

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)	・一昨年比で124.7%と売上が伸びていることから、景気は緩やかに回復している。
		スーパー(店長)	・半径1キロ以内にあった競合店が閉店したことに加えて、4月後半からのリニューアルを予定していることから、今後については一層の売上増加が見込める。
		商店街(代表者)	・今後については、雪解けが進み、春の兆しが見られるようになること、新年度を迎えて生活環境が変化することなどで、客が外出する機会が増えるため、来客数も増えることになる。
		商店街(代表者)	・最近ではゴールデンウィーク期間中に地域外に出かける地域住民が減少傾向にあり、地域内での飲食などにお金をかける客が目立つようになってきている。また、食事帰りについて買いをする客も増えていることから、景気はやや良くなる。道内観光客も徐々に増加し始める時期であるため、交通、宿泊、飲食、お土産関連の店舗の売上はアップすることになる。ただ、外国人観光客による買物は余り期待できない。
		商店街(代表者)	・春を迎えて、青果物の動きが活発になることが見込まれる。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・2月は1日当たりの売上が最近1年間の中で最も少なかったが、最近の傾向から、今後の売上は回復することになる。
		百貨店(売場主任)	・新元号のスタートや消費税増税前の駆け込み需要などにより、9月までは客の動きが良くなる。
		百貨店(販売促進担当)	・2月中旬からの気温上昇により、雪解けが急速に進んでおり、春の到来が早まることへの期待から春物衣料を始めとしたファッション関連の動きが活発になることが見込める。このため、3月以降の景気はプラス傾向が続くことになる。
		百貨店(営業販促担当)	・衣料品の回復傾向がみられたことから、全体の数値が安定してくることが期待できる。また、新元号に伴うムードの改善、10連休などもプラス要因となり、今後の景気はやや良くなる。
		スーパー(店長)	・4月下旬からの10連休があることで、3月から様々な需要が生じることが見込まれる。
		コンビニ(エリア担当)	・10月の消費税増税を前にした駆け込み需要が生じることになるため、今後の景気はやや良くなる。
		家電量販店(経営者)	・今後については、春夏商材の売上が見込めるため、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店(経営者)	・依然として新型車を中心とした新車販売が好調なことから、この傾向は当面続く。
		乗用車販売店(経営者)	・メーカー各社が新型車の発売を予定していることで、相乗効果が見込め、今後の受注量の増加に期待が持てる。
		乗用車販売店(従業員)	・10月の消費税増税の影響もあり、今後の景気はやや良くなる。
		高級レストラン(経営者)	・例年、2月の景気が最も悪い傾向にあるため、2～3か月後の景気はやや良くなる。3～4月にかけて段々と暖かくなること、観光客が増加することなどから、今後については、全体的に景気が上向くことになる。
	観光型ホテル(スタッフ)	・今後については外国人観光客の回復が見込める。5月のゴールデンウィークの日並みの良さ、市内施設でのイベントもプラス要因となる。	
	旅行代理店(従業員)	・消費税増税前の駆け込み需要を期待している。大型スポーツイベントに対する期待も高まっている。	
	通信会社(企画担当)	・格安通信会社への流出が収まりつつあることから、今後の通信サービスや関連サービスにおける新規客の獲得が期待できる。	

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
		観光名所（従業員）	・当地では、4月以降、前年を上回る客船の寄港が予定されていることから、今後の観光需要の高まりが期待できる。雪解けが早そうなこともプラスである。
		観光名所（職員）	・外国人観光客の動向を注視する必要があるが、北海道胆振東部地震の影響からようやく脱却できた雰囲気があることから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・春を迎えて輸送量が増加することが見込まれる。さらに、今年は10連休があることから、一層の旅行者の増加が期待できる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅における駆け込み需要は発生していないが、自動車や個人消費などにおける駆け込み需要がこれから徐々に出てくることが期待できる。
		商店街（代表者）	・外国人観光客は順調に推移しているが、今年に入り消費動向に変化がみられ始めている。このため、今後の消費拡大には苦勞しそである。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・北海道ふっこう割が3月末で終わること、夏の観光シーズンの始まる直前であることから、今後は外国人観光客、国内客共に若干減少することになる。北海道ふっこう割が終わった後に国内客の動向が上向くかどうかは鍵となってくる。
		百貨店（役員）	・消費税増税前の動向や新元号が景気に与える影響が読めない状況にあるため、今後の景気が良くなるのか、悪くなるのか、どちらともいえない。
		スーパー（店長）	・今後は、季節的に必需品の購入や目的買いが多くなる時期だが、高品質高価格商材と中品質低価格商材の二極化の動きが一層強まることになる。
		スーパー（店長）	・景気が良い方向又は悪い方向のどちらかに変動するような要因が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・年初来続く売上の動きの鈍さは、乗客数の減少が大きく影響しており、顧客の来店頻度が少なくなっていることがうかがえる。背景には北海道胆振東部地震後の買い控えがあり、今年10月の消費税増税に向けて慎重な消費者の心理状況が早くも表れているとみられる。
		スーパー（役員）	・天候要因で地域内の移動が困難になっている状況もあり、4月上旬までは厳しい状況が続く。さらに、高齢化や所得の減少といった要因に加えて、それらを背景とした同業種、異業種との価格競争は今後も続くことになるため、今よりも景気が良くなることは考えづらい。
		スーパー（役員）	・2月21日の胆振地方の地震の影響で、水、カップ麺、無菌米飯などがよく売れたが、一過性のものであり、景気は今後も変わらない。
		コンビニ（店長）	・景気が良くなるような要因が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（店員）	・4Kチューナー内蔵テレビ、レコーダーなどの商材に動きが出てくることを期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・春先需要もあり、3～5月は需要が伸びることになる。タイヤ交換での来店も増える時期であるため、それが商売につながることになれば、全体的な流れが良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税対策の内容が今一つ分かりづらく、客や社員もどうして良いのか分からない状況にあるため、今後も景気は変わらない。具体的な内容がはっきりしない限り、変化は生じない。
		自動車備品販売店（店長）	・中小企業にとって働き方改革の動きは大きな問題点を含んでおり、賃上げの施策も一部の企業にとどまることが見込まれるため、今後も景気は変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・健康産業はこれまで安定的に推移していたが、最近では天候要因や高齢化による影響が避けられなくなってきた。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・石油製品価格が緩やかな上昇傾向にあることから、今後の景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・今後も景気は変わらない。北海道ふっこう割の終了後、国内観光客、外国人観光客の動きがどうなるかがはっきりとしないため、予測を立てにくい状況にある。また、3～5月は閑散期であるため、ゴールデンウィークが長期化すると、それ以外の平日が落ち込むとみられる。さらに、今年は統一地方選挙があるため、高級飲食店では選挙活動の影響で売上がやや落ち込むことも見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・例年よりも降雪量が少ないため、農作物の生育状況に影響が生じることが懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・先行きの景気が上向きような変化が見込めないため、今後景気は変わらない。
		タクシー運転手	・特筆するようなイベントもないため、今後の消費動向は余り変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・景気回復の兆しが見当たらないため、今後期待できない。
		美容室（経営者）	・2月は天候不順や地震に景気が左右されることもなかったため、今後も安定した来客数、売上が継続する。
		住宅販売会社（経営者）	・今後の消費税増税が消費者個々の生活にどのような影響を与えるのかがよく分からない状況であるため、分譲マンション市場において大きな駆け込み需要が発生することは考え難い。静観している客がとても多い。
		商店街（代表者）	・現状から、消費税増税が確定することになれば、景気が一時的に良くなったとしても、その後の景気は悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・周辺の人口流出が止まらないため、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・3月以降に予定されている商品の値上げで、アイス、乳製品、カップ麺などの売上貢献度の高い商品群が対象となっており、売上への影響が生じる可能性が高いことから、今後の景気はやや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・フレッシュアーズの動きが悪いことに加えて、新作スーツの稼働も悪いことから、全体的に購買意欲が低下してきている。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・理由は分からないが、客足が悪く、ここ数か月販売量が減少傾向にある。このため、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・管内人口の減少に伴い、労働者人口が減少しており、結果的に世帯収入も落ち込んでいる。消費動向に陰りがみられつつあるため、今後の景気はやや悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・北海道ふっこう割が終了するため、今後の来客数についてはかなりの減少が見込まれる。実際に自社の先行状況、大手エージェント共に集客状況が良くない。
		旅行代理店（従業員）	・3月上旬で冬季観光が終わるとゴールデンウィークまで閑散期となる。特に今年は統一地方選挙があることから、4月は観光客、ビジネス客共に例年よりも動きが悪くなるが見込まれる。10連休以降の需要拡大を期待している。
		タクシー運転手	・乗務員不足は解消される見通しがないため、今後もタクシーの稼働率が落ち込み、売上の増加が見込めない状況にある。また、例年、雪解けとともにタクシー利用が減ってくるため、これから春に向けて会社の売上は減収が続くことになる。
		タクシー運転手	・事前予約や問合せが減少しているため、この先の景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・統一地方選挙があるため、夜の会合などが減少するとみられる。
		美容室（経営者）	・消費税増税に関連して、中小企業に対するケアが全くみられないため、今後については不安しかない。
	×	コンビニ（エリア担当）	・積雪量が例年の半分以下となっているため、除雪の動きが全くみられず、関係者の賃金などが減っているとみられる。そのため、今後の売上は一層悪くなる。
	×	タクシー運転手	・タクシー業界にとっては、消費税増税前の駆け込み需要やポイント還元などの消費税増税対策なども関係ないため、売上は減少する一方となる。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (北海道)		食料品製造業（従業員）	・5月のゴールデンウィークが10連休となったことで、それにあわせてスーパーでの販促が見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
		建設業（経営者）	・今後については公共工事の受注が積み上がってくることになる。建築工事もこれから受注が積み上がるため、景気はやや良くなる。
		建設業（従業員）	・合併特例債を原資とする地方自治体公共工事のうち、複数年にわたる大型工事が期限内しゅん工を目指して数多く発注されることが見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
		建設業（役員）	・公共土木工事では、補正予算分や新年度分の入札が続き、新規受注につながっている。次年度繰越の民間建築工事もあることから、次年度前半はフル稼働状態が見込まれる。
		輸送業（支店長）	・夏頃までは安定した受注量で推移することが見込まれる。
		輸送業（営業担当）	・年明け以降、砂糖などの農作物製品の港頭倉庫への入庫が増え、今後の本州向け輸送量の増加が期待できる。
		通信業（営業担当）	・10連休による景気への刺激や慶事による気持ち的な盛り上がりなどを背景として、今後の景況感は一時的にやや上向くことになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・災害復興、社会インフラ整備、北海道新幹線延伸、都市部民間建築工事などで相応の需要が見込まれる。
		食料品製造業（従業員）	・売上が増加するような案件もないため、前年とほぼ同じが、少し悪い状況で推移することになる。
		家具製造業（経営者）	・米国の動向、北朝鮮問題、英国のEU離脱問題などが世界を不安定にしている。直接の影響はないにしろ消費マインドを上向かせるような材料に乏しく、しばらくは景気の低迷が続く。
		金融業（従業員）	・個人消費は底堅く推移している。今後、公共投資の増加も見込まれるが、北海道ふっこう割の効果が薄れる中で、2月に再度発生した地震の影響が道内景気を下押しする懸念がある。再度の地震が重荷となり、道内景気は横ばいでの推移となる。
		司法書士	・全体的には急激な景気回復は見込めない。これから春夏に向かってどのような体制が整えられていくか次第の面がある。
		コピーサービス業（従業員）	・従業員への利益還元の状態が続いていることから、景気が上向くことまでは期待できない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・建設関係の投資は、プラスとマイナスの要因があるため、前年並みの状況が続く。また、外国人観光客の影響なのか、国内客の影響なのかは分からないが、冬の恒例イベント前後のホテルの宿泊単価が前年を下回っていることから、前年ほどの観光需要が生じていないことがうかがえる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・今後も需要と供給のバランスは現状と変わらないまま推移するとみられるが、法令などの改正により商材の扱いが変わったことでの特需が見込まれる。
		司法書士	・依然として景気回復感がない。10月の消費税増税を控えての駆け込み需要もさほどみられないことから、経済も停滞気味であり、景気が良くなるような雰囲気がない。
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・4月になってみないと何ともいえないが、例年よりも新年度に向けての案件が少ないことから、今後の景気はやや悪くなる。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・災害復興需要が落ち着いたことで、今後については特に建設業における受注量の減少が見込まれる。それに伴い設備投資意欲も減少していることから、今後の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）	・東南アジアからの直行便が増加しているため、外国人観光客対応のための求人が、今後ますます増加することになる。

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
北海道		人材派遣会社（社員）	・春商戦、新年度を控えていることもあり、求人意欲の衰えはみられない。しかしながら、転職市場においてスキルの高い人材が減少しているため、マッチングに苦戦している。また、複数の内定を得ている求職者が多く、内定が出ても別の内定を受けた企業と比較した上で転職先を決める傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・業種、職種を問わず企業の求人意欲は高いものの、景況感の改善よりもむしろ人材不足の影響が先行している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・季節的な要因から、欠員補充的な求人が増えることになるが、設備投資や事業拡大による増員を伴う募集は限定的とみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当地における求人広告業界では、主要産業である観光業、農業、建設業が本格的な採用活動を始める3～5月が年間で最も掲載件数、申込件数の多いタイミングである。ただ、近年は当地にゆかりのないWeb求人サイトの新規参入が相次いでおり、当社への受注が減少している。新規参入組は無理に受注しようとするため、値崩れ、広告内容の低下といったマイナスの影響もみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年の北海道胆振東部地震により北海道ふっこう割が始まったことで、観光業界などの客足は好調のようだが、北海道ふっこう割が3月で終了するため、今後の旅行者などの減少が懸念される。
		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傾向にあるため、しばらくは求人倍率が前年を上回る状況が続く。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が1年3か月連続で前年を上回っており、業種全体にわたって人手不足の状況にある。
		職業安定所（職員）	・景況感が変化するような雇用面での動きがみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が減少し、有効求職者数が前年並みであったことから、有効求人倍率は前年を下回ったが、7か月連続で1倍を超えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用担当者の動きや学生の就職活動について、例年と大きな差異がないため、今後も景気は変わらない。
		*	*
	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)		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなり、春物を求めて来客数が増えるかとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・1～2月の売上が悪かったが、購入時期がずれたことによるものとみえており、これからは売上が伸びる見込みである。新入社員の大幅な増加による発注を期待している。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィーク期間中の個人旅行の動きが活発である。特にハワイなどは3けたのキャンセル待ちが発生している便が多数ある。
		通信会社（営業担当）	・今後は異動時期となるため、春物商戦よりも早めの問合せが増え、来客数が増加傾向になるとみている。
		通信会社（営業担当）	・3か月後に業界全体で料金の改定が実施される予定である。料金の見直しや新プランの申込みによる来客数の増加に伴い、販売量も増加することが期待できる。
		商店街（代表者）	・穏やかな天候が続いているため、来客数は若干の増加傾向にある。客単価の低下は気掛かりであるが、そのことに注意して品ぞろえに努めていきたい。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は買い控えもなく、自分の欲しいものをそれなりに買っていく。雑貨などはまとめ買いをする客も多く、化粧品、医薬品も好調であった前年並みに推移している。さらに、3月は決算セールなどもあるため、景気は良い方向に動くかとみている。
		百貨店（営業担当）	・春の新生活に向けて様々な動きがあるなか、改元などもあり、多少の景気の上昇があるとみている。

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（買付担当）	・春の訪れが早くなる見込みのため、定価品に動きが出ている。また、消費税の引上げも控えているため、消費者の購買意欲が高まるとみている。
		スーパー（店長）	・3～4月は、実績が大きく下回った前年に比べれば、おのずと実績の増加が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・10連休となるゴールデンウィークや改元など、商売に結びつく変化があるため期待をしている。
		乗用車販売店（本部）	・新車だけではなく、中古車のうち特に高額車の引き合いが増えている様子である。繁忙期のピークを迎えるに当たって、店舗では良い追い風になっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬の影響で一足早く春が来るのではないかと。タイヤの入れ替え作業の前倒しや、花粉の飛散量の増加などによる各種作業の需要拡大を見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ファッション関係が底堅い動きをみせている。10連休というゴールデンウィークを控えて、消費の更なる拡大を図れる気運が高まっている。
		観光型旅館（スタッフ）	・春休みやゴールデンウィークなど、宿泊の売上増加のチャンスであると期待している。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークの予約に対して、キャンセルが余り出していない状態である。キャンセル料が発生する1か月前の状況でその後の動きが判断されるため、現在の状況からは仮予約ではなく本予約に移行している様子であり、景気は良くなるとみている。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークや改元などの特殊事情により、一時的に景気が刺激されるとみている。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークが10連休のため、個人旅行の動きが好調に推移している。
		タクシー運転手	・1月から横ばいで推移しており、悲観するような数字にはなっていない。また、東日本大震災の復興状況が少しずつ変化として表れてきているため、全体的な景気はやや上昇傾向になるとみている。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークの10連休で観光人口が増加することを期待している。
		通信会社（営業担当）	・サービスエリア拡大工事の遅れが影響していたが、2～3か月後にはその遅れを取り戻すめどがついているため、新規加入客数の増加が期待できる。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークは10連休となるため、来客数の増加が見込める。そのため、売上や客単価が好調に推移するとみている。
		観光名所（職員）	・日本人客の動きは、団体予約はほぼ昨年並みであり、予約なしの来客数も増加傾向にある。インパウンド客に関して、予約は好調であり、さらに、予約なしの来客数も増えている。そのため、今後の景気に明るい兆しがみえている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・4月以降に値上げとなる原材料があるものの、販売価格に転嫁することができる見込みである。
		住宅販売会社（経営者）	・街なかの空き家に対する相続相談が多い。宅地の一括買付予定もあり、宅造して多くの受注が見込める状況である。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・販売単価が上昇している一部の分野は売上の底上げが期待できるが、実際は供給過剰で定価に変化がないため、ポイントセールや特売以外は引き続き厳しい局面が続くとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・人が動く時期のため、少なからず物の動きも良くなるとみているものの、決して楽観視はできない。今の状況では経営をしていくことで精一杯である。緩やかな回復基調が続くと発表する政府と地方経済との間に温度差を感じずにはいられない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・商品及び各種コストの価格が上昇傾向にある。金融緩和と政策の効果が波及してきたものとみている。政策の実態が緊縮でないということであれば、景気がデフレに大きく振れることはないと思込んでいる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今月の好調な商品の動きは一時的なものである。メインとなる布団造りの注文が振るわないため、なかなか利益にはつながらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・食料品を始めとして値上げとなる商品がある。一方で地元の個人所得が伸びる要素は乏しいため、消費者の生活防衛意識は引き続き変わらないとみている。
		百貨店（企画担当）	・景気の上向きを期待したいが、そのような兆しはみえていない。
		百貨店（営業担当）	・2月は3連休で衣料品の動きが急激に回復したものの、それ以降の動きは鈍化している。月を通じての好調商品は、食品、婦人雑貨類と変わっていない。
		百貨店（経営者）	・新しい客層の取り込みを積極的に実行していくが、衣料品を中心としたシルバー層の落ち込みをカバーすることは難しい。ただし、改元などもあるため、消費マインドが多少は活発になると期待している。
		スーパー（経営者）	・3月も物流費や人件費などの高騰が続く見込みである。社会保険料や公共料金の負担増もあり、消費者の財布のひもは一層固くなるのではないかと。そのため、消費の鈍い状況は今後も続くともみている。
		スーパー（店長）	・周辺の商環境の変化による来客数の増加に伴い、売上も微増している。この状況はしばらく続くともみている。
		スーパー（店長）	・前年の売上に届かない状況が続いている。競合他社もチラシの強化、特売価格で対策をするなど、必死である。
		スーパー（営業担当）	・異業種を含めて競合環境がますます厳しくなっているため、既存店売上や来客数が前年を上回ることが難しくなっている。多額の投資で店舗をリニューアルしても、一時的に売上は前年を上回るものの、継続していくことは難しい。
		スーパー（副店長）	・消費税の引上げを控えて客は財布もひもを固くしており、安いものを安い店でしか買わなくなっている。このような状態は消費税の引上げまで続くともみている。
		コンビニ（経営者）	・店の認知度の高まりや、周辺の競合店舗の閉店により、客が流れてきている。その他の客の動きには余り変化がなく、景気の悪化も好転も見受けられない。
		コンビニ（経営者）	・建設業関係の状況が余り良くないが、今後2～3か月は横ばいで推移するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・春～夏に向けての売上伸長は期待できるものの、店舗における外的環境のプラス要素が見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックや大阪万博など、関東以南に資金が動いている。東北地方への人の動きは停滞しており、消費の動きも停滞するとみている。
		コンビニ（店長）	・地元では東京オリンピック需要もなく、景気が上昇するような気配がない。全体的に雰囲気が悪く、景気は余り良くない状態が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・春の卒業や入学行事に必要なアイテムであるスーツの売上が年々減少しており、単価下落に歯止めが掛からない状態である。そのため、厳しい状況はまだ続くともみている。
		衣料品専門店（経営者）	・公立高校の合格発表を迎えて、当社から制服を購入していただくため、売込みに必死である。
		衣料品専門店（店長）	・入学や卒業などの目的買いについては余り変わらない。ただし、一般的な客は天候や景気に左右されるため、この先は多少の買い控えなどがあるかもしれない。
		衣料品専門店（店長）	・客の購入モチベーションは天候に左右されている。早い春の訪れが予想されており、春物商材は例年よりも早く立ち上がりつつあるが、一方で夏物商材への移行時期が見通せない状況である。
		衣料品専門店（総務担当）	・客からは無駄な出費を控える傾向が見受けられる。この先も景気が良くなるような雰囲気はない。
		家電量販店（従業員）	・消費税の引上げや政治がらみの問題など、明るい材料がない。ゴールデンウィークは10連休であり、商売的には多少良くなるとみているものの、その後の落ち込みの懸念もあるため、商売的には余り良い話ではない。
		乗用車販売店（従業員）	・個人客の受注がなかなか伸びず、商談にもならない。この状況は今後も変わらないとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・先行きの景気は不透明である。

