

11. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		*	*
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・雪の降る時期となり、本格的な観光シーズンを迎えるため、国内客が横ばいでの推移となっても、外国人観光客は増加することが見込まれる。ただ、韓国との航空便が減っている影響で、ここ3か月、国際線の利用客が前年を下回って推移しており、今後2～3か月で日韓関係の改善までは至らないとみられることから、韓国人観光客の落ち込みに歯止めが掛からないことが懸念される。
		百貨店(売場主任)	・前回の消費税増税時は、増税後4か月で前年割れを脱していることから、今回も同じような傾向で推移すると仮定した場合、3か月後には現状よりも景気が良くなる。
		コンビニ(エリア担当)	・周辺で公共工事が行われていることで来客数が増えており、2～3か月も工事が継続していることから、景気はやや良くなる。
		コンビニ(エリア担当)	・キャッシュレス・消費者還元事業の影響で客の反応が良いことから、事業が続く来年6月までは同様の状況が続く。また、季節商材に対する予約の動きなども大きく鈍ることなく推移しているため、今後の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・当地では春に納車したいという客のニーズも多いことから、1～2月になれば商談が増えることになる。特に今年は新型車の発表もあったため、今よりも景気が良くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・消費税増税直後のため、現在の販売量は底となっているが、年明けの新型車発表を控えていることから、今後は底を打ち、やや持ち直すことになる。
		旅行代理店(従業員)	・2月の流水観光を中心とする冬季観光において、流水観光船以外にも流水ウォークなどのアクティビティが充実してきていることから、今後の国内観光客の増加が期待できる。
		通信会社(企画担当)	・様々なサービスとのコラボ商材が浸透してきていることから、今後の契約数が回復してくることが期待できる。
		商店街(代表者)	・消費税増税に伴うクレジット決済のポイント還元が徐々に浸透してきているため、今後は増税の影響が少なくなっていく。ただ、来年6月にキャッシュレス・消費者還元事業が終了するため、その後の景気は厳しくなることが懸念される。
		商店街(代表者)	・原油価格の動向にもよるが、冬季となり、地元住民の出控えの時期を迎えたため、今後の景気が良くなるような判断材料が見当たらない。
		商店街(代表者)	・観光面では、前年に北海道ふっこう割があったため、今後は国内観光客の相応な減少が見込まれる。しかし、外国人観光客については、比較的順調に推移しており、韓国人以外は伸びている様子がうかがえることから、全体としては変わらないまま推移する。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・当社の売上が伸びているのは、日本人観光客が増加した結果であり、当地の景気自体は特に良くも悪くもない状況にあるため、今後も景気は変わらないまま推移する。ただ、人手不足の影響で、当社の5店舗のうち1店舗については営業できない状態が続いている。
	一般小売店〔酒〕(経営者)	・最近1週間ごとに売上が極端に悪くなったり、良くなったりと大きく変化する傾向がみられる。全体的にはまずまずの業績であるが、景気がどのように変動しているのか、つかみづらいものがあり、当分は同じような状況が続くことになる。	
	百貨店(役員)	・消費税増税後の状況がはっきりしておらず、今のところ、景気が良いとも悪いともいえないことから、今後も変わらないまま推移する。	
	百貨店(営業販促担当)	・消費税増税後の買い控えはしばらく継続する。また、婦人客を中心に節約志向がますます高まりつつあるため、今後も景気は変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・12月の声を聞くことで、必需品を購入する客が増え、多少は景気が良くなるとみられるが、客の節約志向は今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・景気が変動するような大きな要因がないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（役員）	・キャッシュレス・消費者還元事業が始まり、小売業各社であらゆる販売促進を行っているため、数値の動きが読みづらい特殊な時期にあるが、過去6か月の数値から、今後の景気が良くなるとはいえない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が上下するような明確な要因が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響以外にも、配送費高騰や人手不足といった影響を受けており、今後も景気は悪化したまま停滞することになる。ただし、キャッシュレス・消費者還元事業の期間中は一定の売上を確保できることが見込まれる。
		家電量販店（経営者）	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果で、売上は引き続き例年並みで推移することになる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車受注は前年並みを確保していることから、消費税増税の影響は限定的とみられ、今後も変わらないまま推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・12月も現状維持の状態が続くとみられるが、年明けに新型車の投入が予定されていることから、現状より景気が悪くなることはない。今後の景気は大きな変化はないまま推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・競争環境がますます激しくなりそうなことから、今後も景気は厳しいまま変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・現状から、何か新しいことが生じない限り、客の動きが出てこないとみられるため、今後も景気は変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・飲食店においては、観光客が増えていることがプラスとなっており、良い傾向にあることから、今後も景気は変わらない。ただし、今まで以上に観光客向けの対策を行っていかないと生き残れないという不安もある。また、宿泊施設については、当地でかなりの数のビジネス系ホテルが建設中であり、開業を間近に控えるホテルも多いことから、今後の過当競争が懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・今後の予約状況について明るい兆しがみられない。特に外国人観光客の客足が鈍いことから、国際情勢が好転しない限り、景気回復は難しい。現状は円安傾向にあることがプラスとなり、どうにか持ちこたえているが、今後、円高に振れた場合に外国人観光客の入込が落ち込むことを懸念している。
		旅行代理店（従業員）	・2月にチャーター便での海外旅行を設定しており、見込みどおりの集客ができています。今後、当地農業における秋の収穫高が公表され、前年並みの数値となれば、景気は例年と同様の良い状態で推移することになる。
		旅行代理店（従業員）	・景気が良くなる材料が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注数値が回復しないことから、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・今年度の確定売上が徐々に見えてきているが、目標を達成できるかぎりぎりの状態であるため、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・これから年末の繁忙期を迎え、例年であればタクシー利用の増える時期となるが、乗務員不足が解消されず、タクシーの稼働台数が前年を大きく下回っていることから、今後も現在と同様の状況が続く。
		タクシー運転手	・国際定期便の就航が少なく、今後も観光客の利用を余り見込めない。地場の購買力も弱いため、今後については期待もできない。
		タクシー運転手	・3か月前と景気は変わっておらず、むしろ悪化している。そのため、今後も見通しの厳しい状況が続く。ただ、春になれば、景気が上向くと期待している。
		タクシー運転手	・年末年始はタクシーの稼働が最も良くなる時期であり、前年並みの実績を達成することを期待している。ただ、人件費が上がっていることが気掛かりである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・前年を上回る実績を維持していることから、今後も景気は変わらないまま推移する。ただし、前年は北海道胆振東部地震の影響で来客者数が大きく落ち込んだため、一概に比較できない面もある。
		美容室（経営者）	・10～11月と心配していた消費税の影響はほとんどみられないことから、今後も従来と同様の来客数、売上で推移するとみられる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今年度は特に輸送量が増加する要素が少ないため、今後も景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・客の様子をみると、消費税増税に伴う価格上昇に対して、シビアな反応がみられている。特に、年代によってはごく敏感な反応がみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・1月には青果物の出荷が一旦落ち着くことになるため、今後の景気はやや悪くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・今年一杯は消費税増税の影響が続くとみられることから、年明け後の動き次第の面がある。
		スーパー（店長）	・景気が回復するような理由や兆しが見当たらないため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税に伴う需要減は前回の増税時と比べて大きくないが、キャッシュレス・消費者還元事業を巡り、地域の実質的な大企業が駆け込み減資を実施して、5%還元の対象企業に登録されたことから、その対抗策として特別販促を打ち続けており、業績に相当のマイナスダメージが生じることを懸念している。
		スーパー（役員）	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果は限定的であり、客の節約傾向が続くとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・キャッシュレス決済など、お買得に買える方法について、客が常に考えていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・7～9月の反動がいまだに続いているため、今後の景気はやや悪くなる。年末商戦に動きが出てくることを期待している。
		自動車備品販売店（店長）	・車検取得件数が前年の96%見込みとなっており、保有台数の割に減少が目立ってきていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今後も低迷が続くそう。元々、外国人観光客による売上はほとんどないが、新たにアプローチしていくことが必要になってきている。
		高級レストラン（経営者）	・日韓関係の悪化により、外国人観光客が減っており、その影響で売上が減少している面もある。日韓関係の改善にはまだ時間が掛かることが見込まれるため、今後の景気が上向くことは期待できない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・近隣で同業他社の施設新築が相次いでいることから、今後については客を奪い合う形となることが懸念される。
		タクシー運転手	・軽減税率適用外の商材、サービスについて、年末の需要期であっても買い控えが起きることが見込まれる。
		タクシー運転手	・当社の予約状況や問合せ件数は減少傾向で推移している。一方、同業他社から予約状況が芳しくないとの声が上がっているため、今後の景気はやや悪くなる。
		観光名所（従業員）	・今年度は暖冬との長期予報が出ており、暖冬の際は天候が荒れることが多くなるため、例年と比べて利用客数が伸びないことが懸念される。
		美容室（経営者）	・クレジットカード決済が増えていることで、手数料の金額がかさむとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・各種の景気対策があったとしても、消費税増税によるマイナスの影響は大きく、しばらくの間、分譲マンション市場の需要は冷え込むことになる。また、建設単価が高止まりしており、新築物件の価格が下がりづらくなっていることから、マンション市場の動きが好転するような兆しが見られない。
	x	商店街（代表者）	・シーズンオフとなることに加えて、消費税増税の影響がみられることから、今後の景気は悪くなる。

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
	×	衣料品専門店（店長）	・スーツ業界全体が落ち込む中、スーツ離れが深刻になっており、既成服が売れなくなってきている。価格を下げたとしても、売上を確保できないとみられることから、今後の景気は悪くなる。
	×	その他専門店〔造花〕（店長）	・消費税増税の影響が大きいことから、今後の景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・北海道の住宅建築業界、資材業界がこれから不需要期を迎える中、消費税増税の影響もあることから、このまま最悪の方向に進むのではないかと懸念している。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		通信業（営業担当）	・東京オリンピックの一部種目において、開催地を札幌に変更することが決定されたことで、それに伴う準備が生じることに加えて、観光客への好影響なども期待できるため、この先の景況感はやや良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・良くも悪くも景気が変わるとみられるような案件が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
		家具製造業（経営者）	・外的な経済環境が悪化しており、簡単には回復しそうにないことから、今後も景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・例年、冬季の新規受注は少ないことから、今後も景気は変わらない。一方、3月以降は補正予算でのゼロ国債工事や翌債による公共工事などの発注が始まり、受注につながることになる。
		建設業（役員）	・次年度繰越工事の新規着工もあり、フル稼働状態が当面続くことになる。ただ、現場管理技術者の配置が限界に達している状況に変わりはない。
		輸送業（支店長）	・景気が大きく変化するような事由はないが、冬季を迎えて、景気が上向くことまでは考えにくい。
		輸送業（営業担当）	・本州向け生乳の動きが良く、年末需要も控えている。その一方で、紙パルプ関連の停滞と飲料の不振により、トレーラーシャーシの回転が悪くなっており、輸送コストの上昇が続くことが見込まれる。これらのことから、景気は変わらないまま推移する。
		金融業（従業員）	・これまで道内景気をけん引してきた観光関連は、外国人観光客の増勢鈍化の影響が続く。一方、個人消費は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が緩和し、下げ止まりが見込まれる。また、公共投資と民間設備投資は引き続き高水準で推移することが見込まれる。これらのことから、道内景気は3か月前と変わらない水準で推移する。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・災害復旧工事、都市部の再開発、北海道新幹線の札幌延伸工事などにより、旺盛な需要がみられることから、今後も現状維持での推移が見込まれる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・災害復旧の公共工事などにより、売上が10%近く伸びている状況が今後も続く見込まれる。また、ホテルなどの宿泊単価も落ち着いていることから、今後の景気は例年どおりの動向で推移する。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・天候に左右される部分もあるが、今後の景気に大きな変動はないまま推移する。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・今後も現状維持の状況が継続することが見込まれることから、景気は良い状態のまま推移する。
		食料品製造業（従業員）	・当社の商材は軽減税率が適用される食料品であるが、消費税増税の影響で全体的に財布のひもが固くなっているため、今後の景気はやや悪くなる。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅の建築確認申請の件数が減少傾向にあることに加え、東京オリンピックのマラソン、競歩が札幌開催となったことで、工事の発注遅れや予算の変更が生じることを懸念している。
		建設業（従業員）	・外国人観光客の減少などの影響により、新規投資を保留する方針がみられるようになっている。来春の着工を目指して設計中のシティホテルの増築計画が中断される動きも生じている。
		司法書士	・不動産や建築関連においては、例年と同様に12月に多少の増加傾向が見込めるが、その後は冬という季節要因もあり、低調に推移することになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・冬季を迎えて、土地の売買が一段落することになる。また、建物の新增改築も、消費税増税の影響から、例年と比べて下落することが見込まれる。
		司法書士	・今後、当地は冬の真ただ中となるため、不動産取引は減少することになる。外出も控え気味になるため、消費も年末需要で上向く以外は低迷することになる。冬季を迎える中、為替の影響で灯油価格が高くなっていることもマイナスであり、景気が回復するような兆しは見当たらない。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	x	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・同一労働同一賃金の施行を控え、中小企業のみならず、取引先の大企業も混乱しており、そのあおりを中小企業が受けることを懸念している。
雇用 関連		-	-
(北海道)		人材派遣会社（社員）	・冬シーズンに入り、求人の動きが若干鈍る可能性もあるが、今の勢いが急激に下向くことにはならない。年末年始をはさみ、求職者が一時的に活動を控えるとみられるが、それが逆に求人数の増加につながることも期待できる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今のところ、地域経済に大きな影響を与えそうな投資の動きや具体的な需要がみられないことから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・観光産業に勢いが感じられないため、多数の観光客が訪れる恒例の冬のイベントが開催されるまで、しばらく状況は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・年末の繁忙期については、例年並みの需要を見込めるが、一過性の動きとなりそうだ。東京オリンピックにおけるマラソンなどの開催概要が決まれば、景気の底上げにつながるような施策もみえてくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・冬季はウィンタースポーツ業界を除けば、消費マインドの冷え込む時期となるため、今後の景気が良くなる要素が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は8か月連続で前年を上回り、月間有効求職者は8年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まま推移する。
		職業安定所（職員）	・景気に影響を与えるような雇用調整の動きがみられないため、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・人手不足分野以外、職種全体で人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が5か月ぶりに前年を上回り、平成29年7月以降1倍を超えて推移している。業種全体にわたって人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらないまま推移する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・購買意欲の落ち込みによる消費低迷、外国人観光客の落ち込みなどがみられ、景気が上向く要素が見当たらないことから、2月頃までは現状と同様の状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響が徐々に出てくるのではないかと懸念している。
	x	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		-	-
(東北)		商店街（代表者）	・急激に寒くなり冬らしい天候となっており、冬物商材、特に重衣料がこれから動いていく見込みである。また、年末年始は帰省客も多く、飲食店では忘年会や新年会の需要が高まるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始は今月より動きがあるとみているが、買い控えの雰囲気は変わらない。お歳暮ギフトなどにも消費税の引上げの影響は確実に出てくるとみえており、先行きは苦しい。
		百貨店（売場主任）	・今月は景気の落ち込みが強くみられるが、新年に入れば生活防衛意識は少し落ち着く見込みであり、消費もやや上向くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・コンビニはキャッシュレスのポイント還元により、大手スーパーとの差別化が図られている。卵、冷蔵、総菜が伸びており、コンビニの使い方がより家庭に密着してきている。また、キャッシュレス決済の増加により、現金払いの時よりも客単価が若干上昇している。この動きは今後も続くともっている。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げの影響はほぼなくなっている。東京オリンピック前にテレビなどの需要も出てくるとみており、前年よりも数字が伸びる見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・仕様変更で注文中止となっていた車の生産が徐々に開始されているため、商談が増えるともっている。
		乗用車販売店（本部）	・被災車両の保険が下りるまでにおおむね2～3か月掛かる見込みであることから、台風の影響で被災した車両に関わる売買の状況は徐々に回復していくとみている。
		住関連専門店（経営者）	・現場の遅れにより受注した物件の納品が遅れている。月遅れでの納品となるため今月よりは良くなるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・キャッシュレスによるポイント還元など、様々な施策の効果が消費に上向きの影響を与えることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・12月は忘年会シーズンとなるため、今月よりは良くなるとみている。ただし、予約状況は例年よりも立ち上がり静かである。
		通信会社（営業担当）	・新しいサービスエリアを毎月開局しているため、引き続き新規加入者の増加が期待できる。特に冬季は積雪が増えて外出時間が減り、家庭内で娯楽を楽しむ機会が増えるため、解約者は減る。テレビの視聴時間やインターネットの利用時間が増えるため、既存加入者でも新たなサービスの希望者が増えるともっている。
		通信会社（営業担当）	・現在は買い控えているが、年末年始商戦に向けて良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響が薄れていくとみている。
		観光名所（職員）	・年末年始を迎えて購買意欲が回復し、それに伴い客単価も上昇するとみている。
		競艇場（職員）	・毎年恒例の年末年始イベントが開催されるため、良くなるとみている。
		美容室（経営者）	・ボーナスは過去最高額という報道もあり、年末年始に向けてある程度の金が動くともっている。客の消費動向も活発化し、景気も若干上向きになると期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・30～40歳代の客に対しては商品の供給過剰な状態が続いているため、商品の訴求力強化により販売量の維持を見込んでいる。高齢者の客には孫へのギフト戦略により多少は消費に動きが出るとみているが、全体的には供給過剰、消費の低迷は続くともっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・例年、12月はまずまずの売上となる。その先もプレミアム付商品券が2月29日までのため良い傾向は続くが、絶対数として当店で使用する客は少ないため、景気は余り変わらないともっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・利幅の大きい仕立ての注文予約が余りなく、二次製品も全く動いていない。来年度の不安も大いにある。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げの影響も落ち着くとみている。
		百貨店（買付担当）	・消費税の引上げの影響は落ち着くとみている。ただし、年々気温に左右されることが多くなっており、今後も気温や天候に影響されるとみている。
		百貨店（経営者）	・年末年始の消費喚起で一時的に前年並みに戻る可能性はある。ただし、節約志向は強いままであり、その後の消費マインドが冷え込むことが懸念される。そのため、しばらくは現状維持で推移するとみている。
		スーパー（経営者）	・複数の国の政治不安や米中貿易摩擦の影響から、国内輸出業界の各方面が低迷している様子である。景気の低迷が続くなか、消費を更に冷え込ませるのではないかと懸念している。ただし、現在の状況からは消費動向は余り変わらないともっている。
		スーパー（店長）	・来客数と比較して1品単価が低く、売上が伴っていない。この状況は今後も続くともっている。
		スーパー（店長）	・年末年始商戦以降に明るい兆しが見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・他社の5%ポイント還元施策が影響している。当社の販促で覆うことができず、このまま厳しい状態が続くとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス還元は余り効果がなく、大きな環境変化もないため、来客数の改善が難しい状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス還元により来客数が微増したものの、天候や施策面もあり、余り変わらないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・いまだに積雪のない状態のため防寒衣料の動きが鈍く、在庫処理に苦労している。お歳暮商戦では食品の受注が多少増加している。
		衣料品専門店（店長）	・暦どおりに気温が推移すれば平年並みの需要が見込める。ただし、暖冬になると消費者の冬物購入のモチベーションが下がり、不安定な売上になるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げによる買い控えは当分続くとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税の引上げの影響もあり、購買傾向は伸びないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表は来年秋以降が多く、年度末で実績が増える見込みは薄い。
		乗用車販売店（従業員）	・今後3か月の受注が決算を左右する。様子見状態は長く続かないとみているが、高齢者の免許返納が増えてきており、保有車両が減っていることは否めない。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・暖冬傾向のため、季節商材の売行きにかなりの影響が出るとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・実績は気温の動きに大きく左右されるため、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）	・特に動きもないため、景気に大きな変動は見込めない。
		高級レストラン（支配人）	・11月は台風の影響の反動により来客数は多かったが、中盤で中だるみをしている。12月も前年並みで推移するとみている。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始に向けて需要は高まっていく見込みである。ただし、消費税の引上げによるマイナス部分において客や同業者の話を聞いても余り良い印象は受けない。そのため、相殺されて変わらないとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・10月の台風の影響がまだ残っているのか、旅行や泊りでの会合を控える傾向がみられている。逆に復興関係の業種は忙しく、旅行をしたくても行けない状況のようである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・台風被害の影響は、この先2～3か月は続くとみている。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊業にとってはマイナス要因が多く、しばらくの間は微減状態が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税の引上げの影響が11月までに終了すれば、その後の巻き返しが期待できる。実際12月の宴会は前年を上回っており、1～2月も前年並みである。ここで消費者が増税を乗り越えてホテル利用に戻ってくれば、一般宴会及び宿泊部門が若干上向くとみている。
		旅行代理店（経営者）	・これからは冬に向かって旅行業界は閑散期を迎える。良い材料もなく、旅行需要は例年並みに低下するため、景気が良くなるとは考えにくい。
		旅行代理店（店長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減や、年末年始の季節要因もあり、個人消費は余り伸びないとみている。
		通信会社（営業担当）	・主要都市は発展しているが地方は衰退傾向にあるなど、地域格差が徐々に進行している。ICTインフラ整備を本格的に考え、情報格差と地方発信、人的雇用を検討する気配がないため、この先2～3か月は変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が良くなるような材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前と比べても客の様子に変化はない。
		通信会社（営業担当）	・客との会話からは、余り景気に動きはみられないとみている。
		テーマパーク（職員）	・卒業旅行シーズンとなり若者客が増える時期であるが、若い客層は余り商品を購入しない。購入しても低単価の商品が多く、景気が良くなる要因ではない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・災害の復興が進まないうちは日本人客は増えないとみている。ただし、インバウンド客については好調のため、現状のまま推移する見込みである。
		美容室（経営者）	・新しい客がなかなか増えないため、景気が良くなるということはない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に心配な材料はない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅受注は低迷しているものの、一般物件の受注があるため、全体的には悪くない状態で推移するとみている。
		商店街（代表者）	・6月に閉店した百貨店を地元の優良企業が取得している。ただし、ビルの解体から建物完成まで4～5年を要するため、当面は厳しい状況が続くとみている。
		商店街（代表者）	・年末年始の需要が期待できない。
		商店街（代表者）	・インターネット取引に押されて物販の状況が悪い。今後この傾向は加速するとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税の引上げ後は、買物や外食において増税分を負担に感じるようになったと客が話している。今後は買い控えをしたり外食を控えるという客もおり、景気は悪くなるのではないかとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・身の回りの生活必需品の価格が上昇傾向にあるため、生活防衛意識が緩むことは難しいとみている。
		スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済5%還元に対抗し、現在は自社ポイント倍セールで来店動機を促している。ただし、ポイント狙いの来客数を増やすことで、ポイント費用の負担が大きくなるとみている。
		スーパー（企画担当）	・増税対策が浸透した頃合いで、消費税の引上げの影響がみえはじめている。前回の増税時も2～3か月後から影響が出始めたため、今回も同じような状況になるとみている。
		スーパー（営業担当）	・客の買物の動きは更に慎重になり、12月前半は客の財布のひもが固くなる可能性が高い。また、価格に敏感に反応して無駄な買物を控える傾向が強くなるとみている。
		スーパー（営業担当）	・年末商戦に入るが、現時点で年末用品の動きが前年と比較して非常に鈍い。また、暖冬の予報で冬物の動きも鈍くなる見込みである。そのため、地域経済にも大きく影響する可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・台風被害により商売をやめるところが出てきている。また、農作物が被害にあって収入が減少する農家も多い。
		コンビニ（経営者）	・年末年始商戦における催事商品の予約状況が前年を下回っている。そのため、経営は厳しい状況が続いている。
		コンビニ（経営者）	・天候や消費税の引上げによる影響で、来客数、購買単価共に更に減少するとみている。
		コンビニ（経営者）	・来客数の減少は今後も続くとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・高齢化、人手不足、消費税の引上げなど、今後の景気を押し上げる要因が見受けられない。東京オリンピックも一部の業種では盛り上がりがあるものの、地方には余り還元のない状態である。また、飲食業を中心としたパート、アルバイトが労働力の主力業態では人手不足が顕著であり、働き手がないために店舗を閉めるチェーン店も増えてきている。
		コンビニ（店長）	・一時期は右肩上がりに増えていたキャッシュレス決済だが、面倒なのか所持金を全てチャージすることに抵抗があるのか、ここにきて現金払いの客が増えてきている。そのため、ポイント還元を実感しにくくなっており、増税の印象が強くなっている。景気が悪くなるとまではいわないものの、若干低下傾向になるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・10月から続く来客数の減少傾向に変化はない。年始からセールを予定しているが、プライスメリットだけで来客数を増やせるか不安である。
		家電量販店（従業員）	・東京オリンピックを前にテレビ関係の売上が伸びることを期待しているが、消費税の引上げ後の売上低迷はもうしばらく続くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・正月が終わると初売りで財布のひもが緩んだ分、その後は必要最低限の支出のみとなるのではないかとみており、売上は余り期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げからそれほど経過していないが、景気が非常に悪い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・客の財布のひもは固くなっていくとみており、外食でテイクアウトを置かない当店としては、客離れを懸念している。また、人件費も高騰しており、経営的には苦しい展開になるとみている。
		旅行代理店（店長）	・国内、海外共に旅行の問合せや申込みが入っていない。
		タクシー運転手	・消費税の引上げで落ち込んだ分を12月の忘年会や師走のイベントで相殺できるよう、頑張りたい。
		通信会社（営業担当）	・政府の具体的な施策もないため、当面は現状維持で推移するとみている。
		遊園地（経営者）	・オフシーズンのため見通しは不透明であるが、消費税の引上げの影響を懸念している。
		設計事務所（経営者）	・国が定める報酬基準が一般的に定着していない状況下で、最低制限価格の設定がない自治体や消費税の引上げに伴う建設事業費の増加を懸念する施主への対応が求められている。結果的に収益を圧縮せざるを得ない状況が今後も続くことが見込まれる。また、業者間の受注確保への動きも高まり、更なるダンピングの発生が懸念されている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受付件数が減少しており、消費税の引上げ後の買い控えの影響がでけるとみている。
		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）	・来客数、販売量が伸びる要因が少なく、景気は悪くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・消費税の引上げで10月に引き続き11月も悪い状態が続いている。12月は年末年始で多少良くなるものの、1～2月は非常に悪くなるとみている。
	×	スーパー（経営者）	・消費税の引上げ後は支出が増えるため、買い回りや買い控えが増加している。
	×	コンビニ（店長）	・売上の低下に加え、最低賃金の上昇、除雪代や光熱費の高騰など、かなり厳しい状態であり、先が見えず不安である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・冬物も終盤になる。その後は春らしい暖かさにならないと厳しいとみている。
	×	衣料品専門店（店長）	・バーゲンセールについては来客数が見込めるものの、初期の買い控えによる機会損失もあり、難しい局面になるとみている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・客の財布のひもの固い状態が長引くのではないかと危惧している。景況次第ではあるが、一般消費者の意識が戻るには時間が掛かるとみている。
	×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・間違いなく商品の動きが鈍い。商品の値上げは勿論、送料の値上げなどマイナス材料には事欠かない。特に年明けなどは停滞が予想されるため、先行きは非常に厳しいとみている。
	×	高級レストラン（経営者）	・ここ2～3か月は景気が上向き材料がないため、厳しいとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・年末は辛うじて忘年会の予約で埋まってきている。ただし、1～2月はその反動が懸念されている。客の財布も相当冷え込んでいる様子であり、先行きはかなり悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		建設業（従業員）	・年度内に多数の官庁、民間案件が契約見込みのため、景気は上向きになるとみている。
		経営コンサルタント	・年末商戦の盛り上がり期待している。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連は新案件の話が出始めてきており、一般機械加工受注見積も微増となってきている。ただし、受注単価及び納期は厳しい。
		食料品製造業（経営者）	・ラグビーワールドカップが終わり、東京オリンピックに期待したいが、特に東北が目される要因はない。また、冬季は観光客の動きに期待ができない。
		食料品製造業（営業担当）	・既存商品の落ち込み分を新商品や販促施策でカバーできていない。厳しい状況はこのまま続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・これから年度末に向けて繁忙期を迎えるが、学校関係の仕事が働き方改革や少子化の影響で少なくなってきた。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税の引上げの影響は10月で終了したのか、受注量は横ばいで推移している。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の販売量に大きな変化はないが、大口客向けの販売価格が徐々に低下しており、業績に影響を与える見通しである。	

