

11. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・8年前の東日本大震災後の落ち込みから、多くの国内外の観光客が戻ってきている。この背景には、震災の際の秩序ある日本人の行動により、外国人による日本人への憧れが増していること、長期政権化におけるアベノミクスの効果が功を奏していることが挙げられる。こうした効果は今後も続くこととみられるため、景気は良くなる。
		スーパー（店長）	・今後、店舗形態が変わり、新店での来客数の増加と売上増が見込めるため、景気は多少良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後については、ゴールデンウィーク期間も含めて、外国人観光客を中心とした輸送量の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・春が訪れ、段々と暖かくなっていくことで、3月の天候不順の影響で売上が落ち込んだ分をばん回できると期待している。
		商店街（代表者）	・当地を舞台にしたテレビドラマの効果が期待できる。当地を訪れる日本人観光客が増加し、土産、交通、飲食、宿泊業などの売上が伸びることになる。また、区域内における歩行者天国などのイベントにより、郊外及び周辺町村からの来街者も増加するとみられ、一部の業種を除き売上がアップすることになる。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・今年はゴールデンウィークに多くの観光客が訪れることを期待できる。ゴールデンウィーク前後の観光客が落ち込む懸念もあるが、全体では前年と比べて観光客が増加するとみられる。旅行代理店からも北海道方面の予約が堅調という話を聞いている。ただ、これから消費税増税という消費マインドを冷え込ませる情報が増えてくるとみられるため、その影響を懸念している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今後については、ゴールデンウィークを契機に観光客の入込が相当増えてくるとみられるため、地元企業や店舗の売上が好調に推移することになる。
		百貨店（売場主任）	・6～9月にかけて、10月に予定されている消費税増税を前にした駆け込み需要が期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・今年は早めに気温が上昇しているため、このまま春の兆しが早まってくことで客の購買意欲も上向くことになる。北海道胆振東部地震の影響がほとんどなくなっていることも購買意欲の高まりにつながる。
		百貨店（営業販促担当）	・今後については、消費税増税を前にして客の消費意欲が高まり、特に高額商材の動きが良くなる。また、特殊要因として当地がテレビドラマの舞台となることで観光需要などの盛り上がりも期待できる。
		スーパー（役員）	・新元号の発表、ゴールデンウィークの10連休の影響でイベントなどの動きが活発になることが期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・周辺の工場の工事や公共工事が始まることによるため、景気はやや良くなる。
		コンビニ（店長）	・新生活、新入学などの時期を迎えることで人の動きが活発になり、今後の来客数の増加が見込める。
		衣料品専門店（店長）	・5月から新元号になるため、景気はやや良くなる。
	乗用車販売店（経営者）	・各社で新型車の発表を控えており、今後、市場が活性化してくることが見込める。	
	乗用車販売店（従業員）	・10月に消費税増税が予定されていることから、増税を前にした駆け込み需要が期待できる。また、当社では新型車1車種の発売が予定されているため、その効果も期待できる。	
	高級レストラン（スタッフ）	・新元号やゴールデンウィークの10連休により、利益率の良い部門の売上が増加することが見込める。ただ、減少傾向にある部門の売上がどのように変化するかが今一つかみきれない。	

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
		観光型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークの10連休の予約が好調である。近隣アジアからの外国人観光客の需要も復調傾向にある。また、芸能イベント、スポーツ大会などもプラス要因となる。
		旅行代理店（従業員）	・4月は統一地方選挙の影響で、観光需要、ビジネス需要共、やや減少するとみられるが、それ以降は、ゴールデンウィークの10連休を中心に観光需要の増加が大いに期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・上期については消費税増税を前にした駆け込み需要が期待できる。また、当地を舞台にしたテレビドラマが放送されることで、観光面における効果も出始めることになる。
		通信会社（企画担当）	・今春、新料金サービスを打ち出すといわれている通信会社の影響により、市場の活性化が見込まれる。
		観光名所（従業員）	・今年は、雪解けが早く個人客が動きやすくなっていること、ゴールデンウィークが10連休になったことから、観光入込の増加が期待できる。また、豪華客船の寄港が続くこともプラスである。
		観光名所（職員）	・外国人観光客を中心に来客数が回復傾向にあり、北海道胆振東部地震の影響がほぼなくなったとみられることから、来年度に向けての期待が持てる。
		住宅販売会社（経営者）	・米中の貿易摩擦が治まり、株式市場が安定してくることにすれば、客のムードが良くなる。徐々に消費税増税前の駆け込み需要が出てくることを期待している。
		商店街（代表者）	・統一地方選挙があるため、今後の景気がどうなるのかわからない。ただ、全体的には前月までと同じような傾向で推移することになる。
		商店街（代表者）	・冬観光のシーズンも終わり、外国人観光客の動きが落ち着いてきていることから、今後の景気は変わらない。今後に向けては、冬観光の外国人観光客の消費が低調であり、今までのような勢いを感じられなかったこと、国や地域に変化が生じており、品ぞろえに苦労していることなどが大きな課題となっている。
		商店街（代表者）	・少なくとも5月までは販売量の多い状況が期待できる。
		スーパー（店長）	・ゴールデンウィークが10連休となったことで海外旅行が好調であるなど、景気が良いようにみえるが、客の節約志向は変わっていない。実質的な消費動向は依然として厳しいことから、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・景気が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（店長）	・当店としてはゴールデンウィークの10連休などの追い風があるが、相対的に景気が良くなる材料は見当たらない。短期的には消費税増税前の特需などが発生するとみられるが、全体的な景況感としては変わらないまま推移する。
		スーパー（役員）	・4月下旬からの10連休や新元号の効果で一時的に消費が上向くとみられる。また、10月に予定どおり消費税増税が行われる場合、買い回り品を中心に駆け込み需要が生じる一方で、食品業界がそのあおりを受けることを懸念している。そのため、景気は低迷したまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・予定されていた大型の公共事業などが全て終わってしまったことから、今年は工事需要が余り見込めない。
		家電量販店（経営者）	・春夏商戦で若干の売上増加があるかもしれないが、余り大きな売上の増減はないとみられる。
		乗用車販売店（経営者）	・先行指数である新車受注が新型車を中心に引き続き好調を維持していることから、この傾向は当面続く。
		乗用車販売店（従業員）	・当地は農業が主要産業であるため、景気に大きな変動はみられない。ただ、その一方で、今後、景気が上向くような様子もみられない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油価格が安定しているため、景気に変化はみられない。
		旅行代理店（従業員）	・景気が良くなるような兆しがないため、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・法人需要について、ゴールデンウィークの長期化や消費税増税前の駆け込み需要などの影響がみられないため、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・乗客数に変化がみられないことから、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・今後、夏場に向けての期待感はあるが、現在の状況下では大きな景気の変動までは考えられない。地方における景気回復の兆しが出てこない限り、景気が上向くことはない。
		美容室（経営者）	・天候不順などの外的な要因がない限り、乗客数、売上共に同じような水準で推移する。
		住宅販売会社（経営者）	・客の多くは、分譲マンションの購入に当たって、消費税増税がどのように影響するのかを、それぞれの諸事情に合わせて検討しており、より細かい部分が明確になってくれば、それに伴って客にも動きが出てくることになる。
		商店街（代表者）	・オフシーズンとなるため、今後の景気はやや悪くなる。また、今年に限っては、ゴールデンウィークの動向も不透明である。
		百貨店（役員）	・消費税増税が近づくとつれて、駆け込み需要が生じるような商材以外は売行きが良くなることを見込めない。
		スーパー（企画担当）	・10月からの消費税増税を前にして、消費が控えられることになる。また、春の食品の値上げの動きが消費の停滞を一層加速させることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・商材の値上げの動きが強まっており、過去にもマイナスの影響を大きく受けた業界であるため、今後の景気は悪くなる。特に売上への貢献度の高い商品群である牛乳、乳製品、飲料水、カップ麺などの値上げは影響が大きい。
		衣料品専門店（店長）	・今まで以上に客のエコに対する意識が高くなっている状況にあり、スーツの需要が減ってきていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・4Kチューナー内蔵テレビの販売台数は好調であるが、全体的には厳しい状況にある。気温が上昇することで客の動きが良くなることを期待している。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・消費税増税を前にして好品の買い控えが生じることを懸念している。
		高級レストラン（経営者）	・景気が上向いてくる要素が1つも見当たらない。収入が増えてこないにもかかわらず、これから物価がどんどん高騰することになれば、景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・4月から北海道ふっこう割がなくなるとみられていたため、市内のホテルの宿泊予約が激減している。ゴールデンウィーク期間以外の4～5月はどこまで悪くなるのか想像もつかない。6月以降も観光客が増えなければ、乱立したホテルでの客の奪い合いがしばらくぶりに起きる懸念がある。
		タクシー運転手	・問合せや予約件数が減少傾向にあることから、今後の景気はやや悪くなる。同業他社との話や客の反応から、今後については余り期待できない。
		タクシー運転手	・人手不足が深刻な状況であり、公的な支援がない限り、景気はやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・消費税増税が予定されていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・予約状況が思わしくないため、今後の景気は悪くなる。さらに旅行会社の料金設定後にゴールデンウィークの10連休が決まったため、単価設定の安い前半に予約が集中し、単価設定の高い後半の予約が埋まらない状況にあり、全体では減収傾向となることも懸念している。
	×	タクシー運転手	・例年4月になり暖かくなると、タクシーの利用は激減する。特に今年は雪が少なく、暖かい日が多いため、例年以上にタクシーの利用が減るとみられる。また、乗務員不足でタクシーの稼働が前年よりも悪いため、会社の売上は前年を下回る状況が続く。
	×	タクシー運転手	・選挙があると夜の繁華街のにぎわいが下火になるのが通説であり、今後については期待できない。
	×	タクシー運転手	・働き方改革に伴い、4月から有給休暇の年5日以上の取得が義務付けられるため、人件費の増加につながり、経営がより一層厳しくなる。また、10月に予定されている消費税増税に伴い景気は著しく悪化することになる。
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)		金属製品製造業（従業員）	・例年、1～3月は年間を通して受注量が少なく、4月から上向き傾向がある。今年も同様の傾向で推移することが見込まれるため、景気はやや良くなる。
		建設業（経営者）	・3月に受注した公共土木工事について、ゴールデンウィーク明けには新規着工できると見込まれる。また、建築工事についても受注後に工事が順次始まることになる。次年度への繰越工事もあるため、今後、全体の稼働が上向き始めることから、景気はやや良くなる。
		建設業（従業員）	・新年度に発注予定の公共工事を対象とした積算依頼が年度末にフル稼働であったことに加えて、現行の消費税での民間工事の発注も相次ぐとみられることから、今後の建築工事量の増加が期待できる。
		建設業（役員）	・次年度への繰越工事に加えて、4月着工の新規受注も積み上がっており、フル稼働状態で新年度がスタートすることから、上期の出来高は好調に推移することになる。
		輸送業（支店長）	・冬季が終わり、これから物流が活発化することになる。物流業においては限られた経営資源の中で仕事の取捨選択が進むことになる。
		その他サービス業 [建設機械リース]（支店長）	・働き方改革や人手不足による納期の長期化といった問題もあるが、消費税増税に伴う駆け込み需要を期待している。ただ、消費税率が5%から8%にアップした時のような盛り上がりはみられない。
		食料品製造業（従業員）	・これ以上、景気が悪くなると考えられるような要因が見当たらない。
		食料品製造業（従業員）	・前年に実施した機械設備の更新により、生産体制が変更になったが、当社製品への効果、影響がまだはっきりしていないため、今後の景気がどうなるか判断が付かない面がある。
		家具製造業（経営者）	・東京オリンピックに向けて、地方都市においても経済的な盛り上がりが見込められる。ただ、今年の当地は春の訪れが遅く、暖かくなるまでは何事も停滞気味に推移するとみられる。
		金融業（従業員）	・今後については、補正予算の執行による公共工事の増加が見込まれる。個人消費は、今年のゴールデンウィークが10連休となることでの消費増が期待できるものの、北海道ふっこう割の期限到来に伴う観光関連需要の低下と相殺され、横ばいで推移する。全体的に道内景気は変わらないまま推移する。
		司法書士	・時期的な傾向もあり、今後の景気は回復傾向に転じるとみられるが、当地域の人口流出がどの程度の規模で続くのかが大きなポイントとなってくる。
		その他サービス業 [建設機械レンタル]（総務担当）	・ゴールデンウィークが10連休となったことの影響で、工事の動き出しが遅れとなり、例年よりもスタートが1か月以上遅れることになり、夏頃まではこの影響が続く。一方、宿泊事業者では、客単価の低下、予約の減少の動きがかなり先までみられているようである。
		その他非製造業 [鋼材卸売]（従業員）	・ベース商材の消費量が落ち込み始めていることに加えて、新規案件の受注や引き合いが少ないなどの不安要素がある。これまでは、多種にわたる商材の値上げに伴う駆け込み受注も少なからずあり、大きな落ち込みとはなっていないが、今後、影響が出てくることを懸念している。
		通信業（営業担当）	・当社の業績としては景況感の落ち込みはまだ感じられないが、国内外の景況感に関する指標の減速傾向やそれらを背景とした警戒感に引きずられて、取引先の多くが慎重な姿勢を示し始めていることから、今後への影響が懸念される。
		司法書士	・4月からの食品の値上げが多数予定されていることから、賃金上昇の効果が相殺され、消費税増税前の駆け込み需要を余り期待できない状況が続くことになる。それに伴い景気回復への期待感もますます薄れることになるため、今後の景気はやや悪くなる。
		その他サービス業 [ソフトウェア開発]（経営者）	・ここ最近、新規案件の話が聞かれなくなってきた。大企業における先行き不安や様子見の状況が、段々と中小企業にも影響し始めており、今後の景気はやや悪くなる。
	x	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連 (北海道)		人材派遣会社(社員)	・流通関連や建設関連などを中心に、雪解けと同時に全体が動き始めてくる時期であるため、これから景況感が上向き傾向となり、人材ニーズも一層高まることになる。
		新聞社[求人広告](担当者)	・今年は相対的に雪の量が少なく、観光客を中心に来道者の増加が見込めることから、今後の景気はやや良くなる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・求人意欲又は求人への潜在需要は多くの企業で見られるが、ほとんどの業種が非正規労働者を中心とした単純労働力の不足で苦慮していることから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・世の中の情勢が地方都市にも悪影響を及ぼしている。観光関連は活気があるものの、個人消費に伸びがみられないことから、今後も全体的な景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・新元号や本格的な観光シーズンがスタートすることへの期待感が高いが、一時的な効果にとどまりそういため、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・雪が解けると当地の主要産業である観光関連、農業、建設業の本格的なシーズンが始まることになる。特に観光関連については、当地の外国人宿泊延数が前年比118%となり、5年連続で過去最高を更新中であること、外国人観光客の満足度向上に向けた多言語表示の動きがみられることなどから、今後も好調に推移することが期待できる。また、北海道新幹線の札幌以北への更なる延伸に向けた機運が高まっていることもプラスとなる。さらに、ベトナムを中心に外国人材確保の動きも活発化している。
		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ことから、今後しばらくは求人倍率が前年を上回って推移することになる。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率は1年4か月連続で前年を上回り、業種全体にわたって人手不足の状況にある。
		職業安定所(職員)	・大規模な雇用調整などの情報もみられないため、今後も景気は変わらない。
		職業安定所(職員)	・人手不足分野である建設業や福祉関連の求人は多いものの、希望求職者が少ないため、有効求人倍率の高止まりが続いている。
		学校[大学](就職担当)	・消費税増税の間際までは、現状のままで推移することになる。
		*	*
	x	-	-

2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)		*	*
		商店街(代表者)	・春らしい天候が続いており、ファッション関連でも春物商材の動きが出てきている。また、春休みで学生や若い人が街なかに出てきている。そのため、若者向けの商品の動きに期待している。
		百貨店(営業担当)	・改元の影響は様々な消費喚起につながると期待している。そのため、景気は多少上向きになるとみている。
		百貨店(営業担当)	・食品や化粧品は好調を維持しているものの、衣料品の不振も継続している。ただし、今後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(買付担当)	・気温の上昇に伴い多少は上向きになる見込みである。しかし、消費税の引上げに対する消費者の生活防衛意識は今後も続くともみている。
		スーパー(営業担当)	・改元によるお祝いムードの高まりや、10連休となるゴールデンウィークにより、客の消費意欲が拡大する可能性がある。天候が良ければ行楽地、天候が悪い場合は大型商業施設に客が集まり消費が増えるため、景気はやや良くなるともみている。
		コンビニ(エリア担当)	・ゴールデンウィーク以降は、盛夏に向けて来客数の増加が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・気温の上昇とともに来客数も伸びると期待しているが、ほとんどの店舗において売上が前年を下回っているため、経営面では常に不安が残る状態である。
		コンビニ（店長）	・暖かくなることで人々が行動的になり、活気が出てくるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなると、来客数も増えるともみている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げまでは消費者のニーズはそれほど落ち込まないとみている。また、東京オリンピックを来年に控えて、スポーツへの関心が高まることも見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前までは、少しずつ販売量は伸びるとみている。
		乗用車販売店（本部）	・客の動きから、この先は消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・改元や10連休となるゴールデンウィーク更にはラグビーワールドカップなど、大型イベントがめじろ押しである。少なくとも消費税の引上げ前までは好景気が期待できる。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークにおける個人需要が例年よりも良い。また、4～6月は先行予約である教育旅行、修学旅行の予約も好調である。そのため、この先2～3か月は前年よりも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の影響により、国内旅行、海外旅行共に予約数の前年比が110%と好調に推移している。客の問合せ状況からは、この先2～3か月はまだまだ予約が増えそうである。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークや改元などにより、一時的に景気が底上げされるとみている。その後も、夏休みや、消費税の引上げ前の駆け込み需要があるため、9月までは景気が上向くと見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・テレビ、インターネットサービスはしばらく現状維持のまま停滞するとみている。しかし、電話サービスは低価格で魅力があるため、今後も新規加入の増加が見込まれる。遅れている工事対応も6月にはめどがつく見込みのため、サービスエリア拡大とともに新規客の加入が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・電気通信事業法の改正に対する客の関心は高い。そのため、来客数や販売量が増えることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・業界の料金プランなどが変わる予定であり、それに伴い、一時的に来客数が増える見込みである。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの10連休に伴い来客数が増えるため、売上増加を期待している。
		観光名所（職員）	・現在の好調はインバウンドが支えている。さらに、台湾からの直行便の就航が予定されており、現時点においても下見として台湾の旅行業者の客が増えている。予約も好調に推移しており、今後も台湾を中心にインバウンドが盛り上がりを見込んでいる。
		観光名所（職員）	・この先は本格的な観光シーズンとなる。特に今年はゴールデンウィークが10連休となるなど、遠方からの来客が見込めるため、それに伴った土産品などの売上にも期待ができる。
		遊園地（経営者）	・様々な値上げや人手不足という懸念材料はあるものの、10連休となるゴールデンウィークにより、景気は一時的に良くなると期待している。
		美容室（経営者）	・時代の変わり目であり、例年よりも休みが長いいため、消費にプラスに働くとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・対企業向けの売上が好調であるなど、取引先企業の業績は好調である。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・塗装工事の受付が増えている。また、ガス機器は長期使用製品に対する安全点検の周知連絡が始まっているため、修理や交換が増えてくるとみている。
		商店街（代表者）	・商店街内の店舗の入替えが激しく、景気が大きく変動するような要因が見当たらない。現状のまま余り変わらないとみている。