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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖房用燃料は石油系から電気、ガスに推移しつつあり、販売量が減少してきている。この傾向は変わらないため、販売量の減少傾向は強まるとみている。
		高級レストラン（支配人）	・今年のゴールデンウィークは10連休となるが、消費者の動きは分散化して余り集中しないのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・来客数の増加傾向はそのまま続く見込みである。また、米中貿易摩擦も落ち着きをみせており、多少は良くなるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・実質賃金は上昇していないという報道があるが、非常に納得ができる。消費者にはレストランで食事をしようという雰囲気がない。今後も同様の傾向が続くとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・先々の予約状況からみて、今月よりも景気が良くなるとは考えにくい。
		観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークという大きな山場はあるが、そこに集中するだけであり、平均すれば余り変わらないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・県内に流入する人口よりも、首都圏に流出する若者の数が多い。大きな痛手であり、その傾向は年々顕著になってきている。当社は駅前にあるため肌感覚としてはそれほどでもないが、客の動きは鈍いように見受けられる。
		通信会社（営業担当）	・景気が大きく左右するような材料に乏しいため、変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げまでは現状維持が続くとみている。
		通信会社（営業担当）	・購買意欲が増すような商品が市場に出ていない。
		遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークは初めての10連休となるが、客の動きが予測しづらく、人手の確保も難しいことから、不安要素のほうが大きい。
		競艇場（職員）	・常に宣伝広告を実行しているが、余り効果はみられていない。客単価はそれほど悪くないものの、新規客の獲得に手応えがない。そのため、横ばいで推移するとみている。
		美容室（経営者）	・客単価は前年並みの推移が継続しており、急激に変動するような要因はない。
		美容室（経営者）	・周辺に会社や人が集まる施設がないため、この先も景気は余り変わらないとみている。
		設計事務所（経営者）	・官庁工事の納品を迎える時期になるため、仕事状況は忙しくなるとみている。ただし、入金タイミングは4月以降となるため、経済的な状況の好転は難しい。また、今後の発注状況は、多くの企業において変わらないか若しくは悪くなると見込んでいる。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・屋外のリフォーム工事は微増する見込みであるが、給湯器、暖房器具の工事は前年並みで推移するとみている。
		商店街（代表者）	・例年、3～4月は新入学、就職準備で商店街はにぎわうものだが、今年は4月下旬からの10連休となるゴールデンウィークの影響で、行楽地や観光地に客が流れてしまうとみている。結果として、例年と比較して20～30%の売上減少となる見込みである。
		スーパー（営業担当）	・買上点数の伸びが鈍っており、来客数も目標にまで至っていない。特売や販促強化を行っても、前後の日の来客数が減少してしまうため、全体的な売上は変化しない状況である。そのため、景気はやや悪くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・当初に見込んでいた売上に届いていない。この先数か月は厳しい経営になるとみている。
		家電量販店（店長）	・地元では復興需要が一段落して景気が前年を若干下回っている。将来の不安からか客の財布のひもも固く、余り単価の高いものは買わなくなっている。4Kテレビなどは買換えも含めて単価は上昇傾向にあるが、それ以外の商品についてはやや慎重な客が多い。
		乗用車販売店（経営者）	・春の需要の最盛期である3月が過ぎて、市場の動きが鈍るとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・降雪が少なく、冬季事業従事者の収入が減少しているため、この先の消費は鈍るとみている。
		住関連専門店（経営者）	・同業者も売上に苦慮している様子であり、3か月先でも景気上昇の可能性は薄い。ネット販売をうまく利用している店に押されるようになるのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・景気が回復するような要素が見当たらないため、このまま景気の落ち込みが続くとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元は選挙に向けた動きが出ており、この先2か月は厳しくなる見込みである。また、これまで伸びていた特定名称商品の鈍化傾向により、非常に厳しくなるとみている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・この先は消費税の引上げの影響が出てくるのではないかと、食品は前もって買っておくことができないため、ぜいたく品やし好品の動きは一層厳しくなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・3月は歓送迎会などがあり、4月も暖かくなるため期待をしたいが、余り楽観視はできない。
		一般レストラン（経営者）	・3月末までに閉店する同業者の数が50軒以上にもなると聞いている。景気に対して余り良い材料はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストランの個人利用が前年を下回っており、法人利用も前年同時期より下回っている。
		通信会社（営業担当）	・各社の3月決算状況は良いとみているが、4月は消費が低迷し、小売業の在庫過多による影響が表面化して市場が冷え込むおそれがある。そのため、景気はやや悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・物価上昇の影響が徐々に出てくるとみている。
	×	商店街（代表者）	・社用関係が少なくなるなど、消費がかなり低迷している。そのため3～4月はかなり静かになるとみている。
	×	商店街（代表者）	・年度末や新学期の時期となるが、期待はできない。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークが話題となっているが、この期間に仕事なくなる人には金が入らない。そのため、3～4月は節約志向が高まるとみえており、消費に対して最悪の状況を作りだすのではないかと危惧している。
	×	スーパー（経営者）	・3月から相次いで食品の値上げが始まっていく。客の財布のひもが更に固くなり、節約志向が高まるとみている。
	×	乗用車販売店（経営者）	・米中貿易摩擦での関係悪化により、世界経済が縮小することを懸念している。
	×	住関連専門店（経営者）	・現在の受注量が少ないため、この先2～3か月の販売量は減少する。そのため、受注活動を継続中である。
	×	高級レストラン（経営者）	・3月の予約も余り良くない状態である。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		食料品製造業（経営者）	・今年はラグビーワールドカップが開催されるため、東北に注目が集まり、観光客が増加することを期待している。
		木材木製品製造業（経営者）	・これ以上悪くなることはないのではないかと。この先は消費税の引上げ前の駆け込み需要も見込まれており、景気はやや良くなるとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・カメラ業界は競争が激化している。競争が激しくなるほど新規の案件が増す業種のため、景気は良くなるとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・業界内において多少の動きがある見込みである。
		金融業（広報担当）	・住宅メーカーを始めとした各業態で消費税の引上げ前の駆け込み需要が確認できている。消費税の引上げ後の反動減が懸念されるものの、売上の動きは全体的に前年を上回るものとみている。
		広告業協会（役員）	・2～3か月前は皇太子殿下の御即位のお祝いムードとなり、広告出稿も単月で見れば好調に推移するとみている。しかし、その先の状況は不透明である。
		広告代理店（経営者）	・抑えられていた印刷物が元号発表を受けて発注されるため、状況は良くなるとみている。
		農林水産業（従業者）	・春の農作業が始まっているが、今のところ生産資材の購入は余りみられていない。
		食料品製造業（経営者）	・かなりの数の食品関係が4月から値上げとなる。消費にどう影響するのか心配である。
		食料品製造業（営業担当）	・既存商品、新商品共に販売が苦戦している。今後も状況に変化はないとみている。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、年度内は現状のまま推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・契約を他社へ切り替えようとする客に対して、値下げの提案をするにも限界がある。辛抱強く誠意を持った対応でフォローするしかない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・政治の力は経済復興につながっていない。
		通信業（営業担当）	・他社との競争が激しくなっている。優位なサービスを提供できなければ、景気は横ばいか悪くなる一方となる。
		金融業（営業担当）	・この先の景気が大きく変動するような要因は見当たらない。
		司法書士	・年度末は繁忙期であるが、例年どおりの動きであり需要の増減はみられていない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・改元による祝賀ムードで盛り上がる一方、消費税の引上げに対する防衛意識が高まり、消費はさほど伸びないとみている。10連休であるゴールデンウィークも、商品の物流が滞ることが懸念される。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先における広告宣伝費用の縮減については、急激な回復や軌道修正は期待できず、2か月は続くともみている。残る望みは皇太子殿下の御即位の祝賀需要である。
		農林水産業（従業者）	・暖冬の影響でさくらんぼの生育が早まり、花芽の充実期が霜の時期と重なることを懸念している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・この先はゴールデンウィークもあるため、売上の減少が見込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・1月から紙の価格が20%も値上がりをしている。この値上げ分を取引先に転嫁することは、並大抵のことではない。そのため、業績が悪くなり景気も悪くなっていくとみている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・公共工事の減少、民間大型需要の終息、震災復興需要の減少などがあり、全体としての先の出荷量の減少は確実である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・得意先との関連商品が若干伸び悩んでいるため、今後は身の回りの景気にも影響が出る可能性がある。
		輸送業（経営者）	・荷主の減産の影響が予想以上に大きく、収入の減少が見込まれている。この状況はしばらく続くともみている。
		広告代理店（経営者）	・4月以降も広告発注量が回復する兆しがみえない状況である。
		経営コンサルタント	・消費税の引上げをめくり、様子見の状況が続くとみている。
		公認会計士	・建設関係は売上、利益共に前年比が減少しつつも、それぞれこの水準は確保しているため、急激に景気が悪くなることはないともみている。しかし、小売業、サービス業関連の売上や利益の減少がどこまで続くのかは見通せない。
		コピーサービス業（従業員）	・仕入れ商品や配送量の値上げが止まらず、取引先から毎月のように値上げの案内が届いている状況である。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件及び受注量が微減傾向にある。特に半導体関連はこの先の受注量が2分の1若しくは3分の2に減少する見込みである。
		×	建設業（従業員）
	×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・少子高齢化が進んでいるが、世帯数そのものも減っており、購買力が鈍っている。このままでは景気は良くならない。
雇用 関連 (東北)		*	*
		人材派遣会社（社員）	・派遣の依頼件数が堅調であるため、2～3か月先である来年度の地固めは可能である。毎年3月に集中する契約終了数を、新規契約でどれだけカバーできるかにかかっている。
		人材派遣会社（社員）	・来期の採用計画が徐々に出てきているが、継続して募集を行っていく企業が圧倒的に多い。
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法における3年抵触に伴い、無期雇用化が少しずつ進んでいる。有期で雇用していた社員が無期雇用となることで、より優秀なスタッフの確保にもつながっている。
		アウトソーシング企業（社員）	・4月以降に新規案件が出てくる見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・国内、国外の情勢不安は地方にまで影響してきており、今一つ景気浮揚感がみられていない。ただし、皇太子殿下の御即位の祝賀ムードが消費拡大のきっかけとなれば、求人業種の基幹である流通系が一番に反映するとみられるため、これに期待している企業は多い。

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
		人材派遣会社（社員）	・2020年卒採用に着手するスピードが早く、人材獲得に積極的な企業が多い。既に面接を受けている大学3年生もあり、その割合は関東で20～30%、地元でも10%となっている。積極的な企業の動きから、景気の良い状態が今後も続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・求職者と求人とのミスマッチ傾向は今後も続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・採用難が続くなか、中小企業にはダイバーシティに関わる情報も入らなければ、対応する能力や意欲も足りないというケースが少なくない。
		人材派遣会社（社員）	・人材派遣業は3～4月が一番動く時期であるが、今年はそのままで大きな動きがなく、この先も余り変化はないともみている。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・皇太子殿下の御即位や10連休となるゴールデンウィークなど明るい材料がある一方、海外情勢などが景気に及ぼす影響は大きく、いまだ予断を許さない状況である。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加が続いているものの、人手不足に起因するものであり、この状況は今後も続くともみている。
		職業安定所（職員）	・事業所訪問などでは、中国、欧州などの今後の動向に注視している様子がうかがえるものの、3か月先においては現状と変わらない感触である。警備、運転、福祉医療など、求人に占める構成割合が比較的高い職種では、人手不足が継続している。
		職業安定所（職員）	・求人数が減少して有効求人倍率が低下傾向にあるものの、1.7倍を超えているため、大きな変化とはならないともみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で2.8%増加しているものの、臨時やパート求人が多い。新規求人倍率は前年同月より増加するなど、人手不足による高水準が継続している。また、会社都合による離職者も発生しているが、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）	・経営状態の悪化により、一部の企業において雇用調整の懸念がある。ただし、全体的には求職者の減少傾向はあるものの、大きい変化はみられない。
		*	*

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
	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）	・現状より多くの来客数が見込まれるため、良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・地域初出店の専門店が増えるので、施設全体が活性化する見込みである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税再増税前の駆け込み需要が多少はあるとみている。
		百貨店（副店長）	・改元等、世の中のお祝いムードと関連商材やイベントにより、回復傾向になる。
		百貨店（店長）	・新元号に変わること、祝賀ムードによる経済効果を期待する。ただし、一過性で長く続くとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月先は年度初めて催物も多く、行楽の時季でもあるので、来客数の動きが良くなる。
		家電量販店（店長）	・消費税再増税の動きや、東京オリンピック、ラグビーワールドカップなどもあるので、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・4月1日に新元号の発表があり、5月1日に皇太子殿下の御即位及び改元と、祝賀ムードの高まりを感じている。東京オリンピックも控え、店内の客との会話にも、景気高揚につながりそうな声が聞こえている。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会や年度末の集まり等の予約が入っており、宴会は増えそうだが、通常営業の先行きは読めない。
		都市型ホテル（営業担当）	・秋口くらいから、例年に比べれば若干良くなってきている。3か月後は、例年稼働率が上がってくる時期なので、ベースがもう少し良くなるのではないかと期待を含めて、やや良くなる。
		旅行代理店（所長）	・デスティネーションキャンペーンの最終年度で、厳しい状況ではあるが、多少でもその効果に期待を寄せたい。
		通信会社（経営者）	・9月の国体に向けて、多少、景気向上の兆しがみえてきている。
		通信会社（社員）	・新年度になり、転居してくる方の新規加入が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・不動産関連大手賃貸会社のトラブルを受け、転居などの動きが活発化し、新入居案件数の増加が見込まれる。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの10連休まで、穏やかな天候が続くとみており、多数の来園客が期待できる。
		ゴルフ場（総務担当）	・天候次第ではあるが、予約獲得戦略の1つとしてWeb予約を取り入れ、2年目の今年は、初年度の反省点を加味し、予約枠の掲載タイミング、割引券の効果的発行等で集客増加のノウハウをいかすことで、プレーヤーの来場回数増加を図る。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピック関連や公共工事受注業者は、しばらく忙しい状況が続く。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・花の便りも聞こえ始めている。日が長くなれば、人の動きも多くなる。買物する時間が長くなれば、多少は景気も良くなるのではないかと。しかし、消費税再増税の問題が、少し引っかかっている。
		百貨店（営業担当）	・改元や消費税再増税等のイベントが控えている。ただし、瞬間的な消費増はあるものの、事後の反動減を考慮すると、現状と変わらずに厳しい状況が予想される。
		百貨店（営業担当）	・個人の消費マインドは引き続きシビアな状況で、気温や天候などの外的要因が好状況でも、必ずしも良い結果には結び付いていない。3か月先もこの状況は変わらない。
	スーパー（総務担当）	・改元による景気への影響の度合いがみえない。	
	スーパー（商品部担当）	・食料品の値上げ傾向が強く、消費者の動向に変化がありそうだが、現状の推移と変わらないとみている。改元、ゴールデンウィークとイベント続きになり、期待感はあるが、売上増とまでは想像できない。	
	コンビニ（経営者）	・マイナスの要因も見当たらないため、しっかりと客のニーズにこたえ、接客レベルを向上することにより、現状維持は可能である。	