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	
		通信業（営業担当）	・災害をテーマにした相談が多いため、事業継続計画のような視点からアプローチをするなど幅広い対応をしていかないと客は離れていくとみている。	
		通信業（営業担当）	・市場環境に変化がみられず、良くなるイベントもないため、例年並みに推移する見込みである。	
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。	
		広告業協会（役員）	・令和初の年末年始商戦が盛り上がることを期待しているが、その反動で急速に販促費を控える企業もあるとみている。そのため、この時期の広告売上の前年比はややマイナスとなる見込みである。	
		広告代理店（経営者）	・東京オリンピックに向けての期待感はあるが、恩恵は首都圏だけという危惧含みの様相を呈している。	
		司法書士	・地元登記所における不動産登記申請件数は前年並みで推移している。	
		公認会計士	・小売関係はこれから年末商戦で売上が伸びる時期のため、そこそこの売上と利益を確保できる見込みである。また、建設関係も急激に悪くなる要素がないため、景気は現状維持で推移するとみている。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・特に飲食店関係に停滞感がある。年末年始で一時的に回復する見込みであるが、年明けには収束するとみている。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・買物を必要不可欠なものだけにとどめている傾向が強く、スーパーにおいても軽減税率適用の商品ばかりが売れている状況が続いている。	
		農林水産業（従業者）	・ふじりんごの品質は例年並みであったが、消費税の引上げによる資材の値上がりもあり、農協出荷分の販売収入は例年よりも少なくなるとみている。	
		農林水産業（従業者）	・消費税の引上げにより、農業資材関係の費用が増大するとみている。	
		食料品製造業（経営者）	・原材料費や資材費の値上がり、人件費の増加により利益面はかなり厳しい。ボーナスもそんなに出せない状況である。	
		窯業・土石製品製造業（役員）	・域内において、景気が上向くような兆しや大型プロジェクトはみられていない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・来年の東京オリンピック開催に伴い、工事数が増加し建設業者の確保に金がかかるため、景気が低下していくとみている。	
		建設業（企画担当）	・企業全体の設備投資需要が減少傾向にあることが、同業他社との競争激化の要因の一つではないかとみている。	
		輸送業（経営者）	・主要製造業取引先の減産が続いている。輸出中心の機械装置も減っており、国内輸送が中心の建設関連資材も減っている。	
		金融業（広報担当）	・東京オリンピック関連の需要に期待がある一方、米中貿易摩擦などの外的要因や、足元マーケットの鈍い動きが続く見込みなど、事業者のマインドが高まる環境ではない。	
		コピーサービス業（従業員）	・毎月のように仕入先から商品及び物流費の値上げの案内が届いている。当社でも春からの配送費の一部有料化をお願いしているが、理解を得られているのは半数にとどまっている。そのため、非常に厳しい状況である。	
		×	金属製品製造業（経営者）	・カメラ業界全体の減産はまだ始まったばかりである。これから更に減産は進んでいく。
		×	広告代理店（経営者）	・JRの旅行商品取扱店舗の廃止が進んでいるため、旅行商品のパンフレットが大幅に減少する見込みである。
	×	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・手取りの収入は月を追うごとに減少している様子である。将来の不安が拭えないため、内需拡大は非常に難しいのではないかと。地域的に台風被害への今後の不安もあり、税金のことも含めると大変である。悪くなる要素がたくさんあるため、景気は悪くなるとみている。	
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・12月へ向けてBPO会社へ年末調整業務の人員を送り込んでおり、2～3か月先の売上も良くなるとみている。ただし、長期契約ではないため大幅な上昇とはならない見込みである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・飲食業、食品メーカー、建設設備、建具メーカーなどあらゆる業種で消費税の引上げの影響があるとみていたが、増税前と変わらない経済活動をしている。そのため、現在の景気がやや良い状態が今後も続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・採用要件がどのように変化をするのか未知数である。しかし、人手不足は継続しているため、求人数はそこまで悪化しないとみている。
		人材派遣会社（社員）	・来年の4月くらいまでは大きく動くことはないともみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・受注の動きに大きな変化がないため、今後も同様に推移するとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げの影響は落ち着くとみているものの、好転する材料が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は1.6倍と高止まりをしているが、基幹産業である水産加工業では、漁獲量の不振による原材料価格の高騰など、依然として厳しい状況にあることから、景気も変わらないともみている。
		職業安定所（職員）	・日本経済を取り巻く国際情勢に不安定要素が多いことから、今後の景況を注視する必要がある。
		学校〔専門学校〕	・この不景気感はしばらく続くともみている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・製造業において、売上不振を理由に従業員を休業させる企業が増加している。この状態はしばらく続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正に伴う派遣先企業の動向が不透明である。
		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による反動減はほとんどない。今は景気低迷の踊り場状態であり、景気浮揚のきっかけとして初売りに期待する流通業者も多い。ただし、その後の先行きは不透明な状態である。
		職業安定所（職員）	・台風19号による水害の影響で、相当数の事業所で休業などの雇用調整が想定されている。また、カーナビなどの製造業では、今後3か月で大規模な人員整理を予定している。中国や欧州の動きに不安感を抱く事業所も増加している。
		職業安定所（職員）	・今の景気が悪いとは思えないが、温暖化や台風の影響により農産物の生産が伸びず、米中貿易摩擦や生産機械の受注減により工業製品の生産も余り伸びていない。このような状況のため、景気が良くなるという印象もない。
	x	人材派遣会社（社員）	・給与も上がらず、取引先も良いところがみえないなど、景気が向上したという感がない。

