

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) | | - | - |
| | | 商店街（代表者） | ・今後については、青果物の収穫期を迎えるため、やや良くなる。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・当店は観光地に立地しているため、観光客による売上が多い。最近是国内客が増加しており、客単価も上昇傾向にあることから、国内の景気が悪いとは決して思えない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・消費税増税を前にして、ある程度の駆け込み需要が生じることで、国内客による売上の増加が期待できる。ただし、現在の状況を踏まえると、10月以降は売上の落ち込みが懸念される。 |
| | | 百貨店（役員） | ・2～3か月後は、消費税増税前の駆け込み需要が少なからず出てくることから、景気はやや良くなる。 |
| | | 百貨店（営業販促担当） | ・今後については、消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。特に高額商材などは販売量の増加が見込まれる。メーカーも駆け込み需要を見越して予算を組んでいる。 |
| | | スーパー（役員） | ・消費税増税が予定されている10月までは、現在の忙しい状況が続く。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・10月の消費税増税を前にして駆け込み需要が生じることが期待できる。 |
| | | 自動車備品販売店（店長） | ・今後については、消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。ただし、10月以降の落ち込みの方が不安である。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・Webを經由した個人旅行の予約に加えて、夏休みの家族向け旅行商品が好調に推移している。大型の芸能イベント、スポーツ大会などがあることもプラスに作用している。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・観光需要は今後も堅調に推移する。ただし、例年、夏季に当地で行われていた社会人のラグビー合宿が、今年はラグビーワールドカップの影響で実施されないため、宿泊などへの影響が懸念される。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・今後については、大型案件が控えていることから、営業数値の伸びが期待できる。 |
| | | 観光名所（従業員） | ・6月は外国人団体客の利用が大きく落ち込んだが、これは外国の航空会社のストライキなどが影響したとみられることから、今後はストライキが一段落することで回復に転じることが期待できる。 |
| | | 観光名所（職員） | ・4月以降、国内客、外国人観光客を問わず、来客数が全体的に底上げされているなど、好調を維持していることから、今後の観光最盛期に向けて期待が持てる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・ここ数か月の傾向から、今後も前年比で2～3%の売上増が見込まれる。客の来店周期の短縮、客単価の上昇が売上増加の要因となっている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・今の状況から、消費税増税が予定どおり行われそうだが、実際に行われるかどうかまだわからないため、今後の景気がどうなるか判断が付かない。 |
| | 商店街（代表者） | ・今後については、当地の大きなイベントである夏祭りが終了した翌月となり、例年であれば来街者も減少傾向に転じるが、道内外からの観光客が増加する兆候がみられることから、引き続きやや良い状態で推移する。 | |
| | 商店街（代表者） | ・10連休となったゴールデンウィークの反動に加えて、10月に予定されている消費税増税の影響が懸念される。 | |
| | 商店街（代表者） | ・中国や台湾からの外国人観光客の入込に陰りがみられる一方で、タイやマレーシアなどの東南アジアからの外国人観光客の入込が好調である。ただ、国によって消費傾向が異なるため、対応商品を手探りで探すなど、苦労していることから、今後も景気は変わらない。 | |
| | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・夏場の需要期を迎えることで、多少は売上が増えると思われるが、こうした季節要因を除けば、ベースの動きは変わらない。6月の売上がかなり落ち込んでいることから、今後も同様の状況がしばらく続く。 | |

| 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 |
|----|----------|------------------------------|---|
| | | スーパー（店長） | ・景気が変動するような要因がないため、今後も景気は変わらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後については、消費税増税などが控えているが、景気が変わるような要素は特にみられない。 |
| | | スーパー（役員） | ・消費者の守りの生活感が強くなっている。一方、売上確保に向けた競争激化により、商品単価の低下が起きている。今後、消費税増税が行われることで、取扱カテゴリーによっては一時的に業態格差がみられるようになり、不安定な状況が年末まで続くことになる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・漁業関係の状況が芳しくないことから、先行きについては不透明である。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・今後も現状のやや良い状況が継続する。前年は天候要因で夏の売上を落としたが、今年はその反動で前年よりも良い状態が見込める。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・これから閑散期を迎えるが、景気のプラス材料も見当たらないことから、景気は変わらない。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・季節要因により売上が若干の上向きとなることが期待できるものの、大幅に売上が増加するような要因は見当たらない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・季節に応じた気温変化となれば、堅調な推移が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・6月の新車受注は、主力の新型車が発売された前年と比べれば減少したものの、想定範囲内に収まっていることから、今後も堅調な販売量が続く。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・今回は消費税増税前の駆け込み需要が期待できない。また、7月の参議院選挙などの影響もあるため、大きな変化は期待できない。今後も現状維持の状態が続く。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・2～3か月先は、消費税増税を前にした駆け込み需要が本格化している時期となることから、今よりも多少は景気が良くなる。ただし、それ以降については、数か月単位で景気が落ち込むことになる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・前回の消費税増税時には駆け込み需要がみられたが、今回はマスコミによる報道が少ないこともあり、消費税増税を意識した買回り客が余りみられない。現状から、今後も変化がないまま推移することになる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・消費税増税を前にした駆け込み需要が生じるとみているが、今までの状況から、景気が突然良くなるほどの影響は期待できない。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・まだ数か月は大丈夫だとみているが、近い将来、景気はやや悪くなる。北海道の旅館業界では、外国人観光客の集客が落ちているとの声が聞かれる。また、企業にとっては、今回の消費税増税に対応したレジの導入や分煙対策など、厄介な問題もあり、この先に見込まれそうな景気低迷に対処する余裕がなく、頭を抱えている企業も多い。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・これまでどおり好天が続けば、当地の主要産業である農業において良好な収穫が期待できるため、それに伴い地域経済への貢献も期待できる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・客単価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 | ・本格的な観光シーズンを迎えて、多くのイベントなどが行われることから、タクシー1台当たりの売上は前年比でプラスになることが期待できる。ただし、乗務員不足でタクシーの稼働台数が大きく減少していることから、会社の売上は前月までと同様、前年比で大幅なマイナスが続くことになる。 |
| | | タクシー運転手 | ・外国人観光客については、この先の問合せと予約件数が減少傾向にあるが、国内観光客からの問合せや見積りが順調に推移していることから、全体としては変化がないまま推移する。 |
| | | タクシー運転手 | ・人手不足を解消できない限り、景気の変わりようがない。 |
| | | パチンコ店（役員） | ・一時期に比べれば原油価格が低下しているが、今後の動きによっては、再度、製造業、加工業の経営環境が苦しくなる可能性がある。一方、依然として外国人観光客の入込が好調に推移しているため、ホテルや旅行業は現状維持又は微増で推移することが期待できる。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者【フェリー】（従業員） | ・予約状況を分析した結果、例年と比較して減少傾向にあることから、今後も現在と同様の状況が続く。 |

| 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 |
|-----------------------------|----------|-------------------------|---|
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・株式市況が低迷しているため、今後の景気は余り変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・消費税増税の直前となり、若干の駆け込み需要は期待できるかもしれないが、市場全体ではここ1年でかなりの需要を先食いしているため、余り大きな期待はできない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税増税が予定どおりに行われれば、多少は駆け込み需要が生じるが、前回の増税時ほどの盛り上がりまでは期待できない。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・今後、外国人観光客は微増するとみられるが、最近の円高傾向に伴い、個人的な私用の買物単価が低下するなど、買い控えが顕著になってきた。まとめ買い、ついで買い、箱買いなどの動きが減っており、客単価が一層低下することを懸念している。また、国内客については、夏の観光シーズンを迎えるものの、消費税増税前ということもあり、旅行客数が前年並みかやや減少することを懸念している。全体的には景気はやや悪くなる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・国内客による需要に回復基調がみられないため、このまま外国人観光客による売上のマイナス傾向が続くと、先行きは厳しくなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・10月の消費税増税を控え、9月までは一時的に景気が良くなると期待しているが、10月以降は一気に景気が後退することになる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・10連休となった今年のゴールデンウィークの反動で、お盆商戦における消費の節約ムードが強まることが懸念される。また、10月からの消費税増税を前にして、価格へのシビアな対応が既に始まっているような消費者の動きもみられる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・宿泊施設が減っていることから、今後への影響が懸念される。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・消費の低迷、来客数の減少がみられるなど、零細企業を取り巻く経営環境は厳しい。顧客の囲い込みを行えない限り、景気はやや悪くなる。 |
| | | その他専門店〔造花〕（店長） | ・客単価の大幅な落ち込みが続いていることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・参議院選挙があるため、経済が若干停滞することになる。その後も消費税増税が予定されていることから、一般市民の買い控えなどが起き、お金の動きが悪くなる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・ゴールデンウィークでの長期連泊により、夏季の休暇を抑える傾向が強まるとみられる。また、10月に控えている消費税増税も少なからず影響することになる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・現在のところ、夏場の予約数に伸びがみられないなど、集客が回復する兆しがみられない。 |
| | | タクシー運転手 | ・先行きのみえない現状から、今後の景気については予想も付かない。これから2～3か月は今の厳しい状況が続く。 |
| | | 美容室（経営者） | ・老後2000万円問題や消費税増税があるからである。 |
| | × | タクシー運転手 | ・参議院選挙が近づくとつれて、夜の人出が減少することになる。 |
| | × | タクシー運転手 | ・消費税増税により消費が抑えられることになり、客の乗り控えが進むことが懸念される。 |
| 企業 動向 関連 (北海道) | | - | - |
| | | 建設業（経営者） | ・今後は工事の最盛期を迎えて、稼働のピーク期となるため、景気はやや良くなる。ただ、職人、オペレーターなどの人手不足がどの程度影響するかを心配している。 |
| | | 建設業（従業員） | ・今後については、継続中の民間工事に加えて、公共工事の新規発注も重なり、現場はフル稼働の状態となる。 |
| | | 建設業（役員） | ・秋口まではフル稼働状態が続くことが見込めるため、年度前半は好調なまま推移する。 |
| | | 金融業（従業員） | ・個人消費については、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれることから、持ち直すことになる。また、足元の公共工事請負金額が増加している中、今後も公共投資の伸びが見込まれる。観光も最盛期に向かい、堅調な推移が見込まれる。これらのことから、今後の道内景気は緩やかに回復し、やや良くなる。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | ・今後については、荷動きが多少活発になると見込まれる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------------------|----------|--------------------------|--|
| | | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員） | ・受注残による売上や新たな引き合い案件の受注見込みから、今後の業績について上方修正の見方が強くなっていることから、景気はやや良くなる。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・近々の案件で、景気を向上させるような案件が見当たらない。 |
| | | 家具製造業（経営者） | ・外的な経済状況が決して芳しくないことから、このまま景気が好転するとは思えない。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・今年は選挙の年であること、10月に消費税増税が予定されていることから、それらの影響がどう表れるか予測できない。 |
| | | 司法書士 | ・当地における経済の主体は観光業であり、ほかの産業に特に目立った動きがないことから、不動産取引や建物建築は、当分低水準のまま推移する。 |
| | | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者） | ・受注量はますますの状態が続くそうだが、人手不足の影響から、新規案件を思うように受注できない。受注単価などの契約条件が改善されれば、新規採用の可能性も出てくるが、受注型の企業ではそれも望めそうにない。中小企業においては、今後も実態が好転することはないだろうという諦めムードにあり、景気が良くなりそうな雰囲気だけがむなしく、無駄に続いている。 |
| | | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当） | ・今後については、前年並みの売上で推移する状況がしばらく続く。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | ・大型案件の予定が少ないことから、今後も現状維持のまま推移する。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・物流費や人件費の上昇に伴い、牛肉や豚肉、タマネギ、ゴマ油などの値上げ要請があり、今後の製造原価が上昇することが懸念される。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（従業員） | ・景気が良くなるような理由が見当たらない。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・鉄鋼関連については、秋まで荷動きの悪い状況が続くとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・確固たる判断材料があるわけではないが、持続的な景気拡大に向けた刺激剤に乏しい一方で、東京オリンピック後の景気低迷に対する警戒感の強まり、米中の貿易摩擦、海外でのタンカー攻撃など、今後の情勢に悪影響を与えると懸念される事項が複数みられることから、この先の景況感はやや悪くなる。 |
| | | 司法書士 | ・7月に参議院議員選挙があり、10月には消費税増税が控えていることから、今後の消費が上向くことは考えられない。既に諸物価の値上がりが見られることから、収入が増加しない限り、自衛のための買い控えが増えることになり、今後の景気は停滞する。 |
| | x | - | - |
| 雇用 関連 (北海道) | | - | - |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・今年は天候が順調に推移していることから、地域の基幹産業である農業において、一定程度の豊作が見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・夏に向けて経済活動が活発になるため、企業における求人意欲の強さが、今後しばらくは継続することになる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・業者や職種によって異なるものの、若干ではあるが、前年と比べて就業決定率の改善傾向がうかがえることから、今後も景気は変わらないまま推移する。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・世界情勢が不安定なこともあり、景気的大幅な改善は期待できない。参議院選挙が終わるまで大きな変化はないまま推移する。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・月間有効求人数は3か月連続で前年を上回り、月間有効求職者は7年7か月連続で前年を下回っていることから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・景気に影響を与えるような雇用調整などの動きもみられないことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・人手不足分野の求人において、募集と比べて希望者が少なく、有効求人倍率の高止まりが続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率は1年7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。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|---|
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・前年と比べて、企業の採用担当者の動きに変化がみられないため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・消費税増税を前に、駆け込み需要によるひと盛り上がりがありそうだが、設備投資や個人消費の抑制、貿易摩擦の問題などのマイナス要因が多いことから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・ゴールデンウィークが絶好調だった業界では、夏、お盆の需要を先食いしただけのケースも多くみられる。特にホテル業界では、夏期の予約が不調との声を聞く。この先、毎年恒例の夏祭り、収穫時期や農繁期の食にまつわるイベントなどが続々と行われるが、参議院選挙、消費税増税、増税に伴う商材の値上げなどのマイナス要素もあり、景気は若干の落ち込みが見込まれる。 |
| | x | - | - |

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------------------|--|---|
| 家計 動向 関連 (東北) | | コンビニ（店長） | ・夏の最盛期であり、売上が1年で最も高い時期となる。また、お祭りやお盆により来客数も大きく増える。さらに、今年はお盆に大型連休もありえるため、期待が高まっている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・現在は春物～夏物の動きに鈍さがみられている。今後は気温が上昇して商店街のイベントなども増えるため、集客力が上がって売上も少しは伸びていくとみている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、ジュエリー、スーツ、バッグなどの高額商材や、化粧品などの消耗品、肌着、靴下、パンストなどの日用品を中心に、一時的な売上増加が見込まれる。ただし、その後の反動を含めて中期的には消費の冷え込みが続くとみている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税の引上げ直前となるため、デイリー品や消耗品、高額商材を中心に駆け込み消費が増加し、一時的ではあるが消費動向が上向いてくるとみている。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・消費税の引上げを前に、夏のセール突入以降は秋に向けて少しずつ消費マインドが上がっていくとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・気温の上昇とともに客の来店頻度が上がるとみている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あるとみている。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。家電業界においてはパソコンOSのサポート終了を控えて、パソコンの買換えが出てくる見込みであり、来年の東京オリンピックについても高画質テレビの需要があるとみている。このような、先々を見据えた買換えが多く発生すると期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・第3四半期の事業計画達成に向けて、新型車発表に合わせているような施策を展開していく予定であるため、10月までは良くなっていくとみている。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要があると見込んでいる。制服はサイズの関係で大量に買い置きをすることはできないため、余り期待はできないが、多少の影響はあるとみている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要があると見込んでおり、景気はやや良くなるとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・遅れていた光ファイバーによる幹線工事は順調に動き出しているが、各家庭への工事業者が引き続き不足しているため、客へのサービス提供が遅れている。ただし、8月以降の工事対応がみえてきており、新規加入者の獲得が期待できる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・夏休みやお盆商戦に入るため、来客数が増加することを期待している。 |
| | テーマパーク（職員） | ・夏休み時期に入るため、全国からの来客数の増加が見込まれている。また、買上点数や売上の増加も期待できる。 | |
| | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・前年比160%という、史上最高の売上及び利益を計上する見込みである。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|---|
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・上場企業が所有する地方の遊休不動産の処分の話が出てきており、取得の確約が取れている。そのため、今後は新しい分譲計画及び新規受注を見込んでいる。 |
| | | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・住宅設備器具の取付けの繁忙期と、リフォーム工事の消費税の引上げ前の駆け込み需要がピークとなる見通しである。 |
| | | 商店街（代表者） | ・夏祭りに向けた盛り上がりが見られないため、材料などの需要が期待できない。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・金融機関の預金残高が安定している割に、個人消費に金が回らないのは、供給過剰の状態から脱却できていないためである。これが収まるまでは状況は厳しいまま推移するとみている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・来客数、売上共に、多少の変動はあるものの安定している。ただし、少しずつ減少していることは事実である。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・消費税の引上げに備えて、対応できる経理ソフトやレジスターなどの準備のために諸経費が増えている。消費者の動きにも不透明なところがあり、現状を維持するだけで精一杯である。 |
| | | 一般小売店〔寝具〕（経営者） | ・先が読めない状況であり、停滞が続くとみている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待できるものの、景気の停滞傾向と相殺されて、結果としては変化がないとみている。 |
| | | スーパー（経営者） | ・この先は参議院選挙、地方議会議員選挙、首長選挙などがあるため、選挙期間中において特に消費に盛り上がりはないとみている。 |
| | | スーパー（店長） | ・周辺の環境変化により来客数及び売上は増加しているが、数か月で終わりを迎えるものであり、それをつなぎ止めるための努力が必要である。 |
| | | スーパー（店長） | ・来客数は天候に影響を受けてしまう。そのため、梅雨時期の雨の日が前年よりも多くなると、来客数は減少してしまう。 |
| | | スーパー（店長） | ・売上は少しずつ回復傾向にある。ただし、客単価が若干落ち込んでいることもあり、この先も景気の動きは余り変わらないとみている。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・必要な物を必要な量しか買わない傾向が何か月も続いている。また、消費税の引上げの動きが不透明であり消費者は不安になっている。消費税の引上げが決まれば状況は変化するとみている。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・1品単価は低下傾向にある。価格を下げた販促強化をしているため、その分来客数及び買上点数の増加がポイントとなるが、計画とのかい離もあり、結果として売上は変わらず横ばいで推移するとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・3月以降、全ての項目が横ばいで推移している。今月は客単価が2円上昇したものの、4月の水準までは戻っておらず、プラスの材料も見当たらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・建設業や農業が順調であれば現状維持が可能であるが、余り期待はできない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・売上が前年並みを維持できていない。人件費も増大しており、経営が苦しくなっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・店の周辺環境に変化がないため、今後も特に変化はないとみている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・夏の天候にもよるが、消費税の引上げやキャッシュレス化に伴う消費動向の変化はあるとみている。ただし、小売業への集客の観点からは大幅増加とは考えにくい。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・全体的な景気の回復傾向がみられるものの、10月の消費税の引上げで一時的に消費は落ち込むとみている。特に国の施策であるポイント還元は、高齢者や高校生などの学生にはメリットが少なく、消費税の引上げによるデメリットをカバーするには至らないとみている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ゴールデンウィークからの反動減もなくなっているため、天候が暖くなれば前月のような落ち込みにはならないとみている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・お中元に向けて、来店を促す電話をしたり、カタログの送付や訪問などをしたりして受注に結び付ける工夫をしているが、悪くない感触である。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------------|---|
| | | 衣料品専門店（店長） | ・消費税の引上げを前に一時的に駆け込み需要があるとみているが、その後の動きについてはふたを開けてみないことには正直分からない。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・来客数、客単価の減少傾向は約1年半続いている。景気が回復する要因は見当たらず、消費税の引上げとなった場合の買い控えを懸念している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要の動きが見受けられないため、景気はこの先も余り変わらないとみている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・特別注文家具の営業において、見積依頼はあってもなかなか決定に至らない。この先は閑散期であり、状況は余り変化しないとみている。秋口からに期待したい。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・2～3か月先は盆と彼岸になるため、仏具類の購買意欲が高まるとみている。そのため、売上も今月並みで推移するとみている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要は特になく、景気が良くなるような要因もない。 |
| | | 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） | ・灯油から電気への燃料転換が進んでいる。高齢化時代を迎えて、今後もこの傾向は続くとみている。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・今月の売上は順調に推移しているものの、ゴールデンウィークが長かった分、その反動を実感している。そのため、この先の景気も余り変わらないとみている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・7月は参議院選挙の影響で予約状況が鈍い。その先は今月と同じでやや悪い状況となっている。また、8月10日からの最大9連休の影響もあるとみている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・ここ3か月は、天候も良く10連休というゴールデンウィークの影響もあり、イベントなどのために多くの客が街へと繰り出していた。現在は一段落しているため、この先は厳しい状況が続くとみている。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・次の需要の山となる7月からの夏休みシーズンであるが、入込は余り良くない状況である。他の地域では海外の動きが良いと聞いているが、東北ではそのような雰囲気はなく、この先に良くなるような要素はない。 |
| | | タクシー運転手 | ・一度固まった財布のひもは、簡単に緩まることはない。人種の問題であり堅実的な日本人の特徴であり、たとえ景気が良くなっても他人の様子をみて徐々に動き出すため、時間が必要となる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・現状維持が続くものの、消費税の引上げにより景気は徐々に悪くなっていくとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・景気に大きく影響するような要因に乏しい。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・景気が好転するような材料が見当たらない。 |
| | | 観光名所（職員） | ・温泉旅館は山形県沖地震からの復興が進んでいるが、団体客の予約状況が戻っていない。大きなイベントなどもなくこの先も現在の悪い状況が続くとみている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・夏祭りシーズンとなるが、旅行会社からは価格面でのサービスを求められることが多くなっている。特別感や値ごろ感がないと集客が難しいとのことで、ツアー団体向け商品ではその傾向が顕著である。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・8～9月は曜日まわりが比較的良く、それほど物価上昇や消費低迷の影響を受けないとみている。 |
| | | 競艇場（職員） | ・状況に変化がないため、2～3か月先も売上が急激に増加するとは考えにくい。単価が上がらないのであれば、来客数を増やさなければならないため、今後はイベントなどを検討している。 |
| | | 美容室（経営者） | ・前年比の動きに変動がなく、ある意味安定している。この先も急激な変化があるとは考えにくい。 |
| | | 美容室（経営者） | ・新規客が少ない。また、なじみ客も高齢化している。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・年間の総発注量は減少となる見込みであり、今後という意味では減少傾向となる。ただし、これまでに取り組んでいない分野において業務拡大すれば好転はあるとみている。 |
| | | その他住宅投資の動向を把握できる者（住宅展示場運営会社） | ・住宅の場合、新築購入は2019年3月までが請負契約の期限となっている。そのため、この先の消費税の引上げ前の駆け込み需要は見込めない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|---|
| | | 商店街（代表者） | ・大型商業施設内で完結していた消費者が、閉店に伴ってアーケード内の店舗を利用し始めている。しかし、商店街内にスーパーなどがいないため、他の商業施設への流出を懸念している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・Webや通販に押されて物販が良くない。この傾向は更に拡大するとみている。 |
| | | 百貨店（買付担当） | ・消費税の引上げや年金関連の報道で、消費者の節約志向はより一層強まるとみている。先買い等消費に走るか、今の状況でははかりかねる。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・営業エリア内において、競合店の出店が相次いで予定されている。そのため、会社の業績に大きく影響することを懸念している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・コンビニ時短営業の動きもあり、深夜時間帯の売上減少が見込まれる。また、人件費の高騰により、オーナー収益も悪化している状況である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・夏物処分セールは8月まで続くが、単価の減少が大きく売上に期待ができない。また、10月からは消費税の引上げもあり、消費者の財布のひもはますます固くなっていくとみている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・全体的に消費が冷え切っている。この先は選挙や消費税の引上げを控えており、後ろ向きな消費を払拭できるような雰囲気もない。消費税の引上げ後はこのままな崩壊的に冷え込むとみており、消費税の引上げ前の駆け込み需要にも期待はできない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・老後問題など景気動向に大きく左右されてしまう。そのため、現段階では客は買物に慎重になっている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税の引上げや東京オリンピック需要など、通常以外の景気の変動が見込まれるものの、長期的には人口減少などによる来客数の減少が売上の減少に結び付くとみている。 |
| | | 乗用車販売店（本部） | ・新型車効果は徐々に薄れてきている。消費税の引上げ前の駆け込み需要もどこまで見込めるかかかではないため、楽観視はできない。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・消費税の引上げに向けて、どのように動けばいいのかわからない状況にある。駆け込み需要若しくは消費の落ち込みに対しての準備や対応が必要であり、この先は厳しくなるとみて臨まざるを得ない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・販売価格の高止まりや自動車の燃費向上など、これまで続いていた販売量の減少に加えて、同ブランド店舗の増加に伴い競合店への客の流出が発生しており、今後も回復の見通しはない。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・月末の天候不順により、夏のセールのスタートが今一つである。今後は消費税の引上げを争点とした選挙もあり、先行きの見通しは非常に不安定である。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・特にレストランは社会の雰囲気によって来客数に影響が出る。消費税の引上げや社会保障の先行き不安から、影響がじわじわ出てくるのではないかと。今後ますますレストランの利用が控えられてしまうことを危惧している。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・消費税の引上げが近くなってきたことで、消費の手控え感がみられている。消費税の引上げ後は更に冷え込むのではないかと心配している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・レストランなどの個人利用が前年よりもやや厳しい状態は、今後も続くともみている。 |
| | | 旅行代理店（店長） | ・夏以降の個人旅行の予約が今一つ伸びていない。 |
| | | 旅行代理店（店長） | ・消費税の引上げの影響による買い控えを懸念している。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・夏の旅行の受注が落ち込んでいる状況が続いている。この先も余り期待できない。 |
| | | タクシー運転手 | ・夜間の営業状態が悪いままであり、回復の兆しはみえない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・都市部と地方との格差が広がることを懸念している。東京オリンピック需要は景気上昇につながるとみているものの、関係の薄い都市は下げ止まり傾向が拡大していくのではないかと。政府予算案件の進み具合と、政府と地方の予算が合致していない。この先はボーナス商戦により景気は多少良くなるものの、全体的にはやや悪くなるとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・消費税の引上げの影響で売上が落ちるとみている。 |