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
		一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・全体的には大都市を中心にインバウンドが消費を下支えしているが、国内の消費に対するモチベーションは一向に変わらない。政府がその対策を打たない限り変わらないとみている。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・今年のゴールデンウィークは10連休という今までにない規模のため、期待はしているが、この長さが吉と出るのか凶と出るのか分からない。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・物価は上昇しているが、客の低価格志向は変わらない。客は節約して必要なものしか購入しないため、販売側も低価格志向に対応している。そのため、当面は大きく業績が変動することはないとみている。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・今年度からの売上不振は来年度も続く見込みである。
		百貨店(売場主任)	・改元を迎えてお祝いムードが高まり、食品、飲食、一部サービスにおいては需要が見込まれるものの、それ以外の物販については経済効果は余り期待できない。
		百貨店(経営者)	・改元による消費の活性化を期待しているものの、現時点における株価の変動や、その先にある消費税の引上げなどの不安要素もあることから、消費が上向くとは考えにくい。
		スーパー(経営者)	・加工食品などの一部値上げ、社会保険料などの引上げが予定されており、消費者の買い控えは続くともみている。しかし、国の予算が成立したので、各方面の事業が早々に動き出すことを期待している。ただし、消費税の引上げや軽減税率などでメリットを享受できる環境にならない限り消費の傾向は変わらないとみている。
		スーパー(店長)	・周辺環境の変化から来客数、売上共に微増しているが、先行きは不透明である。
		スーパー(店長)	・来客数の増加傾向が続いても客単価が改善されない限りは、売上が前年を超えることは難しい。
		スーパー(店長)	・当社の取組が成功しており伸び率は好調である。今後も引き続き好調に推移するとみている。
		スーパー(企画担当)	・消費税の引上げまでは、今までどおりの節約志向が続くとみている。客も安いものは買うが必要のないものは買わないなど、財布のひもを固くしている。
		スーパー(営業担当)	・3月以降、加工食品を中心に値上げが相次いでいる。消費者は財布のひもを固くしており、少しでも価格が安いドラッグストアに客が流れている。
		コンビニ(経営者)	・特に低単価商材を意識した品ぞろえをしていないにもかかわらず、客単価が減少気味であることが気掛かりである。良くなるような要因もなく、現状のまま推移するとみている。
		コンビニ(経営者)	・今月の状況は悪いが、3か月先にどのような動きになるかは分からない。多少は期待したい。
		コンビニ(エリア担当)	・景気変動するような大きな要因はない。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数の動きに変化がない。この先は花見や桜まつりなどのシーズンとなるが、桜前線の動きによっては、観光客の動きにも影響が出てくるとみている。
		衣料品専門店(経営者)	・10連休となるゴールデンウィークの影響により、売上が減少することを懸念している。
		衣料品専門店(店長)	・スーツを購入する中心客層の動きが鈍いことが気にかかる。改元となることで景気が良くなる話があればいいが、物価の値上がりなどもあるため余り楽観視はできない。
		衣料品専門店(総務担当)	・新年度及び季節商材の移行時期ではあるものの、これまでの動きからは、新たな消費者の購買につながるとは考えにくい。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待しているが、今のところ動きはない。前年のような猛暑も期待できないため、客の購買意欲も上がっていない。そのため、この先の天候によっては前年を下回る可能性もあるとみている。
		家電量販店(従業員)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の動きが少しずつ出てくるとみている。ただし、平均すれば余り変わらない見込みである。
		乗用車販売店(経営者)	・3月が年間で最大の需要期のため、4月以降からは徐々に動きが鈍くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・3月は繁忙期で乗客数も多いと見込んでいたが、さほど変わりがない状態である。この先も短い期間で改善するとは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・改元となり、世の中はお祝いムードになるとみているが、当店の取扱商材は余り関係がないため、現状維持で推移するとみている。
		住関連専門店（経営者）	・来客数が増えず販売量にも変化がないため、当分は現状維持が続くとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・景気の先行きは不透明である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・温暖化の影響や、暖房用燃料の灯油から電気への移行傾向により、石油系燃料の販売状況は悪化している。この傾向は今後も続く見込みであり、販売量の減少が続くとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・大きな変動要因がないため、景気は今後も余り変わらないとみている。
		高級レストラン（支配人）	・売上が10%ほど落ち込んでいる状態は今後も続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークが10連休となるため期待はあるが、その後の消費疲れを考えると余り変わらないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・3年ほど前からデパートの地下食品フロアにおいてブースを持っているが、そちらは比較的好調である。しかし、外食やレストランに消費者の足が向くことがないため、流れは中食に移っているのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・暖かくなるに伴って景気も良くなると期待したいが、客の様子からは余り変わらないとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークの影響で、5～6月は個人客の動きが鈍っており、予約数も振るわない状況である。
		観光型旅館（スタッフ）	・花見シーズン、ゴールデンウィークと続き、その後は農繁期に入る。景気については余り変わらないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これからは歓送迎会などが出てくるが、学校関係では生徒数の激減により教職員の数も減っているため、1回当たりの人数も減ってきている。また、新入社員の歓送迎会も少なくなっているため、宴会部門に関しては厳しい状況が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況も、ほぼ前年並みで推移している。
		タクシー運転手	・新入社員の歓送迎会など、今月の落ち込みをカバーできるような動きを期待しているものの、動きにはむらがあるため、結果的には余り変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げまでは、景気はそれほど変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・客の様子に変化がないため、余り変わらないとみている。
		競艇場（職員）	・ゴールデンウィークはそれなりの来客数や売上が見込めるものの、それ以外は余り期待ができないため、全体的には横ばいで推移するとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・建て売りなどの予定がある。なかには建築前に決定しているものもある。
		商店街（代表者）	・6月の大型商業施設の閉店により、従業員やパートの解雇、商店街の集客力低下など、地域経済への影響が懸念される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・10月の消費税の引上げに向けて各メーカーが値上げを始めている。また、客にも買い控えの様子がうかがえる。消費税の引上げ直前となれば少し動きが出るとみているものの、様子見の状態が続くとみている。
		百貨店（企画担当）	・中国の景気後退の影響もあり、徐々に県内の景気にも影響が出てくるのではないかと危惧している。
		コンビニ（経営者）	・売上が劇的に増加させるような本部施策もなく、来客数が前年を下回るなど厳しい経営が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・米中貿易摩擦の影響や株価の動向など、先行きの不透明感がますます強くなっている。そのため、消費は冷え込んでいくとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(店長)	・オープンモールに出店した競合店の集客力が、月を追うごとに強くなっている。
		乗用車販売店(経営者)	・国際情勢、韓国や中国との関係悪化などが原因で、貿易収支が悪化の一途をたどっている。
		その他専門店[酒](経営者)	・地元において選挙の影響は少ない様子である。しかし、秋の消費税の引上げ前に、各商品に値上げの情報が出ている。そのため、3か月後には値上げ前後の特需と反動減が発生する可能性がある。また、10連休となるゴールデンウィークは、商売的に大きなマイナスとなる可能性が高いため、売上悪化は避けられないのではないかとみている。
		その他専門店[白衣・ユニフォーム](営業担当)	・夏場の売上が極端に減少することは避けられない。西日本では空調ファン付き作業服の売行きが好調のようであるが、我慢強い県民性があるのか東北での動きはまだまだ少ない。
		高級レストラン(経営者)	・良くなるような要因がないため、景気はしばらく良くないとみている。
		一般レストラン(経営者)	・消費税の引上げもそうであるが、10連休となるゴールデンウィークも、商売上かなりの足かせとなっている。そのため2~3か月先の景気はやや悪くなっているとみている。
		観光型旅館(経営者)	・春からの商品値上げや消費税の引上げなど、マイナス要因が目立つ。業種によっては駆け込み需要があるだろうが、全体的には消費の手控えがあるとみている。
		タクシー運転手	・3月は人が動く時期であるが、1月と変わらない動きをしている。街の中に人はいるが、安い交通手段を利用している様子である。消費者の財布のひもは固くなっており、今後も振るわない状況が続くとみている。
		設計事務所(経営者)	・官公庁の予算が確定し執行される6月までは、大きな動きはないとみている。
	×	商店街(代表者)	・予約がほとんど入っていない状況であり、良くなるような情報もないため、この先の景気はかなり悪くなるとみている。
	×	商店街(代表者)	・改元による需要よりも混乱の方が大きいのではないかと。さらに、10連休となるゴールデンウィークも心配である。
	×	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において、恩恵を受けるのは旅行会社だけである。一般の商店では来客数の減少を心配している。また、ゴールデンウィークで金を使うため、連休前後の消費は落ち込むとみている。
	×	スーパー(経営者)	・可処分所得が伸びないなかで食品の値上げが続いていることや、消費税の引上げがスタートすることにより、支出構造が変化するとみている。
	×	住関連専門店(経営者)	・受注生産であるが、年度末以降の受注が乏しいため、売上、販売量共に落ち込むとみている。
企業 動向 関連 (東北)		金融業(広報担当)	・今後は各業種が本格的に春仕様となる。ゴールデンウィークや祭りのシーズンとなることで、国内やインパウンドの個人消費の増加が大いに期待できる。
		食料品製造業(経営者)	・ゴールデンウィークが10連休となるため、良くなるとみている。
		木材木製品製造業(経営者)	・受注が低調に推移しているものの、消費税の引上げ前の駆け込み需要がある程度見込めるため、今よりは良くなるとみている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・改元に伴うシステム改良などの需要に期待している。
		広告業協会(役員)	・改元や10連休となるゴールデンウィークなど、話題が豊富である。商業施設でのイベントなどが活発に行われるため、短期的には売上増につながる見込みである。
		広告代理店(経営者)	・改元に伴い、印刷物の発注を控えていた自治体が一斉に動き出すと見込んでいる。
		農林水産業(従業者)	・東日本大震災から8年が過ぎるが、いまだに風評被害が残っている。震災前に戻ることを期待したい。
		食料品製造業(経営者)	・春からは多くの食品関係が値上げとなる。そのため、し好品の動きは鈍くなるとみている。
		食料品製造業(営業担当)	・新商品投入やキャンペーンなどにより、売上増加を目指している、しかし、大きな変化は期待できないため、現状維持で精一杯になるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・季節要因で忙しくなるものの、平年を上回るかは不透明である。
		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、2～3か月は現状のまま推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・現在の低調な動きが改善するような変化は期待できない。
		通信業（営業担当）	・客に他社への契約切替えをされないよう、これまで同様にサービスの検討が必要であり、摸索が続く見込みである。
		通信業（営業担当）	・政治の力による景気回復は難しい。
		通信業（営業担当）	・ゴールデンウィークが10連休と長期のため営業稼働日数が少ない。客も多忙な状態であるため、アポイントが取りづらくなるとみている。
		金融業（営業担当）	・景気に対する大きな変化要因はない。
		広告代理店（経営者）	・得意先企業からの発注量の動きが鈍い。また、10連休の動きの読みにくさや、選挙を控えた環境など、これらの複数の要因から、改元時のお祭りムードへの期待はあるものの、足踏み状態が続くとみている。
		経営コンサルタント	・景気が好転するような要因に乏しい。
		司法書士	・登記申請件数は例年並みであり、消費税の引上げ前の駆け込み需要はみられていない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・納入価格の引下げを示唆され始めている。また、競合他社の値下げなどもあり、この先も厳しい状況が続くとみている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・可もなく不可もなく、現状維持が続くとみている。
		農林水産業（従業者）	・暖冬の影響で果樹の生育が早まり、霜などの害が深刻化する可能性を危惧している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・紙の印刷物からネットへの切替えや、マイナス金利の影響による金融機関の経費圧縮が響いており、2～3か月先の受注残は前年同月比で5%減少している。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・地域間格差はあるものの、東北全体としては出荷が減少するとみている組合員の声が多い。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体業界全体で在庫調整が本格化する見通しである。そのため、販売量が減少する可能性が大きい。
		建設業（従業者）	・公共工事の発注は進捗しているが、結果が出る前の時期と重なるため、受注量としては減少する可能性が高い。
		公認会計士	・建設業、製造業関係は、売上、利益共に前年比が減少しているものの、一定の利益は確保している。それに対して、小売業関係は利益自体が赤字であり、現時点で業績回復のめどが立っていない。
		コピーサービス業（従業者）	・パソコン関連商品の在庫が少なく、多少の欠品が生じている。数か月の間は生産が間に合わずに品薄状態が続くため、売上の厳しい状況が続く見込みである。
	×	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・客は中小企業に勤める人が多い。給料の手取り額が減少し、高額商材にはなかなか手が出せない状況である。政府には中小企業への対策を検討してほしい。
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法に伴う3年抵触や無期雇用転換など、流動化する派遣業界の中であってシェアを伸ばしきった感がある。しかし、派遣という働き方は依然として支持されており、2～3か月先もそれほど悲観する状況にはならないとみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・契約価格が上昇傾向のまま推移すれば、売上の増加が見込める。
		人材派遣会社（社員）	・各企業は来年の新卒採用に向けて積極的に動いている。ビジネスの拡大や売上増加を考えて、求人を増やしている企業が多く、現在の景気の良い状態はしばらく続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・働き方改革関連法案により、収益が圧迫される可能性を懸念している。
		人材派遣会社（社員）	・採用困難により出店や事業展開が保留される状況に対して、改善する兆しがみえない。

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
		人材派遣会社（社員）	・求人数は増加傾向にあり、市況感も良い状態が続くとみている。しかし、今までの中途採用の募集理由は単純に業容拡大によるものが中心であったが、直近ではその理由が新卒採用の苦戦や若手層が定着しないことによる欠員補充に変わりつつある。そのため、今後も新卒採用と、若手層の中途採用の二軸で募集が続く見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・人手不足の現状もあり、今後も大きな期待はできない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここにきて景気後退論が開始するほど、今一つ景気浮揚感がないのが実態である。求人の基幹業種である地方流通は皇太子殿下の御即位による祝賀ムードや消費税の引上げ前の駆け込み需要に消費拡大のきっかけを期待しているが、この景気後退感を払拭するまでには至らないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・皇太子殿下の御即位や、ラグビーワールドカップに伴う特需を期待しているが、復興需要の更なる落ち込みを懸念している。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加幅の縮小傾向や求職者数の減少傾向は今後も続くとみている。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢は高水準を維持しているが、求人数は減少傾向にある。また、求人倍率は低下傾向にあるものの、依然として人手不足の状況が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で増加しているが、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しており、人手不足による高水準が続いている。企業都合による離職者も発生しているが、今後も横ばいで推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・一部の事業所において雇用調整の相談を受けるものの、人手不足感は強く、求人数の前年度同月比が増加傾向で推移している状況は変わらない。
		学校〔専門学校〕	・年度初めの改元や、消費税の引上げ前の駆け込み需要など、景気回復が見込まれるものの実感はない。
		人材派遣会社（社員）	・10連休となるゴールデンウィークは、派遣事業にとっては大きな痛手となる。
		職業安定所（職員）	・事務所訪問などによる感触において、大きな変化はみられていない。しかし、中国、欧州などの動きを不安視しているのか、製造業の新規求人数の前年比は前年7月から減少傾向で推移している。
	x	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		コンビニ（経営者）	・気温の上昇に伴い、飲料等の売上が上がってくることと、近隣で多くのイベントが開催される予定のため、良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今後も五月雨式に新店舗がオープンする。商圈が広がり、入館客数が増える見込みである。
		百貨店（役員）	・改元等によるお祝いムードや、消費税再増税前の駆け込み需要によって、景気は押し上げられる。
		コンビニ（経営者）	・今後はイベントが続き、売上が上がり、多少良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・10月の消費税再増税を見据えて、消費が一時的に増えると考えられる。
		衣料品専門店（統括）	・幾らか人の動きが変わってきたようである。大変寒い日が続いていたが、これから暖かくなるにつれて、人も出てくる。ただ、街ににぎわいがいないというのが現状で、にぎわいを創出しようとする人たちも多くみられる。これからどのように変わっていくか期待はしているが、我々も頑張らなければいけない。
		家電量販店（店長） 乗用車販売店（販売担当）	・今年度下期は季節要因が強かったため、やや良くなる。 ・当店は後ろに観光地を控えているが、現在、外国人や日本人旅行者が徐々に増えてきており、ホテル、売店関係の客は例年これから増えてくるので、多少は新車、中古車の販売につながるのではないかと期待している。