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）	・今月末から来月末にかけて、イベントがたくさんあるので、売上が大きく伸びて、良くなる。
		百貨店（役員）	・地域経済の活力の高まりを実感しており、来客数、売上の増加が期待される。
		コンビニ（経営者）	・年末年始や年頭にあたって、いろいろな行事があることや、高単価商材が出ていること、そのほか、人出が多くなると予測されるので、良くなる。
		コンビニ（店長）	・年末年始にかけて、来客数、購買量共に増えるともみているので、良くなる。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピック需要に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・12月はボーナス支給月であることや、2021年度から国産車衝突防止装置の取付けが義務化されることになるため、買換え需要が始まるのではないかと。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・忘年会の問合せが増えているので、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・台風19号の被災を受けて自粛ムードがあったものの、年末年始に向けて宴会の受注状況がようやく例年並みに戻ってきている。ビジネスユースが主だが、宿泊も前年並み以上の受注まで戻ってきている。
		都市型ホテル（営業）	・全社員一斉営業等で、従業員の意識改革をし、一丸となって目的を達成する姿勢がみえている。また、客に当ホテルの良さが浸透してきているので、やや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・例年、年末商戦で一定の消費は期待できるものの、例年以上の要因は特にはない。
		通信会社（総務担当）	・冬のボーナスやお年玉で、消費税増税でかかっていた消費へのブレーキが緩むと見込んでいる。
		設計事務所（所長）	・消費税増税後の買い控えも一段落して、消費者が動き出すのではないかと。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・春になっても活気の出るような話題が出なければ、変わらない。現状維持なら良いところではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・販売に関してはどちらともいえないので、変わらない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税から約2か月だが、化粧品を除けば極端に良くも悪くもない。3か月先も現状と変わらないのではないかと。
		百貨店（店長）	・消費税増税の影響は波動があるものの、明るい傾向にはない。天候も暖冬傾向にあり、重衣料や食材にもプラスの影響は少ない。
		スーパー（商品部担当）	・キャッシュレス決済の効果を期待したが変化はなく、手数料のみ増加している状況である。消費税増税後に消費者の節約傾向が続いているようで、この先も現状維持が続くそうである。
		コンビニ（経営者）	・増税から2か月が過ぎ、影響は段々小さくなっていくとみている。ただ、全体的に将来への不安感が増えており、客の買物に堅実性を感じる。無駄買い、衝動買いが減ったように見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・良くなる判断材料がない。
		コンビニ（店長）	・近隣に、特段変化はない。
		衣料品専門店（統括）	・忘年会の時期になってきたが、飲食店をのぞいてみると、客の出足が悪い。当然、街中にも客がかなり少なく、年末年始に向けて買い控えの影響がある。なかなか景気は良くならない。
		衣料品専門店（販売担当）	・年末年始を控えて、期待は高い。また、来月はボーナス支給月で年金支給月ということもあり、かなり期待をしている。そうしたなかでも雰囲気的に良くなる要素はなく、気持ち的に盛り上がりやや少ない。
		家電量販店（営業担当）	・消費税増税の反動はある。特に、高単価商材の動きが悪い。
		乗用車販売店（販売担当）	・当地は雪や雨が多いので、12～2月になると、今度はどうしても来客数が減ってくる。それほど極端に悪くはならないとみているが、現状のまま推移していくのではないかと。
		住関連専門店（仕入担当）	・平時に戻り、消費税10%の実感を消費者が得始めている。節約志向は根強く、キャッシュレスも節約の手段であり、消費の押し上げ効果は少ない。プレミアム付商品券は全く使われていない。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・年末商戦だが、天候が大きく左右するので、気温が下がれば冬物が売れる。また、消費税増税に関連したポイント還元策の影響か、中小企業のクレジット使用率が随分と上昇してきた、驚かされる。今後どのような影響が出てくるか読みにくい状況である。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注が減少しているため、受注残も減少傾向である。
		一般レストラン（経営者）	・おせちの注文を受けているが、前年より注文数が少なく、今後に期待できない。
		都市型ホテル（営業担当）	・1月はシーズンの下がると思うが、ほかの要因で大きく下がる、上がるということはないので、変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・12月中旬から1月にかけて、宿泊に落ち込みが見られる分を、料飲の忘新年会獲得増で乗り切れそうである。
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンに入るので、年末年始以外に好要件がない。
		旅行代理店（従業員）	・例年、年度末は下降気味で変わらない。
		タクシー運転手	・忘新年会で一時的に増えると思うが、余り期待できない。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが悪いので、この先も変わらない。
		競輪場（職員）	・全国発売のG3競輪の売上が、ほぼ同額で推移している。
		美容室（経営者）	・12月は1年で最も期待が持てる。祝日がなくなったことで平均され客足の増加が見込まれる。利幅の取れる特殊技術を勤めて、売上増を図りたい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・少子高齢化、若者の車離れ、カーシェアリング等の台頭に既存の整備工場は対抗できない。加えて、先進安全機器設備等、資本金のある会社が生き残る時代である。全国9万社の先行きは暗い。売上、来客数共に、良くなることは至難の業である。
		設計事務所（所長）	・消費税の駆け込み需要の影響は余りないようである。このまま据置きで変わらないのではないか。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響が出てきている。年末年始に向け、景気回復のこれといった良薬も見当たらず、停滞は更に悪化しそうである。
		百貨店（営業担当）	・年末商戦や初商を控えているが、消費税増税に伴う消費意欲の低迷はしばらく継続する。景況改善の材料は皆無である。
		コンビニ（経営者）	・北関東、特に当地は台風19号による水害の影響が、3か月後もまだかなりあるとみている。被災者も多く、祝賀行事のキャンセルがあったり、人の出が弱くなっている。復興にはまだ時間がかかるので、その分マイナス傾向かと感じている。
		住関連専門店（店長）	・災害復興需要は高かったものの、復興が進み、今後は需要が減っていく。また、今回の突発的な支出の反動で、買い控えも発生すると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・忘新年会が終わり閑散期に入る。また、増税の影響がじわじわと家計に影響してくる時期で、生鮮食品が高くなっていることもあり、純利益の純増は難しい。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・社員食堂の受託企業のうち、海外の需要減で既に業績を落としている取引先も出てきている。影響が長期に及ぶ見通しから、派遣社員だけでなく社員の削減に動いているところも出てきている。結果、喫食数への影響の長期化も懸念される。
		都市型ホテル（経営者）	・利用者数の減少で、やや悪くなる。
		通信会社（局長）	・エリアの景気動向は大きく変わらない。人口減少に伴う契約減の流れも変わらない。
		テーマパーク（職員）	・10月の台風や消費税増税、大手企業の人員整理など、社会情勢が大きく変化しつつあり、余暇、レジャーへの影響が出始めるのではないかと心配である。
		住宅販売会社（経営者）	・他業種にも話を聞いたが、良い情報がない。景気が良くなる起爆剤がない。
	×	通信会社（経営者）	・とにかく物が売れない。売れないから価格を下げる。結局デフレは進み、売上も利益も減少する。それなのに、人件費は上がり、休日は増える。人を募集しても応募はこない。これがアベノミクスの成果なのか。
	×	通信会社（経営者）	・良くなる要素はみじんもない。
	×	ゴルフ場（総務担当）	・例年、これから寒さが厳しくなるので、来客数は減少する。
	×	美容室（経営者）	・来年にかけても状況は難しいと感じている。政府には、「いろいろは難しいだろうが、せめて一部の人が潤う国にならないようにしてほしい」と願っている。社会保険料、住民税等の国民負担は増えてきている。地方を切り捨てて、良い国と言えるのか。税金に見合った政治を期待する。
企業 動向 関連 (北関東)		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・お陰様で良い結果が出ている。
		金属製品製造業（経営者）	・12月後半より、更に受注が増える予定で、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・台風19号の被害によるダメージが回復し、計画のマイナス分をリカバーする動きが出てくることを期待している。
		不動産業（経営者）	・冬に向け、設備メンテナンス工事の依頼が増える。
		金属製品製造業（経営者）	・昇降機の受注は1～3月に減る予定だが、その他の見積依頼が多いので、仕事が来れば変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・得意先が13社ほどあるが、全く仕事のないところ、あるところ、まずまずのところとあり、今後2～3か月はこの状況が続くので、変わらないかやや悪いという感じである。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（開発担当）	・公共工事発注額は前年比6%増、当社も前期比10%増と順調である。今後の不安は、桜を見る会の問題がどうなるかである。
		建設業（総務担当）	・工事はあるものの、現状をこなすだけで精一杯で、新たな受注は目指せないため、変わらない。
		輸送業（営業担当）	・例年、年末に向かって冬物商材、家電、衣類、寝具等の物量は増えるが、消費税増税後、多少消費の鈍るところもあり、前年並みの物量確保になりそうである。
		通信業（経営者）	・桜を見る会の名簿を削除した問題について、内閣府の対応は国民を馬鹿にしていると思えない。
		経営コンサルタント	・台風19号や大雨による被災者支援が徐々に進み、復興のスピードが速まるにつれ復興需要が多少は出るとみている。そのため、設備投資や業務需要による生産活動がやや活発になると予想される。
		司法書士	・現状の多少の良さが一過性でないことを期待しながら、しっかりと仕事をしていきたい。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量から推測して改善がみられるものの、特段変化はない。
		化学工業（経営者）	・この先の受注量や引き合いからみて、共に減少傾向にあり、引き締めて考えなければいけない。
		不動産業（管理担当）	・下期から定期保守作業を取りやめた取引先が幾つかあるため、売上が減少する見込みである。新規取引先も探しているが、他社との価格競争が激しく、なかなか増えない状況が続く。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税の影響はかなり大きく、販売促進の広告発注にブレーキが掛かっている。11月の段階で、12月の案件受注が2割も減少している。
		社会保険労務士	・機械や部品関係の輸出をしている事業所に、業務回復の兆しが見られない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・在庫を上乗せしているため、3月末の決算時期に売行きが余り良くなければ、急激に減産が進むとみている。かなり状況は厳しくなる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・当社取引先の今年度の生産動向は、在庫調整で推移しており、年明け1月以降の動向を見極めたい。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・年末商戦、クリスマスや年始は正月用品等の買い増しなど、通常どおりの購入により、売上は伸びていく。衣料品も天候次第だが、若干、買換えが出てくるとみている。依然として、介護、看護関係の募集が目立っているが、なかなか人が集まらない。業種を選んでいるようで、どちらかという人が偏っている。今後に期待したい。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率、有効求人倍率共に、直前3か月、前年同月と比べても変化はない。
		職業安定所（職員）	・夏頃から、製造業は親会社からの受注減少等の理由による休業情報を耳にする機会も多くなっている。消費税増税前は駆け込み需要等で多忙だった業種も、落ち着きが見られ、しばらくは小康状態が続くのではないかと。
		職業安定所（職員）	・消費税増税から日が浅く、増税の影響を慎重に見極めている企業が多いため、大きな変化は見られない。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正による派遣スタッフへの影響はまだ見えてこないが、やや悪くなるのではないかと。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品関連企業の生産計画が低いまま今年度中は変わらず、やや悪くなる。
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		スーパー（経営者）	・売上が伸びるような任掛けを考えると、良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・来月は忘年会シーズンであり、1年間のうちで忙しい。アルバイトの人件費なども掛かるが、予約の数を多くこなしていけば、とても良くなる（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
(南関東)		タクシー運転手	・12月は年の終わりで忙しくなる気配はあるが、1月を迎えてどうなるかが心配である(東京都)。
		商店街(代表者)	・来街者の動向や、イベントのレスポンスは非常に良い。気候が良く、世の中的に消費マインドを冷やすことが起きなければ、徐々にではあるが良くなる。街に出てくる意欲があるというのは消費のパロメーターにはなる(東京都)。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・このところ取引先の売上也順調に伸びているので、このまま順調に続くのではないかと。
		一般小売店[祭用品](経営者)	・年末に向け、受注が増えることを期待している。
		一般小売店[文房具](経営者)	・キャッシュレス決済事業者による独自のポイント還元キャンペーンもあり、これが当店の販売促進にもつながり、売上に貢献している。年末に向けてもキャンペーンの継続が決まっている。客はポイント獲得狙いで現金支払をしないため、お金を使った感覚がやや鈍ってきており、売上増加と新規顧客の拡大につながっている(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・クリスマス、年末年始需要で来客数増が見込める。2月がうるう年であるプラス分と、東京オリンピック関連需要の高まりがあると予測している(東京都)。
		百貨店(広報担当)	・年間最大の年末商戦を迎えるなかで、増税の反動も落ち着いてくると予想している。また、米中貿易摩擦も一時休戦の様相を見せるなか、外需企業の輸出も回復基調になり、株価も安定していく。消費マインドにとってはやや明るい材料の方が多し(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・前回の消費税増税時は、前年100%に復調するまで約半年掛かったが、今回は気温低下による防寒衣料の復調や、高額品の売行きが底堅いことから、年明け早々には前年並みに回復すると予想される。また、春先以降も東京オリンピック、パラリンピックの影響により、日本全体が明るいムードになることで、消費につながると期待できる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・年末年始商戦には、消費税増税の影響は薄れていると見込んでいる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税の影響はやや軽減されるが、大きな回復要素は見当たらず、弱い動きが継続する可能性が高い(東京都)。
		百貨店(店長)	・消費税増税の影響も月を追って軽減され、気候も冬らしく安定していくと想定されるなかで、様々な対策で消費を喚起することによって、売上も上がってくるものと期待している。
		コンビニ(経営者)	・年末年始にかけて期待を込めて、少し良くなる。
		衣料品専門店(経営者)	・キャッシュレス決済の5%還元効果で、年末年始に衣料品が売れる。
		家電量販店(店長)	・円安、企業業績の上方修正に伴う株高、2020年は家電量販店とメーカー各社によるオリンピックイヤーセール強化が消費マインド上昇に寄与し、耐久消費財は順調に推移する(東京都)。
		家電量販店(店長)	・回復基調が出てきたので、季節商材の暖房器具や東京オリンピックに向けた映像関連需要が高まってくる。
		家電量販店(店長)	・東京オリンピックに向けて電化製品の購入が期待できる(東京都)。
		家電量販店(経営企画担当)	・駆け込み購入の反動減の影響もさすがに解消していると見込んでいる。季節の変わり目で回復基調になることを期待している(東京都)。
		高級レストラン(経営者)	・不動産は、新築物件の建築費高騰で、中古物件でもリニューアルをしっかりとしていれば客が付くというのがトレンド感としてある。飲食業は、シルバー世代を中心に外食産業やレジャー産業に支払う費用が増えている。
	一般レストラン(経営者)	・クリスマス、正月休みといった家族や友人が集まるシーンで、より身近なレクリエーションとして、旅行や遠出よりも会食等で飲食店が利用される機会が増えるのではないかと、軽減税率の活用でテイクアウトの需要が増すのではないかと期待している。	
	その他飲食[居酒屋](経営者)	・年末に向けては忘年会需要があるため、やや持ち直す(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・今後、一時的な出費が通過して経費も抑制気味に推移すると予定されていることから、現状と比べて好転が見込まれる（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・羽田国際線の発着枠が拡大となり、3月末からの首都圏及び地方からの海外渡航が大幅に伸びる見込みである。増便になることで旅行代金も従来より下がると思われるので、集客に期待している（東京都）。
		旅行代理店（総務担当）	・消費税増税の影響はない（東京都）。
		タクシー運転手	・今、需要予測システムを高度化するなど大手タクシー会社が提携を拡大し、タクシーのキャッシュレス化が加速している。近い将来現金で支払う利用客が激減する時代が予測される。現金で決済するよりICカード等を利用する方が気軽に乗車できるので、この先景気は良くなる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・消費税率10%にも慣れ、年末に向かって消費が動き始める（東京都）。
		通信会社（経営者）	・いよいよオリンピックイヤーとなり、オリンピック、パラリンピックに向けた機運醸成の高まりに伴い、視聴等に向けた準備を促す告知が多くなり、関連市場に活気が出てくる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・10月から引き上げられた消費税が浸透すれば、景気も良くなっていく（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・駆け込み需要に伴う落ち込みが一段落すれば、東京オリンピック映像関連の需要喚起により上向いていく。
		通信会社（経営企画担当）	・案件の増加が見込まれる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・新しい設備投資を行う予定なので、期待感を込めて良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・年度末に向かい、土地購入からの1次取得の客が動くと考えている。また、2か月前に新規にオープンした総合住宅展示場に取りれていた集客もだんだん平常に戻ってきて、当社の集客数も戻るとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数や話が進展している客などはかなり増えてきているので、今よりは良くなっていく。
		商店街（代表者）	・消費税率が2%引き上げられたことで、10月はかなり影響があったが、11月はまずまずというところである。12月にはどうなるか分からないが、それほど急激に数字が上がっていくとは考えられない。11月並みでいければ御の字ではないが、これから景況感がもう少し上向いてくれれば有り難い。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今までの販売方法では、売上を増やすのはなかなか難しい。他の業種を取り入れるなどして、売上を伸ばす方法を考えざるを得ない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暮れから正月にかけて、東京オリンピック前でもあり、テレビに動きがあるのではないかと。ただし、商品が品薄状態であるのが気掛かりである。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・キャッシュレス還元事業や年末商戦があっても消費者は踊らず、購買意欲が向上するとは思えない。
		一般小売店〔生花〕（店員）	・1～2月は余り良くない月である。花の持ちが良いことと、寒いため、11月は悪いが、同じくらい悪い季節である。2月は日数が少なく、売上に影響するため景気は悪い。客自身も全体的に余り良い空気ではないと感じている（東京都）。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・年末だからといって販売数が特に増えるとは思えない（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・これから最繁忙期に入ってくるが、お歳暮ギフト、おせち料理のプロモーションはほぼ前年どおりでいける見込みである。店頭も現状前年を超えており、カテゴリー別にみても全体的に前年を超えているので、このままいけば、大きくは超えないが、前年は確保できるのではないかと。天候が若干心配である（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・高額品の動きの鈍さから見ても分かるように、消費に対する慎重な姿勢は今後も継続することが予想される。
		百貨店（営業担当）	・消費が減少していることから、軽減税率対象の食品についても、回復にはまだ時間が掛かる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・消費増税により、必要な物しか購入しないという消費マインドが強いため、景気回復は緩やかと想定している。2020年の東京オリンピック効果に期待している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費増税により大きく落ち込んだ消費マインドを回復させるような好材料が見つからない。消費者の節約意識は高く、この傾向はしばらく続く（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費増税後の買い控えについては、想定よりも落ち込みはないものの、すぐに回復するとは思えないことから、現状のままで変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費増税後に迎えた冬物商戦の動きが良くない。春物商戦に切り替わるまでは、この傾向が続く（東京都）。
		百貨店（店長）	・年末年始の大型連休で消費することもあり、百貨店には本来に必要な物を必要なタイミングにしか求めない状況が継続するとみている（東京都）。
		百貨店（計画管理担当）	・競合店の撤退により客の流入があり、売上也堅調に推移しているものの、想定どおり消費の冷え込み影響もあり、大きな伸びは当面望めない（東京都）。
		百貨店（店長）	・百貨店を利用する層と利用しない層に二極化しているなか、今後も高単価客数が圧倒的に増えることはないと推測できる（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・客は、広告初日の特売品やポイント何倍の日、タイムセールなどのお得な商品を少しでも安く買おうという意識があり、店舗ごとによく利用して買い回っている様子がまだ多くみられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・この先の見通しは確実には分らないが、やや悪い状態がこのまま続くのではないかと。令和初の正月を迎えるということで、年末商戦は気合を入れて臨み、盛り上がりを見せたい。
		スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済の5%還元のおかげで、何とか持ち直している。
		スーパー（店長）	・消費増税の影響も落ち着いた感じはあるものの、消費者には依然として節約志向が根付いており、価格にシビアな状況は今しばらく続く（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・今後は、若干回復傾向にあるような客の動きがある一方で、千葉の災害だとか、消費増税の影響により、買い控えがあるようである。お歳暮等、ギフトの動きが非常に良いが、日々の買物については、まだ財布のひもが固い。クリスマス、おせち料理の予約状況をみても、イベントに対しての動きが非常に鈍いということで、実際に売上が伸びることを期待している。
		スーパー（総務担当）	・不安と件はない。キャッシュレス決済対応で、お得感がまだ継続している。
		スーパー（営業担当）	・世界の貿易摩擦が今後も景気を大きく左右する可能性が十分にある（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・消費増税による消費の冷え込みが月を追って大きくなっていく。
		コンビニ（経営者）	・環境の変化がないため、今と変わらない。店が1店閉店したが、伸びは全くない。
		コンビニ（経営者）	・少しずつ下降に向かっている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・売上減少が著しくなってきたので、心配である。
		コンビニ（経営者）	・前年同様で推移しそうだが、好機到来というにはほど遠い。
		コンビニ（商品開発担当）	・天候不順で寒さが遅くなっているため、冬物商材の売上が引き続き伸び悩む（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・低価格商材の売上が、特に年金世代で増えている。安価な物で間に合わせているようで、何だか寂しい。
		衣料品専門店（経営者）	・消費増税になり、落ち着いたところである。今後は年末商戦があるので、どれだけ回復してくるか、また来年になってどうなるかはちょっと読み切れないところがある。一時的にキャッシュレスの手数料が下がっても、恒久的に下がらないと、店はなかなかキャッシュレスにはならない。
		衣料品専門店（店長）	・消費増税や社会保険料負担の増加により、生活防衛が進んでいる。年末年始の需要で、より状況が把握できる（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・暖冬の予想であり、客の購買意欲も低い。

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
		家電量販店（店長）	・特需がない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。12月一杯は消費税増税の影響があると思われる。来年1月から徐々に良くなるのではないが。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売、サービス売上共に前年同様となる。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月に本決算を迎えるが、まだ買い控えが続きそうな雰囲気がある。
		乗用車販売店（販売担当）	・依然として、東京オリンピック絡みで建設、土木は景気が良くなっている。人手不足もあるが、建設に絡む車両、ダンプ、トラック、重機のほか、足場など建設に絡む部材も忙しいという話なので、景気は良い。今後しばらくは変わらないが、来年の夏以降には減少するのではないが（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・販売量や来客数など良くなる要素が少ない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車購入に当たり客の動きが鈍っている。サービス、中古車がどれだけ補うかが鍵になる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売増につながる要因が外的にも内的にも見いだせない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量の動きや客の出入りからみて、変わらない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・客の動向などに少しでも上向きな状況が見えれば景気は良くなると思うが、しばらくは低迷が続く（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・消費税増税の影響がどこまで続くか予測が難しい。年明けも東京オリンピック直前までは、急激な来客数の伸びは期待できない（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油の減少傾向は変わらないが、短期的には大きな変化はない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税のてこ入れ策として実施されたキャッシュレス決済需要を期待したが、利用率において世代間格差があるため、教育資金や住宅ローン等、30～50代のお金が必要な世代には浸透しているものの、節約視点での利用向上となっており、60代以上への利用活性は皆無である（東京都）。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・新しいプラットフォームが登場してきているが、先行き不透明である（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・一番の繁忙期である12～1月の忘新年会シーズンの法人関連、宴席予約状況を見ると、12月の前年同日比は来客数103%、1月は同106%となっている。客単価予測もほぼ同様で推移している。例年、予約人数が目減りする分を踏まえると、前年同様で変わらない（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・年明けの法人の予約状況は前年とほぼ同じで、大きな変化はない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・オリンピック前の地域開発の波は、商店街にも波及してきている。旧態からおしゃれな新形態店舗の進出が目立つようになっている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税後も変わらず消費が伸び悩む。
		一般レストラン（経営者）	・働き方改革により人件費が高騰している。消費者も働く時間が減り収入が減少している。消費税が増税され、世界経済の状況も厳しく、中国との輸入品目のパッシングにより仕入価格が高騰している。それらを合わせて、変わらない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・11～12月の動向を見ないと何とも言えない（東京都）。
		一般レストラン（統括）	・既存店の売上は横ばい、若しくは微減で、目に見える大きな落ち込みはないものの、上昇のきっかけもまた見通せない。先行きの不透明感は継続している（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・電話等の問合せはあるが、なかなか商売に結び付くような状況ではない。良くなることを望んでいるが、いろいろ災害などが多過ぎるので、困ったものである。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の閑散期に入るが、例年に比べて変化を感じるほどではない。
		旅行代理店（営業担当）	・台風被害の影響で低迷する（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
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は、2020年のオリンピックイヤーになる。海外の出足も余り良くないと聞いている。良い材料も悪い材料もない（東京都）。
		タクシー運転手	・消費税増税以降、客はやはり慎重になっている。年末が近づき、これからいろいろ出費が重なることから、今は抑えているようである。来年になれば、東京オリンピックもあるので幾らか動きが出てくると期待している。
		タクシー運転手	・好景気に向かっていく感じは余りしない。ただし、経済産業省からキャッシュレス決済の5%還元シールをもらい、車に貼った関係で、電子マネー、クレジットカード等、キャッシュレス決済の利用者が増えている。これが今後良い影響があることを願っている（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・冬季ボーナス、年末を迎え、個人消費に大いに期待したい時期となるが、近年は忘年会等の宴会が減少、又は短時間化の傾向にあるため、今後もタクシー利用の低迷が続くとみている。
		通信会社（社員）	・消費税増税により、価格改定も受け入れられており、来年度の契約継続の計画も進んでいる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・今後も新商品の投入が予定されており、現状が続く。
		通信会社（局長）	・ちまたの4Kテレビの購買数は伸びているものの、当社のようなケーブルテレビ事業者との連動になっていないので、しばらくは現状がこのまま続く（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（営業担当）	・客の動きにここ数か月変化がみられないので、今後も大きな景気の変化はない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・年末だからといって、加入割引キャンペーンを実施しても加入者数が増えるようなことはなくなってきている。季節の変わり目で加入者数が減らないことを願っている。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・消費税増税による景気の冷え込みを懸念していたが、10月に引き続き11月も一般来場者数が増えている（東京都）。
		その他サービス[立体駐車場]（経営者）	・台風や消費税増税の影響がありそうである。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・前年と比べてもほとんど変わらず、売上増は期待できない。
		設計事務所（経営者）	・業務量は増加傾向にあるが、収入は比例しない。周りの同業者をみてもほぼ同じような状況である。特に景況感が上向き要素は感じられない。
		設計事務所（所長）	・全体的に改修工事が多く、設計事務所に頼むような物件は非常に少ない。このままの状態が続くのではないかと（東京都）。
		設計事務所（職員）	・消費税増税による停滞感がなければ、多少上向きを期待している（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・消費者の動向に変化はみられない。
		一般小売店[家電]（経営者）	・仕事の話もなく、仮にリフォームなどの話が当店にあったとしても、台風15号や台風19号の影響で職人等が千葉に行っており、時間的にも進まないという状況である。また、キャッシュレス決済の5%還元も、正直な話、何の役にも立っていない（東京都）。
		一般小売店[印章]（経営者）	・11～12月は年賀状シーズンである。年賀状といっても昔と比べると数量的には10分の1くらいになっているが、多少のプラスアルファがある。年賀状が終わるとまたふだんの月に戻ってしまう。その辺はつらいところだが、致し方ない。今はカメラのプリントショップのような店が勢い良く年賀状を受注している。
		一般小売店[家電]（経営者）	・この先は消費税増税の影響が出てくる（東京都）。
		一般小売店[文具]（販売企画担当）	・官公庁等の予算などは変わらないと思うが、消費税が上がったためか、金額が下がって、商品の数が出ていない。そのため、案件数は多いのだが、単価が下がり続けているように感じる。なかなか難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・変わらないと答えたいところだが、大きな外的要因がないなか、月を追って来客数が減っている。3か月後は今よりも売上が落ちて、更に悪くなるのではないかと。飽くまでも直近の来客数からの予測である。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税増税の影響により入園、入学準備用品等、イベント商材の買上単価に減少傾向が出ている。
		コンビニ（経営者）	・同業他社の出店が続く、当社も営業時間の短縮に向けて準備をしているので、2～3か月後の状況が見通しにくくなっている。
		コンビニ（経営者）	・コンビニは店舗数、来客数共に飽和状態が続いており、今月、来月辺りは良いかもしれないが、3か月後は前年の売上は取れなくなるのではないかと。1店当たりの来客数が減っているため、下がっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・今年は年末年始の休暇が長く、マイナスに働く見込みである（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・10月の消費税率引上げ前に需要の先食いが起こっており、現状ではその反動が見え始めている（東京都）。
		住関連専門店（統括）	・今後2～3か月もまだ買い控えが続く、販売量、販売額の伸び悩みが続くのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は1～2月なので、人の動きがなく、全体的に暇になり、景気は現在よりも悪くなる。売上も約2～3割下がる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税後の最初の年末は、今の予約状況からみると、決して良い方向には向かっていない。昼の客も減っている。今後どうなるかは分からないが、今の政府のままでは良い方向には行かない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の反動が少しずつ出てくるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・本来ならば12～1月は繁忙期だが、現在の予約状況は前年同時期に比べてやや落ち込んでおり、2月と合わせると落ち込みが激しくなっている。景気の動向はやや悪い方向に向かっているように感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現段階で年明けの取り込みは弱い。
		旅行代理店（従業員）	・2020年の東京オリンピック時を考慮してか、問合せが少ない（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・前年同期と比較して前受分が減少している。
		タクシー運転手	・11～12月にかけては忘年会シーズンに入り、かなりの利用が見込めるが、その先は全く予想がつかない。消費税増税以降、利用が減り、無線本数も減っていると聞いている。これ以上悪くならなければよいと思っている。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税の影響について、還元施策も一段落するので、更に落ち込む。
		通信会社（管理担当）	・OSのサポートが1月で終了するため、ソリューション事業の収益も大型のシステム販売に移行する必要がある。受注から売上が立つまでに数か月を要するため、向こう3か月はやや悪くなるとみている（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・年明け以降は受注量が減る。少子高齢化のほか、温暖化の影響で災害の規模が大きくなってきて、日本各地が被災地となっている。将来を1人1人が真面目に考えなくては行けない。
		ゴルフ場（経理担当）	・天候次第ではあるが、雪が降らなければ許容できる一定水準で推移する。10月以降の天候不順と台風被害に加え、大雪で長期クローズとなると経営を維持できないコースも出てくる。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税に伴う消費の落ち込みは、前回の増税時よりは少ないものの、依然として景況に対するマインドは厳しく、当面は今のような状態が続くものとみている。
		競輪場（職員）	・年末に向けて寒くなり、通年でみても売上が減少している。駐車場の動線脇の工事等も入っており、客の歩く距離が伸びることで客足が遠のく。
		その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・イベントの予約は堅調に進行している。景況感が悪くなっているなか、来場者の消費額にどれくらいマイナスの影響が出るかが気になる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数の減少がかなりあるが、周りの同業者を見ても体験入学が長くなる一方で、値上げ等をしているところはない。景気は上向きにはみられない。
		設計事務所（所長）	・この先仕事が増える保証はなかなかない。
		住宅販売会社（経営者）	・以前のように、経済波及効果の大きい住宅が売れることを期待している。しかし、米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題、韓国との関係悪化など、海外経済の減速による下振れリスクはある。
		住宅販売会社（従業員）	・景気は大きく悪くはならないと思うが、低迷しながら推移していく。投資用アパートに関しては立地、駅徒歩距離、利回りなど、富裕層に対して興味が湧く商品を販売していかなければならない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・例年この時期は来年度の仕事の相談が多いのだが、今年は今のところ余りないので、先行きも非常に厳しい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・年度末に向けて注文が増える見込みはない。多少のスポット案件はあっても、全体をカバーするまでには至らない（東京都）。
	x	一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気が悪くなる要素として、災害が多いこと、また、販売形態がすっかり変わってきたことが挙げられる。災害の後の営業の負担が大分重くなるので、景気は悪くなる（東京都）。
	x	衣料品専門店（店長）	・消費税増税が実施され、消費意欲が低下してきている。それに対応するためのプレミアム付商品券などの効果も限定的である。
	x	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店が次々とオープンするので、客の取り合いが更に加速する。
	x	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・商品の仕入単価が上がる一方である。経費も掛かっているが、売れず、やりようもない。（東京都）。
x	一般レストラン（経営者）	・銀行の融資も姿勢が厳しくなってきたり、募集すればバイトは来るが、時給が上がってしまっているので、なかなか使い切れない。その上、厚生年金など福利厚生の部分で調査が入るなど、中小零細企業は厳しい状況になっていく（東京都）。	
x	観光名所（職員）	・1年の中でもこの11月は特に良い数字を残している。2～3か月後、1年を比べても、ピークとなる今月より良くなる月はない（東京都）。	
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注量が増えているが、人手不足で断ることがある。景気は回復している。
		輸送業（経理担当）	・オリンピックイヤーを迎え、景気全体が良くなることを願っている。
		税理士	・オリンピックイヤーを翌年に控え、ムードは上がっている。消費税増税後のポイント還元などで増税感はないものみている。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が、客の買い控えが続いている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人、個人共に印鑑の注文が少なくなっている一方で、相変わらずゴム印は少し上向きになってきており、問屋への支払も増えてきているので、ならずと変わらない（東京都）。
		化学工業（従業員）	・年末を迎えるが、国内向けの受注に変化はない。海外向けは、中国向けの受注量が少しずつ増えている。
		金属製品製造業（経営者）	・日中問題は一進一退で、景気回復の要因が見いだせない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・過去の業績からみて、急に大きな山や谷はないものと考えている。しかし、1～2年先には新製品開発による市場の動きがあるはずである（東京都）。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・得意先でこれからは幾らか良くなるのではないかと見通しを言う人がいたが、根拠がどこにあるのか分からない。
		建設業（経営者）	・中小零細企業への税制対策と景気対策をもう少し具体的に進めてほしい。
		輸送業（経営者）	・取扱量の減少が常態化してしまっており、短期間で変化が起きる気配は全くない（東京都）。
		輸送業（経営者）	・特に変わらない（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量が低迷しており、現状が続く予想である。