| 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 |
|----------------------------|----------------|---|--|
| | x | 商店街（代表者） | ・身の回りの店舗は、物販店、飲食店に限らず落ち込みが激しい。このままずると悪い方向に流れるのではないかと危惧している。 |
| | x | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・生活必需品の値上がりが続いているため、消費者の生活防衛意識が高まるとみている。 |
| | x | スーパー（経営者） | ・消費税の引上げに対する政策が出ているため、後で購入した方が得であるケースが多く、かつてのような特需は見込めないとみている。 |
| | x | 一般レストラン（経営者） | ・レストラン業界は選挙の時期には静かになってしまう。特に大きなイベントがないまま、これから参議院選挙などが始まるため、動きはやや静かになるとみている。 |
| | x | 観光型ホテル（スタッフ） | ・前年割れしている来客数に回復の兆しがみえていない。 |
| 企業 動向 関連 (東北) | | - | - |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・複数の新商品投入による販売量の増加を見込んでいるため、今月よりは良くなるとみている。 |
| | | 建設業（従業員） | ・現在対応している案件については、契約手続き中の案件も含めて結果が出てくる時期となるため、一定の受注量を見込んでいる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待できる不動産、自動車、家電量販店などは広告出稿も活発に動く見込まれる。単月では上昇傾向にあるものの、その後の反動が不安である。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・天候に恵まれて果物も順調に生育しており、最盛期が8月上旬になる見込みである。梅雨明けが早まり晴天が続くことを期待している。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・業種によっては消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待できるが、食品にはそれがなく、どのような影響が出るか不透明である。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・この先は、長期のお盆休みなど、地方の印刷業界は閑散期となる。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・受注量に変動がないため、この先も景気は横ばいとみている。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・現在の経済状況を打開するには、何かきっかけとなるような大きな出来事が必要である。ただし、現時点においてそのような要因がないため、先行きの景気には変化がないとみている。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・当分は通信業界に対する反応は厳しいとみている。根気強く信頼を得られるような働きかけを継続していくしかない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・経済好景気に向かう政治的施策、環境の変化はなし。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・景気に対する特に大きな変化要因は見当たらない。 |
| | | 金融業（広報担当） | ・住宅投資及び公共投資は前年同月比プラスで推移している。民間非居住用の設備投資も増加しており、個人消費への波及が期待できる。一方、米中貿易紛争や中東問題の影響は今後少なからず顕在化するものとみている。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・選挙が続くため、本来の広告に関する仕事はいろいろな意味で様子見になるとみている。 |
| | | 経営コンサルタント | ・日常的な消費活動を変化させるような要因は見当たらない。 |
| | | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・得意先の特性として、前年を下回った後は納入価格の抑制がしばらく続くことから、2～3か月後も今月と変わらない状況であるとみている。 |
| | | その他企業〔協同組合〕（職員） | ・受注状況などからも、この先の短期予想が激変することは考えにくい。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・春先の低温と梅雨の時期の低温により、稲の生育が悪く収穫量が減少すると見込まれる。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・参議院選挙があるので、旅行者の数は減るとみている。 |
| | 窯業・土石製品製造業（役員） | ・需要の減少傾向や、原材料などの値上げ分の価格転嫁ができない状況は続いており、今後も前年比が向上するような要因は見当たらない。 | |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・大手の得意先から減産の情報が入っている。 | |

| 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 |
|----------------------|----------------|--|---|
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・大阪サミットでの米中首脳会談の結果により、両国間の貿易摩擦や制約の悪影響の期間が前後するが、しばらくは現在の製品の出荷制約が続くため、半導体業界の景気としては悪くなるとみている。 |
| | | 建設業（企画担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要として、引渡しが2019年9月末までとなる改修工事などが増える見込みであるが、景気全体としては低迷傾向にあるとみている。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・夏の参議院選挙や10月の消費税の引上げの影響がボディブローのように効いてくることで、景気の減速が進むとみている。 |
| | | 司法書士 | ・住宅については、消費税の引上げ後の方が得策であるとして、建築購入を急がないという声が聞こえている。 |
| | | 公認会計士 | ・建設関係はそこそこの業績を確保している。ただし、小売業関係は4月以降、売上、利益共に前年比が悪化している企業が多い。そのため、今のところ業績回復の要因は見当たらない。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | ・仕入先の価格値上げや、配送費及び役務関係の値上げをすることで増える見込みである。全てを販売価格に転嫁することができると自信がない。 |
| | x | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・取引先のほとんどが中小企業であり、従業員の実質所得は横ばいか減少している状況である。5～6月からの値上げが浸透していくことで、消費者の財布のひもは一層固くなっていくとみている。 |
| 雇用 関連 (東北) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・東北6県全てで新規登録者が増加している。また、採用確定数も3けたとなり、6県全てで前年比はプラスとなっているなど、2～3か月先も期待ができる状況である。 |
| | | アウトソーシング企業（社員） | ・今後も価格を上げることができればと期待している。 |
| | | 学校〔専門学校〕 | ・消費税の引上げに向けて、最後の駆け込み需要が見込まれるため、景気はやや良くなるとみている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・この先の景気が悪くなるような情報は見当たらないが、逆に飛躍的に良くなるという情報もない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・ダイバーシティ、副業、有償又は無償ボランティアなど、人手不足を補う手段は多様化しているものの、意欲的に取り組むごく一部の事業者と、そうではない大多数の事業者の構図になっており、課題の解決への道のりは平坦ではない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・景気に対する大きな変化要因はない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・景気が大きく動くような要因が見当たらないため、特に変化はないとみている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待していたが、金融庁の報告の影響で消費を控える人が増えるとみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・事業所訪問などにおいて、今後の状況を不安視する声が確認できる。しかし、人手不足感が強く若年労働者の採用意欲は強い。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・基幹産業である水産加工業を含め、食料品製造業の求人は製造業全体の約55%を占めているが、前年同月と比べると12.9%減少している。経営環境は依然として厳しい状況にあることから、この先の景気も変わらないとみている。 |
| | | その他雇用の動向を把握できる者 | ・景気の先行きに不透明感を感じている企業が多い。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・この先の状況が改善する見込みがない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・いよいよ参議院選挙が迫っており、先行きの不透明感が強まっている。地元建設業の設備投資に減少傾向がみられるなか、消費税の引上げへの対応が追い打ちを掛けるのではないかと不安感も漂っているため、景気の浮揚には至らないとみている。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・求人の多さに安心はしているが、正社員の割合にそれほどの変化はない。労働者が疲弊していくのではないかと心配である。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------|----------------|
| | x | * | * |

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） | ・梅雨も明け大きなイベント等が近隣で開催され、コンビニ等のフェアもあるので来客数が増える。また、夏休みに入るので、多方面からの来客数が増え、良くなる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・消費税増税の関係で、やや良くなる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・今後2～3か月先となると、消費税増税のタイミングが近づくことから、ある程度の駆け込み需要が見込めるため、食品や化粧品などの消耗品がけん引し、やや良くなる。 |
| | | 百貨店（役員） | ・高額品を中心に、消費税増税前の駆け込み需要が期待されるため、やや良くなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・7月に入るとイベントがあるので、多少、売上が戻り、やや良くなる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・消費税増税前の需要は、多少はある。 |
| | | 衣料品専門店（統括） | ・祭りが春からぼつぼつ始まってきている。当店で祭礼用品を扱っている。今まで冷えていた消費者の財布のひもも、最近幾らか緩んできたような気がする。ただ、4～5月の大型連休があり、8月にはまた連休があるので、客はレジャー等に使うお金はあるかと思うが、物を買おうという意識はまだ薄いようである。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税増税前の需要で、やや良くなる。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・消費税増税前で、販売の動きが予想される。 |
| | | その他専門店〔靴小売業〕（経営者） | ・課題が少し分かってきたようなので、今後良くなる。客の動きや情報を捉えていくと明かりが見える。いかに早く実践していくかである。小売業界は確かな新しいノウハウを確立しなければならないが、大きな問題に向かっていくしかない。 |
| | | 旅行代理店（所長） | ・夏季ピークとなるので、当然現在よりは良くなるし、ならなくてはならない。観光地の環境整備も進んでいるので、期待したい。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・新規に別事業の展開を始めている。県内需要は全く見込めないため、全国や世界向けの事業を開始する。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・消費税増税に向けた駆け込み需要の可能性はある。ただし、住宅ローン減税と比較して、増税後に判断を行う可能性もある。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・夏季に向けた新展示物の開始などを予定しており、増加傾向にある。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・消費税増税前の駆け込み需要がやや期待できる。公共工事の発注次第では、良くなることも考えられる。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・前年同様、これからは真夏日が来る。暑さが続くと人出も悪くなる。この先に消費税増税があるので、一般には景気の浮揚は考えられない。 |
| | | 百貨店（店長） | ・年金2000万円不足問題の影響か、年金支給日前後も消費意欲が弱くなっており、食料品売上も前年を5%ほど下回る結果となっている。 |
| | スーパー（商品部担当） | ・消費税増税を控え、価格訴求品の効果は続きそうだが、買上点数を上げることが今後の課題である。売上増の見込みはなく、前年を維持できれば御の字である。 | |
| | コンビニ（店長） | ・外周部の同業店の新築、リニューアルが続いたため、外部に客が吸い出されてしまうせいか、良い状態にない。これはしばらく続く。 | |
| | 衣料品専門店（販売担当） | ・このところずっと、来客数が減ってきて、どん底に近く、これ以上悪くなることはないのかというくらいの状況である。それを踏まえて、今後も今と変わらない悪い状況が続く。 | |
| | 家電量販店（営業担当） | ・パソコンのOSソフトサポートが来年終了で、入替えを推進しているが、使用には問題がないから、思うように進まない。価格の問題が大きい。梅雨になり、除湿機、乾燥機の販売は前年よりも好調に推移している。売れるべき時期に商品が売れるのは有り難い。 | |

| 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（販売担当） | ・当社のユーザーに話を聞くと、景気の良い取引先もあることにはあるが、客の入っていないところが極端に多く、でこぼこである。長期的にみて、客の景気が良くはならない。当社の売上は2～3か月前とさほど変わらない状態で推移しているため、良くなってほしいが、大して変わらない。 |
| | | 住関連専門店（仕入担当） | ・前年夏は早い時期の梅雨明け、猛暑により、夏物季節商材の販売で大きな売上を作った。今期は、そこまでのプラスは見込めず、かつ、消費税増税前後で、節約志向の高まりが続くと思われる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・上向く要因が見当たらないが、夏を迎え、学生が長期休暇に入り、帰省などで人が移動すると、経済も回る。プラスマイナスゼロと考えている。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務） | ・景気動向というよりは、むしろ働き手の確保と人件費関連の上昇を、いかに吸収していくかが重要になっている。新規採用者の確保と定着、それを可能にする人事制度の整備等が業務内容拡大の鍵になっている。 |
| | | 都市型ホテル（営業担当） | ・消費税増税もあり、良くなる要素がない。極端に悪くなる要素も具体的にはないので、現状と変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（副支配人） | ・7月はやや停滞しそうだが、8～9月と大型イベントを控えているため、安定した売上と稼働が確保できるとみている。 |
| | | タクシー運転手 | ・一層悪くなる可能性がある。 |
| | | タクシー（経営者） | ・全体的に動きが変わらないので、この先も変わらない。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・現状では厳しいと思われるが、秋冬モデルの販売を控え現行モデルが買いやすくなれば販売は上向く。その機会を待っているユーザーも、一定数は存在する。 |
| | | 通信会社（局長） | ・消費税増税に向けた投資控えか、あるいは反発して直前に購入するのか、どちらに動くか見えない。2018年の飲食店の倒産件数が過去最高で、リーマンショック、東日本大震災時よりも多いと発表されたが、大手チェーン店の撤退よりは、むしろ個人経営店の廃業が目につく。 |
| | | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・県内の景況感発表は、やや回復を示唆しているが、ボーナスの回復を期待するほど甘くはない。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・消費税増税による影響もあるが、変わらない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・商店街近くの国道に、道の駅が近々オープンする。面積は近隣の道の駅よりかなり広く、大手チェーン店が参入する。同じ商材を扱っている店では、閉店の覚悟をしている。中心市街地の商店街では業種にかかわらず、不安が募るばかりである。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・財布のひもはかなり固くなっている。必要ない物には、絶対にお金は出さない傾向にある。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税増税に伴う消費マインドの低下が懸念される。駆け込み需要の効果は一時的であり、その後は生活防衛意識の拡大により、消費は抑制される。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・10月の消費税増税で、財布のひもは相当固くなるのではないかと。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・7～11月まで、店舗前面道路の下水工事が予定されている。工事中の車の出入口の不便さや、交通量の減少等の影響が考えられるため、大変心配である。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・7月に参議院議員選挙が行われるが、直近の国会での議論を聞いていると、希望を持ってない。また8月に発表を伸ばされた米国大統領のコメントは、日本にとって厳しい状況になるとみている。 |
| | | その他専門店〔燃料〕（従業員） | ・受注や受注残の減少で、やや悪くなる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・消費税増税前で、駆け込み需要があるか、逆に冷え込むのかは予想できない。しかし、我々飲食店は、再増税に対し、特別何かしらの戦略を打たないと、冷え込む一方になりかねないという危機感はある。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・消費税増税に伴い、やや悪くなる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・消費税増税もあり、夏以降の需要が読みにくい。駆け込みが増える業界でもなく、社会全体が消費に後ろ向きなときは厳しい。 |
| | | 都市型ホテル（営業） | ・7月末から8月は夏休みで、宿泊、宴会共に、年間を通じて最も厳しい時期に入るため、やや悪くなる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・夏のピークが悪いと、秋まで引きずる可能性が高い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|------------|---|--|
| | | タクシー（役員） | ・慢性的な人手不足で、やや悪くなる。 |
| | | ゴルフ場（総務担当） | ・来場者見込みは6月2,664名、前年比マイナス336名、7月3,092名、同プラス902名、2019年3月期の累計は9,473名で前年比マイナス277名と、景気はやや悪い。 |
| | | 競輪場（職員） | ・全国発売記念競輪の売上が、減少傾向にある。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・10月の消費税増税の影響は余り感じられないものの、買い控えの動きは出てくるのではないかと。改善する要因が見つからない。 |
| | × | 通信会社（経営者） | ・この状況で消費税増税は厳しいが、先延ばししても一層厳しくなるのは明らかである。労働生産性は上がらず、人件費は高騰、韓国と同じ過ちを犯さないことを祈るばかりである。 |
| | × | 美容室（経営者） | ・客の話題に「年金だけでは生活ができない」と政治絡みの内容が増えている。また、消費税増税に伴い、既に日用品、食料品等に値上げが見られるため、先行きの不安材料が多すぎる。「政治家の言葉に信頼はできない」との話題も出てきている。 |
| | × | 美容室（経営者） | ・ここ2～3年の間に、身近な個人商店仲間が相次いで廃業し、工場労働者や運送業の運転手になっている現状がある。 |
| 企業 動向 関連 (北関東) | | その他製造業〔環境機器〕（経営者） | ・業務の主要3部門共に、前年度を上回る予定で、良くなる。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・夏に向けて住宅設備、エアコンなどの故障や設置等が増え、受注量は増えていく。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・上向き傾向は見られるものの、材料に乏しく動きが弱いので、変わらない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・取引先が十数社あるので、今までも繁閑、普通のところといろいろあったので、2～3か月先も同様に推移していき、余り変わらない。 |
| | | その他製造業〔消防用品〕（営業担当） | ・しばらくはこのまま推移する。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・前年は6月中に梅雨が明け、夏が早く来たため、エアコン、扇風機、飲料水関係は例年の3割ほど増え、物量も多く、車両の確保に大変苦労した。今年は例年並みの梅雨明け予想もあり、前年よりは物量は落ちそうである。しかし、消費税増税前で、大物家電の冷蔵庫、洗濯機などの需要もありそうなので、例年並みの物量を予想する。 |
| | | 通信業（経営者） | ・変わる要素がない。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | ・客の働き方改革や人手不足、消費税増税等、課題が山積みである。IT投資によって業務の一部でも改善したいという需要が増えてきている。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・軽減税率を導入しても、消費税増税が全体の景気を悪くしていくのではないかと。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・食料品や日用品などが値上がりして、買い控えが起こるような気がする。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | ・季節的に閑散期に入るので、平年並みを期待している。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・季節的なことだが、8月が終わると仕事量が毎年少なくなるので、今年も同様に、やや悪くなる。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・秋口には回復するのではないかと楽観的な見方もあるが、足元の急激な受注減を考えると、先行きは不安で慎重になっている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・10月の消費税増税に向けた駆け込み需要があると思っていたが、全然ない感じでの生産計画が来ている。消費税が上がったら、多少落ち込むのではないかと。 |
| | | 建設業（開発担当） | ・今期の公共工事発注額が前年比24%減であり、先行きが大変心配である。今後の発注額を注視していきたい。現政権が6年6か月と、今後歴代最長になる可能性があるが、心配なのは一強政治のゆがみがないかである。政治は国民が第一であり、常に謙虚であってほしい。建設業は従業員の高齢化と若年層の雇用が難しく、いろいろな問題を抱えている。今期決算はまずまずと思われるが、来年決算が心配である。 |
| | 建設業（総務担当） | ・この先良くなるという話もなく、何かでこ入れがないと厳しい。 | |
| | 不動産業（管理担当） | ・資材の値上げや経費増のため、当社としても管理委託費、請負金額の増額を求めて交渉を継続している。ただし、消費税増税で取引先の実質負担が増えるため、先方からの承諾を得ることは、引き続き厳しそうである。 | |

| 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 |
|-------------------|----------|----------------|--|
| | | 社会保険労務士 | ・貿易摩擦問題が決着していないとみており、また、消費税増税を控えているので、駆け込み需要を除けば、余り芳しくないのではないかと。 |
| | × | 金属製品製造業（経営者） | ・8～9月の受注は現在の7割にとどまる。8月は稼働日数が少ないため、受注減は分かるが、9月の減少はいよいよ不況の始まりなのか。 |
| | × | 電気機械器具製造業（経営者） | ・上期は新機種等、取引先の動向に進展が見られない。 |
| | × | 広告代理店（営業担当） | ・消費の冷え込みと企業マインドの低下は、まだしばらくは続く。 |
| 雇用 関連 (北関東) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（管理担当） | ・夏に向けて、コンビニの麺類の生産計画が例年よりも高いため、やや良くなる。 |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・今のところ、どうなるか分からない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・企業からの派遣依頼数は変わらないものの、人材確保が難しい状況に変わりはない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人倍率は直近3か月で1.77～2.00倍で推移している。人手不足感が続いており、事業所の採用意欲も高い状態である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・相変わらず、業種によっては受注増で人手不足のようである。その一方で、親会社等からの受注が減少したため減産しているといった情報も入っており、それほど大きな変動はない。 |
| | | 学校〔専門学校〕（副校長） | ・求人数の多い職種は、福祉、運輸、販売と、この数年変わらない。求人が多いために求職者のえり好みも激しい。現場では、せっかく採用してもミスマッチで苦労している。求職者の質的向上の機会を与える場も、今まで以上に必要である。 |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・7月になると参議院議員選挙の予定から、全般的に商材等の動きや買い控え傾向が推測される。公共事業、住宅の増改築等は現状のまま継続していきだろうが、ガソリン価格も少し変動しているため、価格が上昇するかもしれないとみているところが多いのではないかと。多少は影響が出てくる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・10月の消費税増税の影響を懸念し、求人数を減らす、若しくは採用を見合わせる動きがある。 |
| | × | - | - |

