び込み需要があると見込んでいる。サッシも4月から防火認定の関係で値上げすることと、ダブルで駆け込み需要が増えるのではないかと。
		建設業（経理担当）	・改修工事や小型の工事は幾つかあるが、当社にとっての中規模、大規模工事の話はなかなかない。年末や年度末、しかも消費税が増税になるという現状であるが、近隣では大きな工事案件がなかなか浮かんでこない。
		輸送業（経営者）	・求人数が多く、景気の良い状態が続く（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の輸出量は変わらず低迷している。国内出荷量は伸びると予想されるが、時期は未定である。
		金融業（統括）	・国外の政治不安要素は非常に大きいとは思いますが、現時点ではそれほど大きな影響は出ていない。
		金融業（従業員）	・製造業の取引先では、一部に好調な事業者もあるが、全体的には売上などの頭打ち傾向が感じられる。また、先行きの原材料価格上昇を懸念する声も聞かれる（東京都）。
		金融業（支店長）	・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題の影響が計り知れない。取引先も進捗を見守っている段階である。当面、景気は横ばいを見込んでいる。
		不動産業（経営者）	・賃貸の状況は大分悪く、このように多くの空室がある状況は正常ではない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・およそ変わりのない売上予想だが、少しずつ減少しており、変わらないとやや悪くなるとの間にも感じる（東京都）。
		税理士	・米国、中国の景気と、米中貿易摩擦による影響で、日本車もいつ関税を上げると言われるか分からない。米国の動き等は、国内、特に大企業に大きな影響を与え、中小企業も影響を受ける。また北朝鮮の問題もあるし、どうなっていくか分からない（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	・年末に向けて消費が活発化することを期待したいが、良い材料が余りない。
		経営コンサルタント	・米中貿易摩擦の問題は、国内の中小企業にはまだ大きな影響が出ていないように見える。しかしながら、これから影響が出てくるのではないかとと思われるので、大きな不安材料ではある（東京都）。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・余り良い話を耳にしない（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・売上は回復傾向にあるが、原材料の値上げ実施と、取引先の米国や中国など、輸出入先の影響による先行き不透明感が強く、全体の景気は現状のまま変わらない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状のままで推移していく。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年未年始、また東京オリンピックの前年を迎えることになるが、特に活発になるということはない（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・現在3か月先までの仕事を受注している（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年度末に向けた動きもあることから、当面この状況が継続する。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・取引先の先行きの見通しが立たなくなっている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は変わらないが、個人客の来店件数が少なく、やや客単価が下がっている（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
		化学工業（総務担当）	・秋の需要に天井感が漂う。消費税再増税の影響はまだ感じない。導入に向かったの景気下支え施策に期待したいが、好調な米国経済が米中貿易摩擦で失速しないか危惧している。大阪万博の開催も決まり、個人消費の堅調な推移も期待するが、年金財政の将来見通しが不透明ななか、入国管理法改正による賃金への影響で、消費が落ち込まないかが懸念される。
		通信業（経営者）	・中国と米国の関係である。
		通信業（広報担当）	・今月の状況が良過ぎるため、その反動が表れる（東京都）。
		金融業（役員）	・地方銀行を中心とした不動産融資への慎重な姿勢から、不動産取引についてはやや減少していくものと思われる。
		広告代理店（営業担当）	・受注が増えている特定の取引先に頼っている現状は、構造的にやや不安がある（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年、年明けは受注量が減少する（東京都）。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦による減産、原油高、金属材料費や人件費の高騰が営業利益を圧迫してきている。
	×	建設業（経営者）	・消費税の再増税があるので、悪くなる。
	×	輸送業（経営者）	・年末年始の特需は過去のものとなり、取扱量の減少に加え、稼働日が少ない1～2月は状況が悪化するものと思われる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足が充足されず、想定年収も上昇傾向にある（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・求職者数の増加に伴い、求人数も増えている。求職者数は前年比130%ほどに増えており、求人数も120%と増加している。求職者の希望も来年以降開始のものが多く、2019年1月以降も変わらず推移していくと見込んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・来月以降に勤務開始の派遣求人も動いており、年度末に向けて引き続き求人数は増えていく。前年比で考えると余り変わらないが、数か月間での比較では良くなる方向にある（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・インターンシップイベントに参画する企業が増加している。様々な業界に人手不足感があり、中途採用を含めて広告宣伝費が増える（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・中小企業の複数の経営者と懇談したが、海外のどの国もそれほど良くなっておらず、正月にかけて景気が良くなるとは思えない。ただ、来年10月の消費税再増税に対して、住宅産業だけは3月までに契約しないといけないため、若干、営業が忙しくなってきたという話はある（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が続き、求人数は堅調に推移する。
		人材派遣会社（社員）	・短期的な景気の上下はあるかもしれないが、数か月単位で考えると、結局変化はみられない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求人数そのものは、3か月前比、前年比共に2けた増となっており、堅調に推移している。また、求人数は年計ベースでも前年を上回るトレンドを見せていることから、当面景気は変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・直接雇用化に一服感があり、求人側、求職者側共にこう着状態である（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・慢性的な人材不足は変わらず、特に若手の獲得が難しい。事務処理のロボット化を始めているところが出てきている（東京都）。
		求人情報製作会社（営業）	・2～3か月前の状況と大きく変わっていないので、今後2～3か月前も大きな変化はない（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気の良い状態がしばらく続いているが、これ以上景気が上向きような要素は余り感じられない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・国際情勢などが変わらない限り、2～3か月では特に大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数はこれまで増加傾向にあったが、9月に続き10月も前年度比6.8%減少となり、増加は一段落している。また、求職者の就職率は前年度比3.9%減少しており、求人倍率は高水準で推移しているものの、求人、求職のミスマッチが課題となっており、就職件数が伸びていない。
	職業安定所（職員）	・求職者数が変わらないなかで、新規求人数は1割程度増加しているが、人手不足業種の解消がない限り、改善しているとは考えにくい（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
		職業安定所（職員）	・増加していた新規求人数は一段落した感がある。新規求職者数は依然として前年同月比で減少傾向にある。人手不足を理由とする求人条件の緩和も、頭打ちになっていると申し出る事業者が多くなっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人は高水準で推移しているものの、採用に結び付いていない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・国内の構造変化、及び海外からの人材の門戸を早期に改善するため、規制の見直しが必須である（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・新卒、中途共に特に大きな変化はありそうにない（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）	・明確な傾向が見えているわけではないが、周辺企業や国内製造業全般の様子から、2～3か月かもう少し先かは不明確であるものの、低下する兆しが見え始めている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	・2～3か月先も変わらずに下降傾向にあると思うので、今よりも悪くなる。
	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)		遊園地（職員）	・今後もイベント実施などの集客施策や料金施策の効果により、引き続き多くの来園客を期待する。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・寒い季節がやってきたため、トイレや風呂で亡くなる方が多くなっている。しばらくは寒いので、この状態が続く。
		商店街（代表者）	・2月の初めから新入生の学用品販売が始まるので、店も活気づいて忙しくなる。
		商店街（代表者）	・年末贈答用農産物の生育が良く、多くの注文が期待できる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末年始に向かって、客の動きが少しずつ良くなるのではないかと期待している。
		百貨店（売場担当）	・ここ数年、新規客が大きく増えることはないが、現在当社で力を入れているWebからの客の取り込みによって、今まで来店しなかった新しい客の獲得に成功すれば、少しは変わるのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要により、新車販売の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・地域性から、季節商材の販売増が望める。
		乗用車販売店（管理担当）	・販売台数や来客数の見込みから、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・希望的観測をもって、前向きに考えている。
		スナック（経営者）	・通常ならそろそろ忘年会の予約が入り始めるが、今年は少し遅いようで、売上も例年並みを期待できるか分からない。ただ、12～1月は忘新年会で、ある程度は人が流れると思うので、多少の売上は期待できる。
		観光型ホテル（支配人）	・この先の予約はおおむね良好で、インバウンド需要は堅調である。国内客の動きも良くなってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約はある程度好調なまま推移しているが、フリー客の動きはさほど回復傾向にない。天候等の外部要因は見当たらないので、フリー客を取り込めれば確実に良い方向に向かうとみている。これからイベントが続くので、そこで大きく人が動いて好転に向かうと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・12月に入りボーナスも出ると思うので、全体的な動きが良くなり、忘年会等の利用が見込める。また、天候も暖冬傾向で、客が外出しやすい雰囲気になっている。
	タクシー運転手	・12～1月はふだんの月よりも売上がかなり多くなる。ただし、前年並みにいくかどうかは分からない。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税の影響がどう出てくるのか、今の段階では予測ができない。先行きが良くなるような兆しはみえない。	
	百貨店（営業担当）	・現状とさほど変わらない。人手不足感が強いので、大変だとは思いますが、賃金やコスト上昇も考えられる。景気自体はそれほど悪くはない。	

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
		スーパー（経営者）	・比較的気候が温暖で、鍋材料の売上が低迷しているため売上増は余り期待できない。
		スーパー（経営者）	・11月は売上が前年比25日までで131%、来客数100%である。今月も大きなイベントが2回あり、3日間無事に終わった。来年3月、5月と大きなコンサートがあり、仕事が入っている。
		コンビニ（経営者）	・お正月、節分関連のイベントがあるものの、低調なのではないかということで、変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・良く捉えれば持ちこたえているといえるが、これ以上は下がりようのない状況にあるともいえる。
		コンビニ（店長）	・長期予報では暖冬予想だが、そうなると陽気も中途半端になる。今月の状況のまま変わらないと、物の動きは難しくなるのではないかと。
		家電量販店（店長）	・近隣企業で、景気の良い話を聞かない。
		乗用車販売店（経営者）	・高齢化により自動車を手放すユーザーもあるため、当社の顧客数は減少傾向にある。
		都市型ホテル（支配人）	・例年、冬の宿泊稼働は落ちるが、今年は初の試みとして中心市街地や地元の名刹の参道でイルミネーション点灯が行われる。期間も長いので、県外客の集客に期待したい。
		旅行代理店（副支店長）	・増加傾向はこのまま継続するとみており、海外、国内旅行共に、順調な受注である。懸念されるのは、秋の収穫時期の荒天による収入減での旅行離れである。それさえなければ、春先までは現状の動きが継続する見込みである。
		通信会社（経営者）	・12月1日の4K8K放送スタート間近であるが、関心、興味を示す人は限られている。余り期待できる状況ではない。
		ゴルフ場（経営者）	・暖かな日が続き、平日利用の多いシニア、レディースの動きが良い。当ゴルフ場では、健康でけがのないコースづくりを行っている。
		ゴルフ場（経営者）	・年金世代の消費が旺盛なうちは、身の回りの景気は変わらないと予測する。
		美容室（経営者）	・天候が安定してきているため、固定客の来店数はほとんど変わらない。12月に入っても大きな変化はない。
		設計事務所（経営者）	・3か月後も変わらず、仕事の依頼が多く入っている。
		百貨店（店長）	・気温が高いこともあり、主力の衣料品は重衣料の動きが悪く、売上は前年を下回っている。また、好調だった食料品も良くない。全体的に消費の勢いが感じられない。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の話題が多い上、不安感を醸成する話題も多いので、やや悪くなる。
		スーパー（副店長）	・北国の冬は灯油やガソリンの消費が多い。今年は燃料価格が高騰しており、景気が上向くとは考えにくい。また、来年には、消費税増税もあり、徐々に節約志向が高まる。
		自動車備品販売店（経営者）	・ボーナス支給増による購買意欲増を期待するが、冬季商材の販売遅れ分を取り返すのは厳しい状況である。機械製造業の輸出関連では、減産の話も耳にすることが増えている。消費税増税に対する見定めで買い控えも出始めている。
		一般レストラン（経営者）	・当地域の大型飲食チェーン店出店による影響は、常連客も含めて戻るのがに時間が掛かりそうで、この先不安である。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要因が見当たらず、飲食業の場合、消費税増税時の軽減税率対処の問題があるので、対策を考えたい。
		スナック（経営者）	・フリー客の動きは良くなく、忘年会の動きも余り良くない。降雪が少ないため、スキー場にお金が落ちないのも困る。
		観光型旅館（経営者）	・冬季は売上減少が続いていたが、7年ぐらい前から減少が止まって、低いながらも売上は安定している。今月は売上がやや良かったが、冬季は例年並みに戻ると予想し、やや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘販売が低調で、売上減が続いている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・冬物の消費も、春になるまで分からない。
	×	スナック（経営者）	・地方は、総理大臣の行動とともに動いていない。都会は東京オリンピックや大阪万博と、これから良くなると思うが、地方は本当に大変である。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
動向 関連 (甲信越)		食料品製造業（営業統括）	・やや低迷していた消費量が回復してきており、今後も引き続き増加すると考えられる。ただし、心配される点は、ぶどう生産が、付加価値の高い生食用ぶどうに移行しており、国産100%のワイン原料の確保が心配である。	
		金融業（経営企画担当）	・年末年始にかけて商戦も活発になると感じている。また、ボーナス支給による消費の活性化等もあり、やや良くなる。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・近々には、クリスマスワークショップの開催が見込まれる。また、年度末に向けて新製品の受注見込みに期待している。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注見込みもあり、当面は安定しそうである。	
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・展示会や中国人客頼みのところがあり、卸売や小売の店頭販売はいまだに低調なため、先行きの見通しは依然として変わらない。	
		建設業（経営者）	・冬季に入り、人手不足の状況も続いているので、受注量は落ちてくる。原材料の価格上昇により、経費の増加が予想される。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・チラシの減少傾向に歯止めがかからない。エクステリア工事業者は「注文はあるが、工事も人手不足で受けられない。結果は同じで良くも悪くもない」と話している。	
		食料品製造業（総務担当）	・閑散月であることに加え、年末の反動で販売の動きが悪くなるのが予想される。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・材料費の値上げの影響で、やや悪くなる。	
		金融業（調査担当）	・米中の貿易摩擦の影響が顕在化しなければ、緩やかな回復が続く。現状、両国対立の緩和の動きはみられず、これまで景気をけん引してきた製造業にも影響が及び始めるとみている。	
		×	食料品製造業（製造担当）	・最低賃金が更に上がり、零細企業は売上、利益共に減少しているなか、経費のみが増加して、経営環境がどんどん悪化している。
		×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変なのはいつものことだが、仕事量の減少も感じている。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きの見通しが改善されない。	
雇用 関連 (甲信越)		-	-	
		職業安定所（職員）	・求人倍率は高水準を維持しており、新規求人数も増加したことから、大きな動きではないが、やや良くなると見込まれる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・希望している就労先が見つからないまま、年末を迎える人が多いように思う。職安等も含めて、現実と違う条件が多く、相変わらず派遣会社に相談に来る方が多いため、今後も変わらない。	
		求人情報誌製作会社（経営者）	・季節的に臨時従業員を募集する店が多くなるものの、応募者が少ないため、現状のスタッフで少しでも効率よく回していかなければならない。	
		職業安定所（職員）	・新規求人は申込み時期の波はあるものの、好調を維持している。新規求職は定年到達者、在職者で増加がみられ、全体では4か月ぶりに微増となっている。また、在職者の全体に占める割合が2.9ポイント増加しているが、離転職の動きは鈍く、企業の人手不足感は変わらない。	
		職業安定所（職員）	・パートを含む有効求職者数、有効求人数共に前月より増加しているものの、上半期と比較して同一水準で推移している。有効求人倍率も前月と同じことから、やや高水準で景気は推移している。今後3か月から半年は、同一水準で継続していくと考えている。	
	民間職業紹介機関（経営者）	・製造業に米国大統領の政策影響が出始めている。外注委託を自社の内部作業に切り替えたり、あるいは、より安い海外へのシフトが一層強くなって、零細企業と大手、中堅企業の格差拡大が予想される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・客の財布のひもも緩みつつある。
		商店街(代表者)	・客の購買意欲から、年末になると売上増加につながるのではないかと思われる。
		一般小売店〔結納品〕 (経営者)	・年が明ければ少しは良くなってもらわないと困るので、希望をもっている。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・引き続き年度末に向け一定の受注が続いていくと考えられる。
		百貨店(経営企画担当)	・冬季ボーナスも好調に推移することが想定され、消費税の引上げを視野に入れた高額品の購買などに期待がもてる。引き続きインバウンドも好調であり、売上の底上げの一因となる。
		百貨店(販売担当)	・微増といった感じだが下降はしていない。ただし、クリスマス商品等、シーズンアイテムは不調である。
		スーパー(店員)	・寒くなり、みかんや鍋物関連などの売行きは好調である。
		スーパー(総務担当)	・きちんと商品の説明や試食販売をしている商品は、売上が大きく伸びている。
		スーパー(支店長)	・暖冬なのか、寒さも厳しくなく客足が良く購買量も増えている。天候も良く青果物も豊富にそろい、売上拡大にも更に期待ができる。ボーナスの時期となり今後に期待したい。
		コンビニ(企画担当)	・報道紙面でもいわれているが、東京オリンピック開催関連と消費税の引上げの影響で、3月までは需要が増える。
		コンビニ(商品開発担当)	・気温が高く推移しているため、コンビニには追い風となりそうである。
		コンビニ(本部管理担当)	・小売業は曜日に売上が大きく左右される。特にコンビニ業界は、平日にイベントがあると効果が抜群である。クリスマスや年末年始等、今後のイベントは平日のため、コンビニ業界にとっては追い風となる。したがって、天候が安定していれば前年以上の売上が期待できるとともに、景気にも良い意味で寄与すると考えている。
		衣料品専門店(販売企画担当)	・生活必需品の動きも良くなってきている。
		家電量販店(店員)	・地元のケーブルテレビ会社が4K・8K放送に対応し、申込みもかなりあるようで、テレビの買換えが伸びそうである。
		家電量販店(フランチャイズ経営者)	・12月はボーナスシーズンで毎年大物消費がある。今年は消費税の引上げ前の駆け込み需要と4K放送関連で少し良くなるのではないかと見込む。特に、4K放送は予想より問合せが多い。
		乗用車販売店(経営者)	・新年の初売りは例年にぎわいを見せるので、そこに集客イベントを合わせていきたい。
		乗用車販売店(経営者)	・雇用情勢がひっ迫し売手市場であることから、年末ボーナスを含め給与水準は上がる傾向にあり、消費は引き続き堅調と思われる。
		乗用車販売店(従業員)	・車のマイナーチェンジや改良も控えており、決算に向けて増販の準備は着々と進んでいる。
	乗用車販売店(営業担当)	・新型車の予約受注が始まり、予約数も伸びている。	
	乗用車販売店(営業担当)	・年が明ければ、また来客数は回復するのではと期待している。	
	その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。	
	その他専門店〔書籍〕 (店員)	・リニューアルオープンして効果を維持するのは難しいが、12月はイベントを企画し、ポイントサービス等で売上維持を期待している。	
	旅行代理店(経営者)	・悪い材料はない。元号が変わる新しい年に向かって、少しは良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（営業担当）	・ガソリン、燃油等の高騰はややマイナスの要因であるが、それでも少しグレードを上げたホテルの宿泊予約、クルーズ旅行や航空座席のプレミアムエコノミー席など高品質な内容の旅行商品を希望する客が増えているので、地震等の災害や世界情勢、治安の悪化等といった不測の出来事が起こらない限り、景気の安定が続くと思われる。
		美容室（経営者）	・年末年始に向けてイベントが多くなり、ボーナスが入ること等によって来客数が増えていく。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・共感力など社会に適應する能力を身につけるために福祉施設を利用する頻度が増加する。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・賃貸部がオフィスのロードサイド側に移設することにより、客足が伸びるのを期待する。また、業務分掌を12月より本格的に変更するので、一人一人が営業に集中できるはずである。
		商店街（代表者）	・東京オリピックが近づいて、明るくなっている気がする。
		商店街（代表者）	・正月明けは忙しくない。
		商店街（代表者）	・客単価が、どんどん低くなっている。必要な物以外は、見もしないという傾向が、前月よりも若干強まっている。
		商店街（代表者）	・周りの中小企業では廃業や縮小が多く、冬のボーナスも出ないか、出ても非常に少ないようなことも聞いている。地方の景気は閉塞感が強い。
		商店街（代表者）	・4K放送需要に期待するのみで、その他に関しては今のところ期待できない。消費税の引上げを前に若干の需要増はあるかもしれないが、余り期待できない。
		商店街（代表者）	・今のところどちらに動くのが予測はつかないが、今後2～3か月間に、小豆、小麦粉、乳製品など値上げラッシュなので、厳しい結果が待っていると見込まれる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・年末商戦が近づき、冬物商材の動きも活発になることを期待したいが、当地方では、まだ陶器関係の業者の廃業が目につく。大都市のターミナルエリアまで30分ほどで行けてしまうが、ターミナルエリアの店舗は活況で、その影響をもろに受けている。地元駅前をイルミネーションで飾り付けて人を集めるような政策を打てれば良いが、音頭を取る人もいないし、行政も活性化策を提案してくれず、ターミナルエリアに客を取られてしまう。一方、調剤部門は安定が見込まれる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・景気の良いのは一部だけで、一般個人商店は依然厳しい状況にある。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・蓄えに回したり自分のためには金を使うが、人には使わない傾向が強いので贈答の需要は伸びない。しかし、法人客は伸びている。3か月先も会社関係によって救われるかもしれないが、個人客の贈答は減っていくため、プラスマイナスゼロで変わらない状況が続いている。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税の引上げまでまだ少し間があるので、消費行動が何とも分かりにくい。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		百貨店（売場主任）	・自社カードの優待や関連会社の優待券を発行しているが、それほど盛り上がりがない。買う人は買うし、買わない人は買わない。家に帰って相談するという人も結構いる。高額な靴の購入客には、若い層が結構増えている。以前は40～50代の客が結構多かったが、11月に入ってから、20代で高級な靴を買っていく客が増えてきている。
		百貨店（企画担当）	・インバウンド需要の伸びにより食品や化粧品などの消耗品は今後も伸びが見込めるが、国内需要は前年を下回る状況が続く。特に、ファッション衣料や雑貨については、中間所得層の消費意欲が低いこととメーカー側が製造を控えていることもあり、好転の兆しはみられない。
		百貨店（経理担当）	・比較的暖かい日が続いており、冬物衣料品の動きが鈍ってきているため、年末商戦に不安がある。
		百貨店（販売促進担当）	・景況感を改善するファクターがなく、当面は現在の景気が継続する。
		百貨店（販売担当）	・テナントビルの施策があり集客は見込める。しかし、クリアランスなどで1品単価の下落や、購入に慎重になる可能性がある。