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
		衣料品専門店（統括）	・2月は年間を通して非常に悪い月である。そうしたなか、消費者の動向は、出掛けなくても買物ができるインターネット購入が増えている。また、実際に買物をする店は、大量仕入れによる大量販売で、値引きのあるショッピングセンター等、という客が多くなっている。今までのように専門店で買物をする人は少なくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車産業は、主要部品の供給量不足で生産台数が前年比80%台で推移している。ただ、販売促進による受注にはそれほどの落ち込みがなく、今後も期待できるという希望的観測のもと、地域や市民には悲観論は少ないようである。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから良くなる可能性はない。前回の消費税増税時は車が売れたが、今回の再増税ではそんな感じがしない。
		乗用車販売店（販売担当）	・3～4月になっても、それほど来場者が増えるとは予測していない。営業関係の良くない現状のまま推移していくのではないが。
		自動車備品販売店（経営者）	・身の回りのスーパーやその他の販売店の話を見ると、物量が余りはけていないようである。皆、財布のひもが固くなっている。将来良くなるような話や身の回りの環境に変化がないので、良くなる期待感も余りないが、これといって極端に悪くなることもない。
		住関連専門店（店長）	・来客数、客単価共に、前年とほぼ変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・消費の二極化は今後も続く。消費税再増税を控え、生活用品への節約傾向は恒常的で、今後も変わらない。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・生活防衛なのか単価増が期待できない上に、来客数も横ばい傾向にある。
		スナック（経営者）	・3～4月の歓送迎会に期待はしているが、平日の来客増は見込めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月の宴会予約件数は前年より増えている。ただし、100万円以上の大型宴会は若干減少している。4月は既に予算値に近づいており、良い状況が続いているため、変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・ゴールデンウィークくらいまでは、このまま好調を維持しそうな予約状況である。
		旅行代理店（経営者）	・高額商材がなかなか売れない。
		タクシー運転手	・3～4月は歓送迎会の時期で、利用客は多少増えると思うが、それ以降はまた少なくなる。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが変わらないので、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・統一地方選挙や参議院選挙、又は消費税再増税をにらんで、積極的な消費は少ないとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・客の収入が春闘などで底上げされることは期待できない。
		商店街（代表者）	・街の人口が徐々に減ってきている。景気が上向くような要素は見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・今年に入り、夜10時以降と土日の来客数の減少が著しい上に、波が大きい。近隣の競合店はリニューアルをしたが、当店は築18年と古く、売場拡張が望めない。
		コンビニ（店長）	・当店の動線上に競合店が1月にオープンし、更に今月末にもう1店がオープンすることになっている。そのため、影響をまともに受ける。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・現在、受注は減少傾向で、今後の受注残も減少している。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・国際情勢の先行き不透明さが、受託先企業の業績に影響を与える。結果として、福利厚生施策が変更されたり、個人の気持ちに影響して、財布のひもが固くなり、レストラン利用が下振れすることも懸念される。
		都市型ホテル（経営者）	・売上減少が顕著で、やや悪くなる。
		都市型ホテル（営業）	・いろいろな商品で値上げがあり、サービス業にも影響が出るとみている。特に、宴会等は客が若干控え気味になるのではないが。
		タクシー（役員）	・乗務員不足である。
		通信会社（総務担当）	・4月の手数料改悪で、販売以外のアフターサービス収入も減少が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（局長）	・人材不足は工業団地や農家にとって深刻な問題であり、人材確保のための経費は、利益を圧迫し続けるとみている。また、給与が北関東よりも高いことから、働き手の東京一極集中に拍車が掛かっている。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上も、ほぼ同様の販売額で推移している。
		美容室（経営者）	・従業員数が減ったことにより、客の待ち時間が増え、迷惑を掛けている。かといって、客に電話予約を勧めても「結構です」と断られる。人材確保は美容業界にとって、死活問題である。
		設計事務所（所長）	・消費税増税の経過措置は、3月中の契約物件という条件があるため、今後は受注が減る。
	×	衣料品専門店（販売担当）	・今年度に入ってから悪い月が多く、でこぼこもないほど、悪いままでの推移が続いている。たまに、ぼつりとしか売上がない状況で、本当に言葉にならないくらい悪い。どうしたらよいか。
	×	通信会社（経営者）	・今までが好景気なのだとしたら、先行きは不安だけである。地方では、景気が良いという業種の話はほとんど聞かない。これが現実である。
	×	美容室（経営者）	・収入が減れば支出も減らさざるを得ないのは一般常識である。歳出を減らしもせず増税に頼る政策が、国の信用を失墜させる。昨今の海外投資家から見離される要因もそこにある。将来世代へ借金返済の付けを回すのは愚行であると国民は皆そう思っている。例えて言うなら、子供のだけでは足りなくなって、孫のクレジットカードに手を出すようなものである。
	×	住宅販売会社（経営者）	・10月の消費税増税開始まで、買い控えが継続する。
企業 動向 関連 (北関東)		金属製品製造業（経営者）	・4月以降はエレベーター、エスカレーターが2割以上増産になる。
		その他製造業 [環境機器]（経営者）	・10月の決算に向けて、当社の3本柱全体で10%アップを目指している。
		建設業（総務担当）	・ようやく補正予算も成立して、その効果が出てくるかと期待している。
		通信業（経営者）	・受注が多少増えたので、半年先くらいまでは良さそうである。
		化学工業（経営者）	・受注量や出荷量をみると、横ばいか微減傾向が出ており、この先は弱含みの推移が予想される。ただし、大きな落ち込みはないと考えている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・東京オリンピックも多少関係しているのか、全体的に活気がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規製品の立ち上げや増産が予定されている。ただし、数量が落ちる予定のアイテムもあり、全体としては変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・見積依頼が次々と来ており、新規の仕事の話も続々と舞い込んでいるので、これからしばらくは高原状態が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社の主要な取引先の動向に、変化がみえない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月は上がったたり下がったりで、今後については全く不透明で読めない。とりあえず、取引先が11社あるので、変わらない状況だとみている。
		その他製造業 [消防用品]（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業（開発担当）	・公共工事は現政権が長期安定しているため、順調に推移している。ただし、ここ数年、現政権一強政治がもたらす悪影響が起きていることが心配である。今回の統計問題も心配である。与党ももう少し謙虚なところが必要である。公共工事発注は前年比10%増で、今後も期待できる。
		輸送業（営業担当）	・引っ越しシーズン本番で、新生活用品等の家電、インテリア、寝具などは前年並みの輸送量になりそうである。3月末はドライバー不足による車両不足、更に協力用車費等も高くなる予測があり、現状では、全ての輸送依頼対応は厳しくなりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	経営コンサルタント	・皇太子殿下の御即位や改元などでお祝い関連の消費が動く と期待されるが、まだ、地域で目立った動きは、そう多くない。
		社会保険労務士	・大きく変わらないと思うが、ゴールデンウィークの10連休 は、「そんなに休まれたら給料を払うのが大変だ」との声を 聞く。
		広告代理店（営業担 当）	・消費税増税に対する恐怖感が尋常ではない。
		その他サービス業〔情 報サービス〕（経営 者）	・年度初めは販売量が落ち込み、収益も減少する。回復は6 月以降になるとみている。
		不動産業（管理担当）	・全体として事務用途のビルの空室が多く、需要も少な い。固定費削減のため、オーナーからの減額要求が増えている。 有給休暇取得の義務化による代替人員確保コストも増える ので、人手不足とあいまって一層厳しくなる。
雇用 関連 (北関東)			
		人材派遣会社（経営 者）	・これから卒業シーズンを迎えるが、賃貸物件、衣料品、食 材等の需要が目立って伸びている。引っ越し等は転勤族も含 めて増えるが、人手不足がどうしても避けられない。生鮮品 や衣料品もだぶついているようにみえるが、徐々に春物に向 かい、冬物処分の衣料品等、雑貨が伸びていく。
		人材派遣会社（社員）	・人材紹介や紹介予定派遣の求人が増えてきているほか、春 先は求人数も増え、人材の流動性が高まる時期になる。
		職業安定所（職員）	・「取引先からの受注が増加しているが、注文を受けたくて も人手不足で断っている」という声が、業種を問わず聞かれ る。人を募集しても全然集まらないとのことである。
		人材派遣会社（経営 者）	・今のところ、仕事に余り動きがない。
		職業安定所（職員）	・前年同月比で新規求職者数は3.6%のマイナスで、有効求 職者数は0.5%増である。3か月前と比べても前年同様の傾 向である。有効求人倍率は1.6倍台の高い状態が続いてい る。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、直近3か月で最も高い2.70倍となり、平 成30年7月以降、6か月連続で2倍以上で推移したまま大き な変動はなく、依然として高い倍率を維持している。
		学校〔専門学校〕（副 校長）	・この時期まで残っていないような求人がたくさんあるが、 職種が偏っている。求職者がミスマッチを恐れているのもあ るが、選り好みをしている傾向も感じられる。
		人材派遣会社（管理担 当）	・携帯電話修理等の派遣が、自動マシン導入による合理化の ため3月末で終了するので、やや悪くなる。
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		一般小売店〔生花〕 （店員）	・2～3か月後というところ4～5月くらいだと思うが、入学式 や入社式などの花がかなり売れる。また、4～5月、ゴール デンウィークには自分で植えるポット苗、鉢物の花や野菜の 苗などもかなり出る。母の日もあるので期待している（東京 都）。
		スーパー（経営者）	・今後も来客数が伸びていくような状態である。
		コンビニ（経営者）	・競合店が閉鎖する（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークが10連休となり、キャンセル待ちが前 年比200%という状況である（東京都）。
		旅行代理店（販売促進 担当）	・何といても2～3か月後はゴールデンウィーク、特に今 年は10連休ということで、個人を中心に国内及び海外の販売 が順調である。ここに来て海外から国内にシフトというか、 連休後半の国内の入込客数が多くなってきている。旅行シー ズンに入るので、良くなるのは間違いないと確信している （東京都）。
		通信会社（管理担当）	・働き方改革や改元、消費税増税を契機としたシステム再 構築以外の要因として、サーバーやOSでメーカーサポート が切れる製品が続くことから、引き続き景気は良いものと判 断している（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
		観光名所（職員）	・観光地のため、2月は一番の閑散期である。3か月後になると春を迎え、新緑の季節となるので、来客数も増えると期待している（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・改元と例年になく大型連休を控え、例年よりも人の動きがあることで、売上にプラスになるのではないかと考えている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税再増税前の商品購入が見込まれる。リフォーム工事なども勧めている。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・春先は、選挙等があるため需要が増える。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・3～4月は新入学の時期なので、来客数の増加が見込める。また、3月は法人による年度末の駆け込み需要も増加する月なので、売上増が期待できる（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・消費税が上がる前に良い物を買っておこうという意識が高まれば、商品が動く。
		百貨店（売場主任）	・3月は動員の掛かる催事の本数を増やしていること、また、月末に予定しているセールも訴求拡大し、大掛かりで行う予定のため、全館として売上増が見込める。
		百貨店（売場主任）	・少し希望的な観測もあるが、11月から非常に厳しかった部分が2月になってやや上向いてきている。秋には消費税再増税が控えており、裏返しになる部分もあるかもしれないが、前半はまずまず好調に推移するのではないかと（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・足元の景気は底の状態だが、年度が替わり、改元となるなかで、世の中の消費マインドは確実に上向くと予想している。身の回りの物を新しくしたり、人と挨拶をしたりする機会も増えるのではないかと（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・既に今月から、春物、新生活に関する商材の動きがみられており、2～3か月後の改元前後の消費行動、行楽需要を見込んでいる。10連休という長期休暇で、旅行、娯楽に充てる日数以外に何をしておこうか？という来客数増に期待している。10連休中の来客数は見込めると予想するものの、期間中、営業時間を通常より遅くするが、遅い時間帯の来客数には懸念がある（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・季節的な要因だが、これから暖かくなり、春の行楽シーズンもあるので、若干良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・4月末からのゴールデンウィーク10連休に向かって、購買増が期待できる（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	・中期天気予報の4月以降の気温上昇に伴う春物、夏物のスーツ、重衣料を含めた客の来店が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。来客数は増えてきているので、駆け込み需要がそろそろ始まるのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・受注してから納車までに時間が掛かっていた新車の生産量が追いついてきたため、売上が増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・建築や車関係は、国内と海外向けを分けて、そこそこ景気が良く推移している。特に、来年開催される東京オリンピック関連の建築需要については消化できないくらいだと聞いているので、現状において、仕事は順調にしているのではないかと（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・10月の消費税再増税前に購入を検討する客が増える。
		乗用車販売店（渉外担当）	・2020年の東京オリンピックに向けた潜在需要が顕在化する。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業においては消費税再増税前の駆け込み需要が顕在化しつつあり、100～300万円程度の案件が5～7月頃にピークを迎え、売上を押し上げると予測している（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は花粉の飛ぶ量が多そうなので、良くなるかと思っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税再増税前までは今の傾向が続くのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・人手不足による人件費の上昇、仕入原価の高止まり等は相変わらずだが、当社は3月から1店舗が全面改装オープンするので期待している（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
		一般レストラン（経営者）	・3月は歓送迎会などがあるので、今月よりは良くなる。10月に消費税率が10%に引上げとなるが、持ち帰りは8%で変わらないということで、当店は持ち帰りが多いので、混乱している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックに向けて良くなると思うが、消費税増税後の動向が気になる（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・これからますます東京オリンピック景気で良くなると予想している（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・冬場を過ぎ、4月から新規契約の事業拠点が立ち上がることもあり、現状と比べて大幅な改善が見込める。今期も新規契約先が順調に取れていることも大きな要因である（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・3～4月は歓送迎会や入学式、入社式関係の研修等が入っており、やや良くなる見込みである。その後の改元あるいは10連休については、まだ不透明な部分がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・行楽シーズンとなり需要が増えてくる。
		旅行代理店（営業担当）	・3月以降の申込みが好調である（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・前年同月と比較して前受けの販売量が実績を上回っている。
		タクシー運転手	・タクシー業界は2月と9月が悪いと言われている。2月は大きく落ち込んでいるが、来月以降は良くなっていく（東京都）。
		通信会社（経営者）	・ラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピック開催に向け、これからイベントや告知活動が更に盛んになり、機運醸成が加速されることと、改元による経済効果で、客からのリアクション増加に期待が持てる（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・新生活による入退きのタイミングにあり、固定インターネットとスマートフォンアプリのサービスの連携により加入者を伸ばせる実感はある。ただし、引越し需要は特殊な状況で、引越し難民の話は前年以上と予想されている。月間の実績はやや平たんになるが、数か月TTL（Time to Live）では前年を超える見込みである。
		ゴルフ場（経営者）	・あくまでも予想であるが、改元があり、浮き足立つため、やや良くなる。
		競輪場（職員）	・例年、暖かくなると売上が伸びる傾向にある。また、東京オリンピック等に向けた年度として、スポーツに注力できる協賛者も増えると予測している。
		その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・前月、今月は弱かったが、春先に向けての各種予約は好調に進行している（東京都）。
		美容室（経営者）	・3、4月は、卒業や入学、入社式で人の動きが良くなる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣にマンションができたり、テナントビルに新規入居がある。
		設計事務所（経営者）	・見学会に参加した上席者から担当者に指示があれば、小さな事柄からではあっても、動いていくのではないかと。当社は、上席者に対して直接の説明を求められている。
		設計事務所（所長）	・消費税増税も含め、その後も景気の上昇が続くのではないかと（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きが、消費税増税以外を考えると活発である。
		商店街（代表者）	・商店街の他店に聞いても、非常に売上が取りづらくなってきており、今後も期待はしにくいという話がある。また、商店街の中でも撤退していくチェーン店が1、2店舗出てきていることから、景気が上向くのはなかなか難しいと感じている。
		商店街（代表者）	・世の中全体に明るい話題が少ない中、天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位がどのような影響を及ぼすのかが大きい。皆が連休をどう使うかも読めない。ラグビーワールドカップの影響がどれくらいから出るのかも見えてこない。これらが全て良い方向に向かえば、好転する可能性もある（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〔家電〕 (経理担当)	・3月になると、引っ越しシーズンと決算期の年度末ということで、売上はやや良くなりそうだが、売れる商材が見当たらないため、急激に良くなると思えない。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・いろいろなニュースを聞いても良くなる情報が全くないので、変わらない(東京都)。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・この先は国際イベント等があるが、余りそういう影響を受けるエリアではないので、通常どおりで変わらず、安定しているのではないかと(東京都)。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商においては、例年あるような大口案件の数がやや減っているように感じる。また、文房具に関しても、例年なら新入学などでノート類が出るのだが、今年は学校も電子化、極力ペーパーレスということで、ノートを余り使わず、出が悪くなっている。そうしたことから、伸びは余り期待できない。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・間もなく新茶のシーズンを迎えるとはいえ、それほどの販売増加は期待できそうにない。何とか例年並みの売上を確保したいが、需要が伸び悩んでいる様子である(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・消費税再増税にもよると思われるが、統一地方選挙等もあり、また、ゴールデンウィーク10連休など百貨店には大きなプラス要素はなく、低いレベルは変わらない。
		百貨店(総務担当)	・今月に近隣商業施設が業態変更してオープンすることから、周辺への人の流れは増加すると見込んでいるが、状況は読みきれない。
		百貨店(営業担当)	・食料品が堅調に推移していることは良い傾向である。現在は高額品の動きが鈍いものの、秋の消費税再増税に向けて徐々に購買意欲は高まると予測している。物価そのものは少しずつ上昇しているため、一般的に単価は上がると考えており、来客数が大きく落ち込まない限りは、単価上昇による売上増加が期待できる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・中国の電子商取引法による化粧品や婦人ファッションアイテムの苦戦が継続する予想に加えて、株価低迷による先行き不透明感があり、早期の景気回復には期待が薄い。5月の改元による祝賀ムードが消費につながるかが鍵である(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・国際情勢はいまだ不安定であるものの、消費税再増税の直近までは大きな変化はないと考えている(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・ゴールデンウィークの最長10連休の影響で、旅行や飲食、ショッピングなどのコト消費以外の消費は抑制される恐れがある(東京都)。
		百貨店(店長)	・徐々に春めいてくる毎日に加え、株価ももたつきながら上昇の気配をみせていることから、少し買物をする気分が高まってくるものと考えている。
		百貨店(副店長)	・米中関係を含め、世界経済が不透明な状況ではあるが、現時点において、景気は安定しているように感じる。しかし、先行きが見通せない不安感があり、上昇の気運は感じられない。改元前後の大型連休期間の客の消費行動は全く予測できず、祝賀ムードの高まりと景気の上昇が連動するのが注視している。
		百貨店(営業企画担当)	・国内消費は消費税再増税の影響が出てくる可能性があるため不透明である。訪日外国人消費も力強さを欠くため不安が残る(東京都)。
		百貨店(計画管理担当)	・食料品は、カテゴリーによって少しずつとはいえ売上に手応えを感じることもあるものの、主力の衣料品や高額品の動きがまだ鈍いことから、厳しい景況感が続くものとみている(東京都)。
		百貨店(店長)	・当面は現状のまま変わりはなさそうである。当エリアの開発が一段落し、百貨店を取り巻く大きな動きはない(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であるとか、ポイント何倍の日、クーポンが使える店舗といった店ごとの特徴を利用してうまく買い回っている。グレードの良い商品や価値のある商品をかごに入れてくれる状況にはない(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
		スーパー（経営者）	・今月が多少良いのは、生鮮の相場が一番影響している。以前悪かった鮮魚が大分良くなってきている。ドライグロッサリーも良くなってきているが、その代わりに青果が前年に比べて相場安で、非常に低迷している。総合的には多少良くなっているが、今後はなかなか厳しいと思うので、変わらない。
		スーパー（店長）	・近くに競合店ができるわけでもないのだが、ここ1年ほど来客数が減っている。高齢の客が亡くなったとか、引っ越したという話は聞くが、当店から500メートル圏の客の人数が極端に減っている。3か月後の景気も、今と変わらず、現状のままいくのではない。
		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、季節催事等で一時的な消費はあるかと思うが、継続して消費意欲が出てくるまでには至っていない（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・今のところ客の購買力の力強さが見えない中で、特別に売上、又は来客数が伸びるような条件はない。10月の消費税増税前までは上がるだろうが、それまでに客が積極的に購買する動きになるとは思い難い。可処分所得もそれほど増えていないため、価格に非常に敏感な状況がこのまま続く。
		スーパー（営業担当）	・世界情勢の中でも特に貿易摩擦問題が大きな要因と考えられるが、客の財布のひもは非常に固いようである（東京都）。
		スーパー（販売促進担当）	・気温が異常なため、衣料品の不振が続くが、イベント強化により集客アップを図ることで、食品は改善が進んでいる。
		スーパー（仕入担当）	・5月の10連休で客の財布のひもが少し固くなる。ボーナスも近いため、価格志向が強くなることが推測される。
		コンビニ（経営者）	・競合が3店できたため、来客数、単価共に割っている。
		コンビニ（経営者）	・県道の開通に伴い、交通量の緩和が期待されるが、様子見である。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物衣料に向けて発注をしているが、衣料品業界全体に良い話がない。10月の消費税増税も、衣料品は端境期の9月では駆け込み需要に期待はできない。
		衣料品専門店（店長）	・消費は、建設業、不動産業、観光業等を除き、全般的に低迷している。短期的には、10月に予定されている消費税増税、長期的には、少子高齢化の進行による社会保険料の影響等、先行きの不透明感が影響している（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・消費者の支出のうち、衣料品購入額の割合がかなり低下している。
		家電量販店（店長）	・株価は回復してきているが、消費拡大は実感できない。春の新生活や転勤に伴うシングルセットの需要は前年並みとみている（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・3か月後は10月の消費税増税を控えての駆け込み需要が始まっても不思議ではないが、政府が景気対策を打つタイミングが大きく影響を与えるものと考えている。市場動向を静観し、見極めたい（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・決算月後の落ち込みがあるものの、サービス需要の実績を計画どおり上げることが前提である。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位の祝賀ムードが、身の回りの景気が良くなる要因となる可能性はあるが、直接購買につながるものではなく、先が読みにくい（東京都）。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・国内は引き続き前年割れの傾向になると見込んでいる（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・歓送迎会シーズンだが先が読めない。ビジネスユースが伸びてこない。
		高級レストラン（営業担当）	・法人関連、宴会予約の受注件数は前年並みの推移である（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・先々の法人予約等の状況をもても、ほぼ前年並みである（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・来月からは歓送迎会の時期に入る。予約数は前年並みで推移している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・今月の売上が1,000万円強なので、2～3か月先も大体例年どおりになる。それほど景気が良くなり売上が伸びていくとは思えないので、同じくらいかやや悪くなるのではない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・国の経済自体が大きな問題を抱えている現状で、末端の消費は冷え切っている。特に、若者の財布のひもは思った以上に固いようである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない。消費税が10%に上がるという話もあり、財布のひもはなかなか固い。いつになったら良くなるのか。
		一般レストラン（経営者）	・平成最後ということで、4月末に向けていろいろなもの企画されて、客の宴会も増えてきそうだが、全国統一地方選挙があるため、接待需要は伸び悩む。そういう意味ではプラスマイナスが相殺されて横ばいとみている（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・問合せはあるが、なかなか決定までには至らないので、現状と余り変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・業界において、春は繁忙期に入るため、今月よりは上向いていく。ただし、この流れは例年どおりの動きのため、景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・深刻な人手不足が解決されるとは思えない（東京都）。
		旅行代理店（総務担当）	・2～3か月先の団体旅行の取扱人員見通しがほぼ横ばいである（東京都）。
		タクシー運転手	・正月も終わり、これからいよいよ年度末に入る。平成も終わるということで、いろいろな不安材料が目前にたくさんあるので、我々も含めて、客は景気がどちらに動くのか様子見の状態、不安とともに心配している。
		タクシー運転手	・春には卒業式、入学式、お花見といった行事ごとがあり、少しは仕事ができることを期待している。
		通信会社（経営者）	・高齢者の消費マインドが変化していない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明なこともあり、消費を抑える傾向が続く。
		通信会社（営業担当）	・モバイル軸での競争は続くものと思われ、ニーズも多様化しているため、大きな下落はないものの、大きな上昇もない。
		通信会社（局長）	・春からの新サービスを機に契約数を増大させたいところではあるが、秋のラグビーワールドカップで4Kテレビの購買が伸長するタイミングまでは、現状のまま変わらない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・希望的観測を含めての「変わらない」であり、悪くなることはあっても、良くなると思える材料はない。
		通信会社（総務担当）	・現状では大きな経済変動も予見されないが、消費税増税への対応次第である（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・大きな出来事がない限り、景気は変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・客が、通信速度や障害がない安定性などの通信品質より、とにかく安く使えることを指向する傾向は変わらない。解約理由をみると、サービス内容に不満がなくても、安いほうに乗換え続けている。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月で大きく変わるものではないと思うが、将来というか、10年先には高齢化が一層進み、先行きがかなり不安である。消費税増税については、目先より、将来への希望につながる還元を願う。
		パチンコ店（経営者）	・改元ということで、プラス傾向もあるのではという期待感はあるものの、今の景気の動きをみると、やはり少し下降気味である。プラスマイナスゼロとみている。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・人づてで生徒数がやや増加しているが、一時的なものかもしれない。人件費の高騰や人手不足もあり、景気はさほど変わらない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・景気の回復感がなく、客の買い控えや様子見が強く感じられる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新年度に向けて期待したい。
		設計事務所（経営者）	・相変わらず官庁頼みで、民間の需要を掘り起こすのは厳しい状況が続いている。現状維持できれば良い。
		設計事務所（職員）	・年度明けの受注状況が良くなる傾向が変わらなければという条件付きだが、大きな変化はないとみている（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・今のところ大きく景気が悪くなるとは思わないが、大手不動産業者の問題など、客のマインドが大きく変わらなければこのまま推移していく。後は仕入条件をしっかりと定め、ぶれない仕入れをすれば良い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・同業者の閉店や病気による長期休業、当店もそうであるが後継者問題があり、閉店する店舗が増えている。将来的にどの程度耐えていけるかは分からないが、他社が閉店していくなかで営業していることで多少なりとも微増が期待できるのではないかと考えている。
		百貨店(営業担当)	・暖冬の影響で冬物商戦は衣料品を中心に厳しい状況だったが、春物に場面が切り替わっても消費者のマインドは上がってこない。消費に対する意識は更に消極的になっているようである(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・当店を取り巻く周辺商環境が大きく変化してから1年が経過し、影響は落ち着いてきているが、景気はやや悪くなる傾向にある。株価下落や様々な商品の値上げ報道に加え、まだ先ではあるものの消費税再増税等で、客は消費に対して慎重になっていると感じる。
		スーパー(総務担当)	・来客数などは変わらないが、客の購入金額の下落が目立つ。また、販売商品も前年同様の商品では、販売劣化の期間が多く見受けられる(東京都)。
		スーパー(仕入担当)	・5月のゴールデンウィークは10連休となり、旅行や家族で過ごす時間が多くなるため貯金に回る可能性があり、消費は冷え込む。
		コンビニ(経営者)	・売上が少しずつ減少している(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・異常な人手不足で客への配達を断るなどの厳しい状態が続く、売上也右肩下がりになってきている。
		コンビニ(経営者)	・コンビニは店舗数が増えているために、どの店舗も来客数が伸びていないのが現状である。飽和状態の中で戦っていくことになるので、少しずつ悪くなっていく。
		衣料品専門店(経営者)	・東京オリンピックも控えているのに浮かれた様子もなく、消費税再増税や選挙を控えていること、最近では近隣諸国との関係もあり、気分的にもややもやした状態がしばらくは続く。
		衣料品専門店(経営者)	・当地域だけの話だとは思いますが、店で扱っているスクール用品について、少子化と学校の方針変更により、販売が前年比25~30%減と、大きく落ちている。今後もこの傾向は続く可能性があるため、当面は低い数字が続くとみている。
		衣料品専門店(営業担当)	・景気が良くなるような要因は1つもない。消費税再増税により、悪くなる一方である。本当にこのままでは個人商店は廃業が多くなる。
		家電量販店(店長)	・エアコンの立ち上がりが鍵を握っている。
		乗用車販売店(営業担当)	・例年どおり反動減が予想される。新型車種の構成もないので不安要素が多い。
		住関連専門店(統括)	・年度替わりや改元、消費税再増税の問題もあり、不安な時期がもうしばらく続くのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・消費税再増税を控え、将来不安から財布のひもが固くなる。増税対策も限定的で、好転は期待できない(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・政府の景気対策は実際効いているところがあるのか。世の中の景気は絶対に悪くなっている。個人消費は当然減っているし、企業の接待もかなり減っている。これ以上悪くなると本当に外食産業は成り立たない。
		観光型旅館(スタッフ)	・消費税再増税の影響でやや悪くなる(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・ゴールデンウィーク10連休については、徐々にではあるが動きが始めており期待する一方、統一地方選挙や天皇陛下の御退位などで延期になる案件もあり、数字が伸び悩んでいる。4月の値上げなどの影響もあり、景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・タクシー業界も新しい波が来ている。資金力のある大手の法人グループなどと違い、個人タクシーは置き去りにされている。電子マネーやその他の新しい支払方法が求められる時代になり、そうした客が急速に増えている。個人タクシーでも、ここへきてようやく出遅れたことに気付いて電子マネーで支払える機械を導入したが、時既に遅しである(東京都)。
		タクシー(団体役員)	・景気が上向く要因が見つからず、当面は下降状態が続く。
		ゴルフ場(従業員)	・消費税再増税の影響による落ち込みが懸念される。