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------------------------|----------|-----------------|--|
| 家計 動向 関連 (南関東) | | 商店街（代表者） | ・消費税増税前の駆け込み需要は間違いなく発生する。特に9月の売上はかなり伸びると思われる。当地域は高額商材を扱うところがあるのでなお更である。しかし、10月以降の反動減も相当なものだろうと思われる（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（店員） | ・花屋としては、6月は何も行事がない。2か月先の8月は、お盆で客がかなり多い。9月はお彼岸があるので、仏花が大分売れる。そうしたことから良くなるのではないかと（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | ・消費税増税の影響で良くなる（東京都）。 |
| | | スーパー（経営者） | ・良くなるように準備している。 |
| | | 観光名所（職員） | ・観光地のため、2～3か月後になると夏休みにも入り、今月よりは良くなる。9月になると行楽シーズンの走りともなり、旅客が増えたと期待している（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・毎年、7月の初めが1年を通して一番売れる時期なので、天候次第では売れる。また、今年は消費税増税も控えているので、その前に買う客も多いのではないかと。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・9月いっぱいまでは今のような調子ではないだろうか。ただ、消費税増税後の5%還元と増税前の購入とどちらが良いのか、消費者も決め兼ねているようである。店の方としてもキャッシュレス化に伴う準備に思案中である。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | ・夏に向けて消費が増える。 |
| | | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要により、一時的に売上が伸びる（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------|---|
| | | 一般小売店〔傘〕(店長) | ・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。 |
| | | 百貨店(売場主任) | ・消費税増税前の駆け込み需要による一時的な回復はみられるが、その後の落ち込みが厳しく、マイナス傾向からの脱却とはならない。 |
| | | 百貨店(広報担当) | ・消費税増税前の駆け込み需要で、日用品や単価が高い商品カテゴリーは上向くものの、その影響範囲は限定的で、全体の消費マインドを押し上げるには至らない(東京都)。 |
| | | 百貨店(営業担当) | ・10月の消費税増税を控えて、高額品、耐久消費財については直近需要の高まりを期待している。今後の中国経済には不確定要素があるものの、現在のインバウンド需要は堅調に推移すると見込んでいる。食料品については、直接の増税影響はないものの、限られた財布のなかでは若干減ると見込まれ、全体では、プラスを見込むものの、大きな伸びには至らないと予想している(東京都)。 |
| | | 百貨店(販売促進担当) | ・消費税増税前の駆け込み需要により、高額品については大きな伸びが期待できる(東京都)。 |
| | | 百貨店(販売促進担当) | ・ゴールデンウィークの10連休後から夏のクリアランスセールまでは買い控えが顕著だが、消費税増税直前期にはまとめ買い対象品については復調すると見込んでいる(東京都)。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・季節的な要因だが、これから暑くなると、来客数も幾らか増えるのではないかと期待している。 |
| | | 家電量販店(店長) | ・梅雨入りが記録開始時より最も遅い今年は、前年以上にエアコン、冷蔵庫の需要増に期待が持てる。さらに、消費税増税前の特需にも期待できる(東京都)。 |
| | | 家電量販店(店長) | ・消費税増税に伴う駆け込み需要が発生すると予測している。 |
| | | 家電量販店(経営企画担当) | ・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。増税後、政府の市場活性化プログラムの効果にも期待したい(東京都)。 |
| | | 乗用車販売店(営業担当) | ・10月の消費税増税に向けて、それまでに納車してほしいという客が非常に増えてきている。納期の掛かる車に関しては7~8月くらいがリミットとなるので、増えるのではないかと。 |
| | | 乗用車販売店(販売担当) | ・東京オリンピック需要で建設関係は忙しいようで、人手不足で賃金ベースが上がっている。現場の方からは、仕事量が増えているからといって単価を上げられるかという、なかなか上げられないという話がある。ただ、仕事量が増えてきているので、その意味ではやや良くなる(東京都)。 |
| | | 乗用車販売店(総務担当) | ・これからボーナス月、中間決算月、消費税増税などの影響もあり、かなり需要が増えてくると予想している。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕(統括) | ・消費税増税前の駆け込み需要による集客が増加すれば、接客数、販売数も増加し、一時的に売上が伸びる可能性が高い(東京都)。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕(営業担当) | ・2~3か月後は、消費税増税が目前に迫り、特に単価の高い商材への駆け込み需要が広がってくるものとみている(東京都)。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | ・8~9月はレジャー需要が見込めるため、状況は良くなる。ラグビーワールドカップ開催があるが、予約は伸びていない。 |
| | | 旅行代理店(販売促進担当) | ・8~9月は夏休みシーズンということで、個人旅行の予約が堅調に入っている。また、団体旅行についても、9月の予約状況は悪くないということで、やや良くなる(東京都)。 |
| | | 旅行代理店(総務担当) | ・見積案件が増加傾向にあることに加え、予算的にも若干増額傾向がみられる(東京都)。 |
| | | タクシー運転手 | ・東京オリンピック関連工事などで内需が拡大し、景気を刺激している。また、10月からの消費税増税前なので、駆け込み需要で大口の買物も多くなる。タクシー業界にも幾らかのおこぼれがありそうなので、一時的に景気は良くなる(東京都)。 |
| | | 通信会社(経営者) | ・ラグビーワールドカップ開催と東京オリンピック、パラリンピック開催まで1年を切り、高画質映像ニーズの高まりと開催機運醸成による効果、消費税増税前の機器買換え需要に期待できる(東京都)。 |
| | | 通信会社(社員) | ・見込んでいた夏のイベントの仕事が具体化してきている(東京都)。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・携帯端末割引の撤廃、消費税増税前の携帯電話の駆け込み需要に伴い、若干の契約増を見込んでいる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|--|
| | | 通信会社（管理担当） | ・携帯電話は端末代金が月額使用料金から分離されることから、その前に集中して特需が発生する見込みである。その後の買い控えについては、消費税増税の関係もあり、何らかの策によって盛り上がると考えている。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・米中貿易摩擦の動向により景気動向も影響を受けるだろうが、依然として不透明なため、やはり消費税増税前の一時的な駆け込み需要が起こる（東京都）。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要でやや良くなる。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・このまま契約に結び付けば、自身の周りでは景気が良くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・10月から消費税が上がることは前々から消費者も分かっており、我々も承知しているが、それに対して増税前に買物をおことうという状況は余りみられない。かえって売上が思うように取れず、来客数も減っていることを考えると、消費税増税が非常に不安である。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | ・年々厳しくなる猛暑や異常気象などがあり、夏に向けて天候次第では売上がどちらかに傾くのではないかと。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・当商店街は点在型で、1つ1つの店が独立した店という感じであり、一体となって何かを仕掛けるということは不可能で、個店としての仕掛けをしてもやや難しい。集客を図るため、何か良い手はないかと模索してはいるが、なかなか思うような手立てが思い浮かばず、難航している。非常に厳しい。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・消費税増税の日までは変わらない（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔米穀〕（経営者） | ・10月の消費税増税の動きは予想がつかず、何ともいえない（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | ・年度末の案件はある程度出てきているが、今後2～3か月では大口案件が余り出ていない。大口がないだけで、小口はあるので、余り景気としては変わらない。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | ・消費税増税があるかもしれないからといって、お茶は客が買いためをするような物ではないので、それほど販売数量が伸びるとは思えない（東京都）。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・今後もセール、人気物産展を広域の客に告知するために、訴求媒体を前年以上に手配するとともに、在庫確保に努めている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・現段階ではお中元にしろ、常備品にしろ、プラス要件は少ない。前年を維持できるくらいがやっとかと思っている（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・近隣の大型商業施設の改装期間中に、いかに新客を取り込むことができるかが鍵となる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・10月の消費税増税に向けた買換え需要などに期待しているが、税率の上げ幅が小さいことや軽減税率の導入により、前回のようないきなり駆け込み需要は期待できない（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ボリューム客層の消費マインドが6月末からのクリアランスセールでどこまで活性化するかが鍵となる。一方で、特選、宝飾品、美術等の高額品は好調を維持しているが、婦人服、婦人雑貨、食品ギフトが苦戦しており、短期間での回復は期待感が薄い（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税増税を控え、国内消費者の買物に対する意識はシビアである。インバウンド売上が微増ではあるが下支えをしている状況で、全体としては現状と変わらないとみている（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要で、一時的には売上アップ動向がみられ、その後は落ち着く、若しくは停滞すると予測している。全体としては現状のまま変わらない（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | ・当面、現状を大きく反転させる事象は見いだせない。 |
| | | 百貨店（計画管理担当） | ・食料品は比較的安定しつつあるが、相変わらず主力の衣料品に復調の兆しが見えず、厳しい景況感は続く（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | ・株価の動きや、構造を変えなくてはならない時期に来ていることから、ダイナミックな改革には多少時間を要する（東京都）。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・客の様子を見ていると、ポイント何倍であるとか、時間帯での割引セール、広告初日のお買い得、目玉商品など、時間、店、商品などを見て、いろいろな店舗でうまく買い回っている状況がまだ多くみられる（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|--|
| | | スーパー（経営者） | ・3か月後に消費税増税があるので、普通は駆け込み需要で少々上がるのだが、今回食品は8%のままで、当店の商材はほとんどが8%なので、それほど駆け込み需要も期待できないのではないかということで、変わらない。その後はやや悪くなると予想しているが、まだ分からない。 |
| | | スーパー（店長） | ・本来ならば良くなると答えたいが、客は完璧に守りに入っている状況である。我々も特売や安売りをして客を呼び込み、売上を上げる施策をしているが、売場で客同士で年金や貯金の話をしたり、最終的には切り詰めるのは食料品と衣料品しかないなどというような話をしているのを聞くと、3か月後に急に景気が良くなるとか数字が改善するとは思えないため、今と変わらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費者には節約志向が依然として根付いており、物価上昇も相変わらず続いているので、購買意欲が上昇するにはまだ時間が掛かる（東京都）。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・5月のような大型連休、これからの旧盆等の休みに向けて、客が休日の余暇にお金を使うようになり、日々の必需品購入にはお金が回り回ってこない状況が続くと思われるので、小売業にとってはこの先も厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・米中の貿易摩擦の問題が大きく影響していると思うが、将来にわたる不安感から買い控えが起こり、生活レベルを押し下げている。そうした気運が浸透しているように感じる（東京都）。 |
| | | スーパー（販売促進担当） | ・消費税増税に対する販促次第である。食品中心に旬、味、鮮度の徹底したPRを実施して対応する。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・7月からキャッシュレス決済の取扱いを始め、波が押し寄せてきているが、今は客の動向が読み切れない。数か月間は大きな変化はないと思われる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・近隣にライバル店ができていたので、商売上厳しくなっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・天候次第で来客数が増える見込みもあるが、前年の猛暑に比べ梅雨が長引きそうなので、良くなる可能性は低いと予想している。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・個店的には来客数、客単価共に落ちているが、同じような地域への出店も続いているので、景気自体が悪いわけではないような気もする。ただし、良くなっているとは思えない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・前年は天候に恵まれ、売上、来客数共に好調だったが、長期予報では前年ほどの好天とはならないため、今と同じぐらいの動きになるのではないかと（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・変わらないと回答したが、実際のところは分からない。今はどこでも軽減税率やキャッシュレスという言葉が氾濫しているが、中小の物販、小売店に関しては、短期的な還元ではなく、クレジットの手数料を百貨店並みにしてもらわないと困る。大手は1%、零細は5%では勝負にならないので、恒久的に手数料を下げてほしい。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・4月からの第1四半期のトレンドと、10月の消費税増税前の駆け込み需要を差引きすると、落ち込みが多少改善されると期待している（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・自動車の整備と販売をやっている。整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。消費税増税前の駆け込み需要があると期待していたが、余り効果は出ていない。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・車購入の案件が増えてこない。消費税増税前の駆け込み需要が思ったより少ない。 |
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | ・販売量が好転する具体的な要素が見当たらない。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・リフォーム業においては、消費税増税に伴う駆け込み需要が顕在化しており、引上げ直前の9月一杯までこの傾向が続くものと思われる（東京都）。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・消費税増税までは財布のひもが緩むが、それ以降は厳しくなる。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・当店の商品は通年で余り変化がある商品ではないので、変わらない。 |
| | | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・今の状況が続けば、公設市場としての当市場は駄目になる（東京都）。 |
| | | その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当） | ・引き続き通減傾向が続くと予想するが、市場データで拾いきれないデジタル販売にシフトしている可能性も考えられるため、注視が必要である（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 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | 高級レストラン（営業担当） | ・法人関連の宴会予約受注状況は前年同様である（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（仕入担当） | ・先々の法人予約等の状況をみても前年並みであり、大きな変化は感じられない（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・地域としてはビジネスチャンスが数多くあるが、多様化のスピードが速く、その対応が急がれている（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・3か月後も今と変わらないが、今よりも消費税増税前で景気が冷え込むような気がする。軽減税率等の対応にも手間が掛かる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・米中、米国とイランの摩擦等、世界が不穏な状況と感じる人が多いのか、財布のひもが固い。どうしようもない人手不足のために営業時間を短縮しているが、厳しい状況はまだしばらく続く（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・特に景気が上がるような要因も見当たらないことと、参議院選挙が重なったり、いろいろ税金や負担の動きがあるので、しばらくはこのままいく（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・外国人観光客から見ると、当地域には観光資源というのはいないように思える。日本人がいう明治期の古い建物は、ヨーロッパなどにはたくさんあるので、半端な感じの当地域では、外国人観光客を取っていくのは結構難しいのではないかと。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・天候に左右される。昨夏同様、集中豪雨、スコール、酷暑などの異常気象で減少するのではないかと予測している（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（統括） | ・1か月以内は景気に大きな影響を及ぼす事象は見当たらないため変動はないと思うが、8月以降、消費税増税の影響がどのように出てくるかは予断を許さない（東京都）。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・特に変化する要素が見当たらない（東京都）。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | ・既存店の売上改善には時間を要するほか、人件費を取り巻く環境にも好転材料が見つからない状況では、現状を維持するのが精一杯である（東京都）。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・来店客の様子から、現状から脱皮することはできないように感じられる。諸物価の上昇等も予測されているし、現に値上がりしている物もある。客の財布のひもはなかなか固いようなので、現状維持のように感じている。 |
| | | タクシー運転手 | ・10月の消費税増税に向けて、我々は非常に敏感になっている。1割というのは非常に大きいので、やはり消費者も慎重になっており、財布のひもがどんどん固くなってきているので、少々心配である。 |
| | | タクシー運転手 | ・夜、特に深夜帯の動きだが、日に日に静かになってきている。夜の活気が全くゼロに近づいてきている（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・暑さにより多少の売上増はあるものの、会社の好況感は余り感じられない。少し前までは昼間でも羽田空港までの利用が最低週1～2回はあったが、今はそれがほとんどない。成田空港へ行く人は全くおらず、年に1～2回である。会社でそこまでの援助はしていないようである（東京都）。 |
| | | タクシー（団体役員） | ・街中の様子、営業収入は曜日によって大きな差があり、上向き、下向きの判断が難しい。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・個人はお金を持っているが、先行きに漠然とした不安があり、消費には慎重である（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・景気の先行きを見極めたいという客が多くなっており、しばらく停滞するものとみられる。 |
| | | 通信会社（局長） | ・今の状況から、すぐに契約数が回復するとは思えない。唯一の希望は、9月のラグビーワールドカップに向けた、4Kテレビ購入に連動したケーブルテレビ契約数の復調だが、曖昧な要素が強いので、そこまで期待できない（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（経営企画担当） | ・この先3か月の商談予想には余り増減が予想されていない（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・東京オリンピック前までは、大きな変動はないとみている（東京都）。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・米中の貿易摩擦も、G20を終え、予断を許さないが明るい兆しも見えてきている。一方、7月の参議院選挙を控え、全体的には一進一退の状況が続くのではないかと。 |
| | | 競輪場（職員） | ・投資すれば改善可能かもしれないが、コストが掛かり過ぎて、打開策が見当たらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------------|--|
| | | その他レジャー施設 [総合] (広報担当) | ・催事や宿泊の予約は堅調である。消費税増税が近づいてくるので、その影響が心配である(東京都)。 |
| | | その他サービス[立体 駐車場] (経営者) | ・良くなる要素がない。 |
| | | その他サービス[学習 塾] (経営者) | ・現状は良くも悪くもないため、変わらない。 |
| | | 設計事務所 (経営者) | ・消費税増税は確定した感があるが、その影響が大きく出るとは考えにくい。周囲の状況から現状のままがしばらく続きそうである。 |
| | | 設計事務所 (職員) | ・どちらかといえば下り坂ではないかと思うが、総体的には変わらないのではないかと(東京都)。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | ・金利も変わらず、消費税増税後の優遇税制や政策により、建築時期の違いによる損得は余りないと判断する客も多く、新築、建て替えは変わらずに底堅く推移するのではないかと。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | ・来場者数や客の動きから、今より特に上向くとは思わない。 |
| | | その他住宅[住宅管理・ リフォーム] (経営者) | ・相談等の連絡があれば有り難いが、現状では先行きは分からない。 |
| | | 百貨店 (販売促進担当) | ・4月から値上げをした商品が数多くあることに加え、10月の消費税増税に向けて、新聞やテレビ等の報道が増えるに従って、客の消費意欲は下がる。また、宝飾等の高額品については消費税増税前の駆け込み需要もみられず、景気が良くなると思えない。 |
| | | 百貨店 (販売促進担当) | ・来年の東京オリンピックに向けた盛り上がり期待できるが、国際情勢に不安定さがあり、一時的に景気が停滞する可能性が考えられる(東京都)。 |
| | | スーパー (仕入担当) | ・消費税増税への準備を進めているが、非常に複雑で分かりづらく、増税による消費の冷え込みが懸念される。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・ここしばらくの売上から、やや悪くなると感じる(東京都)。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・店舗の増加で商圏が狭まっているため、毎年少しずつ来客数が減っている。小売業、コンビニという業態だけを考えると、毎年商圏が狭まり、売上が落ちていくのではないかと。 |
| | | コンビニ (商品開発担当) | ・天候不順と様々な交通規制等から、期待感が薄い(東京都)。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | ・消費税増税や年金2000万円問題などで不安が大きくなり、消費どころか預金をしなくてはならないような雰囲気漂っている。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | ・参議院選挙、消費税増税等、明るい兆しが無い。 |
| | | 衣料品専門店 (営業担当) | ・年金2000万円問題が中高年の脳裏に刻み付けられ、お金を使わない。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | ・来客数、販売量共に減少傾向である。 |
| | | 乗用車販売店 (店長代行) | ・販売台数の前年割れが続いている(東京都)。 |
| | | 住関連専門店 (統括) | ・消費税が2%上がる予定なので、実行されれば当初年度は消費が落ち込むのではないかと。 |
| | | その他小売[ショッピング センター] (統括) | ・消費税増税についてのマスコミ報道を目にする機会が多くなり、購買マインドの低下が想定される(東京都)。 |
| | | その他小売[ショッピング センター] (統括) | ・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に伸びると思われるが、増税後の反動の方が大きいように思える。 |
| | | 高級レストラン (経営者) | ・消費税増税の影響は大きいと思われる。 |
| | | 高級レストラン (役員) | ・消費税増税が意識されているのか、先々の利用予約が前年同期と比べて減っている(東京都)。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | ・3か月先というのは結構難しい。7~8月は年間で一番売上が落ちる時期で、今よりも20%くらいは落ちる。9月に少し上昇するが、それでも10%くらいはダウンする。 |

| 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 |
|----|----------|---------------------|---|
| | | 一般レストラン（経営者） | ・国内では、働き方改革による所得の減少が恒常化している。東京オリンピックに向けての盛り上がりも期待に反し、前回の東京オリンピックのときのような意識の上で国民と国全体が開催に向けて盛り上がるようなムードはない。国と企業に任せておけば良いと思っているのか、行政の掛け声だけがむなしく響いているように思えて、期待薄に感じる。また、中国の内政と経済問題も含め、米中貿易戦争の影響が今後顕著に表れてくるのではないかと。中東におけるイラン、シリア、ロシア対米国とイスラエル及び同盟国を巻き込んだ紛争がいつ起きるか分からない状況で、石油の値上がりもネガティブに働きそうである。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・消費税増税によって落ち込む。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊については夏休みなどにより順調に推移すると思うが、レストランなどの料飲部門の先々の予約は平年を下回っており、天候などの影響も懸念材料となっている。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・前年同期と比較して前受けの量が減少している。 |
| | | タクシー運転手 | ・ここ数か月、バス、電車の利用が増えている。バス停や駅のバス乗り場での列が目立つ。交通費を控えた利用が増えているようで、消費税増税になれば今まで以上にタクシー利用は減る。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・年金に対する不安が強くなっており、消費行動が一層保守的になっている。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・ソリューションシステム販売は引き続き堅調に推移するとみているが、個人向けの携帯電話販売は、販売台数の落ち込みがどのくらい影響あるか見通しがつかない状況である（東京都）。 |
| | | 通信会社（経理担当） | ・事業内容がサブスクリプション、ストックビジネスのため、消費税増税前の駆け込み需要は見込めない。また、新規契約については、買い控えムードなど世間一般の駆け込み需要からの反動減の影響を受ける可能性がある。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・人口減少、マイナス金利、年金など、不安ばかりである。景気が良いとは思えないし、先行きへの期待も持てない。 |
| | | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・夏期講習のCMを出しているが、余り良くなく、予約数も生徒数も減少している。今のところ上向きの兆しはない。 |
| | | その他サービス〔保険代理店〕（経営者） | ・これからますます買い控えの傾向が増してくる。同業他社による攻勢を警戒している。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・仕事量が非常に少ない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・金融機関の不動産に対する融資が若干厳しくなっているように感じる。話を聞くと、不動産に対する融資割合が増えたので、抑えるような動きが出てきているようである。そうになると、業界的にも厳しくなり、景気が悪くなる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・受注量が減少し、収益が落ち込むことが見込まれる。 |
| | | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | ・先行きが不透明という言葉が当てはまる。建築関係でまとまった物件はごく限られ、全体を底上げする環境にはなっていない（東京都）。 |
| | × | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・消費税増税があるということで、悲鳴を上げている。本当に困っている。 |
| | × | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・消費税増税に伴う駆け込み需要が見込めない。前年に猛暑で売れたエアコンの出足がやや鈍っているような気がする（東京都）。 |
| | × | 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・今後、当店のような小売店は景気が良くならない。当店は家具の専門店、修理等もしているので、それなりの営業のやり方があるので、頑張らないといけない（東京都）。 |
| | × | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | ・店舗が過剰のため、悪くなる。 |
| | × | スーパー（経営者） | ・消費税増税がある。所得が伸びないため、消費にお金回らない。過疎地域のため、より人口減になっている。 |
| | × | 衣料品専門店（店長） | ・来客数が前年比で5～7%の減少が続いているため、急速な回復は見込めない。消費税増税の対策として、税込価格表示への変更を検討しているが、今のままだと増税分を自己負担せざるを得ないと考えると、実際は利益が減ることになる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|-------------------|---|---|
| | × | 衣料品専門店（役員） | ・老後2000万円必要という問題などが影響を与えるのではないかと。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・夏場は予約の数がかなり減るので、今まで良かった売上が大分下がってくる（東京都）。 |
| | × | ゴルフ場（従業員） | ・消費税増税に加え、社会問題になりつつある年金2000万円不足の報道が重なり、生活防衛意識が更に強くなると予想される。ゴルフ場のような単価が高いレジャー産業には厳しい状況が当面続く。 |
| | × | 設計事務所（所長） | ・今は新規物件の情報がないため、今後の見通しは不明である（東京都）。 |
| | × | 住宅販売会社（経営者） | ・米中通商摩擦や英国のEU離脱問題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い。個人消費の増える対策、特に住宅取得対策に期待している。 |
| 企業 動向 関連 (南関東) | | その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員） | ・人の動きが多くなっている。買物へ行くと、レジで必ず並ぶ。仕事の依頼も増えているが、人手が足りない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・主に個人客になるが、2人の占い師の方からの注文が2件あった。占いの物が売れるということは不景気の裏返しかもしれないが、ひすいや水晶など単価の高い材料で、金額の値引きもなく納品した。客単価の高い物が出るようになってきている（東京都）。 |
| | | 通信業（広報担当） | ・目先は若干良くなるものの、一進一退の動きが続く見込みである（東京都）。 |
| | | 金融業（役員） | ・景況レポートにおける7～9月期の来期予想DIはマイナス6.1と、業況はマイナス水準ながらも小幅改善する見込みとなっている。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・消費税増税に伴い、関連印刷物の受注が見込まれる（東京都）。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・ラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピックの1年前イベント等の受注が増えている。 |
| | | その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者） | ・新規の問合せが増えている（東京都）。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・消費税増税前の駆け込み需要があると見込んでいる。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・消費税増税、老後2000万円問題など、プラスの話題が見当たらない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・8月までは受注予定が余りないが、今以上に悪くはならない（東京都）。 |
| | | 化学工業（従業員） | ・国内向けの受注量に大きな変化はない。海外は中国向けが減少傾向の一方で、タイ向けが増加している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・前年のような記録的な暑さや台風、地震などの天災がなく、個人消費が堅調に推移すれば有り難い。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・米中の貿易摩擦問題、参議院選挙での政治の先行きなどいろいろ考えると、景気が良くなる要素がない。不安である。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・米国と中国、米国とイランなどの海外情勢、円高など懸念材料が多くあるため、正直なところ分からない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・東京オリンピックの開催に近いが、我々にはその恩恵が感じられない（東京都）。 |
| | その他製造業〔化粧品〕（営業担当） | ・現場では4～5月はサロンが好調だったが、6月は、例年梅雨入りしてから出てくるストレートパーマ等のニーズが、今年は余り出ていない。集客、若しくは客の単価等が余り上がっていないという話を聞いている（東京都）。 | |
| | 輸送業（経営者） | ・年度末になると現在よりやや良くなる（東京都）。 | |
| | 輸送業（総務担当） | ・引き続き、運賃交渉を行って結果を出したいが、いつになるか分からない。 | |
| | 不動産業（経営者） | ・賃貸の客は前年と変わらないが、空室に苦しんでいる（東京都）。 | |
| | 不動産業（総務担当） | ・テナントの業績が思ったより悪くないせいか、入居率が高止まりしており、賃料も若干ではあるが上げられる見通しが立っている（東京都）。 | |
| | 広告代理店（営業担当） | ・東京オリンピックの経済効果のあるクライアントとそうでないクライアントの差がありそうで、読めない（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 |
|-------|----------|----------------------|--|
| | | 税理士 | ・米国が中国に対して貿易戦争を仕掛けており、この影響を受けて日本企業が中国から撤退している。また、日本から中国に進出している企業の対米輸出も減少しており、米中の貿易戦争がどうなるかが大きな鍵である。正常化に向かえば今の景気が続くが、もめればとても大きな景気変動になるのではないかと(東京都)。 |
| | | 社会保険労務士 | ・良くなる要因が全く見当たらない(東京都)。 |
| | | 経営コンサルタント | ・消費税増税の影響が懸念される。 |
| | | 税理士 | ・G20での日本の活躍が期待される。参議院選挙で景気に弾みを付けたいが、それほどの上向きは期待できない。 |
| | | その他サービス業〔警備〕(経営者) | ・もうしばらく今の状態が続いていく。防犯カメラが犯罪の抑止力となることはマスコミ等で報道されているが、日本では安全をお金で買うという意識がまだまだ薄い。 |
| | | その他サービス業〔映像制作〕(経営者) | ・10月から始まる消費税増税前の駆け込みでの制作などが無い限り、良くなる要因は考えられない(東京都)。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業(営業担当) | ・製本、紙加工関連の下請業者から、年々仕事量が減少していると聞いている(東京都)。 |
| | | プラスチック製品製造業(経営者) | ・前年同時期は破竹の勢いだった化粧品容器の受注に、回復の見込みが全くない。 |
| | | 金属製品製造業(経営者) | ・受注量の減少が続いており、このままでは持ち直しは期待できない。残業代も減り、景気は悪くなる。 |
| | | 金属製品製造業(経営者) | ・得意先の計画が決まらず、この先の仕事は少なくなりそうである。2か月後の仕事を、営業に力を入れて確保していくしかない。先行きが心配である。 |
| | | 一般機械器具製造業(経営者) | ・内示では落ちているので、これから悪くなる。 |
| | | その他製造業〔鞆〕(経営者) | ・最近では珍しく、近年にはないくらいの不況の形が現に出ている。そういった意味で、今後もしばらくは続くのではないかと気がする。 |
| | | 建設業(経営者) | ・対外的な貿易問題で国内経済も若干落ちてくる。 |
| | | 建設業(経営者) | ・今のところ受注は順調だが、計画している案件に企業関係が多いので、先行きが不安定である。 |
| | | 輸送業(経営者) | ・市場環境の厳しさから、今年は夏季休暇の日数が増加し、稼働日数が減少する。それに加え、例年業務量が減少する8月を迎え、状況は悪化する(東京都)。 |
| | | 通信業(経営者) | ・米中の貿易戦争の影響でやや悪くなる。 |
| | | 金融業(従業員) | ・国内の景気停滞に関する話題が増えているように感じられる。取引先の中小企業からも、業況改善の実感もないまま景気が後退していく感があるという話が聞かれるなど、先行きの業況悪化を懸念する声が少ない(東京都)。 |
| | | 金融業(支店長) | ・米中貿易戦争の影響はまだ計り知れず、しばらくは景気悪化が予想される。 |
| | | 金融業(総務担当) | ・燃料価格や人手不足による人件費の高騰はまだしばらく続く。10月の消費税増税も心理的に消費に影響があると思われる。建設不動産の売上も徐々に減少するとみている。今後の景気はやや悪くなる(東京都)。 |
| | | 経営コンサルタント | ・消費税増税の問題もあるが、海外の貿易問題が不透明感を一層増している(東京都)。 |
| | | その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者) | ・取引量の増加に比べて原材料の値上げ率が高いために、利益的には厳しい状況が続くそうである。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者) | ・米中の貿易摩擦、老後の資金問題などのマイナス要素が多い(東京都)。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業(所長) | ・ボーナス商戦の動きに期待していたが、大きく動く状況は見えず、更に厳しくなる。 |
| | × | 精密機械器具製造業(経営者) | ・消費税増税の駆け込み需要はない。秋口から半導体関係が動き出すといわれている。今月に入り3か月間限定の受注があるが、その後は全く見通しが立たないと、大企業の購買上層部も話している。 |
| | × | 建設業(経営者) | ・消費税増税があるので悪くなる。 |
| | × | 輸送業(経営者) | ・日中貿易の影響が出始めていると感じており、今後は更に深化していく気配が濃厚である(東京都)。 |
| 雇用関連 | | 人材派遣会社(営業担当) | ・引き続き求人数は拡大傾向にある(東京都)。 |
| (南関東) | | 職業安定所(職員) | ・前年と比べて求人数に大きな変化はないが、求職者の新規申込みは前年度比20%減少しており、雇用の改善はされている(東京都)。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|---|
| | | 人材派遣会社（社員） | ・全体的に状況が見えないという経営者が多い。米中の市場、参議院選挙が終わるまでは現状のままではないかという方が多い（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・人手不足を受けて、引き続き求人数が減ることはない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・国民レベルでの効果的な施策が見当たらない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・今月の求人数は前年比、3か月前比共に100%を割っている。すぐに影響が出るほどではないものの、経過を注視していく必要がある（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・派遣需要は底堅くあるものの、働き方として派遣でなく正社員を選択する方が若手を中心に増えてきており、派遣事業での成長は先細りを感じる（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・人材確保が難しい状況は変わらないが、若年層にこだわらなければ確保はできる。ただ、長続きしない人も多く、掛けている労力の割には就業数が増えていない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・現時点では変わらず推移するのではないかと感じているが、リーマンショックのときのように、グローバルなネガティブニュースが流れた瞬間に下降曲線を迎えるのではないかと警戒している（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・6月は求職者の動きと採用活動の動きがやや鈍化していたが、今後8月の休みの時期にまた採用関連の動きが鈍化すると予想している。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広報担当） | ・東京オリンピックが終了するまでは、それほど景気が悪くなることはないのではないか（東京都）。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・米中の貿易摩擦で先が読みにくい展開で、必要な欲しい人材だけの選別採用になる。人材紹介などは潤うかもしれないが、新卒一括採用は厳しい局面を迎えるのではないかと（東京都）。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・景気の下向きを気にしつつも、依然として継続的に採用活動は続いていく（東京都）。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・新卒採用を通年で行うといっても、やはり従来のような形が多い。中途採用条件は経験などにより幅がある（東京都）。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・はっきりとは分からないが、求人数や採用数に影響が出るような状況にはなっていない。また、それが3か月程度で変わる状況も見えない（東京都）。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・変化する要素がない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・派遣サービスの利用者側への請求単価アップは必須だが、それに応じる企業と応じない企業、様子見の企業に分かれ、綱引きが続く。現在単価アップを容認した企業も、利用人数自体を減らす「絞り込み」を検討している所がほとんどである（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・派遣求人数、新規派遣登録者数が減少傾向にあるため、採用数は減少する可能性が高い。また、派遣契約終了者数は前年とほぼ同水準で推移しているため、今の傾向のままでいくと派遣労働者数は徐々に減少する可能性が高い（東京都）。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・大手民間企業のボーナスの低下等による影響が考えられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求職者数は前年比で大きな変化はみられない。新規求人数は前年比で減少している。管内の大事業所の移転による影響が大きい、それ以外の求人についてもやや減少傾向にある。 |
| | x | 求人情報誌製作会社（所長） | ・最低賃金の客が増えている。 |