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
		百貨店（計画担当）	・相変わらずインバウンドによる売上が好調に推移しており、富裕層の買上も特に変化がなく、前年並みに推移している。
		スーパー（経営者）	・良くなる要因がない。
		スーパー（店長）	・一時的に消費税の引上げに向けての特需はあると思う。ぜいたく品やし好品は売れていく傾向があると感じる。ただし、食品業界には余り影響がない気がする。
		スーパー（販売促進担当）	・気温が高いため、やはり消費が上向かない。
		スーパー（商品管理担当）	・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題があり、そこで働く人の処遇によって、良くなるか悪くなるかが不透明である。当地域は別の大手自動車メーカーのおひざ元なので、直接の影響はないかもしれない。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数も、売上と同様に前年比100%を切っており、引き続き厳しい状況は続く。
		スーパー（経営企画担当）	・商談中の客への納品が決まれば、先行きに期待ができる。
		スーパー（販売担当）	・売上に結び付く良い材料がない。
		コンビニ（企画担当）	・現時点ではどちらに向かうかを予測する要因が見当たらないため、現状が継続すると思われる。
		コンビニ（店長）	・たばこの値上げ前にまとめ買いがあり、まだ、売上が戻らない。年内は厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の減少になかなか歯止めが掛からない中、新商品、店舗調理のちゅう房商品やエリア商品の発売で、100%を維持する。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数自体は横ばいだが、シーズントレンドが下降する時期で、好転材料が見つかりにくい。客単価も大きく伸びる動きはないように感じ取れる。
		コンビニ（エリア担当）	・足元の動きは前より堅調になってきたと思うが、ケーキやお歳暮などの予約商品の出足が非常に悪く、まだまだ財布のひもは固いと感じているので、まだしばらくは変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・まだまだ来客数が上向きになる兆候がみられず、楽観視できない。
		コンビニ（店長）	・特に良くなるような状況ではない。
		衣料品専門店（経営者）	・元々価格帯が高めなので、ここ数年、なじみ客もバーゲンセールでしか買わなくなってきた。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリンがまた高くなり、回復が見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車税の恒久減税には期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・先行きに関しては、具体的に楽観できる材料や感触はないので、特にどちらでもないといった感じである。
		乗用車販売店（従業員）	・1月から決算セールが始まるので期待感はあるが、12月がどのように動くかで展望が決まる。例年、決算期に車を購入する客は12月から動くので、来客数に注目している。特に消費税の引上げが決まったので、今後は駆け込み購入も増えるのではないかとされる。ただし、今のところはっきりとした兆候がみられないので、先行きも不透明と言わざるを得ない。
		乗用車販売店（従業員）	・現在実施されているエコカー減税が今年度で終了し、その後延長はされるが対象車種の絞り込みが話題となっている。これから年度末の増販期を迎えるので、来年度の購入との比較をしながらしっかりと客と話し合い、販売増につなげていきたい。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末に新型車種がデビューするが、広告塔的な車両のため、販売量の見込みがつかない。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要のほか、引上げ前に工事を完了しようという物件が増えている。ただし、今までのような消費税の引上げ後の閑散とした状況にはならないと思う。一般の建築工事については、新築工事は横ばい、耐震工事等については、継続して出ている。
		高級レストラン（経理）	・年末年始の需要はある程度見込めるが、節約を基本としたメリハリをつけた動きが見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・宴会の需要が余りない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・経済を支える政策が一般庶民の生活と非常にかげ離れている。消費税の引上げ、外国人労働者の導入などは一般庶民の所得増加にはつながらぬ政策である。今後も消費マインドが上向き傾向にはない。
		一般レストラン（経営者）	・自分の周りでは景気が良くなる理由が見つからない。
		一般レストラン（従業員）	・一部の業種のみ景気が良いようにみえる。
		スナック（経営者）	・多少、予約は入っているが、財布のひもは来年の消費税の引上げに備えてますます固くなると思うので、期待はできない。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先も、前年と比べると数%の若干マイナス基調にある。昼食、夕食の伸び悩みを考えると、地元経済は停滞が続き、また、少しでも安くしてほしいという客の要求も増えているので、景気は前年に比べて若干弱含みで推移する。
		観光型ホテル（支配人）	・2か月後の客室の予約は同期比で10%強良いが、逆に宴会が10%ほど悪くなっているため、何とも判断しかねている。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと判断する。
		都市型ホテル（営業担当）	・高い水準をキープしている。悪くなるような要因が見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・年内に、春休みからゴールデンウィークの予約が増えることに期待している。
		旅行代理店（経営者）	・歳末の売出しやクリスマスセールなども含めて、街ににぎわいが減ってきている。冬のボーナスの話題も以前はあったが、特に話題に上らないのは、支給できるところとできないところの差が広がりつつあるためと感じられる。一層の低価格志向が様々なところで進んでいる。
		旅行代理店（営業担当）	・今期の冬は暖冬という報道もあるため、前年のような豪雪の影響は少ないと考える。
		タクシー運転手	・市街地では、特に夜のタクシーが少ない。夜のタクシードライバー不足ということで忙しくは感じるが、街の人出は少ない。
		タクシー運転手	・前月と変わらなかった。
		タクシー運転手	・何か月も飲食店街は暇になっており、変化がない。月末の金曜日になって人も増えることはない。当分このままの状態である。
		タクシー運転手	・2～3月は寒い時期に入るので、特に夜に関して、人の動きは余りないのが例年の動きである。足元と余り変わらないような推移と思われる。
		通信会社（サービス担当）	・客は通信会社の間を行ったり来たりしているだけで、販売量が増加しても、結局、他社へ乗換える解約も同じくらいある。
		通信会社（営業担当）	・良くなることを期待するが、現実的には今と同じである。
		通信会社（営業担当）	・SOHOユーザーを担当しているためか、経費節減を考えている客が多い。
		テーマパーク（職員）	・団体予約は前年並みで推移しているが、暖冬になって雪不足になると予約キャンセルが出る可能性があり、微妙である。
		テーマパーク職員（総務担当）	・好転する材料が見当たらない。
		観光名所（案内係）	・天候不順で暖冬になり、冬物の販売が伸びない。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の入場者予約数は前年同日比で少し低調である。しかし、今年は暖冬との予想もあり、前年並みに入場者は確保できると思われる。
		美容室（経営者）	・12月に入ると客も正月に向かって来店するので、この1か月は良くなるが、1～2月になると極端に駄目になってしまう。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げに向けて、多少の変化があると思われる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・景気の減速感が今後強くなる。
		百貨店（経理担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は、住宅や車などの耐久消費財に向かい、それ以外の旅行等のレジャー関連支出は減る。

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（業績管理担当）	・近隣競合店は改装により集客、売上を伸ばしているが、当店は改装もなく販促策も前年踏襲のため、店には新鮮さや活気がみられない。
		スーパー（経営者）	・中国の米国に対する輸出が減り、日本からの電子部品等の輸出も減る。景気は下降傾向である。冬物のバーゲンセールは最終期を迎えるが順調には売れず、商品が売れ残る可能性が高い。景気は決して良くはない方向に進む。
		スーパー（ブロック長）	・年末商戦に向けて、暖冬で鍋等のホットメニュー企画が不調である。農産物は相場安、和牛は逆に相場高と、良い材料は見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・1～2月は、年末年始の売行きにかかっているが、年々、年末年始商材は売れなくなっていて、数量計画から少なめである。
		スーパー（営業企画）	・全体的に消費は停滞してきているように感じる。
		コンビニ（店長）	・アルコール類の売上が落ち込んでいる。ドラッグストア増加の影響がある。
		コンビニ（店員）	・帰省などで来客数が減る。
		家電量販店（店員）	・株価の浮き沈みや政治的な影響もあると思うが、暖冬の影響が一般の方々にとっては大きいように感じる。年末商戦に向けて活気が戻ることを期待したいが、現状を踏まえると厳しく感じる。
		乗用車販売店（営業担当）	・ガソリンの高値、いろいろな物の値上がりや暖冬の影響で消費が落ち込む。
		乗用車販売店（従業員）	・今の与党のやり方を見ていて、どちらかというと民主的というよりは、自分たちの力を誇示して、どんどんやりたいようにやっていっているということがよくみえていて、この先、まだまだいい方向にはいかずに、悪くなるのではないかと感じている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比で4.9%のマイナス、来客数は前年比5.0%のマイナスである。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・社会保障等、将来の不安定要素を少しでも取り払っていかねければ、金を貯め込む一方となる。金が使われないことには良くなっていかない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・少しずつではあるものの、様々な商品の値上げが消費意欲を減退させている。
		都市型ホテル（経営者）	・景気の動きには不確定要素が多く見受けられるので不安である。
		旅行代理店（経営者）	・冬のシーズンになるので、レジャー関係は需要が少なくなってくる。
		旅行代理店（経営者）	・12月の受注はまず見込めないのが、年明けに客がどう動くかが問題である。景気刺激策もないので、少し悪くなると判断する。
		通信会社（企画担当）	・解約理由として、他社への転向もあるが、引っ越しや利用する人がいなくなったなど、人口減少の表れともとれるような解約がここ数か月増えてきており、本当にそういう理由ならば深刻である。
		テーマパーク（職員）	・冬になり閑散期となる。
		パチンコ店（経営者）	・監督官庁の規制強化による業界全体での客離れが進む。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・株価が不安定すぎる。
		理美容室（経営者）	・客との話では、余りボーナスも期待できないようであり、段々生活が苦しくなっていくのではないかと思う。
		美顔美容室（経営者）	・年末年始は、毎年のことだが各家庭でイベントや出費が多いため、来店も買上げも減る。
		美容室（経営者）	・当地からは、若年層や大学を卒業した人が、皆東京や神奈川など関東方面に行ってしまう。特に女性にとっては就職先がないそうである。今月も200人以上市外へ転出し、人口がどんどん減っており、そういう面で美容業界は厳しい。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・売上減少の一方で、制度改正に合わせた事務負担が増し、人件費増加につながっている。介護保険サービスで地域加算がない福祉用具貸与であるが、貸与価格に地域差がある状況にもかかわらず上限価格設定が全国平均価格を基準に決められるというのは、公平性に欠ける。
		設計事務所（経営者）	・案件数、単価共に上昇傾向が全く感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・今後、消費税の引上げ対策などの方向性や予算が固まるまで、客足は足踏みしそである。
		住宅販売会社（従業員）	・下請業者からは次はどこが倒産するかを心配する声を聞く。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕事は増えているが、受注単価は上がらない。この状態がまだ続くのか心配である。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税の引上げのニュース等、消費者の支出をますます抑える傾向が止まらない。
	×	衣料品専門店（売場担当）	・今冬は暖冬といわれている。
	×	理容室（経営者）	・これからも景気は良くなるとは思わない。客も財布のひもが固くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・売行きが悪いので不安である。先行きは分からないが、悪くなっていく。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米では多くの会社で1月から新年度が始まり、予算も新年度となるので、設備投資が新たに許可され、引き合いや発注が増える可能性が高い。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・国内の人手不足の対応に対する投資意欲は順調で、当面は今の状況は続くと思われる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・品質問題が収束傾向にある。
		通信業（総務担当）	・東京オリンピックの影響は既に織り込み済みであるが、大阪万博の招致決定で国民的な明るいニュースが発信された。個人的には東京オリンピック以上に国民参加の期待が強いと感じている。関心の高いシニア層は1970年の万博のインパクトが強く、その再来としてワクワク感が大きく、あらゆる関連グッズへの消費につながると思われる。
		金融業（従業員）	・少しずつではあるが、生産体制、いろいろな街の景気や建築関係など様々な分野において、若干上向き傾向にあるような話をよく聞く。
		会計事務所（職員）	・以前、消費税の引上げの際に商品、材料不足を経験しているため、今回も抱え込みが起きると考えられる。この先、建築等資材を始め耐久資材から動きが出てくる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・来年3月に向けて、少し忙しくなってくるのではないかと思う。米国の安定と東京オリンピックに向けての様々なてこ入れが起こると考える。原油価格の下降も少しは景気にプラスになると思う。当社としては、新製品の完成が段々と近づいている。
		食料品製造業（経営企画担当）	・原料価格の高騰が大きく影響しつつある。来期に向けて思い切ったコストダウンが求められるところである。
		化学工業（営業担当）	・原料のプラスチックの仕入価格は高止まりである。ただし、半年後は原料価格が下がる見込みである。
		化学工業（総務秘書）	・特に景気を悪くする要因が見当たらない。冬のボーナスもあり、景気は堅調に推移するものと考えられる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・客から量的に非常に伸びるといわれた製品が、状況の変化や障害の発生等でことごとくストップしてしまったため、しばらくは停滞しそである。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも多くなり、横ばいの状況が続くものと思われる。
		金属製品製造業（従業員）	・プロジェクト関連の大型物件もあり、忙しさは変わらないと思われる。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注、販売量が高水準で推移する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・良い状態のまま当分変わらない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・12月はボーナスもあり、消費税の引上げまではこのまま少しずつ上り調子でいくのではないかとと思われる。
		輸送用機械器具製造業（製造担当）	・例年どおりの推移が見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・今後の生産計画から変わらないと見込まれる。
		建設業（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が感じられない。増税後の優遇税制に期待しているのか、客の反応が鈍い。
		輸送業（経営者）	・軽油価格には不透明感があるが、人手不足は日に日に厳しさを増している。