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
		パチンコ店（経営者）	・パチンコは機械に左右されるが、新台が出る予定がないので、厳しい状況である。スロットは高射幸機の規制が延長になりそうなので、変わらない。パチンコのウエイトが大きいので、単価の安い1円パチンコは客が付いているが、4円パチンコが売れないと厳しくなる（東京都）。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・電力需要の多い冬季にもかかわらず、来月以降も気温が高めに推移しそうで、前年同月より少ない電気使用量で終わってしまいそうである（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・2～4月において、求人を出しているが、方向性が見えず、新入社員の見込みが立たなくなっている。営業についても、中央、各市町村を回っているが、反応が今一つない。行政の入札も先が見えず、各建築業者も低迷しているように見受けられる。
		設計事務所（所長）	・取引先の仕事が非常に減ってきて、波があり、先行き不透明と聞いている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注の落ち込みは売上の落ち込みに直結し、収益を悪化させる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一部の得意先は忙しいようだが、全体をカバーするまでには至っておらず、見通しが非常に厳しい状況が続いている（東京都）。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・我々は専門店であるが、販売媒体が変わってきており、なかなかその専門性が客に理解されない。しかし、専門店には専門店の強みがあるので、厳しい状況だが、このままやっっていくつもりである（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	・消費税再増税のほか、食料品の値上げがある。
	×	衣料品専門店（店長）	・月次の販売数量は1年間ずっと前年割れの状態が続いており、改善には時間が掛かるとみている。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の新規オープンが続いているため、非常に厳しくなる。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・このままでは経営困難な状況にもなり兼ねない。市場の移転は失敗である（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・デフレと前年の天候不順の影響が続いていること、働き方改革により残業代が減ったために、遊興、ファッション、嗜好品、趣味に回すお金が減少していることに伴い、全体の消費が落ちている。また、インターネット販売が消費行動に与える影響が大きく、流通環境も大きく変化している。対応できない中小の小売店は衰退を免れない状況にある。
	×	住宅販売会社（経営者）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題など海外経済の減速、消費税再増税などの下振れリスクがかなり含まれている。
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）	・当社の売上も年々上昇し、毎期、期末ボーナスが出るようになってきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新年度に入ると受注量が増える（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・実印や銀行印に関しては、店頭に来客数は変わらない。高い材料が出ることもなく、客単価もさほど上がっていかない。法人関係では、世代交代による需要などで、少しずつ注文が増えてきている。1社は、少し景気が良くなったので子会社をもう1つ作るということで、立ち上げ関連の注文をもらっている。法人関係ではやや明るい兆しが見えてきている（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・ゴールデンウィーク10連休での個人消費に期待している。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・季節要因があり、暖かくなると外出機会やイベントが増える（東京都）。
		輸送業（経営者）	・人手不足が深刻化する中、運賃の高騰を一因とする製品の値上げが続出している。荷主の輸送業界の現況への理解度が高まりつつあるので、取引先の動向に期待したいところである（東京都）。
		金融業（支店長）	・海外、特にアジアに進出してきたものづくり企業が国内へ帰っている気がする。当地域の金属加工業は近年まれに見る受注残を抱えており、当面、現状が続くのではないかと。
		広告代理店（従業員）	・ラグビーワールドカップ関係や、東京オリンピック、パラリンピックの1年前などで、事業が増えたと見込んでいる。
	広告代理店（営業担当）	・改元やラグビーワールドカップ、東京オリンピックなどに向けてのプロモーションラッシュが見込める（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
		税理士	・平成の終わりとともに、改元に際し、御祝儀での景気の上向きが相当期待できる。
		その他サービス業〔警備〕(経営者)	・この先も数か月は現状のまま推移していく。
		食料品製造業(経営者)	・量的には余り期待していないが、徐々に高額商品に移行している気がする(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・新規案件や見積りが余り多くないため、これからである。
		化学工業(従業員)	・海外向けは当分先まで受注しており順調であるが、国内向けは見通しが立っていない。先行き不透明である。
		金属製品製造業(経営者)	・価格が良くならなければ、この先、下請は続かなくなる。
		電気機械器具製造業(経営者)	・大きな物件がない。反対に悪い要因もない。ここ何年も売上は変わらない(東京都)。
		その他製造業〔鞆〕(経営者)	・従来どおりで大きな変化はない。
		建設業(経営者)	・中小企業への景気対策が十分でない。
		建設業(経営者)	・製造業関係は少し落ち着いてきているという話を聞いている。
		建設業(経理担当)	・消費税増税があるが、以前のような駆け込み契約は少ない。当地域ではそもそも計画をしている人や企業が少ないようである。
		輸送業(経営者)	・大きな変化がみられない(東京都)。
		輸送業(総務担当)	・荷主の国内出荷量と輸出量が今月も変わらず低迷している。今後もこの状況が続く予想である。
		通信業(広報担当)	・余りにも外部環境に不確定要素が多く、当面はこの不安定な傾向が続く見込みである(東京都)。
		金融業(統括)	・取引先の資金ニーズや事案等は、特に伸びてはいないが下がっている傾向もなく、安定している部分がある。
		金融業(従業員)	・都心部などの不動産価格が高値圏にある中で、取引先の中小不動産業者からは、大手企業との競合が激しいため売買を控えているとの話も出ている。不動産業者の間で先行きの見通しに差が出てきているようである(東京都)。
		不動産業(経営者)	・駅に近い物件は何とかなるが、駅から遠いと1年くらい埋まらないのが当たり前になっており、苦戦が続いている(東京都)。
		不動産業(総務担当)	・オフィステナントの入居率は安定しており、この先も好調を維持できる見通しであるが、飲食テナントはランチタイムは好調でもディナータイムは空席が目立ち、この先やや不安を感じる(東京都)。
		広告代理店(従業員)	・売上や受注額等が前期と変わらない(東京都)。
		税理士	・米中の交渉結果によって大きく変わる。中国への輸出入に変動があり大企業でも大きく減益しているが、その影響が出てくる。国内の政治経済もそうだが、先行きの景気はどうなるか分からない(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)。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕(経営者)	・政治も経済も先が見えず、閉塞感がある(東京都)。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者)	・取引先は業種というより会社によって良しあしが分かれている。良い取引先は、同業他社との受注競争により、単価が引き下げられる構図となっている。したがって、全体的な良しあしは不透明である。
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・当面、現在の良い状況が変わる要素は見当たらない。
		食料品製造業(経営者)	・原材料、包装資材の値上がりがまだ続いており、利益がやや減ってきている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・今は原材料、その他もろもろが値上げラッシュになっている。値上げが落ち着いて、高値で良い方向に動けば景気は良くなるかもしれないが、やはり値上げが多いと景気は若干悪くなる。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・化粧品容器の受注は前年は好調だったが、米中貿易摩擦の影響が不透明なため、警戒している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	金属製品製造業（経営者）	・主力の受注先である半導体関連の落ち込みが大きく、回復にはしばらく時間が掛かりそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・内示的には数は落ちていないが、取引先の何社かは既に2割ほど落ちていると聞いている。この先は内示どおりに出るか分からないので、心配である。
		精密機械器具製造業（経営者）	・受注量が3%増えてきているが、前年と比べると10%減少している。
		輸送業（経理担当）	・景気が良くなる材料が見つからない。
		通信業（経営者）	・米中貿易摩擦の影響でやや悪くなる。
		金融業（総務担当）	・不動産業や建築業の売上がやや落ち込んできていることや、小売業の消費低迷、ガソリン価格の高止まり、今後消費税増税が控えていることから消費の引締め感があり、先行きの景気もやや落ちてくる（東京都）。
		金融業（役員）	・米中貿易摩擦の影響がIT関係を中心に顕在化してきており、関連業界においても当面は売上が低迷する。
		経営コンサルタント	・消費税増税への懸念がある。
		経営コンサルタント	・海外の影響がじわじわと中小企業に出てくる（東京都）。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足が更に深刻になり、人件費の上昇もまだしばらく続く（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新年度になると大手までも広告費を控えるという方向がみえている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・用紙の値上げ要請はともかく、用紙そのものが枯渇している状況が改善しない限り、死活問題である。年度末の繁忙期ではあるが、先が全く見えない。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（支店長）	・この後2～3か月の間に多くの企業が年度開始を迎え、そのタイミングで求人数も求職者数も非常に増えている。今後2～3か月の間は景気は上向きである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3～5月にかけて30件ばかり新規事業展開や多店舗展開などの話をもらっているのが、相当盛り上がりがあると見込んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数、求職者数は若干増加して推移する。派遣労働者も契約終了数より勤務開始者が上回ると思われるので、派遣労働人口は増加する（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新卒採用イベントへの参加企業は前年より2割増えている。就職情報各社は書き入れ時だが、学生動員ははかどらず、参加企業のみ増やすわけにもいかないのが、抑え気味の状況である（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・複数の経営者と話をしたが、海外、特に米中あたりの情勢が非常に不安定で、景気が改善していくとは思えないと話す経営者が多い。「変わらない」としたが、変わらないでほしい、今よりも悪くなるのではないかと何人かは話している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・企業は採用に苦戦し、求人数の多い状態が続く。
		人材派遣会社（社員）	・3か月後に効果が出ていそうな施策等が見当たらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の影響はあるものの、付加価値型無期雇用、無期転換、有期雇用とチャンネルが増えたことにより、新たな登録者が増えており、同時に決定も増えている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度替わりに向けて人の動きは出てきているが、採用数に余り目立った変化はない。当面はこのままの状況が続くそうである（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に景気変動する要素は感じられないので、このまま良い状態が続くのではないかと（東京都）。
		職業安定所（職員）	・当面、求職者の増減は変わらず、企業の手不足も相変わらず続いていく見込みであり、景気が急に変わるとは思えない。
		職業安定所（職員）	・管内の新規求人数は前月まで前年比で4か月連続減少していたが、徐々に増加に転じている。一方、年明け後は新規求職者も大幅に増加してきていることから、求人倍率に大きな変化はなく、人材不足分野を中心に深刻な人手不足が続いている。
職業安定所（職員）	・新規求職者の減少と新規求人件数の減少は、年度末の3月まではこのまま進むのではないかと（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）	・新規求職者は3か月連続で減少、新規求人数も2か月連続で減少している。相変わらず人手不足の声が多く聞かれており、しばらく状況は変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・不安を抱きながらも、状況は変わっていない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人数は安定的に多く、求職者も安定的にいるが、求人が完全に埋まるには至っていない。給与水準は上昇傾向だが、採用率が高まるかについては疑問が残る（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・採用抑止の動きがある企業は一部であり、新卒、中途採用共に目標に届いていない企業も多い（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（社員）	・2019年7月までに発表される厚生労働省令で、2020年4月以降に協定派遣労働者に切り替える際の賃金水準が示されるが、事務と現場作業者については、現状を上回るとされているため、派遣料金の上昇は避けられない。この流れは今後も続くことが予想される（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・なかなか人を紹介してくれないので人手不足の状態が続く、新たな仕事も断っているという話をする企業が増えてきている。人手不足が景気の足かせになっている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・客と将来の話をする、必ずといっていいほど、この景気が続くとは思えないといった会話になり、いずれ悪化することが見込まれる（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	・先々の仕事の話が少なくなってきた。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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)		衣料品専門店（経営者）	・夏を前にして準備が始まり、良くなる。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・高齢者はたくさんいるので、ここ数年は葬儀が減ることはない。
		商店街（代表者）	・世間一般的に景気が良いと言っている割には、当店は良くない。ただ、スポーツ用品業界は、3～4月は高校入試から入学準備等になり、やや良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・今年は例年になく降雪が少なく、春が早く訪れ、客もその分、早く動くのではないかと期待している。
		スーパー（経営者）	・3月半ばから6月末までは毎週末大型イベントがあるので忙しくなる。更に3月末には、店舗前面道路が開通する。体調を整えて準備したい。
		スーパー（副店長）	・今年のゴールデンウィークは特別な大型連休で、観光業を中心に、スーパーマーケットや百貨店など、景気が好調になると予想される。ただし、これは一時的なもので、秋の消費税増税前からは節約傾向になるとみている。
		コンビニ（経営者）	・これから桜の開花と同時に徐々に天候も良くなるので、客の出足も良くなる。そういう観点から、上向きと判断している。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要で、新車の販売台数が上向いてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・好況の予測は薄いですが、今よりは良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・4月の開店15周年に向けて、拡販策を独自に企画中である。
		スナック（経営者）	・厳しかった2月もようやく終わるが、3～4月は異動の時期なので、歓送迎会などが多少は期待できるとみている。いつもの月よりは売上にも期待している。
		観光型ホテル（支配人）	・今後、地元で開催される大型イベントや、ゴールデンウィークの10連休も控え、この春は来客増が期待される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前月から継続して予約状況は順調に推移している。ゴールデンウィークの10連休付近の個人予約は、前年比プラスで進捗している。一方で、法人関係は大きく落ち込み始め、懸念材料ではある。しかし、ここ数か月の流れからも、客のフリー利用が安定しているので、良くなっていくとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2月が非常に悪かったので、これ以上悪くなるとは思わない。天候も良くなり、客も外に出やすくなるので、今以上に良くなっていく。
		遊園地（職員）	・周辺を訪れる外国人旅行者の来園や、新規施設の開業、イベント等の集客施策の実施により、来客数の増加を期待する。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークの10連休を控えているが、10連休だけに人の動きが集中して、統一地方選挙や連休後の反動の影響が、前後の時期に出るような気がする。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税に絡んだ動きが、建築工事関係に少しずつ出て来ているようだが、商品の動きにはまだない。単発でも、一時的な流れに乗りたいところだが、消費者の動きは微妙で、売上増は期待できない。	
	百貨店（営業担当）	・客の様子をみていると、買物には慎重である。欲しい物は良い物でも買うが、余計な物は買わない。	
	百貨店（売場担当）	・オケージョンニーズが大きく伸長しているわけではなく、フリー客は増えていない。春物の新調に、百貨店を選んで買いに来る客も決して多くはなく、紙媒体による訴求の減少も痛手である。	
	家電量販店（店長）	・景気の刺激対策がない。	
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税に対する駆け込み需要は、まだ起きていないようである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・理由はよく分からないが、良くない状態が続いており、なかなか上向いてこない。通行量は少ないままで、宴会の動きも良くない。
		スナック（経営者）	・悪いままで変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・米国と中国の情勢が、今後すぐに解消される見込みも薄い。回復がみられない限り、景気減退となる可能性が高い。今後の企業出張や海外視察の受注も減少してきている。ゴールデンウィークを控えて、旅行の相談はあるものの、成約は少ない。日程的な選択はあるが、例年と大きくは変わらない。
		通信会社（経営者）	・皆の関心が、ゴールデンウィークの10連休に向いており、当業界への関心は薄い。
		美容室（経営者）	・春のイベントで卒入学式等があり、来月は年間で2番目の忙しい月で、来客数は増加するとみている。
		設計事務所（経営者）	・2か月後の仕事も入っている。
		スーパー（経営者）	・消費税増税による先行き不安感に加え、貿易摩擦の収束がみえず、工場の稼働に影響が深まる。統計問題など暗い話題が多く、消費マインドに影響するとみている。
		スーパー（経営者）	・消費税増税をにらんで、消費意欲は下がっていくと感じる。大きな駆け込み需要も期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税を控え消費は鈍っており、来客数、購買頻度、購買単価いずれも上昇しない。
		コンビニ（店長）	・当店は観光立地ではないので、3か月後のゴールデンウィークの長期連休は、難しい状況になる。
		自動車備品販売店（経営者）	・中国へ進出している製造業では、これから減速する旨の発言が急に増えている。小売業は採用難により、人材採用のコストが高騰して、余裕がなくなっている。働き方改革関連法案による有給休暇5日付与の義務化も、まだ実施策の詳細が決まらない企業が多い。コストアップが売上減少が見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・今後も競争相手が増えつつあるので、しばらくは客の取り合いになる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税を控え、消費拡大の要因が見つからない。小型店舗が増えて客が分散しており、大手の戦略に個人商店は振り回されている。
		観光型旅館（経営者）	・本年は名刹の御開帳などといった大きなイベントもないため、例年どおりの売上を予想している。今月はやや良かったが通常に戻るため、やや悪くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・当社や同業他社にとっても、人手不足が深刻になってきている。人件費の上昇が、今後の景気の動向を左右し、どちらかといえば悪くなる気がしている。
		タクシー運転手	・県内のタクシー業界はそれぞれに頑張っているが、限界である。今年は消費税増税に伴って、タクシー料金の値上げを検討している。それに期待したい。
		ゴルフ場（経営者）	・国が見せかけの創生事業を続けている間は、地方で真の景気浮揚など期待できない。2年在籍した中央省庁から来た若い副町長はその後何のフォローもない。地方創生政策と補助金に依存するメンタリティからの脱却が課題である。
		住宅販売会社（経営者）	・県内の観光地は有名な避暑地やスキーリゾートなどが好調な反面、当地区は低迷が続いている。
	x	百貨店（店長）	・消費税増税に向けて、消費動向はより慎重になる。
企業 動向 関連 (甲信越)		*	*
		食料品製造業（営業統括）	・関税撤廃による海外ワインの輸入増加が心配される一方、国産100%ワインの人気もあり、特に、東南アジアへの輸出も加わって、好調を維持すると予想している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・この2か月生産量は低迷していたが、この先は徐々に回復傾向にある。
		建設業（経営者）	・消費税増税の影響は思ったより少なく、冬季が終わりに近づくにつれ、受注成約も増えてくると期待している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注品の動きはあるものの、受注量は相変わらず低迷が続く予想である。取引先が新築移転に時間を要しており、受注に影響が出る恐れがある。自社開催のワークショップは、新年度のPRの動向に期待している。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注は概ね安定しており、大きな変動はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注案件は、多少はある。
		金融業（経営企画担当）	・米国の連邦公開市場委員会（FOMC）が、今後の利上げに、ハト派的となったことから、米国の景気は長期的に緩やかに上昇すると予想される。一方、日本は円高方向に傾きやすくなり、景気敏感株や輸出関連株には悪影響となる可能性がある。また、訪日客にも円高の影響が出てくる可能性が考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・改元を商戦に結び付ける動きがある一方で、チラシにおいては10連休前に大量出稿が予想されるが、連休中はほとんど出稿が止まることが予想されている。
		食料品製造業（総務担当）	・原材料仕入れ先から値上げ要求を受けており、求人募集をしても、製造人員がなかなか入ってこない。困難な生産状況が予見される。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・春は宝飾品の需要が高まる時期なので期待しているものの、前年からマーケットの回復が見えていないため、大きな期待はできない。インターネット販売の規制と税関審査の厳密化により、1月の宝飾展では中国人客の来場、購入が共に大幅ダウンしている。今月末から3月3日にかけて行われる海外での展示会で、その余波がどう出るのが業界の大きな関心事となっている。
		金融業（調査担当）	・米中貿易摩擦の影響が一層深刻化すれば、不透明感が更に高まる可能性があり、堅調な設備投資にも影響が及ぶ懸念がある。
	x	食料品製造業（製造担当）	・商品そのものが動いていない。景気の足踏み感から、客は消費に対して節約傾向で、価格重視となっている。数十円の差が、大きく出てきている。
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・利益が上がらず、資金繰りが大変である。
雇用 関連		-	-
(甲信越)		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足は変わらないが、必要な要員がないのか、育てられないのか。今まで以上に各社内での検討が必要になる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・人手不足が続くなか、高齢者を募集している企業が多く見受けられる。
		職業安定所（職員）	・採算面と仕入れ単価の改善の動きはみられるが、景気は一進一退の状況である。求職者については、首都圏からの進出企業の動向と重なり、動きが出てきている。
		職業安定所（職員）	・製造業からは「安定して受注ができています」といった声が多く、新規求人数にも大きな変動はみられないことから、しばらく現状が続く見通しである。
		職業安定所（職員）	・パートを含む全数の有効求人倍率は、前月より減少しているが、年度末にかかり、定年や期間満了等を控え、例年新規求職者数が増加する月であり、一時的なものと判断している。当所において有効求人数は高水準を維持し、有効求職者数は低いことから、企業の人手不足感は継続中であり、当所管内の労働市場に変化はみられない。
		*	*
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)		美容室（経営者）	・これから行楽シーズンになり、正月にパーマや毛染めした客がそろそろ来店するため良くなる。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・北朝鮮との会談や通商交渉など米国の方向性が、我が国にとって良い方向に向きつつある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・高速道路の渋滞続きの区間が3月中旬の別ルート開通により緩和されたり、改元による5月の10連休等の話題が明るさをもたらしている。

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（総務担当）	・暖かい春を迎えるようであり、来年の春は増税後になるため、そろそろ消費税上げ前の駆け込みを意識した高額品や春物商材の動きが活発になるものと想定され、売上増に寄与するものと見込んでいる。
		百貨店（企画担当）	・2月後半から気温が高く春物の動きが良かったことに加え、1月以降伸び悩んでいたインバウンド客の購買額が伸びたり高額品が顕著に動いたり、景気が上向きに感じられる。改元など景気にプラスに働く要因もあり、10月の消費税上げまでは、景気は良い方向に動くと思われる。
		百貨店（販売促進担当）	・春夏ファッションでは、消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。
		百貨店（業績管理担当）	・皇太子殿下の御即位に関するお祝いムード、祝日増が消費マインドを高める。
		スーパー（経営者）	・新年度を迎え、参拝客の増加に期待している。
		スーパー（総務担当）	・客にアピールしていく新商品を中心に、より季節に合った商品を全社的に開発する。
		スーパー（支店長）	・季節も良くなり人が動く時期になるので、多少の消費拡大に期待する。消費税上げの声も少しずつ聞こえてくることで、駆け込みも少々期待したいところである。
		コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークの10連休での行楽需要や、改元に伴う経済の活性化が少しありそうな気がする。
		コンビニ（本部管理担当）	・今後は消費税上げ前の駆け込み需要が予想され、当社も大きなイベントを検討し売上向上策をリリース予定である。10月までは過度に売上や利益が目減りすることはないと判断する。
		家電量販店（店員）	・テレビの買換えの下見客が多い。4Kテレビに買換えたいという欲求が高まってきているように感じる。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社の主力車種がフルモデルチェンジし、3月初めにデビューする。値引きは厳しいが、来客数が増えることにより販売数が増えていくと思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型軽自動車が発売されるので、4月以降の受注も期待できる。ただし、消費税引上げ後の受注台数が懸念される。
		旅行代理店（経営者）	・今年は直前になればなるほど、更に問合せや予約が止まらない気がするので、対応していきたい。
		旅行代理店（営業担当）	・客との話では、暖冬で旅行への抵抗感が少なく、国家的な大イベントも控えており、お出掛けムードが感じられる。
		美顔美容室（経営者）	・4月からは更にキャンペーンが始まり、新規客が見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・注文住宅の請負契約での消費税引上げ前の最終月となり、2月の来場者数増の流れで大きく数字が伸びることを期待できる。
		商店街（代表者）	・春になり入出が多くなって売上は上昇する見込みであるが、原材料の値上がりとともに、依然として余り良い方向に向いていない。
		商店街（代表者）	・個人消費の伸び悩みが顕著に表れているので、なかなか売上増加に結び付かない。
		商店街（代表者）	・今年に入ってから商品の動きが非常に悪い。消費税引上げ前の駆け込み需要に期待はしているが、客からは、増税前に買換えや新規購入をしたいという声はなかなか聞こえてこない。したがって、今後とも厳しい状態が続くように感じている。
		商店街（代表者）	・消費税引上げ前の駆け込み需要もなさそうで、良くなる要素は皆無である。
		商店街（代表者）	・外国人旅行者は一過性なので、本来の会社関係や個人のなじみ客が安定的に増えるのが望ましい。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・良くも悪くもなるような要因が見当たらないので、このままで推移する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価もじわじわ上がっており、10月には消費税率も10%になることもあり、財布のひもは段々固くなるように思う。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・ポジティブ、ネガティブ両方の要因が多すぎるため、判断ができない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・景気、売上の落ち込みで個人店が廃業するなど商店街がなくなっていく。飲食店はこだわりをもち特徴のある店は活況だが全般的には低調である。店が入居するテナントビルは駅前の再開発で閉店する。4年後のオープンにはどうなるのか。調剤部門ではアレルギー性鼻炎の流行で忙しくなると思いますが販売部門はどうだろうか。閉店セールで忙しくなればいい。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・3か月先も現状から変わらない。4月からいろいろな物の値上げが発表されているので、消費者は手控えたり金を使う場合も渋っている。売上は上向かず、現状維持が続く。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月では変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・国内の景気はそこそこ戻っているが、海外要因が不透明で、先行きが分からない。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・新年度初めまでは、継続的に受注量の増加が続くと見込まれる。
		百貨店(売場主任)	・3月末には冬物が終わり春夏物の新作が入り、下見や取り置きを希望する客がいるが、電話をしてもなかなか引取りに来ない。購買意欲のある客はその場ですぐ買うが、迷っている客は取り置きだけで終わってしまう。紳士靴の売上は厳しい。
		百貨店(販売担当)	・バレンタイン商戦は前年より良かったが、バレンタイン後の売行きは前年より悪い。イベント関連以外はなかなか難しい。
		百貨店(販売担当)	・今後もギフト需要の高まりに期待ができる。インバウンドは波があり、予測は難しい。
		百貨店(計画担当)	・心配した外国人旅行者の需要は、今のところ法律改正の影響が軽微であるため順調に推移している。
		スーパー(店長)	・特に上がる要因も下がる要因もないと思われる。人手不足はまだまだ続いていくので、人員確保が最大のテーマになる。
		スーパー(販売担当)	・特売商品を大量陳列することで売上が上がっている。その効果は2~3か月は続くと思う。
		スーパー(商品開発担当)	・来客数は前年同期103%と、ここ3か月の中で最も良い数値であった。来客数がやや回復してきたため、売上も緩やかではあるが回復傾向にあるように感じる。
		コンビニ(企画担当)	・客単価が上昇しないと、又は引き上げられないと生産性が上がり、結果的に収入が下がり苦しい状況が続く。
		コンビニ(企画担当)	・鉄道利用者が比較的好調なため、駅ナカの店舗は好調を維持すると思われる。
		コンビニ(エリア担当)	・コンビニの重点管理商品群である米飯商品やファーストフードの改善が、前年比では微増であることから全体への影響度は少なく、景気的には変わらないと思われる。
		コンビニ(エリア担当)	・ドラッグストアやスーパーとの競合が不安要因である。
		コンビニ(店長)	・当店の売上については前年比でマイナスが続いているが、特に変わる状況はない。
		コンビニ(商品開発担当)	・原材料の価格高騰から商品の価格見直しが行われている。10月の消費税引上げを控え、買い控えの動きも予想される。
		衣料品専門店(経営者)	・季節がずれ込んでも購入してくれる客は激減しているので、先行きが暗い。
		衣料品専門店(売場担当)	・景気が良くなる見込みがなく、一方、悪くなる見込みもない。
		衣料品専門店(販売企画担当)	・良くなるほどではないが、例年並みに動きそうである。
		乗用車販売店(営業担当)	・消費税引上げ前の駆け込み需要があるかもしれないが、客の反応は余り良くない。
		乗用車販売店(経営者)	・雇用情勢は改善しつつあるが、個人消費の盛り上がりまでには至らない。
		乗用車販売店(従業員)	・全体的な流れは良い。大きな流れは変わらないが分からない。
		乗用車販売店(従業員)	・今後、年度末決算期を迎え、さらに今春の新型車発表も控えており、市場が盛り上がることを期待したいが、まだまだ市場環境の厳しさは続くと思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		任関連専門店（営業担当）	・新築マンション、戸建て住宅共に、消費税の引上げ、世界経済や我が国の将来への不安、足元の収入状況から様子見が多い。小規模改修や公共工事等については横ばいであるが、全体的には動きは余り良くない。
		高級レストラン（経営企画）	・期末から期初に向かい、改元関連やゴールデンウィークの10連休への期待も高いが、少し休みが長すぎる分中だるみが心配される。また、国内外の旅行の予約が好調な分、外食や小売はイベントなどで集客を図っていく必要がある。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げ前となる。物価や人件費は高くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・秋には、消費税の引上げと日用品の値上げが少し響くかもしれない。
		一般レストラン（スタッフ）	・当地区の企業の第3四半期決算をみると、予算未達成の企業が多く、先行きは不透明で厳しいと判断している。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・改元により祝賀ムードは明らかに高まるため、若干上向きな心理状態にはなるが、消費税の引上げが足かせになると思われる。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊数、昼食者数、夕食者数は、2～3か月前から前年比の数字が低下している。このような状況が続いており変わらない。
		観光型ホテル（支配人）	・2～3か月後も例年恒例の案件は受注できているので、大きく落ち込むことはないと思われるが、ここ最近客室の伸びが鈍化してきている。インバウンドとWeb予約に頼っているため、じかに客を獲得できるよう商品開発が必要である。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと見込む。
		都市型ホテル（総支配人）	・季節的な需要があると期待したい。
		旅行代理店（経営者）	・個人客の需要は若干伸びているが、団体客の需要が低迷している。
		旅行代理店（経営者）	・暖かくなると受注も増えると思われるが、確定ではないため横ばいと見込む。
		旅行代理店（経営者）	・日本人においてもモノ消費ではなくコト消費が主流になると思われる。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークは、10連休を利用した旅行需要で前年以上に増えているが、それ以外の期間の需要が停滞している。4月の統一地方選挙期間中はもともと旅行需要が減少するが、5月以降の旅行申込みも出足は悪く、即効性のあるイベントなどによる旅行需要を期待するしかない状況である。
		タクシー運転手	・繁華街は2～3年以上人出が少なく、まだ良くなる気配がない。今のままの状態、悪いなりに横ばいになる。
		タクシー運転手	・10連休の話題で、旅行会社には予約が入り海外旅行は売上が好調と聞いているが、タクシー業界は、一般企業が休みになって夜の飲食店街は暇になるので売上が減少する。
		通信会社（企画担当）	・異動の時期を迎え、契約件数こそ上向いてくるものと思われるが、客単価の下落傾向は続くものと思う。AI、IoT、5G、電気自動車など将来を感じさせるワードは多々みられるが、生活者がそこから明るい未来を感じられているのかは疑問である。
		通信会社（営業担当）	・若い層の個人客が安い商品に流れていくことと年配層の個人客は廃止方向にあるため、全体に減少傾向は続くと思う。
		通信会社（営業担当）	・当面は、変わらないと思われる。
		テーマパーク職員（総務担当）	・引き続き足元と同じような状況が続くかどうか分からない。
		ゴルフ場（支配人）	・この冬は雪も少なく平地でのクローズはほとんどなく順調である。2か月先の予約数もほぼ平年並みであり、これから暖かいシーズンに向かうので、大きく変動することなく推移すると思われる。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外の経済情勢が影響する。
		美容室（経営者）	・ゴールデンウィークまで出費を控える客が多い。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税の引上げまでは住宅改修の駆け込み需要もあるかもしれないが、大きな影響はないと見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げに向けて、見通しづらいが横ばい状況が続くと思われる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・年度末に向けて住宅リフォームや工場設備投資などの工事を受注している。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・2か月後は賃貸業界の繁忙期が終わる時期に重なるため、システム変更したことによりどのように維持又は上向きにするか、方法を模索していかなければならない。
		スーパー（経営者）	・賃金が思うようには伸びず今年は消費購買の勢いが弱い。消費税は引上げになるが過去のように消費が上がらない。ゴールデンウィークは休日が長く、レジャー関連は別として一般的には稼働率が低くなるため勤労意欲も下がり、景気にはマイナスになる。5月の景気は予想以上に厳しく、横ばいから少々下がってくる。
		スーパー（店員）	・卸製麺所から4月以降の値上げの告知が届いた。小麦粉や油などいろいろな物が値上がりするが、その影響が懸念される。
		スーパー（経営企画担当）	・来月中旬、近くにドラッグストアがオープンするため、一般ドライ商品や生活雑貨の販売量の低下が予想される。
		スーパー（販売担当）	・来客数が伸びないため今後もどうなるか分からない。
		スーパー（ブロック長）	・この先、数多くの食料品の値上げが予定され、余分な買物は今以上に避けると思われる。
		スーパー（商品管理担当）	・値上げがしっかり行われなければ、買い控えが長引く。
		スーパー（営業企画）	・消費税の引上げがいよいよ迫ってくるなかで、消費の引締め意識が高まりそうである。
		コンビニ（店長）	・消費税の引上げに伴う軽減税率の導入があり、税務申請や日頃の処理が煩雑になる。混乱により商いが停滞する気がする。
		コンビニ（店長）	・ドラッグストアでの販売商品との価格差が大きく、今後も売上が減少していく。
		コンビニ（店員）	・ゴールデンウィークに入ると来客数が減る。
		家電量販店（店員）	・消費税の引上げや東京オリンピックなど、国内を考えると良い方向に向けばと思うが、英国のEU離脱問題や米中貿易摩擦など世界情勢は良い方向に向いているとは思えない。2020年はバブル崩壊後30年になるので、時代は繰り返されるような気がする。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・3～4月は決算期や新生活を訴求することになるが、2月の来客数をみる限り余り期待できない。ゴールデンウィークの10連休がメディアで取り上げられ、コト消費の傾向が強まりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・4月に統一地方選挙を控え、慌ただしい状況が景気にはマイナス要素となる。
		乗用車販売店（経営者）	・毎年、年度初めは来客数が少ないが、今年も来客数が多くなりそうな見込みがない。
		乗用車販売店（従業員）	・2月のイベントで自社客の掘り起こしが済んでおり、3月以降は納期の掛かる車も多く、かなり厳しくなると思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・今月の受注残から3月の目標に対して8割方は読めている。近年は決算期といわれる3月も上旬で客足は止まり、止まる時期も年々早まる傾向があり、余裕はない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・米中貿易摩擦と中国経済の減速の影響が未知数である。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・改元で大型連休のところも多いので、金がレジャー代に流れると見込まれる。厳しい状態になるのではないかと懸念している。
		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3.7%のマイナス、来客数は前年比2.9%のマイナスである。
		一般レストラン（経営者）	・いろいろ物入りな季節になり、外食等は少なくなる。
		一般レストラン（経営者）	・飲食業では中央市場や業務用スーパー等の来客数が減少している。飲食に金を使わない状況に不安を感じる。これから良くなる要素は考えられない。