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
		通信業（広報担当）	・一進一退の傾向がしばらく続く見込みである（東京都）。
		金融業（統括）	・経済状況には特段問題がないように見える。
		金融業（支店長）	・貿易面で米中、日韓関係の影響があり、当面景気が良くなる見込みはないため、横ばいで推移する。
		金融業（総務担当）	・年末の消費は期待できず、小売業やサービス業の売上も低下すると予想している。消費税増税の影響が大きく、今後もまだ現状が続くとみている（東京都）。
		金融業（役員）	・12月は年末景気の上昇は若干あると思うが、その後は前年並みに推移すると話す取引先が多い。
		不動産業（経営者）	・築年数が古くなるとなかなか決まらない。新築物件も苦戦していて、1年ほど決まらないのが普通になってきている（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・年明け、東京オリンピック前には大規模ビルの開業が続くので、オフィス、店舗共に動きが出ると推測されるが、収益に大きな影響が出ることはない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・前年度と同程度の受注量で推移している（東京都）。
		税理士	・米国の景気はそこそこ良く、日本も恩恵を受けているが、米中貿易摩擦がどうなるかによって、国内製造業の輸出状況も変わってくる。米国大統領が強気で中国をかなり苦しめている影響で、日本の中国進出企業等が今後も大打撃を受けるなら、景気はどうなるか分からない（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・昨今の災害廃棄物や廃プラスチック問題で、同業他社の受入れ制限や値上げ等があり、当社への問合せ等が若干増えているが、後工程取引先の受入れ制限や値上げ等で影響が出ており、受注量は変わらない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・今がピークなので現状のまま推移する。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・今月は若干の改善が見えるが、この状況が続くのか見通せないため、変化なしと考えている（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・消費税増税の影響は直接的には感じないが、景況感に弱気な話を耳にすることが多い。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・米中の貿易問題解決の見通しがはっきりしないうちは、景気は少しずつ悪い方向に行く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に回復傾向がみられず、苦戦が続くそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先各社から生産計画がないといわれているので、一般の消耗品や修理品などの注文をもらいながら、特殊な仕事にシフトして頑張っていくしかない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示を見ると、先細りしてきているような感じがする。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響がじわじわと出てきたという声がある（東京都）。
		建設業（経営者）	・来年からは大分冷え込んでくるのではないかと。
		通信業（経営者）	・米中関係の影響で、やや悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	・東京オリンピックまでは、オフィシャルスポンサー以外の各社が宣伝投下を控えてしまっている（東京都）。
		経営コンサルタント	・良くなる材料がない。
		経営コンサルタント	・発注量の減少とともに、単価の引下げ圧力も大きく、中小製造業にとって、死活状況になりつつある。一方、働き方改革という名の人件費上昇圧力は、来年度の大きな経費増要因として、中小企業を更に圧迫することになる（東京都）。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存の契約物件の作業員が辞め、新規募集をしてもなかなか採用できないので、募集費と人件費が高騰している。新規の契約単価は実勢に合わせた金額になってきているので、人さえいれば仕事は受託できる状況にはあるが、とにかく人手が足りない（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・大きな案件の情報や噂を聞かない（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・設備投資予算がおおむね予定どおり完了してきているが、下期には新たな投資が見えていない。
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年明け以降は受注量が減る（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
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・業界全体が疲弊している。景気の影響もあるが、紙媒体での広告に対し、WEB等の電子媒体への移行が急激に加速していると感じる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・米中貿易摩擦を発端に世界経済が減速しているため、今後とも良くならない。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦、韓国向け輸出管理の見直しによる取引先の輸出減少、消費税増税、台風被害により、前年度に比べて30%近く生産が落ち込む予想である。
	×	建設業（経営者）	・少子高齢化、消費税増税、働き方改革による人件費上昇の影響がある。
	×	金融業（従業員）	・仕入価格の上昇や取引先からの値下げ要請などにより、利幅の確保が難しくなっている中小企業が増えている。先行きの見通しも明るくないように感じる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・既に年明け1～3月にかけて、65社くらいの予約をもらっている。具体的に動いているケースもあるので、相当期待している。
		人材派遣会社（営業担当）	・このまま求人数が増加すれば、派遣労働者数も増加すると思われるが、今月は求職者数が減少傾向となっており、このまま求職者が少ない状況が続くと、需給バランスが崩れてしまう可能性も考えられる（東京都）。
		職業安定所（職員）	・人手不足が一層顕著になっているが、新規求職者数が減少しており、雇用の改善が進んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・当分の間は現状が続く。4月から改正される同一労働同一賃金の対応により賃金上昇が見込まれる一方、取引先への請求にそのまま反映できるか不透明ななか、徐々に収支を悪化させるリスクがあることが懸念される（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き人材不足で堅調に求人数が推移しそうである。
		人材派遣会社（社員）	・市民レベルに影響があるようなインパクトの強い要因がない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・新労働者派遣法施行に向けて業務の見直しをしているところが増えている。すぐに影響が出ることはないが、合わせてRPA化を推し進める動きもあり、近い将来に派遣や業務委託の在り方が変化していきそうである（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・年明けに関しては求人数が多くなるため、良くなっている可能性があるが、不透明な部分も多い。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・特に景気が良くなる要素も、悪くなる要素も余り感じられない（東京都）。
		求人情報誌制作会社（所長）	・景気に左右されるが、売上も全く伸びてこない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比でほぼ変わっていない。新規求人数は前年比で減少してはいるものの、管内の大事業所移転の影響等によるものであり、それを考慮すると、前年並みの数字である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・大量採用する業種は例年どおりだが、元気のある新たな企業が見当たらないため、業界的には盛り上がらない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・景気は良いという認識のもと、いつまで続くのか不安を抱きつつ、変わらぬ状況を肯定的に受け入れている（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求職者の条件は比較的高く、求人内容や条件と人材のマッチングが難しい（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・全体的な動きではないものの、一部企業で採用を抑制する動きが今後も続く可能性が高い（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・若干の落ち着き感はあるが、企業の採用意欲はまだ旺盛である（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響というわけではないが、全体的に市場が冷え込んでいる。特に、中国市場が駄目で、良くなる見通しが非常に少ないという経営者の声が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・業績悪化に加え、来年4月からの同一労働同一賃金の施行で、業務の内容や責任が定年前と変わらない定年再雇用者の人件費上昇圧力が発生する。定年前後で業務の内容、責任の変更がなされていない企業も多いことから、均等待遇による影響が懸念される（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
		人材派遣会社（社員）	・政府方針に照らし合わせた金額に設定すると、地方に行けば行くほど現状とかけ離れて、派遣料が大幅に上がってしまう。派遣利用企業はこの価格を断固として受け入れないと回答しており、派遣利用にブレーキがかかっている（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・クライアントに対し、派遣社員の同一労働同一賃金に対応した値上げ交渉を進めているが、派遣のコストメリットが薄れるため、直接雇用へ切り替えるなどの動きが出ており、派遣利用の先行きに陰りを感じる（東京都）。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・国内製造業において明るい兆しとなる話はなかなか聞こえず、更に下降すると予測している（東京都）。

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)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・天候や気温の変化が激しいので、高齢者は風呂やトイレで亡くなりやすい季節である。
		商店街（代表者）	・1月後半から、4月新学期の学校指定衣料の販売が始まるので、やや良くなって忙しくなる。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなってくるので、やや良くなる。
		スナック（経営者）	・いまだに客の流れが全然良くない。12月はどうなのかやや不安もあるが、忘年会も多少はあるだろうし、今月よりは幾分良いのではないかと。ただ、例年なら今ごろから忙しくなるが、今年は全くその気配がなく、気掛かりである。
		都市型ホテル（支配人）	・台風19号の災害復旧が長引き、復興関係者や全国からのボランティアの宿泊が続いている。
		通信会社（社員）	・サービスエリアの拡張もあり、分母が増えるという意味では、上昇傾向がしばらく続く。また、大容量サービスへの変更が増え、客単価も上がると見込んでいる。
		その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者）	・寒い時期になると、屋内レジャーの需要が高まる。年末年始の休み等もあるので、期待はできる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・いまだに災害からの復旧が遅れているため、年末商戦には余り期待できない。
		百貨店（営業担当）	・悪くなることはないと思うが、消費税増税の影響もあったり、現状の沈滞ムードは変わらない。
		百貨店（売場担当）	・来月以降は冬物クリアランス待ちの客が増え、定価品の購買を控えると予想される。さらに、暖冬となれば防寒衣料が落ち込み、売上苦戦が必至である。
		百貨店（店長）	・消費税増税前の駆け込みも多くなかったため、増税後の影響はあっても回復は早いと思っていたが、11月も売上は2けたの落ち込みである。増税のほかに台風や大雨災害の影響も多分にあるが、このところの売上の推移をみると、前年実績を確保できる月がほとんどない。特に、地方は根本的な悪さが影響しているのではないかと。
		スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済のポイント還元が多少浸透してきており、若干の改善は見込まれるものの、変わらない。
		スーパー（経営者）	・建築関係はこれから忙しくなるが、1か月以上経っても、まだ操業できない大きな会社が、近くに沢山ある。しばらくは様子見である。
		スーパー（店長）	・必要などころに必要な分だけお金をかける。そこが変わらないので、余り景気には左右されない。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税後、食品関係はほとんどが8%で抑えられていたのでさほど変わらなかったが、今後は、寒くなるにつれて、若干動きが悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・軽減税率で、それほど変わらない。	
	コンビニ（店長）	・復興が余り大きく進んでいないので、まだ、現状が続く。そう簡単には変わっていくものではない。	
	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くない上に、真冬は人も動かなくなる。	
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税による販売減がしばらく続く。	

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
		自動車備品販売店（従業員）	・ボーナス支給シーズンになるものの、数か月先まで、景気を回復させる材料がない上に節約志向が根強いいため、特段変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・一旦自粛機運が高まると、なかなか戻らない。
		一般レストラン（経営者）	・災害復旧に多くを費やされ、キャッシュレス還元事業の客足はあるものの、多くは見込めない。
		観光型旅館（経営者）	・台風19号による売上の減少は一段落する。忘年会は例年減少傾向だが、年末年始の休みの日並びが良いことと、春節が1月のため、12～1月はそれなりに良くなる。ただし、その反動で2月はかなり落ち込むと予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・低調な推移から脱却できる動きは感じられない。予約状況も相変わらず鈍く、来客数も大幅に増加する要因がない。「年が明ければ」という淡い期待はあるが、現実的には回復する大きな要因がない。
		タクシー運転手	・今月に入ってやや上向きになっているものの、前年比96～97%ぐらいで落ち着く。12～1月に期待したい。
		通信会社（経営者）	・年末にかけては競合他社の営業強化等により、再び客の争奪が激しくなり、厳しさが増しそうである。
		遊園地（職員）	・各種イベントの実施などにより、更なる話題性の喚起を図り、引き続き、多くの来園客を期待する。
		設計事務所（経営者）	・相変わらず、計画数が多く、対応しきれしていない。
		商店街（代表者）	・台風19号による地域鉄道の被害からの回復に、1年以上かかる。この間、観光客の売上減少が続く。
		スーパー（経営者）	・消費税増税後の冷え込みと貿易摩擦の影響を懸念している。
		スーパー（副店長）	・台風19号の被災地が近く、祭りの自粛など、明るい話題が少ない。寒冷地のため、雪が降ると暖房費等、今まで以上に生活費がかかり、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・上がっていく要素が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・人口増加や公共事業拡大による景気の上昇等は難しく、市場が急激に好転するとは思えない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後の影響で、景気の良い話を聞かない。
		一般レストラン（経営者）	・台風19号の被害の影響が、日に日に大きくなっているように感じている。先行きも暗い。
		スナック（経営者）	・忘年会の予約が低調で、予約単価も前年よりかなり安めである。仕入原価だけは上がっているため、経営的にはここ2～3年で一番良くない。
		旅行代理店（副支店長）	・企業、農業、個人客のいずれも、台風19号によるダメージが大きく、今後の旅行にかなり影響を受ける。また、風評による自粛ムードで、旅行の低迷は避けられない状況が続く。
		観光名所（職員）	・異常気象で多大な影響を受けた観光シーズンも今月で終わり、スキーシーズンが始まる。ただし、近年は積雪が遅いので、雪不足を心配している。
		ゴルフ場（経営者）	・冬季の集客営業を、雪によるクローズのある県に向かって開始している。しかし、高齢者の来場が多いコースなので、冬にゴルフを休む方が多くなり、冬季は厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・土地の賃貸契約期限が到来する別荘が増加するため、解約が漸増すると予想している。
	×	スナック（経営者）	・良くなる要素が全然見つからない。当店では忘新年会の話など、ほとんど聞くことがない。都会に一極集中している。地方では台風19号の影響も随分出ているような気がしている。
企業動向関連		-	-
		*	*
(甲信越)		食料品製造業（営業統括）	・ワインツーリズムなどでの工場見学が活発になってきているものの、急激な来客数の増加にはつながらっていない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税率アップで、印刷物特需があるかとみていたが、現状、特に目立った成果は上がっていない。今後も変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の受注や、商品見本市での受注が多少見込まれる。
		金融業（調査担当）	・政府の経済対策による下支えが期待されるが、消費者マインドの悪化がどの程度で持ち直すのか、注視する必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（経営企画担当）	・年末年始に向けて消費の拡大を期待したいが、次世代ネットワーク「5G」を含む新たな需要増には、まだ時間がかかると考える。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・取引先の話からも、年内はもちろん、年明けも自粛ムードが解消されるかは不明である。また、被災企業が復興に進むのか、そのまま廃業するのか難しい選択の時期にきている。
		食料品製造業（製造担当）	・暖冬傾向で鍋の具材等が余り売れないため、やや悪くなる。
		食料品製造業（総務担当）	・原料第一主義、主力商材の絞り込み等の政策を行うが、季節的要因もあるため、今月よりも厳しいことが予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・海外需要が低迷しており、売上の増加が見込めない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・量産案件が少ないので見通しが立たない。当社や取引先でも部材の納品時期が懸念されている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が低迷しており、回復の兆しが見えない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費税増税の影響で買い控えが続いており、クリスマス商戦も以前のように盛り上がらないため、苦戦が予想される。
		建設業（経営者）	・冬季を迎え受注ペースも弱く、先行き不透明感もあり、景気動向がよく分からない。
		x	出版・印刷・同関連産業（経営者）
雇用関連		-	-
(甲信越)		人材派遣会社（営業担当）	・ボーナス時期だが消費税増税もあり、消費には回らないようである。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・年末に向けて商業、流通業関係で、パートやアルバイトの募集が一時的に増加するものの、全体的に正社員募集は少なくなっている。
		職業安定所（職員）	・当所管内の主要産業の1つでもある販売、サービス業では、消費税の引上げの影響は多少あったものの、年末商戦を控え、極度に落ち込むことはないと予想している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をつねに引する製造業で、中国市場に深く関連する企業の業績停滞が続いている。
		職業安定所（職員）	・不穏な海外情勢や、消費税増税、自然災害等のマイナス要因が、じわじわと企業業績や消費者購買意欲等に影響を及ぼし、下降傾向となっている感がある。
	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		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今の勢いは変わらない。
(東海)		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の影響は、3か月ほどで回復していくものと見込んでいる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・1～3月は、賃貸業界の繁忙期に突入するので景気は上向きになる。
		商店街（代表者）	・年末年始に向かい、消費動向が上がってくる兆しがある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・東京オリンピックの年を迎えるため、国内に高揚感が強まり消費を刺激する。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・消費税増税に伴う買い控えも一段落し、年度末の受注増が見込まれる。
		百貨店（企画担当）	・今後は、消費税増税の影響が徐々に薄れていくと見込まれる。
		百貨店（業績管理担当）	・消費税増税の反動減からの回復が見込まれる。また、クリスマス、正月が近づき、消費者の購買意欲が回復する。
		百貨店（計画担当）	・想定ほど買上の意欲が大きく減退しているとは見受けられず、消費税増税後の影響も段々と解消されてくると見込まれる。
		スーパー（店員）	・悲観的な要素がなく、これから年末に向かって良くなっていく。
		スーパー（総務担当）	・客の消費税増税に対する意識が比較的少なく、特に食品の売上は上向きである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・次年度に向けて期待できるエンターテインメントキャンペーンがあり、それに加え、新たな商品計画により、やや良くなる。
		コンビニ（商品企画担当）	・年末に向け、キャッシュレス促進のポイント還元等の効果により、若干ではあるが回復傾向になるのではないかと見込む。
		コンビニ（店員）	・クリスマスに向けてチキンやケーキの販売に力を入れて、セールも始まるので、客単価が上がることを期待する。
		乗用車販売店（経営者）	・年明け以降は決算時期と重なり、需要も上がってくるものと見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・年が明ければ増販期になり、今よりは販売台数は見込めるが、前年比では大幅に落ち込むと見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税にも慣れてきて、年明けには新型車の発売も予定しており、客の話題も明るい方向へと雰囲気が変わりそうな気配がある。
		高級レストラン（経営企画）	・年末年始を迎え、また、消費税増税への慣れとキャッシュレス、ポイント還元などの対策が当面の消費を支えてくれる。
		観光型ホテル（支配人）	・年明け以降は、主だった案件はおおよそ取り込んでおり、全体的には同期比でみても前年並みとなっている。しかし、宿泊者数の動向、特に個人利用の動きがどうにも気になる。
		旅行代理店（経営者）	・2020年は東京オリンピック開催年でもあるので、年明けとともに徐々に活気が出てくると見込んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・新たな年を迎え、新年度のスケジュールなどが決まってくると旅の計画を立てやすくなる。
		タクシー運転手	・10月は消費税増税の関係で乗車を控える人が目立ち厳しかったが、やや和らいできている。このまま少しずつ日中や夜間の客も戻ってくる気がするので、良くなってくる。
		通信会社（営業担当）	・今後も、次年度に向けて増加すると見込む。
		その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・観光列車利用者数の伸びだけではないので、一時的なことにはならないのではという期待がある。
		美容室（経営者）	・これから正月に向かっていくので、店は忙しくなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税の景気への悪影響は当分の間は続く。中小企業や個人商店従事者の所得が増えない限り、絶対に景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・消費税が上がって以降、客の話等によると、当店のようなし好みやぜいたく品には金を回せないとか、生活費に金が掛かりすぎるとのことで、売上に繋がっていない。
		商店街（代表者）	・何も良くなるような材料が見当たらない。
		商店街（代表者）	・客単価の落ち込みは、まだまだ続きそうである。
		一般小売店[生花] （経営者）	・景気は決して良くない。物価はじわじわ上がり、収入も増えていないのに良くなる訳がない。しばらくこの様子が続く。
		一般小売店[贈答品] （経営者）	・今の状況から余り変わらない。法人も経費に対して厳しくなっており、贈答品関係は拡大していない。今伸びているのは、自分に対するプレゼントや自分のやりたいことに対する個人消費である。法人需要は伸びず、自分のための物という個人需要は伸びている。それらを合算すると、バランスして変わらない状況が続く。
		一般小売店[果物] （店員）	・3か月ほどでは、変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響が顕著で、身の回り品は大きく落ち込んでおり、3か月後も変わらないと見込む。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税の影響は少なくなってくると考えられるが、客単価は低中価格帯にあり単価アップは難しい。販促施策は重要となる。
		スーパー（経営者）	・天皇陛下が当地に訪れたこともあり、にぎわっている。例年どおりの1～2月の参拝客に期待する。
		スーパー（販売担当）	・良くなる理由が見当たらないため、変わらない。
		スーパー（営業企画）	・景気高揚につながるようなトピックも見当たらず、消費税増税による家計の圧迫が実感として感じられるようになり、堅実な消費傾向が定着すると見込む。
		スーパー（ブロック長）	・製造業の中国向け輸出の落ち込みや中間決算での減益の報道など、良い材料が見当たらず、今の状況が続くのではないかと見込まれる。