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
		輸送業（エリア担当）	・どんな産業にも消費税の引上げに向けた特需が発生するのは分かっているように思うが、東京オリンピック景気も、余り話題にならなくなってきた昨今、景気の高揚感が増す要因はさほど多くはない。前月は日中友好の兆しが少しみえたが、米中の関係が悪くなってきていることがあるので、対外的にも良い面が見受けられないということで、消去法で景気は良くならない。
		輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油が前年より21円も値上がりしている。このところ貨物の荷動きも良くなっているが、このまま続いていくのか見通しが立たない。
		輸送業（エリア担当）	・人手不足は相変わらずで、新人の離職率が高くなっており、コストは増えている。
		輸送業（役員）	・石油価格が下がり、物流業界はトラック燃料やフェリーのサーチャージの負担が小さくなりコスト負担が減る。しかし、依然として運転手不足と採用難が続く模様で、外注費や労働条件の見直しなどのコスト増が続く。暖冬による季節商材の販売不振やスキー場など冬のレジャーの不振が心配される。
		通信業（法人営業担当）	・景気が良くなる要素として、東京オリンピックや大阪万博、名古屋でいえばラグビーのワールドカップがあるが、まだ、実感として景気が良くなる兆候を感じることはない。
		通信業（法人営業担当）	・長い間空き地になっていた埋立地にバイオマス発電所ができることになり、関連企業等に影響があるかないかは分からないが、たくさんの企業が集まり、相当広い埋立地が埋まってきている。しかし、ガソリンの高値安定が庶民の暮らしに大きく影響している。まだまだ庶民の財布のひもは固く、消費税の引上げも近く消費マインドは上向かない。
		金融業（企画担当）	・個人投資家の含み益の増加や投資家以外の個人は給与が上がっているという実感が出てこない消費に向かいづらい。当面現状の景気が続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・今後も例年同様に晴天の日が多くなると予想されていることもあり、当面の景気は今年同様に良い状態が継続し、売上は前年同期100%以上で推移するとみている。
		不動産業（経営者）	・物件数は増えず、価格は高値だが景気が上向きとなる要因とはならない。
		広告代理店（制作担当）	・冬場に向けてのイベントや媒体企画等もこれといった目玉がなく、売上の的にも余り変化がない状態が続くように思われる。
		行政書士	・貨物の動きが良く、運輸収益を上げ利益を出して借入返済に充てたいが、燃料価格が上がり計画どおりにならないとの業者の声がある。
		公認会計士	・中小企業の業況が厳しい原因について、早期の解決は困難と思われる。
		会計事務所（職員）	・会社側からすると、給与を上げると景気が悪くなくても下げられないので、好調時はボーナスで対応する。社員からすると、ボーナスは、ひよっとすると先々減額されたりなくなったりするかもしれないと考え手元に残しておこうとする。したがって、余り景気を良くする方には回らない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・各社との足踏み状態が12月までは続くともみられ、1月になってみないと判断できない。
		食料品製造業（営業担当）	・飲料業界において冬場は特に売上が低迷する。現在の受注量などからみても例年より減少傾向にある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・今月の景気はやや良いが、2～3か月先は年末商戦が終わり景気は下向く。また、原材料の値上げによる採算面の苦戦が見込まれる。
		化学工業（人事担当）	・国外のネガティブな要因、例えば米中貿易戦争、英国EU離脱問題、中東情勢等がニュースをにぎわしており、2～3か月後に景気が良くなるポジティブな話はほとんどない。
		鉄鋼業（経営者）	・年明けの中国や米国から日本への輸出価格などに大きく影響を受けるため、全く不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界全体の景気が悪く、先行きが見通せず設備投資が抑えられている。客先の売上が減少している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内だけでなく海外の影響が非常に大きい製品を生産しているため、為替等の海外情勢次第であり、受注の先行きに不安がある。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・中国での新車販売がここ数か月ずっと低迷しているという話を聞く。

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
		建設業（経営者）	・国のトップの大臣たちの行動は問題である。パソコンができないのは仕方がないが、自慢げに話すように国民を馬鹿にされては、これから不安で仕方がない。
		輸送業（エリア担当）	・米中の関税問題で物流の動きが鈍化している。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・大型商業施設ができて、折込広告が全く増えていない。
	x	-	-
雇用 関連 (東海)		人材派遣会社（社員）	・3～4月の人材流動時期において、求人・求職マーケットが活発となる。
		人材派遣業（営業担当）	・外国人技能実習制度に関する法改正もあるが、未確定な箇所も多く課題は大きい。しかし、人材確保の観点から製造業を中心に積極的に受入れが拡大され、中小企業を中心として業績向上が期待できる。
		人材派遣会社（社員）	・忘年会の予約が例年以上に入っている。
		人材派遣会社（営業担当）	・来期に向けた人員の確保や、非正規雇用人材の転職活動が年始から年度末にかけて盛んになる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・国内自動車生産において、今後下期の生産体制が上向きに推移するメーカーもあれば、報酬虚偽記載問題が発生した大手自動車メーカーでは今後の生産体制が下向きになるのではと懸念される。
		職業安定所（所長）	・企業からは業績向上のコメントがあり、力強さまでは感じないが、従業員からも冬の一時金増額を期待する声を聞く。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・直接雇用について企業の受入れが好調である。また、幅広い年齢層での雇用が見込める状況が継続中である。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・この地域に特化した状況かもしれないが、大学病院の新規建設を控え、医療職の採用が増えており、本学の来春卒業生の約2割近くが採用された。採用担当者からは、平成32年開院に向け、今後も積極的な採用を計画しているとのことである。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に追加して考慮すべき情報は無い。
		人材派遣会社（営業担当）	・この先数か月は、大きな経済ショックが起きない限り現状維持が続く。
		人材派遣会社（企画統括）	・年末年始に向けて短期案件の求人ニーズが増加するものの、景気回復の大きな要因とまではいえない。
		人材派遣会社（営業担当）	・市中心部の派遣事務案件は即日決定するが、郊外や更に遠隔地になると決定率が大幅に下がる傾向にある。また、地域以外にも仕事内容や勤務条件により決定率の違いが大きくなっている。
		職業安定所（所長）	・最近の状況をみても変化がない。
		職業安定所（次長）	・人手不足が深刻化する中、仕事はあるが受注できないという声を聞く。働き方改革推進の取組として、社員の残業を減らすために思い切って受注制限の方針を実行した企業があった。
		職業安定所（次長）	・新規求人数は引き続き横ばい状態にあり、大きな変化はないものと思われる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・登録者が年末年始には鈍化するが、年度末にかけての転職希望者は増えてくる見込みである。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人数は減少していない。
		人材派遣会社（営業担当）	・正社員の求人数が徐々に少なくなっているため、東京オリンピック終了後に向けて、徐々に景気が悪化していく。
		職業安定所（職員）	・求職者は高齢者の割合が高く、企業の求める人材が少なくなっており、就職に結び付かない。
	x	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・確実に人を採用できる人材紹介業へ一層シフトしていく。特に正規社員の採用分野は、全てそうなっていくと予想している。

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)		タクシー運転手	・足元が悪くなる日々が続く、利用客も増えると見込む。また、新年会などでタクシー利用が増える見込みである。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・ここ数年12月になると海がしけて肝心のカニの水揚げが大変不漁だったが、今年の冬は比較的天候が安定するとの予報なので、海がしけなければそこそこの売上が期待できる。

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
		百貨店（売場主任）	・ 来年の消費税の引上げを控え、今シーズンはコートなどの冬物重衣料を前倒して購入する動きがみられる。クリアランスを含めた冬物商戦は好調に推移すると見込んでいる。
		百貨店（営業企画）	・ 11月は来客数、売上共に前年並みに推移している。さらに、来年に入ると、消費者には平成最後であることと、消費税の引上げの意識がより芽生え、消費への意欲が高まることが期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 年末ボーナスや給与環境は上向き傾向である。
		乗用車販売店（従業員）	・ 12月が決算月でもあり、追い込みに期待している。
		住関連専門店（役員）	・ いよいよ消費税の引上げ前の需要が本格化し始める時期に入る。過去の事例からも、消費税の引上げ前での需要増加は見込めるが、今回は爆発的な売上増加にはならないと考える。
		都市型ホテル（役員）	・ 宴会部門において、2019年1月以降新年会、コンベンション、企業周年など例年以上に大型の予約受注をしており、宿泊部門、レストラン部門への波及効果を考慮し、全館では景気動向がやや良くなると見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・ 年末年始は例年どおりと見込まれるが、来年は1月からわりと大きな住宅イベントが控えており、各社共に積極的に営業活動を行うだろう。また、3月契約までの消費税の引上げ前の駆け込みがあると見込まれるので良くなるとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・ 購買意欲は弱くないので、消費税の引上げによって一時的には増えそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・ 例年、冬場は客の動きが鈍くなりがちだが、今年は消費税の引上げ前だからか、土地も動いているため、販売量は好調だと考えられる。
		商店街（代表者）	・ 暖冬が予想され、足元の悪さの心配はやや薄らいだが、購買意欲を促すようなことはなさそうだ。消費税の引上げを見込んで、無駄遣いをしないなど買い控えの傾向もみられそうである。
		商店街（代表者）	・ 前年度は、9～11月は平均して入込客があったが、今年は10月は若干回復したものの、9～11月が極端に落ち込んでいる。原因はよく分からないが、年末にかけてのばん回を期待したい。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ 今月は、肉、ハム共にギフトが好調に推移している。今月より良くなるかは疑問であることから、変わらないとみている。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・ 年度末の需要が見込めるが、官公庁の調達案件が以前から減少傾向であり、しかも競争激化のため、受注につながるケースが減っている。
		スーパー（総務担当）	・ 前年2月の記録的大雪は売上、除雪費用などに影響はあるものの、それ以外で大きな変動要因はない。
		スーパー（店舗管理）	・ 現状の来客数は前年を確保できている。ただし年末商戦などに影響があるとはみていない。
		コンビニ（店舗管理）	・ 好転材料が思い当たらない。
		衣料品専門店（店舗運営）	・ 引き続きの店舗リニューアルを予定している。
		家電量販店（店長）	・ B S 4 K 放送にてテレビなどの売行きが好調とみられるが、暖冬になりそうなので暖房器具の販売量が落ち込むと見込んでいる。
		家電量販店（店長）	・ 暖冬の影響で今季節商材の動きがなかったのでその反動があると思うが、前年比では気温が高く余り期待できない。
		家電量販店（本部）	・ 12月1日から4K・8K放送が開始されることもあり、4K対応テレビ、有機ELテレビなど高額なテレビの販売が好調であるが、年越し以降、一定の落ち着きが想定される。
		乗用車販売店（経営者）	・ 例年当地域では、この時期の販売は余り良くない。年明けまではこの状況が続くとみている。
		自動車備品販売店（役員）	・ 来年の消費税の引上げに向けて販売戦略を仕掛けているが、客の反応は鈍く需要喚起につながっておらず、逆に慎重になっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ これ以上悪くなってほしくないという、ただそれだけのことで変わらないとした。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 来客数は前年並みで進んでおり買い控えなどの様子はないが、衣料品のトレンドが改善することは難しい状態のため、他業種で巻き返すことが必要である。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・忘年会、新年会の受注は例年並みで推移している。
		一般レストラン（店長）	・外国人観光客の来店も増えてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現状の受注状況は良くなく、楽観はできない。
		旅行代理店（所長）	・得意先の経費削減が解除されないと現状からの回復は厳しい状況である。
		タクシー運転手	・忘年会のシーズンに入るが、客からはまだ段取りをしていないとか、回数が減っているといった声を聞いている。
		通信会社（営業担当）	・月々の料金を少しでも抑えようと要望する客が多いようである。
		通信会社（役員）	・BS4K放送スタートに合わせて、テレビ契約の増加とともに通信サービスの同時契約も増えており、この傾向はしばらく続くと考える。
		通信会社（役員）	・例年閑散期に入るが、4K放送関連での問合せが増えており、契約数の減少を補えると見込んでいる。
		パチンコ店（経理）	・特段影響がみられるような情報がない。
		競輪場（職員）	・販売額に大きな変化がみられない。
		美容室（経営者）	・前年は豪雪であったが、今年が予報どおりの暖冬になれば、消費も活発になる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・良くなる要素は何もなく、年末に向けて値上がり、資材高騰など悪い要素しかない。
		百貨店（販売促進担当）	・2025年大阪万博が決定し、2020年東京オリンピックに続く希望の光が芽生えた。しかし、消費税の引上げ後の反動減対策が、全く一時的かつ限定的であり、消費者の購買心理に悪影響を与えており、景気回復の足を引っ張っている。
		スーパー（総務担当）	・これから12月は年末商戦を迎えるが、出費も増加するため無駄な出費を減らしていくとみられる。
		スーパー（統括）	・暖冬の予報が出ており、季節商材の動きが悪くなると業績に影響する。
		衣料品専門店（経営者）	・現状の厳しさは当面続きそうであり、人手不足が店の存続を困難にしている。
		一般レストラン（統括）	・この先、消費税の引上げ、軽減税率の話題が色濃くなり、販売点数、売上高は一時的に上がると思われるが、まだ外食産業はさほど恩恵はないとみている。さらに、この対応に膨大なシステム改修費と時間を要する状況で、営業利益高が一段と減少する。
		スナック（経営者）	・冬季間の天候にも左右されるが、先が分からない世間において、楽観的な見方はできない。
		観光型旅館（経営者）	・今年の大雪の影響が年明けからの予約状況が悪い。特に2月の入込状況は例年の80%ほどになっている。
		観光型旅館（スタッフ）	・前年比の予約保有率は11月が98%、12月が105%、1月が133%と推移している。しかし2～3月が82～83%と弱くなっている。4月以降の仕入れは好調である。
	旅行代理店（支店長）	・契約量から見込める販売量の動きが落ち込んでいる。	
	通信会社（職員）	・暖冬なら小雪で工事関連は滞り少なく進むが、前年の大雪対策としての出費が予想以上に多い。	
	テーマパーク（役員）	・先行きの予約状況をみると、前年同月比で、国内の団体客やインバウンド客の予約が鈍ってきており、やや悪くなるとみている。	
	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・冬場に向かって、新規入会が一番取りにくい時期に入る。また、暖房などの燃料費がかさんでくるので今まで以上に大変になる。	
	住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げの駆け込みがないまま、消費税の引上げが実行されることにより、客のマインドがより一層ダウンしそうである。	
	x	-	-
企業動向関連		-	-
(北陸)		食料品製造業（経営企画）	・年末の需要期を迎え受注量は確実に増加するが、労働力不足もあって生産が負けてしまうだろうという見通しである。
		繊維工業（経営者）	・受注状況は、価格面では非常に厳しいが、数量的には維持しており、来年3月くらいまでは何とか見通しが立っているところである。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合をみて、変わらないと判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経理担当）	・企業の設備投資も落ち着いてきたからか、産業用の設備部品などの受注の伸びが減速してきている。一方で価格面ではこれまでの競合による低価格競争から一転し、ある程度の利益水準で価格設定できる環境になってきている。
		精密機械器具製造業（役員）	・前年に比べ春先まではそれなりに高い稼働率を維持できそうだが、既存店の状況は、いわゆる低価格、新業態の競合店に圧されている気配である。
		建設業（役員）	・一部原材料の値上げ傾向がみえるなか、利益確保も段々と厳しくなるのではとの不安がある。
		輸送業（総務担当）	・燃料価格の下落、燃料価格を含めた更なる運賃交渉に進展がみられればと期待しているが、現時点においては難しいとみている。
		通信業（営業）	・提案件数に減少がみられない。
		金融業（融資担当）	・足元好況だが、人手不足感はますますひっ迫しており、好調な需要に対応できない企業が増える懸念がある。最近、業種を問わず、資金繰りの悩みよりも、人手のやり繰りの悩みを口にする経営者が特に多い。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・11月も前年売上比を下回っている。ただし、横ばいの業種も少し増えてきているので、前月ほどの落ち込み方ではない。横ばいの業種の中に住宅関連のチラシ出稿もあり、静観していきたい。
		税理士（所長）	・これから年末年始であり、いよいよ平成も終わるということで、気分的には消費が上向いてくるのではないかと。客の小売業関係者も、ディスプレイなどで頑張っており明るい感じもあるが、人手不足による減収や収入源が、中小企業には切実に迫ってきている。何ともいえないというのが、正直なところである。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・産油国の不安定材料による原油価格の不透明感や米中貿易摩擦の動向など、今後の成り行きに懸念材料が多く、見通しは不透明感を増してきている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・引き続き北米、欧州、国内市場は好調を保つと考えている。しかし、中国からの立形マシニングセンタに対するアンチダンピングの影響が心配している。
		建設業（経営者）	・12月14日以降、さしたる手持ち工事がなく、年内は社員が遊ぶ状況になる。また、来年1月も手持ち工事が無い状況であり、先行きが思いやられる。
		金融業（融資担当）	・ボルトなど一部の建築資材が不足していることと、人手不足が顕著であるため工事の進捗が遅れている。
		不動産業（経営者）	・特に個人の間合せが少ないことと、動き自体が急がなくなってきたという話がよく聞かれ、この後の先々の動きも少し鈍くなっているという状況である。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(北陸)		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話がでない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げ前の割には大きな出費系の動きは鈍く、逆に消費税の引上げ後に大きく落ち込む要素も少ないのではないかとみている。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・この1年は余り動きがなかった。来年も大きなトピックがないのではないかと。
		職業安定所（職員）	・11月の新規求人数は前年同月比でやや減少となっているが、求人を受理する流れの中での数字の範囲であり、これをもって平均がどうということは、まだ現在はいえない。今後の動きについて十分注意していくことは必要だと思うが、窓口に来る企業からは、なかなか人材が確保できない、人手が確保できないという訴えをよく聞くことから、当面この状態は続くのではないかと考えている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人募集の条件も従来どおりのままでは人が集まらない。むやみに給与アップや休日の増加と条件を引き上げるわけにもいかないで、困っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・次年度に向けての求人案内が前年以上に出足が良く、好景気感が続いているように感じる。
		*	*