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
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・客の商品の選別がより厳しくなっている。少しでも飽きた商品は買い控えられる。
		テーマパーク（職員）	・前年比ですべて悪くなっている。
		テーマパーク（職員）	・暖冬の影響で雪が少なく、雪遊びができなくなる。
		パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制強化により業界全体の売上等が減少する。
		設計事務所（経営者）	・案件数が減少している上に受注単価が低すぎる。
		設計事務所（職員）	・このところ現内閣に関しては、景気の良くなる話は全くない。我が国の景気が良くなるような印象は受けない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・同業者と話をしていても利益率の悪い仕事だけが増えており、先の見通しが立たない。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への来客数の減少は、10連休を前に日常の消費を極力控える動きと考える。
	×	百貨店（経理担当）	・企業業績と雇用や所得環境の悪化から、個人客、法人客共に需要は更に落ち込む。また、これまで下支えしていた訪日外国人旅行者も世界経済の後退によって減少に転じると考える。
	×	乗用車販売店（経営者）	・4月以降は一気に下降傾向に振れるものと予想される。
	×	乗用車販売店（従業員）	・自動車業界は4月よりエコカー減税が大幅に縮減され、一気に売行きが落ち込む。
	×	スナック（経営者）	・先の見通しが全く読めない時代に入り、なかなか厳しい。
	×	タクシー運転手	・韓国への大臣の対応が心理的に影響する。
	×	理美容室（経営者）	・様々なところで来月から値上げが始まり、徐々に景気が悪くなっていく。
	×	美容室（経営者）	・当市は全国の市町村でも下から14番目に人口が減少しているといわれ、人口が減少すると景気は良くならない。
	×	理容室（経営者）	・景気の悪い話はまるで出ない。余分な金は使わない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・5月の連休でレジャーに気が回り、住宅にまで気が向かないのではないかと心配である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・住宅分譲地としての業者の購入が鈍化してきているようで、仕入額もかなり低くなっている。そのため、大規模な土地の所有者も売却をちゅうちょするようになってきた。
企業動向関連		*	*
(東海)		食料品製造業（営業担当）	・暖かくなってきてからも天候には大きく左右されるが、冬場よりは受注量、販売量共に伸びる時期となる。
		化学工業（営業担当）	・プラスチック原料価格が下がる見込みである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・どこまで自社対応できるか次第ではあるが、他案件との調整で、受託案件の拡大の見通しが立てられる。
		食料品製造業（経営企画担当）	・3月からの価格改定、秋口の消費税の引上げなど消費者にとっては購買意欲の低下につながる要素ばかりであり、先行きが非常に不安である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・取引先からは良い情報が入らず、景気は現状のまま推移する。
		化学工業（人事担当）	・米中貿易摩擦の行方次第である。改善されれば景気は良くなると思われる。
		化学工業（総務秘書）	・特に景気が悪くなるトピックがない。中期的にリニア中央新幹線、東京オリンピックや大阪万博など、巨大イベントが適度に予定されていることは良いことである。ただし、景気の良い会社や人と、取り残されている会社や人との差ははっきりしてきている。
		金属製品製造業（従業員）	・しばらく忙しい状況に変わりはない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米だけではなく国内やアジアでもプロジェクト凍結や延期が続いており、受注が増える見込みがない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売見込みが横ばいである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変わる要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今後の見通しは、受注予定表をみると3～4月までは現状の数量での推移となっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・通信関連では、当分設備投資は続くと思われる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画から、高止まりしたままでしばらく続くと思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・年度末による生産増が見込まれるが、根本的に変わらないと思う。
		建設業（役員）	・マンションは消費税引上げの経過措置が3月までなので、一旦は動きが落ち着く。今度は10月の引上げ前のタイミングに動きが活発化するのではと見込まれる。
		輸送業（エリア担当）	・採用が思うようには進まない。賃金をアップさせているが、在籍社員もいるために、安易に上げられない。
		輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油価格は、前年と比較してほぼ同じ価格になってきているので変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・米中の貿易摩擦や英国のEU離脱問題など、国際貨物の流れに影響する案件が多いので先行き不透明である。
		輸送業（エリア担当）	・総菜の価格上昇は、消費者の懐具合とは関係なくスーパーがコスト増加に耐えられない状況であり、物価は上昇している。景気に即反映されるか分からないが、1つの変化とを感じる。
		輸送業（役員）	・消費税引上げ前の対策と思われるような生産や荷動きの動向がうかがえる。今後、この動向が月を追って少しずつみられるような感じである。原油価格がじわじわと値上がり転じてきているのが懸念される。
		通信業（総務担当）	・物流やそれを支えるIT設備の受注からは、それほど大きく活気付くとは思えない。現状維持が良いところという感じがする。やはり国内が明るくなるような話題が欲しい。5月の改元は一大イベントになる予感はある。
		通信業（法人営業担当）	・新しい年度になり人事異動がある。行政も当社も、上司が変われば投資案件の優先順位も変わる可能性が大いにあるが、投資の予算そのものを膨らませるのは、今の落ち着いた景気状況では難しいと思う。
		金融業（従業員）	・東京オリンピックに向けて様々な企業が若干上向き傾向にあるなかで、それでも景気回復とまではいかず残り良くないという企業も多く、二極化している傾向にありどちらともいえない。
		金融業（企画担当）	・個人投資家は、投資している資産の価値が上がってこないと動かない。個人投資家以外の個人も、収入が増えている実感がないと消費に向かわない。当面、現在の景気が続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・3～4月は例年と比較して晴天の日が少ないと予想されているが、当面の景気は今月同様に良い状態が継続し、売上は2月同様に前年同期100%以上で推移する。
		不動産業（経営者）	・年度末のため動きが鈍い。
		広告代理店（制作担当）	・一部の企業から以外は特に新規の受注もなく、現状維持と思われる。
		行政書士	・現状維持であるが、引越し業者だけが活発である。
		公認会計士	・中堅中小企業の事業承継や廃業問題は、短期的には解決しない。
		会計事務所（職員）	・消費税の引上げが近づいてくる。一時は駆け込みの気配がみられたものの、最近は落ち着いている。夏頃から駆け込みが始まりそうである。
		会計事務所（職員）	・ガソリンの値段が短期間で上下しても、以前ほど話題に上らないようになった。使える金も極端に増えたり減ったりはせず、少ないながらも安定しているように思う。そのため、景気も変わらないように感じる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・全体的に不透明感が更に強くなり、様子を見ながらじり取りをしなければならない。当社では開発があと1歩のところまでできている。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・受注の勢いが少し衰え始めた。年度末までは、客先では在庫調整局面となりそうである。
		鉄鋼業（経営者）	・受注、見積りなどの目先の取引につながる話が少ない。当面の受注残も、通常の月と比べて5%ほど下回っている。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、価格競争になりそうである。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・米中貿易摩擦がまだ続くと思われる。世界景気が少し悪くなっていくため、自動車の売上も減少する。
		輸送業（経営者）	・現業を中心に人手不足は悪化し、既存の客の仕事も断らざるを得なくなりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞販売店〔広告〕 (店主)	・節約のため新聞購読をやめるというケースが増えている。 客の消費意欲は低いと感じる。
	x	*	*
雇用 関連		人材派遣業(営業担 当)	・消費税の引上げを意識する雰囲気が強くなり、消費拡大、 生産増加により景気が特に上向きになると見込む。
(東海)		人材派遣会社(社員)	・歓送迎会等の利用でやや良くなる。予約状況も例年並みで ある。
		人材派遣会社(営業担 当)	・例年、年度末から年度初めに向けて求職者の動きが多く なってくる。それに伴って、離職者のポジションに派遣人材 の活用や中途社員を採用する動きも大きくなると考える。
		学校〔専門学校〕(就 職担当)	・1月に入って採用を辞退した学生が発生したが、同時に進 学予定だった学生が進路変更して就職希望となり、同法人に 紹介したところ追加的に試験を実施して採用されたことから、 企業は採用に積極的と感じられる。
		人材派遣会社(経営企 画)	・特に新たな変化の兆しが無い。
		人材派遣会社(企画統 括)	・働き方改革による非正規労働者の処遇見直しの人材会社へ の影響が不透明である。
		人材派遣会社(営業担 当)	・高スキル業務は特に給与が上昇傾向にあるが、一層の人材 不足により、事務系の業務でも4月から給与改定に応じる企 業が多くなり、賃金の上昇傾向が加速している。
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・自動車の国内製造において、新年度の推移はまだ不透明な ところがある。今後の国内外の販売動向に左右される。
		職業安定所(職員)	・求職者も減少しており、人手不足が厳しくリストラの動き はない。
		職業安定所(次長)	・人手不足により労働力が確保できないため、中小零細企業 においては、受注制限や生産調整等を余儀なくされることが 懸念される。
		職業安定所(次長)	・新規求人数は横ばい状態であり大きな変化はない。ただ し、世界経済の減速に対する懸念の影響で企業の生産意欲の 低下につながるが、今後には注視が必要である。
		民間職業紹介機関(営 業担当)	・4月に向けて有職者の転職意欲が徐々に低下してくる時期 となる。
		民間職業紹介機関(窓 口担当)	・現在は活発な人の動きも、ゴールデンウィーク明けから夏 に掛けては落ち着く時期となる。ただし、業績がアップして いる企業からは、新卒採用者に期待している戦力以上の業務 があれば、人選依頼も期待できる。
		人材派遣会社(営業担 当)	・自動車関連の客の中で、中国市場の減速や全世界での自動 車生産台数の減少による影響で、業績見通しの悪化や予算削 減という企業が出てきている。
		人材派遣会社(営業担 当)	・正社員の求人数が、徐々にではあるが少なくなってきた り。
		求人情報製作会社(営 業)	・外部要因による政治や経済への不安が長引くと、国内の求 人市場の減速を懸念する。
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・足元の傾向がそれほど変わらぬと思えない。
		民間職業紹介機関(支 社長)	・各社の来期決算見込みが、特にメーカーなどはやや不安で ある。良くない場合は採用自体を絞る可能性もある。
	x	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・新聞の読者層が高齢者ばかりになり、企業が欲しが る人材の年齢層ではなくなっている。

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		衣料品専門店(店舗運 営)	・春夏商材の準備が着実に進んでおり、例年どおりに推移す れば今月よりは来客数、単価共に期待できる。
(北陸)		商店街(代表者)	・今年のゴールデンウィークは10連休なので、来客数が増え ることを見込んでいる。しかし、小口購入の平均単価は下 がっており、高額商材や大口注文へ期待せざるを得ない不安 要素がある。
		一般小売店〔事務用 品〕(店員)	・改元による需要や消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待 できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・天候1つでこれだけ変わるものかと思うくらい順調にきている。春先までこの感じで進むとみている。
		百貨店(売場主任)	・改元や皇太子殿下の御即位により慶祝ムードが一気に高まる。さらに、ゴールデンウィークの10連休で外出する機会が増え、消費行動が活発化するとみている。
		百貨店(営業企画)	・3～5月の北陸地方の平均気温は平年より高い予報が出ているため、春物や初夏物への需要が高まりそうであり、期待している。
		スーパー(店長)	・北陸新幹線開業までは景気が上向くとみている。
		スーパー(店長)	・春に向けての食材が出てきて、気温ともマッチすれば単価が安定してくると見込んでいる。
		コンビニ(エリア担当)	・天候の好条件が続く予報が出ている。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げ前に、夏物商材のエアコンや冷蔵庫などの売行きが良くなりそうである。
		家電量販店(本部)	・消費税の引上げによる需要に期待がもてる。
		乗用車販売店(従業員)	・イベント等の効果を期待している。
		住関連専門店(役員)	・10月の消費税の引上げを控え、住宅関係の契約が増加する。需要が増える見込みであると同時に、買換え対象の需要も若干は動きがある見込みである。
		旅行代理店(所長)	・ゴールデンウィークまでは問合せの増加傾向が見込める。
		旅行代理店(支店長)	・販売量の増加を見込んでいる。
		タクシー運転手	・これから歓送迎会や新年度に入ることから、何かと出掛けることが多くなり、タクシー利用も増えると考ええる。
		タクシー運転手	・来月の観光の予約が順調に入っている。
		通信会社(営業担当)	・3～4月は新入学と重なり毎年販売量が増加する。携帯業界では一番の繁忙期であり、年間通して最も期待できる時期となる。
		通信会社(役員)	・動画配信サイトなど映像のネットによる視聴が進んでおり、今後高速ネット契約の拡大につながるのではないかと期待している。
		通信会社(営業担当)	・今後、総務省の指導の中で分離型プランが定着するようになってくる。その前に駆け込み需要が見込まれる。
		通信会社(役員)	・通信サービスの商戦期を迎え、放送サービスも含め客からの問合せが増えることを見込んでいる。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税の引上げの影響か、客の動きは引き続き力強い。
		住宅販売会社(従業員)	・今後、消費税の引上げによる駆け込み需要が増えると思込んでいる。
		商店街(代表者)	・改元による期待感はあるが、消費税の引上げの影響も考えられ、流動的である。
		一般小売店〔精肉〕 (店長)	・ここ数か月は横ばいできているので、この先もそのまま行く感じがしている。
		百貨店(販売促進担当)	・平成のカウントダウンが始まり、お祝いムードの中で消費税の引上げ前のメモリアル需要が期待されるが、全体的に慎重な動きである。全体消費をけん引する中間層は節約志向が強く、消費マインドの改善は依然として厳しい。
		スーパー(総務担当)	・春の訪れは例年より早くなり、野菜の単価は大幅に下がっている。しかし、その分その他の商品購入が期待されるため、売上は例年並みを見込んでいる。
		スーパー(総務担当)	・人手不足は引き続き解消できていないものの、消費税の引上げまでは大きな変動要素はないとみている。
		スーパー(店舗管理)	・乳製品の値上げがあるが、青果物の底値相場が回復する兆しもなく、さらに、ゴールデンウィークの10連休を控え消費の抑制があるとみられ、客単価が上がるとは考えにくい。
		スーパー(統括)	・良くなる見込みを感じられない。
		コンビニ(経営者)	・季節商材などの売上も例年並みである。

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
		コンビニ（店長）	・競合店の出店を含めた外的要因の変化も加盟者がいてこそ成り立つものだが、前年より深刻な加盟者不足になっており、本部の出店計画が滞っている。そのため、今年は競合店ができていく上に、近隣店舗の閉鎖などがある可能性が高い。近隣店舗の閉鎖から一時的には上向くかもしれないが、最低時給の増額がコンビニ経営において致命的な経費増加になっていることから、長期的に考えた場合、経費を何とかしないと、客がきているが店舗を閉鎖しなくてはならない状況に陥る。目先の景気は上向いても、将来、コンビニが成り立たなくなる懸念から景気は極めて落ち込むと考えている。
		コンビニ（店舗管理）	・今春より各食品メーカーが値上げを発表する。閉塞感は強まるばかりである。
		家電量販店（店長）	・主要商品の単価は上がっているが来客数が減少しており、販売台数が落ちている。
		乗用車販売店（経営者）	・売上単価を含めて、大きく良くなる様子はしばらくの間はないとみている。
		乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げ前に車両の購入が若干増えると見込んでいるが、米中の貿易問題などの動きが懸念され、経済全体が上向きにはならない。
		自動車備品販売店（役員）	・春タイヤの需要が早まる予想のなか、それ以降は市況的な明るい兆しの要素が業界内でなく、良くも悪くも大きな変化は期待できない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・3か月先も3か月前もずっと変わらないとしている。とにかく景気が少しでも良くなってほしいと願っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・専門店の入替え工事の時期となっているため一概に比較ができないが、アパレルの売上傾向は改善しつつあるものの、大きく好転することもないと考える。堅調である非物販業種の食物販や飲食、アミューズメントやシネマなどの売上をかんがみると前年並みとなる見込みである。
		一般レストラン（店長）	・景気の雰囲気の影響されやすい業種なので、景気の動向に留意しているが、方向性がはっきり分らない。
		観光型旅館（経営者）	・今後3か月先まで予約は順調に入っている。働き方改革などによる社員の労働力不足が心配である。
		観光型旅館（スタッフ）	・前年比で2～3月の予約保有は70～75%と苦戦している。4月以降は95%以上で推移しており、改善の兆しがみえる。
		都市型ホテル（役員）	・部門により異なるが、予約状況から景気動向は変わらない。
		通信会社（職員）	・PRが行き渡り、特典やキャンペーンがないと目新しさが薄れてきている。
		通信会社（店舗統括）	・極端に上がるとは見込めない。
		テーマパーク（役員）	・3か月先の予約状況を見ると、前年同月比でみてもほぼ変わらない水準にあり、横ばいに推移すると見込んでいる。
		競輪場（職員）	・客単価等において、2～3か月以内に大きな変動がみられない。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・現役世代の入会が全体として減少しているなか、低価格の新規店に数少ない入会者が移動している。春先までこの傾向が続くとみている。
		美容室（経営者）	・半年前から売上や来客数は好調であり、この傾向はしばらく続きそうである。
		住宅販売会社（営業）	・客とのコミュニケーションにおいて、消費税の引上げの影響を感じるものが少なく、消費税の引上げ後の客足も極端に変動がないものとみている。
		商店街（代表者）	・今年は統一地方選挙があり、例年、どうしても売上は落ちる。今年もその傾向があるとみている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・資材や原材料費の値上げなどが続いており、良くなる要素は今のところない。
		衣料品専門店（経営者）	・人手不足と客の衣料品の買物に対するシビアさが増しており、厳しさは続いている。
		一般レストラン（統括）	・コスト吸収を目的にしたこれ以上のメニュー売価アップは大幅な来客数減につながるおそれがある。しかし、原価や物流費の高騰だけでなく4月より働き方改革への対応による人件費増加や、営業時間短縮による売上高の減少、キャッシュレス決済普及による手数料負担の増加など、利益を圧迫する要素ばかりである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	都市型ホテル（スタッフ）	・3月の宿泊の予約状況は悪い。ゴールデンウィークの10連休待ちとの声も聞くが、良くなる要素が見当たらない。
		スナック（経営者）	・先々選挙や連休などがあり、我が業界は不安感を隠し切れない感じがしている。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		化学工業（総務担当）	・今後、受注量は増える予定である。
		精密機械器具製造業（役員）	・今のところ、ここ4～5か月の受注は一杯で、かつその先の新商品についても開発キャパシティが足りない状況である。
		不動産業（経営者）	・現在、個人も法人も問合せや相談が多くなってきたことから、やや良くなると思う。
		税理士（所長）	・経営者との面接から決算の見通しなどをみても、マイナスになるところは比較的少なく、当地の景気はまだ堅調ではないかと考える。ただ、販売業関係は店によって厳しいところが多い感じがする。しかし、工事受注や製造受注に潜在的な需要があり、経営者は非常に自信を持っているので、見通しは暗くない。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・通商問題や海外情勢の不透明感が懸念材料となるおそれもあるが、当面は引き続き堅調に推移するものと考えている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内及び海外共に景気動向において不透明感が強い。半年以上前のように生産能力を超える受注量が当面続く傾向は、一段落したようにみえる。
		建設業（経営者）	・3月は年度末工期の工事の完成で大変忙しくなる。しかし、新年度となる4～5月は、端境期ということで発注量が少なくなる。このことから、景気がそれほど良くなるという感じはしない。
		建設業（役員）	・受注動向について、ピークは過ぎた感がある。3月は消費税の引上げ前の駆け込み契約が多少あるが、その後4月以降の動向が懸念される。
		通信業（営業）	・主要商材で受注件数が僅かではあるが増加に転じ始めている。しかし、前年を上回る勢いは感じられない。
		金融業（融資担当）	・中国向けの輸出にブレーキが掛かる傾向が続くと感じているメーカーが多く、輸出産業の勢いは止まった印象を受ける。一方で、地元消費関連はおしなべて堅調で、3月決算の着地見込みも明るい報告が多い。
		司法書士	・建物の新築や増改築、土地購入のための住宅ローンなどが堅調である。
		食料品製造業（経営企画）	・今後も引き続き労働力確保に苦しむだろうし、さらに、原材料を始め各種コストアップ要因が収益を圧迫する状況が強まりそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合をみて、やや悪くなると考える。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・中国の景気減速や米中貿易摩擦、欧州の政局リスクにより設備投資意欲が落ちてきている。
		金融業（融資担当）	・消費税の引上げに対して節約の空気が強い。また、ゴールデンウィークの10連休に対しても観光関係は期待しているが、現在のところ予約は前年並みである。
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今月の売上も前年同月を下回っている。食品スーパーや衣料品、家電は前年を上回っているが、携帯電話や通信販売ほかが悪くなっていることの結果である。4月から紙の値段が高騰するので、チラシとしては苦戦するのではと考える。	
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（役員）	・企業側で求人採用ができないので派遣会社にも声が掛かるが、登録者が集まらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話が出てこない。
	新聞社〔求人広告〕（営業）	・消費動向が活発だという声を聞かない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・引き続き求人を探っている事業者からは、なかなか労働力が確保できないと多くの相談がある。特に、建設業、運輸業、介護福祉業の企業からは、労働力確保の具体的な相談を受けている。なかでも運輸業に関しては、これから人や物が動く時期であり、当面はまだまだこのような状態が続くのではないかと考えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・2020年4月採用に向けた求人活動は、ワンデーインターンシップを含め、前年と比べて3月の広報活動解禁前から多くなっている。人材確保の課題が、日本の景気を左右する要因の1つであると強く感じる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げの影響が徐々にみえていますが、駆け込み需要などの大きな動きはみられず、徐々に悪くなるという感覚がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・派遣契約件数の減少と派遣スタッフの人材不足は、回復するまでに時間を要すると考えており、厳しさが続く。
	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)		コンビニ（経営者）	・新しいスーパーが増えるため、酒類の卸売が増える。
		コンビニ（店員）	・観光客の動きは安定しているほか、最近では電子マネーで決済をする外国人客もかなり増えてきている。少額の買物でも、コンビニは24時間いつでも利用できるのも、買物するには便利ははずである。
		家電量販店（人事担当）	・春になれば、今年は花粉の飛散量も増えることから、空気清浄機やエアコンなどの販売量の増加が期待される。
		旅行代理店（役員）	・やはり、ゴールデンウィークの10連休を自宅で過ごすには長過ぎることから、旅行需要が増えているほか、新元号に絡んだ旅行需要も増えてきている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなり、人の動きも活発になる。卒園式や入学式などの行事があるので、3～4月は販売量、売上共に上向くことを期待している。
		百貨店（売場主任）	・新しい元号となるが、堅調な株価に支えられて景況感が活発化し、売上は伸びると予想している。10月の消費税増税を見据えて、9月までは好調を維持できる。
		百貨店（営業担当）	・ごく一部の富裕層の優良客は、株価や近隣国の政情といった不安材料の影響も受けず、今まで以上に高額なブランド品を購入している。
		百貨店（営業担当）	・富裕層とインバウンド関連の市場が堅調に推移すると予想され、5月の改元に伴う祝賀ムードから、消費が刺激される。また、10月に控えた消費税の引上げ前の駆け込み需要が徐々に顕在化してくる。
		百貨店（営業担当）	・インバウンド客による買物は続くが、国内客は米国を中心とした不安定な国際情勢の報道により、派手な高額品の消費は抑えている。ただし、日常的な商材に関しては前年比で堅調な動きが続いており、消費税増税に向けて高額品の動きも出てくるのが期待される。
		百貨店（マネージャー）	・暖冬で気温が高く、春物の動きは早くなるため、ファッションの需要はやや高まる。また、株価がこのまま安定すれば、高額品の売上が増えていく。
	百貨店（販促担当）	・ゴールデンウィークの大型連休もあり、消費の増加が期待できる。連休前は準備関連、連休後は価格訴求型の提案により、平均すると伸びていないという状況を回避する。社会情勢が不安定にならなければ、ラグビーワールドカップや東京オリンピックの1年前という材料を含め、消費意欲にプラスになる要素もあるため、今後期待できる。	
	百貨店（外商担当）	・5月の大型連休や改元などにより、消費者の購買意欲が増す。高額品については、消費税増税を意識した購買が始まると考えている。	
		コンビニ（経営者）	・近隣に建設中であったタワーマンションが完成し、来月から入居が始まるため、来客数が安定的に増えそうである。生活必需品の売上増も見込め、客単価の上昇が期待できる。