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
		スーパー（商品開発担当）	・売上は良くないが、乗客数は2～3か月前に比べてやや上向きになっている。乗客数が増えれば売上の回復は見込める。
		コンビニ（企画担当）	・当面はキャッシュレス決済に伴う様々な施策が行われるため、変わらない状況が継続すると見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・現在の傾向は、年明け以降、春先までは変わらないと見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・思ったより消費税増税の影響はないが、逆に良くなる要因も見当たらないので、しばらくは現状が続く。
		コンビニ（店長）	・12月に近くでカプセルホテルが開業し、その宿泊客の動きがどのようになるか期待をするが、それほど変わらない可能性もある。
		コンビニ（本部管理担当）	・足元の良い状況から変わらない。消費税増税の影響も少なく、前年比で売上をみても前年同様の状況を維持している。増税の影響を受けて年内は苦戦する見通しであったが、前年と変わらない売上水準は、ポジティブな材料である。
		衣料品専門店（売場担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業等を行っているものの、景気回復の要素になるとは思えない。
		家電量販店（店員）	・強い購買意欲はみられなくなっている。
		家電量販店（店員）	・足元のような状況は今後も継続するよう見込まれる。乗客数も前年に比べ9掛け前後の状況が続いているので、この状態がすぐに良くなるとは考えられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の影響がかなり大きいので、しばらく続くと思込む。
		乗用車販売店（経営者）	・変わる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・悪い状態がずっと続いており、この先もまだ続く。この上、大きな災害や国同士の大きなもめ事など何かが起こると、一気に悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・悪くなる要素が具体的になく、良くなる要素もないので、現状が維持される。
		乗用車販売店（従業員）	・年度末に向けて販売に力を入れる時期となる。新型車両も客に認知される時期でもあり、客との接触機会を増やし活気ある月としたい。しかし、客の購買力に格差が大きくなってきているので、よく話を聞き客にマッチした提案が望まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナス商戦、決算セールへと続いていくが、非常に読みづらいものがある。特に法人の代替が延期になり、再リースや車検を選択するケースが増えてきており、不景気ではないが備えとして節約しているような傾向が見受けられる。しばらくは低空飛行のような状況が続くのではないかと見込まれる。
		乗用車販売店（販売担当）	・12月は決算期ということもあり多少売上も増加するが、1～2月は毎年厳しい数字となるので、何ともいえない状況である。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、少し落ち着いている。12月末及び来年3月末までの工事は出ており、余り変わりはない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税の増税については、想定よりも負担を感じていない様子である。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、横ばいと判断している。
		旅行代理店（経営者）	・消費税の増税やキャッシュレスのポイント還元も今一つ効果が現れていないように見受けられ、余り景気は変わっていない。
		旅行代理店（営業担当）	・第4四半期の受注件数が前年同期を下回っており、上期の改元特需の反動は、しばらく続きそうである。
		タクシー運転手	・前月の見通しと変わらない。
		タクシー運転手	・飲食店街は人出が少なく、何か月も変わらない。まだまだこの状況が続く。
		通信会社（サービス担当）	・既に光回線を導入している家庭が多いので、新規加入者の獲得は難しい。解約の阻止で純増と利益の増加を図る必要がある。
		通信会社（営業担当）	・電話セールスや訪問販売などで懲りている客が、多少高くても信頼できる商品を探しているように見受けられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（職員）	・冬季に入り落ち着いてきている。例年どおりの乗客数で変動はない。
		テーマパーク職員（総務担当）	・季節による来園者の減少は見込んでいるが、それ以上に悪くなるとは考えにくい。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先は、冬季で寒さの一番厳しい時期となる。足元では前年と比べ予約数は今一つだが、今年は暖冬傾向で雪も少ないとの予報もあるので、大きく変化のないまま推移するとみている。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・現時点ではよく分からないが、2021年4月からの介護保険改正の方向性が2か月のうちに発信される見込みなので、それに応じて対応をしていく。
		住宅販売会社（従業員）	・大きく変わる要素が見受けられない。横ばい状況と見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・足元では一過性の来場者の増加と見受けられる部分もあり、これからは例年並みに戻ると見込まれる。
		商店街（代表者）	・消費税増税の負担感がじわじわ効いてくる。5%還元も当店の客には、余り効果がない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・消費税増税等、環境が余り良くない。
		百貨店（売場主任）	・いろいろイベントもやり、自社カードの優待なども行っているが、客の反応も薄く売上は厳しい。今月も予算に届くか厳しい状況である。
		百貨店（総務担当）	・日中でも暖かい日が続いており、衣料品も厳しい状況が続いていることに加え、消費税増税や災害後の消費マインドの落ち込みはなかなか厳しく、回復には相当の時間を要するものと想定される。ただし、企業の冬季ボーナスは増加の見込みであり、期待感も少しは持てる。
		百貨店（経理担当）	・インバウンドの需要が、国内景気の停滞及び世界経済の減退に伴って縮小する。
		百貨店（販売担当）	・定番品や消耗品の動きは余り変わらないが、クリスマス等の季節商材の動きが悪い。ハロウィーンも悪かった。
		スーパー（支店長）	・消費税増税の影響も、やや落ち着いた感はあるものの、年内は鈍化傾向とみられる。年明けには、新年を迎えることで景気の回復にも期待をしたい。
		スーパー（販売担当）	・12月に近隣でドラッグストアが開店する。その影響がどれくらいか不安である。
		スーパー（総務）	・消費税増税後、売上が相当減少したが、11月に入り少し持ちこたえている。しかし、客1人当たりの買上点数がまだ低いので、余り良い状況ではない。
		コンビニ（企画担当）	・周りが消費税増税前の駆け込みの反動や貿易摩擦の影響を受けていることを考えると、春頃までは悪くなる。
		コンビニ（店長）	・食品以外の商品が、消費税増税以降は販売量が落ちている。増税の影響が出ている。
		コンビニ（店長）	・定価販売のたばこは前年をやや上回っているが、その他の商品はやや減少傾向である。スーパーマーケットやドラッグストア等との競合により、売上増加は見込めない。
		コンビニ（商品開発担当）	・大手自動車会社の下請の不況や消費税増税の影響は確実に現れているため、短期での回復は見込めない。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・テレビの買換えやパソコンOSのサポート切れによる買換えが期待されるが、消費税増税前の駆け込みの反動減を補うほどではない。テレビは有機ELなど高単価な商品も動いているが、パソコンは高齢化に伴い使用自体をやめてしまう客もいる。白物はこれといったイベントもなく、反動減の影響が続くだろう。
		乗用車販売店（経営者）	・客の節約意識は強く、安い方へ流れる傾向がある。資本力のある大手の優位性が強まるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税の増税を徐々に実感として感じてくると、一気に冷え込む可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約は、宿泊者数、昼食者数、夕食者数が前年比で3%前後割り込んでいるので、やや悪くなる。流通店舗においては景気対策があるが宿泊・会食にはなく、また、この地域には時宜を得た話題性もなく景気を下支えする要素が弱いので、客のニーズを機敏につかんだ商品を小出しに打ち出すしかない。
		都市型ホテル（経営者）	・貿易摩擦は大きな黒い影になる。
		都市型ホテル（総支配人）	・季節要因と、ビジネスホテルの供給過多による。
		旅行代理店（経営者）	・年度末に向けて消費は上がってくると見込まれるが、観光産業に関しては需要が減ってくる。
		旅行代理店（経営者）	・我が国は人口減少が年々進行するなかで、2～3か月先の景気が良くなると思える状況にはない。大手自動車企業が必死でもがいているように、また、裾野の企業が先行きを考えているように、個人消費の財布のひもも簡単に緩むようには見受けられない。
		旅行代理店（営業担当）	・各社でのキャッシュレス支払が更に激化し、企業の収益に大きなダメージを与える可能性がある。軽減税率対象期間が終われば消費も落ち込むことが必至なので、客の囲い込みや奪い合いの結果、減益の方向に進んでいくと見込む。
		通信会社（企画担当）	・例年は、年末に向けて加入件数が上向いてくるが、今年はいまだにその傾向がうかがえず、停滞してしまっている。新築の分譲住宅が売れていないようである。
		パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制によって機械の入替えが増える。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外情勢が悪くなりそうである。
		理美容室（経営者）	・皆、段々と金が使えなくなる。
		美容室（経営者）	・年末年始に金を使うため、2～3か月後は、その反動で経済的に節約する人が多くなる。
		美顔美容室（経営者）	・年末年始に入っていきイベント等での出費が多くなるようで、来客数も売上も減少する。
		美容室（経営者）	・当地は人口減少が大きい。
		設計事務所（経営者）	・今後の案件のオファーが余りない。
		設計事務所（職員）	・景気を良くするような政策が今のところない状況から、今後の景気の動向は芳しくない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・自然災害の関連と消費税増税前の仕事で手一杯であるが、これから先も続くことは見込めない。工事単価がなかなか上昇しない状態が続いている。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・年末を過ぎると毎年年初めは落ち込む。実際に年度末工事の引き合いは出ているが、新年早々の現場はまだみえてきていない。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税後の外飲食離れの流れを変えることは難しい。年末年始には金を使うので、日常の外飲食に使う金を控える傾向がこのまま続く。
	×	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールでしか買わないという客も、本当に減少してきている。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税も一因だが、衣料品の買い控えが一番の節約という客が多い。
	×	一般レストラン（経営者）	・経済対策は、大企業や大規模資本を有する業界については良いかもしれない。しかし、一般の庶民はデフレ傾向が一層強まっているので、知恵を絞って財布のひもが固い状態で生活している。
	×	理容室（経営者）	・周囲では、景気の良い話は出ていない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・物件が売れないため在庫が増加しており、今後、値引きしても売れるかどうかの不安が大きくなっている。
	×	住宅販売会社（従業員）	・災害があったから業界は忙しいということではなく、地方は疲弊している。東京オリンピック後に建築業界の景気が下降するまでもなく、経営が持たない会社も出てきている。
企業動向関連 (東海)		窯業・土石製品製造業（社員）	・11月末になって受注量が増え始めた。取引先に聞いても、底を打った感があるとの話が多く聞かれるようになった。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米では1月から新年度が始まる会社が多いので、自動車部品用設備投資の予算獲得のための問合せが増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（営業担当）	・年末の調整と予算の残りを考えると、2～3か月先くらいまでは発注がありそうで、単価等も在庫処理という形となるので、工事の動向としては仕事も定期的でありそうである。
		通信業（総務担当）	・12月のボーナス支給から年末年始イベント、東京オリンピックへと続くことで、少しばかりの活気は発生する。
		金融業（従業員）	・例年と大きく変わることはないが、東京オリンピック関連、カード決済システム導入関連や建築業に限っては、特に忙しいという話を聞いている。
		金融業（企画担当）	・為替が円安傾向にあること及び株価がやや上昇してきていることから、個人投資家の表情は明るい。また、引き続きキャッシュレスでの消費は相応に進んでいることから、景気はやや良くなると見込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国と中国の争いが止めどなく続けば、景気は時間がたつに従って下降へと向かっていく。今や米国大統領と中国国家主席との面子の争いに変化しており、中国が元の切下げという思いもかけないことを仕掛けてくる可能性もある。
		食料品製造業（経営企画担当）	・原料価格はようやく落ち着きを見せつつあるものの、高値安定の状況が続き、大きな改善には至っていない。
		化学工業（総務秘書）	・景気を悪くするような特段の問題はない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも多くなく、景気については変わらないと考えている。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量共に変わらない見込みである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化する要素が余りない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月程度先までの発注見込みや生産計画等の連絡がきているが、現状の数量からの変動がさほどみられない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・米中貿易摩擦の懸念はあるが、当社のように国内への販売がほとんどを占めている企業にとっては、まだ大きな影響はない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・間もなくボーナスシーズンで、また、ブラックフライデーなどもあり物を買った人も多かったが、物の値段も上昇しているため、プラスマイナスゼロで変わらない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・業界全体的に先行き不安な状態である。
		建設業（役員）	・12～1月の年末年始は、例年客の動きが悪い。年度末の異動時期である2～3月に期待したい。
		輸送業（経営者）	・働き方改革への対応もあり、物流業の人手不足は続くと考えられる。
		輸送業（エリア担当）	・先が見通しにくい。
		輸送業（エリア担当）	・年末は受注量が回復すると見込まれるが、年明けはまた減少するため、トータルは変わらない。
		輸送業（役員）	・消費者の買い控えは随所に見受けられ、国内輸送物量の減少は否めない。暖冬の影響も今より顕著になるのではないかと。景気が上向き輸送物量が増える見通しは立たない。
		不動産業（経営者）	・12月は例年と比較して雨天の日が多くなるとの予報で、売上は前年同期を下回る可能性が高い。しかし、1月以降は晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の景気は今月と同様に良い状態が継続するとみている。
		広告代理店（制作担当）	・来年に向けてのイベントや新規の企画等は、企業側の予算等の関係でなかなかスムーズに進みそうにない。
		行政書士	・消費税増税前の駆け込みの反動で、その後は動きが鈍いとの声も聞く。
		公認会計士	・中堅中小企業の淘汰が必要と考えられるが、短期的には困難と見受けられる。中堅中小企業で後継者が不在な先は、事業承継に時間が掛かる。
		会計事務所（職員）	・一段と悪くなる要因は見当たらないが、何となく不安感があって、現金や預貯金は減らしたくないため設備投資は先送りしているという顧問先がある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・来年度案件がちらほら出てきてはいるが、パソコンOS更新対応が完了し、新たな要件としては不確定である。
		食料品製造業（営業担当）	・年々受注量が落ち込んでいる。回復の兆しは見えず、見通しは暗い。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・11～12月の年末商戦もなくなり、消費税増税の影響も出てきて、今より景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・特に景気が良くなる材料、動きや原因が周りにない。
		金属製品製造業（従業員）	・年度替わりの頃には案件の動きが一段落して、仕事量が減るといふ見方を周りでもよく聞く。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・中国の出資先で原材料の鉄材の値段が低下している。やはり、景気が悪くなっており、この流れが続いていく。
		建設業（経営者）	・政治家や役所がはっきりないと、良くなる方向には向かわない。
		輸送業（エリア担当）	・11月の民間の荷物量は、年末の繁忙期を1か月前に控えてそれほど少なくないはずだが、中旬以降の荷物量が多くないため、2月は年間で一番少ない月であり、特に伸びる要因がないため、景気は後退していく。
		通信業（法人営業担当）	・政策には個人消費に影響を与えるような駄作が多く、なかなか経済が好転しない。制度設計エラーは、民間企業の方では何ともフォローできない。
		通信業（法人営業担当）	・日韓関係の改善や米中貿易摩擦の行方がみえない。じわじわと感じる消費税増税の影響等、明るい材料を探すことが難しい。
		不動産業（経営者）	・やや価格の下降がみられる。年度末に向けて売却価格の下降傾向が続きそうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシ、新聞購読者共に減少傾向には変わらない。
		会計事務所（職員）	・食品の消費税軽減税率が適用されても、農家等生産業者は生産コストの増加により打撃を受けることになる。中小、零細業者はますます経営が苦しくなる。
	x	鉄鋼業（経営者）	・当地方に特有の自動車製造業に左右される要素が、第4四半期の見込みとしては、前年よりも悪いものしか見当たらない。
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣業（営業担当）	・冬季ボーナスが増額の企業が多く、消費が活性化される見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・3～4月は労働者の流動化が起こる時期となる。
		人材派遣会社（営業担当）	・年末での派遣契約更新時期を迎え、転職活動をする人材が増えてくる。それにより派遣転職市場が活発になり、派遣依頼も増えてくる見込みである。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車メーカーにもよるが、下期に向けた国内需要、海外輸出共に上向きに推移すると予想され、生産体制を整えるため人材確保にも動きがみられる。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が高止まりしており、消費税増税の影響はなく、経済対策にも期待できる。
		職業安定所（職員）	・全体的な有効求人数は減少しているが、4人未満、100～500人未満、1000人以上の事業所からの求人は、僅かながら増加している。
		民間職業紹介機関（支社長）	・設備投資が回復するというニュースや株高基調から、先行きはやや良くなる。
		人材派遣会社（経営企画）	・特段の判断材料となるものがない。
		人材派遣会社（社員）	・今後の予約状況は良いが、今月も良かったので変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・2～3か月先は年度末で来年度の予算も決まっているが、先行きの情報では、今年度の予算から一定の削減は不可避である。ただし、影響が出始める時期は来年4月以降なので、2～3か月先は今月と変わらないと考える。
		職業安定所（所長）	・事業所からは人手不足の声がある。一方、設備投資に慎重になっている企業の情報もある。
		職業安定所（次長）	・求人全体の動向では大きな変化はみられないが、自動車部品・工作機械製造等の中小・零細企業からは、受注減の傾向を不安視する声を聞く。
		職業安定所（次長）	・米中貿易摩擦等の影響もあり、製造業を中心に求人数の減少はみられるものの、全ての業種で一律に減少しているわけではない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末に向けて企業の採用意欲と候補者の転職意向は高まると見込んでいるが、大手企業に採用抑制の動きが出ている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・来春からの同一労働同一賃金に対する企業の理解が、今後どう得られるかにより、派遣の需要数が変化する可能性もある。通常であれば依頼数の増加が見込まれる時期であるが、現時点では先行きが不透明である。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・学内で行う就職説明会において、特に県外からの参加希望が増加しており、収容人数の問題もあって断っている状況である。
		人材派遣会社（企画統括）	・来年4月の同一労働同一賃金の実施に向けて不透明な要素が強く、派遣会社へのマイナス要因が大きい。
		人材派遣会社（営業担当）	・米中貿易摩擦や工作機械の受注量減少により、やや悪くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・同一職種での派遣従業員が多い企業やノンコア業務が多い企業は、業務委託化等を検討するケースが増加しているが、目的は、ほぼトータルでの人件費抑制であることから、今後は更に人件費の見直しを検討する企業が増加するものと考えられる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・採用計画を固められない中小企業が多い。
		職業安定所（次長）	・求人数の減少傾向が続くなか、企業の様子見が続いている。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米中貿易摩擦はこの地方の製造業に影響を及ぼしており、今のところ解決の方向に向かっていない。