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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）	・ボーナス、クリスマス商戦に入り、景気は良くなる。消費税の引上げの話もそろそろ客との話題に出始めているが、しばらく景気は上向き傾向となる見込みである。
		家電量販店（企画担当）	・駆け込み需要がないように対策の検討が進んでいるとはいえ、家電やリフォームといった耐久消費財では、高額商品を中心に、消費税の引上げ前の駆け込み需要が出ると予想される。また、平成最後というプレミア付きの商品も、売れると考えられる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・今後はボーナス商戦に入るほか、新しい年を控えてのパーゲンセールもあり、景気は良くなる。CM効果は大きく、体のメンテナンスに関する商品は、ほぼCMを見た客となっている。
		高級レストラン（スタッフ）	・12～1月にかけて、1年で最も忙しい期間になる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・改元があり、大阪万博も決まるなど、新しい時代に入る期待が高まっている。消費税の引上げによるマイナスはあるものの、消費マインドは上向きつつあると感じる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ホテルからの新規取引の獲得で売上が期待できる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・高額品が動く理由を考えると、来年に消費税率が上がるということが関係していると推測される。高額品の動きは、ここ2～3年では最も良い。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が、高額品を中心に既に始まっている。2～3か月先には、更に顕著になると予想される。
		百貨店（売場主任）	・気温の低下の遅れにより、冬物衣料の動きが遅れている反動が出るほか、来月の大型施策による集客策にも期待できる。
		百貨店（売場主任）	・企業業績、ボーナス支給額共に上向いているため、12月に入って年末の雰囲気が出れば、基調が変化すると予想している。
		百貨店（企画担当）	・インバウンド売上については、一般商品の売上が減少から徐々に増加傾向に転じ、売上全体を押し上げてくる。一方、前年に比べて気温が高い影響で、国内客はコートなどの季節商材の動きが非常に悪いものの、気温の低下に伴って、来月以降は動きがやや改善する。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドの好調は今後も継続する。また、富裕層の優良客についても、不動産収入などのある客が、高級海外ブランドの時計や宝飾品の高額品を購入するようになる。
		百貨店（マネージャー）	・株価も落ち着きをみせ、高額品が売れている。また、気温もようやく下がってきたため、コートなどの単価の高い物が売れ始めている。
		百貨店（服飾品担当）	・12月は前年に比べてクリスマス商戦の日回りが良く、防寒アイテムの売上も伸びていることから、11月よりも上向くことが予想される。また、好調を維持しているラグジュアリー関連も、12月の新作マーケットが始まることで、新客、既存客共に動きが活発化することから、売上の増加が続くと予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・世界経済の先行きや、来年度の消費税の引上げなどに対する不安はあるものの、企業業績は回復傾向にあるため、特に年末年始の商戦には非常に期待できる。
	百貨店（外商担当）	・年明けから、高額品に関しては消費税の引上げの話題が商談に出てくるなど、増税前の駆け込みの購入が少しずつ始まっていく。	
	百貨店（宣伝担当）	・宝飾品、時計など的高額品の動きが、富裕層を中心に堅調なほか、大阪万博の開催決定、改元などの祝賀ムードも高まっているので、ボリューム層の消費が喚起されることを期待している。	
	スーパー（店員）	・年末年始が過ぎると大きなイベントもないので、売上増加は見込めないが、近隣の新築マンションの入居が始まるため、客足が増えることを期待したい。	

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
		スーパー（企画担当）	・12月商戦に向けた売場の商品展開も始まり、クリスマスや年末年始にかけて購買意欲が高まる時期となる。特に、総菜については、おせち料理の予約獲得も含め、注力していくことが重要である。
		スーパー（企画）	・徐々にはあるが、消費税の引上げによる駆け込み需要が個人消費の押し上げ要因になる。商品やサービスによって駆け込みの時期は変わるが、初夏までは緩やかに上昇し、8月からは一気に拡大する。
		コンビニ（経営者）	・現在も近隣にマンションやホテルが多く立ち並ぶが、来年にはタワーマンションやホテルが新たにオープンするため、より一層人口が増え、売上の拡大につながる。
		コンビニ（経営者）	・ファーストフード商品の充実に伴い、客単価の上昇傾向や、売上の増加傾向の継続が期待できる。
		コンビニ（店員）	・ボーナスの支給もあり、外に出る機会が増えると予想される。コンビニは便利なことから、外出に伴う利用が増える。
		コンビニ（広告担当）	・米中間の貿易摩擦の影響など、米国の保護貿易による影響次第で大きく変わるかもしれないが、今のところは大きな要素は見当たらない。東京オリンピックや大阪万博などに向けて、外国人客も引き続き日本を訪れることが予想される。
		衣料品専門店（店長）	・2か月連続で前年よりも来客数が伸びたほか、来月にかけてクリスマス商戦を控えているため、良くなる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツの2～3着のまとめ買いが増えている。
		家電量販店（経営者）	・4K放送の開始に伴い、テレビの販売量の増加が見込まれているほか、来年の消費税の引上げを控え、客が高額の買物に対して早めに動く様子が見られる。
		家電量販店（人事担当）	・4K、8K放送の開始に向けて、チューナー内蔵テレビなどの映像関連商品の売上増加が見込まれる。
		家電量販店（営業担当）	・やはり、大阪万博の誘致決定による影響が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・各社のボーナスも良さそうで、大阪万博も決まり、何となく浮かれた雰囲気が広がりそうである。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・大阪万博の決定などが景気の上昇につながることで、自然と活気が出てくるのが予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・年末商戦では、天候に左右される衣料品のほか、食品関連で売上が見込まれる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログが発刊されるほか、送料の改定も落ち着く。季節も変わってくるため、受注量は伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・春節のアジアからのインバウンドにはまだまだ動きが増えそうである。特に、個人旅行の客にターゲットを定めることで、単価や来客数を引き上げる。
		一般レストラン（経理担当）	・季節柄、企業の宴会が増える。今後は大阪万博の開催に向けての気運も高まってくるが、来年10月には消費税の引上げも控えているため、予想が難しい。
		一般レストラン（企画）	・今まで動かなかった深夜やモーニングの来客数に変化がみられ、価格よりも質を求める需要が高まってきていると感じる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・季節商材の販売に重点を置いており、気温が順調に下がってきているので、この数か月は良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・ビジネスを目的とした海外からの客が増えているため、売上増が期待される。
		観光型旅館（経営者）	・台風の被害による影響も薄れており、個人消費が動き出している気配を感じる。
		都市型ホテル（客室担当）	・訪日外国人が戻ってきていることもあり、1月の予約は前年比で10%増と好調に推移している。
		旅行代理店（支店長）	・大阪万博の開催が決まり、関西のムードとしては盛り上がっている。客との会話の中で、この週末は大阪万博関連の話題が多かった。また、1～2月と3連休が続き、旅行に行こうという気運も高まる。
		旅行代理店（役員）	・四季を体感できる気候に戻ってきており、味覚関連やスキー旅行の販売も増えつつある。
		タクシー運転手	・年末や忘年会シーズンに向けて、動きが多少活発になりつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・これから寒くなると、宴会シーズンとなるほか、地域の有名なイベントも開催される。それに伴って観光客も増加するため、良くなる。
		タクシー運転手	・年末や正月になれば、京都では人出が増える。
		通信会社（経営者）	・当面は好調な動きがまだ続く予想される。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメントゲーム機器メーカーのとう汰により、市場は適正化の動きが進む。
		競輪場（職員）	・例年、年明けは盛り返す傾向となる。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG競走の売上も前年を上回っており、年末にかけて好調に推移する。特に、電話投票やインターネット投票の好調が目立つ。
		その他レジャー施設 【イベントホール】 （職員）	・景気が徐々に上向き、自然災害などによる出費や物価上昇も一息つく。
		住宅販売会社（総務担当）	・客の様子や検討内容を聞くと、給与収入が伸びている新築希望者が多い。
		その他住宅【展示場】 （従業員）	・注文住宅については、経過措置で来年3月までに契約すれば、引渡しが遅れても消費税率が8%となるため、駆け込み需要が期待される。
		その他住宅【住宅設備】 （営業担当）	・年末の繁忙期を迎え、仕事量が例年のように増えている。当社の人手不足は解消される見込みがないため、時間外作業による手当てのほか、ボーナスも重なり、個人的には景気が上向きになる。
		その他住宅【情報誌】 （編集者）	・大阪万博の決定で、関西での都市開発が加速する期待が高まり、建設需要を始めとする景況感の上向き材料になる。
		商店街（代表者）	・客足の引きが早く、長らくこの状況が続いている。
		一般小売店【時計】 （経営者）	・客の平均年齢が高いせいか、年金の話がよく出てくる。決して明るい話題ではなく、不安を伴うことが多い。また、若年客、年配客共に、生活の格差が非常に大きく、安定した要素が全く感じられない。
		一般小売店【衣服】 （経営者）	・バーゲンセールの後、販売量、来客数共に、どのような動きになるか分からないが、現状をみると増えるとは考えにくい。景気が上向いているとは思えない。
		百貨店（企画担当）	・業界全体では、少なくとも改善は見込めない。当社の場合は、競合店の閉店によって売上が伸びている。
		百貨店（営業担当）	・来客数の増加が堅調であるため、消費税の引上げまでは、大きく売上が減少するとは考えにくい。懸念材料があるとすれば、来年度から中国で導入される電子商取引法であり、現在のインバウンドによる売上が減少することが予想される。ただし、現在のインバウンド売上のうち、どれぐらいが転売目的かは把握できないため、影響の度合いは分からない。
		百貨店（営業担当）	・暖冬が予想されており、冬物商材の動きが不透明であるほか、富裕層やインバウンドの購買動向についても、単価が低下する兆候が若干みられる。
		百貨店（マネージャー）	・年内と年明けの需要は、価格志向が強い、選択消費による堅調な消費が続く。今後は消費者心理に大きく左右されるが、消費税の引上げ対策の情報により、多少は購買動向に影響が出ると予想される。
		百貨店（特選品担当）	・10月からの国内客とインバウンドの消費動向には大きな変化がなく、好転するような材料も見当たらない。
		百貨店（サービス担当）	・インバウンド効果で来客数は増加しているが、2年ほど右上がりの成長であったのに比べると、ほぼ前年と変わらない状況である。新しい棟の改装を行うことで、前年の実績を維持していきたい。
		百貨店（販促担当）	・3か月予報では暖冬の予想であり、防寒衣料や雑貨に加え、食品関連にも影響しそうである。カニや野菜の価格高騰など、良い材料が少ないため、イベント需要のほか、暖冬に向けた食卓の提案などを細かく企画し、落ち込み幅を抑えるような展開を予測している。
		百貨店（販売推進担当）	・大阪万博も決定し、明るい話題はあるが、米国、中国の動向が国内景気の先行きを左右する状況となっているため、予断を許さない。
		百貨店（商品担当）	・米国が仕掛ける米中貿易摩擦などで世界経済が不安定化するほか、国内でも消費税の引上げへの対応の混乱があり、先行き不透明な状況となる。大阪万博の決定は明るい話題であるが、即効性はなく、一進一退で推移する。