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
		コンビニ（店員）	・前年からポイントカードの取扱いを始めている。その効果が出てきたのか、売上が伸びてきたため、今後に期待している。
		コンビニ（店員）	・これから暑くなり、冷たい飲料やアイスが売れる。
		コンビニ（店員）	・寒さの峠を越え、徐々に来客数が増えている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・早い時期から、春夏物スーツのオーダーが入っている。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税の前に、家電を買換える客が増える傾向となる。
		家電量販店（店員）	・決算月やキャッシュレス決済での特典による効果のほか、そろそろ消費税増税の駆け込み需要も出てくる。また、シングル需要や引っ越しなどに伴う複数の購入も増え、景気は上向きとなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待したい。
		乗用車販売店（販売担当）	・5月1日に向けて祝賀ムードも高まり、景気は活気付く。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・ゴールデンウィークに向けて、消費が伸びると期待している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・季節の変わり目で外出しやすいので、来客数が増えることを期待している。今年は花粉の飛散量が多いため、花粉関連商品の販売が増えそうである。
		高級レストラン（スタッフ）	・例年、春は歓送迎会や個人客によるお別れ会などが多い。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会の需要が見込まれる。歓送迎会はごく身内だけの少人数化が進んでいるが、送別会では大口の客が来店する。
		一般レストラン（店員）	・割引券やチラシなどへの反応は、今のところかなり薄い。今後は入学式やゴールデンウィークで外出に出る機会が増えるため、期待している。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今年はゴールデンウィークが長いので、その影響で来客数は増加する。
		観光型旅館（団体役員）	・暖かくなるにつれて、時期的にも卒業旅行などの動きが出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年度から値上げを行うが、時代の流れから、客にも受け入れられている。また、G20サミット中の宿泊の動向は読めないが、高単価での販売が期待できる。
		都市型ホテル（客室担当）	・世界情勢は不安定なままであるが、今年のゴールデンウィークは10連休であり、期待している。
		タクシー運転手	・これから年度末に向けて人の動きが良くなる。平成の終わりでもあり、様々な変化に対応して企業も動かざる得ないため、景気も上向き。
		タクシー運転手	・大阪万博関連の企業、特にゼネコン各社の営業部門によるハイヤー予約が増加傾向にある。
		通信会社（社員）	・今後は東京オリンピックなどに向けて、高画質テレビの需要が高まると予想している。テレビの需要に連動して、当社サービスへの加入も増えてくる。
		通信会社（企画担当）	・ゴールデンウィークは来客数が増加する。
		競艇場（職員）	・G1競走、女子レースだけではなく、一般競走でも売上が順調に推移している。特に、電話投票の伸びが顕著であり、全体の60%程度を占めている。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・今後の施設の申込状況も順調である。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルの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し、暖かい時期になると増加する。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の影響で受注が伸びる。ただし、政府の補助金などの影響もあり、大きくは伸びない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・先行きには安心感がほとんどない。お金の使いどころは、ゴールデンウィークを含め、時計とは違うところにある。全体に生活レベルが上がっているとも感じられないため、生活の余裕とともに、心の余裕にも格差がかなりあると感じる。先行きはかなり厳しい。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新規取引先は1件増えるが、受注予約もなく、期待していない。

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
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・全体的な景気の状態は悪くないが、消費という点からすると、好不調の変化が激しくなっている。消費の山が従来よりも高くなる一方、お金を使わない谷の期間が長くなっていると感じる。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・消費者の口から、今後行われる選挙の結果と、その後の大阪の景気を気にする声を聞くようになった。数か月後の大阪の景気は、選挙の結果による影響を受けることが予想される。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・変わる様子が全くみられない。大型店舗では安売りが続き、個人店舗の商売は難しくなってきている。
		一般小売店〔花〕(店員)	・先行予約の数も例年と余り変わらないため、売上が大幅に増えることはない。
		百貨店(売場主任)	・世界的な政情不安と、国内の将来不安により、無駄な出費を抑えようとする心理が働いている。かつては、仮想通貨の値上がりなどを専業主婦でも話題にしていたが、最近は景気の良い話を聞かない。東京オリンピックについてもまだまだ話題に上がらず、消費にプラスに作用するまでには至っていない。
		百貨店(企画担当)	・外国人売上の増加傾向はやや鈍化していくが、国内客の減少傾向はこれから回復に転じることが予想されるため、今月並みの動きがしばらく続く。
		百貨店(売場マネージャー)	・今年度の前半は国内行事も多く、消費全体は良くなると予想され、特にサービス消費は更に上向き可能性が高い。一方、後半は消費税増税の影響で、下向きとなる可能性が非常に高い。
		百貨店(サービス担当)	・インバウンド効果が頼りとなっている。今月は春節などで空港料金が高くなり、来客数もレジ客数も前年割れとなっていたが、重要なのはインバウンドの買上げである。その傾向が変わらなければ、現状は維持できる。
		百貨店(服飾品担当)	・客の店内の動きはややゆったりとしており、先行販売や限定販売だけでは活発にならず、もっとストーリーのある仕掛けが望まれる傾向にある。同じ物が売れにくくなる傾向は変わらないため、各百貨店には、様々な仕掛けにコストを掛ける売場作りが求められる。また、今後はモノづくりだけではなく、空間作りや誘導のためのアクションに力点が置かれていく。この取組から次の売場が生まれるため、どうしても時間が掛かる。
		百貨店(販売推進担当)	・米中関係や北朝鮮問題など、国内景気やインバウンド売上に大きく影響を及ぼす不確定要素が多く、予断を許さぬ状況が続く。ただし、消費税増税が近づいてくることもあり、大きく下振れすることはない。
		百貨店(商品担当)	・米中貿易摩擦や米朝首脳会談と、外部要因の先行きは予断を許さない。また、目前の消費税増税に向けた対応でもやや混乱している。駆け込み需要のほか、東京オリンピック特需などの押し上げ効果も含めて、非常に読みづらい状況である。
		百貨店(営業企画)	・消費に力強さは感じられない。米中貿易摩擦や、それに伴う企業業績への影響、株価の低迷といった不安要素が多い。
		スーパー(経営者)	・地方の人口減少や競合する大手の出店、人手不足など、中小企業には厳しい状況が続く。
		スーパー(店長)	・4月には店の真横に食品スーパーが出店するため、引き続き苦戦が予想される。
		スーパー(店員)	・天候が良ければ、野菜の価格も安い状態が続くため、余り変わらない。
		スーパー(企画担当)	・来客数の推移には変化がないと予想される。
		スーパー(経理担当)	・消費税増税が近づくとつれて、節約意識が高まる。増税対策の乱発もあり、消費者の混乱が懸念される。
		スーパー(開発担当)	・生活必需品の値上げが止まらない。収入は増えないのに、物価だけが上がっていく。
		コンビニ(経営者)	・前年に比べてインバウンド客が減少しているが、コーヒーの味の濃淡を作り出せる新たな設備を導入してからは10%増えているため、減少に歯止めが掛か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
		コンビニ（店長）	・今のところ、短期的に景気の変化はないものの、働き方改革などによる経営への影響で、4月以降はマイナスとなる大きな変化が予想される。
		コンビニ（店員）	・特に景気が上向く材料もないため、大きな変動はなさそうである。
		衣料品専門店（店長）	・今後は消費税増税前の駆け込み需要や、平成最後というキーワードが並んでいるが、今月の売上をみる限り、それほど期待はできない。
		家電量販店（店員）	・例年、決算が終わると販売量は落ち込むが、今年は消費税増税の影響もあり、落ち込みは緩やかなものとなる。
		家電量販店（営業担当）	・大阪万博の効果に少しでも期待したい。
		乗用車販売店（経営者）	・この1週間は米中貿易摩擦の交渉に進展があり、制裁延期が示唆されるなど、株価も落ち着いてきた。ただし、今後の行方次第では交渉決裂も考えられ、その場合は株価が下がり、景気は更に落ち込む。また、米朝間の交渉も始まり、先行きは不透明であるため、まだ景気が良くなる材料には乏しい。
		住関連専門店（店員）	・特に良くなる理由がない。10連休があるため、物に使うお金は減る。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費者の可処分所得は、大きく変化していないように感じる。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・高齢者の多い商圏のため、4月は納税への心配から、買物を控える人が多くなる。
		高級レストラン（企画）	・宿泊の先行予約は好調であるが、企業宴会や婚礼宴会の予約は、前年に比べて低迷している。
		一般レストラン（経理担当）	・消費税増税を控え、心理的に冷え込むことが予想される。標準税率か軽減税率かを考えながら買物しなければならない。また、現状の増税対策は、現場の頭を悩ませる内容が多いため、同一税率などのシンプルな方針を打ち出すべきとの意見が多い。
		一般レストラン（企画）	・業態によっては、まだ来客数にばらつきがあるため、先行きはまだまだ不透明である。
		観光型ホテル（経営者）	・個人客の予約申込みが間際化しているため、終わってみなければ分からない部分もあるが、3月も2月に続き、間際での申込みが増えると予想している。
		都市型ホテル（総務担当）	・2～3か月後の宿泊予約の状況は、客室単価の下落によって売上が前年を下回っている。宴会の予約も、前年を大きく下回っている。
		都市型ホテル（管理担当）	・アジアのインバウンドの受注状況は若干回復しているものの、前年の台風による関西国際空港の閉鎖前のような強さは、まだみられない。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークで旅行マインドが上がる。そのまま夏休みの需要につなげたいところであるが、一過性の需要となる可能性もあり、現状と変わらないと予想される。
		タクシー運転手	・新年度になるほか、梅や桜も咲くため、多少は良くなる気配がある。
		観光名所（企画担当）	・韓国からの客は減少しているが、中国や台湾など、全体的なインバウンド客数には余り変化がない。今後もこのままの状況が続くと予想している。
		遊園地（経営者）	・天候は比較的安定し、来客数は堅調に推移している。屋外の施設であり、気温の上昇とともに客足は良くなる見込みであるが、その一方で、人手不足と人件費の高騰が深刻化している。収支両面で見通せば、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）	・プロ野球が開幕し、公式戦や強化試合が予定されているほか、多くのコンサートも開催されるため、多数の来場者を予想している。
		美容室（店員）	・ヘアデザインを変える時期に入るため、このまま良い状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・次の住宅需要の波は夏休みに訪れるが、余り大きな変化はなさそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・新築注文住宅は、消費税増税に伴う経過措置が3月末まで受けられるため、3月は注文が増える一方、4月以降は政府の消費税引上げ後の住宅取得支援策もあるため、横ばいとなる。
		商店街(代表者)	・客単価の下落が止まらない。今後もこの傾向は長く続きそうである。
		一般小売店〔花〕(経営者)	・大型連休の影響で、得意先の会社や店舗からの発注が止まるため、売上が減少する。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・暖冬の割に、春物衣料の動きが悪い。特に、スプリングコートなどの次の展開が読めない状態が続いている。今年度も、春物商材の販売は微減の状態が続きそうである。
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	・目的買いの客が増えており、それ以外はしゃれ物という、ふだん着の着物を着る人に頼るしかないため、今よりも悪くなる。
		百貨店(売場主任)	・従来はインバウンド需要に支えられてきたものの、中国の電子商取引法の施行により、今後は不透明感があり、大きな伸びは期待できない。大型連休や改元による商売のチャンスもあるが、期待できる商品は限定的である。好調な要因の大部分をインバウンド需要が占めていたため、今後は苦戦が予想される。
		百貨店(売場主任)	・基幹店のインバウンド売上が一服してきた状況を勘案すると、トレンドが大きく改善することはない。
		百貨店(企画担当)	・株価や国際情勢の不安定さから、消費の減退が進んでいるように感じる。
		百貨店(宣伝担当)	・インバウンド売上頼みの状況で、中国経済の減速による影響が出ないか、懸念している。
		百貨店(マネージャー)	・米朝関係や改元、消費税増税などで先行きが不透明ななか、コストと価値への意識が更になり、選択消費の傾向はより一層厳しくなる。
		スーパー(店長)	・米国の中国への制裁は延期されたが、英国のEU離脱問題や消費税増税への備えが大きな不安材料である。一方、早めの春の訪れによる季節商材の動きや、皇太子殿下の御即位による祝賀ムードが期待材料である。
		スーパー(店長)	・今月に近隣の地区にドラッグストアが出店したため、影響が出る。
		スーパー(店長)	・米中貿易摩擦などの世界情勢の不安や、先行き不透明感により、心理的には景気後退が始まっている。
		スーパー(店員)	・大型連休に入ることで、遠出をしたり、ショッピングモールへ買物に行く機会が増えるため、小さなスーパーにとっては客足が悪くなる。
		スーパー(管理担当)	・経済の先行きが不透明なほか、国際情勢も不安定な状況が続く。思い切った対策もないため、緩やかに下降していく。
		スーパー(社員)	・なかなか客の購買意欲が高まらないまま、春と夏を迎えることになりそうである。例年よりも早めに春物商材の展開を進めているが、今のところ大きな反応はない。前年の実績の確保すら難しい時期が続きそうである。
		家電量販店(企画担当)	・QRコード決済やWi-Fi環境の整備、販売員の外国語対応といったインフラ整備を、2020年の東京オリンピックまでに整えないと、インバウンド消費による経済効果が発揮されない。
		乗用車販売店(経営者)	・修理整備は順調なものの、新車販売の予約などは余り良くない。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・特に、2月中旬頃から家庭関連商品の購入が減っている。また、来客数、買上点数共に、通常よりも落ち込んでいる。
		その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・米国と中国との貿易摩擦にめどがたてば若干変わる。一方、日本の状況は、米国と北朝鮮の会談の行方によっても少し影響を受ける。
		その他小売〔インターネット通販〕(企画担当)	・人件費や物流費の上昇を価格に転嫁する傾向が続いている。消費税増税も次第に近づいてくるなか、消費者の生活防衛意識もより顕著になることが予想される。
		一般レストラン(経営者)	・当店は住宅街にあるので、10連休の影響については何ともいえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・食品の値上げによる影響が、徐々に出そうである。
		都市型ホテル（管理担当）	・ホテルが供給過多であるほか、世界情勢に対する不安、消費税増税といった不安要素が多いため、良くなっていくとは考えにくい。
		タクシー運転手	・期待先行の面もあるが、暖かくなれば外出や旅行も増えるため、客足は伸びる。
		テーマパーク（職員）	・やはり今後の景気は消費税増税に左右されそうである。そもそも必要とは思われず、社会保障の財源が必要ならば、所得税や法人税を上げるべきである。企業業績が上がっても従業員に還元されないならば、法人税を上げて社会保障に回した方が建設的である。
		競輪場（職員）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴い、大型連休となるが、生活必需品などの値上げも予定されている。実質賃金が上昇すれば好転すると予想されるが、現実的には厳しい。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・無料体験のキャンペーンを行ったが、入会者が少ない。
		住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の地価を支えていた、ホテルや宿泊用地の需要が低下したため、土地の単価が下落し、取引件数も伸びていない。宿泊客数も上限に近い。新たな需要をけん引する業種が出るまでは、地価の下落は避けられない。
		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）	・金融機関の融資姿勢が厳しく、取引件数は減少している。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・春先をめどに、当社担当エリアへの同業他社の参入が決まっている。物件を取られる形になるため、動向に注意が必要である。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税増税が近づくことで悪影響が出る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・既に統一地方選挙の影響が出始めている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・新しい商品を仕入れることができず、販売面での悪循環が進み、今後は悪くなる。
	×	住関連専門店（店長）	・大型連休の前後は業務が圧迫され、かえって営業や商談が停滞するため、連休や祝日の多さが経営にメリットをもたらさないのは例年のことである。今年は10連休であり、更にその傾向が顕著になる。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-
		食料品製造業（経理担当）	・改元を含む、4月末～5月の10連休のイベントが増えると予想される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・少品種大口ロットの受注から、多品種小ロットに軸を変えたことで、問合せ数、売上共に増えている。納期が短く、対応に追われるが、需要は確実にある。品質面でのクレームはないため、しばらくは今のペースで推移しそうである。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・5月に改元するため、これに伴う各種のキャンペーンが予想される。
		輸送業（商品管理担当）	・3～4月は引っ越しシーズンであり、家具の売上は例年並みに良くなる。
		輸送業（営業担当）	・引っ越しが遅れているため、春の繁忙のピークがしばらく続く。
		通信業（管理担当）	・春休みに向かい、景気が好転すると予想される。
		金融業（営業担当）	・台風関連の仕事が依然として多い。
		広告代理店（企画担当）	・改元や長期のゴールデンウィークに向けて、イベントを仕掛ける商業施設が多く、例年になく盛り上がりが見られる。
		食料品製造業（営業担当）	・春先に向けて気温が上昇してくるが、食品全般で値上げの動きが出てくるため、購買数は余り変わらない。
		繊維工業（総務担当）	・催事での集客が少なくなっている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・大きな変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは、増産や減産の情報がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・消費税増税の影響で、今年の夏頃までは低調な受注が続くと予想している。
		化学工業（経営者）	・新規事業や新規案件が軒並み遅れており、良くなる要素が見当たらない。ただし、悪くなるほどの不安要素や、得意先からの情報もないため、しばらくは現状維持が予想される。
		化学工業（企画担当）	・食品への需要の低下が慢性化しており、状況の改善が見込めない。
		化学工業（管理担当）	・中国経済の先行き不透明感が強まっており、客からは、発注見込みについて明るい情報が入ってこない。
		金属製品製造業（経営者）	・米中間の関税問題の結果が出るまでは、変化はないと予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・納期の長い受注案件が中心であるため、今後数か月の景況は、上向きでも下向きでもない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量の増加が見込めない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大型案件もなく、今の状況のまま推移しそうである。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いの減少がややみられるものの、ほとんど変化はない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大企業を中心に業績の改善が進み、景気の回復基調が続いているが、個人消費は依然として低迷が続いている。中小零細企業にとっては、景気の回復を実感するまでには至っていない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の受注量もそれほど変わらないため、大きな変化はない。
		建設業（経営者）	・太陽光発電については、現在の状況がしばらく続く。ただし、固定価格買取制度の買取価格が下がる4月以降は、やや減速する可能性がある。
		建設業（経営者）	・公共工事が減り、人材の確保も難しい状況で、売上の維持は困難である。
		建設業（経営者）	・現在は建設資材の不足や高騰のほか、監理技術者、技能労務者不足が続いている。今後は建設業界も様々な問題を抱えて、先が見通せない不透明な時代となる。
		輸送業（営業担当）	・2月に運賃を値上げしたため、企業間の荷物量は減ったが、利益は変わらない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・今、日本人の間にはかなり閉塞感がある。ここを打破しなければ、一気に好景気とはならない。そのためには何よりも政治の主導が不可避で、やる気や自信をもたせてくれるような対応をお願いしたい。
		金融業（副支店長）	・得意先との会話でも、景気が良いという話はほとんどない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・読者の減少傾向が止まらず、折込件数も低調なままで、上向き兆しが無い。
		広告代理店（営業担当）	・新年度以降、得意先に余り好調な動きがみられない。
		広告代理店（営業担当）	・紙媒体、Web媒体共に、売上は前年比100%前後での推移が続いている。
		司法書士	・案件の少ない状態が変化する要素は見当たらないため、現状維持ができればよい。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・それほど大きな変化はなさそうである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・韓国との関係悪化により、訪日観光客の数にも影響が出始めているようで、関西の景気にも多少なりとも影響が出てくる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・余り変化は感じられない。
		食料品製造業（従業員）	・景気の低迷で前年の実績を維持できない競合先が、安価な価格で販売増を図っている。大型連休もあり、今後に期待はしているが、当社の売上はしばらく低迷するかもしれない。小売店も販売増が見込めない中で、利幅の薄い製品の販売が増えれば、売上や利益が少なくなっていく。
		繊維工業（団体職員）	・高付加価値品には一定の動きがあるものの、全体的な動きは良くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（営業担当）	・しばらくは自動車関連の生産調整が続きそうである。
		不動産業（営業担当）	・当市からの企業の撤退により、飲食店の売上が減り、客単価も下がっている。店舗関係の賃貸市場に影響が出ているほか、一部地区の空室率が上がり、賃料も下がってきている。
		その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・省エネ関係の補助金次第となるが、現時点では新たな情報がない。
	×	繊維工業（総務担当）	・暖冬の影響で、冬物の靴下の販売が著しく悪い。そのために販売会社の引き取りが悪く、在庫の滞留が増加している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・まれにみる国際的な不安要因のほか、国内にも政治問題が広がっているため、とても安心はできない。3か月先のことも見通せないため、悪くなると予想しているが、分からないが本音である。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の経済政策が見通せず、实体经济も良くない。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		人材派遣会社（支店長）	・少し不透明感が出てきたため、来期の求人数の動きは微増にとどまる。
		人材派遣会社（営業担当）	・引き続き求人数は多く、企業は人材の確保に積極的なため、今後もやや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・求人倍率は高止まりしている感があるため、これ以上の拡大は見込めない。
		人材派遣会社（経営者）	・人手不足は全ての業種にいえることであり、関西の派遣業界ではIT関連やインフラ関連で右肩上がりの状態が続いている。今後懸念されるのは、人材不足によるミスマッチの発生である。
		人材派遣会社（役員）	・求人企業や求職者の動きを総合すると、当面は現在の状況が続くと考えられる。なお、4月からは残業規制の強化のほか、有給休暇の取得が義務化されるが、労働者にとって望ましい改革である一方、派遣労働者の中には、残業が重要な収入となっている人もいることから、マイナスの影響が出るケースもゼロではない。
		人材派遣会社（営業担当）	・団体傷害保険の募集といった期間限定案件や、ゴールデンウィーク期間中の繁忙対策としての臨時募集が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・最近では募集のなかった企業の求人が増えているが、純粋な新規の求人は増えていない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人に関しては、大きな動きはなさそうである。ただし、米中間の貿易摩擦や米国と北朝鮮の核廃棄をめぐる協議、英国のEU離脱問題など、日本を取り巻く世界の動向は目まぐるしく変化しており、その結果次第で関西の求人動向も変化する可能性がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地場産業には東京オリンピックなどの恩恵もなく、特に変わらない。ただし、5月のゴールデンウィークの10連休商戦には期待したい。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は減少傾向にあるものの、依然として求人倍率は高く、人手不足感は強い。特に、人手不足分野である建設や運輸、医療・福祉業では求人が多い一方、希望する求職者は依然として少ない。
		職業安定所（職員）	・事業所からは、入管法の改正による外国人の受入れに期待する声が多く聞かれる。今後、人手不足の緩和につながるのか、従来の労働条件の改善傾向に変化がないかどうか、注視している。
		職業安定所（職員）	・今後も求人数は多い状態が続くと予想される。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・しばらくは堅調に推移するが、大手や中堅企業を中心に採用ストップの話も出ているため、1年後は分からない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・春節が終わってからの大阪の街は、一気にインバウンド客が減ったようで、少し寂しく感じている。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ゴールデンウィークを挟んで派遣社員の出勤日数が減るのに加え、求職者が少ない状況である。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・人手不足が慢性化している流通、サービス系は、引き続き採用環境も良いが、メーカーや貿易関連などは、米中関係の悪化や英国のEU離脱問題による影響で、企業業績が悪化する可能性がある。その場合、採用の抑制につながると考えられるため、全体的にはやや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業の動きの変化によって、中小企業の受注残が少しずつ減ってきている。
	x	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		乗用車販売店（営業担当）	・決算時期なので客の購入意欲が向上しているが、出費に対しては厳しい考えの人が多し一方で、消費税の引上げ前の駆け込み需要が徐々に始まる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・ゴールデンウィークの10連休が例年よりも動きが活発である。
		テーマパーク（業務担当）	・春の花のイベントが始まり、ゴールデンウィークも例年より長いので客足が伸びる。
		競艇場（企画営業担当）	・4月中旬から全国発売のG1競走があるので売上が確保できる。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げが10月にあるため、前倒して購入を検討する客が徐々に増えてくる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・改元のためゴム印と日付印の注文が増加する。
		スーパー（店長）	・3月は新生活の準備段階に入り、前年に比べ気温が高いこともあり、春の準備については前倒しになる。また、桜が開花してから散るまでの期間が例年どおりであれば、開花期間が短かった前年よりも行楽や花見需要でのプラスが見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・気候が良くなり来客数が増加する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・3月以降、地元でのスポーツイベントや各地での催事、改元への期待などもあり、客の往来が例年以上に激しくなり、売上が増加する。
		家電量販店（店長）	・来客数が増加し、客単価が上昇する。
		乗用車販売店（営業担当）	・客は新型車に関心が高く、発売されれば値引きしなくても売れる。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げで景気が冷え込むのであれば、駆け込み需要で売上を確保する。
		一般レストラン（外食事業担当）	・人の動きが高まる3～4月、改元に関する催事、10連休となるゴールデンウィークで人の動きが例年より出てくるので、受け皿が整っていれば売上は伸びる。ただし、スタッフの入替わり時期と重なるので、要員の調整と人件費の増加が懸念材料であるとともに、食材の値上がりもあって利益は厳しい状況が続く。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・ゴールデンウィークの10日連休で人の動きが出てくる。
		観光型ホテル（営業担当）	・春の行楽シーズン到来で来客数の増加を図る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・改元で客の消費マインドが高まる。
		都市型ホテル（企画担当）	・4月以降の先行受注状況は決して良くないが、改元や皇太子殿下の御即位による祝賀ムードで経済効果があり、ゴールデンウィークの10連休はホテルにとって絶好の集客機会でもあるので、宿泊、レストランなどの利用客が増加してくる。
		都市型ホテル（企画担当）	・桜の時期は毎年多くのインバウンド客が訪れるが、今年も前年以上の勢いがあり、宴会場の問合せも企業を中心に途切れない状況となっている。
		旅行代理店（経営者）	・客も前に進み始めているので景気は良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークは日並びが良いので、売上は今後も増加してくる。
	タクシー運転手	・3～4月は歓送迎会が増えて売上は良くなるが、例年5月の大型連休は暇な時期になり、観光客のタクシー利用も伸び悩む。	
	通信会社（販売企画担当）	・消費税の引上げ前の需要に期待が持てる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（企画担当）	・年度替わり以降、所管省庁発信の通信キャリア値下げや5Gのスタート、4K放送の今後の情報が出てくるので、客のサービス関心度は高まる。
		テーマパーク（営業担当）	・春に向かって客の動きがより活発になり、ここ数年外国人客が増加傾向にあることから、特に今年は10連休に期待が持てる。
		観光名所（館長）	・ゴールデンウィークが例年より長いので消費も上向く。
		住宅販売会社（営業担当）	・物件の受注が増えてくる。
		商店街（代表者）	・客の財布のひもが更に固くなる。
		商店街（理事）	・景気が変わる材料がない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・食品スーパーの性格上、大きな景気の変動はない。
		百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素がなく、今の状況が続くか、やや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・婦人服は売上規模が縮小しており、急激に売上が上昇することはなく、百貨店は厳しい状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・近隣のグループ店舗の閉店の影響で来客数は増加するが、支払形態の多様化に対応できていないことで相殺され、結果的には変わらない。
		百貨店（購買担当）	・近隣の百貨店が5月に閉店セールを予定しているので厳しい状況は続くが、気温が高まれば春物の動きが上向いてくる。
		百貨店（売場担当）	・ファッショントレンドがなく、客が実需的な商品を手堅く求める傾向にも変わりはなく、納入業者からの商品投入も更に減っているなど、景気が上向かない条件がそろっている。
		百貨店（人事担当）	・物価の上昇、ゴールデンウィークの10連休など様々な上下要因が加わって、結果的に景気は良くも悪くもならない。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げや改元で先行きの不透明感が強く、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（外商担当）	・天候が比較的安定しているにもかかわらず、来客数、販売額共に変化なく、大型連休までは現状の傾向が継続する。
		スーパー（店長）	・春の値上げや10月の消費税の引上げ前の駆け込み需要で一時的に景気は上向くが、トータルでは変わらない。
		スーパー（店長）	・人口減少に伴って来客数の減少に歯止めが掛からない。
		スーパー（店長）	・今後も客が最低限必要な物だけを購入する傾向が続き、来店頻度の回復は見込めない。
		スーパー（総務担当）	・気候が良いので生鮮品の価格が安価で、消費者には好要因であるが、売上は前年を割る状況となる。
		スーパー（管理担当）	・必要最低限の買上点数となっており、この先伸びる要素はない。
		スーパー（販売担当）	・客は消費税の引上げを意識する。
		スーパー（業務開発担当）	・暖冬の次は多雨や猛暑など天候に不安がある。依然客の財布のひもは固く、同業との価格競争は激化の一途で非常に厳しい状況が続く。
		スーパー（販売担当）	・2月下旬から新たな決済方法を導入したので、若年層を中心とした新たな客層の開拓と客単価の上昇につながる。一方で、前年の売上を割っている婦人服、家具、家電などの高単価商品群の動向が鈍く、特に、高齢層と主婦層の購買意欲に陰りがあり、先行きに一抹の不安を感じる。
		コンビニ（エリア担当）	・工事関係の来客数の増加は一時的なものであるが、競合店が開店して1年経つので、前年並みの売上まで回復していく。週替わりの施策を実施しながら売上を確保していく。
		コンビニ（支店長）	・来客数が増加する要因はなく、厳しい状況は続く。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
		衣料品専門店（店長）	・客ができるだけ低単価で必要な商品だけを購入する傾向は続く。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げの1～2か月前にならないと客の状況はつかめない。
		家電量販店（販売担当）	・決算期、新生活需要に期待が持てる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生する夏頃までは現状が続く。
		乗用車販売店（店長）	・客の動きは現状のまま推移し、来月は期末なので販売量が大幅に落ち込むことはない。