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
		住関連専門店（仕入担当）	・新元号の発表を控え、祝賀ムードのなかゴールデンウィークの長期連休に向けて、消費は少し好転するものとみている。
		一般レストラン（経営者）	・来客数が少し上向き始めている。皇太子殿下の御即位と改元を控え、消費意欲が上向くことを期待している。
		都市型ホテル（営業担当）	・思ったよりも3月の稼働が悪かったが、このまま定着することはない。年度の途中で、良い時期があっても、良い内容、状況でなかなか定着しないので、現状のやや悪い状況からは必ずやや良くなってくると期待を込めている。
		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、隣県キャンペーンと時期を同じくするものの、追い込みを期待したい。
		通信会社（経営者）	・希望的観測をすれば、9月に国体が開催されるので、国体景気に期待したい。
		通信会社（局長）	・新年度が始まるので、景気は上向くとみている。
		テーマパーク（職員）	・現状の流れのまま、ゴールデンウィークの10連休に入ることから期待が持てる。
		ゴルフ場（総務担当）	・4月の予約数は現時点で1,621名、前年比321名増と順調に推移している。
		設計事務所（所長）	・年度をまたいで仕事が続く業者が多いようなので、しばらくこの忙しさは続く。
		商店街（代表者）	・国体の開催県であるが、ムードが盛り上がっていない。これから競技者を迎える準備や告知による活動で、盛り上がることを期待している。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・改元となるが、消費税増税が10月に決定されれば、その影響は大きい。客との話でもその話ばかりが出ているが、当分はこのままいくのではないかとみている。
		百貨店（営業担当）	・改元に伴う祝賀ムードや10連休が、消費に結び付くかは甚だ疑問である。一部食料品のプラスは期待できるが、景況改善には至らない。
		百貨店（営業担当）	・世の中のマインドがお祝いムードに包まれるだろうが、地方の賃金実態は余り変わらず、消費に回る部分も大きく変えられない。売上をけん引するのは消耗品などが中心となり、2～3か月先も変わらない。
		百貨店（店長）	・皇太子殿下の御即位の慶事などによる好調要素はあるが、消費税増税などが控えており、難しい局面かとみている。
		スーパー（商品部担当）	・ゴールデンウィーク、改元とイベントは続くが、人口減や人手不足などの状況が変化する見込みもなく、経費増だけが大きいのしかかりそうな感じは否めない。
		コンビニ（店長）	・当店の立地する旧市街地中心部は、周辺のロードサイド店の影響を受けて寂れる一方である。前月末の近隣大型店の閉店、撤退により、更に悪くなっている。この状況はしばらく続く。
		家電量販店（営業担当）	・改元等のイベントで一旦消費は上がると思うが、消費税増税はない方が有り難い。パソコンのOSサポートが終了するため、パソコン販売は好調に推移しており、前年比130%となっている。
		乗用車販売店（経営者）	・数が月前から、地域の自動車産業は減産している。しかし、サプライヤーの稼働は以前に戻りつつある。来年度には徐々にではあるが、新型車の発表、発売も予定されているので希望的観測だが現状のまま行けるとみている。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・物を消費する感覚が大分変化している。そこそこの品質、商品で良いとする生活防衛型に、一層なってきた。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークの連休が長いので、どのような動きになるか不透明で楽観できない。
		スナック（経営者）	・ゴールデンウィークの休みの間は売上が落ちると推測している。その後の売上は少し伸びるか期待している。
		都市型ホテル（副支配人）	・宿泊の好調さが、夏前くらいまでは続きそうな予約状況である。料飲関係は4月は好調に推移しそうだが、5～6月の動きは鈍い。
		旅行代理店（経営者）	・高額商材は敬遠傾向が強い。
		タクシー運転手	・景気は変わらず悪い。地方では駄目である。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（経営者）	・多少、消費税増税に絡んだ売上も出ているが、たかが知れている。
		通信会社（社員）	・年度初めで、新居への引っ越しなどにより新規客が増えることを期待している。
		ゴルフ練習場（経営者）	・市長選挙や市議会議員選挙があり、事業は様子見の傾向がある。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・大型店の退店や大企業の操業一時停止など、先行きの状況は暗雲のみである。
		設計事務所（所長）	・消費税増税前での駆け込み需要がある一方、建築業界にはタイムリミットがきているので、先行きは変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動きは鈍いままの状態が、2～3か月は継続する。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・完全に景気が下振れし始めているので、今後も下がる一方である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・隣の魚屋も今月で閉店となる。双方の店での集客も不可能となり、ますます悪くなる。売上自体は、30年度決算はここ7～8年で1番良いが、良くなった理由が閉店した八百屋から納品先を譲り受けて、伸びた分である。既存の店頭販売は落ちる一方である。
		スーパー（総務担当）	・10月の消費税増税で、景気が良くなるとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・来客数は前年比100%で、大きな変化はみられない。例年ゴールデンウィークは、売上が20～30%落ち込むが、今年は10日間と長く、売上減の大きな要因と予想される。また、来月も休日増の影響により、給料が少なくなるため、買い控えが心配である。
		衣料品専門店（販売担当）	・相当に悪い状況が続いている。このままだと、本当に廃業という選択肢もあるかというような状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車販売は1～3月が最大のボリューム期で、この時期に売れなかったら、それから先に明るい見通しはない。今後、景気が良くなる要素は1つもみられず、かえって悪くなるのではないかと。
		自動車備品販売店（経営者）	・車を買ったり、修理する客の年齢層が上がっていることが、悪化原因の1つである。定年や収入減で、車を買ったり修理することが、現実的になかなか厳しくなっている。保険料の支払などでも、金額の上がることにデリケートになっている。ムード的には、「将来的にお金が入ってきても少なくなる」という不安があって、お金を使うのを抑えている様子が、多く見受けられる。こうした現象はこのところずっと続いている。将来不安のムードがなくなると良い。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残が減少してきている。燃料使用量が減少していく時期になるため、やや悪くなる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・受託先企業の社員数に影響を受けるため、ワケンボ遅れて景気動向を反映する傾向がある。海外を含めた不透明感が、今後受託面にも影響する懸念がある。
		都市型ホテル（経営者）	・インバウンド需要を期待していたが、当地には皆無である。需要の兆しもみえない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月は来客数も堅調に伸びているので問題はないが、ゴールデンウィーク期間は企業が全く動かないので、売上は見込めない。個人客も観光地へ出掛ける方が主で、当社では10連休の特需はなさそうである。
		都市型ホテル（営業）	・4月以降いろいろな商品が値上げされるため、サービス業にも影響が出てくるものと思われる。
		通信会社（総務担当）	・販売方式の変更が予測されているため、やや悪くなる。変更導入前は駆け込みで販売増になる可能性もあるが、導入後しばらくは販売が低迷する。
		競輪場（職員）	・グレード2の大会が開催されたが、目標額を下回り、前年度売上も割っている。
	美容室（経営者）	・転勤や大学入学の季節要因で、一時的には客足は増えると期待しているが、継続は至難である。一国の事情で株式、為替マーケットを長期休場するのは、国際経済を無視しているように思える。	
	x	タクシー（役員）	・人手不足と働き方改革の影響で、悪くなる。
企業動向		金属製品製造業（経営者）	・4月からエスカレーター生産台数が倍増する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北関東)		その他製造業 [環境機器] (経営者)	・当社事業の3本柱の1つ、大型冷媒回収機(フロン回収機)の受注残と、取引先の希望納期を合わせて10か月先まで予定が入っている。2つ目の柱の行政向け社内製造、直接レンタル件数も増加を続けている。3つ目の自社太陽光発電所は3か月先に2か所で0.6メガワット発電能力の工場が完了して発電開始の予定である。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・元号が改まり、景気もそれに伴って良くなる。
		通信業 (経営者)	・受注量が多少増えており、やや良くなる。
		経営コンサルタント	・中小製造業、下請企業の内、新モデルの発表を控えた自動車関連に動きがある。また、民生用農業資材関連のなかにも中期的に物量がやや増える見込みが出てきている。改元関連の動きは、まだ目立っていない。
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・生産の多い状態が継続している。
		金属製品製造業 (経営者)	・今後の売上の安定性は分からないが、真面目に仕事をしていけば、良くなると考える。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・現状より大きく減少する情報は少なく、比較的好調な状況を維持できると見込んでいる。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・競争相手の様子や受注、販売量等の動きが若干鈍っており、やや悪い方向になるのではないかと。
		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)	・現政権が長期に安定し、公共工事の発注も安定し、今期も前年比15%増で、当社受注も同比10%増となっている。ただし、人手不足が依然として続いていることと、作業員の高齢化は日々進んでいることで、人手不足は今後最大の問題となる。当社でも、この2つの問題を抱えざるを得ないため、いかに改善できるかを重要な問題として捉えている。
		輸送業 (営業担当)	・暖かくなるにつれて、パーベキュー、キャンプ、また、園芸用品などのレジャー用品、アウトドア用品等、インターネット通販向けの輸送依頼が増える予定である。しかし、ドライバー不足による車両不足や燃料価格高騰で、利益自体は薄くなっている。
		不動産業 (管理担当)	・取引先のビルの空室に入居の動きがあるものの、当社の管理業務が増える予定はなさそうである。従前の受託額のまま、管理委託契約を更新することになりそうである。これ以外にも新規受託業務の話がある一方、契約解除や減額の話もあるため、トータルだと横ばいではないかと。
		司法書士	・今のところ、このまま推移していく。
		社会保険労務士	・メーカーの大幅な減産に伴い、大手半導体材料メーカーも減産に入るという話があり、先行きに不透明感が出てきている。
		食料品製造業 (経営者)	・消費税増税や東京オリンピック特需の終了を予期して、全体に先行き不安になってきているのではないかと。
		化学工業 (経営者)	・年度替わりもあることから、現状維持は難しい。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・2019年度は、大体このぐらいの数字でいくといていた会社があったが、突然、4月の受注量が大幅に減ってきている。当初、予定していた売上に対して、前年実績を上回るかどうかという感じになりそうである。
		建設業 (総務担当)	・ただでさえ閑散期の上に、例年に比べて仕事がない状況で、この先も少なそうな見通しである。
		広告代理店 (営業担当)	・消費税増税への買い控えが明らかである。このまま深刻な不況に陥ることは間違いない。
	その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	・新年度に入った一服感で、商談は長引く件数が多くなり、受注、販売共に減少する。	
	×	電気機械器具製造業 (経営者)	・4月以降の受注が下降線となるようである。
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北関東)		人材派遣会社（経営者）	・新たに人が増えて、飲食店、レストラン等の消費も増えていくとみている。それに伴う記念品や諸材料等の動きが活発さをみせる。家電、機械等の新製品も増えるので、これに合わせて製造要員の募集等もあり、製造業の活発さが全体的な動きを示していく。
		職業安定所（職員）	・景気の良い企業がある一方で、淘汰されていく企業もある。全体的には、受注増による人手不足で、「新規受注を断っている」という声も多く、この好調さはしばらく続くともみている。
		人材派遣会社（経営者）	・今のところ、仕事の動きがほとんどない。
		人材派遣会社（社員）	・求職者と企業の要求水準のギャップが埋まらない限り、大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率は、直近3か月は2.26～2.55倍で推移しており、事業所の採用意欲も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2.78倍となり、平成30年7月以降、7か月連続で2倍以上で推移し大きな変動はなく、継続して高い倍率を維持している。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・各企業とも応募者の不足から賃金や雇用形態を良くする傾向がある。その上昇率に対して応募者の質の上昇は見られず、企業の中でバランスが取れなくなっていく。
		人材派遣会社（管理担当）	・生産計画に増減はないものの、4月は派遣取引の終了と開始があり、終了数の方が多い状況である。
	x	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		スーパー（経営者）	・乗客数が増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年は選挙が多いので、消費が少し止まっている状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークがピークとなり、初の10連休となるので、大きく期待をしている。
		旅行代理店（販売促進担当）	・ゴールデンウィークの10連休は予約がよく入っている。ゴールデンウィーク以降、個人客だけ見ると、これからの客入りによっては、前年比と全体での数字が唯一懸念材料だが、現状では良くなると判断している（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・引き続き秋口までは堅調に推移するものとみている（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後はゴールデンウィークもあるので、今月よりはかなり良くなると期待している（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今後、売上の的には、商品よりも工事やそれに付随する仕事が増えてくる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税再増税前の購入や、季節的な需要などを考えると、良くなるのではないかと。テレビの動きが今一つだが、スポーツイベントがたくさんあるので勧めようと思っている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月下旬から筆箱やノートなど学用品の動きが良く、4月の新学期に向けて良い兆しが見えてきている（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・人が動く時期であり、今年は10連休もあるので、購買意欲が向上するのではないかと。季節商材にも期待したい。
		百貨店（売場主任）	・動員力のある物産展を前年より多く予定しているため、やや良くなる。
		百貨店（総務担当）	・近隣商業施設がリニューアルオープンしたが、大幅な業態変更により、当店にとってもプラスの要素が見込めるため、やや良くなる。
	百貨店（広報担当）	・改元や10連休を迎えることを受けて、世の中のお祝いムードが高まったり、行楽を含め人の移動も多くなる。それを受けて消費マインドも上向き見込みである（東京都）。	
	百貨店（営業担当）	・インバウンド以外の需要の取り込みは厳しい状況であるが、消費税再増税を控え、今後高額品に動きが出てくると予想している。春闘の結果はここ数年のような大きな伸びはみられないものの、着実に増加していることもプラス要因として期待したい（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税前の高額品の駆け込み需要がそろそろ出てくる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税前の高額消費傾向が、既にみられる（東京都）。
		百貨店（店長）	・インバウンドが多少増えつつあるのと、ベースの店舗売上が戻りつつあることから、やや良くなる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・景気はまだこれからも若干だが良い状態が続く。
		コンビニ（経営者）	・期待を込めてだが、これからいろいろなイベントが多くあるので良くなる。
		コンビニ（経営者）	・気温が高くなるといわれている長期予報どおりなら期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・5月の改元に伴うお祝い意識の向上及び消費税再増税の駆け込み需要等により、多少は景気が上向きになるのではないかと（東京都）。
		家電量販店（店長）	・世界景気減速の報道がある中で、国内消費は、改元、ゴールデンウィーク10連休、消費税再増税前の駆け込み需要、キャッシュレス決済企画など、消費喚起のイベントが市場を盛り上げると期待している（東京都）。
		乗用車販売店（販売担当）	・建設関連の需要が多少増えてきており、受注量を消化するために人を募集しても人が来ない状況から、景気は穏やかに良くなりつつある。ただし、2020年がピークではないかと（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・2020年の東京オリンピック、パラリンピック開催に向け、経済活動に追い込みが生じる。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・消費税再増税が現実的になるにつれて、少しずつ駆け込み需要が広がっていくことが予想される。また、お祝いムードを醸成する新元号にちなんだキャンペーンやセールが各所で行われることも、景況感へ好影響をもたらす（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新元号の関係で、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・インバウンド需要、新元号、5月のゴールデンウィーク10連休への売上期待があるが、人手不足が心配である（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新規受注先の受託が4月から始まること、冬季休業施設が稼働を始めることなどから、4～6月は年間を通して一番景気の良い時期となる（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・業界としては新緑の時期はシーズンである。また、新年度スタートに伴い新規の依頼が入ってくる。
		旅行代理店（営業担当）	・前年同期と比較して、4～5月は前受けの旅行申込みが増加している。
		旅行代理店（総務担当）	・消費税再増税の予定もあるが、取引先各企業の業績も良いようで、集客増が期待できる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・ラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピック、パラリンピック開催に向けた機運醸成が加速されること、改元に合わせて新サービスを導入できそうなこともあり、客からのリアクション増加が期待できる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・4K8K放送に関して徐々に関心が高まっており、回復の兆しがみえる。
		競輪場（職員）	・大型連休に期待している。連休後のイベントに注力し、他のサービスと差をつけてみたい。
		その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・10連休の予約は順調だが、その後の反動減が心配である（東京都）。
		設計事務所（所長）	・建築の設計計画が実施へとつながると、期間が長いため、しばらくは良い状態が続く（東京都）。
		商店街（代表者）	・来客数が少ない上に、単価も下がっている（東京都）。
		商店街（代表者）	・今年の天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位と選挙の影響が大きく反映される。良好な住宅街の住民は海外などに遠出するので、ゴールデンウィーク10連休は当地域にとっては厳しい。商売的には、改元して新元号景気のような空気が出てくれば好転する要素は見受けられる。特に、イベントへのレスポンスはかなり良い（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・引き続き競合店退店の影響で、来客数が増えるのではないが。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・路面店点在型の商店街のため、来客数が良い月、良くない月というものがなく、ほとんどが良くないという非常に寂しい状況で厳しい。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・核となる施設がない限り、変わらない。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・国内外共にホットな情報が入ってこない(東京都)。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・国際イベント等もあり、10年、30年に1度の時代の変化の中にあるにもかかわらず、人の動き、経済の活力が余り感じられない(東京都)。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・余り良くはない状況ではあるが、4～6月の案件が幾つか出ている。既に決まっている案件もあるので、外商は安定的な売上があるのではないが。店頭においては、特にテクノロジーの進化により、学校で使う文房具の減少及び学童の人数が少なくなっていることも若干あるのではないが。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・以前から言っているように、我々中小企業は頑張っているのだが、客の購買意欲がなかなか伸びてこない。売出しをやっても以前のように買ってくれない。社員一同知恵を絞ってあれこれとやってはいるが、今のところ良くなりそうな兆しはない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・当社では3月から上期のスタートなのだが、非常に不透明感がある。改元や消費税増税もあり、現段階でそこまで悪くはないものの、良い要素もないので、前年並みで推移するのではないが(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・インバウンドは継続して伸長すると予想するが、国内需要は期待する項目が見当たらない。また、物価の上昇やゴールデンウィークの10連休など不透明な要素もあり、景況感是不変(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・3月は特選ラグジュアリーのアパレル部門の新作商材が特に好調に推移している。今後はインバウンドの売上回復と皇太子殿下の御即位に向けたお祝いムードの高まりにより、高額品や記念品、ギフト需要の高まりが期待できる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・前回の消費税増税時の経験を元に、10月の再増税について、駆け込み需要などの影響は直前まで出ないと予想している(東京都)。
		百貨店(営業企画担当)	・消費税増税の影響の出方が不透明である(東京都)。
		百貨店(計画管理担当)	・今月は前年に対してやや健闘しているものの、やはり主力の衣料品の動きが不安定である。この状態から脱するような勢いが感じられないので、今の景況感がしばらく続く(東京都)。
		スーパー(販売担当)	・客の買い回りを見ていると、広告初日の値ごろ商品やポイント何倍の日、あるいは超目玉が出る時間帯など、お得な店舗、時間帯を利用して買い回る状況が非常に多く見受けられる(東京都)。
		スーパー(経営者)	・4～5月にかけて新元号のお祝いムードもあるので多少良くなるかもしれないが、その後はまた冷え込んでくると思うので、変わらない。
		スーパー(店長)	・店舗半径500メートル圏に外的要因がない中での来客数及び点数ダウンが大きな影響を与えている。何が原因で来客数が減っているのかがまだ分かっていない。3か月後も今と変わらず進んでいくことが予測される。
		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、季節催事や長期休暇などで一時的に消費が増えることはあっても、全体的な底上げにまではつながらない。もうしばらくは同様の状態が続く(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（総務担当）	・天体一般の客の心情として、桜の開花と梅雨明け時期には非常に購買意欲が高まるのだが、今年は開花宣言が出るも、その後大きな上向き加減にはない。4月に新元号の発表があるので大きく動きが変わるようにも思われるが、実態としてなかなか売上に結び付くような物が見当たらない。購買意欲は弱いままのように思われる。
		スーパー（総務担当）	・現状では来客数は微増となっている。また、単価アップもあるが、点数の伸びが見込めない状況である（東京都）。
		スーパー（販売促進担当）	・食品の値上げがマスコミにて大きく取り上げられていることが不安材料である。衣料品は気温次第のため、4月のイベントの仕掛けに期待している。
		スーパー（仕入担当）	・ゴールデンウィーク10連休にお金を使うため、消費額の減少が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンションが完成すると、多少来客数が増える。また、季節の変わり目で、暖かくなってくるとソフトドリンク等が好調になる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアは店舗数が飽和に近づいているので、来客数減になっていく。そうなると、どの店舗も毎年数%ずつ落ちていく。景気は今のところ厳しい。
		コンビニ（経営者）	・賃上げが予想を下回っている（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・10連休における来客数増への期待と、連休後は財布のひもが固くなるという両方を想定し、全体的には大きく変わらないのではないかと（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数が増えるきっかけが見つからない（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・値上がりの春であり、消費税再増税がどうなるか。統一地方選挙もある。一般市民は自分の生活に精一杯のため、買物に余裕のない様子がうかがえる。現状に余り変化はない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品業界のメーカー、問屋が規模を縮小している。どのようにして商材を確保するかがこれからの課題である。人手不足の問題について、最低賃金が上昇しているが、扶養控除内で働く主婦が多いので、すぐに時間がオーバーしてしまう。求人広告を出しても応募がない。
		衣料品専門店（統括）	・クールビズのスタートにより、重衣料購入客が少なくなり、今後は伸び悩むと予想している。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税再増税を前に、多少の駆け込み需要はあるだろうが、大したことはないと思う。個人商店が存続できない世の中になる一方である。
		衣料品専門店（役員）	・食料品などの価格高騰のしわ寄せが来ている。
		家電量販店（経営企画担当）	・今後の業界の景気は、成り行きの見立てとしては、季節要因も含まれるが総じて厳しい。しかし、今年は消費税再増税前の駆け込み需要の発生時期になっても不思議ではないので、予測が難しい（東京都）。
		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。10月から消費税が上がるということで、駆け込み需要に期待しているが、余り影響はないようである。
		乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィークの大型連休で稼働日数が減り、サービス部門の売上が落ちるが、新車販売でカバーできる。
		乗用車販売店（店長）	・今と大きく変化する要素が見当たらないので、余り変わらない。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業においては、秋の消費税再増税を踏まえた駆け込み需要が顕在化しており、特に、高額案件の引き合いが増加している。この流れは今年度前半は続いていくものと思われる（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・消費税再増税に向けて、各種販促強化をしていく。各社も同じように仕掛けてくるので、仕掛けて前年並みととらえている。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・周りの動きを見てみると、前回と変わらない。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	・5月の10連休中の来客数、接客数の動向が売上に大きく影響する。旅行、サービス関連などに消費が分散する可能性があるので、景気は良くなりつつも、余り変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・遞減傾向が続くものと思われる(東京都)。
		高級レストラン(経営者)	・年度が改まると、元どおり節約傾向になると考えている。
		高級レストラン(営業担当)	・法人関連の予約状況は例年同数で推移しているが、改元やゴールデンウィークの大型連休がどのように影響するか、推測が難しい(東京都)。
		高級レストラン(仕入担当)	・来年度の法人予約等を見てもほぼ前年並みである(東京都)。
		高級レストラン(役員)	・予約状況はほぼ前年並みである。来客数は微増であるが、客単価が下がっている地域がある(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・小型翻訳機を使っている同業者もいる。外国人対応は必須で、個店がどう対処するかがこれからの課題である(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・2~3か月後も今と余り変わらない。改元があるので多少は動く可能性もあるが、また秋には消費税再増税もあるので、景気の先行きはなかなか見通せない。
		一般レストラン(経営者)	・今年は春が早く暖かくなっているため、その分前倒して、花見の客よりもフリーの客が増えている。これから花見のシーズンになり、統一地方選挙が始まると、しばらくの間は客の動きが止まる。したがって、今後良くなるかということとそんなに期待はできない(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・今年はゴールデンウィークが10連休ということで、当店も頭を抱えながら定休日を決めた。10連休というのは初めてなので、来客数などもどう変わるのか、予測がつかない(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・人口減少の影響で、平日のディナータイムの来客数が減る(東京都)。
		一般レストラン(統括)	・株価等に大きな変動要素がなく、良くなる気配はないものの、不透明ながら景気は安定しているように感じる。来月下旬からの大型連休中の客の動向については、ビジネス街店舗へのマイナス影響、駅周辺、観光地店舗でのプラス影響を包含するなかで、読みきれない。慶事を含めた景気への好影響を期待したい(東京都)。
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・特に変わる要素が見当たらない(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・景気の回復をやや実感しているが、今後統一地方選挙や消費税再増税などを控え、接待自粛や値上げによる節約志向が強まり、景気は停滞の方向へ向かう。
		旅行代理店(経営者)	・大手企業の景気はかなり上向いているような動向がみられるが、中小零細企業に関してはとてもそのような状況ではない。客からも給料も上がらないという嘆きの声はかなり多い。
		タクシー運転手	・暖かさを感じる季節を迎え、健康志向から徒歩や自転車、バス利用へと切り替える人がいる。10日間と長いゴールデンウィークのために節約して、乗り控えが増えるのではないかと不安である。
		タクシー運転手	・3月は年度末ということで人の動きがあったが、働き方改革の影響により夜の残業がなくなったため、終電以降の稼働が伸びるとは思えない(東京都)。
		タクシー運転手	・銀座や築地の昼間の人出はかなり多いが、全くタクシーの利用客にはならない。今週からキャッシュレス決済機を導入し、各種電子マネー等を使えるようにしたが、大変な人気で驚いている。3月までに25万円のキャッシュレス決済機を購入したが、業界誌によると、3分の2を国、3分の1を決済事業者が負担して無料にするという記事が新聞に出たそうである。4月以前に導入した者は対象外ということで、驚きと同時に不公平感がある(東京都)。
		タクシー(団体役員)	・人手不足の影響か、タクシーの稼働台数が減少しており、結果として1台当たりの営業収入は伸びているが、業界全体ではタクシー利用や売上が減少しており、下降傾向にある。
		通信会社(経営者)	・野球が開幕し、多チャンネルの需要が増してくる(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
		通信会社（営業担当）	・競合他社との価格競争は激しさが続いており、今後も同様の傾向が続く。
		通信会社（管理担当）	・ＩＴリテラシーが高い20～30代に対する訴求が不完全となれば、固定通信サービスではなく、大容量のスマホ契約に移ってしまう。
		通信会社（局長）	・４Ｋテレビの売行きは伸長しているようだが、それに連動するケーブルテレビ契約数が想定以上に悪い（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
		通信会社（総務担当）	・現状では消費税対応以外に景気を左右する材料が見当たらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・消費税再増税前の特需はない事業なので、現在と同じ状況が続くと見込んでいる。もし消費税再増税が先送りになってモ、影響は少ない。
		ゴルフ場（従業員）	・東京オリンピックを来年に控え、それまでは景気は変わらない。問題はその後である。高齢化社会をどのように元気にするか。大変な時代である。
		パチンコ店（経営者）	・新台は出ないのだが、店側でいろいろと創意工夫をして、今の客をどうにかつなぎ留められるのではないかと期待している。来客数はとても大事なので、心掛けたい（東京都）。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・客の購買意欲が余り感じられない。
		設計事務所（経営者）	・新しい仕事の話は入ってきているが、それが実行されるかどうかは、新年度になり担当者が変わる場合もあるので、４月に入ってみないと分からない。
		設計事務所（経営者）	・改元や消費税再増税を控えているが、その影響はほとんどないと見込んでいる。高力ボルトの不足等、資材不足が懸念される。
		設計事務所（職員）	・政府の景気判断が下方修正されたが、良くも悪くもない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・アパートを購入する客はまだいるように感じる。仕入時に適正価格、立地などをしっかり調査して購入すれば、問題なく販売につながっていく。まだ地価が高いので、慎重に行っていきたい。
		商店街（代表者）	・当商店街は会員数が64店舗になるが、その中の大型店が1店舗と、規模的には売場面積が10坪以上の店が2店、退店することになった。そんなこともあり、物の動きが悪いこと、商店街の集客力を高めようとしているが、商店街のパワーが少し落ちている。
		一般小売店〔生花〕（店員）	・3月は卒業式、お彼岸、送別があるので、客入りがとても良かったが、3か月先の6月頃は例年の傾向で余り良くない。7月はお盆があるので、かなり上向いてくる。天候にもよるが、花屋は行事によって客が増減する（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・生活必需品の価格上昇から、確実に洋服などの商品群に対しては厳しい状態である。今後は更にこの傾向が拡大する。
		百貨店（販売促進担当）	・当店周辺の商環境は落ち着いたものの、景気はやや悪くなる傾向と思われる。これはここ数年とは違った結果となった春闘や、4月以降の様々な商品の値上げ、10月に控えた消費税再増税関連の報道が増えてきたことなどで、客が消費に対してより慎重になっているからである。また、今年のゴールデンウィークは10連休となり、コト消費である旅行等が好調な受注となっている反動で、モノ消費に対してはやや厳しくなる。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数は順調だが客単価が低い。今後も消費税再増税に向けた節約や購買価格抑制への影響が懸念される（東京都）。
		百貨店（店長）	・将来に向けて不安要素ばかりが増えてきていると多くの消費者が考えているため、ますます支出を抑える傾向が強まるものと考えている。
		スーパー（営業担当）	・世界経済、特に米中の景気減速が大きく足を引っ張り始めている。したがって、将来的な不安が更に増している（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・2月頃から来客数が徐々に減り始めている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・商品の値上げを控え、今月は売上が微増しているが、来月以降はじわじわと売上の減少が見込まれ、厳しい状態が続くそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・東京オリンピックがあるので、何となく景気が上向きになるように思えるが、実際には人手不足であり、お金がないという感覚なので、やはり悪くなるのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・この時期は学生向け商品が多いのだが、少子化の影響もあり、上の子の物を使うということもあって、新しく購入する物が少なくなっていて、なかなか売れない。この状況が5～6月、夏服の時期まで続くのではないかと。
		家電量販店（店長）	・販売量は減少傾向にあるため、商品単価が上がらないと厳しいが、柱になる商品群が出てきていない。初夏が平年より暑ければ期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・毎年のことながら、反動減が起きることが予想される。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税までまだ日があるので、客の動きが鈍くなると予想している。サービス車検需要の落ち込みが売上に響いてくる。
		住関連専門店（統括）	・今後は消費税増税、統一地方選挙等が控えているので、今のところは買い控えが続いており、落ち着くまではこれが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）	・消費税増税がメディアで取り上げられ始め、客の財布のひもが固くなっている気がする（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の5～6月は、3月に比べて人の動きも少なくなり、ケータリングもそれほどではなくなるので、現在の売上よりも少し下がっていく。
		一般レストラン（経営者）	・10連休で観光地は良くなるかもしれないが、ビジネス街で商売をしている店のような飲食店にとっては大変な迷惑である。生鮮食品を扱う業者などは決して10連休などでせず、間に何回も営業日を設けて、かえって流通自体に問題が起きるのではないかとという気がする。
		一般レストラン（経営者）	・世界では、米国の現政権に不安定な要素が多く、欧州は英国のEU離脱問題についての決着が更に延び、経済にも不安感が感じられない状態が続いている。南米、アフリカの政治的混乱、世界的な天候不順と、他にもネガティブなことが多い点も気になる。国内では、少子高齢化による人手不足、働き方改革、軽減税率への不安等々、インフレに持って行きたい政府や日銀の思わくとは反対に、現実にはデフレが続いている。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィーク後は反動で買い控えがある（東京都）。
		タクシー運転手	・景気は上昇傾向にあると言われていたが、実際には引かれる税金が年々多くなっているため、手取りが増えていない。景気が良くなっているとは感じられない。
		通信会社（管理担当）	・春先は販売増の傾向があるが、ここ半年はその傾向がみられない。
		通信会社（営業担当）	・客の様子を見ていると、低額な料金の商品に走っている傾向が見受けられるので、今後景気が悪くなる可能性がある（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・これから繁忙期を迎えるが、接客部門の人手不足により受入客数枠を絞らざるを得ないケースも想定される。改元、ゴールデンウィーク10連休は帰省や海外旅行など家族と余暇を過ごす客が多く、予約が埋まっていない。同業他社では連休中の客単価を平日に近い水準に設定している。
		パチンコ店（経営者）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題、欧州の景気後退等の外的要因が国内経済に影響を及ぼし始めている。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・地域性もあるかもしれないが、生徒数が減少し、売上もかなり落ちてきている。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・来客数が増えるような要因がない。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・景気減速の懸念から春闘は余り思わしくない状況であり、電力需要も低迷する可能性がある（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今期の売上が前年と比べて減少している。
		設計事務所（所長）	・とにかく仕事量が少ない。これから仕事量が増えていくかというと、非常に疑問である。

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
		住宅販売会社（従業員）	・多少なりとも消費税増税の反動があると見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・賃貸住宅建設請負の受注の落ち込みは深刻で、今後の売上減少は避けられない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・仕事が決まるまでに大変な時間が掛かっている。このような仕事が形になるのか。新しい仕事の話もまだほとんど来ていない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・先々の案件はあるが、実需に結び付くかの情報が薄く、計画に組み込めないのが実態である（東京都）。
	×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・とにかく売上が良くない。客も消費税が10%に上がるということで、困っている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・客の動きが鈍っており、ここにきてがくっと動かなくなっている（東京都）。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・販売形態がインターネットなどに変わってきて、物販店、小売店は非常に厳しい状況にある。来店して商品を見ている客が購買につながるのかが分からない（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰なため、悪くなる。
	×	スーパー（経営者）	・当社の販売商品は軽減税率の対象商品が中心であるため、買い控えが予想される。
	×	コンビニ（経営者）	・景気が非常に悪くなっており、来客数、売上が減少している。特に、2月中旬に起きたコンビニオーナーの待遇や契約等についての問題発生以来、来客数、売上が今までにない減少を示している（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・来客数、客単価共に前年同月を割る状態が続いていることから、回復にはまだ時間が掛かると思われる。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・市場の移転は失敗で、新市場のシステムにも問題が多過ぎ、このままでは我々仲買は破綻してしまいそうである（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	・出生対策と人口対策をしないと、日本の未来がない。
×	住宅販売会社（経営者）	・米中の貿易摩擦や英国のEU離脱などによる海外経済の減速や、消費税増税で、下振れリスクが高くなる。	
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）	・売上が前年比で伸びている状況が1月から連続している。
		金属製品製造業（経営者）	・同業者が少なくなっているようなので、仕事量は変わらないが、値上げのチャンスなので、価格交渉をしたい。
		金融業（役員）	・取引先景況レポートにおける平成31年4～6月期の予想DIは3.8と、業況はプラス水準を維持する見込みである。
		広告代理店（営業担当）	・新元号の発表や、ゴールデンウィークの大型連休、ラグビーワールドカップ、東京オリンピックなど、ネタはいろいろあるので、何かしらの周辺ビジネスの特需がありそうである（東京都）。
		経営コンサルタント	・改元、10連休などが良い材料になることを期待する。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・まだ受注には結び付かないが、問合せ案件は日々増えている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人客は客単価が上がっており、本数も増えてきているが、法人は横ばいあるいはやや下がっている。法人設立印は2件だけで、いつもより少ないことと、見積りを出すと大体はまとまるが、2件まとまらなかったものがある。個人客は伸びているが、法人客が下向きのため、先行きは変わらない（東京都）。
		化学工業（従業員）	・商品の発送が小口化しており、売上は変わらないものの運送費が増加傾向にある。景気が良くなるとは思えない。
		化学工業（総務担当）	・当社は内需主体で、国内で直接消費される用途が多いので、大きな変化はないと推察しているが、米中問題、英国のEU離脱問題が長期化し、輸出環境はますます悪化するのではないか。消費税増税前の駆け込み需要も今のところみられない。ゴールデンウィークの大型連休による物流の混乱が予測される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後には新年度の予算の執行が始まり、少し動き出すと思うが、特に良くなる要素はないので変わらない。
	金属製品製造業（経営者）	・業種によってばらつきはあるが、総じて現状と変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・価格の安い原発の安全性を早く完璧にして、再稼働してもらいたい。そうでないと日本の製造業が駄目になってしまう（東京都）。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・自分の身の回りでは景気が良くなるとか悪くなるという特別な変化は感じられない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・季節要因でも売上が想定より低い（東京都）。
		建設業（経営者）	・特に代わり映えしない。消費税が上がるので、小規模の工事が増えてくるのではないか。
		輸送業（経営者）	・現段階では新年度以降の荷主の動向が見えてきていないため、現状のまま推移していく見込みである（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量がまだ低迷している。運賃交渉によるが、今後も現状が続く予想である。
		金融業（従業員）	・人手不足による業況悪化を懸念する中小企業が増えている。外国人を採用しても、重要な業務を任せるには不安があるという声も多く、根本的な解決策になっていない例も見受けられる（東京都）。
		金融業（支店長）	・米中問題の行く末が不透明で、当面予断を許さない状況である。景気動向は変わらない。
		不動産業（経営者）	・新築も空室状態が長く、物件が多過ぎる（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・テナントの入退きの動きはほとんどなく、景気は安定している。この先もこの傾向は変わらない（東京都）。
		税理士	・米中の貿易摩擦において、米国が中国に関税攻撃を仕掛けているが、これによって中国に進出している企業や輸出している企業などが大きな打撃を受けている。この問題が解決すると大きく変わる。消費税が再増税されると景気が悪くなるのではないかと（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〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働率が現状のまま上がっていけば良い方向になるが、4月以降は不透明である。燃料、原材料費の値上げがあるため、先行きは明るいとはいえない。
		食料品製造業（経営者）	・キャッシュレス決済が話題になっているが、小さい企業ではなかなかハードルが高く、利益を一層減らしてしまいそうである。そういうところも考えてほしい。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・予定は入り入っていないが、改元でどうなるか分からない（東京都）。
		金属製品製造業（経営者）	・各得意先から発行される生産量の見通しが下がっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・内示を見ると、今月より若干下がっているようである。
		精密機械器具製造業（経営者）	・4月より購入する資材関係がほとんど値上がりする。販売価格に転嫁するため、取引先に交渉するもなかなか承諾してもらえず、利益の圧迫につながっている。
		建設業（経営者）	・もろもろの消費対策が実施されていない。
		通信業（広報担当）	・一進一退の傾向に変化はみられない（東京都）。
		金融業（統括）	・マインド的に環境が良くなっておらず、冷めている部分があるので、懸念材料が多く、景気が上向きような感じはしない。
		金融業（総務担当）	・消費税再増税が控えており、世界経済も不安定なので、消費を控える動きがある。不動産価格の高止まりやガソリン価格の高騰、人手不足もあり、今後の景気はやや減退する（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・印刷用紙が大幅に値上がりしているものの、全てを販売価格に転嫁することは困難なため、利益の減少が想定される（東京都）。
		税理士	・世界的な不況をマスコミがおり、選挙イヤーの今年は慎重な動きに徹する企業が多数の模様である。ベースアップもごく少額にとどまり、消費税再増税などを考えると、実質減少するとさえ思える。景気には悪い材料である。
		経営コンサルタント	・海外貿易の悪影響が、少しずつ中小企業に浸透しつつある（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
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・不安定な世界情勢に引きずられて、国内での製造などもますます減っていくと思われる。それに関連して、企業の映像を制作している当社としても、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・周囲の人も景気は悪いと言っている（東京都）。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存の契約単価の値上げができないので、厳しい状況は続きそうである（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・3月末までの予算消化案件がなくなることから、若干下向きになる。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・予想以上の値上がりに対応できていないこと、用紙調達が厳しいことを踏まえると、更に悪化する。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・売上の5割を占めていた化粧品容器の取引先からの発注が在庫過剰で6月まで見込めなくなった。突然のことなので、それに代わる案件は見当たらない。
	×	建設業（経営者）	・消費税増税があるので悪くなる。
	×	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・5月の大型連休は、売上減になる中小企業にとっては死活問題である。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・引き続き好調な傾向にある（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4～6月にかけても既に30件余り話をもらっているため、この先もまた相当の盛り上がりがある。
		人材派遣会社（社員）	・2020年4月から施行される同一労働同一賃金に向けた検討が大手企業で開始されている。定年延長、職群別の賃金カーブや手当関連の見直し、退職金の運用などが主な検討事項となっている。原資確保が厳しい状況であるため、アウトソーシング切替えも含めた引き合いが増加傾向にある（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・依然として、韓国、中国市場の先が全く見えず、景気の好転は期待できないという企業が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が改善される見込みがない。
		人材派遣会社（社員）	・消費者の目にも見えるような景気回復の効果的な施策がない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・有期雇用者が減った分、無期雇用者が増えるので変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・人材ニーズは好調な推移だが、登録者確保は引き続き課題である（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）の導入が増えてきている。まだ影響は少ないが、簡単な処理はロボットに任せて、難しい判断が必要な処理を人間がこなすというすみ分けになり、人材に求められるスキルが上がるケースが出てきている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が大幅に良くなる要素は余りないが、同時に急激に悪くなる要素も余りない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・当面、人手不足の状況は変わらないため、企業の収益が上がるとはいえず、2～3か月では変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は9月から前年比で減少傾向に転じ、前月は若干の増加となったが、直近では前年比で約25%減となっている。大口事業所の管外移転等、個別要因もあったが、全業種で減少している。今後の動向を注視したい。
		民間職業紹介機関（経営者）	・先行きが不透明で様子見が続くのではないかと。業界で明暗が分かれる展開になる（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・長期的には社会構造の変化が必要だが、そういった対応をする中で、効率化は当然として、構造改革の中期的な具体策が必要である（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	・まだ先が見えない状況であるが、一部企業では採用数を抑えるという話も出てきている。全体としては人手不足感がある（東京都）。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・変化する要素がない（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・今月末での派遣契約終了数が契約開始数より多くなっているため、派遣労働者数としては減少する見込みである。また、求人数も若干ではあるが減少傾向にあるため、この先数か月は厳しくなる可能性が高い（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・日本企業の多くが3月決算のため、期明けは当面様子見に走り、予算執行が鈍化することが見込まれる（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・ゴールデンウィークの大型連休で稼働する企業が減り、採用活動と求職者の動きが鈍化する。
		職業安定所（職員）	・製薬業界や家電大手など、一部ではあるが、早期優遇退職制度を利用する企業が増加するなかで、求職者の増加、求人の減少は避けられない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・社会保険料の負担、残業規制など、雇用形態や人事採用計画が短期志向になってきている。今を何とか乗り越えようという視点での雇用が多い（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
	×	求人情報誌製作会社 (所長)	・改善の兆しが何も見えていないので、良くなるとは感じられない。不景気が先行して悪くなっていく。