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
		百貨店（営業企画）	・ボーナスの支給などによるマインドの改善を期待したいが、株式市場や為替、原油価格などの外部環境が不安定な動きを示しており、先行きは不透明である。
		百貨店（マネージャー）	・国内外で株価の下落が進んでいるものの、今月もほとんど影響がみられないように、引き続き富裕層の消費には期待がもてる。一方、中間層の消費が改善する要素が見当たらないほか、暖冬予報もあることから、従来と同様の傾向が続く。
		スーパー（経営者）	・競合相手のディスカウント企業による出店があるため、売上、利益共に厳しい状況が続く。
		スーパー（経営者）	・年末に向けて、同業者、他業種による競合店の出店が相次いでいる。価格訴求による売上、利益の伸びにくさに加え、パートタイマーの確保がより困難になり、営業時間の短縮も余儀なくされている。コストが上昇するなかで、売上、利益の確保が難しくなっている。
		スーパー（店長）	・競合店との競争や客の行動に大きな変化はみられず、しばらくは今の状態が続くように感じる。
		スーパー（店長）	・現状の来客数の落ち込みがひどいため、これ以上の悪化はない。
		スーパー（店長）	・年末年始を迎えるに当たり、ますます必要な物と不要な物をはっきりさせて、支出の内容を充実させる動きが強まる。
		スーパー（企画担当）	・売上の推移から判断すると、変化はないと予想される。
		スーパー（経理担当）	・消費税の引上げ関連のニュースが増えているほか、平成最後ということもあり、年末商戦は例年よりも盛り上がりみせる可能性がある。
		スーパー（管理担当）	・原材料や生鮮品の価格も落ち着いてきたが、下がっているわけでもない。年末商戦に向けて、買い控えにつながることも懸念される。
		スーパー（開発担当）	・商品単価の値上げがあり、消費は落ち込んでいる。販売量も減っている。
		コンビニ（店長）	・景気自体は余り変わらないものの、労働者不足が深刻な状況になっている。
		コンビニ（店員）	・現状維持ができればよいが、来客数の減少が気になる。
		家電量販店（店員）	・閑散期で、来客数も増える見込みが少ない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きは相変わらず悪いが、中古車の販売や車検、点検にはある程度の予約が入っている。ただし、全体的には仕事の量が減ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・特に変化がない。車検整備などの基本的な注文についても、客からはいまだに厳しい要求がある。カーナビやドライブレコーダーなども、高価格の商品は売れない。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末年始になると客も多忙になるため、商談の機会が減少する。
		住関連専門店（店長）	・消費者は、消費税の引上げ前に買うタイミングを見計らっており、慎重になっている。また、少々高くても長く使える物を買うという、これまでの習慣がここ数年で急激になくなってきている。数年前であればターゲットであった層も、買い控えをするようになってきている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・特に良くなる材料は少ない。季節に合った気候や気温となり、商品の順調な動きを期待したい。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今の株価の動きがこのまま続くかどうかは分からないが、今の状況で維持できれば、景気の状態も維持できる。大阪万博も決まり、少しは明るい方向に向かっていく。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大阪万博は7年後であるが、先を見越した経済効果が出てくる業種ではないため、良くなる要因が見当たらない。
		高級レストラン（企画）	・アジアからのインバウンド客のほか、国内客では首都圏や九州からの宿泊客が前年よりも減少している。
		一般レストラン（店員）	・冬になるにつれて外出を避ける傾向があるため、良くなる見通しが全くない。
		観光型ホテル（経営者）	・12～1月の先行予約も引き続き好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、会議の2～3月の予約は好調で、前年を上回っている。客室は単価、予約率共に低調であり、新規参入の低価格ホテルと競争になると予想している。食堂は平日のランチで苦戦しているが、週末と休日は盛況である。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊予約数が前年を下回っており、客室単価の低下も続いている。一方、宴会の予約状況は、前年に近い水準で推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（管理担当）	・台風で関西国際空港が閉鎖された頃と比較して、アジアからのインバウンドの宿泊者数が回復している。
		旅行代理店（営業担当）	・米中関係などの海外情勢の動きは懸念材料であるが、大阪万博決定の明るいニュースや、ふっこう割の効果もあり、回復基調が続く。
		タクシー運転手	・企業関係、一般客の予約共に、比較的順調に推移しており、大きな変化はない。
		観光名所（企画担当）	・現状、それほど変化はみられないが、インバウンドの来場数が維持できるかどうか、今後の来場者数を決める要素と考えている。
		遊園地（経営者）	・秋の行楽シーズンを迎え、猛暑や台風などの自然災害からは回復基調にあるが、あくまでも被災前に戻っただけである。更なる改善の要因は見当たらず、依然として先行きは不透明である。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・12～2月にはコンサートが21日間予定され、子供向けのイベントや企業イベントも開催されるため、例年と同等の集客を見込んでいる。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・インバウンド効果も安定期の段階となっている。大阪万博に向けて、年単位では関西の注目度が上がることで、集客の底上げが期待される。
		その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・今月は無料体験期間であったが、料金が上がっているせいか、少し出足が鈍かったような気がする。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅需要の伸びていく要素が見当たらない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介]（経営者）	・不動産価格は下落すると予想していたが、大阪万博の決定で現状維持が可能となる。
		一般小売店 [花]（経営者）	・気候の影響か、季節商材の売行きが鈍化しているほか、仕入価格の値上がりで利益も減っている。
		一般小売店 [衣服]（経営者）	・今年は暖冬になりそうで、コート類が不足気味に推移した前年とは異なる。不安要素を抱えているため、早めの処分を考えている。
		一般小売店 [珈琲]（経営者）	・季節要因もあるが、正月明けは商品の動きが悪化する。
		一般小売店 [精肉]（管理担当）	・これからはますます新しい消費スタイルに変わっていくことが予想される。専門店として、改めて情報発信や差別化を進めていかなければ、流れに飲み込まれてしまう。
		百貨店（売場主任）	・来年に中国で施行される予定の税金対策により、パイヤーによる購入が減少する可能性がある。また、順調なのは化粧品などの限られた商材であり、アパレルは苦戦している。特に、大手アパレルメーカーの決算が悪化する可能性が高く、ショップやブランドの改廃、商品の生産減少、投資の抑制などにつながるため、景気は悪化する。
		スーパー（店長）	・来秋の消費税の引上げに向けて、増税の対象である耐久消費財に予算の回る可能性が高いため、軽減税率が適用される食品中心のスーパーは厳しくなるかもしれない。
		スーパー（店長）	・暖冬の予想や、景気の先行き不透明感、消費税の引上げに関する報道の増加が、景気の悪化につながる。
		スーパー（社員）	・衣料品や住関連に比べ、比較的堅調に推移していた食品部門でも、春から夏頃に比べて、買上単価がやや低下している。消費税の引上げの実施が決まったことで、客の節約心理が再び高まったと考えている。
		コンビニ（店員）	・寒い時期は、来客数が減る。
		乗用車販売店（販売担当）	・取り扱っている車種が、来年1月から値上げとなるため、販売台数自体は減少する。
		その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・人手不足や、原材料価格の高騰等による物価上昇が、消費に一段と大きな影響を及ぼすことが懸念される。また、消費税の引上げの動きも分かりにくく、先行き不安による消費への悪影響も懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・近隣の大型ショッピングセンターに新しい店舗が入るので、客が分散され、商店街には人が流れにくくなる。
		その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・好材料が見当たらない。大阪万博の開催が好材料になることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・年明け以降は、例年どおりの予約の動きである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、改装の影響で大団体が受注できないため、厳しい状況が続く。宴会も前年のような大型会合がなく、苦戦する見込みである。
		都市型ホテル（管理担当）	・今後もホテルや簡易宿所は増え続け、更に供給過多になる。
		テーマパーク（職員）	・消費税の引上げの理由がよく分からないまま、何となく既定路線のように進んでいる。軽減税率の制度設計や増税後の景気対策も、検討が不十分な内容であるなど、景気を向上させる理由が見当たらない。
		美容室（店員）	・正月を過ぎると、単価が落ちる時期に入ってくる。
		住宅販売会社（経営者）	・市内の土地取引を高値でけん引していたホテル事業者の購買意欲に、やや陰りが出てきたように感じる。この数年でかなりの客室が供給されるので、警戒感が出始めている。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率の引上げの動きを警戒している。
	×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・取引先の動き次第となるが、競争率も激しく、値段も下がっている状況で、かなり厳しい状況が続く。大阪万博の誘致は決まったが、小さな店にまで恩恵は回らない。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・理由は不明であるが、12月の予約の注文が少なく、客の動きが悪いと感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・来客数の減少に加えて、秋物商材が売れ残っている。冬物の防寒商材も、仕入れても売れない状況である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げへの、政府の対応策に対する不安が高まっている。消費者は、過去の消費税の引上げを経験して、まとめ買いが節約にならないことを学習している。今回の場合、軽減税率の導入への不信感もあり、増税に備えて財布のひもが固くなると予想される。
×	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期になると来客数が減少する。	
企業 動向 関連 (近畿)		食料品製造業（営業担当）	・クリスマスや年末年始のイベントなどで、飲料水の需要が伸びる。
		木材木製品製造業（経営者）	・バイオマス事業が予定したほど進まず、近い将来での大きな効果は期待できないが、その先に向けて、現在の事業に着実に取り組む。
		化学工業（経営者）	・受注が安定して増えてきているほか、案件の問合せも、前年に比べてかなり多くなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注には至っていないが、引き合い件数が少し増えている。
		建設業（経営者）	・年末までに済ませたい案件や、年度末までの案件のほか、来年の消費税の引上げを見越した計画案件などが増えてくる。
		輸送業（商品管理担当）	・来月にボーナスが入れば買物をするため、販売量は増加する。
		輸送業（営業担当）	・学習機の販売が増えることを期待している。
		通信業（管理担当）	・ボーナス商戦に突入するほか、東京オリンピックや大阪万博に向けて景気が活発化する。
		金融業（営業担当）	・大阪万博の決定により、景気も回復傾向になると確信している。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年末までは今の動きが続きそうである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・2025年の大阪万博の開催決定による経済効果を期待するのはもちろんであるが、足元の景気を見ると、米中間の貿易摩擦を始め、韓国との関係悪化、大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題に端を発した日仏関係の悪化といった懸念材料が多い。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・小さな案件ではあるものの、ようやくライティングの案件が出てきた感がある。
		食料品製造業（従業員）	・業務用の製品は安定した売上が期待できるが、家庭向けは年末年始の特売で競合他社の安売りが激しくなるため、相変わらず苦戦が続く。
		繊維工業（総務担当）	・中間業者における格差が広がり、出張しなければ売上が見込めなくなっている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・特に、忙しさに変化はない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・季節要因を考慮すると、客からの情報に大きな変化はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（企画担当）	・年末の食品の最需要期に入ったが、販売量が伸びていない。このまま需要期を過ぎれば、通常期に戻る。
		化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込みでは、10～11月の好調な状態が継続するとの情報を得ている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・先行きが見通せない状況において、必要な物を必要なだけ購入する動きは加速する。多めに作って価格を下げる注文は減っていくため、言い古されたことではあるが、多品種少量生産でいかに利益を確保していくかが重要となる。
		金属製品製造業（経営者）	・年明けの発注の内示も、全体的には変わらない様子である。
		金属製品製造業（営業担当）	・ユーザーが価格の上昇を受け入れないという状況は、簡単には変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後の景況も大きく変わらないと予想される。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・収入の増加が見込めないなかで、物価の上昇が進んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・不安要因は多いが、短期的には何とか現状を維持できそうである。原油価格も暴騰しない様子なので、楽観している。ただし、不安材料が顕在化する可能性もあり、緊張した状況は続く。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・4K、8Kの衛星放送の開始により、今よりも8Kテレビの荷動きが活発になると期待されるが、大きく台数が伸びる商材でもないため、全体としては変化がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大阪万博が決まったことで、仕事が増えることを期待している。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷により、靴メーカーへの発注が減っているのが実情である。
		建設業（経営者）	・建設業界の東京一極集中の動きは、東京オリンピック関連の工事の後、減少すると予想されている。ただし、地方の建設業界は建設資材の高騰や人手不足の状況にあり、冬の時代が始まっていると感じる。
		建設業（経営者）	・人件費の上昇による影響か、様々な部分で材料単価や作業の手間賃は上がっているが、受注単価はなかなか上げられないのが現状である。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・年末年始の需要期ではあるが、消費税率の引上げを控えた、駆け込み需要を見計らった買い控えによって相殺される。
		金融業（副支店長）	・大阪万博が決めたため、将来的には良くなることが予想されるが、今後2～3か月の景気は、客の受注状況を見ると、現状のままと予想される。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・クリスマスや年末商戦が始まり、折込件数の増加が期待できるが、12月に限った動きであり、年明け以降が不安である。
		広告代理店（営業担当）	・デジタルメディア関連の発注で、今期はプラスが見込めない。
		広告代理店（営業担当）	・今年に入り、売上が前年を下回る状態が続いている。
		経営コンサルタント	・高級品と身の回り品で大きく分かれている。高級品については、消費税の引上げ前の駆け込み需要で良くなる。
		司法書士	・大阪万博の開催決定により、心理的なプラス効果は期待できるが、2～3か月の短期間では具体的な変化はない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・10～11月にまたがって製品の値上げが続いている。その価格転嫁を得意先に申し出て、交渉のための手間が取られ、時間に追われている状態である。
		食料品製造業（経理担当）	・現政権は外交には力を入れているが、内政には物足りなさを感じる。内需にも力を注いで欲しい。
		繊維工業（総務担当）	・靴下業界では、売上と利益の両面で厳しい状況が続いている。高付加価値品の開発に努力しているが、それらの商品の売上が伸びない。
		繊維工業（団体職員）	・需要動向が見通しにくい。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いの減少に加え、競合他社との受注競争の激化が予想される。
		輸送業（営業担当）	・今月は単価の安い通販関係の荷物が多し。利益率が低いため、前年を割り込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（営業担当）	・米中の貿易戦争により、先行きが不透明と感じている経営者が増えている。設備投資のほか、不動産の購入、賃貸を控えるなど、様子を見る企業が増えるため、景気は来年に向けて弱含んでくる。
	×	広告代理店（企画担当）	・海外景気の影響を受けて株価が変動しており、景気の不安定さを感じる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・世界経済の動向や、日本の経済政策がはっきりしない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（支店長）	・大阪万博の誘致も決まり、市場は今後更に活性化することが予想される。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・大阪万博の開催が決定し、人材業界の盛り上がりを期待している。
		人材派遣会社（営業担当）	・採用意欲のある企業が引き続き多いほか、採用の理由としても、社員の増員に伴う派遣依頼が増えている。
		人材派遣会社（営業担当）	・4月の採用に向けて、転職希望者の動きが年明けから始まる。
		新聞社〔求人広告〕（担当）	・新年を迎えるが、2020年の東京オリンピックと2025年の大阪万博への期待感で、良くなることを期待したい。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・正式に大阪万博の開催が決定したことで、現在でもかなり多いインバウンド需要が更に増える見込みとなるため、準備のための採用募集なども増える。
		職業安定所（職員）	・直近の新規求人をみると、ホテルや倉庫などの建設需要の増加に、台風21号による被害からの復興需要が加わり、建設業が大幅に増加した。大阪万博も決まり、今後も増加が続くと予想される。また、年末年始の繁忙期に向けた宅配ドライバーや倉庫作業などの運輸関連のほか、省力化や自動化機械といった設備投資関連の製造業でも、求人が大きく増えている。人手不足が深刻化するなか、この流れはしばらく続く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・採用意欲はあるが、費用の掛け方には慎重という企業の姿勢は、全体として変わらない。その一方、就職活動のルール改正による採用活動の早期化もあり、世間の動きに乗り遅れないようにする動きもあるため、総合的に判断すると、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・給与などの雇用条件は、今よりも更に良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・中小企業の採用者数は、まだまだ伸びる可能性がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大阪万博の開催決定が心理面にも作用し、景気の回復に影響を与えてほしい。
		人材派遣会社（経営者）	・労働者派遣法の3年問題も峠を越え、今後は年末特有の忙しさが出てくるが、今年は様子が変わり、企業は落ち着いた動きとなっている。各業種とも忙しくしているものの、人材難で困っているわけではない。
		人材派遣会社（役員）	・労働市場を取り巻く環境について、短期間で大きく変動する要素は、現時点では見当たらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は減少傾向にあるが、依然として求人倍率は高く、人手不足感は強い。特に、人手不足が厳しい建設業や運輸業、医療・福祉業では、求人は多いものの、希望する求職者が少ない。この傾向は当面続きそうである。
		職業安定所（職員）	・求人倍率も高止まりしており、大きく変わることはない。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・当面は夏頃の環境が継続する。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・今後も求職者の少ない状況が続くため、状況は変わらない。	
	アウトソーシング企業（管理担当）	・前倒して仕事が入っているため、新規の仕事がなければ、しばらく暇な状態が続く。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞広告における求人数は縮小均衡の状態が続いており、景気は下向きのベクトルを示し続けているため、正確な景気判断が難しい。むしろ外的要因である米中間の貿易摩擦による景気悪化の圧力が、輸出企業の下請が多い関西の景気にも波及し、マイナスの影響を与える可能性が高い。	