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|---------------------|----------|-----------|---|
| 家計動向 関連 (甲信越) | | 遊園地（職員） | ・今後も、コンサート、コラボイベント等の実施により、引き続き多くの来園客を期待する。 |
| | | スーパー（経営者） | ・近隣の酒店が廃業になり、夏祭りや公民館へのビール、オードブルの配達が増えている。初参加の夏祭りもあり、生ビールの予約も受けているので、やや良くなる。 |
| | | スーパー（副店長） | ・瞬間的には、10月の消費税増税直前の駆け込み需要の影響で売上は上がる。将来の景気を予想すると、増税後は買い控えや節約志向が強まって、衰退する。 |

| 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 |
|----|----------|-------------------|---|
| | | コンビニ（経営者） | ・これから夏場に向けて、冷たい商材を中心に売れるので、やや上向くとみている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要が、少しは発生するものと思われる。 |
| | | 乗用車販売店（管理担当） | ・消費税増税による駆け込み需要の増加で、やや良くなる。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・比較的単価の高い国内個人客や、企業の小グループの予約が伸びているようである。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・山形県沖地震の影響や風評被害も薄れて、やや良くなっていく。また、県庁、市役所の夏のボーナスが発表され、いずれもベースアップということで、マインドの部分でも良くなっていく。個人消費は増えるのではないかと。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・前年の猛暑の影響によるエアコンの動きや消費税増税前の駆け込み需要を期待したいが、増税後の政策もあり、消費者はどう動くのか何ともいえない。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・季節や天候によるが、消費税増税関連の動きは、いまだ感じられないため、現在と変わらないのではないかと。 |
| | | スーパー（経営者） | ・明るい話題がなく、徐々に消費税増税が近づき、諦め感と不安感が漂っている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ちょうど消費税増税前だが、大きく変わることはないのではないかと。今の状況からも、関心はあるようだが、生活に特別変化が出てくるような感じはしないので、若干の動きはあっても、余り変わらないのではないかと。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・前年に比べ集客数が落ちている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・新聞折込広告を出したが、以前のような反応はない。ただ、宣伝がなければ、更なる落ち込みがあったかもしれない。底をついた状況になってほしい。 |
| | | スナック（経営者） | ・全体的に動きが良くない。消費税増税まではこのまま行くだろうが、その後は悪くなる。 |
| | | スナック（経営者） | ・7月に入ると納涼会のシーズンなので、小団体が動いてくる。最近の傾向では、なかなか大人数で動く件数が減っているように感じるので、余り変わらない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・夏の入り込みが余り良くないので、景気も同様に推移しそうである。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・集客活動の一環として、周辺ゴルフ場と協力したゴルフコンペを企画している。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・仕事量は相変わらず多く、納期が遅れる物件も出ている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・見学者は横ばいながら、別荘販売の成約率は低下傾向にあり、売上減が続いている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・運賃はこの2～3か月前からだが、それに便乗したのか、このところ当店の仕入価格が皆高くなってきている。小売は高くするわけにいかず、客も必要以上には買わない感じなので、やや悪くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・梅雨に国政選挙が重なり、夏休みが始まるまでは期待できない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・すぐにどうこうということはないが、米中の貿易摩擦などに影響されて、国内景気にマイナスではないかと。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・来客数の減少が続いている。消費税増税による買い控えなども、回復の阻害要因といえる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・何といても消費税増税は大きい。キャッシュレス化へ向けた一時的なポイント還元や手数料減などあるが、消費停滞は間違いない。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・消費税増税を控えて、客の料金に対する意識が厳しいと感じる。また、選挙や老後資金の問題もあり、余暇や観光目的の予約が弱いようである。 |
| | | 旅行代理店（副支店長） | ・大型連休が終わり、夏休みや9月の連休などに関心が向かないのか、受注が前年比6割ほどである。団体や企業についても、先行き不透明感があり、旅行の延期や旅行先が安・近・短に変更となっている。今後の景気低迷が懸念される。 |
| | | タクシー運転手 | ・年金問題や消費税増税の関係で、やや悪くなるのではないかと。 |
| | | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | ・テレビや雑誌の影響が、まだしばらくは続くと思うが、相談は少しずつ入ってきている。この風評被害が早く終わると良い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|-------------------|---|--|
| | × | 百貨店（店長） | ・消費税増税もあり、一時的な駆け込み需要もあるとみ るが、その効果は一時的ではないか。現状、百貨店は主力の衣 料品が不振で、増税を控えた2～3か月後に、上向くとは思 えない。 |
| | × | スーパー（経営者） | ・消費税増税を控えて、消費マインドは減退していく。 |
| | × | 衣料品専門店（経営 者） | ・紳士服の注文縫製販売業界では、材料の服地や工賃、運送 料金の値上げなどで販売単価の見直しも余儀なくされてい る。さらに、消費税増税などもちらつき始め、その影響で消 費は落ち込む。 |
| | × | スナック（経営者） | ・いつもと変わらず、悪くなるという回答だが、良くなる要 素が1つも見つからない。 |
| | × | 都市型ホテル（スタッ フ） | ・予約は順調に推移しているが、消費税増税を控え、9月に 予約が集中してきて、10月以降が鈍い状況である。また、以 前から選挙が実施されると、選挙が終わるまで消費が落ち込 む日が続くため、非常に懸念材料である。選挙、増税、軽減 税率導入等で、確実に悪くなる。 |
| | × | 通信会社（経営者） | ・節約志向が強くなってきており、他社の安いコースに流れ ていくケースが増えつつある。厳しい状況が続くそうであ る。 |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | - | - | - |
| | * | * | * |
| | | 食料品製造業（営業統 括） | ・国産ワインは資材及び諸経費の高騰等により、利益率が圧 迫され厳しい状況に置かれている。今後は、東南アジア、中 国への輸出にかかっている。 |
| | | 食料品製造業（総務担 当） | ・原材料や副材料の値上げ、人材確保の難しさ、売行き不調 等、良い材料が見つけれられない。悪い状況が続くと考えざる を得ない。 |
| | | 一般機械器具製造業 （経営者） | ・国内の受注量に変化がないことに加え、海外需要も低迷し ている。 |
| | | 電気機械器具製造業 （営業担当） | ・当面、現状維持で推移する。 |
| | | その他製造業〔宝石・ 貴金属〕（経営者） | ・低迷したまま推移しており、小売市場の回復が見られな い。いよいよ消費税増税まで、残すところ3か月となり、増 税前のセールに期待している。 |
| | | 建設業（経営者） | ・景気は良くなっていると思うが、物価上昇の勢いもあり、 最終利益が心配である。 |
| | | 金融業（経営企画担 当） | ・観光業は、インバウンド需要から予約状況は良く、売上は 堅調に推移している。建設業や建築業関連では、公共工事は 減少しているものの、今後の売上を「不変」とする見通しが 多い。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕 （総務担当） | ・消費税増税が実施され、各家庭では自己防御のため、節約 することは必至である。各小売店の販売量は落ちると予想さ れる。 |
| | | 出版・印刷・同関連産 業（営業担当） | ・印刷代に、紙代の値上げ分をプラスできないことが、やや 悪くなる大きな要因である。 |
| | | 電気機械器具製造業 （経営者） | ・部品の入荷が悪いこともあり、流通が良くない印象を受け る。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・米中間の交渉が改善に向かわなければ、製造業を中心に外 需の落ち込みが、更に広がる恐れがある。 |
| | | × | 食料品製造業（製造担 当） |
| | × | 出版・印刷・同関連産 業（経営者） | ・毎月の資金繰りが本当に大変である。 |
| 雇用 関連 (甲信越) | - | - | - |
| | - | - | - |
| | | 求人情報誌製作会社 （経営者） | ・例年、これから夏物商戦に入るので、パート、アルバイト の求人募集が多くなる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人倍率は高水準にあり、引き続き、人手不足で求人募集 する企業が多い。先行きが不透明と心配する声も一部あるも の、景気が後退、減退したとの話はなく、また、従業員等 の解雇の動きも、現状ではない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・全体として、やや悪い方向に向かっているように見えた状 況が、平行線で動いているようである。 |
| | | 人材派遣会社（営業担 当） | ・ボーナス支給時期だが、先行きが不透明で、購買意欲が湧 かない。 |
| | 民間職業紹介機関（経 営者） | ・米中貿易摩擦のためか、求人を含ん引する製造業で受注に 陰りがみられる企業が増えてきている。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------|----------------|
| | x | - | - |

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|-------------------|--|---|
| 家計 動向 関連 (東海) | | 百貨店（業績管理担当） | ・消費税の引上げを控え、8～9月に駆け込み需要が見込まれる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・消費税引上げによる影響が大である。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・自社取扱メイン車種のフルモデルチェンジ発表が来月からスタートする。このビッグチャンスをかかしていきたい。 |
| | | 美顔美容室（経営者） | ・8月から新しいキャンペーンが始まり買上客の増加が見込まれる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・客足が悪いのはお盆の連休までと考える。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税増税前の耐久財の買換えが若干は増えると思われる。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・改元に伴い世間の人の気持ちも新たになり、このまま景気が上向きになり続けたら、我が国の経済には大きなプラスとなる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・ネットで買う下見で来る客が多い。クリアランスセールで購入する客も多いが、まとめ買いする客はそれほど見込めない。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・豪雨等の天候が心配なところであるが、消費税の増税が決定したこともあり、高額品需要などの動きが更に富裕層を中心に活発になることが想定され、売上を大きくけん引するものと考えている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・現状は、インバウンドの売上で国内消費は高額品と消耗品は好調ではあるが、紳士・婦人共に衣料品が伸び悩んでいる。今後については、10月の消費税増税に向けて高額品や化粧品の上、衣料品についても冬物の先買いなど、増税までの消費は活発になると考えている。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税前の駆け込みが加速すると見込まれる。 |
| | | スーパー（営業企画） | ・消費税の引上げの動向にもよるが、予定どおり実施されれば、目前になるため消費マインドに影響する。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・消費税率が変更になる前には駆け込み需要が発生する可能性がある。しかし、増税後は反動による落ち込みも予想される。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・7月からのメディア企画も大きな来店動機となる内容であり、季節商材と合わせて、ファーストフードのセールや食事系の品ぞろえを強化することで更に改善を図る。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・10月の軽減税率導入前の買いだめなどに、少なからず恩恵が増えてくるタイミングだと思う。また、今年も酷暑に見舞われる予報が出ているため、清涼商品の動きが例年以上に活発になりそうという見通しもある。 |
| | | コンビニ（本部管理担当） | ・一般的に考えれば、ボーナス支給後、消費税の引上げ前は小売が活性化する。10月までは、世界景気に関係なく売上高が期待できる時期である。10月以降の増税後の反動が今年度の小売業界のターニングポイントとなる。 |
| | 衣料品専門店（売場担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。 | |
| | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・エアコンも例年より動きが早く、テレビは4K、有機ELの値段が下がり売れている。パソコンは少し減速しているが、来年に掛けてはOS更新の買換えが期待できる。消費税の引上げを控え、夏のボーナスは例年より大物が動く。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・9月まで消費税増税の駆け込み需要が見込まれる。ただ、最近の客との話の中で、米中貿易摩擦の影響で動機先の状況が余り良くないという声を聞く。また、タンカーの攻撃などでガソリンの価格が上がるのではないかと声を聞く。特にガソリン高や給与の減少は、高額商品の自動車には水を差すことでもあるので、若干不安でもある。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・全体の流れは悪くないと思うので、少し足踏みで、良くなるという気がする。 | |
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・消費税の引上げもあるが、軽自動車より普通自動車の販売台数が伸びていて、メーカーも販促に力を入れている。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|---|
| | | 一般レストラン（従業員） | ・消費税の増税前に買いためする人が増える。 |
| | | スナック（経営者） | ・予約の連絡があるので、売上の伸びも多少見込まれる。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・前年の2～3か月先には風水害でかなりの落ち込みであったため、今は一昨年の数値を目標に取り組んでいる。よって、数値的には今月よりも良くならないといけない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・2～3か月先には、消費税増税前の駆け込み需要があるので、景気は少しは良くなる。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・大阪初の世界遺産誕生も期待でき、2020年までに更に旅行ムードは高まりそうである。 |
| | | タクシー運転手 | ・7～8月はボーナスが支給され期待しているが、6月末のG20で米国と中国の貿易摩擦等の問題がどこまで解消するかによって、景気を大きく左右する。 |
| | | 通信会社（サービス担当） | ・7月から事業者間の転用が楽にできるようになるため、完全解約が減り、客にとっては選択肢も増え他社からの乗換えも増えてくる。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・8月の予約数は前年同日と比べ各ゴルフ場共順調である。台風等の影響がなければ、2～3か月先は今より良くなると思われる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・夏休み、お盆休みで客の財布は少し緩む。 |
| | | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業） | ・改善箇所が減少してくれば、営業活動の追加箇所も増加できる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・老後資金2000万円問題が起きてから、心なしか財布のひもが固くなっているように感じる。所得が伸び悩むなか、秋口の需要も大したことはないと思込んでいる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・参議院選挙があり、また、10月の消費税の増税を見越し、客の購買意欲が控え目となっている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・来客数が伸びていない状況が続いており、来月も伸びていく要素が見当たらない。ここにきて原材料も高騰している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税引上げ前の駆け込み消費をするよりも節約志向が強い雰囲気である。 |
| | | 一般小売店〔結納品〕（経営者） | ・このまま悪い状況が続くと思われる。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・高止まりしている感じがおり、これ以上良くなれば良いが、そうなるとは考えにくい。 |
| | | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・3か月先を考えると消費税の増税があるが、個人は消費を控え老後に備えて貯蓄している。法人はまだ顕著に伸びているので、ある一定の水準で変わらない状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・消費税が10%になることが客との会話でもときどき出てくる。やはり買い控えが起きると思われる。決して良くなるとは思えない。 |
| | | 一般小売店〔果物〕（店員） | ・3か月ほどでは変わらない。 |
| | | 一般小売店〔書店〕（営業担当） | ・夏頃までには客の予算が動き出して受注増が見込まれる。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（企画担当） | ・国内では参議院選挙の行方、国外では米国と中国、イランやEU等、米国情勢がどうなるか分からない。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要は期待されるが、前回ほどの需要はないと考える。販促施策での集客は見込める。 |
| | | 百貨店（計画担当） | ・消費税増税前までは高額品、インバウンドの需要は続くと考えられる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・良くなる要因が見当たらない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・9月頃には輸出も慎重になり国内景気も余り良くなく、消費も慎重になり、余り良くない。為替が円高になり輸出のメリットが少なくなる。消費税が10月に引き上げられるが、以前のような駆け込み需要は起こらないと思われる。人手不足は一段と進み、製造や原材料の調達に影響し、完成品の配達手配も遅くなり経済発展に影響する。 |
| | | スーパー（店員） | ・飲料やスイカなど一部の売上は上がると思うが、野菜や肉などは必要な分量だけとなり、厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（ブロック長） | ・10月の消費税増税を控え、お盆明けから9月一杯は駆け込み需要が見込まれるが、それを上回る反動が必ず来る。 |
| | | スーパー（商品開発担当） | ・来客数に関しては、今月は前年を上回る見込みだが、客単価、1品単価は前年を割る見込みである。来客数も前年に対して100%ギリギリのため、このままでは変わらないか、若しくは悪くなるように感じる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|--|
| | | スーパー（商品管理担当） | ・気温次第で多少変動はあるかもしれないが、所得が上がる要因がない。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・いろいろな商品で値上げがあり、良い方向に向かう材料がない。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・消費税が増税になるが、食料品には余り影響がないと思われる。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・東京オリンピックに向けてのスポーツイベントや明るいムード、インバウンド増加は業態的にプラスであるが、老後にはかなりの蓄えが必要だという過剰なアピールは、40代以降には金を貯蓄に回そうという意識が強くなるのでマイナスである。 |
| | | コンビニ（店長） | ・売上としては変わっていないが、軽減税率の導入による設備投資や準備に手間が掛かり、かえって販売促進につながらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・まだ来客数が戻らない状況で安心はできない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・店の周辺ではビルの再開発や新たなホテル建設が始まっているが、関連する需要はみられず大きな変化がなく推移している。今後もそれほどの変化はないように考えている。 |
| | | コンビニ（店員） | ・夏休み後半は来客数が見込めない。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・前年の猛暑ほどは気温も上がらず飲料やアイスなどの特需は期待できない。来客数の落ち込みを単価でカバーする流れだが、気温の特需がないとなると単価も上がってこない。 |
| | | 衣料品専門店（販売企画担当） | ・客と話してみても、やはり、衣料に割く金のウエイトが減少しているとのことである。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・消費税増税前だが、下見客や問合せの量がふだんと変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要も余りなさそうな気配であり、いろいろな物の値段が上がってきていて、景気が良くなる要因が見当たらない。米国と中国の貿易摩擦の行方によっては、悪くなる可能性もある。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・大手企業の内部留保や国の税収が大きな数字となっているが、それが一向に従業員や国民の生活に反映されてこない。根本的な変革がなされないと、この状況は変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・人気車種に関しては軒並み納期が3～4か月掛かっており、車を売りたいが納期が掛かりすぎている。消費税の増税予定もあり増税前のうたい文句も納期の関係で難しくなっており、駆け込み需要も余り見込めない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・秋の新型車発売に向け、客の関心が高まっていくことに期待したい。しかし、高齢者の免許証返納の話題が会話にのぼる機会も増え、長年の固定客の減少への対策が必要と感じる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・通常ならば7～8月は販売量が落ち込むが、消費税引上げ前の駆け込み需要が期待でき、足元の状況が続く。 |
| | | 任関連専門店（営業担当） | ・建築工事全般で、住宅その他ビル関係や公共投資とも物件数は変わらないが、小規模工事が増えている。一方、10月の消費税引上げ前の駆け込み需要が多少は出てくることが見込まれる。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・サミットの結果次第である。 |
| | | 高級レストラン（経営企画） | ・消費税の引上げに伴う儉約・節約がこれから顕著になってくる。ラグビーワールドカップによる外国人の来日や夏休みを控え、各店、各業態でのイベントにより集客策をとる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・消費税増税前でも買い控えがあると思われる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・良くなる様子が見受けられない。 |
| | | その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | ・生産性の向上を見据えた投資意欲が旺盛であるため、法人向けに対しては景気の良さを感じる。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | ・予約数から先行きも変わらないと見込まれる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・客の申込量からすると、余り期待できない感じである。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・夏商戦から、早くも秋冬に向けての早期予約が始まり、問合せは増えている。決め手は、単価・価格重視というところは避けられない。台風などの気候にも左右されるので、出発するまで安心できない。 |

| 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 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | 旅行代理店（経営者） | ・12月以降の受注状況がまだ読めない、2020年は東京オリンピック開催年でもあるので、受注見込みが立たない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・物販でも飲食でも100円ショップにみられるような低価格消耗品と高品質な高価格帯商品といった二極化が進行している。昼食に500円硬貨1枚で買った弁当が600円になった途端に行列が短くなり、コンビニのカップ麺を食べる人が増えている。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・団体旅行部門においては、例年実施している旅行は今年も実施してもらえるが、新規団体がなかなか発生してこない。素材の値上げや、宿泊税、燃油サーチャージ等の諸税の引上げが旅行代金の値上げ要素の1つであり、10月から消費税が引上げになると、更に貯蓄に回して、旅行に出掛ける人口は確実に減ると思われる。 |
| | | タクシー運転手 | ・夜の街中の繁華街は相変わらず人の動きがない。経営者からも駄目だという声は聞くが、良くなったという声は聞かない。 |
| | | タクシー運転手 | ・大きな動きは感じられない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・消費税増税前の駆け込みが期待できるサービスではないので、当面、厳しい環境が続くように思われる。明るい材料が見当たらない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・固定ネット環境を利用していた年配層から解約申出が増えてきている。この先も固定費を節約する流れは止まらない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・販売量の低迷が、当面続くと思われる。 |
| | | テーマパーク職員（総務担当） | ・消費税が増税されても、入園料は変えない予定であり、それほど影響を受けないと見込まれる。 |
| | | 観光名所（案内係） | ・今年も天候不順で観光客が少なくなると思われる。 |
| | | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・大きく変わることはないと思うが、変動要素があるとすれば消費税の増税前に介護リフォームの相談が増える可能性がある。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・消費税増税前の駆け込み需要も感じられない。大きな変化はないと思われる。 |
| | | その他住宅〔室内装飾業〕（従業員） | ・住宅リフォーム工事が引き続き受注している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・良くなる要素がない。特に週末の出入が良くない。 |
| | | 一般小売店〔薬局〕（経営者） | ・買物に便利な駅前商店街であるが、これから3～4年は客には不便でかなり売上が落ち閑散な状態となると思われる。不景気な状態が続くだろう。薬業界はドラッグストアの進出、調剤薬局の数の安定で景気の落ち込みはないと思われる。食品スーパーは忙しそうだが、居酒屋などの飲食店は景気の差が大きい。当地域のファッション業界は最悪と思われる。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・米中貿易摩擦の激化や世界経済の減速に伴う企業業績の悪化が、ボーナスを含む所得の更なる悪化をもたらし、旅行等のレジャーや娯楽消費支出の緊縮が生じる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・6月に入って急激に来客数の変化があったので、更に悪くなるのではないかと感じる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・生鮮食品の売上が良くない。特に豚肉は豚コレラの発生で売上が悪い。 |
| | | スーパー（支店長） | ・老後資金2000万円問題等、これからの日本を生きるための不安材料が露呈されることにより、特に主となる客の中間年齢層のマインドの落ち込みなどが、少なからず消費に悪影響を及ぼすと思われる。消費税の増税も同様である。 |
| | | スーパー（総務） | ・毎月売上が低迷している。特に衣料品の売上が前月比5%以上のダウンとなっている。天候がそれほど悪くないのに売上が低迷しているため、先行きに不安を感じる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・やや悪くなる。理由は消費税増税で、軽減税率の有無にかかわらず財布のひもは固くなり、コンビニのような単価の低い業界では、それなりに影響がある。 |
| | | コンビニ（店長） | ・新築戸建て住宅が近隣で何軒もあり、住宅を含め消費税増税前の大型消費財の購入で、通常の消費を抑えているのではないかと思われる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・休日に百貨店を回って、単価の安い商品であふれていることに驚いた。品ぞろえでは太刀打ちできないので、売上よりも在庫を減らして、なじみ客に満足してもらえる新しい商品をそろえたい。 |