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)		乗用車販売店（経営者）	・消費税再増税前の駆け込み需要が、一層増えると予想している。
		遊園地（職員）	・ゴールデンウィークの10連休による、周辺エリアの観光客数増加や外国人旅行者の来園、イベント等の集客施策の実施により、引き続き来園客数の増加を期待する。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税再増税がどのくらい売上に影響を及ぼすかは不透明である。液晶テレビの買換えや前年の猛暑騒ぎによる今年のエアコン消費も見込まれるため、売上増が期待される。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・エアコンと夏物商材の動きに期待できる。
		スーパー（経営者）	・3月は前年比で売上は8%増、来客数は2%の減である。3月下旬に店舗前面の道路が開通し、新しい信号が点灯した。何日が経過すれば、交通量が増えていることを実感でき、店頭販売、来客数が増えるかと期待している。外販は6月までは、コンサートイベントが多く、忙しくなる。しかし、余りにも依頼が多いので、当社1社では対応できず、3社で分担することになった。6日間の仕事が2日間になり、2～3日に1度の大量注文なので、少し楽になっている。この他にも地域の仕出しの仕事もあり、こちらも断れないので、確実にこなしていく。
		衣料品専門店（経営者）	・景気は決して良くないが、夏物の準備などで多少は動きが出る。ただし、期待はできない。
		一般レストラン（経営者）	・店の周年行事に合わせ、新ブランドを立ち上げた。地域に新たに観光協会が設立され、入会金を払って入会したので、宣伝効果を期待している。
		観光型ホテル（支配人）	・数が月先の予約状況は、週末だけでなく平日もおおむね良好である。
		観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークが10連休となり、その予約が大変多くなっている。連休の分だけ売上増を見込んでいる。
		都市型ホテル（支配人）	・ホテル業のため、消費税再増税前の駆け込み需要は見込めない。前月から宿泊料金を値上げしたが、宿泊予約の落ち込みはみられない。
		その他サービス〔葬祭業〕 (経営者)	・年配者はまだ大勢いる。最近は連れ合いに先立たれた人からの相談が増えている。
		商店街（代表者）	・景気が良くなったと皆が言うが、実際には物価が上がってきており、いろいろなことで今まで以上に生活費が掛かるような仕組みになっている。決して景気が良くなるとは思っていないし、ますます大変になってくるのではないかと。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークの10連休は多くの方が旅に出て混雑すると思うが、その前後は例年と比べて暇になってしまうのではないかと。
		百貨店（営業担当）	・今の来客数や販売量の推移をみていくと、これといって上下するような感じには見られない。現状が続く。
		スーパー（経営者）	・競合店も実績が悪いという危機感があり、競争は厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・時期的な売上は上がってくる頃だが、気温にもよるが、例年に比べるとやはり難しくなるような気がする。
	家電量販店（店長）	・来客数の減少に歯止めが掛からない状況は続いている。	
	乗用車販売店（経営者）	・新車販売では消費税再増税による駆け込み需要が期待されたものの、3月の販売の動きは鈍く、今後も販売台数の増加は期待できない。	
	一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィーク等により、観光地では多少期待するも、現状から先行きを考えると、個店では不安が先立つ。	

分野	景気の先行き判断	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）	・今月は送別会のシーズンで、それなりに人が動くものと思っていたが、集客は思っていたほどではなく、何軒も大々的に送別会をやる時代は終わってしまったのかと感じている。この先の歓迎会なども、比較的質素に会をやるような感じが見受けられるので、余り期待できない。
		ゴルフ場（経営者）	・暖かい日が続き、予約は順調に推移している。しかし、統一地方選挙の最中で、プレーヤーが落ち着かない様子である。
		設計事務所（経営者）	・依頼数は比較的多いままで変わらない。
		百貨店（店長）	・気温の変動が大きい影響もあるが、主力の衣料品が不振である。消費税増税も控えており、心理的な影響もあるように見える。
		スーパー（経営者）	・輸出関連工場が暇そうである。値上げの春で、財布のひもは固くなる。
		スーパー（副店長）	・3か月後はゴールデンウィークの10連休も終わり、消費税増税も間近に控えており、客は今よりも節約傾向になる。
		コンビニ（エリア担当）	・改善の兆候はみえないため、やや悪くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・製造業が受注減により、出勤シフトに余裕が出始め、残業や休日出勤が減り始めている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税に対する駆け込み需要は多少あるだろうが、現時点の税率8%でもかなり高いので、目先の明るい、相当余裕がある企業や消費者でないと動かない。さらに、キャッシュレス決済の複雑さも影響が出るのではないかと。
		スナック（経営者）	・今のところ良くなりそうな気配がない。しばらくは我慢しないといけないようである。この状況で消費税増税となると、致命傷になりそうで不安である。新元号の新しい時代をどん底からスタートするのは勘弁してほしい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月1日以降、食品関係の値上げがある。消費者のマインドが落ち込むのではないかと懸念している。
		旅行代理店（副支店長）	・個人旅行者のゴールデンウィークの出足は順調だが、一般団体、企業旅行の受注は落ちており、景気低迷が予想される。先行き不安の企業が多く、英国のEU離脱問題、米国と中国の情勢によっては、かなり冷え込む可能性が高い。中小企業では製造ラインを停止しているところも出始めている。
		タクシー運転手	・ここ数か月、前年比100%にいくことはない。だんだん下がってきており、今は恐らく同比95%である。
		通信会社（経営者）	・競合他社との客の奪い合いが激しい状態のまま、しばらく続きそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・10月の消費税増税の心理的な影響が、ぼつぼつと出始めており、販売停滞の懸念がある。その一方、駆け込み需要に関しては期待できない。
	×	スナック（経営者）	・毎回同じような回答だが、とにかく良くなる要素が全然見当たらない。何か良い方法はないだろうか。
企業 動向 関連 (甲信越)		*	*
		食料品製造業（総務担当）	・10連休を大規模な商機と捉え、イベントや企画を打ち、売上増とできるよう、今から準備を行っている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・5月から生産量が増加する傾向にある。
		金融業（経営企画担当）	・新年度には製造業の在庫調整は解消され、生産調整も緩やかな回復傾向との情報があり、好転に期待をしている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・5月の新元号スタートやゴールデンウィークの10連休に合わせて、小売や観光業を中心に、各企業がイベントや企画など様々な販売戦略を行い、売上は上向くと予想している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・紙代や他の値上げで、大変厳しい状況が予想される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・店舗の一部商材で受注が増加しており、売上に期待したい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今後しばらくは受注見込みがある。
		建設業（経営者）	・工事は今後も変わらないと思うが、人手不足でもあり、同業者間の競争が激しくなる。
		食料品製造業（製造担当）	・良くなる要素がない。現状維持で、売上が伸びていく感じはない。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内の受注動向に大きな変化はないが、海外需要及び為替動向が不透明である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・国内マーケットは相変わらず冷え込んでいる。株価の低迷も、高額品の販売に水を差している。
		金融業（調査担当）	・米中貿易摩擦の影響はすぐには解消しない見通しである。企業の先行きに対する慎重姿勢にも変化はない。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月のことだが資金繰りが大変である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・ベースアップがないため、消費意欲の湧かない人が多い。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・最近、周辺に大型高齢者介護施設が開所された。数か月前から職員募集をしていたが、思うように人が集まらず、苦戦している。
		職業安定所（職員）	・春先の需要増は見込まれるが、人手不足とコスト高から景況は一進一退の状況である。一方、転職を考える在職者が増えつつあるが、必ずしも早期応募にはつなげていない。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月、有効求人倍率に大きな変動はなく、安定して1.6倍台で推移していることから、当面は現状が続くと推察される。また、海外企業の設備投資や国内の個人消費に力強さが出てくるまでは、現状維持が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・パートを含む全数の求人倍率は前月と変わらず、高水準を維持している。有効求人は前月より増加しているが、求職者も増加し、数年ぶりに、前年同月を2か月連続で上回っている。ただし、求職者の増加は、定年、期間満了等の一時的なものと判断している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中国経済の減速から、影響を受ける製造業の話が目立ち始めている。製造業大手の子会社で、生産調整や在庫調整から週休3日を始めた企業がある。
	×	-	-

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)		-	-
		商店街（代表者）	・新規出店のサービスエリア等では、短期間にもかかわらず、かなり売上が伸びている。そういった点から、今後は売上は伸びるのではないかとと思われる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に関する当地の位置づけから、参拝者の来客が増える。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・改元により参拝者が増えるものと思われる。
		百貨店（総務担当）	・改元や皇太子殿下の御即位でお祝いムードとなり、消費ムードも明るく、また、10連休前の消費需要も引き続き高いものと想定される。ただし、商品搬入での物流面の混乱が起こらないか懸念されるところである。
		百貨店（企画担当）	・この先数か月は、皇太子殿下の御即位の祝賀ムードやゴールデンウィーク10連休による旅行関連商材ニーズの高まりにより、消費者の購買意欲が高まると見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を喚起するプロモーションが加速していくと見込んでいる。
		百貨店（計画担当）	・現在の好調な状況に変化がない上に、消費税引上げ前の駆け込み需要の動きも出始めてきている。
		スーパー（総務担当）	・お彼岸のおはぎの予約数や売行きが伸びている。
		スーパー（支店長）	・気候も良くなり、客足が伸びる状況になってきている。間もなく改元で、機運が良くなりそうな感じを受ける。期待どおりに景気が回復することを切に願う。
		スーパー（販売担当）	・新規客をなじみ客にする大事なときである。夜11時までの営業なので、主力品を遅い時刻まで欠品のないようにすれば、やや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・改元に伴う大型連休など、来客数が増加するイベントが控えており、10連休前後は来客数の増加が大いに期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・皇太子殿下の御即位、改元、10連休などにより消費が活性化されるのではないかと見込まれる。
		コンビニ（店長）	・平成から新元号に変わるので、それによって、人の動きが消費行動に良い面として出てくるのではないかと期待している。
		コンビニ（本部管理担当）	・コンビニなど小売業界には、ゴールデンウィーク10連休という大型連休がポイントとなる。一般的にはゴールデンウィーク前後も売上が伸び、天候さえ良ければ4～5月の売上は前年同月を超えると思われる。ただし、今後景気が後退していく可能性があるため大筋で予期される昨今、先行きには不透明感がある。
		家電量販店（店員）	・消費税引上げ前の需要増でにぎわうのではないかと見込む。下見客が増えているようである。
		乗用車販売店（営業担当）	・新年度は新型車種が早々に発売され、新規来店客も見込める。消費税引上げ前の需要もあると思うが、増税後にも新型車種の投入を控えており、落ち込みはないと思われる。
		一般レストラン（経営者）	・希望としては良くなれば良いと思う。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・今回は、天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位、改元と、崩御による時代の変化ではないので自粛ムードはなく、新時代の始まりという心理的解放感が良い刺激となり、消費税の引上げまでは、上向き傾向になると思われる。
		観光型ホテル（支配人）	・2～3か月後は月ずれによる大型案件の受注という要素もあるが、他にも受注しており、特に宿泊宴会が前年同期比で1割強の伸びをみせているため、やや良くなるとみている。新年度のスタートダッシュに期待したい。
		旅行代理店（経営者）	・大型連休を前に、徐々に予約が増えてきたように感じる。
		旅行代理店（経営者）	・平成も終わり、新しい時代が来るということで、景気が良くなると思う。
		旅行代理店（経営者）	・改元に便乗した各地でのイベントやキャンペーンなどが始まれば、旅の計画も増えそうに感じる。当地区では新たな航空会社の新路線増便により、各国へのレジャーやビジネス客が期待されている。
		旅行代理店（営業担当）	・イベントの多い年のため、少なくとも2020年までは好ムードな市場となりそうである。台風などの不可抗力的な要素の影響が心配である。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの10連休、東海北陸自動車道の4車線開通がプラス要因になる。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・全国的に鉄道各社が企画列車を立案し実施しているなか、当社でも既存の観光列車や新企画のラッピングなどへの取材を受けており、その反響を期待する。
		美容室（経営者）	・12月ほどではないが6月頃になると、3月にパーマを掛けた客の髪の毛が伸びて来店するため、12月ほどの来客数ではなくても、良くなると思われる。
		美顔美容室（経営者）	・4月からキャンペーンが始まるので新規客が見込め、商品の販売につながる。
		美容室（経営者）	・ゴールデンウィークが10連休の人が多いため、出掛ける前に来店する客も増えてくると思われ、今よりも少し良くなると思う。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・個人住宅の新築物件や企業工場の設備拡充工事など、2か月先に施工となる物件を既に受注している。
		商店街（代表者）	・相変わらず、会社関係の仕事が増えてきていないところが懸念される。
		商店街（代表者）	・消費税引上げ前の駆け込み需要も余り見込めない。売上増加が期待できる要素は何もない。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークは、レジャーの方に金を使うので、余り消費の方には向かないと思われる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・余り良くなる原因もないので、このままで推移していくのではないかと思う。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・やはり当地方は景気が悪い。いつも記述しているように、市内の商店街が消えていく。商売の後継者がいないし大手の有名店舗も入ってこない。駅前再開で数年先に当地方の景気が良くなれば良いが、今から余り期待されていない。これから工事に入ると、ますます落ち込むのではと思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・3か月先を考えるに当たって、新しい元号で売上が上向いていくことを期待したい。しかし、現実面から考えると、個人客、法人客共に堅実な経営、つまり、無駄遣いを防止して使うところには使うが控えるところは控える。したがって、今の状況がしばらくは続くと思う。気持ち的には伸ばしていきたい。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・国内外の景気に関しても、政治面に関しても、非常に不安定な要素が多過ぎて、先行きが見通せない。
		百貨店(売場主任)	・今月は、大学の入学式用の靴を買いに来る家族客や、友達と来て一緒に買物する高校生がいるが、売上は今一つ伸び悩んでいる。靴のメーカーも在庫を余り持たないので、在庫切れが発生して、売上には厳しい状況である。
		百貨店(経理担当)	・企業業績と雇用、所得環境の悪化が景気の更なる悪化をもたらす一方で、消費税の引上げに伴う駆け込み需要が盛り上がりを見せるため、結果として景気は現状と変わらないと考える。
		百貨店(販売担当)	・ゴールデンウィークの10連休、消費税引上げ前の駆け込みがあり、需要はある程度期待できる。しかし、期待できるとはいえ一時的なものであり、継続して良くなるとはいえない。
		スーパー(経営者)	・新元号に伴う効果に期待したい。
		スーパー(店長)	・食品業界各社の値上げの実施により、家庭にはかなりの負担が掛かってくると感じる。客単価は上がるかもしれないが、買上点数は減少傾向に向かう。
		スーパー(総務)	・前月より少しは上向きになっているが、売上は前年並みとなっている。ただし、客単価のアップにより保っている点が多いと思う。
		スーパー(販売担当)	・この3か月では、良くなる材料があると思えない。
		スーパー(ブロック長)	・ガソリン価格の高騰や数々の食料品の値上がりがあり、良い材料が見当たらない。
		コンビニ(企画担当)	・東京オリンピックや春からのメーカーの値上げで、横ばいは確保できるのではと見込む。
		コンビニ(企画担当)	・同じ傾向が続いており特に変化する要因もないため、この状況が継続すると思われる。
		コンビニ(エリア担当)	・重点管理商品である米飯類の減少分は、ベーカリーやデザートなどのリニューアルで何とかカバーできている。エリア商品の米飯類の販売を強化する。
		コンビニ(エリア担当)	・今月は良かったが理由が余り分かっていない。前年と比べて少し天候も悪く、これからは伸びるかというところは考えられない。おにぎりや弁当等の主力商品の動きは相変わらずさえないので、しばらくは横ばいでいくと思われる。
		衣料品専門店(経営者)	・シーズン中に来店して必ず買ってくれるなじみ客次第で売上が大きく変わる商売を今まで続けていたが、そういう客が1人ずつ欠けている。
		衣料品専門店(販売企画担当)	・一部の客が好調で、業者間の取引が動き始めている。
		家電量販店(店員)	・来客数の動向が直近をみても上向き傾向にないため安心できない状況で、今後、回復基調にあるとはとても思えない。英国のEU離脱問題や米中の関税問題で世界情勢が良くなる傾向には余りない。
		家電量販店(フランチャイズ経営者)	・大型連休も控えており、家電製品に掛ける金はそれほど多くならないのではないかと見込む。改元のお祝い特需に期待したい。
		乗用車販売店(営業担当)	・株価の伸び悩みやいろいろな物の値上がりもあり、賃上げは今年も期待できるが、景気が良くなる実感が無い。
		乗用車販売店(経営者)	・企業業績は前年ほどでなく、4月の賃上げムードも前年ほどの盛り上がりはない。
		乗用車販売店(経営者)	・業種によっては10連休の恩恵があるが、当店には関係ない。
		乗用車販売店(従業員)	・これから新入社員を迎え、さらに改元や10連休と新しい環境を迎える。新型車種の販売もあり気分を一新し、客との接触を増やしていきたい。

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
		乗用車販売店（従業員）	・決算期も終わりで市場は小さくなるが、4月に新型車種の発表もあり前年以上の販売台数は見込める。また、消費税引上げ前の駆け込み受注も出てくると思われる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後も新型車種が今年投入されるので、販売量は期待できると思う。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年4月は落ち込む月だが、改元に合わせた買換えがあるのではと思う。通常とは違う4～5月になるのではと見込む。
		住関連専門店（営業担当）	・民間の設備投資については、先がみえず景気の縮小が予想されるなかで慎重になっている。また、個人の新築住宅、大規模改修やリフォームなどについても、過去の消費税引上げのような大きな変動や客の動きがみられない。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる様子が見当たらない。
		一般レストラン（従業員）	・消費税の引上げ前で買い控えの傾向がみられる。
		スナック（経営者）	・連休から秋の消費税引上げと、全く売上には期待ができないと考えている。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・2～3か月先は変わらないと思われるが、消費税引上げの影響がどの程度あるのか不安である。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと判断する。
		旅行代理店（経営者）	・客の動向が非常に緩やかで、つかみどころがない。
		タクシー運転手	・長い間、街の中の繁華街も人出が少ない。遊びに来たり飲みに来る人もかなり少なくなり、増えてきてはいないので、まだ変わりがなく、現状がもう少し続くと思う。
		通信会社（企画担当）	・消費税の引上げを控えて沈滞ムードがあるなかで、改元によるお祭りムードでどの程度盛り返せるか。当地では、自動車関連の先行き不透明感から、基本的には節約ムードで推移するものと思われる。
		通信会社（営業担当）	・繁忙期となるはずの年度末であるが、新規の問合せ件数が少ない。通信費用を抑えたいという問合せはある。
		通信会社（サービス担当）	・既にほとんどの家庭が光回線を導入しているの、安い会社へ移行するための解約と新規申込みの繰り返しで、景気は変わらない気がする。
		テーマパーク職員（総務担当）	・今後の状況は不透明である。
		ゴルフ場（支配人）	・5～6月の予約数も各ゴルフ場共順調である。天候が良いと入場者予約数も増えてくる。5月は長い連休をいかに埋めるかが課題となるが、現時点において6月の予約数は好調に推移している。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外情勢が不透明である。
		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今のまま推移する。増税後の反動減が心配である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税引上げの影響も余りなさそうで、横ばい状態が続くと思われる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期が終わり客足は減少する見込みであるが、システム変更で何とか現状維持を図りたい。
		商店街（代表者）	・今年に入ってから販売の不振を感じている、改元で景気が上向けば良いが、5月の連休でレジャー消費に金が回ってしまい、家電の購入にはつながらないのではないかと感じている。
		商店街（代表者）	・客は1本150円の商品を1本買って2人で分け合って食べている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価はじわじわと上がってきているし、消費税の引上げも目前に迫り、ますます余分な物は買わなくなっている。個人消費が落ち込むことは必至である。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・平常期に入り新年度向けの受注が落ち着くと考えられる。
		百貨店（経理担当）	・ゴールデンウィークの10連休は、どちらかといえばマイナスに働くと思われる。