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
	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
家計 動向 関連 (中国)		乗用車販売店（業務担当）	・新商品を投入するとともに、年間最大の増販期へ突入するので販売量は増加する。
		通信会社（企画担当）	・政府側と携帯会社で携帯料金値下げ可否の応酬がある。値下げが実施されるタイミングは別としても、年度末よりサービス料金等の見直しの動きが出てくる。その上で、関連するサービスや商品の品ぞろえの変化が出てきて、利用者の関心度が高くなる。
		競艇場（企画営業担当）	・売上が見込めるレースが控えている。
		商店街（理事）	・年末年始を迎えるので、客の消費行動が活発になる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・ホームページのアクセスログを解析したところ、SNSからの流入が増加しているため、更新頻度を高めていけば新規客の増加を見込める。
		百貨店（営業企画担当）	・気温が低下し、大型催事の開催など販売促進強化によって来客数が増加する。
		スーパー（店長）	・商圏内の産業が好調で、関わる人が多く在住しているため良い影響を受けることができる。
		スーパー（店長）	・月末に気温が低下し始め、段々と冬物商材の動きが良くなっている。本来なら11月中に売れたであろう商品の需要が期待されるため、景気はやや良くなる。ただし、今年度は暖冬との話もあるので、2月以降に前年とは違う商品販売構成になる。
		スーパー（販売担当）	・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題はあったものの、東京オリンピックや大阪万博開催のニュースが続き、景気の上昇に期待が持てる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・公共工事などで当県への流入人口が増加しており、主力商品である米飯類の動きは活発なまま推移する。また、今年の冬は比較的気温も高く人の動きも例年と比べ活発になり、平成30年7月豪雨災害の復興需要で来客数が増加する。
		家電量販店（店長）	・来客数は増加していくので売上は伸びる。
		家電量販店（店長）	・新しい放送に対する客の関心の高さから、4K・8K放送に関する問合せが増えている。現時点では4Kチューナー内蔵テレビを発売しているメーカーが限定されるので様子見の客も多いが、今後品ぞろえが増えれば需要が更に拡大する。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げを意識して客の購入量が増加してくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算の最需要期となり、消費税の引上げ前ともあって、新型車の販売量は増える。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末年始のセールを期待している客は多いので、販売量が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が投入され、決算期にもなるので景気は上向き。
		自動車備品販売店（経営者）	・来年の消費税の引上げに絡んで駆け込み需要が見込める。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・高単価商品の動きが良い状況が続く。高額でも買いたい商品を買う客のため、当店は付加価値のある商品を提供しているので更に良くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・年末にかけてボーナス時期になるので景気は良くなり、イルミネーションが始まって夜の客の動きも出始める。
		一般レストラン（店長）	・来年はいよいよ平成最後の年になり、客の財布のひもも緩む。また、2～4月はインバウンドが増える時期なので来客数は増加する。
	観光型ホテル（営業担当）	・13府県ふっこう周遊割が1月末まで延期され、先行予約で満室なので景気は上昇していく。	
	旅行代理店（営業担当）	・年度末に向け法人を中心に経済活動が活発になる。	
	タクシー運転手	・年末年始は忘年会と新年会の時期なので夜の売上は増加するが、2月になると雪の影響で客は外出を控えて客足は伸びない。	
	通信会社（工事担当）	・客からの話に基づくと景気は良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（営業担当）	・本格的なイルミネーションシーズンに入るなか、暖冬予報も出ており遠方からの客も増加する。
		観光名所（館長）	・来客数が増加する。
		観光名所（館長）	・2019年は改元に向けてゴールデンウィークが10連休となり、祝賀ムードが向上していき、東京オリンピックに続いて大阪万博が決定してインバウンドも増加していく。米中の貿易摩擦を日本が独自のスタンスで橋渡しの役割を演じたり、日口関係がよりプラスに作用したりすることにも期待が持て、景気向上にもつながる。
		設計事務所（経営者）	・受注活動が活発化するのに加えて、客も消費税の引上げに向けて購入意識が高くなっていく。
		設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ前のリフォーム需要と、平成30年7月豪雨災害の復興へ向けてこれから動きが出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の動きと、改元や東京オリンピックへの好景気ムードに後押しされる。
		住宅販売会社（営業担当）	・年度末に向けてリフォーム案件が増える傾向にある。
		商店街（代表者）	・大型店は改装等で売上確保をしているが、商店街はそこまでの投資ができず、余り良くなる要素もないので現状が続く。
		商店街（代表者）	・海外からの客が駅前に宿泊する傾向にあるものの、商店街への客足と売上増加にはつながらない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・無駄なものは購入しない客の姿勢は継続する。
		百貨店（経理担当）	・改装により売上が伸びた部門があり、前年並みの売上になり、緩やかな回復傾向になる。
		百貨店（営業担当）	・クリアランスセールに期待は持てない。
		百貨店（売場担当）	・景気に大きな変化はないが、ネット関連の利便性が劇的に変化しており、既存の商業形態の減退は進む。
		百貨店（購買担当）	・大きな食品スーパーが開店したので駅周辺は活性化されて客足は伸びるが、婦人服以外の衣類や高額な宝石類の売上は伸びず、厳しい状況に変化はない。
		百貨店（外商担当）	・当店は年末で閉店なので売り尽くしセールを実施しているが、来客数は増加しても客単価が上昇しない状態が最後まで継続する。
		百貨店（外商担当）	・客の収入が増えない限り現状が続いて景気は下降し、良くも横ばいでの推移となる。
		百貨店（売場担当）	・大手アパレル問屋を中心にカードのポイントアップや上客向けセールに偏った前倒しのセールを行っており、12月以降のコートなど防寒商戦はやや動きが鈍くなる。
		スーパー（店長）	・販売点数が増加しても来客数が減少して売上が低下する傾向は続く。
		スーパー（総務担当）	・年末に向けての消費には期待が持てるが、依然として景気の上向き感はない。
		スーパー（業務開発担当）	・クリスマスや年末を迎え、予約状況が例年より少し悪い。直前の追い込みで期待をかけながらも、競合他社も必死の様子であるため予断を許さない。
		スーパー（管理担当）	・売上上昇となる起爆剤がなく、現状のまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・前年同期と比較して来客数に変化はない。
		コンビニ（エリア担当）	・前年10月に競合店ができ、その影響で土日を中心に売上が減少していたが、今月は工事客の増加と競合店開店から1年がたつので前年並みに近づいている。下降幅が2～3か月前より小さくなっているが、この状況は半年以上続くので景気が良くなることはない。
		コンビニ（支店長）	・販売量が前年をクリアする状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・景気が上向いている建設業など一部の業界とは異なり、小売業は好景気ではないので期待が持てない。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の最後の年末なので、客の購買意欲が高まる。
		家電量販店（販売担当）	・年末年始商戦に期待するしかない。
		乗用車販売店（店長）	・年末年始にかけて来客数が増加し、それに伴い販売量と売上単価が上昇してくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げの話題はまだ余り出ていないが、これから消費税改正内容が決まってくれば状況は変わってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（店長）	・新車販売は年度末を迎えて勢いが出てくるが、整備部門は既に手一杯の状況なので、整備部門が大きく売上を伸ばすことは厳しい。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減少で来客数が減少し、将来への不安から客は購買を控える。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数の増加は期待が持てない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・平成30年7月豪雨で被災した人が駅周辺に仮住まいで引っ越して来たので、スーパーのほか生活関連商品の売上と来客数は増加する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・ガソリンの高騰が続いており、車での遠出などに影響する。年末に向けボーナスやクリスマスとイベントはあるので来客数は増加する。
		一般レストラン（経営者）	・労働力不足によるサービス低下に歯止めが掛からない。客に当たり前の満足を提供できていない現実があり、売上は今後も減少していく。
		一般レストラン（外食事業担当）	・忘年会と新年会の予約は入っているが、平日ディナータイムの不振は続き、ヤングファミリー客が増加することはなく現状が続く。調味料の品質向上と品ぞろえが充実した中食との競合になっており、家で飲食する機会が増えている。
		スナック（経営者）	・ここ何年も景気向上の兆しがないので、この業界の景気は変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気が良い業種とそうでない業種があり、景気に変化はない。
		都市型ホテル（総支配人）	・例年オフ期となるが、航空会社の新規就航路線である仙台や静岡周辺のマーケットや13府県ふっこう周遊割などを利用した観光客層に期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・復興ムードにより景気はやや回復傾向にあるが、レストランは平日の集客に苦戦している。購買機会が増加する時期になるが、ガソリン価格の高騰なども背景にあるため、一般消費者の景況感は厳しいままで推移する。
		都市型ホテル（企画担当）	・引き続き堅調な海外宿泊者が全体収入をけん引し、周辺に多くの飲食施設が開店したことでマイナス影響を受けているレストランの落ち込みを補っていく。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始の旅行は遠方でなく近場に行く傾向にあり、客の財布のひもは固いまま推移する。
		タクシー運転手	・人の動きはあるのに運転手が不足しているので売上に変化はない。
		タクシー運転手	・繁忙期になるが、前年ほどの数値には期待が持てない。
		通信会社（総務担当）	・新たに開始した光サービスに関して客の反応が今一つであり、これからも大幅な加入件数の増加は見込めない。
		テーマパーク（管理担当）	・地方消費は伸びておらず、現状が推移していく。
		美容室（経営者）	・2～3か月で客の給料が上がるわけもなく、景気に大きな変化はない。
		美容室（経営者）	・来客数は少しずつ減少しており、客の消費動向は少しずつ変化していく。
		設計事務所（経営者）	・建築を取り巻く環境に変化はない。以前の消費税の引上げ前は駆け込み需要があったが、今回は駆け込み需要も余りない。
		商店街（代表者）	・少子化、オーバーストア、デフレ、インターネット販売との競合など非常に厳しい状況であり、今後はもっと厳しくなる。客はより安く、必要なときにしか商品を購入しない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・先行きが不安なので、慎重に事業計画を立てる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・デパートのセールやお歳暮コーナーの客は少なく、景気はそれほど良くならない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・正月になれば人通りは増加するが、売上にはつながらない。
		スーパー（店長）	・現在の状況が一時的なものなのか継続的なものなのか判断できないが、来客数は減少していく。
		スーパー（販売担当）	・年明けから始まる新生活商戦は、年々市場が縮小傾向にあるので相当苦戦する。よほどの外的プラス要因でもない限り、これからの数か月の景気の上昇はない。
		スーパー（営業システム担当）	・消費税の引上げに伴う機器の入替え費用が重なり、かなりの負担となる。野菜価格の高騰で客の節約志向が高まるので売上の上昇も余り見込めない。

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
		スーパー（財務担当）	・今後、野菜の値下がりによって売上が減少し、平成30年7月豪雨災害の影響による年末年始の節約もあるため、来客数と売上が減少する。
		衣料品専門店（経営者）	・様々な商品の値上がりで、景気は悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・当面は新型車が出る予定はないので、来客数は増加しない。
		住関連専門店（営業担当）	・イベントを行っている日以外の営業日の来客数が少ないので景気は良くならない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方経済を活性化するには流入人口を増やし、地方に金を動かすようにしなければならない。各地方の行政の努力次第で景気は決まる。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げに向けての景気浮揚策が不明で、客の購買意欲が上向き要素がない。放送サービス事業においては4K・8K放送が期待されたが需要は非常に限定的になる。
		通信会社（広報担当）	・価格がずっと低迷したまま、上昇する傾向にない。
		テーマパーク（業務担当）	・イルミネーションイベントが終了し、雪の季節になれば来場者が減少する。
		ゴルフ場（営業担当）	・12月までは予約状況が良いが、1月以降は平日が良くない。
		美容室（経営者）	・売上は減少していく。
	x	商店街（代表者）	・客の購入姿勢は厳しく、売上確保が難しい状況が続く。
	x	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げで客の消費マインドが落ち込み、石油価格高騰の影響で製品コストも値上がりしている。暖房用灯油価格も高止まりしており、家計を圧迫する。
	x	スーパー（店長）	・競合店との競争が激化し、野菜価格も低下して売上は増加しない。
	x	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・雪のため来客数が減る。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・モデルチェンジが予定されており、忙しい状況は続く。
		不動産業（総務担当）	・12月までは賃貸物件の需要時期ではないが、1月からは例年どおり繁忙期となり景気は良くなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・夏の落ち込みの反動で秋の需要が増加するとともに、消費税の引上げ前の駆け込み受注が少しずつ増加し、景気がやや良くなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・災害復旧の土木工事が出てくるので、その分の活動に上振れが起きる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・為替の安定や一定の仕事量がある前提で、一部の船種や荷に市況の回復がみられることや、大型の液化天然ガスプロジェクトが順次スタートすることから、景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・客から年末年始に販売促進を拡大するとの情報があり、先付け受注もしている为上向きに進行する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		食料品製造業（経営者）	・人材確保に苦戦しており、客の要望に応えるのが厳しくなる。
		食料品製造業（総務担当）	・物流コストの高騰が落ち着かないので景気に変化はない。
		化学工業（総務担当）	・出荷は好調を維持しているが、これは業界全般での傾向であり、需要拡大によるものではないので、現状から好転することはない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業だけでなくガラス向けなどを含め受注が入って多忙な状態が続く。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材の受注量は低位安定している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量と販売量の動きに変化はない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示量は今期中高止まりとなっている。
		建設業（総務担当）	・資機材の価格が高騰し、納期に時間が掛かる状況ではあるが、厳しい条件の物件を回避できる状況にある。
		建設業（総務担当）	・今後の消費税の引上げや、米国と中国の貿易摩擦の行方が不透明である。
	輸送業（総務担当）	・客動向に大きな変化はない。	
	輸送業（経理担当）	・当面、大幅な数量増減要素がないため、現状が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（支店長）	・燃料価格の高騰や人手不足、契約社員の最低時給の引上げの影響で人件費負担が重くなり、経営を圧迫している。
		通信業（営業企画担当）	・取引先との話の中で来月のボーナスの話題が出たものの、支給額は前年並みとのことであり、また、前年同期と比較した大型消費の話題はなかったため、先行きの個人消費に大きな変動はない。
		通信業（営業担当）	・年末商戦を見込んで活動しており、客の反応に変化は少ないが、景況感はさほど悪くない。
		金融業（貸付担当）	・年末年始に企業の受注量と販売量は増加するが、その期間を外れると停滞期になるので総体的に変化はない。
		金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーのスポーツ用多目的車の販売好調は当面続き、系列の地元自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。
		繊維工業（監査担当）	・主力商品のコートは、現時点で寒くならないと売上増加は見込めない。
		化学工業（経営者）	・主原料が石油由来なので原油の値下がり基調に加え、諸外国の貿易摩擦の影響で主要取引先の受注量が減少しており、景気の後退感は否めない。
		鉄鋼業（総務担当）	・10月以降、工具鋼を中心に受注が減少傾向にある。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械に陰りがみえること、造船向けは増産でも当社が主に製造している大型案件が少ないことが影響して、来年の受注計画は今年より下がる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・直近の受注量が減少するとともに、装置開発の進捗状況が当初計画から遅延する。
		会計事務所（経営者）	・ガソリン価格の値上げが厳しく、物流面での影響が懸念される。消費税の引上げも間近に迫り、心理的にマイナスの影響を与える。
	x	-	-
雇用 関連 (中国)		人材派遣会社（社員）	・引き続き人手不足が続くが、12～1月は求職者が増加してくるので、いかにマッチングさせるかがポイントとなる。
		人材派遣会社（支店長）	・年末年始から年度末に向けて採用市場は活発になる。労働契約法や労働者派遣法の改正により正規雇用の希望は高まる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・例年2～3月は年度替わりに向けて最も求人数が増える時期となり、正社員求人も更に伸びる。また、アルバイトやパートも学生の卒業に備えて2～3月は求人数が増加する。
		民間職業紹介機関（職員）	・新たなホテル建設などインバウンドに期待した先行投資が進んでいく。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・大阪万博に向けての建設ラッシュとなる。
		人材派遣会社（支社長）	・客の話から、景気が良くなると考えているのは建築、建設、自動車関連など一部の業界にとどまる。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒、中途共に人手不足は顕著である。新卒採用は既卒者、第二新卒まで採用枠を拡大し、中途採用もこれまでの35歳から40歳前半まで採用枠を広げている企業が多く、この状況はしばらく続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・平成30年7月豪雨災害からの回復は順調ながら、人手不足に加え、今回の大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題に伴い他の自動車メーカーへの影響が懸念される。
		職業安定所（所長）	・今後も人手不足感の高い状態が続き、来春の新規高卒の求人倍率が2倍超と好調なほか、一般求人の求人倍率もバブル期並みの高い水準を維持する。
		職業安定所（事業所担当）	・各企業が採用活動に苦戦しているなか、従来から正社員の求人募集を行っていた企業が多様な働き方での受入れで人員を確保すべく、短時間勤務のパート採用も視野に入れた幅広い募集活動を展開し始めている。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒者を対象とした企業の採用活動がほぼ終了する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題による自動車関連製造業への影響が出てくる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・東京オリンピックで人口が東京に集中し、地方の人手不足が顕著になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	職業安定所（職業指導担当）	・外国船舶の橋への衝突事故で島の断水や橋の通行制限が行われ、島への経済的な影響が懸念される。