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		タクシー運転手	・これから寒い時期に入り飲み会が増え、外出の機会も増えることから、タクシー利用が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・学生の新規客が増えてくる時期であり、それに伴い購入価格も増えると見込まれる。
(北陸)		観光型旅館（スタッフ）	・北陸新幹線運休直後の6か月の予約保有率は、キャンセルの影響で前年比86%まで低下したが、復旧後はキャンセル客への再アプローチ等の対策により、現時点で93%まで回復してきている。
		商店街（代表者）	・給与アップなどの話が聞こえてこず、消費税だけ上がった感が強い。消費に対して非常に厳しい姿勢は今後も変わらないと考える。
		商店街（代表者）	・株価は値上がりしているのですが、景気の回復に期待したい。高額美術品が売れていない反面、高額美術品以外はさほど落ちていない。ただし、合計の売上金額を比較すると厳しい状況が続くとみている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・年末に向け来客数など増えてほしいが、状況は厳しく変わらないと考える。
		百貨店（売場主任）	・百貨店は政府のキャッシュレス施策の対象外となっており、明るい材料が見当たらない。厳しい状況が続くと考える。
		百貨店（販売担当）	・今後1～2か月はこの状況が続くとみている。近隣に低価格で話題のスーパーがオープンする予定となっており、低価格志向の強いマーケットであることから影響があると考えられる。しかし、気温低下などで防寒商品の需要が出てくれば、セール開始の頃には当店のなじみ客を中心に、前年並みに戻ってくるとみている。しかし、暖冬などとなった場合は、今後当面は現状程度の悪化を見込んでいます。
		スーパー（店長）	・特に変化する要因となるものがない。
		スーパー（総務担当）	・キャッシュレス決済による5%還元等はあるものの、消費税の引上げで若干の冷え込み感がある。食料品は軽減税率の導入により、おおむね影響の度合いは低いと考える。
		コンビニ（経営者）	・季節商材の売行きが例年どおりである。
		コンビニ（店舗管理）	・好転の材料が見当たらない。
	衣料品専門店（経営者）	・今後の天候次第であるが、買い控えがあり防寒関連に期待できない。	
	家電量販店（店長）	・消費税の引上げの影響は下期の間は続くと考えられる。	
	乗用車販売店（経営者）	・街中での景気の話が多いせいか、客の購入マインドが冷えているようである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・各種イベント等での出展の効果は出てきているが、なかなか売上に結び付いていない。
		住関連専門店（役員）	・今年10月の消費税の引上げ時には、余り大きな駆け込み需要がみられなかった。そのため税率改正後しばらくすれば、ある程度例年並みまで回復すると見込んでいたが、一向に回復する気配がない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかくこれ以上悪くなってほしくないという希望的なものである。とにかく1日も早く、少しでも景気が良くなることを祈っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・これまで同様、リニューアルにより来客数が伸びているが、競合環境が大きく変化しているので来客数の伸びほど、好調を実感できない。
		高級レストラン（スタッフ）	・大型の忘年会や新年会の宴席は、例年どおりの受注で推移している。12月23日の祝日が今年はないので、クリスマス時期の集客が弱まるとみている。
		一般レストラン（店長）	・カニなどの需要は堅調だが、供給があるのか心配である。
		一般レストラン（統括）	・消費税の引上げ後、2万円を切るなど株価が下落するとみていたが、現時点でそこまで下がっていない。また、今後も悪くなる傾向ではないため、これ以上悪くならず、現状維持が続くとみている。
		観光型旅館（経営者）	・例年より忘新年会は特に平日の予約が悪く、売上の減少を見込んでいる。週末や年末などの予約は例年並みに推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルの競合激化と消費マインドの冷え込みは当面続く。
		都市型ホテル（役員）	・香港の逃亡犯条例に伴うデモにより、インバウンドの催行が減少している。10月12日の台風19号による北陸新幹線不通に伴い、コンベンション関連の会議や懇親会のキャンセル及び規模縮小や、レストランの来客数の減少など非常に厳しい状況である。今後は少し持ち直す見込み。
		旅行代理店（所長）	・東京オリンピック開催の盛り上がりまで鈍い動きが続くそうである。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は相変わらず静かであるが、病院や買物で利用する客が少しずつ戻っている。
		通信会社（職員）	・令和初となる年末年始の特需に期待するものの、コスト重視の志向で利益は期待薄である。
		通信会社（営業担当）	・ポータル商戦に少し期待しているが、問合せ数からすると大きな変化はみられない。
		通信会社（役員）	・新規契約数の伸びは徐々に回復傾向にあるが、本格的な回復の動きとなるかはもう少し様子を見る必要がある。
		通信会社（役員）	・引き続き放送、通信共に契約数が前年同期比で若干上回って推移するとみている。
		競輪場（職員）	・売上について波はあるものの、大きく落ち込んでいることはない。
		美容室（経営者）	・国際情勢が大きく変動しなければ、このまま推移する。
		住宅販売会社（営業）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
		商店街（代表者）	・ポイント還元による経済効果は考えられるものの、還元効果が薄れた時点で消費税の引上げによる買い控えが影響すると考えられる。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・11月はギフトの早割の動きが非常に良く、12月は少し落ちるのではないかとみている。また、クリスマスは23日の祝日がなくなった分、落ち込みが激しいのではないかと考える。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・メーカーの価格改定による値上げや配送経費が上がり、客の設備投資や消費意欲が縮小傾向にある。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・12月以降資源保護の観点から、メスのズワイガニの香箱ガニが禁漁になるとの話が出ている。もし本当なら売上にやや悪影響を及ぼす。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税の引上げ後は食品や日用品といった必需品の購入の構成比が高まり、その他の消費へ回りにくい。したがって、高額品やアパレルという大きな消費につながりにくいと考えられる。
		スーパー（店長）	・本来の目的のキャッシュレス化が進んでいるかは疑問である。キャッシュレスに興味がない人は現金で買物をしており、消費税の引上げに対する抵抗感はあるようにみえる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店舗管理）	・近隣競合店の改装も控えており、商圈内の客の取り合いは更に激しくなると考える。
		衣料品専門店（店舗運営）	・今月の好調要因は新店オープンに伴うもので、状況はやや下り坂になると考える。
		乗用車販売店（役員）	・米中貿易摩擦の先行き不透明感が依然として続いており、製造業を中心に生産が落ち込むとみている。
		自動車備品販売店（役員）	・降雪状況で大きく変わると考えるが、高額商品の見込みは低く、キャッシュレス購入の恩恵がないなかで、何か対策などのきっかけがないと購買にはつながらない。
		スナック（経営者）	・人手不足や退職者がでたりで、中小企業の経営者は大変苦戦している傾向である。ますます厳しいのではないかと考える。
		テーマパーク（役員）	・先行きの予約状況をもても、前年同月と比べてやや悪い状況である。特に国内の団体客については、この傾向が現れている。北陸新幹線も正常ダイヤに戻る来春までは、首都圏からの客も少し鈍い動きになるのではないかと考える。
		その他レジャー施設 〔スポーツクラブ〕 （総支配人）	・冬場に入って今まで以上に見学者や入会者が減少していく。子供の水泳教室や冬休み特別教室で少しでも多く確保すべく動いているが、なかなか反応が鈍い。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げの影響がしばらく続きそうである。
	×	コンビニ（店長）	・事業所を守るための経費削減により利益の確保はできるが、その反面、売上の減少につながるかとみている。来年3月よりコンビニの時短営業が開始される場合、深夜の人件費の大幅な削減により、コンビニ経営者の利益は確保されるようになる。しかし、現在働いている夜勤従業員の人員整理や、店舗の純粋な売上などは減少するとみられ、景気という観点では悪化するとみている。社内的なアンケートの結果では、半数程度のコンビニ加盟店が深夜営業を停止する希望を出しており、雇用の減少にもつながる。予想できたであろう最低賃金の急激な上昇が、余り良くない結果を招きつつある。
	×	住宅販売会社（従業員）	・改善する要因が見つからない。新築案件の減少をカバーしてきたリフォームの受注にも陰りがみえてきている。
企業 動向 関連		-	-
		*	*
(北陸)		食料品製造業（経営企画）	・プラス材料を探すのが難しい状況で、当面は前年割れが続くような様子である。
		繊維工業（経営者）	・僅かな率の引上げではあるが、消費税の引上げにより相当落ち込んでいる。増税後は前年比では変わらない。レディース関係も悪いと言いつつも、良く持ちこたえて横ばいということで、期待している。衣料関係は、来年の秋冬物の開発で目新しいものを出さない限り、横ばいだと考える。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況をもて、変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国外においては、輸出先国によって好不調があり、国内においても業種によって調子が異なることから、受注状況は全体のバランスの中で、大きくは変わらないとみている。
		精密機械器具製造業（役員）	・国内では年明けに向けて景気が良くなる要素は特になく、海外では依然として国際的な政治不安や為替動向への心配がある。
		建設業（経営者）	・12月は年末工期の工事の完成で忙しくなり、また、来年の1～2月に入ると、前倒し発注等も若干期待できると考える。これは例年のことであり、景気そのものが変わるとはみていない。
		通信業（営業）	・主力商品の受注件数の伸びが鈍い。見込み案件数もここ数か月間と同様の水準である。
		司法書士	・事業承継のための役員変更登記や、株主の変更も多いが、小規模建設業や製造業で事業承継者がいないため、今後の見込みがたたないという相談も多い。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・米中貿易問題や中東、北朝鮮などの海外情勢の不透明感、運送コストの上昇が懸念材料となってきている。また、消費税の引上げ後は反動減もあり、当面厳しい状況が続くものと考えられる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・商談が長期化し、なかなか決定に至らない状況が続いている。5G関連の先行投資等による受注に期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（融資担当）	・メーカーの受注減に関し、全般に反転する兆しがみえず、今後も裾野を広く負の影響を与える可能性が高いと感じる。小規模企業においては、年末や年度末に向けて資金繰りがタイトになる企業が例年より増える可能性がある。
		金融業（融資担当）	・夏の天候の悪化や秋の台風、日韓問題により中堅会社を含めて観光業を中心に業況は既に厳しくなっている。業況が悪化した中堅会社が、取引先の下請を中心に値下げ要請を行っており、今後その影響が広がってくる。
		不動産業（経営者）	・法人からの問合せや相談がかなり少なくなっている。また、個人客の問合せもかなり少なくなってきたり、この先やや悪くなるのではないかと考える。
		税理士（所長）	・会社の経営者や受注担当者の話では、設備投資関連について2～3か月前より先が段々と見通せなくなってきたということである。相見積りが厳しくなってきたり、値下げ合戦が始まるのではないかとという兆候が出てきている。設備投資関連で、当地近辺の産業では受注の低下傾向が顕著に出ているのではないかとという不安があり、今後も明るい見通しは少ないのではないかと考える。
	x	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・11月の売上も前年同月比マイナスである。減収額も前月より大きくなっている。チラシのサイズダウンが主な要因とみている。
雇用 関連 (北陸)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・新年を迎えることから、現状を打破して更なる向上をと、やる気が芽生える季節である。また、元号が改まって最初の年明けとなることから、工夫を凝らした新たなビジネスが出てくるのではないかと考える。
		人材派遣会社（役員）	・労働者派遣法改正に向け、各社対策を練り始めている。今後、新たな申込みは減少気味になると考える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・上向き要素が感じられない。求人広告以外の一般広告も減少傾向のまま推移している。
		職業安定所（職員）	・産業別ではそこそこ動きがあるものの、短期的には求人の申込み時期のずれによる産業もあることから、今後の景況についてはもう少し長いスパンでみる必要があるのではないかと考えている。ただし、製造業における求人数の減少や、求人を申し込む会社の数や求人事業所数の減少が、やや気になるところである。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が1割以上減少している。米中貿易摩擦の影響から、製造業では新規の受注が減少し、仕事がなくなっている。今後、他の業種への影響が懸念されるという求人者の声を聞く。
x	民間職業紹介機関（経営者）	・改正労働者派遣法の施行が4か月後に迫り、派遣先はコストアップを伴う派遣の利用をためらい、今後の利用中止を考えている節がある。	

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)		家電量販店（人事担当）	・冬のボーナス商戦以降の、歳末セールから初売りにかけての最盛期に期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・ここから年末年始や年度末に向けて、必ず忙しくなると予想している。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・正月を迎えるため、着物に対する関心が高まるほか、卒業や入学に向けての準備もあり、少し良くなると期待している。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年末商戦になり、販売量の増加が期待できる月であるため、取りこぼしをせず、良い結果で1年を締めくくりたい。
		百貨店（売場主任）	・衣料品の売上が低迷する一方、輸入ブランドや食料品の売上が前年を上回っているほか、消費税増税の影響も間もなく落ち着く。
	百貨店（企画担当）	・消費税増税後の買い控え傾向の緩和や、外国人売上の増加により、今月に比べると好転すると予想している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（外商担当）	・年明け以降は、消費税増税による消費マインドの低下も落ち着く。春物の新作の発売も始まるため、景気は良くなると予想される。
		百貨店（販促担当）	・消費税増税の影響は長く続かず、徐々に回復してくると予想される。株価は安定しており、極端な社会不安もないため、高額品の動きも出てきそうである。何よりも重要なのは気温の推移で、冷え込んでくれば、重衣料や雑貨の動きも活発になる。今後は、気温の推移に合わせた提案力が問われる。
		百貨店（販売推進担当）	・消費税増税以後の反動減も、緩やかながら戻りつつあるほか、今後はインバウンドの動きも安定する。
		百貨店（服飾品担当）	・12月は気温の低下が期待され、前年以上に防寒商材が動くことが予想されるほか、今年12月23日が祝日ではないが、クリスマス商戦に投入された新作の動きは良く、消費税増税前の駆け込み需要がみられた商材も、12月には回復すると予想されるため、前回の増税時と同じように、2か月ぐらいで元の消費動向に戻ることを予想される。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が和らぐほか、気温が低下してきたため、コートなどのアウターの動きが出てくる。
		スーパー（企画担当）	・12月に入り、年末年始が近づくなかで、キャッシュレス決済のポイント還元事業や、店舗独自のポイント特典などが、客の購買意欲の後押しになる。また、気温もようやく低くなり、鍋物商材の動きも伸びてきている。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税の影響は徐々に薄らぐと予想される。
		コンビニ（経営者）	・軽減税率の効果で、外食店からコンビニへと消費が移る傾向はしばらく続くため、食品類の売上が好調に推移することが期待される。
		コンビニ（経営者）	・年末は忙しくなる。
		コンビニ（店長）	・年末には、道を挟んだ向かい側にカプセルホテルが開店するため、更に来客が増えると予想される。
		コンビニ（店員）	・年末にかけて、クリスマスのチキンといった催事品も増えるため、また忙しくなると予想される。
		衣料品専門店（店長）	・ここ2か月ほどは、売上や来客数、単価共に落ちているものの、一部では高額品を購入する客も見受けられる。2～3か月後には、少し持ち直すことが期待される。
		家電量販店（経営者）	・キャッシュレス決済のポイント還元や、次世代住宅ポイント制度などの効果で、オール電化やリフォームの動きが活発化している。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の動向は徐々に落ち着いてくる。客に対して正確な情報提供ができれば、他社よりも優位性が高まり、需要の増加にもつながる。
		家電量販店（店員）	・ボーナス商戦、クリスマス需要もあり、来客数は増加する。その勢いで年末の駆け込み需要が増え、少しは回復することが予想される。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	・12～1月はボーナス商戦でもあり、女性用の化粧品などの売行きが良くなる可能性が高い。
		その他小売【インターネット通販】（経営者）	・スマートフォンでの決済は、加盟店も増えて買物がしやすくなっているため、購買意欲の上昇につながる。
		高級レストラン（企画）	・宿泊の先行予約では、3か月先までの客室単価の推移が、今までよりも好転している。
		都市型ホテル（フロント）	・ロビーの改装を行うため、今後に期待している。
		旅行代理店（店長）	・今年12月31日は新元号による祝賀ムードであり、先々の見通しも明るい。景気が良くなるかどうかは不透明であるが、企業などは良くしようとしているため、来年度に向けて期待している。
		タクシー運転手	・これから宴会シーズンや年末を迎えるが、例年のような客の動きが期待される。タクシーの利用については、非常に寒い日や天候の悪い日には、近距離でも客が増える。
		タクシー運転手	・忘年会シーズンでの客足の増加を期待したい。
		その他レジャー施設【複合商業施設】（職員）	・米中関係の改善や、ボーナスの増加などで、個人消費の回復につながってほしい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・インバウンドは現状の推移が予想されるほか、年末の予約状況も前年並みとなっている。
		一般小売店〔菓子〕 (経営企画担当)	・8～10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80.7%で、関東は100.3%、中部は105.6%で、中国は58.4%となり、各地区の平均は83.8%となっている。今年は8月のお盆での10連休、9月は前年のプロ野球チームの優勝特需による反動、10月は消費税増税などの悪材料があり、前年との比較も余り参考にならないが、全体としては非常に苦戦している。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・現在の景気が良いとは思えず、数か月後も大きな動きがあるとは考えられない。現状と変わらないか、悪くなっている可能性もある。少なくとも、全く楽観視できない状態である。
		百貨店(売場主任)	・定価品が厳しい状況であれば、以前はバーゲンセールで取り返すことができたが、近年はそれも難しい。以前とは異なり、バーゲンセールの時期も需要が分散し、売上は伸びにくい。国内客の所得が向上しない限り、景気回復の兆しもみられないため、インバウンド需要に頼らざるを得ない。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税の影響は一段落するものの、米中貿易摩擦などの不確定要素により、景気の下振れ懸念がある。当面は低位安定が予想される。
		百貨店(営業担当)	・インバウンドによる購入は、今後も緩やかな増加が予想される。富裕層の優良客の一部では、更に高額な商品の購入が期待できるが、一般的な富裕客や、それ以外の客については、物への消費を控える傾向が感じられる。
		百貨店(営業担当)	・令和の時代となり、天皇陛下の御即位にまつわる行事がメディアで報じられると、少し華やいだ雰囲気になると期待していたが、消費の増加にはつながっていない。何か弾みがつく物がなければ、景気の大きな回復はない。
		百貨店(サービス担当)	・全体の状況としては変わらないが、前年の数字を確保するためのイベント施策、特に食料品を中心とした催事を新たに導入することで、集客の増加を目指す。
		百貨店(商品担当)	・冬のボーナスが支給されても、消費税増税後の買い控え意識は強く、訪日外国人の免税売上も不調が続く。米中貿易摩擦による中国経済の厳しい状況に加え、日韓関係の悪化に伴う訪日客の減少が長期化している。景気の下降が長期化しそうで、回復のめどが立たない状況である。
		百貨店(宣伝担当)	・ボーナス商戦やクリスマス商戦が控えているが、現在の客の様子や今年の暖冬予報からすると、大幅な売上の回復は難しい。
		スーパー(経営者)	・米中貿易摩擦の改善が進みそうで、日韓関係にも改善の兆しがみられる。国際情勢が少し安定すれば、各種の経済指標も良くなる。特に、前年の株価暴落のようなことがなければ、現状維持か、少し消費マインドも上向くと期待している。
		スーパー(店長)	・消費税増税後の来客数の回復が、前回の増税後よりも遅い。
		スーパー(店長)	・9月までの上り調子にストップが掛かっており、12月以降の動きが読みにくい。
		スーパー(店員)	・近隣に競合店が多く、値段も同じぐらいである。クレジットカードやスマートフォンでのキャッシュレス決済は、年配客は使っていない様子なので、余り変化はない。
		スーパー(経理担当)	・消費税増税後の年末商戦であり、節約志向が強いため、大きな盛り上がりは期待できない。年末年始は大型連休となるが、都市圏の消費には逆にマイナス材料となる。
		スーパー(販売促進担当)	・消費税増税による影響を払拭するような、需要の押し上げ要因は特に見当たらず、しばらくは需要の減退が続く。ブラックフライデーも大きな動きにつながらなかったため、年末商戦も苦戦することが危惧される。
		スーパー(開発担当)	・消費税増税後は、キャッシュレス決済のポイント還元などはあるが、客のお買得感がなく、売上は伸びていない。これから年末商戦となるものの、不安である。
		スーパー(管理担当)	・来年6月までの限定とはいえ、当店にはキャッシュレス決済のポイント還元がないため、これから影響が出ると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（エリア統括）	・各社の価格競争が落ち着く雰囲気は全くない。客が抱く価格やサービスに対する基準が以前よりも高くなり、それに素早く対応できない店は、日に日に取り残されると感じる。今後はエブリデー・ロー・プライスが主流であるため、利幅が小さくなり、体力勝負となる。
		コンビニ（経営者）	・季節的な出費は出てくるが、購買意欲をかきたてる物がなく、収入が多くなるわけでもないので、状況は変わらない。
		コンビニ（店長）	・特に大きな変化はない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・必要な物は高額でも買うが、不必要な物は安くても買わないと感じる。
		家電量販店（店員）	・キャッシュレス決済のポイント還元之恩恵も余りなく、2～3か月後も変わらないと予想される。また、客に次世代住宅ポイント制度の案内をしても、反応が鈍い。
		家電量販店（企画担当）	・キャッシュレス決済のポイント還元、次世代住宅ポイント制度といった、消費税増税に対する政府の対策之恩恵を、一部の国民しか受けられていないと感じる。年配客などのキャッシュレス決済に抵抗がある人でも、消費意欲が高まるような政策が必要である。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦に向けて良い商材が少なく、消費マインドも依然として低い。
		乗用車販売店（販売担当）	・客の動きが鈍化している。今は基本的に立ち返った活動に力を入れたい。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・暖かい日が多く、1日の寒暖の差も小さいため、季節商材の動きが鈍い。今年最後の月を迎えるが、全体の動きは変わらない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価や為替レートが今のままで推移すれば、年が明けても、今の状態と大きな変化はない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税増税に関係なく、景気の停滞が続く。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・店舗としては、軽減税率対象となっている影響は薄く、客を取り込めていない。年明けの冬物処分セールには期待したいが、継続的な回復はなかなか見込めない。
		一般レストラン（経営者）	・キャッシュレス決済の利用はまだ増えるが、やはり年末年始であるため、外食の機会は減る。
		一般レストラン（企画）	・良くなりそうな材料がない。人件費や材料費の高騰に加えて、賃借料も上がる一方で、外食全体が厳しい環境にある。また、来年の東京オリンピックを控えて、更なる人手不足が懸念される。
		一般レストラン（経理担当）	・良くなる材料が見当たらない。時代の流れか、大手企業は忘年会を自粛したり、二次会を取りやめるといった動きが増えている。
		一般レストラン（店員）	・消費税増税の影響はそれほどなく、前年の売上とほぼ変わらない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・予想したよりも気温が下がらず、冬物商材の販売に期待できない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・誰を喜ばせるための軽減税率なのかが分からず、事業の意欲が上がらない。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税の影響が少し出ている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については、新規オープンのホテルとの価格競争もあるが、独自プランによる取り込みが順調である。宴会も例年並みの料金を要求され、消費税増税分の割引に応じてはいるものの、予約率は好調である。レストランでは、周辺企業からのランチ需要が好調であるが、忘年会を含めた予約の動きは弱い。
		都市型ホテル（総務担当）	・3か月後の予約状況は、宿泊のほか、宴会の件数も前年を下回っている。一方、宿泊の客室単価は前年を下回っているが、宴会の1件当たりの売上は、前年を若干上回っている。
		都市型ホテル（管理担当）	・消費税増税の影響も多少はあるが、宴会を含む国内需要が大きく減少するとは思えない。
		旅行代理店（役員）	・各種対策の浸透や長期連休がプラスとなるが、東京オリンピックに向けての買い控えで相殺される。