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
		乗用車販売店（店長）	・車関連の税金が改定になるが、駆け込み需要を期待できるほど大きな差はなく、駆け込み後の反動減も少ない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税の引上げを前に消費が伸びる。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・ゴールデンウィークの10連休前に客の動きが活発になることはないが、新しい商品の提案も定期的にしており、来客数は堅調に推移する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新生活の時期で日曜大工用の商材が動き出す。春休みに向けて集客イベントも予定していることから、シャワー効果で来客数の増加と売上上昇に期待が持てる。
		一般レストラン（経営者）	・現状、1人当たりの収入は減少しており、今後も消費活動の活発化は難しい。
		一般レストラン（店長）	・近隣ホテルの増加で県外からの客が増加傾向にあり、今後にも期待が持てるが、駅周辺の開発も活発なので大きな伸びとはならない。
		スナック（経営者）	・選挙の年には当業界の来客数が減少する。
		都市型ホテル（総支配人）	・改元に向けての期待感はあるものの、米朝問題や米中貿易摩擦、英国のEU離脱問題など不安定な国際情勢が影響して先行きが見えない。
		タクシー運転手	・大手ショッピングセンター跡地利用は規模が小さいものとなり、余り景気に影響しない。
		タクシー運転手	・利用客数は増加しない。
		タクシー運転手	・美容室への利用は増えるが、会社関係の利用が伸び悩む。長距離の利用が少ないため単価も上昇しない。
		通信会社（工事担当）	・客の話から景気に変化はない。
		通信会社（総務担当）	・前年秋より開始した光サービスへの加入申込みが好調な現状が当面続く。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げに対しての消費者の動向はまだ様子見である。ただし、軽減税率の具体案が見えたときに日々の家計の見直しが始まり、長期的な消費の冷え込みが始まる。
		通信会社（経理担当）	・周囲から良い話は聞けず、物価にも変動はないので、しばらく景気に変化はない。
		観光名所（館長）	・世界を取り巻く景気動向は引き続きはっきりしない。
		ゴルフ場（営業担当）	・今年はゴールデンウィークが長いので、旅行に行く人が多い。遠方からの予約は若干増えているが、全体的には例年と変わらない。
		美容室（経営者）	・現状より景気が良くなったり、客の給料が上昇したりすることはなく、節約志向は強まって消費マインドは低下していく。
		設計事務所（経営者）	・消費税の引上げに向けて、発注の動きが予想ほど伸びておらず、今後も例年並みの仕事量にとどまる。
		設計事務所（経営者）	・3月を過ぎたら消費税の引上げ対応が難しくなるため、伸びが出にくくなる。
		設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がなく、このままの状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げの見極めが終わっても、10%の対象となる客がすぐに動き出すことはない。
		商店街（代表者）	・オーバーストア、少子化、デフレ、インターネット販売との競合で売上は低迷し、客はセール価格でもなかなか購入せず、消費が低迷している状況が続く。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・新しく開店する店はあるが、小売店の売上は良くならない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気の良い話題がなく、生き残りを掛けて外へ販路を広げるしか方法がない。
		スーパー（店長）	・5月の大型連休を控え、客の買い控え傾向が出てくる。
		スーパー（財務担当）	・共働き世帯が増えて来店頻度が低下し、来客数と買上点数が前年を下回り、既存店売上が減少する。
		スーパー（営業システム担当）	・当地域では競合店の出店が相次いでおり、大規模店舗も開店する予定である。地域人口の割にスーパーやディスカウント店の数が多すぎるため、来客数の増加は見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	・多くの買い回り品が値上がりしており、客には厳しい状況となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・気象庁からエルニーニョ現象が夏まで続くとの予報が出ており、季節商材に影響が出てくる。消費税の引上げ前の駆け込み需要が起こるのはまだ先なので、景気が良くなる要因が見当たらない。
		乗用車販売店（統括）	・新型車効果はなく、当面厳しい状況が続く。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方の景気が良くなるには、観光客などに地方で金を使ってもらいが必要があり、各行政が率先して活性化するべきであるが、当市はその努力が足りない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・前年の4月下旬に大改装の実施が済んでいるため、今年5月以降は前年と比べると厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・選挙があれば状況は変化するが、景気が良くなる要素はなく、大型連休もあるので消費マインドは低下する。
		美容室（経営者）	・商店街へ客足が向かないと集客は難しい。
		美容室（経営者）	・今後更に安売りになるなど、低単価な業種が増えて競争は激化していく。
	×	商店街（代表者）	・客の買い控え傾向は続き、売上は伸びない。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げ前にもかかわらず、具体的な消費刺激策がない。
	×	百貨店（営業企画担当）	・改装の期間に入るので、大半の売場が営業しない状況となる。
	×	乗用車販売店（業務担当）	・年間最大の販売期が終了し、優遇税制も終了するので景気は悪くなる。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・決算期が過ぎるとともに、4月以降は税制改正により増税もあるため景気は悪くなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・生活様式が変化し、家具が不要な時代になっている。
	×	通信会社（広報担当）	・企業の統合と集約ばかりが目立ち、東京での好景気が地方にはなく、客の1円でも安くしたい意識は続く。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の自動車メーカーの好調が続く。
		繊維工業（監査担当）	・暖冬が不安要因であるが、序盤の動きからするとやや好調に推移する。
		木材木製品製造業（経理担当）	・契約上消費税が8%に据え置かれる経過措置の期限である平成31年3月31日が近づくとともに、更に4月に入って本格的な駆け込み需要がゆるやかに始まるが、過去の消費税の引上げ前ほどの駆け込み需要とはならない。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先より大型案件の受注が決まり、価格面では厳しいものの、増産につながることで全体の採算面は改善される。
		金融業（貸付担当）	・改元に伴う大型連休で消費は活発になる。
		広告代理店（営業担当）	・客からの情報や受注の内容から上向きに推移する見込みであり、新年度から新たな事業展開での受注が見込まれる。
		食料品製造業（総務担当）	・米中貿易摩擦が収まる気配はなく、英国のEU離脱問題の影響で日本の自動車メーカーの工場が閉鎖するなど、日本経済にとってはマイナスであり、サプライチェーンの観点から巻き込まれるおそれもある。
		化学工業（総務担当）	・受注量などに大きな変化はない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件の受注が確定し、鉄鋼業向けの引き合いも強く、現在の生産水準が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・現時点の受注予測によると、現状レベルの受注が見込まれる。
		鉄鋼業（総務担当）	・米中貿易摩擦のリスクはあるものの、自動車、建設など国内需要は当面は堅調を維持する。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・再生可能エネルギーの固定価格買取制度はパネルメーカーに恩恵をもたらしたが、欧米で輸入制限をしている安価なパネルを売り込む海外メーカーに対して、日本は無策なまま市場を開放しているため、国内の太陽光発電市場を席卷されており、国内産業を育成する意向がない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・手持ち工事量が徐々に減少するなかで、個々の案件の収益が大きく改善する材料は見当たらない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量は好調を維持する。
		建設業（経営者）	・選挙の影響が出てくるが、様子見でこの2～3か月は変わらない。
		建設業（総務担当）	・中長期的な営業が重要となってくる。

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
		輸送業（経理担当）	・雇用情勢に変動がなければ景気は変わらず、受注量は当面継続して確保できる。
		通信業（営業企画担当）	・客独自の運用でコスト削減が行われ、地元でのアウトソーシング案件が前年よりも減少する。
		通信業（営業担当）	・受注状況からみて景気の高揚感は余りなく、中小企業の客の反応も同様である。また、不正統計の疑いのある政府の景気判断に信頼は感じられない。
		金融業（融資企画担当）	・世界景気の減速が顕著となっており、地元完成車メーカーの世界販売台数は減少傾向となるが、当面は系列地元自動車部品メーカーの受注量は高水準を維持する。
		食料品製造業（経営者）	・3月から値上げを予定しているが、客単価を含めて市場が低迷しており、厳しい経営状態は続く。
		化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦、EUや北朝鮮等政治的な問題の影響で景気は大きく変動し、その動向を注視した静観状態が続く。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の販売量は低下傾向となる。
		輸送業（総務担当）	・米中貿易摩擦等、国際貿易に不安が残る。
		不動産業（総務担当）	・例年どおり3月までの賃貸住宅需要は多く、4月以降は来客数、成約件数は緩やかに減少する。
		会計事務所（経営者）	・国内では改元と消費税の引上げがあるので、しばらくそれらの状況を見極める必要がある。対外的には中国、韓国、ロシアとの国際政治課題が経済に及ぼす影響が懸念されるが、既に大企業では影響が出ており、今後それが中小企業にも順次波及する。
	x	-	-
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・季節変動要因以外には特にない。欧州特許条約協定で、販売職、輸入企業求人者が更に増えるが、どちらにしても引き続き求職者有利の雇用市場が続く。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・卒入学の時期になり、求人数は更に増加する。
		職業安定所（職業指導担当）	・1.3倍台で推移していた有効求人倍率が11～12月に1.5倍を超える状況となり、求職者の動向が活性化する。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・2020年度採用の新卒求人が増え、就職活動も活発化し始める。
		人材派遣会社（支店長）	・4月以降は求人と求職の動きが鈍化し、ゴールデンウィーク明けから動き出す。
		人材派遣会社（支社長）	・無期雇用や雇用安定措置、単純作業のIT化などで有期雇用ビジネスは難しくなり、今後、同一労働、同一賃金や残業規制など業務負担は増えるばかりである。自動車関連や建設関連など好調業界はあるが、業界全体を押し上げるほどではない。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・米中貿易摩擦による電子部品関連の求人者の動きにやや懸念はあるが、総合的には堅調に推移する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・慢性的な人材不足は続き、転職サイト、人材紹介、ハローワークを利用して転職活動をする人は年齢を問わず増え続ける。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業のフル稼働状況に反して人手不足は深刻で、人件費の上昇など、企業にとってマイナス要因が顕在化してくる。
		職業安定所（所長）	・今後も多くの業種で人手不足の強い状態が続き、来春の新規高卒者の求人倍率が2倍超と好調なほか、一般求人の求人倍率もバブル期以上の高い水準で推移する。
		職業安定所（事業所担当）	・企業からは景気悪化につながる情報は聞かれないことから、この先しばらくは現状のまま推移する。
		民間職業紹介機関（職員）	・人手不足は続くが、人材採用を強化する一方で手控える業界もあり、全産業的に向上くものでもない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・東京オリンピックに向けインバウンド客は増加するが、消費税の引上げと人手不足から景気はそれほど向上かない。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・特段この2～3か月では景気に変化はない。
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
分野	景気の先行き判断	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)		スーパー（店長）	・改元により、いろいろなことがリセットされ、お祝いムードも広がり、全体に景気は上昇するだろう。
		商店街（代表者）	・改元、天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位ということもあり、10連休も含めて、消費が喚起される。特に観光客を含め、商店街にはにぎわうだろう。
		スーパー（店長）	・今年は暖かいので、春の行楽需要は順調に推移するだろう。
		コンビニ（店長）	・建設業の客に力強さを感じる。しばらく続きそう。
		コンビニ（商品担当）	・今年は例年よりも温暖になると予報されており、夏商材の動きが早まる。
		衣料品専門店（経営者）	・やはり10月に消費税の引上げが控えていることが大きい。高額商品でも割と簡単に売れており、その背景には10月に控えた消費税の引上げがある。それまでは、売上や景気は良いだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・前年の秋以降、比較的順調にずっと推移してきている。比較的、初春物が出ていて、そこそこ良い感じが続いており、このまま好調をキープできるだろう。
		家電量販店（副店長）	・消費税の引上げに伴う需要がある。
		乗用車販売店（従業員）	・3月は決算月であり、基本的には2月に目標台数を売り切っているが他の月に比べると台数は伸びる。
		住関連専門店（経営者）	・今は借入金利が安く、地価も下落しており、近辺で分譲住宅がたくさん建っている。それにより、住関連業界にも良好な影響が続くだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・この業界は、1～3月は寒さで余り良くないが、4～5月には売上も上昇する。
		タクシー運転手	・春が来て歓送迎会も始まり、お遍路も始まるので今より多少は良くなるだろう。
		通信会社（技術）	・年度末の引っ越しシーズンに向け、販売量に大きな動きがあるだろう。
		競輪競馬（マネージャー）	・景気の上昇は見込めないが、季節的に良好で、長期のゴールデンウィークが後押しして、客数も売上高も増加するだろう。
		美容室（経営者）	・春になって客の気分も変わり、卒業、入学シーズンになるので客の動きは良くなるだろう。
		美容室（経営者）	・入学式やゴールデンウィークもあるので来客数が増加するだろう。
		商店街（事務局長）	・改元のお祝いムードや10連休があるにもかかわらず、客の消費意欲を感じることができない。株価の低迷や選挙ムードが影を落としているのか、消費マインドの上昇に期待がもてない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・景気動向にプラス材料となるものが思い当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・春の送別用商品の予約が例年どおりに入っている。母の日も今年はタレントを起用するので、前年の落ち込みから良くなるだろう。
		百貨店（販売促進）	・インパウンドは自店では好調であるが、地域によってプラス・マイナスの差が出てきている。今後は全国プラスという推移はなくなるだろう。
	百貨店（営業統括担当）	・ゴールデンウィークの10連休で客の流れや購買構造が変わる可能性に加え、消費税の引上げに対する客の心理など、動向が予測しづらい。しかし、売上が良くなる要素は特にないので、商況は変わらないだろう。	
	スーパー（企画担当）	・3月以降、更に加工食品の値上げが増えることから、客の価格比較が更に激しくなるだろう。	
	スーパー（財務担当）	・加工食品の値上げもあり、買上点数が伸びない。	
	衣料品専門店（営業責任者）	・2月はプラスで推移しているが、これは12～1月が厳しかったことの反動であり、秋冬商戦全体では前年を下回っている。消費の環境は厳しく、消費税の引上げの駆け込み消費も見込めないだろう。	
	乗用車販売店（従業員）	・決算商戦は終わるが消費税の引上げが予定されているため、落ち込みは少ないと期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・今月、県内の新車受注状況は前年比1割程度の増加となっているが、全国及び四国の平均では前年並みの推移であると聞いており、変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・10連休も、小売業界では余り期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・もう既に、景気は底のような印象を受ける。今後、良くなることは考えづらいが、悪くなることもないだろう。
		観光型旅館（経営者）	・今の状態がしばらく続くだろう。明るさが余り見えず、他の観光地との競争で、外国人観光客の来県がまだ少ないということもあり、半年くらい様子を見ないと先が見えない。
		都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約状況は、2月の落ち込みに比べ、やや持ち直し傾向にあるが、さほど良いということではなく、現状維持だろう。
		タクシー運転手	・例年だと4～5月はやや良くなる時期だが、今年は、客の様子や状況から判断すると余り変わらないだろう。「出掛ける予定がない」という声を聞く。外国人観光客も来るが、タクシーの利用頻度は高くない。
		通信会社（支店長）	・当面、変動要素は見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・現在は、入学・卒業シーズンで需要が伸びる時期だが、消費者は非常に慎重である。2～3か月後についても、この動きは変わらないだろう。一方、光回線の獲得、販売については、好調に推移している。
		設計事務所（所長）	・もうすぐ消費税の引上げがあるが、前回のような駆け込み需要は非常に少なく、余り設備投資等の需要に変化はないだろう。
		商店街（代表者）	・営業時間が長い業種なのでスタッフの確保等が難しくなっており、サービスの低下や営業時間の短縮等で客に不便を強いてしまい、売上が伸び悩むだろう。
		コンビニ（総務）	・消費税の引上げを控えてますます消費が冷え込む可能性がある。
		乗用車販売業（営業担当）	・3月の決算セールが終了するため苦戦するだろう。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークで旅行に出掛け、その反動で財布のひもが若干固くなるだろう。
		通信会社（営業部長）	・新料金プラン開始前の買い控えが生じる。
	×	商店街（代表者）	・少子高齢化、地方経済の疲弊、多国籍国家への変化、米中、米口、朝鮮半島、英国のEU離脱問題など、1つ間違えば何が起きるか分からない時代になりつつある。長期の低金利政策の変換、消費税の引上げ、日本の基幹産業の低迷、経済を上向かせる要素など現在は見いだせない。
	×	コンビニ（店長）	・このところ、税金等の滞納督促で支払に来る客が多く、これでは消費に金が回らない。税金の滞納だけでなく、公共料金や、カード会社の督促による支払も目立っており、家計の厳しさを表している。
企業動向関連 (四国)			
		食料品製造業（経営者）	・原材料、包装資材、物流費の高騰により製品原価が上がってきており、自社の努力だけで吸収できないため、値上げを実施することにより若干の利益改善を見込んでいる。
		木材木製品製造業（営業部長）	・住宅メーカーの受注残を聞き取りしたところ、前年よりも受注残が増大しているとの情報があり、来期の売上は期待できる。
		化学工業（所長）	・消費税の引上げまでは良くなっていくと思われるが10月以降は悪くなる。
		輸送業（経理）	・改元や消費税の引上げを控え、その前後の消費動向に伴う物流はよりアクティブに推移する。
		通信業（企画・売上管理）	・消費税の引上げ前ということもあり、2019年度上期は広告とそれに伴う消費が増える。
		広告代理店（経営者）	・消費税の引上げ前の販売促進、また改元に伴う企画等により多少、需要が増加する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・採算を取るには、今後、価格修正をしなければ駄目で、その方向で考えている。
		鉄鋼業（総務部長）	・大きく変化する要因は見当たらず、やや良い水準で推移するだろう。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕入れは非常に安くなったが、客も世界レベルで再生可能エネルギーについてしっかり勉強しており、当社の人材力、仕入力に起因して苦戦をしている。企業にいろいろな差が出始めたということが大きな問題だ。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注量及び提示を受けている受注量予測値において、大きな変動はない。また、市場の需要に関してもおおむね安定的である。
		建設業（経営者）	・我々に関係のある分野は、公共工事の来年度予算が非常に少ない。
		輸送業（経営者）	・米中会談が気になるが、おおむね変わらないだろう。
		輸送業（営業）	・年度末の繁忙期を迎え、取扱量の増加は期待されるが、一般消費財の値上げも控えており消費の動向は予測しづらい。また、ゴールデンウィークの連休は、流通業界の動向がいまだ不透明であり景気予測が難しい。
		通信業（総務担当）	・変動する要因が見つからない。
		公認会計士	・温泉地は、インバウンド効果が顕著に表れて景気が良いが、当地市内においては、タクシー業界も若干悪く、飲食店業界も二極化している。また、経営者に意見を聞いても、積極的に設備投資をしたいという経営者の数が減っている。
		農林水産業（職員）	・TPPやFTAが発効し、農業関係は良い要素がないが、天候も比較的安定しており、農産物の生育にとっては好環境にある。一方で、価格を押し上げる要因が見つからない状況でもある。
		繊維工業（経営者）	・受注額は企業努力によって引き続き好調を維持できるが、今後は人手不足による生産加工能力の低下が想定される。縫製協力会社はほとんどが零細企業であり、若手日本人労働者の採用が困難な状況にある。また外国人技能実習制度も適用されておらず、今後、当地タオル産地も人手不足による産地縮小に向かう懸念がある。
		建設業（経営者）	・年末から年度末に納期が集中し、納品を進めるので、年度初めには、手持ち仕事量が大きく減少し、売上も減少する。経費の縮減、長時間労働の緩和に資するためにも、客には納期の平準化を進めてほしい。
	金融業（副支店長）	・米中貿易摩擦や消費税の引上げ等を踏まえ、法人、個人共に様子見の割合が増加し、積極姿勢は減少する。	
	x	-	-
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業）	・年度も替わり、新入社員、異動社員などによって人員体制も改革が起こることで、作業効率はまだ上がらないものの、労働力が向上していくことで、生産性も上がり少しずつ景気も良くなる。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り求人数が増加する。
		学校[大学]（就職担当）	・3月より就職活動が本格化するが、来年度は各企業が人手確保のため、一層募集活動を活発化させるだろう。その状況下になって、ようやく労働者の賃金も全体的に上がるだろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・当地に大規模なコールセンターができたものの、既に人員が充足済と聞いている。
		求人情報誌（営業）	・長引く人手不足により、各企業とも景気が良いわけではないが、不足しているなりに事業展開や効率化を図っており、人が不足し始めた当初よりは落ち着いている。ただ、そのため業務拡大や売上の大幅増は難しく、景気は横ばいとなる。
		職業安定所（職員）	・依然、求職者の減少は続いており、有効求人倍率は直近3か月では1.8倍を超える高水準で推移している。今後も大きく状況が変わる要因はない。
		職業安定所（職員）	・景気が急に落ち込むとは考えられないが、企業が雇用を増やし、かつ雇用条件も向上するとは思えない。
		職業安定所（求人開発）	・有効求人倍率は増加傾向にあるものの、比較的、小規模な企業整理が増加してきているので、良くもなく悪くもない。
	民間職業紹介機関（所長）	・次年度の採用計画を企業側に尋ねてみるが、多くの企業が、未定と回答する。採用計画を立てたが、計画どおりにいかない場合が多いようで、次年度の採用計画も諦め半分で、実際の計画が立たないようだ。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・人材派遣での求人数がますます減少傾向にある。外国人の活用を検討している企業も増えつつあり、派遣業界の先行きが不安である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例年以上に企業が広告費を削ってきている。
	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）	・3～4月は卒業、入学シーズンで花の注文がある。
		商店街（代表者）	・4月は異動時期であり、就職や進学等により人の動きがあるため、消費も上向いてくると期待している。
		商店街（代表者）	・年度末や統一地方選挙の動向が加速すると予測される。
		商店街（代表者）	・3～4月は、入学や就職等で人や物が動く時期であるため、今の悪い状況が若干改善していく。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・季節的に来店客数は増加する。ただ、客は消費税引上げに備え節約しており、今後売上はかなり減少すると予想される。
		百貨店（営業担当）	・販売量は気温の変動に左右されるが、入館客数は堅調で、春休み以降の需要拡大に期待している。
		百貨店（プロモーション担当）	・改元に伴うゴールデンウィーク10連休を控え、一時的に消費は上向くと考えられる。しかし長期的にみると消費税引上げがあり楽観視できない。
		百貨店（売場担当）	・改元に伴い、気分も新たになり需要が伸びる。電気製品等の買換え需要も消費税引上げまで増えると予測している。
		衣料品専門店（総務担当）	・今月の状況が余りにも悪いいため、今が底であると考え、今後若干上昇すると期待を持っている。
		家電量販店（店員）	・テレビや洗濯機、冷蔵庫については、若干良い商品を購入しようとする客が増加しており、単価が上がっている。新生活の時期でもあり、新機種の増加にも期待している。
		家電量販店（従業員）	・新生活シーズンで家電の需要が増え、景気は若干上向く。
		家電量販店（広報・IR担当）	・底堅い買換え需要や東京オリンピックを控え、2020年までは多少の上昇を見込める。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・春の行楽シーズン及び皇太子殿下の御即位や大型連休もあり、観光客の増加が期待される。
		高級レストラン（経営者）	・当店では、年間を通して売上が悪い月が、2月と9月である。特に今月は、天候も悪く、大河ドラマも終わり客足がない状態である。しかし、今から3か月にかけて歓送迎会や異動時期であり、この先祭りやゴールデンウィークもあることから、景気は良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・働き方改革での残業時間数制限に加え人手不足が加わり、入店制限や営業時間の変更等を強いられることが考えられるので、先行き不安である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・訪日外国人を中心に団体予約も好調である。ホテルの開業ラッシュの影響も受けず当分売上は上昇する。
		通信会社（企画担当）	・客全ての事業が縮小しているわけではなく、時期を考慮してからの依頼が多い。
		通信会社（営業担当）	・年度末の業界の動きが活発になる。
		ゴルフ場（従業員）	・3～4月の予約も例年より若干増えている。これから気候も良くなり、10連休のゴールデンウィークもあるので、更に営業活動を強化することで天候に左右されながらも、入場者の増加に期待している。
		美容室（経営者）	・現在が底の状態のため、2～3か月先の景気は良くなる。徐々に暖かくなると服装にも変化があり、化粧品業界の客の動きも活発になる。今後の景気は上昇してくる。
	美容室（店長）	・1～2月に来店しなかった客も、外出する機会が多くなり、当店の利用も増えていく。	
	住宅販売会社（従業員）	・不動産関係では、取引の問合せ等が若干増えている。建設関係工事の増加に伴い、年度末を迎え支払も増加することから景気は良くなる。	