| 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） | ・海外でもめ事が多く一触即発の状態なので、何か大きなことが起きれば、また、その可能性が高いので悪くなる。もし何も起こらなければ、東京オリンピックも近づき、消費税増税前の駆け込み需要もあるので、一旦は景気が少し良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・チラシなども余り効果がみられず、しばらくは重い客足が回復しないと思われる。 |
| | | 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3.1%のマイナス、来客数は前年比で増減なしである。 |
| | | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | ・米中、米イランなどだけではなく、至る所で紛争的な事案が頻発するなかで、安定感は当分ないであろうと思われる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・2～3か月先は、消費税が増税となるので出控えも考えられる。予約状況も前年の70%ほどしか入っていない。増税前で企業は準備や様子見で動きが鈍っているように見受けられる。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・来客数の動きから、景気の後退期に入ったように感じる。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・宿泊は、秋以降のイベント、観光を期待する。レストラン、宴会は、時給1,100円以上でも学生アルバイトが集まらず、一方、販売価格は上昇せず、10月以降の消費税増税分を上乗せできない状況で、収益は厳しいものと見込む。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・行政当局の規制強化により、収益率が悪化している。 |
| | | 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。 |
| | | 理美容室（経営者） | ・客との話で、給料も上がらないのに物価は上がっているの、皆が段々と金を使わなくなっているように感じる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・客層も高齢化しており、これから夏に向けて余り暑いと家を出なくなり店も暇になる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・地方は人口減少で若い人が減っているの、景気は悪くなる。 |
| | | 設計事務所（職員） | ・政府の動きからは、景気に関する好転材料が全く見受けられない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・安価な建築を進める会社が出ている一方、在来の注文木造住宅の材料費は値上がりしており、昔ながらの工務店へ依頼する注文者が減っている。 |
| | | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | ・リフォームを手掛けている高級賃貸マンションのオーナーによると、転出者の次の引っ越し先はリーズナブルな物件とのことである。この先、賃貸業は期待できないといっている。 |
| | × | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・お盆休み後の外での飲食は例年悪くなるが、今年は消費税の引上げを控え、日常の外食を一層控える傾向になると考えられる。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・今や大手メディア、新聞、地上波によるニュースよりも、若い世代も含め、一般にニュースソースはネット情報に頼る部分が大きい。ネットニュースでは、ドイツ銀行の件や中国経済悪化の件も、非常に一般の人にも浸透しているため、将来に不安を感じ消費の低迷に結び付いている。 |
| | × | テーマパーク（職員） | ・インバウンドは今後分からないし、先が見通せない。 |
| | × | 理容室（経営者） | ・周りからは景気の良い話はない。 |
| | × | 設計事務所（経営者） | ・設計の仕事はタイムラグがあり、現時点で新規案件が皆無であれば2か月も同じく皆無である。 |
| | × | 住宅販売会社（経営者） | ・今後も今の状況が続くのではないかとと思われる。 |
| 企業 動向 関連 (東海) | | - | - |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・天候に左右される面が大きい。例年どおりであれば夏場の売上が大きくなる見通しである。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | ・消費税引上げ前の最後のボーナスなので、駆け込み消費でいろいろな物を買うという声を周りでも聞く。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | ・一瞬であるが、消費税増税前に購買が増える。 |
| | | 通信業（総務担当） | ・消費税引上げまでは、2%増税に動揺しているが、還元策等が考慮されて緩衝材となり、元に戻ると期待する。 |
| | | 金融業（従業員） | ・ベンチャー企業が比較的元気が良く、受注量もあり東京オリンピックの頃までは良さそうだという経営者が多い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | ・今年度一杯は、パソコンOSのバージョンアップ対応のため、何らかの対策が発生するので、その改修案件が途切れることなく発生すると思われる。 |
| | | 食料品製造業（経営企画担当） | ・原材料価格は依然として高値で推移し、収益を圧迫すると思われる。 |
| | | 化学工業（営業担当） | ・需要の増減がまだ不透明である。 |
| | | 化学工業（総務秘書） | ・特段景気が悪くなるトピックがない。東京オリンピックに掛けてはお祭り市況で少し上向くことは予想される。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・受注分の納期前倒し依頼が増えており、現在のやや好調な状況が続くそうである。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・引き合いも多くなり、横ばいの状況が続くと考える。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・物件の動きもそこそこ活発で、請け負う業者が少ないのが、仕事の引き合いは今後も旺盛に思われる。 |
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・競合先との競争も激しくなっており、価格・納期で厳しい受注を強いられることになりそうである。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営管理担当） | ・受注量、販売量が安定推移している。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・消費税増税に伴う駆け込み需要までは現状で推移すると見込む。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・米国内の需要の落ち込みがないので、当面は堅調に推移すると思われる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・ここ数か月横ばい状態が続いていることと、新規製品等の問合せもなく今後に期待できる製品はなく、既往製品も数量等の変動が見込まれない。 |
| | | 建設業（役員） | ・身の回りには供給物件が少なく今後の2～3か月内に大きな供給物件もない。したがって、あちらこちらを回る来場者数の増加が見込めない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・政治が良くなると我が国は発展しない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・単価は上がったが、発着の荷物が若干減り出している。しかし、外注委託費等の経費はなかなか減らせず、利益は減少している。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・預かる荷物の輸送運賃は重量辺りの単価がアップしているが、会社を取り扱う1日当たりの荷物の量は微減している。荷物の量の上向きは見込めない状況である。荷物の量が減っているということは、総じて国内を流通する荷物が減ってきているということであり、景気の回復には結び付いていない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・仕事の受注量は、急激に増えたり減ったりはしにくいと思われる。それらの影響は、製造業よりも後に出る傾向にある。 |
| | | 通信業（法人営業担当） | ・まだまだ働き方改革ブームは、過ぎ去りそうにない。 |
| | | 通信業（法人営業担当） | ・世間では、景気が落ち込んできているといったイメージだが、正直変わらないという実感である。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・株価が上がってきたり、為替が円安に向かうと個人投資家にも動きが出て、消費に向かう。個人投資家以外の個人は、給与が上がっている実感があると消費に向かう。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・今後も例年同様に晴天の日が多くなると予想されていることもあり、当面の景気は今月同様に良い状態が継続し、売上は前年同期100%以上で推移するとみている。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | ・夏のイベント等もこれといった進展がなく、横ばい状態が続くと思われる。 |
| | | 行政書士 | ・貨物が増加することもない。働き方改革は物流業界には合わないとの声を聞く。長距離ドライバーは、パーキングに深夜零時まで待機し、高速割引が始まると一斉にスタートする。 |
| | | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・6月は本業が忙しく開発が進まなかった。景気は非常に不透明でつかみどころがないが、大きな変動はないと考えている。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | ・直接の取引はないが、間接的には中国向けの出荷が減少しており、その影響で今後は景気が悪くなる。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・客先の設備投資意欲は落ちてはいないと思うが、今年秋の消費税引上げ後は、消費マインドの落ち込みにより景気が減速するのではという懸念がある。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | ・米中の貿易摩擦が好転しない。 |

| 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 |
|----------------------|-----------|--|---|
| | | 輸送業（経営者） | ・国内消費に伴う物量は堅調そうだが、貿易関連は在庫調整に入っているように思われる。 |
| | | 輸送業（役員） | ・消費税アップを前に消費が一時的に伸びる見込みであったが、一向にその兆しが見受けられない。米中の貿易問題やイラン問題での石油価格問題、年金問題など、不安材料が山積しており景気が回復する気配が乏しい。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・集中地域とそれ以外の地域にはっきり分かれ、全体的には鈍化すると思われる。 |
| | | 公認会計士 | ・米国と中国の貿易摩擦問題は、短期的には解決しないと考えられる。中小企業の生産性向上は時間が掛かるとともに、後継者難等により市場から退場する会社が漸次発生すると見込まれる。 |
| | | 会計事務所（職員） | ・10月の消費税引上げを前に、設備投資を先行する会社が出るかと思っていたが、そうでもなく、むしろ支出を減らすようにしている。 |
| | | 会計事務所（職員） | ・都市、地方の格差は広がるばかりで、特に地方では公共工事ばかりでなく民間工事も落ち込んでいるようである。 |
| | x | 鉄鋼業（経営者） | ・先の見積りや受注が、通常時より極めて少ない。通常入っている1～3か月先の受注量に比べて3割以上は少ない。 |
| | x | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・折込チラシの減少が続きそうである。 |
| 雇用 関連 (東海) | | 人材派遣業（営業担当） | ・消費税率引上げに伴う駆け込み需要が見込まれ、一時的な消費が増加する。 |
| | | 人材派遣会社（企画統括） | ・企業の人材確保がうまくいかない状況が続いている。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・2019年上期は人員確保が完了し、9月までは求人数は増えてこない。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・ポジティブなニュースが思い当たらない。 |
| | | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・自動車関連、電子機器製造関連共に、この先の受注・生産数には米中貿易摩擦の影響が懸念される。 |
| | | 求人情報製作会社（営業） | ・米中貿易摩擦等の外部政治要因で、先行きは不透明である。求人裾野が広い国内自動車産業の生産縮小などから、求人の量が減少し停滞感が出てくる。回復の見通しは不透明である。 |
| | | 職業安定所（所長） | ・企業からは、継続して人手不足や来春高卒者の採用活動に苦戦している声をよく聞く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・シニア世代の就労意欲は高く、人手不足を支えそうである。 |
| | | 職業安定所（次長） | ・受注・生産が好調を維持していると聞く一方で、自動車関連、工作機械製造関連の中小企業からは、生産抑制等により受注減による景況感の悪化との声を聞く。 |
| | | 民間職業紹介機関（支社長） | ・足元の傾向は変わりそうにない。即戦力のニーズはまだ続いており、定年退職者を業務委託で活用したいという声が少し増えてきた。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・米中摩擦の影響、自動車・半導体業界等の不透明感により、採用意欲の高い企業が減少している。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・従業員数が中堅規模の法人の採用担当者より、現時点で採用試験の追加実施の案内や、第二新卒の積極採用の方針などを耳にすると、採用予定数が充足されていない状況がうかがえる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・今月が良かった分悪くなりそうである。予約状況も例年より悪い。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・客には経費の精査が顕著となっており、今すぐではなくとも、2～3か月後には経費削減等が発生する可能性がある。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・都心部の求職者は前年を上回るが、その他の地方部の求職者が減少傾向のため、地方の人手不足が厳しい状況にある。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・求人を探る会社が増えている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・中国の景気減退の影響で、県内の一部の製造業への影響も出始めている。介護・接客・サービスなど他業種については人手不足ではあるが、事業所の規模も考慮すると、やや悪くならないと見込まれる。 | |
| | 職業安定所（次長） | ・米中貿易摩擦の不透明感から製造業を中心に様子見感があり、懸念材料となっている。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|---|
| | | 職業安定所（次長） | ・米中関係の動向により受発注等に影響が出ているとの声が求人者から聞かれるようになった。 |
| | | 民間職業紹介機関（窓口担当） | ・企業からの求人数も春に比べて落ち着いていく時期で、ここからの数か月は求人数も減少傾向になる。さらに、求職者数も減少傾向にあり、業界的にも変化の少ない時期に入る。 |
| | × | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・企業の採用の在り方が変わってきており、採用コンサルタントや人材データベース会社が伸びてきており、旧来型の採用ビジネスはとうたされつつある。 |

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 | | コンビニ（店舗管理） | ・単に消費税の引上げ前の駆け込み需要で良くなるだけであり、一時的なものである。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税の引上げにもよるが、前年の猛暑が記憶にあり、エアコンなど季節商材が売れてくる。 |
| (北陸) | | スーパー（店長） | ・10月からの消費税の引上げによる駆け込み需要でのまとめ買いが見込める。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・消費税の引上げ前のキャッシュレス決済促進キャンペーン等が増加している。 |
| | | 衣料品専門店（店舗運営） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待する。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・前年に比べて季節商材の動きはまだ鈍いが、消費税の引上げ前の買換えが始まってきている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・今後、消費税の引上げに対しての駆け込み需要が見込める。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・大がかりなイベントを実施することで、その効果に期待している。 |
| | | 住関連専門店（役員） | ・今年の特許与件である消費税の引上げを控え、余り大きな見込みはもてないが、例年よりは動きが活発になる期待がもてる。特に耐久消費財に関しては、買換え需要のタイミングのきっかけになる。 |
| | | 旅行代理店（所長） | ・来年の東京オリンピックツアーが始め、動きが出ることに期待したい。 |
| | | タクシー運転手 | ・夏を迎え、夏休みになれば祭りやイベントも多くあり、利用客が増えると考えている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・秋からの消費税の引上げの影響によるキャッシュレス対応への変化等がまだまだである。秋頃から金融機関系のキャッシュレスサービスのシステムが固まったところで本格的に動くと考えている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・6月に入り、例年だと雨模様が続いて来客数も減るのだが、今年は引き続き訪日外国人観光客が多い。消費税の引上げを間近に控え、今後の日本人の購買動向を注視している。店舗は良いがネット通販は厳しい状況なので、総合的に考えると変わらない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・米中貿易摩擦や消費税の引上げによる株価の低迷が消費マインドを低下させている。8～9月は消費税の引上げ前の駆け込み需要を獲得するため、例年にも増して富裕層を対象にした企画の連打を予定している。マーケットにおける客の囲い込みがより重要になると考える。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費税の引上げ前の一時的な需要はあるが、収入が変わらないなかで消費税の引上げがあれば、出費を抑える動きは当然である。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・10月より消費税の引上げがあるが、スーパーマーケットで考えると食料品は軽減税率の対象となることから、買いだめは雑貨品や酒類で想定される。ただし、食費はさほど変わらないと見込んでおり、当面景気は変わらないと考える。 |
| | | スーパー（店舗管理） | ・消費税の引上げ前だが、構成比の高い食料品が軽減税率の対象のため、大きな駆け込み需要は見込めない。さらに、消費税の引上げによる食料品へのしわ寄せが懸念される。 |
| | | スーパー（統括） | ・節約志向は依然として根強い。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要等の影響が読みづらい。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・季節商材は前年並みである。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・客の購入姿勢をみていると、消費が回復していくという実感はわからない。 |

| 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 |
|----|----------|--------------------------|--|
| | | 乗用車販売店（役員） | ・参議院選挙に向けて大きな動きはないと考えるが、その後、10月の消費税の引上げを契機に消費の動きが減少することが予想され、少しずつ景気が落ち込んでいくとみている。 |
| | | 自動車備品販売店（役員） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要も夏商戦では期待薄である。逆に消費税の引上げ後の落ち込みが心配である。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・いつもの答えと同じだが、良くなる気配や兆しは全くみえない。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・今後も改装や入替えのため前年と比較しづらい状況ではあるが、8月終盤から9月末日までは消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・今年のお盆は暦が良く集客増が見込めるが、ゴールデンウィークと同じでその分前後が閑散とし、トータルすると例年並みを見込んでいる。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・世界の経済環境に不安はあるが、極端な景気変動への影響は少ないと考える。 |
| | | タクシー運転手 | ・週末でも深夜になると、客がいつぱいに少なくなっている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・販売量が前年と比べ変わらない。ボーナス商戦に期待したい。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・販売については携帯電話会社としての施策はなく、しばらくは現状維持で推移すると考える。 |
| | | 通信会社（役員） | ・数か月継続して新規契約が増えている。特に放送の契約が前年同期比で大幅に増えており、今後も同様に推移していくことを見込んでいる。 |
| | | 競輪場（職員） | ・客単価について、過去数か月に大きな変化がみられない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・消費税の引上げ前の9月までは、売上、来客数共に前年をクリアしそうだが、10月からは全く予想ができない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・少なくともあと2か月は受注があると見込むが、それ以降は消費税が10%となっていくので、客の動きは悪くなる。イベントやキャンペーンを行って需要を掘り起こし、厳しさに立ち向かう準備をしておくことが大切である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税の引上げに向けての備えから、ボーナスが支給されても購買意欲がわかず、守りに入っている客が多いようである。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店員） | ・消費税の引上げによって、買い控えの状況はより一層深刻化すると考える。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（役員） | ・消費税の引上げがあることから、やや悪くなると考える。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・各商材の値上げなどもまだまだあり、現状では良くなる要素はない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・参議院選挙が間近に迫っており、年金問題が更にクローズアップされ、消費マインドが冷え込むとみている。消費税の引上げも絡んで、個人消費の節約志向はますます強くなると考える。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・10月に控える消費税の引上げで、必需品や今後必要な高額品のまとめ買いなどの駆け込み需要は期待できる。しかし、必要以上の物や、コートなどの冬商材を購入する仕掛けを実施してもほとんど反応がないため、一時的には改善するがその先は悪化するとみている。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・消費税の引上げが決定的になったため、無駄な買物をしなくなり買い控えが想定される。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・夏休み期間の予約状況が鈍く、7月の連休や8月の土曜日でも空室がある。 |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | ・予約保有は7～9月までの仕入れ数が伸び悩み、前年比の74～80%で推移している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・予約状況は低調で、この傾向が今年度は続いている。 |
| | | 通信会社（役員） | ・テレビ、ネットの契約獲得件数は長期的には弱含みで推移しており、これを反転させる材料が当面見当たらない。 |
| | | テーマパーク（役員） | ・今後の参議院選挙の影響や消費税の引上げを控え、観光への需要がやや鈍るのではないかと懸念している。先行の予約状況をもて、団体客、個人客共に動きは鈍い状況である。 |
| | | その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人） | ・来月からの子供の夏休み期間の短期教室の申込みを開始したが、思った以上に集客が鈍い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|-----------|-----------------------------|--|
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・今年の10月から消費税の引上げで10%の適用が予定されている。その影響もあり、2～3か月後は今まで以上に住宅の買い控えなどが進むとみている。 |
| | × | コンビニ（店長） | ・高単価の販売が伸び悩む傾向があり、売上が下がっている。売上の減少だけでなく、最低時給の上昇による経費増も進んでいる。最低賃金に關係する人の給与が増加したとしても、基本的にそのような人自体が少なく、一般客は最低賃金が増えたとしても給与が変わらないのが現実である。そのため賃金増による好景気など実感できるはずもなく、客も給与が変わらないと嘆いている。 |
| | × | スナック（経営者） | ・長い休日や消費税の引上げ前のため、客は心理的に一段と消費を引き締めると考える。 |
| | × | パチンコ店（経理） | ・消費税の引上げの影響で、支出を抑えなければならないため、景気は悪くなると考える。 |
| | × | 住宅販売会社（従業員） | ・受注だけを捉えると消費税の引上げの影響がありそうである。 |
| | × | 住宅販売会社（営業） | ・客の購買意欲の低下を感じる。老後の生活資金不安等の社会状況により、高額商品から投資を回避する傾向につながるのではないかと懸念している。 |
| 企業 動向 関連 (北陸) | | 建設業（経営者） | ・防災や減災、国土強じん化3か年計画の予算が執行され、発注が増えると思われている。 |
| | | 食料品製造業（経営企画） | ・短期的に販促費用を集中させることで、当面の数字は確保できるのではと考えている。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・この先2～3か月は、非衣料関係については先行きの見通しが立っているが、衣料関係は9月以降全く先がみえない状況である。二極化が進んでおり、衣料関係でもユニフォーム関係は非常に忙しいが、ファッション関係や実用衣料については、悪くなってきている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・足元の受注状況から国内の産業機械向けについては依然として堅調であるが、米中貿易摩擦の影響からか、輸出向けの受注が鈍化している。よって海外市場の不透明感が強いなか、堅調な国内市場とのバランスから、それほど大きな変化はないとみている。 |
| | | 通信業（営業） | ・現時点では7月以降の受注見込みは前年並みの状況である。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・決算説明では、業界ごとに今期予想に濃淡がある。土木建設関連は官需、民需共に比較的堅調な予想である。小売業やサービス業は企業ごとの差異はあるが、観光需要や地元消費者ニーズを取り込めている企業は堅調を予想している。一方で、メーカーは潮目が変わったとして、全般に苦戦の予想が目立つ。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・個人客の問合せが少し増えてきていることから、2～3か月先には少し動きが出るのではないかと話が多い。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（従業員） | ・今月も前年同月上比で下回っている。ただ、前月はやや悪くなると回答していたが、そうでもないようなので、今月は変わらないと回答する。若干ではあるが、下げ止まり感が見える。 |
| | | 司法書士 | ・駅周辺ではいろいろな動きがあるが、市内以外や山林、郊外の物件だと不動産の相続に関し、誰も相続を希望する人がいないがどうなるかという相談が多い。 |
| | | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要や、東京オリンピック関連の需要が一段落ついた後は反動減が予想される。また、貿易摩擦、原材料費や輸送費の高騰などが懸念される。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・2～3か月先の分の受注の入り具合をみて、やや悪くなるとみている。 |
| | | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・英国のEU離脱問題、ホルムズ海峡のタンカー襲撃を受けて緊迫するイラン情勢など厳しい国際情勢が続くので、設備投資意欲が向上しにくいと考える。 |
| | | 精密機械器具製造業（役員） | ・米中の貿易摩擦や今後の株価動向、消費税の引上げ政策や為替動向など先の読めない不安要素が多く、閉塞感が漂っている。 |
| | 金融業（融資担当） | ・消費税の引上げに関して、売上が落ち込むと皆が見込んで | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------|----------|----------------|--|
| | | 税理士（所長） | ・一般消費者向けの販売業を営んでいる経営者の話では、4月からの働き方改革で残業代が減っているということである。また、様々な企業でも受注量がそれほど増えていないことから、1人当たりの賃金が、残業代も含めて下がってきている傾向がある。基本給が下がっているわけではないが、家計の可処分所得が減ってきているのではないかと感じる。その点からすると、一般小売業が苦戦しているのも理解でき、先行きが非常に不安である。 |
| | x | - | - |
| 雇用 関連 | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・入札の情報を見ると仕事の案件数が増えてきたようである。景気が徐々に良い方向へ向かうのではないかと考える。 |
| (北陸) | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・首都圏を始めとする県外、県内のいずれの企業も求人に対する意気込みが高いようである。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | ・依然として派遣登録者数が伸びない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・年度初めの求人や求職が安定しているため、しばらくは継続や更新が続き、停滞するのではないかとみている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・大きな雇用につながる話が出てこない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・人材不足が恒常化している限り、経済成長はないと考える。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・労働力確保の難しさを訴える企業は引き続き多く、特に建設業、運輸業、警備業、介護福祉業で多く聞くのだが、現状では採用計画の見直しや手控えの声は聞こえない。また、求人窓口の状況をみる限り前月に引き続き、食料品製造業や医薬品、健康食品及びこれに関する印刷やパッケージの製造に関する企業が好調といえる一方で、電子部品関連の業種は、目立った動きはないものの、一部企業においては様子見というか、採用について若干手控え傾向にあるという声も聞く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・前年同月と比較して新規求人数、有効求人数共に減少しており、高い水準で推移していた管内の有効求人倍率は落ち着きつつある。 |
| | x | - | - |

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|---------------------|--|
| 家計 動向 関連 | | 家電量販店（店員） | ・消費税増税や半期決算の影響で、白物家電や季節家電がよく売れる。 |
| (近畿) | | その他飲食〔ファーストフード〕（店員） | ・今年は梅雨入りが遅く、比較的晴れた日が多かった。その影響で来客数が増えており、この先も増えそうである。 |
| | | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | ・訪日客数の増加が継続している。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | ・6月後半になり、ようやく動きが活発になり始めているので、7月は期待している。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・消費税増税前の駆け込み需要が更に活発化しそうである。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要で、限定的ではあるものの、売上は伸びると予想される。ただし、これは特殊要因であり、全体的な景気が良くなるとはいい難い。特に、アパレルを中心としたファッション関連では取引先も疲弊しており、在庫の圧縮や商品生産の抑制が顕著であるなど、売上が伸びる構図にはなっていない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税増税が迫ってくるのに伴い、駆け込み需要が増え、高級家具やブランド宝飾品などの売上は増加する。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・10月の消費税増税に向け、今後は特に高額品や化粧品などの駆け込み需要が本格化してくるため、9月末までは良くなる。 |
| | | 百貨店（売場マネージャー） | ・前年のような災害がなければ、消費税増税前の9月までは、消費は全体的に上向く。ただし、G20大阪サミットの結果次第では、為替や株価の変動により、高額品の動きが左右されるなど、非常に政治的な部分での先行き不透明感は強い。また、10月以降の増税による反動が、特に衣料品については懸念材料である。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・消費税増税に伴う駆け込み需要が、高級時計や海外ブランド品といった高額商品を中心に、売上を押し上げる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | 百貨店（販売推進担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。 |
| | | 百貨店（宣伝担当） | ・9月までは、特に高額商材や化粧品などの消耗品で、消費税増税前の駆け込み需要があると想定している。また、8～9月を中心に生活応援セールなどの施策も用意しており、売上増を期待している。 |
| | | スーパー（店長） | ・当店は3月にオープンした店舗なので、少しずつ伸びており、来客数が1日当たりで100人増える動きは毎月続いている。少なくとも当店では、この傾向がしばらく続くと予想している。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費税増税前の駆け込み需要により、一旦良くなるが、その後の反動は激しくなる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・消費税増税が近づくため、駆け込み需要により、10月までは前年を上回る動きが期待できる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・やはり、消費税増税前の駆け込み需要による売上アップが見込まれる。キャッシュレス決済でのポイント還元や、自治体によるプレミアム付商品券の販売なども、消費者の購買意欲の上昇要因になっている。 |
| | | スーパー（販売促進担当） | ・10月の消費税増税の実施に向けて、各社が駆け込み需要を狙った販売強化策を打ってくるほか、キャッシュレス決済でも各社がポイント還元策の展開強化を図るため、短期的には消費が増える。ただし、増税後の消費の落ち込みを抑えるほどの効果は期待しにくく、10月以降の落ち込みは不可避である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・生活用品の売上は更に増えることが予想される。また、ファーストフードや弁当類、サラダ類の売上も、今のまま好調に推移することが期待できる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・夏祭りなどのイベントが増える。 |
| | | コンビニ（店員） | ・暑い日が多くなると、ドリンクやアイスを買いに来る客が増える。 |
| | | コンビニ（店員） | ・競合店では、一時的に特定の商品を置くことができない。 |
| | | 衣料品専門店（営業・販売担当） | ・秋冬物スーツやコートの引き合いは、例年よりも多い。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・消費税増税を前に、駆け込み需要が増加すると期待している。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・梅雨明け頃には、消費税増税が大きな話題になっていると予想され、家電では駆け込み需要が出てくる。また、リフォームや住宅設備関連では住宅エコポイント制度もあるため、先行きは明るい。 |
| | | 家電量販店（人事担当） | ・10月の消費税増税前の駆け込み需要が本格的に始まる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（店員） | ・来月はボーナス商戦で、ふだんは購入できないワンランク上の化粧品などの売行きに期待している。クール関連商材などの動きにも、十分に期待できそうである。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・夏休みに入ると、帰省した家族や友人との食事で利用する客が増える。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・ボーナスの時期であるが、客からは余りボーナスに関する話はないほか、ゴールデンウィークの出費のしわ寄せが今月から来月にかけて出てくる。また、夏休みやお盆で出費がかさむため、飲食、娯楽などの出費は抑えられる。ただし、繁華街は観光シーズンになり、国内外からの観光客による来店が増える。 |
| | | 一般レストラン（店員） | ・夏休みに入ると、平日も家族連れが増え、客単価が上がる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・9月の宴会は毎年苦戦しているが、今年は件数、単価共に伸びをみせている。その反面、宿泊は大阪市内で稼働率、単価共に悪化している。インターネット予約にもその影響が出ており、今後も様子を見つつ、価格をコントロールしていくことが必要である。 |
| | | 旅行代理店（役員） | ・消費税増税前の駆け込み需要が予想される。 |
| | | タクシー運転手 | ・G20大阪サミットが終わり、上半期の株主総会も終われば、少し動きが出てくる。 |
| | | タクシー運転手 | ・本格的な梅雨シーズンに入るため、短距離でも、傘代わりにタクシーを利用する人が増える。 |
| | | タクシー運転手 | ・ゼネコン関係のハイヤー予約が、若干増加傾向にある。 |