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
		スーパー（経営者）	・6月頃も、生活者は所得が上がり、節約志向になっている。雇用状況は相変わらず人手不足で、経営者は良い人が集まらず困っている。米国、欧州、中国の景気が悪く、我が国の輸出にも影響を与える。社会的には景気が徐々に悪くなっていくと感じる人たちが増え、生活者は、ますます節約志向となり、消費全体として伸びないと思われる。
		スーパー（店員）	・アイスクリームや清涼飲料水の値上げは、企業努力だけでは無理で値段を見直しているが、やはり消費者は敏感で購入が減っている。それを補う材料がないので、しばらくは厳しいと思われる。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数は前年98.7%で、客単価は100%ぎりぎり推移している。このまま客単価、来客数共数字が伸びないと、厳しい結果になる。
		スーパー（経営企画担当）	・しばらくは、近くにオープンしたドラッグストアの影響がある。
		スーパー（商品管理担当）	・春闘も予想どおりで、消費を下支えするほど賃金は上昇していない。
		スーパー（営業企画）	・消費税の引上げが近くなり、消費マインドが下がると思われる。
		コンビニ（店長）	・年明けから売上が減ってきている。統一地方選挙が一段落しないと何ともいえないが、景気の減速を感じるようになった。
		コンビニ（店長）	・日本酒では、高価格の商品が僅かではあるが動いており、二極化の動きも少しはみられるが、売れる商品のほとんどは低価格の商品である。
		コンビニ（店員）	・ゴールデンウィークは行楽や帰省のため来客数が減る。
		コンビニ（商品開発担当）	・4月1日からの生活に関わる商材の値上げを受け、細かなところでの買い控えが起こると見込まれ、じわじわと売上にも響くと考える。
		衣料品専門店（売場担当）	・中国経済への不安、日韓問題や英国のEU離脱問題等、景気悪化につながりそうな要素のみが目立つ。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降は例年そうだが、客の動きは鈍い。ただし、7月以降に新型車種が発売される予定もあるので、やや悪い程度で推移すると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・漠然とであるが、最近ずっと良いので、変わらないか、もしかしたら今よりは悪くなるのではないかと考える。競争相手も、忙しいなりに少し大丈夫かというところもあるので、何となく悪くなるかそのままかを感じる。このままもっと良くなるという楽観はできない。
		乗用車販売店（従業員）	・北朝鮮の問題は、一番大きな問題として将来的に不安な要因になると思う。また、東京オリンピックがもっと盛り上がりつつもよい時期なのに、今一つ盛り上がり欠けるということは、やはり今は景気が良くない方向に向かっているのではないかと思う。
		乗用車販売店（従業員）	・4月に入り、いろいろな物の値上げが発表され、高額商品である自動車には逆風が感じられる。特に点検などの維持費を省略する傾向がみられるので、しばらくは厳しい状況が続くと思われる。
		その他専門店[書籍]（店員）	・今年、新元号が始まるということもあり、10連休の企業も多くあるので、天候にも左右されると思うが、レジャー代の方に流れるのではないかと考えている。
		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2.9%のマイナス、来客数は前年比0.7%のマイナスである。
		高級レストラン（経営企画）	・年度替わりの法令改正、10月の消費税の引上げを控え、節約志向は一層高まり、メリハリのある消費になると思われる。
		一般レストラン（経営者）	・世界を取り巻く経済環境が、米国を始め中国更にはEUと、どこをみても発展要素がない感じである。むしろ、今の体制がいつ極端な方向に崩れていくのか、一般の人々の不安材料になっているのではないかと思う。とりわけ中国の経済問題は大きな要因だと思われる。
		都市型ホテル（経営者）	・先行きの景気の動きが気になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総支配人）	・ゴールデンウィークまでは宿泊予約が積み上がりつつあるが、その後は非常に弱い。アルバイトが集まらず、求人費用や時給が上がり厳しい状況である。
		都市型ホテル（営業担当）	・悪くなる要素が多い。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークになっても海外からの爆買いはなく、値上げが浸透するなかで、ますます必要最小限の物しか購買しない状況が当分続いていく。1コインの500円弁当が600円の2コインになった途端に昼の行列がなくなったことが象徴している。
		旅行代理店（営業担当）	・4月からの物の値上げで、消費は落ちると思われる。余暇に充てていた金を生活費に回したりして、旅行者や旅行計画が減少するのを心配している。旅行代金も値上げに向かう方向ということなので、上期は予断を許さない状況である。
		通信会社（営業担当）	・統一地方選挙等の予定があり、工事調整が難しくなり、少し悪くなると思われる。
		テーマパーク（職員）	・入館者が減っている。
		観光名所（案内係）	・値上げの続く新年度になりそうな気がしている。かなりいろいろいるなところに影響が出てきて、景気が良くなるとはとても考えられない。
		パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制強化により業界全体が薄利多売傾向になり、かつ、客離れが起きている。
		理美容室（経営者）	・いろいろな物の値段が上がって、段々と世の中の景気が悪くなっていくのではないかと思う。
		美容室（経営者）	・やはり人口である。当市は、特に女性の若い人口がどんどん減少して歯止めが利かない。人口が減るということは、景気も良くないのではないか。
		住宅販売会社（従業員）	・3月の反動が出るので少し減少し、ゴールデンウィークで回復を期待する月になる。
		住宅販売会社（従業員）	・外壁塗装などの経年劣化に対応する部分は、定期的なメンテナンスが必要になるが、改装工事は定期的に行うものではないので、1度で満足すると2度目には消極的になってしまう。またここも、という話もあるが、一巡するとなくなるのではないかと不安に思う。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費税の引上げ前に見積りの依頼が増えている。相見積りとは分かっていても期待もしている。厳しい状態が続いている。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・5月の連休後ということで、日常では金を使わない人が多くなると考える。
	×	百貨店（業績管理担当）	・売上が苦戦しているなかで起爆剤となるような改装もなく、現状維持が精一杯である。売上ダウンを経費削減でカバーするため、店の雰囲気も上向かない。
	×	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の6月は非常に停滞している。選挙の関係があるかどうか分からないが、元々、当ホテルは個人よりも団体客の比率が多く、6月に団体客の動きが悪いのは例年同様だが、今年は更に悪くなっている。法人事業や団体事業が弱くなっていると考えざるを得ない。選挙の影響は計り知れないが、何となく飲食とか宿泊に向かわないような動きが始めている気がしている。
	×	理容室（経営者）	・景気の良い話はまるで出ない。余分な金は出さない。
	×	設計事務所（経営者）	・取引会社の組織改編で、確実に設計の案件が激減する。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		食料品製造業（営業担当）	・暖かくなると基本的に毎年受注量が増える傾向である。気温に左右されるが、3月と比べると良くなる傾向にある。
		化学工業（営業担当）	・プラスチック原料価格が値下がりする。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・決算期での残業分で少しだけ良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・客先の会社も適正な価格への変更を進めており、客との交渉でも納得して応じてもらえている。
		通信業（総務担当）	・国内では2025年まで大規模イベントがある。また、この4月の改元発表はイベントとして話題性が大きく、国民にはわくわく感があるため、やや良くなると見込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（法人営業担当）	・東京オリンピックを前に、当地域ではラグビーワールドカップ開催に向けて、企業、消費者共に明るい話題や可能性を感じる話が多くなっており、景気が回復しつつある。
		金融業（従業員）	・製造業に対しても同じようなものだとは思いますが、若干、先行きが少し良いような声をよく聞く。東京オリンピックに向けてか、いろいろな業種、特に建築なども比較的例年に比べると良さげで、かつ、見通しも若干良いという声があった。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・今より景気が良くなるとの情報がないため、受注量、販売量共に大きな変化もなく、このままの状況が続くと思う。
		化学工業（総務秘書）	・新しい春を迎え大手企業を中心に堅調な賃上げが予定されている。改元を迎えおめでたい雰囲気とともに長期連休もある。景気にはプラス方向のトピックがそろっている。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・取引先の中には底を打ったという会社もあるが、全体的には余り明るい話を聞かない。しばらくは現状が続くそうである。
		金属製品製造業（従業員）	・しばらく忙しく、バタバタするが、利益に直結しないところが残念である。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車向けに関しては設備投資の中止や延期が続いており、明るいニュースがない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量が安定推移である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・良化する要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全体的に設備投資が減ってくるなかで、消費税引上げ前の駆け込みの新店等があるので、差引きで今と余り変わらないと思う。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・現時点の受注状況は悪くないが、年度が替わった後については不透明である。英国のEU離脱、米中関係など不安要素もある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状把握している受注残では、工作機械関係、半導体関係、設備投資等についても現状維持が継続されると思われる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・放送通信関連機器の需要は2020年中旬までは衰えないように思われる。ただし、消費税の引上げによる景気の冷え込みが心配である。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・しばらくこのまま続くようである。
		輸送業（経営者）	・10連休を控え荷主との調整に入っているが、確保できる生産力には限りがあり、出荷量を調整してもらえない状況である。
		輸送業（エリア担当）	・燃料価格は単価当たり1円だけ高いが、前年とほぼ一緒である。荷動きもまあまあ動いているので、変わらないと思う。
		輸送業（エリア担当）	・為替変動の見通しと米中貿易の動向から、変わらないと見込む。
		輸送業（役員）	・消費全体はやや落ちている感があるが、10月からの消費税アップの影響もあり景気や消費が下支えされているようで、今後しばらくはこの傾向が続くと思われる。一方で10月以降の消費の落ち込みが心配である。人手不足は改善されることはなく、労働集約型産業として利用者に理解されるよう、今後の物流の在り方が問われる。
		通信業（法人営業担当）	・個人の仕事量には余り増減が感じられない。景気判断に特に注意することは感じられない。
		金融業（企画担当）	・個人投資家は含み益が増えてこない動きづらく、消費にも向かいづらい。個人投資家以外の個人は、所得増加の実感がないと消費に向かいづらい。
		不動産業（経営者）	・4月以降は例年と比較して雨天の日が多くなると予想されており、売上は足元と同様に、前年同期100%以下で推移するとみている。
		広告代理店（制作担当）	・全体的に客からはこれといった引き合いはなく、横ばいの状態が続くと思われる。
		行政書士	・特別な貨物の変化はない。
		公認会計士	・中堅・中小企業の生産性と収益性の向上は、簡単には解決できない。国の政策も必要と思われる。

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
		会計事務所（職員）	・まんべんなく金を使うのではなく、メリハリをつけて使う傾向にある。可処分所得が増えているわけではないので、変わらない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・開発の上流工程なのでシステムエンジニアは事足りている。増員の予定もない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・当社においては、2年後の不況に向けた新製品の開発はほぼ終わり、より良い状態に向けての開発を行う段階になった。現状はまずまずの経営が続く。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費税引上げを控え、消費マインドはますます冷え込むことが予測され、今年度も厳しい見込みと言わざるを得ない。
		化学工業（人事担当）	・景気が悪くなる要因は、国外の要因である。米中関係、英国のEU離脱や中東情勢等がある。もしも米中が良い形で合意できれば景気は上向くかもしれないが、恐らくその可能性は低く、今後、景気は後退局面に入っていくかと思う。
		鉄鋼業（経営者）	・今年の4～6月は特に稼働日が少なく、元々当地区の自動車業界ではこの四半期は受注が伸びない時期でもあり、伸びる要因が考えにくい。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、悪くなると思っている。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・米国と中国の景気が上昇するとは思えない。このまま少しずつ2国が悪化していくと思うので、我が国の景気も悪くなる。
		建設業（役員）	・年度が替わり、ゴールデンウィークの休暇などもあり住宅に関する動きは1～2か月鈍くなるであろう。当社でも供給は抑え、ゴールデンウィーク明けからのプロモーションを強化する。
		建設業（経営者）	・今の我が国では、政治のトップ、公務員のトップに信用ができない。良くなるわけがない。
		輸送業（エリア担当）	・あと1か月余り後に空前絶後の10連休が控えているが、タクシー運転手は、商売あがったりの10連休だといっていた。多くの人が仕事を休むが、観光地に向かうようなレジャーで時間をつぶす人は、それほどいないのではないかと。むしろ、ゆっくりと近場へマイカーで出掛けるというようなケースが多いのではないかと見込まれ、大きくは景気回復に結び付くようなことはないのではないかと。
		不動産業（経営者）	・不動産は人口の集中する場所、特に希少地区以外は低迷すると考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・ネット印刷会社が3月は繁忙期ということで印刷の枚数制限などを行っているが、新聞折込チラシが増加したとは全く感じない。何を印刷して印刷物がどこにいらっているのか全く把握できない。今後も折込チラシは減少していくと感じる。
		会計事務所（職員）	・法人関係で話を聞いたところ、東京オリンピック関係の影響がこの地方では薄いとのことである。公共工事を始め民間でも受注は少ない。
	x	*	*
雇用関連		-	-
(東海)		人材派遣業（営業担当）	・改元需要が継続し、購買意欲の向上が見込まれる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・国内自動車販売数は今後上向きで推移すると予想され、海外輸出も、地域によってばらつきはあるが、おおむね上向きで推移すると見込まれる。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に変化の予兆はない。
		人材派遣会社（企画統括）	・これといった判断材料が見当たらず、不透明である。
		求人情報製作会社（営業）	・中国経済の低迷など、外部要因の国内輸出関連企業の生産への影響が続く。製造業を中心とした雇用は、生産減少に伴う人員余剰感から新規採用を抑制する企業が増えているが、先々の不透明感から需要予測が難しい。
		職業安定所（所長）	・東京オリンピックやリニア中央新幹線関連等は、今のところ堅調であり、産業による温度差はあるが、しばらくは現状の水準が維持されるものと考えられる。
		職業安定所（職員）	・人手不足は解消する兆しはなく、現状維持が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（次長）	・新規求人数は、高水準であるが横ばいで推移しており、大きな変化は見受けられない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・4月は転職希望者が停滞する時期でもあり、5月のゴールデンウィーク明け以降に、登録者の動きが再度活性化してくる見込みである。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は新年度の新入社員登用により一時期落ち着くため、年度末終了から就業希望の人員が余剰となり、不均衡なバランスの余波が出てくる時期となる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今月の就職活動開始時点では、前年同期の大学への求人件数と大差なく、特に今年に限った顕著な変化はみられない。
		人材派遣会社（社員）	・今月が良かった分やや悪くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者は、より条件の良い会社への流動化が進んでいる。企業は、給与改定や交通費支給等をせざるを得ないため、人件費が高騰し、体力のある企業と人件費を抑制せざるを得ない企業とでは採用充足率に格差が生じている。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連企業からは具体的な予算削減の通達はないものの、新年度の途中からでも予算削減は起こりうるという情報も出ており、2～3か月先は景気が悪くなっている可能性がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・世界経済について、先行きがとても不安である。
		職業安定所（次長）	・社会経済情勢の不透明感から、製造業を中心に様子見が広がっているのが懸念される。
		民間職業紹介機関（支社長）	・足元では求人企業の書類選考の通過率が段々と下がっている。

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
	x	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・紹介会社を利用して人もいない状態はまだまだ続きそう で、新聞広告による求人はなくなりそうである。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)		コンビニ(エリア担 当)	・改元やゴールデンウィークの10連休、消費税の引上げ前な ど、消費へのプラス要因が多い。
		一般小売店〔事務用 品〕(店員)	・改元特需と働き方改革法案による関連商品の売上が期待で きる。
		一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・本格的な春の旅行シーズンを迎えるのに加え、ゴールデン ウィークは10連休となる。どんな風になるか想像もつかない が、プラスに動くと考えている。
		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高まり、 ゴールデンウィークの10連休は消費行動が高まると期待して いる。
		コンビニ(店舗管理)	・ゴールデンウィークの10連休のみ期待できる。
		衣料品専門店(店舗運 営)	・来客数ダウンの要因である品ぞろえ不足が解消され、夏季 セールに向けて購買意欲も向上すると考えている。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げ前の駆け込み客がみられる。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げを意識した下見が増えてきていることに加 え、新築需要も増えてきている。
		家電量販店(本部)	・消費税の引上げ前に購入しようという気運の高まりと、家 電エコポイント時に購入した人の買換えサイクルが重なり、 今後消費が上向くと見込んでいる。
		乗用車販売店(従業 員)	・新型車もあり、期待している。
		住関連専門店(役員)	・住宅の契約が3月は顕著に伸びており、数か月後には耐久 消費財への需要が見込まれる。また、消費税の引上げを考慮 した動きが活発になるとみている。
		その他小売〔ショッ ピングセンター〕(統 括)	・現在、全体としては来客数が落ちているが、休業区画での 新規出店等が続くことに加え、ゴールデンウィークの10連休 や消費税の引上げ前の駆け込み需要が始まる時期となるた め、消費が上向いてくると考える。
		観光型旅館(スタッ フ)	・予約保有率について、3月は前年の80%と低迷している が、4月以降は前年を上回ってきている。
		旅行代理店(所長)	・客からの問合せが増加傾向にあり、明るい兆しがある。
		旅行代理店(支店長)	・販売量の増加が見込まれる。
		タクシー運転手	・天候が良くなり、祝日も増え、一層観光客が増えることが 見込まれるため、期待できる。
		タクシー運転手	・統一地方選挙の影響で売上は少し落ちるかもしれないが、 観光やその他の行事でカバーできるとみている。
	その他レジャー施設 〔スポーツクラブ〕 (総支配人)	・通常会員の獲得が難しくなってきたため、新規客を呼 び込みたいと新アイテムを導入し、改装に投資した。4月か ら開始する販促の反応を注視していきたい。	
	商店街(代表者)	・商店街の商業施設で回転寿司店の撤退がある一方、近隣商 店街では3月下旬に寿司かつぱう店が新規開業し、当商店街 では5月に高級和食店が開業するなど、業界動向と景気動向 が一致しない。また、労働時間調整の影響なのか建築資材の 搬入が遅れているとのことで、暖冬にもかかわらず再開ビル の完成が遅れている。先行きが不透明でつかみきれない。	
	商店街(代表者)	・購買意欲が旺盛な台湾人や中国人がやや減少しているの で、売上の大幅な伸びとまではいかない。小口購入が減少す るなかで、高額品やまとめ買いをする客の動向によって売上 が左右される。	
	一般小売店〔精肉〕 (店長)	・3月は天候によって暖かい日は焼肉、寒い日は鍋物という 感じでメリハリがあり良かった。販売量はそこそこ動いた感 じである。	
	百貨店(販売促進担 当)	・新元号発表が間近に迫り、お祝いムードの中でメモリアル 需要が期待されるが、相変わらず慎重な動きである。富裕層 を対象とする高額品は安定しているが、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。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業企画）	・気温が高く推移したことで春物の出足が早かったこと、さらに、5～6月も気温が高い予報となっているため期待しているが、大幅に回復するとは見込めない。
		スーパー（店長）	・悪くなる要素もないが、良くなる要素も見当たらない。
		スーパー（店長）	・来客数の増加は落ち着き始めている。他店への流出がないよう、今は信用や支持をしてもらえるように努めていく。
		スーパー（店舗管理）	・青果物の相場の回復が見込めない上に、春からの値上げが重なることによって、更に件数が減少するのではないかと考える。
		スーパー（統括）	・4月より値上げが始まるが、全体の単価を押し上げるまではいかないと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・人手不足や客の買物に対するシビアさは当面続くと考えるが、自社の強みを生かしてそれを乗り越えるしかない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げ実施動向によるが、駆け込み需要が少し続くともみているので変わらない。
		乗用車販売店（役員）	・上昇する要素がみられず、かといって急激に悪化するとも思われず、しばらくは現状のまま推移するのではないかと考える。
		自動車備品販売店（役員）	・改元などによる特需は自動車業界では期待できず、しわ寄せでダウンするのではと危惧している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が良くなるという兆しがなく、世間の動きもない。とにかくこれ以上悪くならないようにと祈っている。
		高級レストラン（スタッフ）	・花見の時期でフリーの来客数は大きく変わるが、歓迎会などの団体受注は例年並みで推移している。
		一般レストラン（店長）	・雰囲気有余り良くない。
		スナック（経営者）	・経験により大型連休等の後は、客が来店を控えがちになる。また、世界的なマイナス要因などが、心理的に影響すると感じている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・受注状況から宿泊部門は5～6月は回復するようにみえるが、過当競争によりキャンセルが出てくる可能性がある。宴会部門も選挙がある時期は売上が減少するので、回復する要素がない。
		都市型ホテル（役員）	・各部門とも例年と予約状況は変わらず、全館での景気動向は変わらない。ただ、宿泊部門において台湾からの訪日団体の催行状況に一部陰りがあることと、駅前で4月中旬に新規オープンするビジネスホテルの影響が懸念される。
		通信会社（職員）	・ゴールデンウィークの10連休が、プラスマイナスどちらに作用するのか判断しにくい。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話業界の繁忙期は3月一杯で終わるため、販売量は落ち着きを取り戻すと考える。
		競輪場（職員）	・ここ2～3か月の間で、売上等において大きな変化はみられない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築の受注には反動が予想されるが、リフォームの受注はまだまだ期待できる。しかし、受注が施工量を上回った状況であり、人手不足が深刻である。
		住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げによる影響がほとんどなかったため、大きな落ち込みはないとの認識を持っている。
		商店街（代表者）	・前年の大雪の影響からか前年比では良い数字だが、一昨年と比べると今一つという結果が続くそうである。統一地方選挙や参議院選挙、消費税の引上げと、消費に悪い影響を与える行事が続くのが心配である。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・紙やテープ類、ポリプロピレンを始め様々な商材の値上がりが控えており、今でも悪いのに更に悪くなりそうである。
		百貨店（販売担当）	・この秋から客の来店頻度の減少や購入商品単価の下落傾向がある。客の購入に関しても慎重さが増し、必需品も含め支出を吟味している。購買動機を拡大するため低単価商品の品ぞろえを強化しており、より単価ダウンに拍車が掛かる傾向にある。
		スーパー（総務担当）	・今年の春闘の情報では大幅な賃上げが見込めないなかで、公共料金等が増加している。家計を引き締める状況が続き、景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・新幹線特需で、建設に関わる現場の人がほぼ毎日数人来店しているが、少しずつ工事が終わりつつあり、それも減っていく可能性がある。
		一般レストラン（統括）	・外食はゴールデンウィークの10連休に一時的な消費を見込めるが、それ以外に消費が増える要素は見当たらない。そのような状況下で働き方改革による人件費やその他経費の増加が進み、売価を改定せざるを得ない。売上高や来客数の減少リスクが極めて高い状況が続く。
		通信会社（役員）	・4～5月は長期休暇があり、主に個人宅を訪問する営業活動は例年に比べ停滞する可能性がある。そのため大きな伸びは期待できない。
		通信会社（営業担当）	・料金プランの改定などが予想されるため想定しづらいが、来客数は伸びると考える。
		通信会社（役員）	・商戦期が終わり例年契約数が一段落する時期であり、今年はゴールデンウィークの10連休により、更に契約が落ち込むと考える。
		テーマパーク（役員）	・ゴールデンウィークの10連休など好材料もあり、客の動きはやや良くなるとみている。
		美容室（経営者）	・国際情勢や株価など、余りに悪い報道が多すぎて消費者が委縮している。
		住宅販売会社（従業員）	・10月前に完成する工事が消費税8%の対象であり、4月以降に若干の駆け込み需要があると考えるが、大きな工事だと10月までに仕上げられない。どの建築業者も職人が足りない状況であり、今後は仕事をこなすことに注力しなければならない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げの駆け込み需要に一段落がきて、客の動きが鈍るとみている。
	x	-	-
企業 動向 関連 (北陸)		精密機械器具製造業（役員）	・生産計画において、今後少なくとも半年程度はそれなりに高い水準で推移することを見込んでいる。
		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）	・国内においては受注量は大きく変わらない見込みである。しかし、中国市場の減速の影響を一部の国内企業が受け始めており、それが波及してくると雇用環境や資材価格等への影響が懸念される。
		建設業（経営者）	・従来どおり新年度工事の発注が4～5月に少なければ、手持ち工事の消化で人員のやりくりを何とかする状況である。
		建設業（役員）	・現状の受注状況について足元は安定しており、短期間では変わらないと考えているが、先行きについては不透明である。
		通信業（営業）	・受注が安定しており、客からの値下げ要求もみられないため変わらないとみる。
		金融業（融資担当）	・新幹線効果の持続もあって、飲食店や観光関連業からは出店資金の申し出が従来以上に出てきており、当面は業績伸長が期待できる。一方で、人手不足の深刻さは一朝一夕には解決せず、今後の着工件数等に影響が出る可能性を取引先との会話の中で感じる。
		不動産業（経営者）	・現在の動きが少し良くなってきているので、この状態が2～3か月続くのではないかと考える。
		司法書士	・事業用資金、住宅資金共に金利が低い。特に事業用資金についてはこれまでにない低金利で、融資案件が増えるのではないかとみている。
		食料品製造業（経営企画）	・単純に言って、好材料と呼べるものがほとんど見当たらないのが実情である。
		繊維工業（経営者）	・先行きは全く不透明である。全体からみると業種や用途によって、先行きがまだら模様である。
		金属製品製造業（経営者）	・当社の販売先で、売上が失速する会社がみられる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・米中貿易摩擦の影響や英国のEU離脱問題で設備投資意欲が落ちている。国内に関しては、補助金を念頭において投資を控えていると考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（融資担当）	・飲食店は送別会などの3月の売上が例年より悪い様子である。消費税の引上げに備えて、消費者が支出を控えている。消費税の引上げが近づくにつれて顕著になりそうである。
		税理士（所長）	・中国経済の減速が影響している。賃金については中小企業や若い従業員を中心に行き渡っていない感じがする。消費者からの値引き要請が一般店に迫ってくるなかで今年は消費税の引上げとなることから、需要が冷え込むのではないかと懸念と、値引きの負のスパイラルが起こるのではないかと心配がある。新年度の始まりは案件が少ないことから、中小企業は少し厳しいのではないかと感じる。
	x	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・3月の前年同月比も大きく下回った。特に携帯電話のチラシ出稿が激減している。この先も紙の価格高騰と出荷制限で、チラシの出稿が業種を問わず苦戦するとみている。
雇用 関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社（役員）	・新採用の時期でもあり、企業からの需要は少ない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用が生まれる話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人材確保によって企業経営が支えられている。従業員数が増えないことには発注があっても受注できない。
		職業安定所（職員）	・減少がみられた製造業においては、1社でまとまった数の求人が減少している事業所は少なく、製造業全体としての手控え傾向からまとまった数の減少につながったのではないかと考えている。製造業に関しては今後の推移に注意したい。建設業や運輸業、医療福祉業は、引き続き根強い人手不足を訴えている。3月においては、運輸業では東京オリンピック関係の工材等の運送や、医療、健康食品、化粧品のパッケージなどの動きが活発であることから、当地全体としての業況としては変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・人手不足はまだ続くので、不足している分の労働力は退職予定者の継続雇用など条件を広げて幅広く選択せざるを得ない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・変わらず採用活動は活発に見受けられるが、企業の採用基準は下がっていないように感じる。
		-	-
	x	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		コンビニ（経営者）	・近くに大型ショッピングセンターができる。
		コンビニ（店員）	・来客数、客単価共に良い状態が続いているので、しばらくは、この状況から悪化することはない。
(近畿)		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で服を脱ぐため、寒い時期は来客数が減り、暖かくなってくると増える傾向にある。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・3月末～4月にかけては受注の予定もあり、販促イベントも予定しているため、良くなる可能性が高い。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・4月は気候が良くなり、人の動きも3月と同様に活発となることで、贈答品の売上は伸びると期待している。
		百貨店（売場主任）	・新たな元号の下、消費税増税までは国内消費は堅調に推移すると予想している。
		百貨店（営業担当）	・改元のほか、消費税率の引上げも迫っているため、美術品や海外高級ブランド品に対する引き合いが増えてくる。
		百貨店（販促担当）	・ラグビーワールドカップが始まるほか、東京オリンピックの1年前ということで、スポーツイベントの華やかな雰囲気により気分が高揚し、消費も良い方向に向かうことが期待される。また、秋の消費税増税を強く意識する時期になり、夏物商材を今年のうちに買っておく動きが期待できる。その際、今買えばお買得といった、消費意欲を喚起する商材の提案が鍵になる。