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
		旅行代理店（支店長）	・大型のイベントもなく、楽観できる要素や、良くなる要素が全く見当たらない。現状、客の出足が鈍っているなかで、これ以上は悪くなることはなく、大きくは変わらないと予想される。
		旅行代理店（営業担当）	・日韓問題の行方次第で上向く可能性はあるが、現状は余り回復が期待できない。
		タクシー運転手	・状況の変化はない。
		観光名所（企画担当）	・来客数については、インバウンドの数に変化はない。韓国からの減少を、他の国からの増加で何とか持ちこたえている。
		遊園地（経営者）	・現状は消費税増税の影響は、明確にはみられないが、今後も不安材料となる。先行き不透明なため、楽観視はできない。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・12～2月にはコンサートが33日間予定されているほか、子供向けのイベントや企業イベントも開催されるため、前年と同等の集客を見込んでいる。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・韓国情勢次第であるが、特に大きく伸びる要素は見当たらない。
		その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・消費税増税による影響が残る。
		その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、例年、寒い時期になると来客数が減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンション市場は既に規模の縮小が始まっており、不動産各社も供給数を抑えているため、極端な市場の悪化は想定しにくい。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	・新築の注文住宅市場では、消費税増税後の政府の新築購入者に対する手厚い対策が効き、消費税増税後の落ち込みもそれほどなく、今後も変わらない見通しである。
		その他住宅 [情報誌]（編集者）	・新築の戸建て住宅は完成在庫が増加傾向にあり、市場では値下げ圧力が高まりつつある。マンション価格は相変わらず高止まりが続いているため、業界全体としてはバランスが取れた状態で推移しそうである。
		その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	・景気が好転する材料は見当たらず、しばらくは現状維持のまま変わらない。
		一般小売店 [時計]（経営者）	・今月は久しぶりに少し良かったが、安定した景気の良さとは違って、まだまだ安心はできない。年配客は生活感の格差が大きく、想定外の自然災害が起きるたびに、お金は使わずに備えに回すという声をよく聞く。実際に、前年の地震で壊れた家を、今年にようやく直すといった話もある。余分なお金を買物に回すといった動きにつながる気配は、まだまだない。
		一般小売店 [珈琲]（経営者）	・消費税増税後は、来客数が減少している。
		一般小売店 [衣服]（経営者）	・今月の来客数は前年比で103%と増えているが、客単価が下がり続けている。商店街などの聞き取りでも、多くの店舗で単価の低下が鮮明となっている。
		一般小売店 [精肉]（管理担当）	・現状のムードを変えるだけの材料は東京オリンピックぐらいであり、国際問題も含めて、全てマイナス要素ばかりが目につく。
		一般小売店 [野菜]（店長）	・来年の東京オリンピックに向けて、少しでも景気が良くなればよいが、今の状況ではそれほど変わらない。特に、小さな店やレストランでは、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業推進担当）	・良い材料が乏しいなかで、株価は上昇している。年末に向けて利益確定の動きが出てくれば、株価が下がることも予想される。その場合、年明け以降の消費は、前年や今月に比べて一層冷え込むことになる。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動や、暖冬の影響が引き続き出る。特に、富裕層以外の消費マインドはまだまだ低く、一時的に好転する材料はあっても、持続可能な材料には乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（マネージャー）	・消費増税後の動きは想定内で、全体的には厳しい選択消費が続く。価格に敏感な購買姿勢がうかがえる。特に、今まで好調であったインバウンド需要が小康状態のほか、国内の現金客も、購買数、価格共に悪化が進んでいるため、厳しい状況が続くであろう。
		百貨店（マネージャー）	・消費増税以降の買い控え傾向が強く、婦人ファッションに関しては、手持ちアイテムを着回す意識を強く感じる。消費マインドの減退は、春先まで続くことが予想される。
		スーパー（経営者）	・消費増税後は商品の動きが悪く、しばらくはこの状況が続くであろう。
		スーパー（店長）	・クリスマスや年末年始にかけて、購買金額は低めで推移すると予想される。高額品よりも、できるだけ安く良い物や、気に入った物を購入する傾向がある。
		スーパー（店員）	・大手スーパーが近隣にオープンしたことで、来客数は減っている。しばらくすれば、また戻ってくると予想しているが、売上はやはり落ちることになる。
		コンビニ（経営者）	・昼夜の温度差が厳しくなり、ますます夜の来客数が減少していく。
		乗用車販売店（経営者）	・予想した以上に、消費増税以降は財布のひもが固まっている。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に推移しているが、販売は良くない。消費税率が上がる前に販売が増えたことが要因で、購入を控えている客が多く、この状況は2～3か月程度は続く。
		乗用車販売店（経営者）	・外部環境では米中貿易摩擦がいまだに終息せず、まだまだどうなるか分からない。心理的にも、日本経済に大きなダメージを与えている。消費増税の影響で、客の将来に対する不安もあり、消費への関心が薄くなっているため、しばらく景気は上向かない。
		住関連専門店（店長）	・契約に至るまでの商談に時間が掛かる傾向が続けば、営業の機会損失につながり、年間受注の減少も懸念される。
		住関連専門店（店員）	・良くなる要素が全くない。キャッシュレス決済の推進で、当社のような現金取引の小売業者は厳しさが増す一方である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・のりを主な商材としているが、地球温暖化の影響で商品の仕入れに問題が出てきそうである。収穫期のスタートが遅れることで、減産が予想される。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・当店は内税表示で販売し、価格を変えていないため、消費増税前から売上や販売量の変化がなくても、実質的に利益率は下がっている。
		観光型ホテル（経営者）	・来年1～2月の先行予約状況は、前年よりも動きが悪い。今後、いかに間際の集客ができるかに懸かっている。
		観光型ホテル（経営者）	・日本の経済は世界との関連で動いているが、世界の景気動向は余り良くない。当然、日本にもそれが波及して、良くなる傾向にはならない。
		観光型旅館（経営者）	・入込は少し動きが鈍くなりそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊単価の低下が続くと予想される。特に、韓国問題が大きいほか、宿泊施設の供給過多の影響もある。一方、宴会の忘新年会の予約は順調に推移している。
		都市型ホテル（管理担当）	・観光施設が増えているわけでもないのに、宿泊施設は増え続けている。供給過多の状態はますます悪化しており、稼働率と客室単価のコントロールに苦戦している。
		通信会社（社員）	・来年の春に向けて、更に悪化することが懸念される。個人消費を下支えする景気刺激策が求められる。
		テーマパーク（職員）	・来客数の減少傾向になかなか歯止めが掛からず、効果的な対策も講じられていない。消費税率が5%から8%に上がったときほどの影響はないが、現状の消費の促進策は全くの逆効果である。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産の供給が多いため、今後は相場が崩れることが予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産の流通をけん引してきた宿泊関連の需要に陰りがみられ、土地単価も下落し始めている。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費増税の影響がもう少し回復すれば、景気も改善しそうであるが、現状はその兆しがみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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）	・景気の後退傾向は、今後も続きそうである。
	×	商店街（代表者）	・今後も厳しい環境が続きそうである。
	×	百貨店（企画担当）	・前回の消費税増税時と比べると、影響はやや小さいが、8月までの売上とは明らかに差がある。回復のスピードは極めて遅いと感じる。
	×	スーパー（店長）	・年末年始は例年並みかやや悪いと予測され、それ以降は節約志向が顕著となる可能性が高い。
	×	衣料品専門店（経営者）	・生活に必要なコストが上昇しているほか、働き方改革で収入が減っており、ますます個人消費が悪化する。頼みの綱のインバウンド消費にも陰りがみられ、せめて中小企業の働き方改革の実施を見送らないと、悪化が続きそうである。
	×	衣料品専門店（経営者）	・節約の影響か、主婦層の買い控えがかなり目立つ。商品を見せても、良い反応がない。
	×	一般レストラン（経営者）	・12～1月の予約状況を見ると、気になるのは企業の宴会予約であり、キャンセルになる件数が非常に目立つ。また、生活費の節約はまだまだ続きそうなか、インフルエンザの流行、気温の異常な低下も、来客数に影響を及ぼしそうである。
	×	都市型ホテル（客室担当）	・ホテルの乱立による影響を受けている。
企業動向関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・新規の成約案件が何件かあるほか、2～3か月後に成約する予定の案件もあるため、今後は良くなる。
		食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けてのイベントが多いため、消費者の動きも少しは良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年度末には、消費税増税に関係のある案件の注文が、まとめて出てくることが予想される。
		化学工業（企画担当）	・年末の繁忙期が迫ってきたが、例年のような伸びがみられない。今後、一時的に販売量は伸びると予想されるが、慢性的な消費の減少は続きそうである。
		金属製品製造業（開発担当）	・新しい商品が出る予定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・単純に市場の景気には結び付かないが、引き合いは幸い増えている。Webサイトを利用した広報など、企業による経営革新の効果で、良くなるとまではいえないが、やや良くなると期待できそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少しであるが増えている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年が明けると、消費税増税の影響が落ち着くと予想されるほか、東京オリンピックの開催年を迎えて、市場が活気付く。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・自動車関連では、海外向けの引き合いが増えている。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新学期に向けて、受注が増える。
		広告代理店（営業担当）	・年度末に向けて、従来は発注のなかった広告、特にテレビCMの出稿が出てきている。
		経営コンサルタント	・各企業の人手不足や販売競争の激しさは、しばらく続く。各社は人材育成や販売促進の手を緩めることはできないため、当社としてはしばらく良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・気候が冬らしくなり、大きな災害もないようなので、現状維持が続きそうである。ただし、年末年始の売出し企画の荷動き次第で、大きく変動する可能性はある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは、受注量が増加するといった話はない。
		化学工業（経営者）	・計画の後ろ倒しや、定番品の受注の減少がみられる。しばらく受注の回復は望めそうにない。
		化学工業（管理担当）	・最近では月ごとの販売量のばらつきが大きく、景気の方向性が判断しにくい。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・景気の良い状態が続いているが、更なる改善は期待できないため、現状維持となる。必要な物を必要なだけ作るという生産工場のグループに入っているため、受注が取れている。短納期への対応を求められるが、それに応えることが重要である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・大きな変化はなく、横ばいの状態が続いている。
		金属製品製造業（営業担当）	・年度末までは、取引先の在庫調整が続きそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月は、今のような低調な状況が続きそうである。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量の増加は期待できないが、一定量の注文は見込まれる。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷が依然として続いており、靴メーカーへの発注が減少している。
		建設業（経営者）	・現状の堅調な状況は続きそうであるが、あとは価格との兼ね合いとなる。また、資金繰りにも留意したい。
		建設業（経営者）	・監理技術者や技能労務者不足のなか、今後は働き方改革で効率的に動かなければ、工期内での完工が難しくなる。発注者にも工期の再検討を求めたい。
		輸送業（営業担当）	・イベントのマンネリ化で、売上増となる要素がない。
		通信業（管理担当）	・例年であればボーナス商戦の時期となるが、消費税増税による買い控えで冷え込むため、割引などで巻き返せるかが鍵となる。
		金融業（営業担当）	・回復するまでには、相当な時間が必要である。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・良くなる見通しも、悪くなる予兆もない。国内政治が小競り合いを続けている間は、大きな景気の変動はないと予想される。やはり海外からの大きな景気の波が生まれにくい限り、国内景気に大きな変動はない。仮に、ちまたでいわれているような、欧州の主要銀行の破綻などが現実になれば、大きく景気後退に振れることになる。
		金融業（副支店長）	・取引先に今後の受注状況を聞いても、受注が増えそうといった、前向きな話がほとんどない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・読まないという理由で購読をやめる読者が増えている。インターネットやスマートフォンに時間を取られ、新聞に目を通す時間がなくなっている人が増えていると感じる。
		広告代理店（営業担当）	・今年になって、広告の売上が前年を僅かに下回る状態が続いている。
		司法書士	・景気が好転する材料は見当たらないが、会社の解散などの案件もないため、現状の動きがしばらく続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年末も、慌ただしさがないような気がする。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税の影響は、日用品ほど大きくなっているが、増税にも体感的に慣れ始めており、もうそろそろ元に戻ると予想される。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・機会損失だけは避けなければ、今と全く変わらない状況が続くことになる。
		食料品製造業（経理担当）	・消費税増税の影響や、自然災害の復興の遅れ、インパウンドの減少などで悪くなる。
		繊維工業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てきている。
		繊維工業（団体職員）	・全体的に需要の盛り上がり欠けており、先行きにも余り変化が感じられない。
		繊維工業（総務担当）	・靴下に関しては、安い物しか売れない、価格破壊の時代に逆戻りしたような印象を受ける。今後、この傾向は更に顕著になるような気がする。
		不動産業（営業担当）	・消費税増税後、不動産の動きが悪くなってきている。売買に大きな変化はないが、賃貸は悪くなってきている。この状態が将来も続くため、全体としても悪くなる。
		広告代理店（企画担当）	・消費税増税の影響は、年末年始の消費にも出ることが予想される。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今年も暖冬の傾向があり、季節商材の動きが鈍化する。受注量も少ないため、今後は悪くなる。
	×	輸送業（営業担当）	・家電向けの部品生産が減り続けている。来年用の製品の生産を控えていると聞いている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・世界情勢が不安定であり、今後の経済の見通しが立たない。
雇用関連		-	-
		人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み需要が出てきそうである。

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
(近畿)		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ 求人数が底を打ち、少しずつではあるが増えている。
		民間職業紹介機関 (職員)	・ 求人企業からは、全体の仕事量が減少しているという声は少ない。今後も人手不足が続くなかで、一定の仕事量をこなすため、年間での平準化が図られ、安定的な求人数が期待できる。
		人材派遣会社 (経営者)	・ 人材に関する需要は、新規の依頼はほとんどなく、この状況は年明けも続きそうである。消費税増税による経済への大きな影響は感じられないが、企業が心理的に弱気になっており、人材派遣の新たな依頼が出てこない要因となっている。
		人材派遣会社 (営業担当)	・ 台風や消費税増税で景況感は悪化した。年末年始の商戦を控えており、購買意欲も刺激されるため、景気は多少上向きとなる。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 年末年始も、現状のような新聞広告の出稿となりそうである。来年は東京オリンピックに期待しており、特に関西の地元企業の活力が高まってほしい。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・ 求人倍率は高い水準で安定しており、構造的に人手不足の業種では、依然として求人数が多い。日本の株価に大きな影響を与える米国の株価も、年後半にかけて上昇基調に転じており、今のところは大きな景気の悪化は考えにくい。ただし、その一方で米中貿易摩擦を含む世界情勢は目まぐるしく変化しており、景気がどちらの方向に向かうのかは、予断を許さない。
		職業安定所 (職員)	・ 建設業や宿泊、飲食業、介護職などの人手不足の分野では、求人の増加が続いているが、ほとんど応募がないため、今後も人手不足の状態が続く。
		職業安定所 (職員)	・ 有効求人倍率は高い水準で推移しているが、1年前に比べ、ここ4か月は下がり気味で、景気に陰りがみられる。
		職業安定所 (職員)	・ 新規求職者数も求人と同様に、月ごとの多少の増減はあるものの、傾向としての変化は小さく、直近は僅かに減少している。求人、求職の動きからは、変化の前兆はみられない。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・ 4年生の求人は前年よりも減ってくる予想され、今月よりも悪くなる一方、3年生が動き始めるため、トータルでは変わらないと予想される。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・ 例年であれば、もう少し求人数が増えるはずが、今月は前月と求人数に差がなく、横ばいである。
		学校 [大学] (就職担当)	・ 冬のボーナスが期待どおりに支給されれば、現状は維持できる。
		人材派遣会社 (役員)	・ 求人数の減少が続く可能性は高く、有効求人倍率も低下に転じている。
		人材派遣会社 (営業担当)	・ 人手不足感がやや落ち着き、企業からの求人件数は微減となっている。
		職業安定所 (職員)	・ 求人企業からは、景気は下降気味との声が多い。特に、消費意欲の下落や、米中貿易摩擦の影響が出始めているといった声を聞く。
		民間職業紹介機関 (マネージャー)	・ 求人はあるが、採用のハードルが非常に上がっているため、なかなか採用の決定に至らない。
		学校 [大学] (就職担当)	・ 今後も人手不足は続く予想されるが、米国などで景気が後退し始めている状況で、今の求人数を維持するのは困難と感じる。
	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)		競艇場 (企画営業担当)	・ 3か月後の2月の中旬には発売時間が十分確保できるG1レースが開催されるため、販売量が増加する。
		一般小売店 [印章] (経営者)	・ 子会社を設立し、幅広い営業展開をしようとする企業からの注文が出てきて、やや良くなる。
		スーパー (店長)	・ 今年の冬は暖冬という予想になっているが、寒すぎると客が遠のくため、客数面でスーパーには追い風になる。また、令和最初の年末年始ということもあり、様々な場面で客の購買意欲が通常よりも高くなる。

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
		スーパー（販売担当）	・テレビや雑誌等で取り上げられると客の反応は良いし、何か動機付けさえあれば消費は活性化する予兆はある。消費税の引上げ後も来客数は比較的好調に推移しているため、それほど心配はしていない。
		スーパー（営業システム担当）	・2020年になり東京オリンピックに向けて各企業が何か仕掛けてくるので、やや良くなる。
		家電量販店（販売担当）	・年末年始商戦に期待が持てる。
		家電量販店（企画担当）	・今月は消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり、販売量が落ち込んだが、3か月後には反動もなくなり、販売量が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ後に落ち込みがあったが、年末に向けて新規の客の動きが活発になってきており、このまま年末商戦、初売り、決算と上向いていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・新商品の登場に合わせて新しい客の流入が増える。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・ややではあるが、回復してくる。
		一般レストラン（経営者）	・当初はキャッシュレスへの対応が遅れていたが、消費税の引上げへの対応が整うにつれて、問合せも増えていることから、多人数が集まる忘年会、新年会、送別会等の予約の増加に期待が持てる。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の所得が上昇している感があり、今後、最低賃金の引上げによる一時的な収入の増加が消費動向の改善につながる。
		旅行代理店（支店長）	・年末年始はカレンダーの並びもよく予約が集中しているものの、国内旅行については分散の可能性もある。また、春休み需要にも今後期待が持てる。
		タクシー運転手	・例年以上に年末商戦に力を入れている企業があるため、やや良くなる。
		タクシー運転手	・忘年会のある年末は夜の利用がかなり良くなり、昼の利用もクリスマスのイベント等で良くなるが、年明けはやや下降気味になる。
		テーマパーク（営業担当）	・暖冬の予報が出ており、引き続き外出しやすい状況が続く。
		その他レジャー施設 [温泉センター]（担当者）	・季節的に温浴業界は忙しい時期になる。また、キャッシュレス・消費者還元事業で、買物等がしやすくなっている。
		設計事務所（経営者）	・新築からリフォームへ移行するなか、国の施策でもある省エネ、耐震、バリアフリーの要素を入れた次世代住宅ポイント制度が今なら使えるので、中古住宅リフォーム工事に動きが出てくる。
		住宅販売会社（営業担当）	・年度末に購入が集中する。
		商店街（理事）	・余り良くなる要素が見当たらず変わらない。
		商店街（代表者）	・米国と中国の貿易摩擦や韓国との関係等が一般消費者に与えるイメージや環境が悪く、消費が活発に動かない。
		一般小売店 [洋裁附属品]（経営者）	・クリスマスや年末に向けて、食料品やプレゼント商品などの購入は増えるが、自分の身の回りでは余り変わらない。
		一般小売店 [食品]（経営者）	・キャッシュレス対応に対する客の理解が進み、慣れてくれば落ち着いてくる。
		一般小売店 [靴]（経営者）	・年末商戦の盛り上がり期待しているが、消費ムードの盛り上がりは続かない。
		百貨店（経理担当）	・景気は良くなれないが、大きく落ち込むこともなく、今の状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・婦人服全体ではバーゲンセールのお陰で何とか前年並みを維持している状況で、今後も前年を大幅に上回ることはない。
		百貨店（購買担当）	・アパレル業界では衣料品の売上が上向く気配が全くなく、厳しい状況が続く。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げを打ち消すような好材料がないため、前年をクリアできない。
		百貨店（売場担当）	・衣料品の動きが悪く、12月以降値下げが早まり、価格競争が始まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・高齢化や人口減少が進んでいるので、今よりも景気は良くならない。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ後、キャッシュレス・消費者還元事業やプレミアム付商品券など国の政策があるが、景気回復につながらない。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ後の来客数減少は今後も続く。
		スーパー（総務担当）	・このところ横ばい状態だが、客単価が下がっていないので、それほど悪くはない。
		スーパー（管理担当）	・現状維持で進み、大きな売上の変動はない。方向性としてドラッグストアやコンビニエンスストア等の乱立で売上増にはなかなか向かわない。
		スーパー（財務担当）	・消費者の節約が続き、売上確保のため、競合他社の販促がますます激化することから、既存店売上の減少が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・クリスマスが平日になるなど景気が上向く要因が見つからない。
		コンビニ（エリア担当）	・2～3か月後までは現在の状況が続くが、それ以降は消費税の引上げの影響で売上や来客数が減少する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・ネットの発達や消費税の引上げで客の生活スタイルが自宅中心になりつつあり、日常の買物にかかる支出が減少する傾向が続く。
		コンビニ（支店長）	・キャッシュレス・消費者還元事業でコンビニエンスストアへ人が流れているだけで、市場全体では変化は感じない。
		衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因が見つからない。
		家電量販店（店長）	・テレビは買換えサイクルに入っているので伸びる要素があるが、それ以外の商品は伸びる要素が見当たらない。特にパソコンはWindows 7の買換え需要が来年1月で終わるのでもっと厳しくなる。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げの影響で販売量の減少が続く。
		家電量販店（店長）	・来客数が減少する状況が続いているため、客を引き付けるイベントが必要になってくる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税の引上げの影響が予想以上に大きく、今後も好転が望めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算期に入るため、新車販売、サービス売上共に今よりも増加するが、前年より悪いという状況は今と変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・生産終了予定の車に人気が集まっており受注も好調ではあるが、数か月先は新型車購入希望者の発売日待ちも予想される。
		乗用車販売店（店長）	・客が店舗になかなか来場せず、経験したことがないくらい客の動きが鈍く、今後も来客数の増加が見込めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・これから年末商戦となるが、今の来客数を考えると増加は考えられない。
		自動車備品販売店（経営者）	・不確定な要素が多すぎて先行きが不透明である。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・しばらくはキャッシュレス・消費者還元事業の効果もあり以前のような落ち込みはない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上、下降する要素もないが、上昇する要素もない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・キャッシュレス・消費者還元事業やプレミアム付商品券などの施策も落ち着いてくるため、今後、国としての大きな施策がないと、景気は回復しない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・近隣大型店舗への客の流出もあり、物販店舗の売上が厳しくなっている。目的買い以外の購買意欲を上げる材料も少なく、厳しい状況は当分変わらない。
		一般レストラン（店長）	・消費税の引上げの影響は弱まってきているが、楽観視できる材料は多くない。忘年会や新年会を控え、コース単価などに影響が出るので厳しい状況が続く。
		スナック（経営者）	・この業界の売上は年末年始に少しは良くなるが、景気とは関係がなく、景気自体は良くはない。
		観光型ホテル（営業担当）	・先行予約の落ち込みが感じられる。
		都市型ホテル（企画担当）	・これからは年末年始で個人客が動く時期であるが、特に政府の目立った景気対策もなく、気候も暖冬傾向が予想され、個人消費の回復は期待できない。一部の企業、団体でもいまだ豪雨災害による自粛で派手な祝い宴などを中止したり、控えたりする状況がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総支配人）	・例年、1～2月はオフ期となる。さらに、日韓間の便の運休が大きく影響する。
		旅行代理店（経営者）	・これから正月で旅行や温泉の希望が出てくるが、客が自粛している模様で多くの消費は期待できない。
		タクシー運転手	・年末年始にかけて忘年会などで利用客が増加することを期待したいが、夜の利用は、車を運転するため酒を飲まない人や公共交通機関が動いているうちに帰宅する人がおり、昔のように増加しないため、良くない状況が続く。
		タクシー運転手	・12月は忘年会があり、多少は良くなるかもしれないが、大きな変化はない。
		通信会社（企画担当）	・年が明けるとモバイルは5Gが展開、また、オリンピック、パラリンピックの開催を8か月後に控え、4K、8Kの動きも徐々に活発になってくるはずであったが、今年後半の動きから、全体的に遅れ気味になってきている。何かを起点にして盛り上がり期待したいが、3か月中に導火線となる要素を見いだすににくい。
		通信会社（工事担当）	・消費税の引上げ後も変わらない。
		通信会社（営業担当）	・しばらくは落ち着いた状態が持続する。
		通信会社（経理担当）	・消費税の引上げの影響もあり、客が新たなサービスを増やしていかない。
		テーマパーク（管理担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業等により悪くはならない。
		観光名所（館長）	・来年の東京オリンピックへの期待はあるものの、短期の一過性イベントであり、その後を見据えた新しい企画を打てていけない限りインパウンドも下降していく。国際情勢や経済状況などに左右される部分も多いが、独自に身近な範囲で仕掛けをしない限り増加は期待できない。
		設計事務所（経営者）	・しばらくは来客数が堅調に推移し、ある程度の発注量がある。
		設計事務所（経営者）	・今後も人手不足や建築費の高止まりの状況が変わる見込みがない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気浮揚につながる好要因が見当たらない。
		商店街（代表者）	・暖冬で大きなダメージを受けており、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・当社はいろいろなテコ入れをしないといけない時期に来ている。
		百貨店（売場担当）	・客のキャッシュレス・消費者還元事業に対する意識が高まっており、対象ではない百貨店は来年1月くらいまで厳しい状況が続く。
		百貨店（外商担当）	・お歳暮の動きが前年に比べ悪く、衣料品も特に婦人衣料が苦戦している。
		スーパー（業務開発担当）	・客の節約志向と競合各社とのポイント合戦で企業体力が疲弊している。
		スーパー（販売担当）	・年末年始に向けて明るい材料が出てこない。
		衣料品専門店（経営者）	・全国的に閉店する小売が増加してくる。
		乗用車販売店（統括）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動がしばらく続く。
		住関連専門店（営業担当）	・週末の来客数が少なくなっており、危機感が出てくる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の引上げで客が金を使おうとする気分にならなくなってくる。
		観光型ホテル（支配人）	・1月以降は降雪でアクセスが悪くなる関係で来客数が減少する。
		都市型ホテル（企画担当）	・年末に向けて一定のニーズはあるが、明るい話題がなかなかないので余り期待ができない。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・消費税の引上げが家計に影響を及ぼし、利用料延滞につながる。
		テーマパーク（業務担当）	・イルミネーションイベントも終わり、冬の閑散期に入ることから、多くの来園者が望めない。
		観光名所（館長）	・いずれ消費税の引上げの影響が出てくる。
		ゴルフ場（営業担当）	・1～2月は天候に左右されることが多く、現状では余り差がないが、韓国からの客が減り、やや悪くなる。
		美容室（経営者）	・客は動いているが人材難で景気が良くならない。
		美容室（経営者）	・今のままでは景気は全く良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	商店街（代表者）	・客に全く購買意欲がなく、客が必要な物しか買わない状況が続く。
	×	商店街（代表者）	・年末にかけてもこの状況が変化するような感じはない。カード支払の比率が増えているので手数料負担が重になっている。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・地元でも人件費の削減で経費を抑える企業が増えてきている。
	×	その他専門店〔時計〕（経営者）	・客が消費税の引上げに慣れないと景気は回復しないため、しばらくは回復しない。
	×	一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がなく、今後、次第に消費税の引上げの影響が出てくる。
	×	通信会社（広報担当）	・単価ばかりが下がり、売上に対して利益が減少している状態が続く。
	×	美容室（経営者）	・客が節約傾向を強めており、客が1年間に髪のカットに費やす金も減少していることから、今後も厳しくなる。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・年明けに新しい車種の販売が予定されているため、良くなる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規の大口引き合いもなく、現在の生産水準が継続する。
		不動産業（総務担当）	・来月は今月と余り変わらないが、年明けから賃貸住宅の需要時期となるため、例年どおり良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・客から年始の戦略での内容で受注情報があり、例年の内容も含め上向きに進行する。
		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）	・世界経済が不安定で、今後、原料価格がどのように変化するかが不透明である。
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費税の引上げと台風被害による購買意欲の低下がこのまましばらく続く。年度末に向けて災害復興も含め、少しは上向く可能性があるが、現状では景気はこのまま変わらない。
		化学工業（総務担当）	・現時点で大きく変化する要因は見当たらない。
		鉄鋼業（総務担当）	・市中在庫が高止まりしているなか、産業全般に活動水準が落ちてきており、市況の回復も見通せない状況にある。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注量や販売量の見込みから景気は変わらない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野の出荷量は引き続き低調のまま推移する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・今のところ、景気が上向く材料がないため、良くて変わらないかやや悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注量は12月が底となり、以降は通常の数値となる。
		建設業（総務担当）	・予定物件の遅れでできた技術職員の空きをどのように埋めるのかという工夫が必要なものの、全体としては安定して受注ができています。
		輸送業（総務担当）	・目の前ではさほど大きな変化はない。
		通信業（営業企画担当）	・各企業の設備投資では、販売や生産向上に向けた投資が増加しており、情報通信への投資については当面大幅な売上増加が見込めない。
		金融業（貸付担当）	・個人の実質賃金や消費額が著しく増加する気配はなく、景気は変わらない。
		金融業（融資企画担当）	・当面は地元完成車メーカーの世界販売の低迷が続くため、系列の地元部品メーカーの受注もしばらくは減少が避けられない。
		食料品製造業（経営者）	・経済環境が悪い状況で、年金問題や消費税の引上げ等もあり、収入は増加せず、消費活動が良くならないことから、経済は一段と厳しさを増す。
		繊維工業（監査担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動がしばらく続く。
	化学工業（経営者）	・引き続き輸出型メーカーを中心に受注量の減少が続く。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の減少が続く。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・短期的に新造船市場が改善し商談が大きく進展する要素は感じられない。	
	建設業（経営者）	・政局の安定感が弱まり、景気がやや悪くなる。	
	通信業（営業担当）	・年末に向けて景気が悪くなる。	
	会計事務所（経営者）	・取引先企業の倒産が若干増加しているほか、物流事業者の高速道路通行料金も減少傾向にある。製造業の経済指標悪化の報道が心理的にマイナスの影響を及ぼしてくる。	