| 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 |
|----|----------|-------------------|---|
| | | 通信会社（経営者） | ・携帯電話に関する法整備に伴う、駆け込み需要に期待される。 |
| | | 通信会社（社員） | ・消費税増税までのカウントダウンが始まっているため、ここ数か月は消費が拡大傾向となる。 |
| | | 美容室（店員） | ・夏になると販売量が増えるため、期待している。 |
| | | その他住宅〔住宅設備〕（営業担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要が更に増加し、多忙な日々が続くそうである。 |
| | | 商店街（代表者） | ・数年前と比べても、良くなってこない。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | ・新規の取引先もなく、既存客との通常の取引が続いている。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕（経営企画担当） | ・3～5月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は92.3%で、関東は109.6%、中部は101.0%で、中国は98.9%となり、各地区の平均は98.9%であった。ゴールデンウィークまでは悪くなかったが、連休後半から落ち込み、結果的には前年よりも悪い結果になっている。 |
| | | 一般小売店〔呉服〕（店員） | ・これからのシーズンであれば、浴衣が少し動くが、浴衣は単価が低い。単価の高い振袖が動かない限り、厳しい。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・引き続き、インバウンド頼みの売上構成となっており、地元客の来店は低迷したままである。一部で若年層の来店が増えているが、絶対的な客数不足と、客単価の低さから、全体をけん引するまでには至らない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・今後は米中貿易摩擦の行方に大きく左右される。G20大阪サミットでの首脳会談では協議継続の合意にとどまり、明確な解決の糸口が示されず、当面は先行きの不透明感が拭えない。結果として、国内の富裕層は消費に慎重で、インバウンド売上もこれまでの増勢は期待できないという、今月の状況が続くと予想している。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・G20大阪サミットが無事に終わり、国際情勢が悪化する印象もないため、7月には多少消費マインドも戻る。参議院選挙によって現在の状況が変わる予想も少ないため、消費税増税前の駆け込み消費までは、今のまま堅調に推移しそうである。 |
| | | 百貨店（販促担当） | ・いよいよ夏本番となり、消費税増税も近づく時期であるが、6月の動きからは消費が盛り上がりそうにない。猛暑関連品は前年に買換えが進んだため、目立った購入は出てきにくいと予想される。増税前の駆け込み需要も限られ、株価などに目立った変化がなければ、生活防衛意識が強まりそうである。今後は、商品の価値を明確にしたプロモーションで消費を喚起していきたい。 |
| | | 百貨店（サービス担当） | ・来月からは新しい店舗を導入し、前年の実績を確保できる材料になる。お中元ギフトは前月よりも苦戦しているが、インバウンド効果は今後も同じ状況で推移する。 |
| | | 百貨店（商品担当） | ・G20大阪サミットの開催に向けた、米中首脳会談への期待感と、決裂した場合の悪影響への懸念が高まっている。さらに、国内では参議院選挙を巡る駆け引きや、秋の消費税増税前後の動きもあるなど、国内外に景気の不安定材料が混在し、先行きが見通せない状況である。 |
| | | 百貨店（服飾品担当） | ・夏のセール関連の比重が年々減っていくなか、客は価格に敏感ではあるが、勢いだけで店頭で購入する時代から、じっくりインターネットなどで検索し、必要な時期に必要な物だけを購入するスタイルに変化している。定価品とセール品という分類よりも、新たな提案や発見がある商材に動きがみられる。今後はますますセールの比重が減り、新たな売り方の開発が進みそうである。 |
| | | 百貨店（営業企画） | ・米中貿易摩擦が、G20大阪サミットでの会談で終息するぐらいのインパクトがあれば、景況感の改善も期待できるが、現時点では自動車大手がボーナスの削減を示すなど、警戒感が強まっており、個人消費の低迷は避けられない。 |
| | | 百貨店（特選品担当） | ・消費税増税の前に駆け込み需要は出てくるが、増税後が本心に心配である。また、G20大阪サミット後も、世界経済の先行きは米中貿易摩擦などで不透明であり、インバウンドの大きな改善も期待できない。 |
| | | スーパー（店長） | ・先行きは不透明であるが、消費税増税前の9月までは、堅調に推移する。 |
| | | スーパー（店員） | ・夏野菜は余り種類がなく、単価も安いので、売上は余り変わらない。 |

| 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 |
|----|----------|--------------------------|--|
| | | スーパー（経理担当） | ・消費税増税への対策である、キャッシュレス決済でのポイント還元については、増税前から大手小売店による大規模な販促が予想される。結果として価格競争が一気に激化し、日用品を中心に駆け込み需要が喚起され、一時的ににぎわうことが予想される。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・近隣ホテルのインバウンド客が、一時期よりも安定的に増えており、平均単価を押し上げている。この状態は、今後もしばらく続きそうである。 |
| | | コンビニ（店長） | ・近くのスーパーが閉店して、客の数が増えている。今後2～3か月は、この状態で推移していきそうである。 |
| | | コンビニ（店員） | ・駅近で便利な立地にあり、観光客も多いため、しばらくは今の状況が続く。 |
| | | コンビニ（店員） | ・来客数、販売量共に、大きな変動はなさそうである。 |
| | | コンビニ（広告担当） | ・具体的に変わる要素がなく、身の回りでも変わったという声は聞かれない。また、消費税増税が迫っていることも、不安要素である。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・夏のボーナス商戦では、売上の多少の回復を期待しているが、それ以上に客の動向が鈍い。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・ユーザーの購買における優先順位が変わっても、買換えの際の購買店舗に選ばればよい。ユーザーの意向に合った情報や商品を提供できていれば、大きな問題はない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・何かきっかけがなければ、消費者はまだ余分な出費を控えがちである。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・2～3か月先の販売台数については、現時点での商談件数の多さに左右される。現状は客の動きが少ないため、見込みとしては低い。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・消費税増税などの悪い材料もあり、様子見の状態である。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・暑かったり寒かったりするため、殺虫剤や除菌剤の動きは良くないが、消費全体の動きは良い。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・参議院選挙などの関係で、特に大きな伸びはないと予測している。市場にも変化が感じられない。 |
| | | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・消費税増税前の、駆け込み需要の対象となる可能性は低いいため、売上や来客数の増加は見込めない。 |
| | | その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当） | ・消費税率の10%への引上げを前に、駆け込み需要は見込めるものの、通期でいえば変化はない。 |
| | | その他小売〔インターネット通販〕（経営者） | ・今月の状況が今後も続きそうである。秋に消費税増税が始まる前に、夏には家電を中心に大きな買物を検討する客が増加する。 |
| | | その他小売〔インターネット通販〕（企画担当） | ・消費税増税を控えて、駆け込み需要を期待したいが、食品の値上げも続いているため、特需はなかなか期待しにくい。 |
| | | その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター） | ・少しでも安く購入しようとする傾向は変わらない。 |
| | | 高級レストラン（企画） | ・企業による宴会の受注が増えている一方、宿泊需要は前年に比べて低迷している。 |
| | | 一般レストラン（企画） | ・6月に入って数字には回復傾向がみられるとはいえ、楽観できる材料はなく、このまま上向きに転じるとは考えにくい。 |
| | | その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当） | ・G20大阪サミットも終わり、自国の景気よりも、海外の動きに左右されやすくなる。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・夏以降の予約の動きも、例年以上に遅い。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・需要と供給のバランスが悪い。供給が増え過ぎたため、単価を下げ、需要を奪い合う結果となっている。この傾向は、今後数か月は変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・夏休みにかけては、通常の動きが予想される。周辺で宿泊施設が顕著に増加しているため、強気な価格戦略は取れず、柔軟な販売価格で対応している。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・宿泊の予約状況は、7～8月は前年を上回っているが、9月はおおむね前年並みである。宴会については、9月の予約は前年をかなり下回っている。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・民泊や簡易型ホテル、クルーズ船など、宿泊施設の多様化が進んでいるため、競争が厳しくなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------|--|
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・アジアからのインバウンドの減少は続きそうであるが、そのほかの客からは、それを補うだけの力強さが感じられない。 |
| | | 旅行代理店（店長） | ・良くなっている部分もあるが、客の様子を見ていると、旅行に関してはそれほど動きがみられない。これから消費税増税や参議院選挙もあり、いろいろな不安が重なっているため、動きが止まっている。実際のところ、客単価は良くなりつつあるが、客の様子を見ると、大きくは変わっていない。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・最繁忙期である夏休み需要に向けて、現状から客のマインドが大幅に変わるトピックもなく、状況は変化しない。 |
| | | タクシー運転手 | ・京都では直近で祭りの開催もないため、今以上に伸びることはない。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・消費税増税による影響が懸念される。 |
| | | 観光名所（企画担当） | ・現状と変わらず、一定数のインバウンド客が来場すると考えている。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・消費税増税による消費への影響について、先行きが不透明である。 |
| | | その他レジャー施設 [球場]（経理担当） | ・プロ野球の交流戦は終わったが、人気球団の試合があるほか、多くのコンサートも開催されるため、多数の来場者を予想している。 |
| | | その他サービス[学習塾] （スタッフ） | ・現在の生徒数は変わらないが、教科数が若干減っているように感じられる。そのため、人数が多少増えても、今と余り変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・消費税増税の駆け込み需要には期待できない。市内の中心部では、地価の高騰局面を経て調整が始まっている状況であり、特に大きな変化はなさそうである。 |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | ・消費税増税の影響で、少し悪い状況が続くと予想される。 |
| | | その他住宅[展示場] （従業員） | ・大阪では、前年の自然災害に伴う解体工事のほか、屋根の施工業者の手配がいまだに追い付いていない。今から契約しても消費税増税前には完工しないため、客の動きは鈍いままである。 |
| | | その他住宅[情報誌] （編集者） | ・年度途中での消費税増税により、不動産市場の上半期と下半期での変化が不安視されていたが、現状の駆け込み需要がみられない状況から判断すれば、増税の影響は限定的となりそうである。 |
| | | 一般小売店[時計] （経営者） | ・大阪でのG20サミットという大きなイベントが終わり、落ち着いてきたと感じるが、開催期間中は休業を余儀なくされた人も少なくない。前月の10連休と同様に、当然その間の補填はなく、収入が減っている。財布のひもを固くしなければ、生活が厳しいという状況を肌で感じている。 |
| | | 一般小売店[衣服] （経営者） | ・良い材料が見当たらない。 |
| | | 一般小売店[精肉] （管理担当） | ・梅雨入りの遅れにより、これからの季節にどのような影響が出るのか不安である。前年は大阪北部地震に始まり、大雨や台風と本当に苦しかったが、今年は前年よりもましになってほしい。消費税増税を控えた夏であるが、今のところは良い材料が見当たらない。 |
| | | 一般小売店[衣服] （経営者） | ・数か月後は消費税増税の影響が出ているだろうが、現在の消費者の声を聞いていると、増税前の駆け込み需要には期待できない。むしろ、買い控えが増えるおそれもあると感じる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・米中貿易摩擦はまだまだ長引くと予想されるなか、10月の消費税増税を踏まえると、10月以降の景気が非常に心配である。特に、消費者の財布のひもが固くなる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・消費税増税を控えて、今以上に買い控えが増えると懸念している。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・地震の頻発といった不安材料のほか、冷夏予報やクリアランスセール短期化、消費税増税を見据えたアパレルメーカーの減産などで、ファッションアイテムの消費拡大は難しい見込みである。 |
| | | 百貨店（営業推進担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要は、どの分野でも余りみられない。その一方、若干の物価上昇が進む10月以降は、消費の減退が見込まれる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------------|---|
| | | 百貨店（マネージャー） | ・G20大阪サミットや消費税増税などによる心理的な影響のほか、世界的なサプライチェーンを意識した消費になり、選択消費の傾向が強まる。また、インバウンドの消費も伸び悩むと予想される。 |
| | | スーパー（経営者） | ・近隣にディスカウント系のドラッグストアが出店してから、より一層値下げ傾向が強まっている。 |
| | | スーパー（経営者） | ・米中貿易摩擦は一旦落ち着いたが、まだまだ先行き不透明である。参議院選挙では老後の年金不安が大きく取り上げられ、消費者の不安をあおっている。夏季ボーナスも前年比で減少しそうであり、明るい材料に乏しい。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費税増税前であるが、家電などの大型商品の動きは、前回の増税前に比べて今一つである。 |
| | | スーパー（社員） | ・競合店が増え、売上を確保できない店舗が増えるなか、秋の消費税増税を控えて、次第に客の消費意欲も抑制されつつある。当面は良くなる材料が見当たらず、厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（管理担当） | ・消費税増税にかかわる経費も馬鹿にならず、駆け込み需要があっても悪化傾向は継続する見込みである。 |
| | | スーパー（エリア統括） | ・9月は消費税増税前の駆け込み需要で少しは良くなる。キャッシュレス決済については、割引競争が激しくなれば、中高年者の利用も増えることが予想される。そうなれば、キャッシュレスを導入しているかどうかで、明暗が分かれることになる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・今行われているG20大阪サミットで米中貿易交渉が決裂すると、世界経済は低迷し、金融緩和策を各国が打ち出すまでは景気が落ち込む。先行きは、米中貿易交渉の結果次第である。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・案件は増えているものの、客の様子を見ていると、消費税増税前の駆け込み需要が増えている。また、今年の夏も異常気象や災害の心配、消費税増税、参議院選挙など、世間の不安要素が多いため、しばらくは油断できない状況である。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・消費税増税前であり、節約傾向が強まる。 |
| | | 一般レストラン（経理担当） | ・良くなる材料が見当たらない。年金に関して、将来不安を助長する報道も、厳しい状況に拍車を掛けている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・世界情勢も良くないなか、経済を上向かせるような政策はないため、景気は悪くなる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・7月はもともと年間でも良くない月であるが、参議院選挙も控えていることから、先行予約の動きも鈍い。8～9月についても、例年よりも芳しくない状況である。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・宿泊施設は爆発的に増加しているが、観光地が増えているわけではなく、交通網も以前のものである。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・アミューズメント施設は消費税増税分を料金に反映させにくい業態であり、増税分の利益が減る懸念がある。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・消費税増税が決定的になった時点で、景気は確実に悪化する。現政権が安定していたのは経済政策に配慮があったからで、今回の増税は致命的になるおそれがある。社会保障費が足りないのならば、まず未払い保険料をきちんと徴収するところから始めるべきである。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・住宅の購入希望が、利便性の良いエリアに集中する傾向にあり、供給に限界がある。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・金融機関の不動産に対する融資が厳しくなってきたり、中堅以下の不動産会社は購入が難しくなっている。 |
| | | その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者） | ・投資物件の価格が高騰している。価格調整が追い付いておらず、取引価格と売出価格との差が生じている。一方、一般家庭による消費は減少しているように感じる。 |
| | × | 一般小売店〔貴金属製品〕（従業員） | ・消費税増税の悪影響が出てくる。 |
| | × | 一般小売店〔野菜〕（店長） | ・景気の良かった仕事や企業も、ここへきてほころびが始めている。今後は良くない結果が出てくる。 |
| | × | 一般小売店〔花〕（店員） | ・節約志向が強まっているため、売上は減る。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・冷夏の前予想もあり、夏物が売れない状況が考えられる。また、7月の参議院選挙の影響も心配している。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・前年に比べて、10～15%ほど売上が減っている。 |
| | × | 競輪場（職員） | ・数値的には、今月の反動で悪くなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|-----------|--|--|
| 企業 動向 関連 (近畿) | | 化学工業（経営者） | ・大型案件の問合せが増えているなど、景気は良くなってきている。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・前年は平成30年7月豪雨の被害で取引先の売上が悪かったこともあり、その反動で今年の夏は少し良くなる。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（企画営業担当） | ・消費税増税の影響で、印刷物の特需が発生すると予想している。 |
| | | 建設業（経営者） | ・問合せが堅調であれば、受注につながる可能性も高くなるため、今後は受注が少しずつ増えたと予想される。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。 |
| | | 通信業（管理担当） | ・当面の間は、ボーナス商戦や消費税増税に向けた動きで、財布のひもが緩む。 |
| | | 広告代理店（企画担当） | ・世界情勢がG20大阪サミットでどう変わるかに左右される。経済が大きくマイナスに動くかもしれないが、10月までは消費税増税前のセールもあり、小売業では一定の駆け込み需要が出てくる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・消費税増税の直前は、広告出稿が増えそうである。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・卸売業者がメーカーから商品を買取って、消費者に販売することが減り、在庫を持たず、メーカーから商品を借りて販売している。メーカーによる直接販売も増えた結果、メーカー側では運賃や出張費が増え、利益が圧迫されている。 |
| | | 繊維工業（団体職員） | ・消費税増税を控え、更なる需要の悪化が懸念される。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・大きく変化する情報がない。 |
| | | 化学工業（管理担当） | ・取引先に今後の出荷量の見込みを確認すると、先行き不透明感のため、若干落ち込んだ状態が続くそうである。 |
| | | 化学工業（企画担当） | ・従来、食品業界は景気の影響を受けにくいといわれてきたが、インパウンドや海外からの需要を除くと、慢性的に低迷しそうである。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・当社はメーカーであり、中国で利用されている部品もある。今後、米中間の対立が受注量に影響することは十分に考えられる。業界全体で国内生産にシフトすることにより、仕事量の確保を進めている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・5月には改元があり、10連休もあったため、それを機に景気が良くなると予想されたが、結果としては変わらない。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | ・特に前向きな話が出てこない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・引き合い状況から判断して、景気が上向くことはなさそうである。 |
| | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要が予想されるが、景気が良くなるとはいえない。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・受注が増えず、ノルマを下回っている。 |
| | | その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・大企業を中心に景気は持ち直しているが、個人消費の低迷が依然として続いている。さらに、10月からは消費税増税が予定されているため、先行きに不安を感じている。 |
| | | 建設業（経営者） | ・今後の懸念材料は、建設資材の一部の不足や、技能労働者の不足による工賃の上昇である。また、監理技術者不足による管理体制への悪影響も懸念される。 |
| | | 輸送業（商品管理担当） | ・毎年7～8月はお中元の需要があるため、少し良くなるが、それほど変化はない。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・家具や家電部品の工場からの荷物が増えている。生産の動きが、中国から国内へと徐々にシフトしている。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・東京オリンピックの開催前後が、関西にとって注目すべき時期となる。 |
| | | 金融業（副支店長） | ・今後の受注見通しをヒアリングしても、変わらないとの回答が多い。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・広告の折込件数が激減しており、回復の兆しが無い。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・ここ1年は、売上の前年比が100%を僅かに下回っている。 |
| | 司法書士 | ・2～3か月先は消費税増税前に当たるが、現在の状況から判断すると、余り良くなると思えず、現在と同じような状況が続く。 | |
| | 経営コンサルタント | ・これから夏に向けて、例年は全般的に盛り上がってくるが、ここしばらくの様子を見ていると、消費税増税などを重く受け止めて、消費関係は停滞している。 | |

| 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 |
|------------------|----------|---------------------|--|
| | | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・今後も大きくは変わらない。 |
| | | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・米中貿易摩擦に加え、イランとの軍事衝突も心配されるなか、日本の立ち位置が非常に難しくなっている。原油価格の高騰も不安材料である。 |
| | | その他非製造業〔商社〕（営業担当） | ・製品が補助金対象から外れると、取引先も他社の製品を検討するため、案件数は必然的に減少する。 |
| | | 食料品製造業（経理担当） | ・夏のボーナスについても、良い話は聞こえてこない。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・中価格帯の商品の売行き悪化に引きずられ、ほかの商品販売に力を入れても、好転を期待するのは難しい状況である。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・米中間の関税問題がまだ続くようであれば、受注量は減少していく。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（役員） | ・保留扱いとなっている設備投資案件の再開時期が不透明である。ユーザーの判断が、予測しにくくなっている。 |
| | | 建設業（経営者） | ・周囲で景気の良い話を聞かなくなった。消費税増税も控え、購買意欲の落ち込みが懸念される。 |
| | | 金融業〔投資運用業〕（代表） | ・このまま消費税増税が実行されれば、間違いなく景気は減速する。 |
| | | 不動産業（営業担当） | ・当市からの企業の撤退は今後も続く。事務所や社宅のニーズが減少し、賃料も低下するため、景気は悪くなる。 |
| | | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・ここ2～3か月で円高傾向が進んでおり、今後も円高が進むようであれば問題がある。 |
| | × | 食料品製造業（従業員） | ・当社は消費税増税前の製品値上げは行っていないが、全体的に販売価格が少しずつ上がっているため、購買意欲が低下する可能性がある。 |
| | × | 電気機械器具製造業（経営者） | ・世界的には、露骨な自国優先の動きや、他国の自由を尊重しない動きがみられる。良くなるとか、変わらないといった見通しは成り立たず、あり得るのは悪くなるという見通しだけである。 |
| 雇用 関連 (近畿) | | - | - |
| | | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率が上昇を続けている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・人材を確保しようとする企業が、求人の募集に際して条件を引き上げる傾向がみられる。この動きが、人材の確保にどの程度の影響を及ぼすかが、今後のポイントになる。 |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・関西では新名神高速などのインフラ関係、2025年の大阪万博に関わる業種の求人は減りそうにない。今年の10月から消費税率が10%となることがほぼ間違いのないため、駆け込みの仕事や、大手スーパーの改装が始まるなど、いろいろな職種のオーダーもある。今年の夏は景気が停滞することなく進んでいく。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | ・5月は大型連休の影響で、一時的に求人数が落ち込んだが、6月は持ち直しており、今後も堅調に推移する。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・同一労働・同一賃金については、企業の体力によっては対応できないケースも多そうで、うまく進まない予想される。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・急激に悪くはならないが、現状維持の状況が続くそうである。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・悪い状態が続いている。良くなる兆候はみえないが、悪くなる兆候もないため、今の状態が続くそうである。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・ラグビーワールドカップの開催効果にもそれほど大きな期待はできず、このままの推移が続くそうである。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（管理担当） | ・新聞求人数は縮小均衡の状況であり、この先も大きな変化はないと予想している。ただし、大手輸出企業の下請企業が多い関西では、この先も世界経済の動向に左右される。特に、米中貿易摩擦の行方次第では、上振れと下振れの両方の可能性がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率は比較的高い水準で推移しているが、新規求人数はここ2～3か月、前年比で減少しているため、少し景気が悪い。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・少子高齢化や人手不足により、求職者の減少傾向は今後も続く一方、耐震工事によるスーパーの休業や、不採算部門の統廃合による希望退職の募集が数件ある。それに伴い、求職者の減少幅は徐々に小さくなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------|---|
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・留学から帰国した学生など、これから就職活動を行う学生は多少出てくるが、全体として4年生の動きが急に良くなると思えない。3年生は例年以上に活動が早くなっているが、かえって通年の動きが悪くする可能性もあるため、良くなることはない。一方、人材不足は続いているため、これ以上環境が悪くなるとも考えにくく、全体的には変わらないと判断している。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・短期的には変わらない。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・夏季ボーナスが増える要素はないと感じる。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・良くなる要因が見当たらない。事業の拡大などによる、求人の増員もない。 |
| | | 民間職業紹介機関（マネージャー） | ・企業、求職者共に、好調な話は余り聞こえてこない。今後は不透明であり、不安があるという話が目立つ。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・季節的な影響もあるが、求人数は横ばいか、やや減少傾向にある。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・大手金融機関の採用者数の減少や、6月末での新卒採用の終了といった動きをみると、採用者数が若干減少しているように感じる。 |
| | x | - | - |