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		-	-
		コンビニ（店長）	・近隣で建設工事が目に付く。建設業の客の増加は、店舗にとって好条件である。
		衣料品専門店（経営者）	・客単価が上昇し、販売も伸びている。消費税の引上げによる駆け込み需要も一部あり、客の購買意欲は上昇するだろう。ただし、消費税の引上げ後は駆け込み需要の反動もあり、景気は冷え込むだろう。
		家電量販店（副店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要、エコポイント買換え需要、4K放送の需要などがあるため、景気が良くなってくるだろう。
		乗用車販売業（営業担当）	・年末から年度末にかけては決算セールが行われるため、販売台数は伸びる。
		乗用車販売店（従業員）	・年が変わると消費税の引上げを意識し、新車の販売も伸びるだろう。
		乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げを見込み今年度は好調に推移すると見込んでいる。
		住関連専門店（経営者）	・長期金利が低下しており、分譲住宅が盛んにできている。すぐではないが、徐々に需要が発生するだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末にかけて、お歳暮時期に少し売れるだろう。
		通信会社（技術）	・年末年始に向けた特別サービスが開始され、販売量が増加する見込みである。
		美容室（経営者）	・12月は美容業界は活気が出る月であり、かなり客も動くだろう。ここ数年は12月に入れなかった客が1月にまわるので1月も売上が上がる見込みである。
		商店街（代表者）	・新規出店の意欲のある大手や、地元業者の動きがみられる。商店街内の人通りも増えたため、経営が成り立つようになったという外部や消費者の声も聞く。
		商店街（事務局長）	・人通りは多いものの、年内は厳しい寒さが見込めないことから、季節商材や防寒関連の売上は苦戦するだろう。12月上旬までに一段と寒さが増せば、年末年始の売上は見込めるが、コト消費関連商品の提案アプローチにかじを切る必要が高まっている。
		商店街（代表者）	・米国ハイテク企業の株式に端を発する株価の乱高下や、大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題等の不安要素があるものの、引き続き堅調に推移していくだろう。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・特に良くなるとも、悪くなるとも、イメージが湧かない。
		百貨店（販売促進）	・衣料品が相変わらず厳しい状況であるが、気温の変化により左右される可能性がある。
		百貨店（営業統括担当）	・1月は初売りとクリアランスセールによって、セール中心の売上拡大を見込むが、客の動向は不透明である。
		スーパー（企画担当）	・11月以降も冬とは言い難い気候が続いており、冬野菜は早めの収穫が始まっている。そのため価格が下落しやすい状況となるだろう。
		スーパー（財務担当）	・今年は暖冬を予想しており、業態を超えた競合店が今後も増えるだろう。
		コンビニ（商品担当）	・外的な要因や客の来客数、販売量の動きを見ても良くなるという兆候がなく、良くても変わらない状況だろう。
	コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるが、景気が良くなる要素が全くない。また、来秋の消費税の引上げの影響が不透明であり今後の消費に影響が出る可能性がある。	
	衣料品専門店（営業責任者）	・秋冬シーズン全体をみればまだ前年よりマイナスで推移しており、既存客の売上も増加しておらず、良くならないだろう。	
	乗用車販売店（従業員）	・変わる要素がないため、現状がしばらく続くだろう。	
	乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げが直接影響するまでは、現状での推移となるだろう。	

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕(副支配人)	・寒さ次第ではあるものの、余り期待できない。
		都市型ホテル(経営者)	・予約状況を見ると良くないが、高知県の催物等で、何とか持ちこたえられる見込みである。年末年始の忘年会、新年会も良くはない。
		旅行代理店(営業担当)	・13府県ふっこう周遊割が1月末日で終了するため、その後の動きがどのように変化するか不透明である。
		タクシー運転手	・例年だとこの時期の売上はやや増加するが、今年は忘年会、新年会の頻度が少なくなっており、横ばいを見込んでいる。
		通信会社(営業部長)	・新生活の需要期前で新商品も一巡している時期であり、横ばい推移を見込んでいる。
		通信会社(支店長)	・当面の変動要素は、見当たらない。
		設計事務所(所長)	・大規模な開発の話等が来ており、少し以前のパブルのような感じもする。いつ景気が崩れるのかという不安感もある。
		商店街(代表者)	・地方自治体の活性化理念が全く見えない。しかも高齢化が進み組織の若返りが逆方向に進みつつある。
		一般小売店〔生花〕(経営者)	・今年は冬物商材の売行きが早いので、年末年始明けの売れ具合が伸びない。
		スーパー(店長)	・前年以上の暖冬傾向で冬物が売れないだろう。また、前年同時期は青果が相場高だったため、その反動もあり、3か月先も景気が好転するとは見込めない。
		競輪競馬(マネージャー)	・利用額、客数共に減少傾向にあり、年末年始に向け、客単価の上昇と、娯楽志向をどこまで伸ばせるかが業績を左右する。競艇人気の停滞や伸び悩みと経済力の停滞が重なり景気が良くなるのは難しい状況である。
		美容室(経営者)	・隣接する店舗の撤退などあり活気がなくなるだろう。
		× コンビニ(店長)	・地域経済が良くないなか、小売店舗の出店は激しく1店舗当たりの売上、客数共に減少の一途である。
		× タクシー運転手	・冬場はお遍路の客が少ないため街で走るしかなく、大幅に売上は減少する。
企業 動向 関連 (四国)		*	*
		木材木製品製造業(営業部長)	・消費税の引上げ前の駆け込み注文が始まったようで、住宅の契約数はどこのハウスメーカーも伸びていることから、住宅関係は下期は好調に推移すると見込んでいる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・景況感や売上は、今のような状態で推移するだろう。
		輸送業(支店長)	・世界情勢不安による原油価格の高止まりもあるが、既存客を含めた物量が相対的に拡大している。
		金融業(副支店長)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要等が、景気に影響を与え始める。
		農林水産業(職員)	・天候予報では暖冬が示されており、環境変化が少ないことが想定される。また、歳暮需要を期待する果実品目も、生育期の天候要因から内容が今一つで、その影響が心配される。
		食料品製造業(経営者)	・年末に向けて一番の繁忙期に入るが、小売店での店頭売価が上がらず、競合との価格競争が激しく利益が圧迫される。
		繊維工業(経営者)	・市場は目新しいものしか売れない状況で、消費者の選択眼は一層、厳しくなっていると感じる。
		鉄鋼業(総務部長)	・変化する要因は見当たらない。
		電気機械器具製造業(経理)	・受注量並びに受注見通しにおいて特段の変化はなく、また得意先の様子や市場のトピックに関しても特筆すべきものは見られない。
		建設業(経営者)	・手持ち業務量がまだ多くあり、数か月先から年度内まで、現在の状態が継続すると見通される。今は、景気よりも、仕事の納期、従業員の長時間労働が懸念材料である。
		建設業(経営者)	・3か月先も、状態は現状とほとんど変わらないだろう。
		輸送業(経営者)	・米国と中国の貿易戦争が景気動向に影響を及ぼす恐れがある。また、有給休暇取得の義務化等、働き方改革についても景気の先行きを左右するだろう。
		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)	・1月は引き続き悪い。2～3月についても良い話を聞いていない。	
	広告代理店(経営者)	・国内経済の回復傾向に反して、地元の得意先は経費削減の一環で広告費も削減傾向が続いている。年末年始広告等も例年と余り変わらない見込みである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（所長）	・マイクロプラスチック問題で需要が減少していく可能性がある。
		輸送業（営業）	・労働力不足の深刻化や燃料油価格の高止まり等、事業を取り巻く環境は厳しく、依然として経営を圧迫している状況に変わりはない。年末年始の特需による取扱物量の増加が期待されるなか、需要と供給のバランスが保持できない状態が危惧されることから、自社の利益面の改善に結び付けることができるかどうか分からない状況である。
		公認会計士	・将来の消費税の引上げに対しての不安が非常に強く、景気の足を引っ張るのではないかという不安を持っている。
	x	-	-
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（営業）	・年末年始にかけて消費意欲も高まり景気も良くなる。人材確保ができていない企業、できない企業との二極化が起こるだろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けて求人が増えつつあるが、求職者数は減っており景気の方向性は変わらない。
		求人情報誌（営業）	・長く続く人手不足の解消策がないこと、人手不足を理由とした受注控えなどが起こっており、その状況はしばらく続きそうである。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・ここ3か月単位ならそう大きくは変わらないだろう。
		職業安定所（職員）	・サービス業を中心に人手不足から事業展開に支障が出ているとの声がある。
		職業安定所（職員）	・現状では、今後の景況が大きく変化するような要因が見当たらない。
		職業安定所（求人開発）	・10月の有効求人倍率は1.58倍で平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動はないものの、人材不足が原因の企業規模の縮小などが増えてきている。恐らく3か月先くらいまでは今の状況と余り変わらないだろう。
		民間職業紹介機関（所長）	・最近の若年層はハローワークへの登録が非常に少なく、行政機関も創意工夫をして登録してもらうように努力する必要がある。私の回りの若年層も、ネット、求人情報誌を利用している人が大半である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒を十分採れない企業は多数あるが、卒業予定者のうち、企業で働いても差し支えない人材は既に公務員試験が一段落した最近では払底している状況である。今シーズンの就活状況を振り返ると、全体的に内定の時期が相当早まっただけで、景気動向にはほとんど影響を与えていないだろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・改正労働者派遣法による3年雇用ルールを避けるため、少しずつ契約終了者が増えていくだろう。
		求人情報誌製作会社 （従業員）	・年末に向け求人数の減少が予想される。
	x	-	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・震災による被災から店舗がようやくでき上がった。半年前から客は気にかけており、今後も来店を楽しみにしてくれるという言葉を励みに、売上が上がるよう努力していく。
		商店街（代表者）	・12月に入るとボーナスシーズンになり、商店街としては、プレミアム付商品券を発行するため、多少状況は良くなると予想している。営業努力次第で左右されるため、歳末は対応強化していく。
		商店街（代表者）	・年賀状等のシーズンの注文が更に押し迫って過密になると予想される。
		商店街（代表者）	・大阪万博誘致も決まり、西日本は楽観的で将来に向けての展望も明るい兆しが見えている。
		一般小売店〔青果〕 （店長）	・年が明けて、気温が冷え込んでくると冬物野菜が動くと考えられる。果物関係も朝夕の寒暖の差で糖度が出るため消費の動きにも期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・購入時の慎重な購買姿勢は継続しているが、友の会買物券や自社クレジットポイント催事の開催で購買意欲も上昇している。品目としては、紳士衣料雑貨、自家用のリビング用品、特選食器で商品単価も上昇している。また、し好性の高いインポートブランド各社・貴金属等や美術画廊等、季節要因の高い家電等目的買いの高額商品が依然好調である。お歳暮ギフトも本格開始で、年末年始の購入や友の会の買物券での購入、次年度対策の友の会新規入会も好調で期待できる。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げまでは、ある程度消費が増加すると考えられる。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピック・パラリンピックが近づいてくることもあり、4K・8Kテレビの問合せが増加している。アンテナ関連商品、アンテナ関連工事、映像商品の動きが良くなり始めており、景気に期待している状況である。
		家電量販店（店員）	・12月からテレビの4K・8K放送が開始される。客は興味を持っており、購買状況も良い。店内改装もあり、インテリア販売も開始しているが、非常に販売量が増加し、家電量販店が家電のみを販売するというより、生活全般をフォローするスタンスの中で客の単価が上昇している状況である。
		家電量販店（総務担当）	・年末にかけてのボーナス商戦や4K・8K放送開始によるテレビ買換え需要に期待している。
		家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房器具の需要が増えるとともに年末年始で家電買換えが増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末や年度末に向けて、客も増えていく。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要が増加すると予想している。
		乗用車販売店（総務担当）	・来年1月に待望の新型車が投入される。年度末商戦との相乗効果で売上を伸ばしていく。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月が繁忙期となり、特に店頭の客やギフトも出るため売上が増加する見込みである。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今年は季節商材の初動が悪く、各社冬のバーゲンセールに注力し、前年以上の売上を見込んでいる。また、施設的にも11～12月で新規出店が増え、売上と客動向はやや良くなっていくと予測している。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況も良く年末に向けて期待がもてる。また、客からも景気低迷の話題はない。
		旅行代理店（従業員）	・燃油サーチャージも据置きとなり、1月以降の学生旅行の動きが良く、国内、海外共に出足は順調である。
		タクシー運転手	・毎月収入も前年と比較し向上しており、毎日営業している街であるが、活気があり堅調さは維持できる。
		通信会社（企画担当）	・季節的に繁忙期になることと、サービスエリアの拡大が想定されており、その積み増しも期待できる。
		通信会社（営業担当）	・年末年始で消費が拡大すると予想している。
		ゴルフ場（従業員）	・この先3か月間の予約も現段階では順調に推移しており、また、海外からの問合せも前年より増加している。
		競艇場（職員）	・年末にかけて、売上の増加が期待できる。
		理容室（経営者）	・来月は年末に入るため、来店を抑えている人が多い。12月は今月より若干状況は良くなる。
		設計事務所（代表）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が予想される。
		商店街（代表者）	・年が明けて、景気、消費が上がる要因が見当たらない。また、寒い時期になるため、12月より良くなるとは考えられない。
		商店街（代表者）	・限られた収入源しかない客層が多いため、必要な物のみ購入する傾向は変わらない。
		商店街（代表者）	・気候次第ではあるが、年末に向け防寒用品の需要も高まり販売単価も上がるため、売上増加に期待できる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・年末に期待しているが、今年に入ってから廃業する店舗が多く、先行き不安である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・売上は比較的好調であるが、人件費がそれ以上に高騰しているため、景気はしばらく良くならない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末は贈答品もあり年間を通しての売上は若干期待できるが、年が明ければ落ち着いてくる。小売店の売上は、伸びても大型店とは比べものにならないので、例年どおりの売上を確保できることを期待している。
		百貨店（営業担当）	・しばらく前年並みだった入館客数が減少している一方で、購入客が増加しており、今後の傾向が読みづらくなっている。気温の低下とともに単価も上がると予想されるため、引き続き買上客数増加に力を入れ、売上にもつなげていく。