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
		百貨店（外商担当）	・5月1日の改元や6月下旬の大阪でのG20など、通常にはないイベントが行われることで、消費者の心理が高揚し、購買意欲の上昇につながると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・改元に伴い、消費意欲が高まる。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーマシンが新調され、コーヒー類の売上が更に増加しそうである。それに伴い、パンや菓子類の売上増も見込まれ、客単価の更なる上昇が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・プラスワン商材のお総菜のコーナーが好評であり、更に品ぞろえも増えつつある。男女問わず、購入がみられるため、今後も伸びていく。
		コンビニ（店員）	・例年どおり、気温が上昇すると来客数は多くなる。
		衣料品専門店（店長）	・気候に左右される業態であり、今月は朝晩の気温の低い日が続いていたが、来月からは気候も持ち直す。また、消費税増税前の駆け込み需要が出てくることも期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツやジャケット、シャツなどの、複数点のまとめ買いが多い。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が更に加速し、販売量がより一層増えると期待している。
		家電量販店（企画担当）	・2009年度に実施された家電エコポイント制度から10年が経過し、買換えが予測される。また、今年10月から太陽光発電の固定価格買取制度が順次終了するため、蓄電池の購入や、自動車での蓄電の動きが、電気自動車の普及とともに加速していくと予想される。
		住関連専門店（店長）	・今の好調が、消費税の引上げ前の駆け込み需要が原因とすれば、夏頃までは好調が期待できる。ただし、利益の回復につながるかどうかは、慎重に見極める必要があり、楽観視はできない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今年是比较的温暖的気候のため、量販店の動きも良くなっている。
		観光型旅館（団体役員）	・5月の連休での予約が、ほぼ満室に近づいている。天候に左右される要素はあるが、期待は大きい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は価格の見直しを行ったが、例年どおりの予約であり、増益が見込まれる。食堂部門も、平日は満席になったり空席が目立ったりと不安定な面もあるが、Web経由での先行予約も入ってきており、前年比ではプラスと予想している。一方、客室部門は梅田地区の単価や稼働率が軒並み下がっており、当ホテル周辺も同じ状況となっている。価格だけの問題ではなさそうであるが、海外の予約サイトも含めて販売方法を見直すことで、増収が見込まれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この1～2年で、大阪市内では新規ホテルの開業によって約1万室増えている。現状では、従来の予約ルートなどに大きな影響は出ておらず、宿泊団体や宴会の先行予約も順調である。ただし、新規ホテルの認知が上がってくると、影響は避けられない。
		都市型ホテル（客室担当）	・このまま訪日外国人の増加は続くほか、ゴールデンウィークの10連休やG20サミットの開催もあるため、期待できる。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊部門の3か月先の予約状況については、客室単価は前年を下回っているが、売上ベースでは前年を上回っている。また、宴会の予約についても、前年を上回っている。
		旅行代理店（店長）	・改元を1つのきっかけに、ゴールデンウィークの10連休もあるため、消費者の気持ちが前向きになっている。
		旅行代理店（役員）	・大型連休や3連休が多く、家族旅行や三世代の旅行需要が増えつつある。今後もこの動きは加速すると予想される。
		タクシー運転手	・年度替わりでの利用に加え、観光シーズンにも入ることで、利用率が上がる。
		通信会社（社員）	・4Kテレビへの買換え需要が増えているほか、高齢者のスマートフォンの買換えも増加している。また、自宅のブロードバンドを光回線にするケースも増えている。
		通信会社（企画担当）	・新年度で取引先の予算が増えるため、販売機会も増える。
		遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークの10連休は、不透明な部分はあるものの、消費全体としてはプラスの効果が大きい。
		競輪場（職員）	・G1レースの開催があり、客単価は上昇傾向となる。ただし、様々な物価が値上がりするため、大幅には上がらない。

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
		競艇場（職員）	・引き続き電話投票が好調で、全国発売のSG、G1競走の売上が伸びている。この電話投票の好調は、しばらくは続くと考えている。
		商店街（代表者）	・10年以上もデフレが続いており、今後も変わりそうにない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・来月から食品を始めとして、生活に密着する商品の値上げが決まっている。それに比べて年金はもちろん、給料が上がったという話はほとんどないため、生活に余裕が出ることは望めない。特に、アルバイトやパートの厳しい状況を聞いてみると、景気は決して良くならない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年は4月末からの10連休などの大型イベントに期待しており、事前の販促計画にも大きな経費を掛けている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・景気に関しては、この先も良くなる要因が何もない。短期的な材料はあっても、根本から変化するような要素は何もないため、自社で客に働きかけ、動きを作っていくしかないと考えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・元号は新しくなるが、新しくなったからといって景気が上向くとは思えず、消費者からも特に関心のある様子は見られない。一方、大阪の今後を心配する声は多く聞かれるが、数か月後に景気は変化するとは感じられない。
		一般小売店〔自転車〕（店長）	・新生活関連で、通勤や通学用の自転車の相談に訪れる客が少ない。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・近隣に同業他社の店舗がオープンする。その店では低価格品の販売やレンタルを行うようで、当店とは取扱商品が違うものの、同じ呉服店ということで客が流れそうである。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドの売上を拡大させる、効果的な施策が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・販売量は増えているため、今後期待しているものの、どうなるかは非常に微妙な状況となっている。
		百貨店（企画担当）	・外交問題や災害による悪化がなければ、現在のような、国内客の売上のマイナスを外国人売上でカバーする傾向が続くと予想している。
		百貨店（営業担当）	・政府統計をみても景況が改善しているとは言い難く、足元の消費者の動きも活発化していない。10連休によって一時的に消費は改善するものの、長くは続かない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の開始までは、現状のままで推移する。以前の消費税増税時と比べて、客からの問合せもないため、混乱なく導入されそうである。駆け込み需要の影響で、増税後は一時的な買い控えもあるが、業績への大きな影響はない。
		百貨店（サービス担当）	・来月からはショップの入替えや見直しを行う予定である。売上などの状況は大きく変わらないが、海外の観光客の動向次第では変化が出てくる。
		百貨店（販売推進担当）	・消費税増税の駆け込み需要もあるため、当面、国内需要は順調に推移するものの、インバウンドの動向次第で大きく変わるため、予断を許さない状況である。
		百貨店（商品担当）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴う連休を控え、消費はレジャーやサービスに流れる見込みである。小売業界は、来店客の獲得のための対策に知恵を絞っている一方、統一地方選挙による減速は避けられないため、やや厳しい見通しである。
		百貨店（宣伝担当）	・春夏物商材の最需要期と、ゴールデンウィーク商戦に向けた施策を多数仕掛けているが、大型連休で国内外の旅行に行く人が増えるほか、G20サミットに伴う交通規制の影響もあり、楽観視はできない。
		百貨店（特選担当）	・1月にインバウンドの来客数、売上が減少したのを除き、今月の傾向が続いているため、しばらくは今の状態が継続しそうである。
		スーパー（経営者）	・改元やゴールデンウィークの10連休は、仕掛け次第で消費がかなり盛り上がる。ただし、英国のEU離脱問題や、米中貿易摩擦の改善など、海外情勢の好転がなければ、間違いなく消費マインドは悪化する。今月からの乳飲料や乳製品、塩、基礎調味料などの相次ぐ値上げも、財布のひもを固くすると予想され、母の日以降の消費について非常に懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・チラシによる販促エリアを拡大したところ、客に反応があったため、今後の戦略を見直していく。やや悪いという予測から、変わらないという状況までは改善しそつである。
		スーパー（店長）	・改元やゴールデンウィーク、消費税増税前の駆け込み需要が予想されるが、景気の後退局面入りの不安に加え、4月の賃金のベースアップも低水準となりそつである。可処分所得が上がらない状況で、大きなプラス要因となるかは判断が難しい。
		スーパー（店長）	・大阪の選挙の結果によって、動きがあるかもしれないが、そのほかに変化の材料が見当たらない。
		スーパー（店員）	・まだ野菜価格は安い状態が続くほか、大型連休に入っても、連休と関係がない高齢者は毎日買物に来るため、余り変わらない。
		スーパー（企画担当）	・外部環境の変化がなく、5%程度の前年割れが続くと予想される。
		スーパー（企画担当）	・競合対策として、チラシの強化やエブリデー・ロー・プライスを導入し、集客の増加を図る。売上は一定の増加が見込まれるが、利益は減少が予想されるため、販売点数を増やすことで粗利の確保を狙う。
		スーパー（開発担当）	・景気の良くなる要素がない。
		コンビニ（店長）	・消費税率が上がるまでは、特に売上などに変化はない。
		コンビニ（店員）	・景気の上昇につながる材料が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・決算時期と同様の特典があるため、今後も変わらず推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・車検や一般整備の入庫台数は増加しているが、車両の販売は低迷している。
		乗用車販売店（販売担当）	・お祝いムードも一旦落ち着いている。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の増税も控えているため、様子見が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の影響が懸念されるが、嗜好品としての車種を扱っているため、よく考えて購入を検討する客が多いと感じる。
		住関連専門店（店員）	・特に良くなる要素がない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・ドラッグストア業界は同業他社による出店が多いほか、異業種との商品の競合もあり、依然として厳しい競争が続いている。既存店の改装などで地域密着の品ぞろえを増やし、売上を維持していく。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米国と中国の貿易摩擦の行方次第で、客の消費意欲や株価が変動するため、注意が必要である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大型連休に向けて消費を控える動きが、集客や販売に影響を及ぼしそつである。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税率の据置きがあったとしても、消費が一時的に回復するだけである。株価が大幅に上昇するなど、景況感が大きく変わらない限り、景気に変化はない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィーク中も忙しくなりそつである。
		一般レストラン（店員）	・春休みに入って家族連れが増え、売上が伸びている。ゴールデンウィークに入るため、この動きが続きそつである。
		一般レストラン（経理担当）	・良くなる材料が見当たらない。良くなるとしても、一部の地域や一部の業種のみである。
		一般レストラン（企画）	・天候や気温のほか、季節要因によって変動しているが、既存店の来客数は前年の水準を継続的に上回っている。安定しているが、更なるプラス材料は見当たらない。また、客の価格に対する目は、更に厳しくなっている。
		観光型ホテル（経営者）	・4～5月の予約では、大型連休の期間は順調に入っているが、それを除くとまだまだこれからの動き次第である。ただし、最近では実際の動きが良いため、期待はできる。
		観光型旅館（経営者）	・10連休などの見通しが立たない。
		都市型ホテル（管理担当）	・ゴールデンウィークの10連休には期待しているが、順調に予約が伸びているのは、前半部分と後半部分に偏り、その間の4月30日～5月2日は伸び悩んでいる。また、改元の時期であり、イベントなどでの盛り上がり期待しているが、その後の反動も気になるところである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（支店長）	・夏休みもお盆の日並ひが良く、連休になる会社が多いと予想されるが、ゴールデンウィークと同様に、客の動きにつながるまでには時間が掛かる。
		タクシー運転手	・大阪万博関連の企業による、ハイヤー予約などを期待していたが、ほぼ横ばいの状況である。
		タクシー運転手	・今の状態が続く。
		タクシー運転手	・これから暖かい季節となり、野外での行事も増える。乗車回数も多少は増えると予想されるが、全体では横ばいの状態が続く。
		通信会社（経営者）	・東京オリンピックや大阪万博関連の動きもあり、京都の建設業は活況となっているが、人手不足と世界景気の先行きが不安材料である。
		観光名所（企画担当）	・現状はインバウンド頼みの部分がある。このまま維持していくと同時に、来場者のベースとなる国内客へのPRも強化していく。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・コンサートなどのイベント開催は順調であるが、人手不足の問題や消費税率の引上げなどが、今後どのように影響するかは不透明である。景気には多少なりともマイナスに作用しそうである。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球のシーズンとなるほか、5月には家族向けのイベントや多くのコンサートが開催されるため、若年層を中心に多数の来場者が予想される。
		その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・受講する教科数や、入会者の増加がなかなか見込めない。
		住宅販売会社 (従業員)	・ここ数年、新築マンション価格は上昇傾向にあったが、販売状況が芳しくない。デベロッパーは販売価格を慎重に決定するようになってきているため、現状の売行きが大きく変わる要素は見当たらない。
		住宅販売会社 (総務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の影響もあり、少し落ち込むものの、全体としては現状のままとなる。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・3月は消費税増税の駆け込み需要を期待したが、増税後も支援策が充実しているという、政府のアナウンスが効き過ぎて、駆け込み需要はほとんどみられなかった。今後もその傾向は変わらない。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・不動産価格の上昇が続いていることから、実需層の購入意欲は高まる気配がない。
		一般小売店 [花] (経営者)	・ゴールデンウィークの影響で得意先も休みになり、売上が減少する。一般客の注文も減少するため、経費などを考えて、当社も連休にすることにしている。
		百貨店 (売場主任)	・インバウンド需要は、中国の電子商取引法の施行で不透明になっている。また、世界経済が不安定であり、今まで売上を支えてきた需要には期待できない可能性がある。国内客は、中間層の消費が引き続き芳しい状態ではなく、景気が上向く要素に欠ける。また、アパレルの更なる落ち込みも予測される。
		百貨店 (企画担当)	・世界経済の不安定感や株価の乱高下など、消費に対するマイナス要因が継続している。
		百貨店 (マネージャー)	・気温の低い日が続き、春物衣類の動きが悪い。株価も一時2万1千円を割り込むなど不安定な動きをみせ、高額品の動きもやや悪い。
		百貨店 (売場マネージャー)	・4月はゴールデンウィーク前の商戦に期待できるが、ゴールデンウィーク後の5月中旬以降は、消費税増税や景気減速感などでデフレマインドが強まる可能性が高い。先行きの不透明感も強いいため、積極的な消費は期待できない。
		百貨店 (営業企画)	・インバウンドは復調しているが、景気は転換期を迎えつつあるほか、消費税の引上げも控えているなど、個人消費を取り巻く環境は厳しい。
		百貨店 (マネージャー)	・中国経済の減速や米中貿易摩擦など、海外情勢に不安がある。また、消費者の間で消費税増税を意識した購買の動きがより鮮明となり、守りの消費が目立ってきている。その結果、消費の分野や場面についての二極化が進み、コストパフォーマンスを重視した消費が増えると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・車で約1時間ぐらゐの場所に大型ディスカウントストアが出店して以降、週末の来店が減ったり、買い置きできる商品の売上が落ち込んだりしている。やはり客は安売りに流れる傾向がある。
		スーパー（店長）	・当店の隣に食品スーパーが4月末に出店予定であり、更に苦戦することが予想される。
		スーパー（店長）	・英国のEU離脱問題や米中間の貿易摩擦、主要国の景気減速などで、先行きの不透明感が強い。さらに、冷夏の予報により、季節商材の動きは鈍くなりそうである。
		スーパー（管理担当）	・10連休などが控えているが、消費動向も読めず、爆発的に消費が活発になるとは思えない。
		スーパー（社員）	・消費税増税が控えていることで、既に客が支出を抑える傾向がみられる。さらに、今春は食品メーカーによる値上げが例年以上に多く発表されているため、しばらく消費は抑制気味に推移しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・4月は3月よりも悪くなる。4月は10連休にお金を使うため、洋服には回らないほか、主婦は自分の物は辛抱しようとする傾向にある。
		家電量販店（人事担当）	・新元号の施行による改元セールに期待しているが、ゴールデンウィークの10連休などは、行楽に消費が集中する可能性が高い。
		乗用車販売店（経営者）	・政府が発表する数字ほど、実体経済は良くない。
		乗用車販売店（経営者）	・年度末でもこの仕事量であるため、4～5月は見込みがない。ゴールデンウィークも混雑するだけで、仕事にはならない気がする。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・結局、デフレスパイラルから抜け出すことは難しいのかもしれない。一度安い物を買ってしまうと、その値段に下がるまでは買い控えるほか、クーポン券がなければ、ついで買いもなくなる。春の新商品の動きも悪いいため、余り期待できない。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・地域的に高齢者が多いため、4月の出費を抑え、ゴールデンウィークの10連休での出費に備えている。
		高級レストラン（企画）	・ゴールデンウィークの予約状況は前年を上回っているが、連休明けはインバウンドの個人客を中心に、前年よりも不調となっている。
		一般レストラン（経営者）	・今年のゴールデンウィークは10日間であるため、オフィス街での売上は激減が予想される。また、G20サミットの開催でも、交通規制による来客の減少が予想される。
		一般レストラン（経営者）	・10連休などの大型の休みがあるため、外食に対しては、消費者の財布のひもは固くなりそうである。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・値上げが徐々に進んでおり、10連休も用事がなければ、それほど魅力的ではない。国内での消費増を期待するならば、3連休の方が効果は出そうである。
		観光型ホテル（経営者）	・世界経済の情勢からみても、日本経済が今後良くなる兆候はほとんど見当たらない。
		都市型ホテル（管理担当）	・関西国際空港の閉鎖以来、来客数の動きは大きく盛り返すことのない状態が続いている。
		旅行代理店（営業担当）	・夏休み次第ではあるが、日用品や食料品を中心とした値上げもあり、今の好調な勢いを維持することは厳しいと感じている。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税が実施されるのであれば、消費は縮小し、景気は後退する。過去の歴史から、経済政策の失敗は必ず社会の混乱を招く。
		美容室（店員）	・大型連休により、客が分散する可能性が高い。
		住宅販売会社（経営者）	・建築、土木などのインフラ整備で、少し景気は良くなってきたと感じていたが、なかなか一般家庭の所得は上がらないのが現状で、今後は厳しくなると考えられる。
		住宅販売会社（経営者）	・ホテル関連の需要に支えられてきた土地の取引も、ホテルが飽和状態となり、既に地価の下落が始まったといってもよい。公示地価の公表により、各地で値上がりしていると錯覚しがちだが、あくまでも前年の数値であることを忘れてはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他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は一段と厳しくなり、消費動向も下降気味になると予想される。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・春からは、当社の担当エリアに同業他社が参入してくる。実際に始まらないと分からないが、売上減はやむを得ない。
	×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・大手はともかく、中小の個人店舗はますます厳しい状況に追い込まれている。景気が回復してきたといわれた時も大して上向いていなかったが、世界的に景気後退するような雰囲気も出てきている。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・先の予約件数が例年に比べて減少しており、客単価も落ちている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・統一地方選挙や参議院選挙の影響が出る。また、消費税増税への対応が進み始める。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・従来の仕事に加え、新たな取引先が増えるため、今後は利益が増えていく。
		通信業（管理担当）	・新年度に元号が変わり、その先にはゴールデンウィークもあるため、景気は一気に上向くと考えられる。
		食料品製造業（従業員）	・一部の店舗では他社製品を安売りし、利益、売上共に減少したため、再び当社の製品に戻りつつある。大型連休もあり、微増ではあるものの、売上は伸びていくと予想される。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新元号関連の印刷物や、消費税増税に合わせた印刷物が増加し、若干は受注量が増えそうである。
		化学工業（経営者）	・新規案件の話が幾つも入ってきているため、少しは景気が上向く。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・新元号の施行により、関連する需要が活発になる。
		輸送業（商品管理担当）	・毎年4～5月は、繁忙期で出荷量が増える。
		輸送業（営業担当）	・引っ越しの時期が先送りとなっているため、売上は増えそうである。
		金融業（営業担当）	・量的な拡大傾向が少しずつ進んでおり、単価も上昇傾向にある。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・1～2月が悪過ぎたため、折込件数や折込収入は例年の水準に戻りつつある。
		経営コンサルタント	・まだまだ建設関連は伸びそうである。ただし、資材の高騰、人手不足は既に顕著となっている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・来月には新元号が発表される。天皇陛下の崩御とは異なり、祝賀ブームによる影響が少なからず期待できる。
		繊維工業（総務担当）	・メーカーが消費者向けの催事に参加し、販売するケースが増えている。中間の問題屋による販売が減少しているため、社員1人当たりの日々の販売金額が伸びない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・仕事内容に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは、特に変化するような情報はない。
		化学工業（企画担当）	・連休で消費は一時的に回復するものの、その後は消費低迷期に突入する。
		化学工業（管理担当）	・客からの発注見込み量が低迷したままである。一方、化学品の原材料価格の上昇は、一息ついた感がある。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・催事を除いた月次での動きには変化もみられるが、四半期での実績は変わらない。目新しい案件はあるが、立ち上がるまでにはもう少し時間が掛かる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶の製造では、景気の良い話は出てこない。求人難が大きな問題となっている。
		金属製品製造業（経営者）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴う、大型連休はあるが、受注量に大きな変化はない。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・収入の増加が見込めない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少ないまま、横ばいで推移する。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷が依然として続いている。中小零細企業にとっては、景気の回復を実感できない状態が続いている。	
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・受注量は例年と変わらないため、今の状態が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・受注は今のままで大きく変わらずに推移すると予想される。一方、再生可能エネルギーの固定買取制度の一部終了や、土壌汚染対策法の改正といった制度の変更もあるため、その影響がどうなるかは不透明である。
		建設業（経営者）	・現状でも監理技術者や技能労務者が不足するなか、今後の働き方改革により、工期の厳しい作業所では工事の遅延も予想される。官庁関係の工事はもちろんであるが、民間工事も、働き方改革を反映した工期の設定や、適正な経費を盛り込んだ発注が望まれる。
		輸送業（営業担当）	・人手不足を解消するための値上げや荷物量の削減が、この2年間で定着してきた。今の価格では営業活動ができないが、現状を維持しながら人材確保を進めていく。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・野党の認識不足が恨めしい。有権者はもっと経済と政治の結び付きを認識すべき。野党議員に大きな顔をさせている間は、本当の意味で日本の好景気を実感することはないと、最近思うようになっていく。
		金融業（副支店長）	・今後の見通しについてヒアリングしても、受注が増加しそうな話がなかなかない。
		広告代理店（企画担当）	・ゴールデンウィーク後は需要が減り、落ち込むことが予想される。
		広告代理店（営業担当）	・売上の前年比が、ここ数か月は100%前後で推移している。
		司法書士	・改元により、一時的な動きは一部で出てくるものの、今の状態が当分続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・かなり動きが落ち着いている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・19年度も照明器具に関する補助金があるようで、業況はその内容次第となる。
		食料品製造業（経理担当）	・給料の改善の動きは少なく、食品などの値上げで生活は厳しくなる。
		食料品製造業（営業担当）	・4月以降、大型容器の飲料水が値上がりしていくため、売上はかなり減る。
		繊維工業（総務担当）	・主力製品である靴下で伸びているのは、特殊用途の商品だけで、販売量の多い一般用の商品は減少しているのが現状である。
		金属製品製造業（営業担当）	・しばらくは生産調整が続くようである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数が減っているため、今後数か月は景気の悪化が進むと予想される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は先行きが読めないため、景気は変わらないと考えてきたが、徐々に世界経済に対する不安が大きくなってきている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内での引き合い件数は減少している。海外からの引き合いは増加傾向にあるものの、受注活動を積極的に行う必要がある。
		不動産業（営業担当）	・不動産向け融資が徐々に厳しくなっている。今後は更に厳しくなると予想されるため、景気は下向きになってくる。
		広告代理店（営業担当）	・新年度の広告予算を削減した得意先が幾つかみられる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資や、先の見積依頼が減ってきている。値上げとなる商材も多く、不安材料となっている。
	x	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・株安もあり、今後の見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元や、ゴールデンウィークの10連休による景気の変化に期待している。
		人材派遣会社（営業担当）	・新入社員がこの10連休により、例年に増して5月病になるなど、早期退職者が増えると予想される。その場合、7月頃から派遣などの人材補充ニーズが増えてくる。
		アウトソーシング企業（社員）	・給料が少し上がっている。

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
		人材派遣会社（経営者）	・新年度を見据えて様々な動きが出てくると予想されるが、どの企業も慎重な態度を取っている。今後も派遣をうまく使っている企業が、この状況を乗り越えていくと予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・新年度になっても、新元号への対応や消費税増税への対応がしばらく続く。
		人材派遣会社（役員）	・取引先企業の人事担当者との打合せでも、今後3か月や半年での変化はほとんどないという感触である。一方、景気判断に影響を与えるほどではないものの、4月からは残業管理が厳しくなる。結果として残業が減り、実質的に給与がマイナスとなる派遣労働者も出てくる。また、4～5月はゴールデンウィークの10連休により、時給で働く派遣労働者は減収となる。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・最近では、実際に単発の仕事が入ることが多いため、今後もその状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大阪万博の決定により、多少は景気が上向いた感はあるが、開催自体がかなり先なので中だるみしている。求人数も、増加傾向から通常の動きに戻りつつある。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人広告に、この先の景気を方向づけるような動きはみられない。特に、企業の多くが決算を迎える年度末のこの時期は、求人にも大きな動きが出にくい。新年度が始まれば何らかの動きが出るかもしれないが、輸出関連の下請企業が多い関西の景気は、今後も国際情勢や海外の経済動向に大きく左右される。
		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、建設や土木、保安、介護サービスの求人は多い一方、希望する求職者は少なく、この傾向は当分続きそうである。
		職業安定所（職員）	・製造業の新規求人のうち、金属製品や汎用機械などは増えているが、電気機械などは減少しており、産業機械関連の増加傾向も足踏み状態となっている。直近では海外経済の変化による影響を注視している。
		職業安定所（職員）	・特に大きな変化はみられず、状況については変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・当所の調査では、前年に比べて人手不足が深刻化したという事業所は、全体の7割を占めている。現状、建設関連の日雇い求人事業所のうち、外国人研修生などの活用実績があるのは現時点で1割に満たない。やはり危険な現場作業ではコミュニケーションについての懸念が大きい。一方、建設業の未経験者の受入れについては、積極的な姿勢が見受けられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・人手不足であるのに加え、直接雇用の希望者が増えているため、マッチングが難しい状況である。
		人材派遣会社（営業担当）	・今のところ、時給は高い水準で推移しているが、求人件数は落ち着いてきている。これに伴い、需要と供給のバランスが変化することで、時給も下がってくる。
		職業安定所（職員）	・米国と中国の貿易摩擦による中国経済の減速に伴い、自動車関連などの製造業では、生産減などの影響が少なからず出てくる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・世界情勢の推移に影響される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・人手不足の影響で、採用数を増やしたいという企業は多いが、採用予算が減っている企業も多く、業界の見通しは厳しくなると考えている。また、周囲の企業では、採用難のほか、人手不足と働き方改革が重なり、業務の拡大が進んでいないなど、全体としてもやや悪くなりそうである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東京オリンピック関連の需要が一段落し、企業にも特需が終わったという雰囲気が広がっている。
	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
----	----------	-------	----------------