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------------------|--------------|--------------------------|--|
| 家計動向 関連 (中国) | | 家電量販店（企画担当） | ・消費税引上げ前の駆け込み需要で売上の増加に期待がもてる。 |
| | | テーマパーク（業務担当） | ・梅雨入りの遅れやガソリン高騰などの懸念材料はあるが、夏休みやお盆休暇、秋の花のイベントなど例年入園者が増える時期になる。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・現在問合せも多く販売量も増える。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・食品など消費税引上げの対象外商品の動きがみえてこないが、消費税引上げの対象商品は引上げ前に影響が顕著に出てくる。 |
| | | 百貨店（人事担当） | ・前年の平成30年7月豪雨の災害の反動や消費税引上げ前の需要の前倒しが期待される。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・来客数の増加に伴い、高単価の商材を求める客層の割合が増えている。また、徐々にではあるが、法人関係からのまとまった注文も入ってくるようになっており、日々の営業活動の中で景気の良さを感じる機会が増えている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・現状では工事作業従事者の来客数の動きが分からないが、近所で何か所か工事が行われているので、今よりは良くなる。 |
| | | コンビニ（支店長） | ・前年割れが続いていた来客数が回復する。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税引上げ直前で、駆け込み需要のピークを迎えているが、在庫切れを起こす商品が多数発生し、機会損失が生じることを考慮するとやや良くなる程度で落ち着く。 |
| | | 家電量販店（販売担当） | ・夏商戦が後ろにずれる。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | ・新型車効果がしばらく続く。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・消費税引上げ前の駆け込み需要が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（業務担当） | ・消費税引上げ前の駆け込み需要が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・消費税引上げ前の駆け込み需要で極力出費を抑えてきた客が腰を上げてくる。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・駆け込み需要による購買意欲の拡大が期待できる。 |
| | | その他専門店〔時計〕（経営者） | ・5～6月と来客数や購入単価が低下しており、これ以上低下すると大変だが、ボーナスも出たので期待がもてる。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・今の状態が底で現状下がっている来客数も夏には多少回復する。 |
| | テーマパーク（管理担当） | ・消費税引上げ前のため景気が良くなる。 | |
| | ゴルフ場（営業担当） | ・予定通りの予約状況で秋に向けて少しずつ上向く。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------------|---|
| | | その他レジャー施設 [温泉センター] (担当者) | ・10月からの消費税引上げ前ということで少し良くなる。 |
| | | 商店街 (代表者) | ・イベントをすると来客数は増えるが一過性のものとなっていて、反動で客の来店頻度が下がる。 |
| | | 商店街 (理事) | ・本来であれば消費税引上げ前に買物が増えるのだが、耐久消費財の購入はあっても、一般商品の購入に変化はないため、変わらない。 |
| | | 商店街 (代表者) | ・買物に対してとても慎重で、安くても必要のない物は絶対買わないという状況が続く。 |
| | | 商店街 (代表者) | ・10月からのキャッシュレス政策のカード払い5%ポイントバック・プレミアム付き商品券等があり、8~9月の売上確保は厳しい。 |
| | | 一般小売店 [食品] (経営者) | ・消費税引上げ前であっても、食品は軽減税率が適用されるので駆け込み需要は余り期待できない。 |
| | | 一般小売店 [茶] (経営者) | ・地方の景気はますます厳しくなってくる。 |
| | | 一般小売店 [印章] (経営者) | ・最近では企業で余り前向きな活動がされておらず、新しい会社などの名刺注文は少なくなってくる。 |
| | | 百貨店 (経理担当) | ・景気が上向き様子がなく、消費税引上げなどもあり今後も前年売上を維持していけるかどうかの状況が続く。 |
| | | 百貨店 (営業担当) | ・婦人服はインバウンドの効果も少なく限られたブランドのみが売れ、プレクリアランスセールやクリアランスセールの盛り上がりも年々小さくなり、端境期商品など次々と手を打っても前年並みなので、今後も変わらない。 |
| | | 百貨店 (購買担当) | ・前回の5%から8%への消費税引上げと比較すると、今回は8%から10%の2%の引上げなので衣料品の駆け込み需要は余り期待できない。ただ、6月に若干来客数や購買が増加していることから、少し上向きにはなるが、食品関係は厳しい状況が続くので変わらない。 |
| | | 百貨店 (売場担当) | ・前年の平成30年7月豪雨の災害で来客数が落ちた反動による売上の増加は期待できるが、お買得品の在庫量は各納入先とも少なくなっており、前年並みの売上推移の状況は変わらない。 |
| | | 百貨店 (外商担当) | ・全体的には前年並みで推移していくが、夏のセールがどのように動いていくかがポイントになる。 |
| | | スーパー (店長) | ・現状の売上微減の状況が続き、良くも悪くもならない。 |
| | | スーパー (店長) | ・半年以上来客数の減少が続いており、今月も減少しているため、今後も良くなる見込みはない。 |
| | | スーパー (店長) | ・景気の上昇というよりも、消費税引上げ前の特需による購買頻度と購入数量の上昇が期待できるが、消費税引上げ後のことを考えると局所的な景気後退は否めず、結果としてプラスマイナスゼロで落ち着く。 |
| | | スーパー (店長) | ・梅雨時期に入り外出やレジャーを控えていく。 |
| | | スーパー (店長) | ・春からの各社値上げと10月の消費税引上げもあり景気は変わらない。 |
| | | スーパー (総務担当) | ・客の動向が安定しているため、現状維持が続く。 |
| | | スーパー (財務担当) | ・消費税引上げを控え、心理的に節約が続き、買上点数の減少により客単価が下がる。 |
| | | スーパー (販売担当) | ・景気が良くなるか、悪くなるかを判断する大きな材料は今のところ思い浮かばない。 |
| | | スーパー (管理担当) | ・3か月後も現状のまま変わらない状況と推測され、ディスカウント店にシフトする現状に変化はなく、来客数や売上の増加は見込めない。 |
| | | コンビニ (副地域ブロック長) | ・競合店との電子決済サービスのアドバンテージがなくなることもあるが、客も消費税引上げを控えており、コンビニエンスストアでの消費意欲が慎重になる。 |
| | | 家電量販店 (店長) | ・改元してもお祝いムードはなく、消費税引上げ前の駆け込み需要にも余り期待がもてない。 |
| | | 家電量販店 (店長) | ・来客数が増加しない。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | ・消費税引上げを客が余り意識していないよう駆け込みもなくなり変わらない。 |
| | | 乗用車販売店 (店長) | ・商品構成に変化がなく、店舗の移転等もあるため、受注、在庫いずれも現状と大きな差は出てこない。 |
| | | その他専門店 [和菓子] (経営者) | ・これ以上の増加を望む要素がない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------|---|
| | | その他専門店〔土産物〕（経営者） | ・前年は平成30年7月豪雨の被害があったため売上を単純に比べることができないが、長いトンネルに入った感じで当分回復しそうにない。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当） | ・今後ボーナス、夏休みと集客の高まる季節に入ってきているので期待はしているが、消費税引上げ前の駆け込み需要がどのような影響を与えるか不明で、状況判断が難しい。 |
| | | 高級レストラン（事業戦略担当） | ・これといったトピックスがない。 |
| | | スナック（経営者） | ・景気が良くなってほしいとの期待はあるが、現状では、回復はまだまだ難しい。 |
| | | 観光型ホテル（営業担当） | ・現在若干落ち込んでいる先行予約が前年比では良くなるが、景気は良くならない。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・6月にホテルまつりがあり、7月初めくらいまで蛍が飛び、引き続き夏休みにも入るが、今のところ先行予約はなく、余り変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（企画担当） | ・選挙に伴う年金の不安感など、消費者マインドに与えるマイナス要因があり、駅の商業施設の改装の影響でやや利用客の流入も悪くなっているが、夏休みに向けた個人客の利用の増加が期待できる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・これ以上の景気回復はないが、当分この状態が続いていく。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・ボリュームが大きい夏の旅行需要が前年割れとなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・ボーナスが出ているが客の動きが良くならない。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・引き続き工事単価の上昇が見込まれる。 |
| | | 通信会社（経理担当） | ・数か月前と状況が変わっておらず、数か月後も状況が変わらない。 |
| | | 通信会社（工事担当） | ・客の様子が変わらない。 |
| | | テーマパーク（営業担当） | ・今年の夏は降雨量が多い予報となっており観光客の動きが鈍くなる。 |
| | | 観光名所（館長） | ・今のところ前年と比べ来客数に大きな変化はないが、消費税引上げの影響がどの程度あるのかは未知数である。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・消費税引上げに対する反応が鈍く、積極的な動きがみられず、客の動きも鈍いため、大きな変動は起きない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・年度が替わりこれから官公庁からの発注が始まるが、最近では新築工事が少なくなっていて、長寿命化工事に移っていることで以前より設計全般的な仕事量が減っているため、相変わらず受注の期待ができそうにない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・景気浮揚の兆しがみえず、10月の消費税引上げまでは慎重な動きが続く。 |
| | | 商店街（代表者） | ・店舗過剰、デフレ、インターネット販売の三重苦にさいなまれているが、可処分所得が増加せず、客がより良い物をより安く購入するという傾向が続く。 |
| | | 一般小売店〔靴〕（経営者） | ・今後取引先や仕入先の資金繰り悪化のため納期が変動したり、品質が下がる可能性がある。また、人件費や材料費の高騰のおそれがあり、全体的にはやや悪くなる。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・消費税引上げが予定どおり行われると、一時的な上振れはあるが、過去の状況から考えると、かなりのダメージが出てくる。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・改装による催事会場閉鎖により売上の実績確保が難しくなる。 |
| | | スーパー（業務開発担当） | ・相次ぐ商品の値上げと競合店との競争激化で売上以上に収益が悪化する。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・消費税引上げで買い控えをする客が多くなっていく。 |
| | | スーパー（営業システム担当） | ・軽減税率もあり、消費税引上げ前の駆け込み需要はなく、消費税引上げ後は消費が落ち込む。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・今夏の長期予報が冷夏のため、景気が落ち込む。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・日用品の値上がりが衣料品の販売にも悪影響を与える。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税引上げで消費が落ち込む。 |
| | | 衣料品専門店（代表） | ・消費税引上げを控えており、景気回復の好材料がない。 |
| | | その他専門店〔布地〕（経営者） | ・消費税引上げが年金生活の人に響いてくる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|-----------------|--|
| | | 一般レストラン（経営者） | ・食材の値上がりや人件費の高騰のため、値上げを含めたメニュー改定を7月中旬に予定している。また、消費税上げもあるので、新メニュー定着までの3か月間は内的、外的いずれの要因からも外食への支出は低迷する。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・本来は消費税上げ前の駆け込み需要が実感できる時期だと思いが実感に乏しい。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・選挙や消費税上げで景気が今より悪くなる。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・現在の手持ち予約は前年を大きく割り込んでおり、今後、期待できる要素も見当たらない。 |
| | | 都市型ホテル（企画担当） | ・観光地の神社の工事で先予約が鈍化する。 |
| | | タクシー運転手 | ・雨によって状況が変わるが、乗り控え、災害の被害等があれば、人出も利用も少なくなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・10月の消費税上げを前にタクシーも乗り控えが少しずつ出てきている。年金問題も関係し、景気は悪くなる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・消費税上げとなれば単純に悪化する。悪化しない手立てについて、具体性に欠けており、具体案又は激変緩和措置を周知するにしても遅きに失している。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・モバイルサービス、またその代替にもなってきた固定系通信のサービスも、政府主導の全体料金見直しから、様子見の消費者傾向がみられる。また貿易摩擦が発端の端末値上げの動向から、契約数の動きは停滞する。 |
| | | 観光名所（館長） | ・景気の先行きが不透明なことと年金受給減や働き方改革によるシニア層の就業年齢の長期化など支出面での緊縮意識が幅広い年齢層に広がると同時に長期化の様相を呈している。また、海外客の受入れについての施策も更に工夫を凝らしていかないと東京オリンピック後は減少する。就業問題と合わせた日本独自の創意が必要で現状では期待感に乏しい。 |
| | | 競艇場（企画営業担当） | ・十分な売上を確保できるレースが開催されない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・人材難で業績を上げようにもなかなか難しくなってくる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・物価が上昇するなかで、客に節約傾向があり、所得や小遣いが増えないと自分の身だしなみに追加の金を使うことはなく、このまま悪い状態が続く。 |
| | | 美容室（経営者） | ・来客数を増やすため料金を下げたいが、売上が減少するので、どうしたらいいかわからず、現状を打破する方法が見つからない。 |
| | × | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | ・消費税上げの影響が計り知れない。また、東京オリンピック特需も首都圏に限定され地方は全く恩恵がない。 |
| | × | 乗用車販売店（店長） | ・新車、サービス共に客の動きが鈍く、これといった目玉商品もなく、来客数が少ないため、目に見える成果が出てこない。 |
| | × | 自動車備品販売店（経営者） | ・8月からのメーカーの値上げもあり、消費者の購買意欲が激減する。プレミアム付き商品券が待ち遠しい。 |
| | × | 住関連専門店（営業担当） | ・1社の1人勝ちで家具業界の来客数は減少の一途をたどっている。 |
| | × | タクシー運転手 | ・天候不良による野菜、その他の値上がりや消費税上げが悪影響を及ぼす。 |
| | × | 通信会社（広報担当） | ・客も価格のみに終始し、とにかく安いものに執着する。 |
| 企業 動向 関連 (中国) | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・7月は生産数が若干落ちるが、8～9月で盛り返す。 |
| | | 一般機械器具製造業（管理担当） | ・消費税上げ前の駆け込み需要が発生する。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・客からの受注案件がある内容情報を各方面から頂いており、時期的な方向性も含め向上きに進行する。 |
| | | 会計事務所（経営者） | ・消費税上げ懸念も徐々に織り込み済みとなり、東京オリンピック関連景気等も心理的面を含めて下支えしてくる。 |
| | | 農林水産業（従業員） | ・好転する要素がない。 |
| | | 食料品製造業（総務担当） | ・原料の輸入に依存しているため、貿易摩擦等がどういった影響を与えるのかがまだみえてこない。また、先日の中東での石油タンカーの襲撃で今後原油価格等が上がり、物流費が上昇する。 |
| | | 繊維工業（監査担当） | ・これから3か月は超閑散期となるので、景気の変動はない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|----------|--------------------|---|
| | | 木材木製品製造業（経理担当） | ・今後の米国の動向が注視されるが、10月の消費税引上げまでは緩やかな駆け込み需要があり、消費税引上げ以降は売上の反動減が予想されるため、不透明な状態が続く。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・特に環境が変化の様子がみられない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・現在の生産水準が継続する見込みで労働負荷も変化がない。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・受注予測から回復傾向がみられない。 |
| | | 非鉄金属製造業（業務担当） | ・電子材料素材系の受注はこのまま低位で推移する。 |
| | | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・受注量や販売量の動きに変わりはない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | ・ビジネスの上流である造船業界は、円安効果や不採算受注の抑制等で収益性が改善傾向にあるが、鋼材価格の上昇や環境規制対応など、コストが増加する要因も多くあり、景況感の回復には程遠い。 |
| | | 建設業（経営者） | ・官庁案件が今後も安定的に景気を支えるが、全体的には横ばいとなる。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・鉄骨工事、特に高力ボルトの納期が数か月掛かるという状況ではあるが、発注者側の理解をいただき予定物件をさばいている。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・当面変化はみられない。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・成長が続いている電子商取引市場に対して、複数のネット上のフリーマーケットサイトとの連携で、発送窓口の拡大を推進している。業務の効率や信頼性を向上させる施策も行き、環境の整備による業績の向上を図っていく。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | ・自動車などの移動手段を必要とすだけ料金払ってサービスとして利用するMaaS、電子マネー、セキュリティ等の新技術について新たなサービスがリリースされているが、供給側にて企業間連携が必要なため利用者側での活発な利用には時間を要する。 |
| | | 金融業（貸付担当） | ・老後2000万円問題の報道により、個人消費行動は抑えられる。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・例年どおり、賃貸住宅の需要は落ち着いており、しばらくは変わらない。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・消費税引上げに伴うシステム変更も含め、経営負担が大きく、年金等の問題も含め、消費動向が一段と厳しくなる。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・米中貿易摩擦は長期化の様相を呈しており、外需型の取引先は、様子見の生産調整を実施しており、引き続き受注量が減少する。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・上期は消費税引上げ前で何とか持ちこたえるが、その先を不安視する声が多く聞かれ、当面活動が低調になる。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・営業による7～12月の見通しを前月作成分より20%下方修正しているが、工作機械業界からの受注見込みが大幅に減少しており、厳しい状況になる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営企画担当） | ・主要客からの受注内示量が減少傾向であり、月によっては1割以上の内示量減少となっているが、前年度比較では減少幅は少ない。 |
| | | 輸送業（経理担当） | ・国内、海外共に荷動きの予定も少なく、国際情勢に影響を受け、更に悪化する。 |
| | | 金融業（融資企画担当） | ・地元完成車メーカーの世界販売の低下基調に伴い、系列の地元自動車部品メーカーの受注は減少が避けられない。 |
| | x | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・経済情勢が不安定なことによる取引先の設備投資等の鈍化により、まだまだ製造業は厳しい状況が続く。 |
| 雇用 関連 (中国) | | - | - |
| | | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | ・早期から活動していない学生が本格的な就職活動を開始する。 |
| | | 人材派遣会社（経営企画担当） | ・例年どおりと予測しており、今後2～3か月は今月と同水準で推移する。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・夏のボーナスシーズンを迎え、求人難が引き続き継続するため求人数は減少しない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広告担当） | ・大手企業にとって売手市場は数の確保については満足であるが、中堅中小企業にとっては、大手企業に学生を取られるため、採用者数、質共に低下の傾向にある。この状況は次年度以降も続く。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・今秋の消費税引上げに向けて景況の上下は予測できないが、米中の貿易摩擦やイランの問題等、外的要因だけみると楽観できない状況である。 |

| 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 |
|----|----------|------------------|--|
| | | 職業安定所（職業指導担当） | ・ 来春の高校卒業予定者に対する求人の提出状況は、前年度とほぼ同水準で推移しており、売手市場の状況が続く。また、求人倍率も1倍を大きく超えており、全体的に人手不足感が顕著である。 |
| | | 職業安定所（事業所担当） | ・ 離職者が引き続き減少傾向で推移していることに加え、大型廃業等の情報も聞かれないことから、しばらくは現状を維持する。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援担当） | ・ 採用状況は売手市場であるが、若い人口が少ないことが理由の売手市場なので景気とは関係なく、今後の景気の状況は不明である。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・ 引き続き、求職側と求人側のニーズが合わず、ミスマッチの状況は続く。さらに、消費税引上げや参議院選挙の結果によっては、企業側で採用を引き締める可能性がある。 |
| | | 人材派遣会社（支社長） | ・ 裾野の広い自動車業界で先行きが不透明なことを理由に採用を控えたり、契約更新しなかったりする状況がある。地元完成車メーカーの業況が何かしらのマイナス影響を与える。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・ 製造分野の企業において採用依頼が減少しており、現場から波及して管理部門の事務職にも影響が出てくる。 |
| | | 職業安定所（所長） | ・ 多くの業種で人手不足感の強い状態が続き、一般求人の求人倍率もバブル期並みの高い水準となっているが、上昇幅が頭打ちとなっていることから、今後の求人倍率は下降傾向に転じる可能性がある。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・ 米中貿易摩擦が悪化の一途をたどっており先が読めないなか、製造業の企業が投資をちゅうちよする。 |
| | | 民間職業紹介機関（人材紹介担当） | ・ 消費税引上げへの対策や人手不足の解消が進まないという材料は出てこない。 |
| | x | - | - |

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|--------------|---|
| 家計動向関連 (四国) | | 商店街（事務局長） | ・ 参議院選挙明けくらいから高額品を中心に消費税の引上げ前の駆け込み需要が活発化するだろう。また、当地の国際芸術祭が夏会期から秋会期へと移り変わる流れもあり、人の動きには活気が出る。 |
| | | 百貨店（営業管理担当） | ・ 9月までは、消費税の引上げに伴い身の回り品、ファッションを中心に購買客数の増加を見込む。特に引上げ間近になれば必需品的な商材の動きがより顕著になるため、全体的に客の活性化へとつながるだろう。 |
| | | 百貨店（販売促進） | ・ 9月末までは消費税の引上げの駆け込み需要がある。 |
| | | 百貨店（営業管理担当） | ・ クリアランスセールの後、消費税の引上げ前の駆け込み需要が増加するだろう。また、婦人服などは消費税の引上げ直前に売上増加を見込むが、伸び率は予測にくい。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・ 消費税の引上げ前の駆け込み需要がある。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 建設業の来店客が増加している。近隣で工事や、解体、新築などをよく見掛ける。10月以降は来客数の減少が懸念されるが、それまでは好調が続くだろう。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・ 10月の消費税の引上げまでは堅調に推移する。10月までは販売量が増加する見込みである。 |
| | | 家電量販店（副店長） | ・ 消費税の引上げに伴う需要があり、3か月先までは期待ができる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ 消費税の引上げの影響が出てくる気配が見えてきた。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・ 現在、長期金利が非常に低く、分譲住宅の新築などが増えている。そのため、将来的に家具調度品などが売れるのではないかと期待している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・ ボーナスが支給され、夏休みに入り、ヒト、モノ、カネが動き始める。 |
| | | タクシー運転手 | ・ 今年は梅雨入りが遅く、また、地方の祭り等が2～3か月先にある。加えて、夏休みということで人の動きが良くなることから、景気は良くなるだろう。 |
| | | 美容室（経営者） | ・ 店舗の改装があるので良くなるだろう。 |

| 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 |
|----|----------|-------------------------|---|
| | | 商店街（代表者） | ・行政のこれからの街づくりに対する見識の低さが伝統行事を分裂させるし、コンパクトシティーの「イロハ」も知らなければ民間がいかに努力しても限界がある。人口流出抑制のみを考え、人口流入拡大を無視する施策も地方都市にとって既に致命的な問題になっている。 |
| | | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・インバウンド増加の影響でたまに外国人客が来店するものの、全体としては来客数、販売額共に従来のとおりで、さして変化はみられない。 |
| | | スーパー（店長） | ・景気回復につながる要因が見当たらない。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・商品価格の上昇に続き、消費税の引上げが控えているため、消耗品の買いだめが始まり、価格競争が買い回りに影響するだろう。さらに、食品の買い控えに影響が出る。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・今年は7月一杯がバーゲンセール期間となるが、在庫も段々と減ってきており、堅調に推移している。8月以降は初秋物、秋物の販売となり、ちょうど消費税の引上げ前の需要期と重なるため少しは浮上するだろう。一方、売上が現在のままだと、横ばい基調となる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・消費税の引上げ前までは新車販売台数は対前年を上回るペースで推移するが、働き方改革に伴う1人当たりの総労働時間削減等もあり、サービスも含めた営業利益は減少傾向にある。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・消費税の引上げ前の駆け込みの動きも感じられず、前年同水準で推移している。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・過去の消費税の引上げでは引上げ前の駆け込みと引上げ後の落ち込みが顕著だったが、今回は特に大きな動きがなさそうである。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・いろいろな新しい集客も行っており、景気が悪くなっているわけではないが、当地は温泉本館や旅館が工事中であり、まだ時間が掛かるので今の状態が続く。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・先行きの受注から判断すると余り販売量が増加していない。 |
| | | 通信会社（支店長） | ・当面の変動要因は見当たらない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・新規契約を中心に客の動きが想定よりも鈍く、総合的に見通しは良くない。 |
| | | 競輪競馬（マネージャー） | ・所得水準の上昇も期待がもてず、レジャー、娯楽に金を使う傾向が低迷しており身の回りの景気が良くなる見込みは薄い。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・中心部の古いビルを解体して、マンションやオフィスビルが建つようになってきている状況は変わっていない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税の引上げで、駆け込みもあるかもしれないが、それよりも、制度の複雑さやキャッシュレスへの対応等で混乱が起り、消費は冷え込むだろう。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税の引上げを前に客の消費は減少傾向に進む。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・客引きが急に多くなり、通行人や消費者が減ってきている。先日も店前で客引きが多くなり、コンビニエンスストアが閉店に追い込まれたケースがあった。 |
| | | コンビニ（総務） | ・来客数の前年割れ傾向は今後も続く見込みである上、消費税の引上げによる客単価の減少が大きくなれば売上の前年割れは悪化していく。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・米中貿易摩擦による景気悪化が予想される。 |
| | | 衣料品専門店（営業責任者） | ・消費税の引上げに関する告知を目にする機会が増えているため、今後の景気に悪影響になるだろう。また、消費税の引上げ前の駆け込みがある様子もなく、ただただ景気にとってはマイナスになるのではないかと危惧している。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | ・客が消費税の引上げに備え、必要なものしか買わず、財布のひもは固くなるばかりである。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・先行きの予約状況は例年に比べると悪い。消費税の引上げ前の駆け込み需要も披露宴が若干あるくらいで、どれくらい景気に貢献するか分からない。景気は下向き、悪くなっている。 |
| | | タクシー運転手 | ・夏になるとお遍路も9月末頃までないため、街で仕事をするが、今の街の状況を見ていると、昼も仕事は少なく、夜も飲む人が少ない。真夏になり、暑くなればなるほど乗客は増えるが、天候に左右されるので期待はできない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|--------------------|---|
| | | 通信会社（営業部長） | ・客の買換え周期が長くなっており、来客数が減少していることから好転する見込みは少ない。 |
| | | 通信会社（技術） | ・当社サービスの解約を検討している客に対して、解約防止の対策がとれなければ、解約数が増加する見込みである。 |
| | × | 一般小売店〔乾物〕（店員） | ・消費税の引上げをするため、景気が良くなることはないだろう。 |
| | × | コンビニ（店長） | ・6月後半、公務員のボーナスが支給された後も、売上高、来客数共に改善されず、先行きが懸念される。 |
| | × | 乗用車販売業（営業担当） | ・消費税の引上げまでに登録できる車が少なくなってきており、今後は厳しくなる。 |
| 企業 動向 関連 (四国) | | * | * |
| | | 建設業（経営者） | ・今後、公共、民間工事共に、発注が増えるだろう。 |
| | | 通信業（企画・売上管理） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要を狙った広告の投下を期待している。 |
| | | 農林水産業（職員） | ・状況が大きく変わる要素がない。消費税の引上げ前であり高額の消費需要は増えるかもしれないが、逆に食品関係はその影響を受けることも予想される。台風シーズンでもあり、農産物に被害が出れば価格の引上げ要因となるが、現時点では見通せない。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・資材、物流費の更なる値上げが待ち受けており、製品価格に転嫁できず、利益を圧迫するだろう。 |
| | | 木材木製品製造業（営業部長） | ・住宅の新規契約が低調に推移しており、来年からは受注が大幅に減少する。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・今後とも景気は余り変わらない。新しく特別な受注につながらないと、上昇してこないだろう。 |
| | | 鉄鋼業（総務部長） | ・価格上昇も大きく見込めず、受注販売量も現状維持が続く。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・英国のEU離脱問題や米中貿易摩擦等もあり、引き続き不透明な状況が懸念される。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・太陽光設備、特にメガソーラーは、生産性の向上と経費削減の努力でやっと利益が出るようになったが、企業の業績判断は大変厳しいものがある。努力を継続すれば、何とか2～3か月先は、利益が確実に出るような体制になるだろう。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理） | ・市場における変化はなく、また得意先の様子も変わらない。なお、受注量並びに受注予測に関しても、大きな変動は予想していない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・公共事業の発注状況に大きく影響を受けるが、今後の見通しはマイナス要素はないので、順調に進展すると見込んでいる。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・選挙があるので不透明だが、このまま安定政権だと順調に推移するだろう。 |
| | | 輸送業（営業） | ・消費税の引上げを目前に、駆け込み需要をにらんだ一般消費財の物量増加を期待しているところであるが、いまだ時期尚早なのか目立った動きは見られない。10月の消費税の引上げ直前になれば消費者の購買意欲も高まると推察するが、前回の引上げ時には引上げ直後に反動による景気の腰砕けが見受けられたことから、消費税の引上げ直後の景気の低迷を心配している。 |
| | | 通信業（総務担当） | ・変動要因が見つからない。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・インバウンド関連で好調なホテルからの受注や10月からの消費税の引上げ前の販促広告は多少期待できるが、多くの得意先は余り変わらない。 |
| | | 公認会計士 | ・経営者と話をすると、設備投資は、どちらかという消費的である。また、消費税の引上げもあり、なかなか思い切った投資ができない。売上等に影響が出るのではないかという心配も多く、なかなか景気が良くなるような雰囲気はない。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・しばらくは「当地タオル技能実習生の不法就労」に関するテレビ報道の影響が続くだろう。外国人技能実習機構の事実確認、また業界組合による組合員へのコンプライアンス研修など、早急に事態への対応を進めていく方向である。 |
| | | 輸送業（経理） | ・前回の消費税の引上げ時と同様に、消費税の引上げを見込んだ9月の受注増加を見込むものの、その後の客の荷動きの低迷が懸念される。 |
| | | 金融業（副支店長） | ・不安定な国際情勢や、東京オリンピック需要による建築資材不足が地方へ波及する可能性がある。 |
| | × | 建設業（総務） | ・案件が増える要素が少ない。 |
| 雇用 | | - | - |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------|----------|----------------|--|
| 関連 (四国) | | 人材派遣会社(営業) | ・働き方改革が提唱されるなか、雇い方の改革がまだまだ追いついていない企業も多い。その中でRPAの導入により、ホワイトカラーの定型業務のロボット化が徐々に進んでいる。経営戦略として業務効率化につながれば、景気も良くなっていくだろう。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・高卒求人の受件件数が例年と同水準であったことから、企業は例年並みに人を雇うことができる状況である。急激に景気が悪くなるとは考えにくく、景気動向は変わらない。 |
| | | 職業安定所(求人開発) | ・5月の有効求人倍率は1.44倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動はなく、企業整備の情報は入ってくるものの、大規模ではないため、しばらく同じような状況が続くだろう。 |
| | | 民間職業紹介機関(所長) | ・最近、車のディーラーを訪問する機会が多いが、新入社員で入社しても、3年以内に半数以上が退職している場合が多い。営業という仕事柄、売上目標を追い掛けることが苦になって退職しているようである。企業側も採用面で非常に苦しんでおり、社員教育をもう少し見直した方が良いだろう。 |
| | | 学校[大学](就職担当) | ・就職活動に関しては、今後も学生が優位な立場が継続するだろう。 |
| | | 求人情報誌(営業) | ・人材不足に解決策が見いだせない上、特に当地では外国人技能実習生の待遇問題を発端として、タオル周辺業界全体に影響が出るほど、業界全体での生産体制見直しが必要とされている。そのためしばらく景気は悪化するだろう。 |
| | | 求人情報誌製作会社(従業員) | ・お盆を控え、求人数は減少するだろう。 |
| | | 新聞社[求人広告](担当者) | ・消費税の引上げも影響ある。 |
| | x | | 人材派遣会社(営業担当) |