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（プロモーション担当）	・好調な訪日外国人の消費に、政治情勢がマイナス影響を及ぼさないか懸念される。
		百貨店（経営企画担当）	・例年よりも平均気温が高く衣料品の販売が鈍化している。クリスマス、年末商戦に向けては客足が増えることが見込まれるが、年明けのクリアランスセールが近くなることによる買い控えが懸念材料である。
		百貨店（売場担当）	・衣料品関係や雑貨、食品、化粧品関係などが売上をけん引しているが、部門別により格差が出ている。当社についての衣料品は、余り良い状況ではないが、入店客数は前年並みで推移しており、気象関係に問題なければ現状維持と予想している。
		百貨店（マネージャー）	・株価、為替等の動きがなければ、現状を継続する。
		スーパー（店長）	・社会情勢に光明が見られない。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げまでは現状のまま推移する。
		スーパー（総務担当）	・生鮮、特に精肉部門では競合先の低価格戦略により客が奪われており、なかなか浮上することができない。また、他の部門でそれを補うには事業規模が足りない状況である。
		スーパー（経理担当）	・寒くなると一時的には前年並みの販売が期待されるが、それ以上の期待ができない。
		スーパー（統括者）	・ボーナスは少し上がる可能性もあるが、年末年始にかけて先行きに不安なニュースが多く、消費者の財布のひもは緩みそうにない。
		コンビニ（経営者）	・良くなるような要因が見受けられないので、現状が続いていく。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・来年の消費税引上げに向けて、客からの問合せが徐々に増えているが、その影響で売上が増加している状況でもなく、買い控えが進んでもいない。今後、客数は伸び悩み、買い控えがあると予想されるので、売上は伸びない。
		衣料品専門店（店長）	・来店客の動向を見ているが、消費意欲がない。来店があっても購入に至っていない。
		衣料品専門店（店長）	・販売促進の企画好評により2～3か月の売上は好調であったが、この先は予測できず、プラスに転じる要因も見あたらない。
		衣料品専門店（取締役）	・景気が良くなる材料は何もなく、このまま必要な物以外は購入しないという状況は、ファッション業界だけの問題ではない。物余りの状況は、非常に厳しいものがあり、引き続き企業努力で乗り切り、効果を上げたい。
		衣料品専門店（総務担当）	・現在の当市が置かれた状況で、人口減少や同一商圈内における競合の劣位を考えていくと、今以上に周りで景気が良くなるとは考えられない。
		家電量販店（店員）	・経験則では、夏の数字が良いと冬までに数字が落ち込んでいたが、10～11月は前年も割れず底堅い動きをしており、冬もこの状態が続くと見ている。
		家電量販店（広報・IR担当）	・買換え需要は顕著であるが、革新的な商材も見当たらず、消費マインドの向上もそれほどみられない。
		乗用車販売店（代表）	・状況は変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格の見通しは不透明であるが、年末年始及び連休の人の移動に伴う燃料油の販売増加と本格的な冬の季節における灯油販売に期待したい。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・12月中旬にかけては、年末の贈答品の購入等で売上が伸びるが、新年にかけてこの購買意欲が継続するかは、まだ分からない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・競合店が11月に開店し、その影響が半年間は続くとは予想される。
		高級レストラン（経営者）	・予約があっても、それをこなせる従業員がそろわず断る状態になり、忙しいが売上は上がっていない。当市の場合、大河ドラマも終了になり、景気が下向きになるのではないかと危惧している。
		スナック（経営者）	・9～10月の下降局面は脱したが、11月の前年比は下回った。来店客数と客単価の前年との比較でも景気の上向きを感じられるような上昇傾向はうかがわれない。
		観光型ホテル（専務）	・景気が良くなる要因が見当たらず、先が見通せない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外からの入国者数も順調で、イベントも多数予定があるため、しばらくはこの状況が続くと見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（企画）	・ネットのみで取引を行う旅行会社や個人での旅行手配増加により、厳しい状況が予測される。
		タクシー運転手	・毎年12月のタクシー利用は、昼は少なく夜だけ動いている状況である。今年も変わらないと予想している。
		通信会社（企画担当）	・特に受注増加の動きはないが、需要減少の気配もない。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は、年末年始を過ぎ、それに寒さも加わり、徐々に景気が下降気味に動くと懸念している。
		美容室（店長）	・年末年始になるとふだんより売上は良くなるが、現状維持が精一杯の状態である。
		設計事務所（所長）	・現状に変化がないため、今後も状況は変わらない。
		設計事務所（所長）	・世界情勢が不安定で、先行きは不透明な上に、材料単価や人件費がまだまだ上昇しそうだ。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げに向けて、客の動きが増えている。一方で、住宅関連における消費税の引上げ対策の状況を確認しながら検討する客も増えており、景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げに向けての減税若しくは増税の取扱について発表があったが、減税による消費では景気は良ならず、増税の場合には駆け込み需要であるところから、今後の景気に動きはない。
		商店街（代表者）	・郊外大型ショッピングモールの連続した売出しにより苦境に立たされて、厳しい2～3か月だと危惧している。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げで購買意欲が出ると良いが、キャッシュレス決済の税制優遇検討が店頭で話題になっている。地方では戸惑いがあり、購買意欲に影響が出る。
		百貨店（営業担当）	・11月については、地元野球チームの日本一により、セールを開催したことで、この期間は売上が伸びた。それも含め売上に力を入れている。お歳暮時期になったが、過去と比較すると需要が少なくなり苦戦している状況である。
		百貨店（業務担当）	・例年、冬物等の立ち上がりとなる時期に動きが鈍い年は、そのまま盛り上がり終ることが多い。さらに、暖冬という報道もあり、冬物、防寒具の動きが鈍く、今後の先行きが不安である。
		スーパー（店長）	・来店客数の頻度が、このところ前年を割っている。このままでは、今後も期待できない。食料品を中心に販売しているため、毎日特価等の企画をし、客単価で前年比を上回る工夫を考えている。
		スーパー（店長）	・雇用状況は依然として厳しく、来年の消費税の引上げ等先行きの不透明感により、消費者の財布のひもは固いままである。その中で、店舗間の競争は、価格競争を含めます厳しくなると同時に、売上確保が非常に難しい状態になると予測される。
		コンビニ（経営者）	・将来への不安や物価上昇による買い控えが起こり、現状より売上が減少すると予測している。
		コンビニ（店長）	・消費税の引上げの混乱や米中摩擦等の影響により景気は伸び悩んでいる。
		住関連専門店（経営者）	・石油製品価格の高値安定で燃料費が上がり、また、配送経費も値上げ要請がある。食料品の値上げも消費意欲が減少する要因と考えられ、景気は良くならない。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・新しい商業施設や他の地区にファミリー向けの競合店が出店したため、客が分散し集客が伸びないのではないかと危惧している。
		高級レストラン（経営者）	・12月は、1年の中でも忘年会の時期で忙しいが、例年と比較すると客席に余裕があるため、若干売上は落ち込むと予想している。このところ新年会が減少しており、1～2月の先行きに不安がある。
		都市型ホテル（副支配人）	・12月は例年どおりのコンサートや2月は受験のための宿泊予約が入っているが、1月は前年には行われたコンサートがなく、大きな団体やビジネストラベル等の予約が入っていない。
		タクシー運転手	・来年は元号も変わり、消費税の引上げも控え、特需は若干あると予想されるが、世界経済に不安定要素が多く、リーマンショックのような引き金が出るのではないかと危惧している。
	×	観光名所（従業員）	・本格的な冬を迎えるので、凍結や積雪の心配が多くなり、熊本方面からの客足が減っていく可能性がある。
	×	美容室（経営者）	・アドバイスを受けてはいるが、一度離れた客はなかなか戻ってこない。今後の先行きが不安である。

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
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度内予算消化の傾向がみられるため、やや上向く。
		電気機械器具製造業（取締役）	・引き続き取引先の受注環境は好調である。米中貿易戦争の影響で中国サイドからのビジネスが不透明になるのではと懸念されている。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を見込み、客の生産ライン増強により徐々に上がると予想される。
		輸送業（従業員）	・特殊要因ではあるが、来年4～5月の10連休の影響で、各荷主は3月までに新商品発表やプロモーションを行って、購買意欲を高めていく対応が必要になる。
		金融業（営業担当）	・東京オリンピック・パラリンピック以後に大阪万博が決定したことの高揚感や来年は元号も変わり、期待感が出始め中小企業も心理的に前向きになっている。年末も控え売上、景気の良さは見込める。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・東京からの広告申込状況が良くなっている。
		その他サービス業〔物産リース〕（支社長）	・3月決算企業は期末の損益が見えてくるので、前倒しの設備投資を行い償却する可能性がある。
		農林水産業（経営者）	・12月は1年で最も多い需要期であり、売上も通常月の倍である。今の流れでは、今年は居酒屋やスーパーマーケットを含め、今までにない売上を計上できると予測している。冷凍食品メーカーは、後半に生産を落とすため、通常月と変わらない売上になる。懸念材料は、鶏の病気の発生や暖冬で鍋の需要が減り、売上に大きな影響が出てくることである。
		家具製造業（従業員）	・状況がやや良くなった今年初めから比較すると現在は停滞状態である。ほぼ前年並みとなっており、今後の見積提出額や物件量も前年対比では同じ推移となっている。
		化学工業（総務担当）	・製品によっては売価持ち直しの遅れがあり、国内薬価改定の影響が懸念されるものの数量は伸びている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口になっても受注関係が伴わず、産地としては苦戦している状態である。商社も危ぶんでおり、メーカーも週2～3日休むところ、12月には20日から休む予定の企業もあるため、先行きが非常に不安である。
		鉄鋼業（経営者）	・11月に入って状況は変化するとみていたが、相変わらず新規物件の見積りや成約が少ない状況が続いている。この状態は9月から3か月連続で続いており、今後の需要にも不透明感が強くなっている。
		金属製品製造業（事業統括）	・業界全体の人手不足のため、忙しさ感はあるが受注量が増加する気配はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・景気にはばつきがあるため、景気に左右される状況がつかめず、しばらくこの状態が続くと予想される。
		精密機械器具製造業（従業員）	・今月は受注先からの要求により、一部の製品が12月まで増産体制が続いているが、今回は一時的なもので、今後の増産の可能性は不透明である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車投入もあり景気自体は良く感じられるが、計画台数どおりに推移していくため、今月と大きく変化はない。
		建設業（従業員）	・今受けている工事が2月末までの工期である。それが終わらない限り、受注ができないため、ほぼ変わらない。
	輸送業（総務担当）	・賃金は上がっても物価・社会保険料共に上がっており、生活に大きな変化はない。景気の良い報道が流れていても、一部の大手企業のことである。働き方改革は、現実には中小企業にとって重しになっており、逆に制度整備するために長時間労働することになり、先行き不透明となっている。	
	通信業（職員）	・折衝件名の情報に大きな変化はなく、受注量の増減は少ないと予想される。	
	金融業（従業員）	・企業の求人意欲が旺盛で、雇用者所得は増加傾向にある。また、観光面では国内客、外国人客共に持ち直し傾向にある。ただ、人手不足が供給面の問題となっているほか、海外経済の先行きの不確実性を懸念する声が強まっている。	
	金融業（調査担当）	・持続的な景気の浮揚につながるような材料が見当たらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要、取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。また、時流を変えるほどの大きなトピックは見当たらないことから、今後3か月での大幅な上限変動は見込んでいない。ただし、海外の好景気にけん引される構図を考慮し、米中の貿易競争等の海外動静や設備投資の計画見直しといった国内の景気動向が不動産に及ぼす影響を注視している。
		金融業（営業）	・米中貿易摩擦が懸念されるが、ある程度両国が歩み寄るのであれば、現在の高水準の需要は維持できる。
		不動産業（従業員）	・宿泊施設の稼働率が横ばいで推移しており、今後も継続する。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込チラシの受注枚数は、前年を若干下回る数字で推移している。12月のクリスマス歳末商戦を前に特別な動きは感じられないが、数か月ぶりにスーパーマーケットの受注枚数が伸びている。マンション、理容エステ、自動車関連等の業種も好調であるが、百貨店、ショッピングセンター、教育関連等の業種は伸び悩んでいる。
		経営コンサルタント（社員）	・これから年の瀬になり、新しい動きは期待できない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・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（代表取締役）	・師走には10～11月より良くなるのが普通だが、最近の経済情勢や環境を考えると対前年で比較しても楽観はできない。
		農林水産業（従業者）	・天候が全国的に良いため、若干悪くなる。
		食料品製造業（経営者）	・原材料等の値上げも影響し、個人向け、業務用共に消費減少が続くと予想される。
		繊維工業（営業担当）	・賃金の上昇に対する対策としては、工賃の値上げがあるが、現状では可能性がないため、景気は良くならない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の生産計画が、下方修正傾向にある。
		建設業（社員）	・第4四半期になると極端に仕事量が減少する。現在の手持ち工事で何とかつなげていける業者は非常に少ない。官公庁発注の平準化実施を期待している。
		経営コンサルタント（社員）	・来店客数統計で前年より減少している。また、物流費の大幅値上げが大きく利益を圧迫している。
		×	建設業（従業員）
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の9月補正予算による物件は、ほぼ出尽くしており、今後発注される業務が少なくなり入札辞退が減少する。そのため、仕事が受注できず、人手も余り、人件費も十分に払えない等景気が悪くなることが予想される。
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・年末年始も近いことから、12月までは求人数等緩やかなペースでの動きであるが、一方1月以降は、年度末の繁忙対応案件や新年度の求職者等の活発な動きがあると予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・やや暖冬傾向にあることで、前年の寒かった冬に比べ、人の動きが活発になると予想している。観光や旅行に出掛ける等アクティブな行動になれば消費活動にも良い影響が出る。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2019年に様々な世界イベントを控えている。世界女子ハンドボールやラグビーワールドカップ等だが、関連施設の完成やプレオープン大会、それに合わせたイベントや訪日外国人への対応等が盛り上がっており、景気は上向いていくと考えられる。
		人材派遣会社（社員）	・注文を受けても人材不足で契約成立できない状態が続いており、現状の人数で乗り超えるために増員を取りやめた企業も出ている。人材確保が難しい企業では、手段を変更して対応している状況である。
		人材派遣会社（社員）	・外的な環境変化の要因が見当たらないため変わらない。
		職業安定所（職員）	・業績が上向く企業もあるが、10人未満企業の廃業等も数社発生している。また、廃業に至らなくとも、部署や施設の一部を統廃合する企業もあり、これに伴う離職者も発生している。
	職業安定所（職員）	・医療福祉業では看護職の不足も深刻であり、人材不足から有料職業紹介所に採用者の年収の20％～30％という高い手数料を払って雇い入れているケースも多い。人件費が収益を圧迫している。	

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
		職業安定所（職員）	・求人は増加しているが、製造業からの求人は横ばいである。また、業種によっては人手不足感が顕著になっており、景気回復の懸念を払拭できない。
		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と考えられる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・採用予定数の充足が思わしくない企業もあるが、来春卒業予定者の求人票の受理件数は減少しており、2020年卒業予定者の採用活動にシフトしているものと考えられる。ただし、求人の動きが景気そのものと直接関係があるとは限らない。また、企業の景気は、伸び悩んでいる状況である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当市の経済は訪日外国人で支えられている。したがって、地元企業が広く恩恵を得られているかは疑問である。最低賃金の改正も労働集約型の産業には影響が出ており、求人取扱件数減少の原因にもなっている。
	x	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連		-	-
(沖縄)		コンビニ（経営者）	・近隣にホテル等が多く、観光客が増加している。
		百貨店（店舗企画）	・継続した化粧品リモデル効果と観光客効果で変わらず堅調に推移すると予測する。
		コンビニ（代表者）	・人手不足は大きな課題だが、県経済は安定して推移すると判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数年、この時期に寒さが来なくなっているようである。そのため、秋冬物の販売が難しくなっている。またセールを前倒しして始める店も増えてきており、プロパー価格での販売が難しい状態が出てきているように見える。景気だけの問題ではないと感じられるが、景気はまだまだ良くない状態が続いている。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・年末年始の繁忙期に入るが、例年と比べ販売量が大きく変わる見込みはない。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・予約の先行き状況は前年並みで推移しており、同業他社も変わりが無い。
		住宅販売会社（代表取締役）	・自社での設計施工案件は何とか対応できているが、設計事務所からの見積り依頼に関しては、人手不足もあり建築着工時期などを勘案して断ることが多い。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税増税の駆け込み需要を期待しているが、今のところ、来場者数含め客の動きを感じられない。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・観光関連は良い状態が続くとみられるが、慢性的な人手不足で基準に達しない人材でも高い給与で採用せざるを得ず、人材育成を強化して、店舗レベルの低下を食い止めないと、働き方改革をクリアしながら、利益を出すのは至難の状態になる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今月も良い成績ではないが、残念ながら現段階の予約状況から推測される今後2～3か月先の客室稼働率は前年実績を大きく下回る見込みである。
		観光型ホテル（代表取締役）	・予想よりも年末年始の宿泊の動きが悪い。競争も激しくなっていて、どうなるか予測しづらい。
		旅行代理店（マネージャー）	・航空券の早期予約が可能となり、数をこなせばある程度の売上高にはなるが、利益率は下がる一方である。来期の個人航空券の取扱をどうするか検討中である。
		通信会社（営業担当）	・年明けから2月にかけては例年販売が落ち着く時期で、特に今年は報道により携帯電話料金の値下げが注目され待っている客もいるので客足は鈍ると予想している。
		観光名所（職員）	・予約数の状況が悪くなってきている。
	x	商店街（代表者）	・商店街で現在もっているのは観光土産販売と、飲食店である。立ち飲み屋が多くなっており、客を奪い合っており、売上が落ち込んでいるのが見受けられる。空き店舗ができると次に入るのはほとんどが小規模の飲食店なので、大変厳しい状況が続くとみられる。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (沖縄)		輸送業(代表者)	・宮古島、石垣島は、観光客対応のホテル、集合住宅や量販店等の民間工事が多く先々も続く見込みで、特に宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事も本格化しており、生コンの出荷は増大している。アスファルトの出荷量も上向いている。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・ホテル建設が継続、公共が減少の予想で、全体では横ばいの見通しである。
		建設業(経営者)	・申込件数も少なく、新規の引き合い件数の動きも鈍い。
		広告代理店(営業担当)	・県内企業の広告販促活動は、飛躍的な伸びはないものの、微増傾向が続くものと感じている。一方、ソフト交付金による広告販促予算が減少傾向にあり、全体としては大きな変化がない。
		会計事務所(所長)	・観光客数は堅調に推移しているが、客単価の上昇には好影響を及ぼしていない。
	x	-	食料品製造業(総務)
雇用 関連 (沖縄)		求人情報誌製作会社(編集室)	・12月から定期的に西海岸の大型施設の合同募集が予定されている。新年の求人増加に加え、更に件数が上乗せされるとみられる。
		人材派遣会社(経営者)	・依頼件数は、今年下半期に入り増加の一途で、この状況はしばらく続くとみている。
		人材派遣会社(総務担当)	・年末年始の繁忙期で通常よりも求人は増えると予想されるが、季節要因であり景気の状態は変わらないとみられる。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・新規求人数と新規求職者数が減少している。
		学校[専門学校](就職担当)	・時期的に、次年度対象の採用活動が活発になってきている。求人票や会社説明会等の問合せが増えてきている。
		学校[大学](就職担当)	・2019年卒に対する新規企業からの求人は徐々に少なくなってきた。前年同時期と比較すると求人は少ないように感じる。
x	-	-	-