分野	景気の先行き判断	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)		スーパー（店長）	・5月には大型連休を控え、例年より高い売上に期待が持てる。ただし、ショッピングモールなど商業施設に客が集中する可能性が高いため、天候次第で数値が大きく変化する。
		商店街（代表者）	・取り扱う商品によっては、駆け込み需要を期待して消費税の引上げ後よりも引上げ前にお買得感を出すため、売れ行きがある程度良くなる。
		商店街（代表者）	・ワンルームマンションをインバウンド向けの施設に利用する目的で売買するなど、新しい動きが見え始めている。
		商店街（理事）	・改元の祝賀ムードで客の消費行動が活発になる。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・改元の影響でゴム印の注文が増加する。
		一般小売店〔洋裁附属品〕 （経営者）	・暖かくなり人の動きが出てきて、来客数は増加する。
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げ前の需要で高額品や化粧品を中心に販売量が増加する。
		スーパー（店長）	・徐々に買物単価が上昇していく。
		スーパー（販売担当）	・当店が加盟するチェーンのプライベートブランド商材が、コンビニでの取扱が中止になったことで、それを求める若年層を中心とした来客数が増える。客層からして販売単価の増加は難しい面もあるが、総体的に良い方向に進む。
		コンビニ（エリア担当）	・4月以降の来客数の伸びに期待が持てる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・公共事業、観光客、スポーツイベントが例年以上の規模になっており、来客数も上昇傾向にある。
		衣料品専門店（代表）	・暖かくなると客の購買意欲が増す。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックのためにテレビの販売量が増加し、消費税の引上げ前需要で売上は上昇する。
		家電量販店（企画担当）	・10月の消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生し、来客数は増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で販売量が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げの影響がそろそろ出てくる。
		乗用車販売店（統括）	・4月からは新型車投入による販売量の増加が見込まれる。
		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大型連休で人の動きが出てくる。
		観光型ホテル（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けて先行予約とインバウンドの先行予約が順調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・改元と皇太子殿下の御即位の影響で消費マインドは高まる。
		都市型ホテル（企画担当）	・改元と大型連休が大きな集客機会と捉えているが、婚礼や宴会受注などは前年と変わらない。宿泊も5月4日以降の先行予約が低迷しており、レストランの集客も分散すると想定している。
		都市型ホテル（総支配人）	・改元に伴う祝賀ムードの高まりやゴールデンウィークの10連休などにより宿泊や飲食に期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・引き続きインバウンド客による宿泊が好調であるとともに、プロ野球の開幕により多くの人が域内に訪れる。
		旅行代理店（経営者）	・生き残っていくために新しい事業に挑戦するなど不景気を乗り切ろうとしている企業もあり、景気は良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークが大型連休となり、旅行の申込みに期待が持てる。
		テーマパーク（営業担当）	・ゴールデンウィーク10連休を始め、改元に伴っての各種イベント等があり、客の動きは活発になる。
		観光名所（館長）	・ゴールデンウィークが10連休になることで来客数の増加につながる。
		競艇場（企画営業担当）	・6月中旬にG1競争があるので売上が確保できる。
		住宅販売会社（従業員）	・新元号になって客の購買心理が上向く。
	住宅販売会社（営業担当）	・土地等の取得が増える。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・10月の消費税の引上げ前の駆け込み需要を見込んでいるが、地方の小売店ではまだ影響が及ばず、7～9月までは大きく変わらない。
		百貨店（経理担当）	・現状を維持していくのが難しい状況になりつつある。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げ対策を行っているが、アパレル業界では販売量が大きく変化することはない。
		百貨店（購買担当）	・売上が厳しい婦人服のアパレル関係業界でもものづくりを控えているため、店頭商品が不足している。改元に伴い店舗改装などの施策はするが、消費税の引上げもあって物産展などの食のイベントほど期待が持てない。
		百貨店（売場担当）	・前年同一商圈にアウトレットモールが出店して1年を迎えたため、徐々に来客数が回復してくるが、既存客が高齢化しており、全体としては来店頻度が減り、来客数が減少する傾向となる。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げや改元等、不透明な先行きの不安要素により、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（外商担当）	・来客数、客単価共に前年並みを見込むが、改元や連休の影響がどのようになるか予想が立たない。
		スーパー（店長）	・客単価が上昇しても来客数が増加しない状況は続く。
		スーパー（総務担当）	・これからの季節商材には期待が持てるが、通常商品が上向くことには期待が持てない。
		スーパー（業務開発担当）	・客の食品に対する節約意識が定着する一方、ディスカウントストアやドラッグストアとの競合で厳しさが続き、悪くはなっても良くはならない環境となる。
		スーパー（財務担当）	・4月以降も食品の値上げが続き、節約による買い控えにより、来客数と買上点数の前年割れが続く。
		スーパー（販売担当）	・売上が増減する要因がない。
		コンビニ（エリア担当）	・開店して1年が経過した競合店の影響が薄れ、3月の売上が前年をクリアしているため、特定商品の売り込みを図るなど、今以上の施策を講ずることで、客単価を向上させ売上が伸ばしていく。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる明確な要素が見えてこない。
		家電量販店（店長）	・春の移動需要の時期でも前年より動きが鈍く、景気回復はない。
		家電量販店（店長）	・IHクッキングヒーターや自然冷媒ヒートポンプ給湯機などオール電化商品の寿命による買換え時期に入っているため、この分野の商品は伸長する。同様にシステムキッチンやシステムバス等のリフォームも好調を維持しており伸長が見込めるが、家電は需要が縮小している上に、ネット通販等の台頭により厳しい現状に変わりはなく、家電の落ち込みをリフォーム商品でカバーするのがやっとの状況が今後も続く。
		家電量販店（販売担当）	・消費税引上げ前の駆け込みみに期待が持てる。
		乗用車販売店（営業担当）	・期末なので新車購入や点検車検での来客数が多くなっているが、今後も消費税の引上げまでに購入を考える客が増加する。
		乗用車販売店（店長）	・現在の客の様子からすれば、新年度になって来客数と販売量が減ることはない。
		自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる大きな要因はなく、逆に悲観的な要素が増えてくる。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げ前の仮需要があるが、過去の引上げ前実績と比較するとさほど変わらない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上の販売量の増加はない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減少、所得格差などが続き、安定した商いをしていくことが難しい時代であり、景気はこのまま変わらないか、消費税の引上げなどでもっと厳しくなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・前年同様イベントなど来客数の増加に向けた施策は行っているが、集客や購買意欲に大きな変化が及ぶ兆候はないので、新生活へ向けた購入が増加することを待つばかりである。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・過去に予想していた数値と変わらず推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・ 商圏内のシニア層が増加し、ランチタイムの利用頻度が高まり、ディナータイムは低下している。若者のアルコール離れが顕著で客単価が低下しており、客の節約志向に変化はない。人手不足で店休日の設定や営業時間を短縮する店や閉店も目立っており、客の外食頻度が高まることはない。
		一般レストラン（経営者）	・ 人手不足は相変わらず続いており、景気への影響も大きい。改元が客にどのように影響するかはゴールデンウィークの捉え方次第ではあるが、通期でみると変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・ 統一地方選挙や皇太子殿下の御即位などで景気が上向くかどうかは分からない。
		一般レストラン（店長）	・ 食料品や原材料の値上げに加え消費税の引上げも控えているため、客の財布のひもは固くなる。外食は節約する際最初に対象となるため厳しい状況が続く。
		スナック（経営者）	・ 何年も景気の底が続いているので、この業界が良くなることはない。
		タクシー運転手	・ 4月は歓迎会や花見で人の動きが出てくるが、ゴールデンウィークになればタクシー利用の頻度は低下する。
		タクシー運転手	・ 人手不足なので売上に変化はない。
		タクシー運転手	・ 4月は人の動きが出てくる。
		タクシー運転手	・ 赤字部門を廃止して乗務員を増やしているため乗客数が増加しているが、客単価が伸びない。主な利用者が高齢者で企業の利用が増えない状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・ 年度初めから大型連休の間は現状の営業状況で推移する。それ以降の四半期内では、消費税の引上げの影響がまだ出ることなく、それ以外のマイナス要素もない。
		通信会社（工事担当）	・ 客の様子から景気に変化はない。
		通信会社（総務担当）	・ 当社が展開している新サービスへの引き合いが多いため、当面は多くの加入が見込める。
		通信会社（経理担当）	・ 1年前に比べて状況が変わっていないので、当分変化はない。
		観光名所（館長）	・ 天候の影響は無視できても給与水準の大幅な増加が望めず、レジャーへの支出は抑え気味になる。10連休期間中も安近短の傾向が強くなり、そのニーズに応える企画が望まれる。インパウンドに対してもより特色を鮮明にした受け皿を設けていかないとリピート率が下がってくる。
		ゴルフ場（営業担当）	・ 予約数が例年どおりで余り変化はなく、ゴールデンウィーク10連休中も変わりなく予約が入っている。今後の動きをみて単価や告知方法を検討する。
		美容室（経営者）	・ 短期間で来客数と売上に変化はないが、例年に比べて今月は低調なので、景気は悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・ 人手不足の影響を受けて、運送費や材料費の上昇が目に見えてわかる。国の消費税の引上げ対策もいろいろ打ち出されてはいるが、消費者の動きが今一つ悪い。
		設計事務所（経営者）	・ 来客数の増加が見込みにくく、客の収入は伸び悩んでおり回復の基調が見られない。
		設計事務所（経営者）	・ 景気対策など建築を取り巻く環境は変わらない。
		商店街（代表者）	・ 客の購買意欲が低下したまま推移する。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・ 好景気といわれるなかで、米中貿易摩擦の日本経済への影響が次第に大きくなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・ 当たり前ではあるが、経費削減と新規開拓をしながら努力していかなければならない。
		百貨店（営業企画担当）	・ 改装期間に入るため、営業している売場が減少する。特に衣料品はセールの実施が改装期間と重なれば、初期の商品投入の量にも影響が出る。
		スーパー（店長）	・ 来店頻度の低下と購入点数の減少は今後も続く。
		スーパー（店長）	・ 春以降、商品の値上げが続くため、客の財布のひもは更に固くなる。
		スーパー（管理担当）	・ 来客数の減少に加え、食品の値上げ等で買い控えもあり、前年実績を維持している買上点数と客単価にもマイナスの影響が及ぶことが否めない。
		スーパー（営業システム担当）	・ 客の節約志向が高まってきているため、イベントでの集客が難しくなる。また近くのドラッグストアが生鮮の取扱も始めているため苦戦する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店(店長)	・新型車が登場することなく、現状のラインアップで商談しなければならず、他社の新型車と比較検討されると新鮮味が乏しく、受注は伸び悩む。
		乗用車販売店(業務担当)	・年間最大需要期が終了する。
		その他専門店[布地](経営者)	・暖かくなり気分は良くなるが、地方経済が良くなる兆しはない。
		その他専門店[土産物](経営者)	・乳製品の値上げなどが予定されており厳しい見通しである。
		その他小売[ショッピングセンター](所長)	・前年4月には改装グランドオープンを実施しており、今年はその反動がある一方、ゴールデンウィーク10連休に期待が持てる。
		通信会社(営業担当)	・過日の賃金実態の下方修正等、実質的な景気浮揚に対する期待感が失われ、消費税の引上げを控えて家計の見直しが始まっており、特に月々の支払について厳しくなってくる。
		テーマパーク(業務担当)	・大型連休も終わり梅雨時期に入ることから、例年同様来客数が減る。
		美容室(経営者)	・売上が伸びることはない。
		美容室(経営者)	・人手不足が深刻になってくる。
	x	商店街(代表者)	・不要な商品を購入しない客の姿勢に変化はなく、売上は伸びない。
	x	一般小売店[眼鏡](経営者)	・消費税の引上げへの経済対策がまだはっきりしない。
	x	乗用車販売店(営業担当)	・客は車検料や任意保険料をできるだけ安く済ませようとする。また、エコカーを対象とする自動車取得税と自動車重量税の今年度の減免措置が終わり、税額が4月と5月にそれぞれ引き上げられるので、新車販売台数が減少する。
	x	住関連専門店(営業担当)	・ハウスメーカーに客が流れていく。
	x	通信会社(広報担当)	・ここしばらく、価格の低廉化は止まらない。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業(経営者)	・取引先自動車メーカーは忙しい状況が続くので、当社も堅調に推移する。
		繊維工業(監査担当)	・冬物販売が好調だったことから、来月から始まる夏物販売でも同様の傾向になる。
		輸送用機械器具製造業(経営企画担当)	・主要客からの発注内示量は、前年度に比べ高水準となっており、通常、期変わりでは減少する数量が減少せず、高水準の予定となっている。
		食料品製造業(総務担当)	・商品の値上げ後の客の反応が懸念材料であるとともに、物流費の高騰や英国のEU離脱、フランスでのデモ、米中貿易摩擦などの世界経済からの影響がある。
		木材木製品製造業(経理担当)	・景気は新年度に入って少し低下するが、2~3か月を平均すれば変わらない。
		化学工業(総務担当)	・特に景気変動する動きはない。
		窯業・土石製品製造業(総務経理担当)	・新たな引き合いがあり、現在の生産水準が維持できる見込みである。
		鉄鋼業(総務担当)	・全体的に受注量が低迷しており、一部製品で調整が入っている。
		鉄鋼業(総務担当)	・例年1~3月と4~6月で需要は低下するが、消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり来年度上期は例年よりも自動車や住宅需要が高く、今年度下期並みとなる。
		金属製品製造業(総務担当)	・この先1~2か月の受注量は増加傾向にあるが、鉄原材料も急激に上昇している。工作機械業界の得意先自体の受注が決まりにくくなっているとの情報もあり、先行きは見えない状況である。
		一般機械器具製造業(総務担当)	・受注量や販売量の動きは変わらない。
		輸送用機械器具製造業(財務担当)	・現在の景況を悪化させている構造的な問題は、少し時間を掛けながら世界的に取り組んでいくことでしか解消し得ない。
		建設業(経営者)	・10連休があり世の中も動くため大きくは変わらない。
		建設業(総務担当)	・大きく状況が変わる要因はない。
	輸送業(総務担当)	・受注量に大きな変化はない。	
	輸送業(経理担当)	・需要はある程度あるが、作業供給が追い付かない状況も続くため変わらない。	

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
		通信業（営業企画担当）	・各取引先の設備投資の検討よりも、改元、消費税の引上げ、民法の見直し等への対策に時間が掛かっており、採用が来期に先延べされている案件が増加する。
		通信業（営業担当）	・国会での経済政策など抜本的改革はなく、改元に伴う一時的な変動要素しかないことから、現状より大きく変動することはない。
		金融業（貸付担当）	・改元から一定期間経過後、消費量や受注量は落ち着く。
		金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーでは主力のスポーツ用多目的車の販売が引き続き苦戦するが、それでも系列地元自動車部品メーカーの受注は当面高水準を維持する。
		食料品製造業（経営者）	・4月以降の景気回復は見込めず、消費税の引上げにより消費意欲が低下する。
		化学工業（経営者）	・中国の景気後退の影響により輸出ウエイトの高い取引先を中心に減産による生産調整の動きがあり、今後減収減益が見込まれる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野での受注量の減少傾向が続く。
		不動産業（総務担当）	・例年どおり賃貸住宅の需要時期ではなくなるため、やや悪くなる見込みである。
		広告代理店（営業担当）	・客からの先付けの受注量から判断すると、景気は若干低下する見通しである。
		会計事務所（経営者）	・10月の消費税の引上げによる影響を懸念しており、取引先企業業績にマイナス影響を与えれば、間接的にダメージを受ける。改元の効果や参議院議員選挙の結果にも左右されるので、不透明感がある。
	x	電気機械器具製造業（総務担当）	・現時点では横ばいの状況ではあるものの、通商問題や中国経済の先行の不安材料などにより、取引先の設備投資が減少する見通しのため、当社グループ全体でも本年度は減収減益の見込みである。
雇用 関連 (中国)		職業安定所（職業指導担当）	・年度末を控え求職者や求人者の動きが活発であり、求人数と求職者数が増加傾向にある。一方で、人手不足産業は引き続き厳しい状況となる。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・4月以降になると学生の就職活動が本格化する。
		人材派遣会社（社員）	・季節状況以外では特に景気を判断できる情報はなく、今後も雇用に変化はない。どちらにしても求職者優位の市場は続くため、マッチングをいかに進めるかが採用の鍵となる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・米中貿易摩擦等による世界経済の減速懸念は拭えず、今後も不透明な状態はしばらく続く。
		人材派遣会社（支店長）	・例年、求人数が4月以降に伸びることはない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・ここ1年の雇用形態は正社員雇用が増えている。採用者数も前年採用できていない分、特に理系が上乘せられて採用に臨むため微増している企業もあるが、ほぼ横ばいとなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・個人消費や公共投資は堅調に伸びているものの、企業側では人件費の高騰による収益の悪化が不透明感を生む。
		職業安定所（事業所担当）	・離職者は減少傾向で推移しており、企業側から景気悪化につながる情報も引き続き聞かれないことから、しばらくは現状を維持する。
		民間職業紹介機関（職員）	・プロ野球の開幕が多少なりとも地元経済を下支えし活性化させる。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・今後の景気が良くなる要因は今のところない。
		人材派遣会社（支社長）	・中国景気の減退に伴う半導体や自動車関連などの先行き不透明な状況、増員なしで済ませることを理由とする受注求人のキャンセル増加などが数か月で収まることはなく、今年一杯その傾向は続く。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・求人数は3月がピークなのでアルバイトとパートの求人数は減少してくるが、正社員求人は堅調に推移する。
		職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の高い状態が続き、一般求人の求人倍率もバブル期以上の高い水準となっているものの、このところ上昇幅がかなり縮小していることから、今後の求人倍率は横ばいから下降傾向に転じる可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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て人手不足の影響が地方に及び。
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (四国)		-	-
		衣料品専門店（経営者）	・客の動向を見たり、話を聞いたりしていると、消費税の引上げの影響はまだないようだ。景気は少しずつ良くなるだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・3月はある程度、気温の変化もあり、売上に差があったが、いよいよ4月は10連休も控えており、気温も春らしく安定してくるので、売上は良い調子で推移するだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車及び住宅等の購入は、消費税の引上げ後の購入メリットがある程度周知されているため、購入を急ぐ人は少ないが、その他の商品は、消費税の引上げ前に買っておこう、という話を聞くようになった。
		住関連専門店（経営者）	・現在、借入金利がかなり低下しており、また、住宅投資や、分譲住宅の建設が増えている。そのため、住関連の商品については、何か月先に需要が出てくるだろう。
		その他専門店[酒]（経営者）	・春から夏に掛けては毎年、売上が上昇するため少し良くなる。
		タクシー運転手	・4月に会社関係の異動や、学生の新入学等があり、繁忙な時期である。
		タクシー運転手	・これから本格的にお遍路シーズンに入るので、売上は今より少し良くなる。お遍路に出ることで、街を走る台数も少なくなるので、少しは良くなるだろう。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売等で客の購買に動きが出ることを期待している。
		商店街（代表者）	・来街客が増加傾向にあり、店主もいろいろなことを考え、業種転換や、販売方針の転換等も行っている。新陳代謝も続いているので、このまま良い流れが続くだろう。
		商店街（事務局長）	・改元のお祝いムードがどのように盛り上がるのが想像し難いことや、10連休中やその後にシステムや金融、経済に混乱が起きないか等、懸念が多く、マインドは上向かない。消費税の引上げ前の駆け込み需要も7月くらいまでは目立つ動きにならないだろう。
		一般小売店[生花]（経営者）	・母の日まではよく売れると思うが、その後は売行きが悪くなる。
		一般小売店[乾物]（店員）	・10月の消費税の引上げまでは変わらないが、10月を過ぎると大変なことになるだろう。
		百貨店（営業統括担当）	・ゴールデンウィークの10連休や、当地の芸術祭の実施による波及効果で、来客数は増加するだろう。改元特需を含め、売上拡大の期待はするが、どこまで影響が出るか予測しづらい。
		スーパー（店長）	・改元によって景気が上向くかどうかは、非常に未知数な部分がある。また、青果の単価の下落がどこまで続くか読めない。
		スーパー（企画担当）	・4月以降、値上げが続くので客の買い回りが更に厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・工事も年度末で完了し現状維持となるだろう。
		コンビニ（商品担当）	・気温上昇により飲料や冷し麺の販売増は見込めるが、目に見えて良くなるという要因がない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・新規客の動きが悪く、購買意欲が低い。1人当たりの購入点数が少ないのも気になっている。気温の変化によるところが大きいですが、景気は横ばいとなるだろう。
		家電量販店（副店長）	・消費税の引上げ等の駆け込み需要があるが、直近にならないと景気の状態は分かりにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・しばらくは消費税の引上げ前の駆け込み需要が続く。
		乗用車販売店（役員）	・当面、新型車の投入予定はないので新規購入客の大幅な増加は期待できない。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・10連休も終わり、消費税の引上げが意識される頃で、小売業界では景気の良い話はないだろう。
		観光型旅館（経営者）	・今年はゴールデンウィークの10連休があり、4月末はかなり予約が入っているが、5月はまだ例年より非常に少ない。今度の天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位などで情勢が動き、旅行者にどう影響を及ぼすか見えていないところもある。
		都市型ホテル（経営者）	・向こう3か月の予約状況は、決して良くはないが、これから客は徐々に増えてくるだろう。インバウンドを県や市を挙げて誘致しており、この辺が若干でも増加するだろう。
		通信会社（支店長）	・当面の変動要素は見当たらない。
		競輪競馬（マネージャー）	・景気は緩やかに上昇しているとの判断が報じられているが、依然として経済に関する不安感が社会的に潜在化しており、消費意欲は鈍いため、同水準で推移していくだろう。
		美容室（経営者）	・特に変化がない。
		設計事務所（所長）	・現在、建設費が高止まりしているが、これ以上高くなると景気が減速する心配がある。
		商店街（代表者）	・人口減少は次の時代を担う若年層の減少につながる。都市として素晴らしい資産を持ちながら活用する知恵や能力に欠ける層の世代交代がまさに不可欠のタイミングになっている。
		商店街（代表者）	・還元があり、消費税の引上げも控えているため、客の動向も控えられらるだろう。来月には10連休もあって一時的に活発な動きがあるが、全体的には不安定要素が多く控え目な動きになるだろう。
		スーパー（財務担当）	・10連休の後、節約マインドが強くなり、消費を抑えてくる。
		コンビニ（総務）	・消費税の引上げを控えていることもあり、先行き不安による買い控えが強くなる。
		乗用車販売業（営業担当）	・決算イベントが終わるため販売量は減少する。
		乗用車販売店（従業員）	・5～6月は車検の到来も少なく、サービスの売上も上がらない。
		一般レストラン（経営者）	・中国を筆頭に世界経済の減速が少なからず影響する。
		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る人が多く、金を使いすぎて、それ以降は自粛する。
		通信会社（営業部長）	・新しい料金プランが始まり来客数は増えるが、販売につながるか分からない。
		美容室（経営者）	・客が動かなくなる。
	x	コンビニ（店長）	・客数が、同業他社共に減少し、体力勝負の構図が続く。
企業 動向 関連 (四国)		-	-
		木材木製品製造業（営業部長）	・住宅メーカーの受注残が前年より増加しているため4～6月は受注増大を期待しているが、人手不足がどこまで受注に影響するか不透明である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・在庫調整が少し進み、徐々に景気は回復してくる。
		金融業（副支店長）	・平成最後のセールや改元に伴うシステム更改等により、景気は上向くだろう。
		繊維工業（経営者）	・弊社は夏商戦までは順調に推移するだろう。一方、これまで当地のブランドに発注されていた需要が、他産地、海外商品に流れているとの情報もある。よって地域全体ではしばらく厳しい商況が続く。
		鉄鋼業（総務部長）	・受注量は順調だが価格面では低水準である。
		電気機械器具製造業（経理）	・受注量や、得意先から得る注文予測について、特段の増減はない。また、販売単価の改定要求もない。
		建設業（経営者）	・来年度の予算を見ても、公共工事は期待できない。
		輸送業（経営者）	・気候に大きな変動が無ければ良い。A I関係の話題が多く、効果を期待している。
		輸送業（経理）	・消費税の引上げに伴う国内向け業務は、前回の消費税の引上げ時と同様に活発になるが、米国やアジア、欧州といった海外景気については、先行きがより不透明になってきているため、輸出入業務は足踏み状態となるだろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業）	・慢性化している労働力不足や燃料油価格の高止まり等、運送業者を取り巻く環境は依然として厳しく、予断を許さない状況である。
		通信業（総務担当）	・変動する要素がない。
		広告代理店（経営者）	・一部の得意先の広告費増額や改元に伴う広告関連が見込まれるが、多くの得意先は前年の広告費より削減傾向にあり、全体としては余り変わらない。
		公認会計士	・10月からの消費税の引上げ、5月1日からの改元、これに伴う駆け込み需要等で売上の増加を期待する声が多いが、一方、景気の減速も心配しており、設備投資は控えたいという意見が多い。
		農林水産業（職員）	・今年は選挙イヤーで、お中元の贈答需要への影響があり、果物などの価格への影響が心配される。
		食料品製造業（経営者）	・原材料価格高騰により、4月と6月に卸価格が値上げされるため、消費者の購買意欲は減退する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・資材、鋼材等が高騰し、採算の合わない設備が出てきている。いろいろな形で苦戦している。
		建設業（経営者）	・例年、年度当初は仕事の端境期に当たり、手持ち仕事量が減少し、売上もおのずと減少するため、現状と比べるとやや悪くなる。ただし、複数年契約の業務も増加してきているため、年間を通じた仕事量の平準化、納期の平準化により、年度前半の落ち込みの緩和と売上の年間平準化を図っている。
		x	-
雇用 関連 (四国)		-	-
		学校〔大学〕（就職担当）	・地方都市においては、最近、長らく遊休地であった土地に新たな建物が建設されることを目にする機会が増えた。これら建物の活用には、雇用が生まれ、人手不足の状況では、賃金の底上げ圧力に遠からずつながるだろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率は依然として高い推移を示しており、派遣需要に大きな変化は見られない。
		人材派遣会社（営業）	・今後の同一労働、同一賃金に向けた周辺企業の動きとしては、業務の棚卸しや、業務体制の整備が行われている。景気動向の状況はまだ変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げ以降は、更に厳しいだろう。
		職業安定所（職員）	・中長期的な景気上昇のきっかけが見られない。
		職業安定所（求人開発）	・2月の有効求人倍率は1.73倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動はないものの、企業整備情報が増えてきており、同じような状況がしばらくの間続くだろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣の需要は増えつつあるが、派遣に登録する求職者の確保に経費が掛かり、求職者が集まらない。
		求人情報誌（営業）	・人手不足は解消される見込みがなく、その中で地元中堅、大手企業の大量採用が予定されており、そのあおりを中小企業が受けるだろう。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・例年ゴールデンウィーク前は求人を見送る企業が多いが、今回の大型連休はその期間が長く、連休明けまで求人を見送る企業が更に多い。
	民間職業紹介機関（所長）	・介護施設においては、対象者の取り合いがみられ、定員を充足できない施設も多く、廃業を余儀なくされている所もある。また、介護職員が採用できないので定員を減らされる施設もある。今後、介護職員の待遇を改善していかないと、ますます介護の仕事を選択しない人が増えていくだろう。	