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) | | 衣料品専門店(総務担当) | ・9月には、消費税引上げ前の駆け込み需要が発生し、結果として現状より良くなる。 |
| | | 一般レストラン(スタッフ) | ・長過ぎたゴールデンウィークの影響で、消費が悪くなっていたが、ようやく落ち着いている。 |
| | | 観光名所(従業員) | ・繁忙期に入るが、ゴールデンウィーク期間中は相当数の客が来場しており、夏季休暇中に避暑地としても、多くの客の来場が予想される。 |
| | | 商店街(代表者) | ・10月より消費税が10%に引き上げられ、その直前の駆け込み需要が見込まれる。この引上げにより消費は落ち込み、政府も対策を打ってはいるものの、長い目でみると景気状況は決して良くならない。 |
| | | 商店街(代表者) | ・10月の消費税引上げにより、購入の前倒しが考えられる。 |
| | | 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ことが予測される。さらに、消費税引上げ前の駆け込み需要が期待される。 |
| | | 百貨店(売場担当) | ・天候や消費税引上げの駆け込み需要が9月にあり、上向きになる。百貨店は物産催事の売上が悪く、複合施設については状況は良い。総合スーパーマーケットについては、客層が似ており、単価的に低く、ファミリーターゲットの動きが鈍いのが現状である。 |
| | | 百貨店(プロモーション担当) | ・消費税引上げ前に秋冬物コート等の稼働が予測されるが、10月以降は揺り戻しも想定される。 |
| | | 百貨店(経営企画担当) | ・セール期に入り客数、客単価共伸長する見込みである。加えて、消費税引上げ前の駆け込み需要も期待され、短期的には良くなる見込みであるが、秋以降の大幅な下振れを懸念している。 |
| | | 百貨店(売場担当) | ・現在、消費税引上げに伴う駆け込み需要は余り見られないが、9月には影響が出始め、売上増加に期待している。 |
| | 家電量販店(店長) | ・予定どおりであれば、消費税引上げまで3か月前となり、確実に駆け込み需要が見込める。接客中、客の駆け込み需要の会話が多く聞かれるようになっている。 | |
| | 家電量販店(店員) | ・4Kテレビの金額が下がっていることもあり、非常に売れている。消費税引上げ前の駆け込み需要が増加している。 | |

| 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 |
|----|----------|----------------------------------|--|
| | | 家電量販店（総務担当） | ・冷夏予想の影響は気になるところであるが、消費税引上げ前の特需は、インパクトが大きいと予想している。 |
| | | 家電量販店（広報・IR担当） | ・最後の駆け込み需要が予測される。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・冷房器具の需要が増えるため、若干良くなる。 |
| | | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・コーヒー業界は、夏場に掛けてお中元シーズンに入るが、気候も暖かくなることから店頭での豆の販売から液体系の需要が多くなる。お中元用進物の需要が見込まれるため、今後3か月先の売上は伸びていく。 |
| | | 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） | ・今月の好調要因になっているシネマとカード販売促進は、年内は効果が継続すると予想しており、身の回りの景気は若干良くなると考えている。一方で、消費税引上げについては、心配な部分もあるが、駆け込み需要があり、また、軽減税率を上手く活用することで商機もあると考え準備を進めている。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・現在受注している案件の継続も含め、新規の見込み案件が増えている。 |
| | | 理容室（経営者） | ・梅雨から夏に掛けて暑くなることで、来店回数の日がちが短くなるため期待をしている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・先行き不透明で、判断が付かない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・収入が増加しないことが一番の原因である。介護保険料や医療費が増えており、物販に対する消費が減少している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・高齢者の来街者が圧倒的に多い中心商店街では、景気とは関係なく低迷が継続している。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・当地の景気は本当に良くない。市場ができて40年余り経つため、建て替え時期でもある。そこには仲卸業者が多数入っているが、魚業界全体が落ち込んでおり、先の見通せない状況である。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・6月はそこそこ忙しい状態であるが、2～3か月先のイベントはお盆のお花ぐらいいになり、現状の売上を見込んでいる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・起爆剤となり得るような商材、イベントが見当たらない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・売上伸長率や商品単価は回復傾向にある。紳士・婦人雑貨、リビング用品等の自家需要やし好性の高い舶来ブランドや貴金属、美術工芸は依然好調であるが、化粧品に関しては、慎重な姿勢を継続している。お中元ギフトの早期展開をしているが、店舗外受注の好調に対しギフトセンターでの売上は伸びず、選挙の影響も無視できない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・グローバルということを踏まえ、G20等がどのように影響していくのか、見極めづらい状況である。富裕層に陰りが見えてきたことについても、株価が影響されていると考えられ、今後の経済が不透明で判断しづらい。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・例年より梅雨入りが遅れ気温が上がり切らないため、客足は堅調であるが、夏物衣料の稼働はやや鈍い。夏休み時期に天候が安定していれば、今後上向きになる可能性がある。他店開業の影響による、来街者の増加を期待している。 |
| | | スーパー（店長） | ・来店客数は、前年並みであるが、夏のイベント等やギフト、お盆商戦が課題となる。ウナギでは、価格を下げるために中国のウナギを入れ、ギフト等では付加価値を付けたりして、拡張販売で売上を上げるよう対応していく。 |
| | | スーパー（統括者） | ・消費税引上げを受けて、支出金額全体の削減による消費減少に陥ることが予想される。米中貿易摩擦問題もあり、景気減速要因となる可能性が高い。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客が増えず、伸び悩んでいる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・一昨年の災害の影響で、依然として来街者が少なく、来店客もほとんどない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・冬が暖冬だったことで、家電が消費されず、その分がこの夏にかけて需要がある。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・今後3か月で販売台数が落ち込む要因は見当たらない。当面は現状レベルの売上が確保でき、好調が維持できる。 |
| | | 乗用車販売店（代表） | ・景気は変わらない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・今後、7～8月の3連休やお盆休みが到来することで、サービスステーションは忙しくなる。また、当地の観光客や自動車等を利用して帰省する客の燃料油やカーケア商品購入に期待したい。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・次月の予約状況に大きな変化はなく、伸び悩んでいる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------------------|---|
| | | 一般レストラン（経営者） | ・情勢が不安定のため、景気の良い話もない。しばらくは不透明な状態が続く。 |
| | | スナック（経営者） | ・5月の連休の落ち込みを6月で取り戻す気配はあったものの、今月は例年をやや下回る結果になる。ボーナスや好天続きという好材料もありながら振るわず、梅雨が本格化する7月が不安である。 |
| | | 観光型ホテル（総務） | ・7～8月は例年、一般客や婚礼宴会のレストラン営業が厳しい月間である。一方で、過去の実績から9月は好転することが多く期待できる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・消費意欲は変わらないが、同業者間での客の奪い合いが激しくなっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊施設の予約は単価、販売数共に余り変化がない。 |
| | | タクシー運転手 | ・中国からの観光客数は減少しているものの、韓国、台湾、香港等の東南アジア諸国からの観光客は増加しており、また、国内からの観光客数も増加している。今後のイベントもめじる押しで、現状は保たれる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・業界的に、夏場は動きが減る状況である。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・販売に影響するイベントがなく、景気は変わらない。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・この時期は、例年どおり県外国外の客の来場は少ないが、地元客の予約が順調に推移している。 |
| | | 美容室（店長） | ・暑くなるとカットの客が増加するが、日中猛暑になると客数が減少し、景気に変化はない。 |
| | | 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） | ・季節要因による客の増加や消費税引上げ前の駆け込み需要が継続することが想定されるが、一方で人材確保が難しく、今後の懸念が残る。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・結果は2～3か月先に出るため、今月と変わらないと判断している。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・消費税引上げ後も軽減税率措置で、現在の状況はしばらく続く。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・当市内マンションの高額物件や安価な物件もあり、供給過剰の状況になっている。しかし、その割には順調に需要があり、景気はさほど悪くない。景気が悪い企業と良い企業の差が激しい。 |
| | | 商店街（代表者） | ・夏場になると食欲が減少し、10月には消費税引上げ等問題が山積している。一般消費者は、節約しながら生活することになり、景気は若干悪くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・商店街内で、再開発事業に伴う大規模な解体工事が始まるため、来街者の減少が心配である。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・消費税引上げがあり、小売店での好材料はなく、見通しは悪い傾向にある。今年も猛暑という予報があり、売上は期待できない。 |
| | | 百貨店（業務担当） | ・消費税引上げが近づいており、客の買物に対する慎重さは大きくなっている。勤めても購入に至らず、今後この動きは加速しそうである。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・年金200万円問題が購買意欲に微妙に影を落としている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・10月からの消費税引上げにより、客足が鈍くなるのは避けられず、厳しい状況が続くのではないかと懸念している。 |
| | | コンビニ（店長） | ・年金、消費税引上げ等政治的な問題があり、景気が下降するのではないかと危惧している。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・夏物商材の売上が伸び悩むと予想している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・この時期は、新商品が出ないため、売上が伸びない。また、消費税引上げが決定すれば駆け込みで商品購入が進む可能性もあるが、今のところは期待できない。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当） | ・訪日外国人の需要低下に加え、競合店との競争激化による単価低下や客数の奪い合いが発生し、下降傾向になる。 |
| | | 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） | ・為替レートは韓国ウォン安になっており、国内では10月の消費税引上げが待っている。また天候も、水不足等が営業に支障を来す可能性があり、プラス要因がない。 |
| | | 観光型ホテル（専務） | ・働き方改革により、勤務時間等を見直しているが、社員の増員を考えると、人件費が利益を圧迫するのではないかと心配している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------------|--------------|--|---|
| | | 都市型ホテル（販売担当） | ・訪日外国人の中でもアジア系は、特に暑い日本を嫌っており集客が望めない。自然災害が多く、九州内で発生すると一気に来訪しない状況になるため、見通しが悪い状態である。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・5～6月でも夏の予約が伸び悩んでおり、夏の旅行を控えている人が多い。ハワイへの直行便撤退もかなり響いている。 |
| | | タクシー運転手 | ・客に消費税引上げに対しての気持ちの変化があり、秋に掛けて景気は下降していく。 |
| | | タクシー運転手 | ・参議院選挙があるため、厳しい。 |
| | | 競艇場（職員） | ・例年の傾向から、今後悪くなると予想される。 |
| | | 美容室（経営者） | ・10月から消費税引上げや年金問題もあり、不安な状況である。 |
| | | 美容室（経営者） | ・真夏は、業界として売上が低迷する時期である。6月は低迷していることが多く、以前のように季節の数字がつかめない。イベントがない限り景気回復が望めなくなっている。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・世界政治・経済の先行きの不透明さが続く限り、良くなる方向には行きそうにない。また消費税の引上げや年金不足問題等、自己保全の動きが、金を使わない状況に動くのではないかと懸念される。 |
| | | 設計事務所（代表） | ・今後、消費税引上げの影響が懸念される。 |
| | x | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・7～9月は、前年のように猛暑が続き、今月雨が降らなかった分、雨が多くなると予想している。野菜の相場も高騰し、客の需要も下がり、かなり厳しい3か月になると懸念している。 |
| | x | スーパー（店長） | ・米国によるイラン経済制裁や消費税引上げで、景気が良くなるような明るい材料が乏しい。 |
| | x | スーパー（店長） | ・老後の年金問題や10月の消費税引上げ等により、消費を上向きにするような要素が何も見当たらないなかで、競合店との価格を含めた競争により、今以上に厳しい営業数値が続くことが予想される。 |
| x | スーパー（総務担当） | ・10月からの消費税引上げの駆け込み需要は、一時的なものと思われ、老後の年金問題等もあり、その後の買い控えが強くなると懸念している。また、最近の流れとして30～40歳代の客層がディスカウント店に流れている傾向がある。 | |
| x | 高級レストラン（経営者） | ・7～8月の予約状況は、かなり空気が多く困っている。7月には参議院選挙もあり、当店に関しては、企業の動きが鈍くなると厳しくなる。 | |
| 企業 動向 関連 (九州) | | 農林水産業（経営者） | ・今年は、梅雨明けが伸び、消費にも影響が出そうである。夏は外食やイベントが多いことで、消費に期待ができるが、落ち込んでいるスーパーマーケット等の個人消費が心配である。この上に、10月の消費税引上げがあれば、消費が大きく落ち込むことが懸念される。しかし、加工メーカーは、少しずつ戻ってくるため、良質な商品を安定的に供給すれば、売上は維持できる。価格は、生産合理化や原料の値下げで対応していく。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・台風の季節になったこともあり、今後、市況が荒れる可能性がある。北海道の出荷時期に依存する可能性がある。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・現時点の受注量から判断して、売上見込みが期待できる。 |
| | | 鉄鋼業（役員） | ・現在が底値状態で、これ以上の悪化はない。 |
| | | 電気機械器具製造業（取締役） | ・中国の景気が世界に与える影響は無視できないが、それを乗り越える工夫が出てくることも考えられる。 |
| | | 建設業（社員） | ・現在は、手持ち工事が詰まっており、作業員は不足状態である。来年の国体開催に向け、第2四半期、第3四半期と続くよう、受注に向けて努力で対応していく。 |
| | | 家具製造業（従業員） | ・米中貿易摩擦の影響は、家具業界にも広がっており、中国から周辺国への工場移転が急速に進んでいる。その他中東情勢等不安要素が多く、景気回復の要因は見当たらない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・店頭等の売行き状況がつかめず、ネット商品が増えており、先行き不透明である。 |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | ・仮に米中関係が収束したとしても、即受注拡大にはつながりにくい。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・輸出の問題とユーザーの内部体制の変更が不安材料である。それにより今までの状況が変わり、落ち着くまでは悪い状態が続くのではないかと懸念している。 |

| 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 |
|----|----------|--------------------------|--|
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・今後も半導体製造装置関連は、しばらく足踏み状態が続く。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・米中貿易摩擦等の不安材料はあるものの、実態として需要は好調である。 |
| | | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | ・米中貿易摩擦問題が解決しなければ、生産向上は見込めない。逆に米国によるイランへの経済制裁で、貴金属相場が上向きになっている。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・健康食品の受注生産は、現在の発注量から変化がない。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・在庫量が多いものの、出荷量は平均並みである。10連休の反動も重なり例年と違う動きを見せているため、測りかねるところがあるが、総じて景気に大きな影響はない。 |
| | | 通信業（職員） | ・官庁系の業務が受注できない状態が続いており、受注量が伸び悩んでいる。 |
| | | 通信業（経理担当） | ・消費税引上げの動きをにらんだ状態が継続する。 |
| | | 金融業（従業員） | ・公共工事が高水準で推移しており、旅行取扱業務では国内外の客共に増加している。海外需要の減少により、輸出は弱含み傾向にある。また、人手不足から経営面での問題が生じている企業も少なくない。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年で大きな変化はない。今後、参議院選挙、消費税引上げとトピックが続く。海外では、中国経済の減退、米国長短金利逆転からくる米国景気の減速、欧州首長の就任動向、円高進行等懸念材料が顕在化しつつあり、景気変動局面は近づいている。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・消費税引上げを過度に意識した動きは今のところ見られないものの、世界経済の減速懸念が強まるなか、今年後半からは、景気下押し圧力が徐々に強まってくる。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・梅雨から夏に掛けて、天候の変動が予想されるため、小売業を始めとした消費者に直接関わる物販に関しては、先々大きな売上は見込めない。また、大きな受注等が発生しても、どの業種もそれを賄う人員が不足している状態が続く。 |
| | | 金融業（得意先担当） | ・個人客の資金需要が活発化している状況であるが、法人については、慎重な姿勢を見せているところが多く、現状維持である。 |
| | | 不動産業（従業員） | ・保有宿泊施設の稼働状況は、横ばいに推移しており、今後もこの傾向が続くと予想される。 |
| | | 新聞社〔広告〕（担当者） | ・参議院選挙関連の出稿は期待できるが、その他の申込件数が減少している。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・今月の新聞折込受注金額は、前年比96%と半年間前年を下回る結果になっている。消費税引上げを前にした駆け込み需要もみられず、業種別では、百貨店、スーパーマーケット、娯楽等の不調が続いている。一方、自動車販売、求人関係、通信販売等は好調である。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・株主総会は一段落しそうであるが、新しい取組の予定もなく、余り期待は持てない。 |
| | | 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や問合せ件数に変化がない。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・6月に降水量が少なかった影響で、7月には多くなると予想され、例年より短期的に厳しい状況になる。当地ではラグビーのワールドカップが控えており、秋口に掛けて若干持ち直すのではないかと期待している。 |
| | | その他サービス業〔物品リース〕（支社長） | ・取引先の設備投資が少ない。多少の一服感があるのではないかと考えている。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・7月以降は季節性の商材の端境期になるため、製造や販売共に厳しい状況が予想される。 |
| | | 精密機械器具製造業（従業員） | ・取引先からの受注量がかかなり激減しており、まだ、この先の見通しが見えない状況である。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・国内向け車両生産台数の減産と海外向け車両へのオプション装着部品の急激な減産が影響している。 |
| | | 建設業（従業員） | ・最近では順調に受注できているが、配置人員の不足で受注が困難になると予想され、景気はやや悪くなる。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・業態変更あるいは、倒産傾向が起きる可能性がある。 |
| | | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | ・6月議会で、新たな調査や計画策定の業務が予算化されているが、予算化された件数が少なく、指名競争入札になった場合は、ダンピングでの入札が繰り返されるため、受注できる機会が少ない。この状態が継続すると景気が悪くなると予想される。 |

| 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 |
|----------------------|-----------|---|---|
| | x | 繊維工業（営業担当） | ・ どの工場も、最低賃金の上昇によりとても苦しんでいる。全体的な値上げに工賃が追いつかず危惧している。 |
| 雇用 関連 (九州) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・ 選挙に伴う仕事が発生し、特需が見込める予定である。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・ 消費税引上げ前の特需感がない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・ 増員で人手が欲しいという注文ではなく、自社で採用につながらないために派遣会社へ依頼する流れは変わらない。新規注文は、ほとんどがそのような理由から依頼されている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・ 例年どおり、秋口にかけて退職者や直接雇用不補充枠による動きは予想されるが、上向きになる材料がない。働き方改革で、同一労働同一賃金の流れが出るようであれば、派遣としての働き方で、もう少し動きが出てくることに期待したい。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・ 主に中国や韓国からの訪日外国人の客が多い。この傾向はしばらく続くと予想される。また、9月からラグビーの試合が始まるため、世界各国から来訪者が増加し、当地を拠点に移動する影響により、サービス業は活況を帯びてくる。こうしたなかでの採用問題は、一段と厳しくなると懸念している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・ 求人数が減少傾向とはいえ、まだ高止まりで推移している。6月は、G20等国際間の動きがあり、成果に期待したい。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・ 電子部品製造業では、工場閉鎖の噂や希望退職者の募集もあるが、一時帰休を取りやめたケースもあり、取扱製品によって大きく異なる状況である。近隣地区では、今後数年間に大型商業施設が連続して開業するが、限られた労働力で流動性は高まる可能性がある。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・ 前年度の採用者数未充分に加え、労働人口の減少により求人活動は継続されている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・ 9月までは、長期の新規求人事務案件の減少が続くと予想される。逼迫して事務人材を必要とする業種もなく、退職人員の補充の求人が主になる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・ 新規求人の減少と新規求職の増加という現象があり、新規求人が下がったことで、新規求人倍率が低下をしている。例年と異なった動きが出ており、若干景気が悪くなる。 | |
| | x | - | - |

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|--------------------|---|
| 家計 動向 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | スーパー（企画担当） | ・ 国慶節などでインバウンド需要が見込める。 |
| | | スーパー（販売企画） | ・ 競合店の新規出店が一巡したことや、当社会員へのポイント販促の効果も出ていると感じられるので、良くなるとみられる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・ 近隣にホテルが増えたので、来客数も増えてきている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・ 来月には梅雨も明けるとあり、イベントもあり、学校も夏休みに入るので回復が見込める。 |
| | | その他サービス〔レンタカー〕（営業） | ・ 高校総体の関係で先行受注が前年比110%と好調に推移している。 |
| | | 百貨店（店舗企画） | ・ インバウンド客の影響がどれだけあるか予想はつかないが、競合他店オープンの影響も受けると予測し、厳しい状況は続くものとみられる。 |
| | | コンビニ（代表者） | ・ 大型ショッピングセンター開業やコンビニエンスストアチェーンの進出により県内流通業の厳しさは一層増すが、県内景気的好調は続くものと判断する。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・ 今月は、近隣に大型ショッピングセンター開店等があり、期待から買い控えがあったようにみられる。また、他の大型店舗も前倒しでセールをしており、プロパー商品の売上が芳しくない。当店セールでの売上もさほど上がらない状態で、来月以降は心配である。景気が好転するかはまだ分からない。 |
| | | 観光型ホテル（マーケティング担当） | ・ 現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月先の客室稼働率は、今月と変わらず前年実績に対してマイナスとなる見込みである。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------------|----------|-----------------|--|
| | | 旅行代理店（マネージャー） | ・夏休みの問合せが、例年に比べて出足が遅い感じがする。 |
| | | 住宅販売会社（代表取締役） | ・民間戸建て住宅や米国軍人軍属向け賃貸住宅、コンドミニアムなどの投資案件をバランスよく受注できている。また、3月の消費税増税前の駆け込み契約の反動の影響が薄れつつあり、数件の請負契約前の案件を抱えている。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・住宅展示場への来場組数は前月比、前年同月比共減少したが、住宅計画の相談者数は変わらない。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（店長） | ・大型ショッピングモールが開業し、どれほど影響があるかわからないが、しばらくは客数が減るのではないかとみている。 |
| | | 観光型ホテル（代表取締役） | ・この夏の宿泊予約数の動きが悪い。同業者に聞いても同じである。業界現場からは、長いゴールデンウィークで出費がかさんだのでは、との回答があった。 |
| | | 観光名所（職員） | ・予約状況が悪い。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・飲食関係の小店舗が多くなり、お互い足の引っ張り合いをしているように感じている。物販や衣料の個店は、今後大型店の値下げには太刀打ちできず、客を持っていかれるとみられる。いつ閉店するかというところまで危機感を持って商売しているところも結構あるようである。 |
| | × | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・大型商業施設のオープンと大手コンビニの進出で、一時的ではあるが時給が1,800円まで上がってきていて、採用をかけても900円では全く採れない状態である。また、調理技術者の引き抜き合いが激化している。建築関連業者も忙しくて、店舗の補修や修理を依頼してもできない状態が続いている。営業に支障が出て、機会損失を起こしている。 |
| | × | 通信会社（営業担当） | ・10月からの新規参入や、電気通信事業法の改正により他キャリアへの流出が予想され、今後厳しい状態が続くとみられる。 |
| 企業 動向 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | 建設業（経営者） | ・今月に入り、少しずつ引き合い件数が増えている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・民間工事は順調に続く見込みである。 |
| | | 輸送業（代表者） | ・先島はホテルや量販店等の民需や、港湾、道路の官需も増勢で、特に宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事もピークとなっている。基地建設優先で製品出荷が減らされている砕石については、積出岸壁が混雑し、先島向け出荷の更なる弊害となっている。 |
| | | 輸送業（経営企画室） | ・取引先の競合が沖縄進出することによる相対的な売上減が予測されるが、それに伴い新規業務の発生もあるため、横ばいになるのではないかとみられる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・県内企業の広告販促活動は、県内テレビ局や新聞社の広告出稿額をみると、微減傾向にあるように感じられる。一方でインターネット広告などのデジタルマーケティングコストは増加傾向にあるものの、全体としては縮小傾向にあり、先行きは不透明ながら厳しい状況が続くものとみられる。 |
| | × | - | - |
| 雇用 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | 学校〔大学〕（就職支援担当） | ・学生の夏休みを利用した沖縄県内の新卒求人、新卒学生就職活動が本格化する。 |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・現在はある程度好調だが、このまま続くかは不透明である。派遣分野では求人難ということもあり、求職者のモラル等、懸念される事態が多くなっているように感じるので、派遣の数字につながるかも微妙である。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・7～8月の求人数は増加する。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・専門学生の就職活動は例年どおり推移している。4～6月は県外就職組で、7月以降は県内就職組の動きが活発になる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集室） | ・毎年8月は求人件数が減少する。今年は大型商業施設のオープンもあり、一部のテナント店舗や関連企業の求人の依頼はあるとみられるが、季節的な減少を埋めるほどの件数は見込めない。 |
| | × | - | - |