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
		商店街（代表者）	・景気的には変わらず低迷気味である。
		商店街（代表者）	・当店は、年金受給者の客が多いため、年金が支給される月は売上が少し戻り、翌月は落ちる状況から、購買に結び付いていない。将来不安のために金を使わず、現在手持ちの物で済ませる節約志向の客が多い。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・4～5月は改元の影響が全く分からず、先行き不安である。
		百貨店（営業担当）	・バレンタインを含め自家需要商品は依然堅調である。家具家電の買換え需要やふるさと納税商品、学生服等の新入学需要での来店客は増加しており、また、友の会春コース満会、新年度入会により来店機会の増加もしている。購入促進と慎重な購買姿勢は継続しているが、今後に期待できる。
		百貨店（営業担当）	・今までけん引していた訪日外国人の売上が、中国の電子商取引法が変わり、前年はクリアしているものの、その伸び率は鈍化し厳しい数字になっている。中国の景気も徐々に回復しており、若干明るい兆しが見え始めた。
		百貨店（経営企画担当）	・閉店セール特需の反動により、売上に影響はあるものの、改装による客数増加や消費税引上げ前の駆け込み需要等により、四半期を通じ大きく変動しないと見込んでいる。
		百貨店（売場担当）	・このところ全店舗で前年の売上を達している。3月については、店舗のリニューアルもあり良くなると予測しており、4～5月は市況的には悪いとは考えられない。衣料品の動きは悪いが、食品、シネマ、レストランは上向いており、雑貨については、化粧品が相変わらず伸びている状況である。
		百貨店（業務担当）	・客の買物に対する姿勢は依然慎重で、ヒット商品もないため、季節の変わり目であるが、動きが見られない。今後、客の購買に動きが活発になるとは考えられない。
		スーパー（店長）	・消費税引上げ前の一時的な動きが活発になる可能性はあるものの、その反動は年末に押し寄せ、全体的に消費は停滞傾向である。
		スーパー（店長）	・消費税引上げによる影響が出ると予想されるが、軽減税率があるため大きく変わらない。
		スーパー（総務担当）	・気候が良くなり、新年度には、改元や大型連休等心理的には明るいムードとなる好材料がある。しかし、若干の売上では、ディスカウント店との価格競争やパート、アルバイト等人手不足による人件費高騰のような状況下で、収支のバランスをうまく改善していくのは難しい。
		スーパー（経理担当）	・総菜類は、一定の売上を上げている。春からは加工食品を始め値上げがめじる押して、消費に影響が出る。
		スーパー（統括者）	・春から仕入単価が上がる予定の商材が多数あり、価格に敏感な消費行動が散見されることから、価格転嫁は難しい。消費税引上げを控えていることもあり、今年中の景気浮揚は見込めない。
		衣料品専門店（店長）	・相変わらず来街者がほとんどなく、来店も少ない。
		衣料品専門店（店長）	・余り変化はない。
		家電量販店（店長）	・春の移動需要の時期に入っているが、前年と比較して動きが非常に鈍く、景気回復する要因がない。
		家電量販店（総務担当）	・春の移動マーケットも年々縮小しており、効果的な集客対策が見当たらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・4月になると年度末商戦の一服感があり、売上が低迷する。経営としては、売上の落ち幅を減少させるために、積極的な営業活動が必要である。
		乗用車販売店（代表）	・変わるような要因がない。
		住関連専門店（経営者）	・春に統一地方選挙があるが、その時期になると商品が売れなくなる。また、10月の消費税引上げの影響は、まだ出ていない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・3～4月においては、人や物流が動くシーズンを迎え、それに伴う自動車等の利用による燃料油消費やカーケア商品の販売増加に期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他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）	・今後、2～3か月の動向としては、プラスもマイナスも写件は少なく、変わらないと考えている。暖冬の影響は脱するものの、物販系がこの冬の商戦で疲弊していることから、積極的な販売促進は少ないと考えている。消費税引上げ前後は、消費者の購買意識に直結するため、良い影響が出ることに期待したい。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・ゴールデンウィークの10連休で売上は上がる可能性は高いが、前後の買い控え等で例年並みに落ち着くと予想している。
		スナック（経営者）	・今月は前年割れをした。1月は前年並みで、景気の上向きを感じさせる要素は見当たらない。
		観光ホテル（総務）	・2～3か月後について、今月とは大きく変わらないが、前年同期と比較すると悪くなっている。熊本地震後の復興景気力は薄れている。
		都市型ホテル（販売担当）	・5～6月は、宴席を多数獲得できる見込みであるが、売上は前年と余り変わらないと予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊施設数は依然増加しているが、競合はないため影響は少ない。多少は平日の販売数に影響は出るものの、単価のコントロールで売上は維持できると予想している。
		旅行代理店（従業員）	・10連休はかなりの予約数となるが、その前後の4月中旬とゴールデンウィーク明け以降の予約が極端に少ない。トータルすると、4～5月の単月でみると前年割れが懸念される。
		タクシー運転手	・病院や買物等のタクシー利用の高齢者が、減少傾向にある等不安要素はあるものの、催物や国内外からの観光客増加に伴う宿泊施設の増加も進み、タクシー利用も堅調さを維持している。
		タクシー運転手	・統一地方選挙がある時期は、人の動向が少なくなる。
		設計事務所（所長）	・今月はやや悪いことにより、2～3か月先も変わらずやや悪い状況である。
		設計事務所（所長）	・世界経済が余りにも不透明で、先行き不安である。好景気と報道されるが、地方では実感が無い。
		設計事務所（代表）	・好材料が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの低金利状況が続けば、今の状況は持続していく。
		商店街（代表者）	・労働者不足による賃金上昇等のコスト高が原因で、食料品等の値上げが報道されており、商店街の客層である高齢年金生活者の消費が一段と落ち込むことを危惧している。
		商店街（代表者）	・景気の状態が、少しずつ落ち着いている。特に小売業は一段と厳しい状態になる可能性がある。
		商店街（代表者）	・卒業、入学、就職等でかなり出費が多いため、一般家庭では節約が多くなり景気が良くなるとは考えられない。
		百貨店（マネージャー）	・今後の株価や為替等の変動により世界経済が減速する可能性があり、10月の消費税引上げ前の駆け込み需要による購買意欲が、どこまで伸びるかが不透明である。
		スーパー（店長）	・5月に大きなホームセンターが開業するため、客数が減少する懸念がある。対策としては、ギフト関係や晴れの日の催し等店内のイベントを早めに展開し、競合対策を講じている。衣料品に関しては、天候にかなり苦戦しているため、催事等の企画で前年並みの売上を確保したいと計画している。
		コンビニ（経営者）	・景気というより、過当競争という構造的な要因が進み、売上が減少することを危惧している。
		コンビニ（経営者）	・消費税引上げを間近に控え、客の消費動向は相変わらず厳しく、買い控えも出ている。消費税引上げ前の購入効果を期待しているが、厳しい状況が続く。
		コンビニ（店長）	・米中貿易交渉等、世界経済の状況が不安を招いている。
		高級レストラン（経営者）	・来月の予約は鈍く、まだ余裕がある状況である。歓送迎会の季節でもあるので、多少団体の来店が望めるが、12月の忘年会と比較すると単価の安い歓送迎会になり、客単価が上がらない時期である。数をこなす売上を伸ばすよう努力していく。
		タクシー運転手	・客の消費動向は、かなり下がっている。マスコミ報道とは違い、かなり厳しくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（企画担当）	・光回線エリアの拡大が一段落し、拡大販売の要因が減少する。
		競艇場（職員）	・景気下降傾向に歯止めを掛ける好材料が見当たらない。
		美容室（経営者）	・景気の良い話を聞くこともないが、熊本地震で不安定な生活状態をしている人が多い。
		理容室（経営者）	・卒業や入学、就職等で人の移動が始まり、3～5月は厳しくなる。当県は人口の流出が続いているため、明るい材料がない。
	×	スーパー（店長）	・店頭における消費者の節約志向は、依然として変わらず、消費税引上げに向け一層強くなる。また、これに対して競合店舗との競争が厳しくなり、売上の確保が困難になると予想される。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・ゴールデンウィーク10連休に出費がかさむため、大きい買物を控える客が多い。
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末の売上の見通しが若干良い。
		鉄鋼業（経営者）	・前年9月頃から新規建築、土木物件の出店が減少し、出店しても施主、需要家が材料手配を早く着手しないことにより、受注量の停滞が続いている。しかし、今月に入り春先から着工となる物件材料の見積りが増加しており、今後の需要に期待したい。
		金属製品製造業（事業統括）	・例年に比べ受注残に伸びがあり、今後上向く傾向である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの担当者との打合せで、今年度の終わりから来年度に掛けては、それなりの動きが出るため、その準備に取りかかっている状況である。
		電気機械器具製造業（取締役）	・3月より新工場が稼働し、取引先からの引き合いは強く上昇傾向にある。また、板金精密加工の子会社においても工場の増設に着手しており、スペース、人、営業の力があれば今後の景気に期待できる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・来期計画での生産数量予測も、現時点での1日当たりの生産数量に対して増加傾向である。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・諸問題はあるものの、増産はしていかなければならない現状を考えると、少しずつではあるが景気は上昇をしていく。
		輸送業（従業員）	・一時的ではあるが、ゴールデンウィークの10連休を考慮して、各荷主は取扱増を想定しながら生産調整を行うことが予想される。そのため、倉庫を中継地として活用する荷主が多くなる。
		金融業（営業担当）	・一般商品では、住宅や車、家電に関して、年度決算や消費税引上げ前の駆け込み需要があるため、売上が活発になり、販売営業も若干の期待が持てる。
		不動産業（従業員）	・賃貸マンションの入居率が高水準で推移しており、今後も継続する。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・予想しづらい状況であるが、3月に向けて景気は多少上向く。現在の社会情勢等を考えても底ではないため、春先に掛けて若干ではあるが、景気回復基調は予想される。
		農林水産業（経営者）	・3～4月は異動時期や行楽シーズンも控え、スーパーマーケット、居酒屋の外食関係は伸びる。冷凍食品メーカー向けは新しいメニューの生産で若干期待はできるが、供給過剰からの市場の混乱で価格が下がると考えられる。業界の生産は、卵の生産調整からくる超過剰な原料発生で工場はフル操業しているが、販売が厳しく在庫過多等大きな経営負担を強いられている。需要供給のバランスが元に戻るのには、早くて夏、遅ければ秋口だと予想している。
		家具製造業（従業員）	・訪日外国人によるホテル需要は相変わらず増加しており、ホテルの建築は2022年まで計画が降りている。しかし、家具業界全体を押し上げるほどのインパクトはなく、人口減少による家具需要は年々低下傾向が続いている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・以前3～4月に婚礼、就職祝い等に贈られていたギフト商品が、近年では少なくなり、このまま横ばい状態が続いていく。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの受注状況を確認すると、数か月で景気が上向きになるとの情報は少ない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注量の計画が安定せず、まだ先が見えず予断を許さない状態である。
		輸送業（従業員）	・受注数、受注単価は変化がない。
		通信業（職員）	・来年度の受注量は増えると見込んでいるが、4～5月に大きく変わるとは考えていない。
		金融業（従業員）	・公共投資は災害復旧関連工事等もあり、高水準で推移している。また、企業の求人意欲が旺盛で、雇用者所得は増加傾向にあるが、人手不足が多くの業種で経営面の障害となっている。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。2019年は皇太子殿下の御即位、G20サミット日本開催、消費税の引上げ等トピックが続く年となる。米国の利上げ停止が見込まれ、欧州ではけん引役のフランスやドイツの首長在位の行方、英国のEU離脱問題、米中貿易摩擦等世界景気を揺るがす大きな要因が散見され、上下変動がある局面とみている。
		金融業（調査担当）	・当面は、現状程度の推移となるが、世界経済の減速懸念が高まっており、中長期的には地元景気においても下押し圧力が強まっていく。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・3月の申込状況が、余り良くない。
		広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込受注枚数は、前年比94%と前年を上回ることがない。百貨店、スーパーマーケット、娯楽施設等主要な業種が低調で活性化が見られないが、自動車、家電の業種が今月比較的好調で、3月商戦に期待している。
		経営コンサルタント（社員）	・状況が急速に変化するとは予想されず、このまま沈滞感が続く。
		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、問合せ件数に大きな変化がない。
		経営コンサルタント（社員）	・高所得者の訪日外国人は、一層増えると予想され、それを意識した商品開発も進んでいる。国内消費が停滞しているため、両方の状態が上向かなければ景気は良くならない。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・リース会社目線では、働き方改革の影響により、機械の製作に時間が掛かっており、リース物件の納品期日が以前より長くなっている。よって売上が上がらず、全損型の定期保険が売止めになることで、中小企業の経営者は損金処理に頭を悩ます可能性ある。正当な設備投資による損金処理の増加を期待している。
		農林水産業（従業者）	・暖冬により出荷量増加が予測され、供給量が需要を超えることが懸念される。
		食料品製造業（経営者）	・これから端境期に入るため、販売が苦戦する。
		繊維工業（営業担当）	・値上げをせずに、今の状況で続けられるのか不安である。人手不足も大きな問題である。
		建設業（従業員）	・見積案件は多いが、なかなか受注に結び付かず、景気はやや悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・働き方改革の影響により、人事労務コストが増加している。大企業は既に対策を講じており、中小企業は対応に苦慮することになる。事実、当社でも影響は大きく、有給の取得義務化や上限規制等により、かなりのコストアップとなる。仕事量は増加しているが、機械化や賃金上昇等の生産性を上げるための対策に対する国の助成金は、年度末までの予算のため実際利用できず、負担が増えることになる。荷主に対し、値上げや業務改善を依頼するが、中小企業には限界がある。
		金融業（営業）	・中国向け輸出の鈍化等で、ここ数か月は目に見えて景気が悪化している。業績不振企業の廃業や融資条件緩和の依頼が増加している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先は、上期9月までは低調の予想である。
	×	建設業（社員）	・前年比で比較すると若干増えてはいるものの、民間工事も発注が少なく、期待できそうにない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今年度の市町村の調査や計画策定の業務は、子育てに関する計画のニーズ調査業務で、年度末近くになって入札が行われる。半額以下の価格で応札している業者が多いため、他に調査や計画策定の業務の発注がないことから、調査等を請け負う業者の景気は、更に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）	・大型連休が入ると例年動きが鈍くなるが、春先にむけて好況になることはない。
		人材派遣会社（社員）	・新年度に向けての契約更新も確認が終わり、新規の注文は現段階ではない。一旦落ち着いている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・例年、春先は求人や求職共活発に推移するが、このところの採用難で求人を控える傾向が強くなっている。また、Webの求人検索サイトから直接求人をする企業も増加傾向である。採用手段の多様化が、今後更に進む可能性がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本城見学ルートの一部復活や世界女子ハンドボール、ラグビーワールドカップ等の世界的なイベントに向け、訪日外国人の受入体制も進んでいるが、実際に景気が上向くのは、もう少し開催時期が近づいてきてからだと予想している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・平成も終わり、新しい時代への期待感はあるが、経済環境の変化も大きく、業種ごとの好調、不調がはっきりしているが、その影響は感じられない。
		職業安定所（職員）	・求人数の減少以上に求職者の減少が大きく、また、新規求職者の約半数を45歳以上が占める割合となっている。多様な働き方が今以上に企業側に求められるなか、中小零細企業においては、このような動きに対応できていない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の減少傾向に歯止めが掛かっていない。有利な条件での転職を希望する自己都合や会社都合等が理由の離職者が減少しているため、男女とも増加していない。
		職業安定所（職員）	・求人の減少幅にもよるが、現状では減少幅はさほど大きくないため、大きな変動はない。
		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。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2019年卒業の採用充足が十分でないと答える企業が多いなか、インターンシップからの囲い込み等で採用方法の見直しの影響により、現時点で2020年卒業生の求人受理件数は、前年よりも少ない。企業側からは、業績等による人員削減という話を聞くことはなく、人手不足で業務拡大ができない状態である。
		人材派遣会社（社員）	・生命保険会社のBPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）センター等一部の業種では、人手不足が続いているが、他業種の求人数は増えていない。
	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）	・ゴールデンウィークに向けて来客数が期待できる。
		観光名所（職員）	・予約数の動きが良い。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・ゴールデンウィーク10連休の中で特に前半の受注が大幅に増加しており、満車状態である。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が来場組数にも表れ、商談内容も早期契約に向け進捗している。
		百貨店（店舗企画）	・しばらくは中国人観光客の免税売上が伸び悩むと予測されることから、変わらず苦戦するものとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・毎年2月は1年で一番寒く、冬物の処分やセールなどで、売上をつかむ。しかし今年は季節外れの暑さが続いており、冬物の売上が最終的に取れない状態である。景気の浮揚感は今のところ全くみえていない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・年度末の繁忙期に入るが、今のところ例年と大きく変わる見込みはない。

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
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・ 現段階の予約状況から推測される今後2～3か月後の客室稼働率は、今月同様に前年実績を下回る見込みである。前年実績を上回る客室稼働率の月は依然として少なく、厳しい状況が続いている。
		住宅販売会社（代表取締役）	・ 建築受注は安定しているが、建築着工後の現場の人手不足による工期遅れが気掛かりである。
		スーパー（企画担当）	・ 競合の総合スーパー開店による影響を受けると考えられる。
		観光型ホテル（代表取締役）	・ 沖縄への中国人観光客の数字が12月から落ちてきている。その影響から他社が違う動きをしていて、我々のターゲットとする客とかぶるようになってきている。ホテルの数も増えているので、競争激化が予想される。
		旅行代理店（マネージャー）	・ 年度末や予算消化なのかギリギリで飛び込んできた案件が多かったため、その反動で取扱が減らないか心配である。
		通信会社（営業担当）	・ 3月をピークに4～5月は販売が冷え込む時期であり、また、総務省の指摘による料金プランの改定や、秋の新規参入を待つ買い控えが予想される。
		×	商店街（代表者）
	×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ 食料品の値上げ、大型ショッピングセンターの出店、大手コンビニの進出でアルバイトの雇用が8,000名ほど必要と噂され、求人を掛けても反応がゼロの状態が続いている。少ないスタッフでシフトを回さねばならず、労働時間を守るために、店休日を入れて調整しているが、売上が上げられず、機会損失を起こしている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		*	*
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 民間工事主体で横ばいの見込みである。
		輸送業（代表者）	・ 宮古島、石垣島はホテルや量販店等の民需や、陸上自衛隊関連の工事等の官需も増勢だが、基地建設の優先により、離島向け砕石の出荷が制限されている。今後の砕石メーカーの対応を期待する。
		広告代理店（営業担当）	・ 県内企業の販促活動は、景気の後押しもあつてか、客を受け入れるためのインフラ整備に比重を置く傾向があり、広告やイベント等の需要は伸び悩んでいるように感じている。
		輸送業（経営企画室）	・ 中国の電子商取引法による規制が始まった。その影響もあり中国国内の商品価格の変動や、これまでのような沖縄県内に来て商品を買うというスキーム自体が難しくなったこと等、大きな影響があり実際に商品販売量が下向きになるという話がある。そのため、当分は景気の下降が続くのではないかと考えられる。
	×	建設業（経営者）	・ 新築住宅の相談客の来社件数が下降気味である。
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ 全体的な求人数が増加傾向にある。
		人材派遣会社（総務担当）	・ 年度末にかけては繁忙な時期で求人も増えるが、年度初めは人の入れ替わりで一旦落ち着く時期であり、全体的には景気の状態は余り変わらないとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・ 4～5月は、求人意欲は高い状況が続き、件数的には2月と同程度の件数で推移するとみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・ 大卒求人の3月解禁を控え、各企業での採用活動が始まっている。前年に比べそのペースこそ少し早いとは感じるが、特段、景気の上昇を感じるまでの動きは見込んでいない。
	×	-	-