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
	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)		百貨店（売場担当）	・4月の新元号発表から5月の改元、10連休、10月の消費税引上げ前の駆け込み需要等により新しいチャレンジや買換え等、購買意識の変化を大きくする出来事が続くため景気は上向く。
		観光名所（従業員）	・現在、10連休の予約について、町内宿泊施設全て満室となっている。問合せも3月から多くなり、観光客の来町が期待される。
		商店街（代表者）	・4月になると気候も良くなり、商店街も客でにぎわうと予想される。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・改元の影響で景気が良くなれば売上に期待できるが、現状のままであれば今後も減少していく。
		百貨店（販売促進担当）	・リニューアルに伴い、新しい客が来店すると予測される。
		スーパー（店長）	・消費税引上げと長いゴールデンウィークを控え、消費は上昇すると考えられる。
		家電量販店（店員）	・平成最後というキャッチフレーズが飛び回っており、その効果が出ている。また、改元されてからも需要が回復すると期待している。
		家電量販店（店員）	・この冬は、暖冬で売れにくかった。例年の状況から判断すると3か月後は、若干良くなっていく。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げの影響が出てくる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・通年では、まだ今の気候は寒いですが、本年度は気候が1か月早い暖かさである。新規の客も増加し、新年度には移動シーズンも重なるため、ギフト物の需要が多くなり売上の増加が見込める。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今後2～3か月先の景気は、映画業界が過去最高の作品を予想しており、全館集客が増加し好影響が波及することから景気動向はやや良くなると考えられる。また、不振が続いているファッション業界も暖冬の影響がなくなることから、若干上向いてくる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・例年に比べ気温も高く、桜の開花も早くなっていることで、行楽地への人も多くなることが予想される。また、4月末から大型連休があるため、売上が一時的に伸びる。
		観光型ホテル（専務）	・暖かくなり、旅行の機会が増えているため売上は伸びてくる。
		美容室（経営者）	・春から初夏に掛けて、美容業界ではおしゃれのシーズンになり期待をしている。今後の景気回復には改善が必要になるが、若者のファッションに対する情熱が業界を盛り上げ期待ができる。
		住宅販売会社（従業員）	・景気対策については実効性がないようだが、時代の背景として、東京オリンピックの一大イベントを控え、実体が伴わない景気の良さがある。消費税引上げは問題になっていないようだが、給料の見直し等があるので、景気は若干上向いてくる。
		商店街（代表者）	・動いている商品の流通は増加しているが、景気の状態は変わっていない。なぜならば、客の所得が増えず、必要経費が増加していることが大きな要因である。
	商店街（代表者）	・この3か月は、景気が悪い状態のまま横ばいが継続する。長期的に見れば、もっと悪くなると予想している。	
	商店街（代表者）	・年度末キャンペーンや改元、選挙関係等の影響で、景気上昇は4月まで続く。	
	商店街（代表者）	・4月に新元号の発表や5月には皇太子殿下の御即位もあるが、商店街の消費景気が上がる要因が見当たらないため、悪い状態が続く。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・需要が余りに少ないため、対策の手段がない。今後は、ウナギの時期になり期待はしているものの、若干値上がり傾向で、予想している動きになるのか判断しづらい状態である。	

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
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・卒業式シーズンは落ち着き、春の準備に忙しく、乗客数はまだ読めていないが、期待している。
		百貨店(営業担当)	・世界経済が減速しているという報道が出ているため、先行き不透明感が消費に影響すると予測している。しかしながら、店頭動きは予測と違い、改元等が景気の弾みなり、上向いていく。ファンダメンタルズが落ちているのは間違いはないが、全体的に状況は変わらない。
		百貨店(営業担当)	・天候に左右される状況に変わりはなく、当面は浮上要素も見当たらない。ただし、10連休中に観光目的の来街者が増加するとプラス要素になり期待できる。
		百貨店(業務担当)	・改元や消費増引上げのニュースが多い。これから先、選挙等もあり買物する状況ではないため、落ち着いてから購入を予定している客が多い。
		百貨店(プロモーション担当)	・ゴールデンウィークに向けては消費は伸長すると考えられるが、その後は、反動も予測される。また、消費税引上げを控え秋口には消費が前倒しになると考えられる。
		スーパー(店長)	・コンビニエンスストアが3店舗閉店しているため、売上が上昇しており、全体的には影響はないが、10連休には大型ショッピングセンターや行楽地への外出が予想されるため、厳しい状況になる。大型連休をどう乗り超えるか懸念される。
		スーパー(総務担当)	・中国を始め世界経済の先行き不透明感が広まるなか、米国を中心に日本も密接に連携しており、景気が浮揚する要素が余り考えられない。ただし、新元号発表や10連休等の祝いムードにより一過性のプラス材料はあるが、その後の反動も大きいと考えられる。
		スーパー(経理担当)	・徐々に例年並みに戻りつつあるが、4月からは多くの商品で値上げが予定されており、消費動向については予断を許さない。
		スーパー(統括者)	・今後様々な商材で値上げが予定されているが、販売現場でその値上げを実施するのは困難である。固定費や仕入価格アップ分は、経費削減努力によるカバーを余儀なくされている。
		コンビニ(経営者)	・客数は減少し、客単価増加がこのところ続いている。周りに同業者が増え過ぎる独特な業界状況であり、世の中の景気とは違う部分もあるが、今後状況が変わる要素が見受けられない。
		コンビニ(経営者)	・近くにコンビニエンスストアが多いため、特に売上が増加する気配はない。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・ギフトの予約活動も行っているが、例年より予約が少ない。今後、気候にもよるが客の買い控えもまだ続いていき、売上が前年を上回することは望めない。
		衣料品専門店(店長)	・来街者がなく、来店客もない。
		衣料品専門店(店長)	・商品や客の動向に変化がなく、これからの景気が上向く気配がない。
		衣料品専門店(総務担当)	・当商店街に置かれた環境を考えると、景気が良くなるとは考えられない。
		衣料品専門店(取締役)	・改元があり、その影響が出てくるが、ファッション業界に関しては、特に好材料はなく企業努力をしなければいけない。
		家電量販店(店長)	・春の移動マーケットが落ち着き、消費税引上げ前の駆け込み需要もなく、市場が活気付くまでにもう少し時間が掛かると予測される。
		家電量販店(従業員)	・夏に向けて、冷房器具の需要が増える。
		乗用車販売店(代表)	・景気が停滞している。
		乗用車販売店(総務担当)	・5月には新型車が投入されるが、新車販売は大きく伸びない。これからは、既存客の点検整備を確実に実施して売上、利益を確保する必要がある。
		住関連専門店(経営者)	・家具専門店の廃業の話は今月も聞いている。消費税引上げ前の駆け込み需要には、まだ時期が早いので、景気は停滞している。

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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の販売価格の見通しは不透明であるが、行楽シーズンに入るため、観光及び物流における需要に期待したい。ガソリンスタンド業界は、新卒採用や中途採用等雇用に関する状況が非常に厳しい。
		高級レストラン（支配人）	・先の予約状況では、景気は横ばいである。
		都市型ホテル（販売担当）	・ホテル改装により宴会場を減らしたことで、予約件数がマイナスになり状況は変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・政治情勢や震災がなければ、引き続きこの状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年度と比較すると売上は悪いとはいえないが、注視する必要がある。
		タクシー運転手	・次年度はいつもと違う年になると予想される。景気は悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・年度替わり以外の変化は、特に見受けられない。
		通信会社（営業担当）	・影響の大きい動きがなくなるため、状況は変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況も前年を僅かに上回っているが、今後は天候に左右される季節になり、例年並みで推移する。
		美容室（店長）	・客からも景気が回復したという話題はなく、変動もない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要や季節要因により、来年度上期は変化なく推移すると考えられるが、サービス業の担い手確保がより深刻となっており、その状況によっては損益に大きく影響を与える可能性がある。
		設計事務所（所長）	・ここ半年の仕事状態は、若干悪い状況が続いており、今後もこの状態が続くと予想される。
		設計事務所（代表）	・消費税引上げの影響が不透明である。
		商店街（代表者）	・行楽シーズンに入り、観光客がかなり増えているが、商店街では観光客は売上につながらない。また、自家用車や自転車であるために車が多く、駐車禁止や駐輪禁止も厳しくなり、一般の客が近寄り難い商店街になっている。
		商店街（代表者）	・報道でも本格的に消費税引上げの話題ばかりで、購買意欲は減少している。特に高齢者の多い地方の商店街では、現金決済がほとんどで、カード決済によるポイント還元策も購買力にはつながらない。現時点から消費に慎重な姿勢は変わらない。
		商店街（代表者）	・来店客の購買動向では、購入目的はあるが購買点数を減らしたり、断念するケースが多い。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・梅雨に向かうため、当地の特産物が取りにくくなり、相場が高くなる。消費税引上げで、果物等は厳しくなっていく。
		百貨店（営業担当）	・家具家電需要、学生服購入等での新入学需要の増加や消費税引上げ前のまとめ買い、催事での来店が期待できる。しかし、友の会の春コース満会買物券の利用をみると、慎重な購買姿勢は依然継続している。
		百貨店（売場担当）	・前年割れをした店舗では、食品催事を多く開催しているが、相変わらず厳しい状態である。衣料品の売上については、各店舗違い、化粧品については全店舗前年をクリアしている。
		スーパー（店長）	・消費税引上げもあり、消費者の節約志向は変わらず先行きは不透明である。競合店の競争もこれから激化することが予想され、売上確保が難しい。
		コンビニ（経営者）	・消費税引上げ前ではあるが、食品を中心とした値上げが相次ぎ物価が上がっていることから、今後の売上が伸びないことが懸念される。
		コンビニ（店長）	・経済ニュースに、明るい情報が見当たらない。
		家電量販店（総務担当）	・大型連休中の消費が旅行等に回ると、夏商戦まで厳しい状況が続くおそれがある。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・近隣の複合ビルの解体・再開発により、3月は一時的に売上が増加したが、長期的に見れば来客数が減り、売上も落ちると予想される。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・消費税引上げもあり、訪日外国人の売上が回復しなければ景気は悪化する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・消費税引上げや物価の値上がり等で人の動向が少なくなった。客足が減り、3か月先が不安である。
		スナック（経営者）	・3月は歓送迎会シーズンで、例年週末を中心に集客が望めるのだが、今年にはにぎわいがなく前年割れとなっている。天候も良く、街に外出しやすい状況であるにもかかわらず、売上は振るわない。4月末から10連休が始まるが、会社員がターゲットの飲食店は売上が下がる可能性がある。
		観光ホテル（総務）	・熊本地震から間もなく3年になり、復興景気の力強さが弱まっている。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの反動で、5～6月の集客が伸び悩んでいる。
		旅行代理店（企画）	・海外旅行シェアを大幅に占める方面の直行便が運休するために、今後の景気は下向きになる。
		タクシー運転手	・接客からの情報では、人手不足が改善する見込みがないまま経済が動いているので、今後、かなり深刻な状態になる。
		タクシー運転手	・改元があり、予測が難しいが、街全体の活気が若干低迷している気配がある。
		通信会社（企画担当）	・季節的にも繁忙期であるはずが、見込んだほどの販売件数の増加がない。
		理容室（経営者）	・3月は卒業、就職等があるが、一部の企業の影響で非常に当県は厳しい状況である。業種によっては、電気関係、水道工事は仕事があるようだが、当業種の場合は、男女の偏りがあり、経営者の年齢が上がることで客層が縮小していき厳しい状況になる。
		美容室（経営者）	・梅雨になるとキャンセルが多くなる。全体的に好材料がない。
		設計事務所（所長）	・国際情勢や経済が不安定であり、国内においても不透明さが増している。実質の材料費や人件費は、今後も上昇する。
		×	乗用車販売店（販売担当）
	×	高級レストラン（経営者）	・統一地方選挙が4月21日まで続くため、会社関係の動きは鈍くなり、今年の歓送迎会の動きも鈍い。
企業 動向 関連 (九州)		金属製品製造業（事業統括）	・この業界では、製品納期が間に合わない状況が前年度から続いており、その状態が続くと予想している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・6月以降受注増加の兆しがみられる。
		不動産業（従業員）	・ホテル部門の売上が好調に推移している。
		経営コンサルタント（社員）	・例年3月までは低調で、4月から新しい動きがみられる。
		農林水産業（経営者）	・4～5月は移動、行楽等で期待したいが、特に今年の大規模連休の影響が不安である。従来では、5月は計画以上に大きく伸びていたが、6月は梅雨に入り消費全体が消極的になる。その先以降は、前年の夏のような消費になることに期待しているが、10月の消費税引上げもあり先行き不透明である。
		食料品製造業（経営者）	・繁忙期から閑散期へ進むなか、比較的安定した受注が見込めている。
		家具製造業（従業員）	・家具需要で、唯一拡大傾向のマーケットは、ホテル向け家具である。大手家具メーカーの特殊なノウハウが必要なため、進出しづらいマーケットとなっている。小売家具の減少をこれら特殊な需要で何とか帳尻を合わせているのが、中小家具メーカーの現状である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・小売店、百貨店等にしても需要が減ってきているため、販売計画がしにくい状況である。今後はネット販売やふるさと納税に力をいれたい。
		鉄鋼業（経営者）	・受注数量に回復の兆しがみえるのと同時に、販売価格も若干改善している。ただ、この状況が継続するかは不透明である。建築・土木共案件はあるが、スケジュールどおりに工事が進んでいない。したがって、受注量もばらつきが多く安定しない状況である。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	・新年度から計画を持って動いていく体制作りをしているところである。現在のところは、それを模索しており、貿易も相手国の動きを重要視されている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体ユーザーの不安定な状況が当面続く。反面、自動車部門については、大きく変わりはなく引き合いは良好である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数からみても高い生産量を維持しているが、大きな変化はなく安定している。
		建設業（従業員）	・見積案件は、そこそこの引き合いであるが、なかなか受注に結び付かない。また、年度更新もあり、官庁の発注も当分見込めず、民間の設備投資も不透明により、景気は横ばいである。
		輸送業（従業員）	・10連休の影響は不透明であり、景気が良くなる話はない。
		金融業（従業員）	・土木関連では災害復旧工事等もあり、高水準で推移している。一方、建築業では人手不足から新規受注を手控える動きがみられ、飲食店では手間の掛かる料理をメニューから外す先も出てきている。
		金融業（調査担当）	・当面は横ばい状況が続く。大型連休や改元を背景とした景気浮揚への期待がみられる一方で、世界経済の減速等から国内景気の先行きに対する懸念も強まっている。
		金融業（営業担当）	・中小企業全般において、消費税引上げ前にもかかわらず、企業の設備投資の需要が多くないため、景気は変わらない。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要や取り巻く環境は、大きな変化はない。改元やG20サミット日本開催、消費税10%へ引上げ、といったトピックが続く年になる。海外では、米国利上げ停止が見込まれ、欧州は英国のEU離脱期日が迫り、けん引役のフランスやドイツの首長在位の行方も不透明で米中貿易摩擦等世界景気を揺るがす大きな要因が顕在化しつつあり、注視している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・改元関連で広告増加を期待するが、現段階ではその予兆が見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込チラシの受注枚数は、前年比95%とほぼ毎月の減少と変わらない。百貨店、スーパーマーケット、小売販売等の不調が続いているが、季節柄家電や通信販売の健康食品等が好調である。身近な商品に回復が見られなければ、景気回復の実感が湧かない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数、問合せ件数に変化がない。
		経営コンサルタント（社員）	・平成最後のキャンペーンを行っているが、売上の伸びはなく、改元があっても大きくは期待できない。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・取引先に大きな不安要素がない。新年度は休暇が多いため、仕事のオンオフの切替えを大事にし、限られた時間で効率良く仕事を行えば、システム投資等の案件も増加の可能性はある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新年度予算執行準備が整わず、発注スタートが遅れると予測されるため、やや悪くなる。
		化学工業（総務担当）	・米中貿易摩擦が、实体经济にどの程度の影響を及ぼすか不透明である。
		電気機械器具製造業（取締役）	・今後の景気に不安があり、危惧している。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの受注量が激減している。自社製品もあるが受注生産が多いため、痛手を負っている。まだ見通しがつかず不安な状態である。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中問題により、需要はあっても大手メーカーが不安視しており、減産方向に徐々にシフトしている。加えて英国のEU離脱問題や為替等の影響で、先行き不透明感がある。
		輸送業（従業員）	・安価な健康食品のリピート発注が低迷している。特に量販店向けが顕著で、受注サイクルが長くなりつつある。化粧品等の高級品は変わらない。
		通信業（職員）	・公共工事の受注量が大幅に減少し、来年度の業績に大きく影響される。
		金融業（営業）	・中国景気が鈍化した場合、それに代わる需要はない。中国の国内財政政策や米中貿易摩擦緩和等があれば現状維持も考えられるが、今後良くなる材料は乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	繊維工業（営業担当）	・工場にとって働き方改革等は大きな障害になり、中小企業の工場では、倒産が多くなってくることが予想される。
	×	建設業（社員）	・官公庁の新年度の工事発注があるまで、少ない民間工事で稼働し、早期の発注を期待したい。
	×	輸送業（総務担当）	・今年のゴールデンウィークは、物流業界から見れば、マイナス要因になる。長時間労働を抑制しようにも、連休前に集中し多くの物量が見込まれる。残業代と特別配送代が足かせとなり、連休中の出勤者には、特別手当を出さなければならない。さらに、連休後は物量が極端に減ることも想定される。
	×	経営コンサルタント（代表取締役）	・2～3か月後の景気は、10日間のゴールデンウィークがあるので、商売をしている人は、非常に心配をしている。銀行が休業することによる不都合が発生し、一般的な法人は売上に跳ね返るため厳しい状況になり、対策を講じなければいけない。
	×	その他サービス業【コンサルタント】（代表取締役）	・市町村は新年度予算で発注を行うが、今年度は調査や計画、設計の業務について、全国一斉に行う業務が少ないことから、発注される業務が少ないことが予想される。このため、低価格競争により受注金額が少なくなることから、業界として景気が悪くなる。
雇用 関連 (九州)	-	-	-
		人材派遣会社（社員）	・現時点で採用数の動きはあるものの、求職者の希望条件とのマッチングがうまくいかず苦戦している。直接雇用の希望者が派遣で登録しており、景気としては悪くない状況である。
		新聞社【求人広告】（担当者）	・皇太子殿下の御即位により改元があり、新時代への期待感から消費が伸びてくる。祝賀ムードもあり、秋の消費税上げまでは、景気が良くなる。
		新聞社【求人広告】（担当者）	・これから過ごしやすい季節になり、また、皇太子殿下の御即位に伴う大型連休もあり、訪日外国人で盛り上がり予想される。それに合わせた各種イベントで消費も活発化する。
		人材派遣会社（社員）	・注文数も落ち着いている。大型連休もあり、人が動くのも連休過ぎからである。企業も4月からの採用や異動で体制が整っており、追加注文も少なくなる。
		人材派遣会社（社員）	・好転する大きな要因がない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・例年1～3月期は、求人が活発になるが、今期は求人の取扱件数が減少している。メディアの特性も要因であるが、採用ができていない企業が増加している背景には、景気に陰りが見え始めたことも要因として挙げられる。
		職業安定所（職員）	・求職者については、減少又は横ばいが続いている。しかし、職業相談の窓口は春になり増加傾向で、求職者の活発な動きがある。また、IC製造業等中国経済の影響を受ける業種によっては、生産調整に伴う一時休業の動きもあるが、製造全般の派遣、請負の求人は依然活発で、事業所の人手不足は解消されていない。
		職業安定所（職員）	・宿泊施設では、世界文化遺産登録の影響もあり、国内外からの観光客は多いが、県内で宿泊する旅行者は減少している。また、働き方が変わってきたため、宿泊を伴うビジネスマンも減少し、業績は落ちている。
		職業安定所（職員）	・求職者数に若干の増加傾向が認められるが、求人数の高止まりから、景気の傾向としては変化なく推移する。
		職業安定所（職業紹介）	・求職者数は、依然として減少傾向にあるものの、雇用保険の受給資格決定件数は下げ止まりがみられる。しかしながら、求人数は、増加傾向が続いており、引き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）	・米中貿易摩擦の状況によっては、今後の採用人数に影響する可能性がある。将来的な労働人口の減少への懸念や、海外展開を視野に入れた人員確保といった積極的な姿勢や、更に2019年4月入社の人手不足等から、積極的に採用活動を行っているが、求人票の受理件数は前年よりも少ない。
	×		人材派遣会社（社員）

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）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(- : 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)		-	-
		スーパー（販売企画）	・6月には地域競合店の新規出店から1年が経過するので前年比は回復するとみられる。
		コンビニ（経営者）	・夏場は観光客が増加するので、そのため来客数の増加が予測され、売上が上昇するとみる。
		衣料品専門店（経営者）	・観光シーズン到来もあって、今より良くなることは間違いないかと考えられる。
		通信会社（営業担当）	・新しい元号になり気持ちも明るくなり景気も上がってくる期待がある。また携帯電話においては料金プランの変更が予定されており注目もされているので、市場が活気付くと予想している。
		観光名所（職員）	・航空路線の予約状況が良い。
		その他サービス[レンタカー]（営業）	・繁忙期の観光客数増加や増税前の駆け込みが見込まれ、現在受注も好調に推移している。
		百貨店（店舗企画）	・ゴールデンウィークで集客減の懸念があるが、ファミリー向けの動員企画等で集客を掛けたい。
		スーパー（企画担当）	・コンビニエンスストアチェーンの新規出店による影響を少なからず受けると考えられる。
		コンビニ（代表者）	・大型ショッピングセンターの開業や新しいコンビニエンスストアチェーンの進出が今後予定されており、人材不足が大きな懸念となるが、全体的には安定した推移をすると予測する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気は、ここ数か月と同じく停滞したままである。客も商品の購買意欲は少ないままのようである。景気はまだ様子見のような感じがする。
		その他専門店[書籍]（店長）	・年度末の繁忙期が落ち着いていくとみられるが、販売量が例年と大きく変わる要因は見当たらない。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月後の稼働率も、今月同様に前年同月実績を下回る見込みである。ゴールデンウィークの予約状況は悪くないが、その他の日程の予約の入込状況が悪い。
		旅行代理店（マネージャー）	・ゴールデンウィークも10連休と長いので少し期待していたが実際に近づいてくると、何をしたら良いとか、沖縄から外に出る料金が安いという声ばかりが聞こえてきて、実際の予約成立に至ってないことが多い。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築相談は相変わらず多いものの、共同住宅など投資建築案件に対する銀行の融資スタンスが厳しくなっており、その影響が今後懸念される。
		商店街（代表者）	・商店街では物販業が単価を落としても売れず、閉店後には立ち飲み屋が入り、広がってきているが、この立ち飲み屋も恐らく過剰になりつつある。そのため、単価を下げないと売れない、あるいは店によっては下げても売れない状況である。店の絶対数が多くなりつつあるとみている。物販も厳しく、飲食店も厳しい状態である。
		その他飲食[居酒屋]（経営者）	・改元等で気分は上がりそうだが、極度の人手不足で休日を入れてもシフトが回らない状況で、売上を伸ばすのは厳しい。
	観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊施設数の増加が激しく、客の取り合いになっている。今後もこの流れが続く。	
	住宅販売会社（営業担当）	・今月に入り消費税増税前の駆け込み需要で、請負契約が増えたことによる反動減が予測される。	
	x	-	-
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		食料品製造業（総務）	・清明祭や今年の5月の10連休効果などの影響により例年よりやや良くなるとみられる。
		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、陸上自衛隊関連工事等の官需も増勢だが、基地建設の優先により、離島受け砕石の出荷が抑制されている。しかしながら、砕石メーカーの対応に改善の兆しが見える。
		輸送業（経営企画室）	・那覇空港国際線連結ターミナルの影響もあり、一時的ではあるが、上向きになるのではないかとみている。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・4～5月はやや足踏み、6月頃から民間向けが着工の見込みである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・業種によって違いはあるものの、全体的に県内企業の販促予算が増加する傾向にはない。
		会計事務所（所長）	・10連休が好影響をもたらすかどうか、確信がなかなか持てない。
	x	建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・毎年新規求人数が増加する。
		職業安定所（職員）	・観光業の好調や商業施設等の大規模雇用がある。
		人材派遣会社（総務担当）	・決算時期の繁忙期求人が増える傾向にあるが、転職等で退職する人員も増加するので、全体的に変動がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・3月の解禁を皮切りに、新卒者に対する企業側の採用活動が早期化し活発になっており、今年度も積極的な採用が期待できそうである。ただし、現時点ではあくまでも例年と似た状況ではないかとみている。
	x	求人情報誌製作会社（編集室）	・毎年3月は4月の年度スタートと大型連休を迎えることもあり、1年で最も求人件数が多くなる。連休明けから一服感により、求人件数が減少するとみられる。
	-	-	-