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
	x	金属製品製造業（総務担当）	・営業による受注の見通しは厳しい状況が続き、現状の人員では生産能力を十分に活用できない状況が発生する見込みである。
	x	輸送業（支店長）	・企業も個人も荷物の出し控えの傾向がしばらく続く。
雇用 関連 (中国)			
		求人情報誌製作会社（経営者）	・例年2～3月は求人数が増加する時期であるため、やや良くなる。
		職業安定所（職業指導担当）	・2020年の東京オリンピックイヤーを迎え、需要が拡大する。
		人材派遣会社（支店長）	・これから年度末に向けての大きな変化が見込めない。求職者の傾向として、よい求人があればという回答が多く、緊急性が低くなっている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・景気の不透明感により、業種や企業によってかなりばらつき感はあるが、現状から変わらない。インターンシップ実施の企業は全体的に昨年より増加する傾向があるが、体制が整っていない企業も多く、今後の課題としては採用担当者や採用業務の人員確保、体制の強化が鍵になってくる。
		職業安定所（事業所担当）	・有効求人倍率が17か月連続して2倍台で推移していることに加え、高卒求人も前年同期比で1割以上増加している。
		人材派遣会社（社員）	・雇用状況の悪い状況は続く。同一労働同一賃金問題、米中貿易摩擦問題等、国内、海外共に影響のある問題が山積している。どの問題もすぐに解決若しくは影響が少なくなるものではないため、しばらく雇用状況の低迷は続く。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・働き方改革関連法案に伴う改正労働者派遣法は労働者派遣事業に大きな影響を与える。労働者派遣事業者は、同一労働同一賃金の対応のため営業活動への捻出が難しい状況となり、今後、2～3か月の業績は伸び悩む。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人難の状況が改善しないため求人を取りやめる企業が出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・個人消費は消費税の引上げ後の低迷から回復しつつあるものの、外需の低迷は継続しており、先行きは不透明な状況にある。
		職業安定所（所長）	・来春の新規求人数は過去最高となった前年同様の好調な動きとなっているが、一方で人手不足感が支配的となっており、必要な人材確保が困難なため生産計画への影響を心配する声が少ないからである。
		民間職業紹介機関（職員）	・以前よりも1つの求人に対する応募者数が増えてきており、採用する側がじっくり見極める傾向になりつつある。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・今後半年間で消費税の引上げの影響が出てくることや、来年4月に始まる同一労働同一賃金により先行きが不透明なことから、やや悪くなる。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・人員削減のニュースなどもあり、景気はやや悪くなる。
	x	人材派遣会社（支社長）	・裾野の広い自動車産業も地元完成車メーカーの減速により人材ニーズが確実に減ってくる。
	x	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・地元完成車メーカーにおいて新卒求人を取り下げる動きもあり、景気は後退していく。

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（代表者）	・閉鎖する駅前の中核店舗とは逆に、その中核店舗の出店により閉店に追い込まれた旧来商店街の店舗跡に、20数年ぶりに新たな核となりえる店舗がオープンする。この時代の変化に対する旧来商店街地域の期待感は大い。
		百貨店（営業管理担当）	・12月以降消費税増税の反動減は緩やかに回復し、その後、高額品も動きが出てくるだろう。また買い控えによって減少した来客数も戻り、それに伴う売上増を見込んでいる。
		百貨店（販売促進）	・消費税増税後の我慢から令和の新しい年を迎えるに当たって、客心理の変化が前向きになる可能性に期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・10～11月は少し売上は苦戦している。将来的に3か月後を見据えれば多少良くなるだろう。消費税増税の影響が、まだ、かなり響いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・10月に比べて11月は心配していたより結果が良かった。これからは暖冬が気に掛かるが、いよいよ繁忙期に入り、実需が発生するのでそこそこうまくいけよう。
		乗用車販売業（営業担当）	・前回の消費税増税の際も、増税直後から少しずつ良くなっていた。
		乗用車販売店（従業員）	・駆け込み需要が少なかった分、落ち込みも少なく、また年末商戦もあるので早い回復を予想する。
		乗用車販売店（役員）	・高額車の動きはそれほど変化がないため、年末に向けて回復していきそう。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税のため、10～11月はかなり売上が悪かったが、金利が安いので、まだまだ住宅が近辺に建っている。そのため、家具調度品の需要が今後も徐々に発生するだろう。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向け、やや期待できる。
		タクシー運転手	・1～2月は前年とだいたい同じくらいだろう。消費税増税も落ち着いて、キャッシュレス・消費者還元事業の5%還元が落ち着くのは、2～3か月先だと判断している。それと12月は、少し繁忙を予測している。
		通信会社（営業担当）	・新生活に向けた客の動向に期待している。
		美容室（経営者）	・12月は帰省する客も増え、既存の客も動きが良くなるので9～11月と比べると良くなる。
		商店街（事務局長）	・株価上昇や東京オリンピック開催効果により景気が改善する期待はあるものの、多くの人は所得が上向かない中で消費税増税により財布のひもを固くしており、この先も消費回復の明るい兆しは見だしにくい。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響が、まだまだ続く。そして商品単価の下落や、キャッシュレス決済の対応で手間ばかり掛かり、店のメリットはほとんど出ない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・年末が近くなり、例年だと年末商品がそれなりに動いていたが、今年は客も少なく買上金額も減少傾向にある。この状態が当分続くだろう。
		百貨店（企画担当）	・来客が前年の5%程度下回っており、この傾向は変わらないだろう。
		スーパー（企画担当）	・12月に入り、ボーナス、年末商戦でもキャッシュレス・消費者還元事業などでの差別化が大きくなる。
		コンビニ（店長）	・客の様子、買上点数が順調であり悪化はしないが、良くなる兆しもない。
		コンビニ（商品担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業等で販売量が増えると思込んでいたが、今のところ思ったほどは増えておらず、そのほかにも販売量が増える要因が見つからない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・消費税増税後の推移として、前回増税時を参考にするとしばらくは厳しい状況が続くだろう。実際の客の来店頻度も下がっており、今後2～3か月は厳しい。
		乗用車販売店（従業員）	・カード等を使用した、キャッシュレス・消費者還元事業のメリットを意識して買物をする客が増えた。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税増税後は客の入りも悪く、売上も上昇していない。これから先も、なかなか難しいだろう。
		観光型旅館（経営者）	・少し長く良くない状態が続いたが、台湾便も4便増え、他の旅館も改装が完了していくため、これから先は少し良い状態が続くだろう。当社も良い結果が出るように、営業施策や商品作りに努めているところである。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税の影響もあるのか、例年と比較すれば客の動きが悪い。
		通信会社（技術）	・現在の状態が続くだろう。
		通信会社（支店長）	・年末商戦期ではあるものの、10月の電気通信事業法の改正による環境変化の影響が見通せない。
		競輪競馬（マネージャー）	・競艇場の利用客層はほぼ一定で、拡大する傾向は弱い。今後2～3か月で拡大するとは考えられず、スター選手の育成や、競艇の魅力発信の仕方に懸かっている。
		美容室（経営者）	・何か新しいことでもしないと変わらない。
		設計事務所（所長）	・市内中心部で解体工事が増えている。その後何か建物が建つだろう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年末にかけての予約が鈍くなっている。開店祝いなどの単発商品が中心で、繰り返し購入する商品の予約が例年より悪くなってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・12月のクリスマス商戦、年末商戦を控えているが1人当たりの売上額が減少しており、売上高、来客数共に期待できない。
		コンビニ（総務）	・来客数の前年割れ傾向は変わらず続き、消費税増税の影響が徐々に響いてくるだろう。
		家電量販店（副店長）	・いろいろな販促施策を実施しているが客の購買意識は慎重である。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数が減っており、春まで新型車も出ないため、良くなる条件がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・客は節約ムードで必要なものしか購入しない。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気が冷え込んでおり、少しでも安い物を購入しようとする消費者の購買意識に拍車を掛けているようだ。
	×	スーパー（財務担当）	・消費税増税の影響が続く。具体的には、客単価の下落が続く。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の余波がこれからも続く。
	×	タクシー運転手	・お遍路の仕事がほぼなくなるので、皆が街で走るようになり、どうしても1人当たりの売上は減ってくる。私はお遍路がメインといえばメインなので、毎年恒例であるが、大分悪くなる。
企業 動向 関連 (四国)		-	-
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・最近、災害等が頻発し防災意識が高まっているので当社の除菌ウエットシートなどが衛生上必需品となるだろう。競合他社とは異なる特殊な液を使用することによって差別化ができており、今後は売行きが良くなるだろう。
		電気機械器具製造業（経営者）	・1件当たりの受注金額が大きいので、受注が「できた」か「できない」かで、当社からみた景気の「良い」「悪い」が決まってしまう。今は風力発電の受注が取れているため、やや景気は良くなると判断した。
		建設業（経営者）	・民間、公共事業共に、やや良くなる兆しがある。
		輸送業（経理）	・2020年という節目、令和初の正月、東京オリンピックムードという時節が交差することを踏まえ、年末年始にかけて商戦が活性化し、物流は増加するだろう。
		食料品製造業（経営者）	・年末需要で年内は受注量も増加すると想定しているが、年明けると需要はまた冷え込むだろう。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・英国のEU離脱や米中貿易摩擦、点在する地政学的リスク等もあり、極めて不透明な状況に変化はない。
		電気機械器具製造業（経理）	・客からの受注量並びに受注予想量共に、品種ごとの増減は見込まれるものの総量としてはおおむね同程度で推移するだろう。また、市場における変動要因も認識していない。
		建設業（経営者）	・生産性向上の成果が現れるのは、まだ先となるため、当面は現状継続するだろう。売上は増えるが相応の利益が伴わないと予想している。景況感の良いようにみえるが、実質は好転しない。
		通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税後は売上が減少傾向であるため、企業は広告宣伝費投下に慎重であったり、計画的に削減している。
		公認会計士	・法人の社長と話をすると、設備投資は残念ながら控え目であるが、消費税増税の影響が非常に軽微であるという回答が多い。
		農林水産業（職員）	・先は見通せないが、消費マインドは低く、消費税増税の影響は長引くだろう。
		繊維工業（経営者）	・地方の小売店で廃業するところが散見され、全国的に消費が落ち込んでいる。
		木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの新規契約が減少したまま増えてこない状況が継続している。
		化学工業（所長）	・現在の受注状況では今後も厳しい。ばん回は寒い冬に期待したい。
		鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械等の受注が期待できない。
	輸送業（経営者）	・働き手の権利を尊重しすぎる傾向が強い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	輸送業（営業）	・例年、年末繁忙期は取扱物量が増大し、企業にとっても大幅な増収となる時期ではあるが、輸送車両の不足による失注や、消費の低迷による取扱物量の減少が予想されることから、近年にはない苦しい状況になるだろう。企業はこの時期、年末一時金による人件費の支出が重なることから、その原資をこれまでの蓄えの中から捻出する必要があり、減収となった際のダメージは大きい。
		通信業（企画・売上管理）	・現状、明るくなる要素が見当たらない。
		金融業（副支店長）	・年明けからは、消費税増税の影響が表れ始めるという経営者の意見が多い。
		-	-
雇用 関連 (四国)			
		人材派遣会社（営業）	・人材確保に向けて官公庁主催の就職合同面接会などが開催されているが、近年求職者数が減少傾向にある。最近では求人企業も参加する意欲が低下し、来年に向けては人材確保からRPAなどの無人プログラムでの効率化へ方向転換する現場が増加してくるだろう。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年度に比べると少なくなっているが、求職者数は増え就職件数も増えている。人手不足感の解消のためにも、マッチングを進めていく必要がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税後にキャッシュレス・消費者還元事業を施行したため、2～3か月先は同じ景気の状態が続くだろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金により、派遣先企業のコスト削減意識が高まる。
		求人情報誌（営業）	・一部の優良企業では人材を充足できているが、人材の未充足が長く続く企業は依然厳しい状況が続く、人材の充足という面ではかなりの格差が生まれている。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・来年3～4月の異動時期までは求人数の減少が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告が減少している。
		職業安定所（求人開発）	・消費税増税の影響や、米中貿易摩擦等の影響を受けている事業所の情報が入ってくるようになり、徐々に悪化していく可能性が高い。12月の状況を注視したい。
		民間職業紹介機関（所長）	・現在、国の就職フェアの案内で、各市町村を訪問しているが、求職者支援の考え方、方法については、各市町村に温度差がある。積極的に支援方法を考えているところもあるが、全く考えていないというところもあり、支援方法について統一的なものが望まれる。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金の対策で派遣の採用打切りを考えている企業が増えており派遣での求人を調整している。

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)		家電量販店（店員）	・消費税引上げで若干落ち込むと想定していたが、現状は悪いながらも回復基調にある。2～3か月後は現在より良くなる。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・消費税引上げへの対策のキャッシュレスポイント還元や、東京オリンピックへ向けて外国人観光客の増加が見込まれるため、景気は良くなっていく。九州でも商業施設開業やホテル建設、簡易宿所・民泊施設等の建設、再開発等前向きな設備投資が多いことも先行き明るい。1つの懸念点は、韓国との関係悪化である。韓国人観光客が多くを占める九州において、日韓関係が改善し、韓国人観光客が増加すれば、更に景況は良くなる。
		競艇場（職員）	・年末に向かって、販売量が伸びる傾向になっている。
		商店街（代表者）	・身の回りの景気は、今の経済状況から微増していくと予想している。
		商店街（代表者）	・12月の歳末商戦も厳しいと予想されるが、消費税駆け込み需要の反動も緩くなり、年明けからは少しずつ回復することを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・気温も下がり、花の保ちも良くなることで、夏と比較すると自宅用に飾る客が戻ってきており、正月用の花材も購入してもらえるよう営業を考えている。
		百貨店(営業担当)	・購入時の慎重な購買姿勢は継続しているが、お歳暮の早期受注傾向や各社クレジット利用、友の会買物券、自社クレジットポイント催事の開催により、購買意欲が上昇している。紳士・婦人雑貨や一部インポートブランド・貴金属・美術画廊等し好性の高い商材や季節要因の高い家電等目的買いの商品は依然好調であるが、消費税引上げやふるさと納税の影響により、購買意欲減退が継続する気配がある。お歳暮ギフト開始で、ギフトセンターでの贈答目的の来店や年末年始、新学期の買物での友の会満開買物券や各社クレジット利用購買は期待できる。
		百貨店(営業担当)	・消費税引上げ以降、天候不順の影響もあり、アパレルを中心に苦戦継続傾向には変化なく、セール待ち状態となっている。しかし、セールによる景気回復は、ある程度の期待感もてる。
		百貨店(プロモーション担当)	・2020年東京オリンピックを控え、消費意欲の上昇が見込まれる。
		百貨店(経営企画担当)	・消費税引上げ後の反動減により、高額品等を中心に売上が低迷しているが、クリスマスや年末等消費喚起により、回復すると見込んでいる。
		スーパー(総務担当)	・キャッシュレス・消費者還元事業、決済事業者の販売促進キャンペーン等により、キャッシュレス決済が普及している。キャッシュレス決済は客単価が高くなる傾向があり、マスコミ等でも決済事業者による販売促進キャンペーンの配信も更に増加していき、自然に消費増加の効果をもたらすのではないかと考える。
		コンビニ(経営者)	・今後、2か所のビル建設工事では、人手が必要な工事になるため、作業員の来店客増加が見込める。
		コンビニ(エリア担当)	・東京オリンピックイヤー突入により、マインド的に上昇基調になることを期待している。
		家電量販店(店長)	・消費税引上げの影響も薄まり、現状より若干回復する。
		家電量販店(従業員)	・暖房器具の需要増加と年末年始に向けて家電の買換えが増えるため、景気はやや良くなる。
		家電量販店(広報・IR担当)	・消費税引上げ後、反動減少しているものの、テレビやパソコン等のような売上好調な商品もあり、底堅い買換え需要や、来年の東京オリンピックに向けての需要増加が期待される。
		乗用車販売店(総務担当)	・新年になれば消費税引上げの影響が薄らぎ、客の気持ちにも変化が現れ、販売台数が増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・コーヒー業界では、気候に大きく左右され、し好飲料が熱い液体となる。年末も近くなり、気温も下がることで、自然発生的にコーヒー需要が高くなっている。また、12月に入るとお歳暮時期になり、進物が増加する。2～3か月前の売上予想は、良くなっていく。
		高級レストラン(支配人)	・来年の予約が入っており、若干良くなる。
		タクシー運転手	・忘年会シーズンでもあり、夜の繁華街は週末を中心に活気にあふれ、昼間の商業施設も人出が増えている。
		通信会社(企画担当)	・現在増えている見積依頼の受注が、本格化する見込みである。
		通信会社(業務担当)	・引っ越しシーズンに入り、繁忙期であるため、売上増加が見込めるが、年々販売量が減少傾向で不安である。
		通信会社(営業担当)	・取扱商材の販売地域が拡大する予定があり、そのタイミングで販売が増加する。
		通信会社(企画担当)	・F T T Hのサービスエリア拡大効果が、今期中は続く予想される。
		ゴルフ場(従業員)	・減便していた韓国航空便が一時的ではあるが増加し、加えて主要アクセス道路が早期に回復旧しているため、忘年コンパ予約も順調に推移しており、やや上向いていく。
		理容室(経営者)	・今月は、年末年始が控え、我慢の時期である。以前のように12月に入って売上が良くなるには非常に難しい状態である。消費税引上げもあり、100円の値上げをしたが、厳しい客の声も若干聞かれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・2～3か月先は年末年始となり、業界では景気が良くなる傾向にある。一時的なことであるが、年末年始の動きは、ボーナスシーズンになり、イベント等の影響もあり、景気が少しずつ上昇傾向にある。
		商店街（代表者）	・景気は下降傾向のため、良くなるとは考えにくい。
		商店街（代表者）	・収入がある人は、景気に影響されないが、年金等で収入が限られた人は、購買意欲が増えない。将来支払が多くなっていくため、景気は悪くなる可能性が高い。
		商店街（代表者）	・今年は、全く先の見通しが立たない。好条件もないため、今後景気が落ちていくのではないかと不安に感じている。
		商店街（代表者）	・歳末商戦に入り、消費が動く時期であるため、前年並みを期待している。
		商店街（代表者）	・消費税上げの下支えとなるはずのキャッシュレス決済消費者還元政策も、ごく一部の消費者のみ還元効果があるだけで、8割強の消費者には効果がない。
		商店街（代表者）	・キャッシュレスポイント還元の影響で、カードで買物をする人が増えたが、商店街では、それによって売上が伸びたという話は聞かない。現状が悪い状態であるため、これ以上に悪化しないと考えている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・今以上の購買力を押し進めるような好材料はなく、消費税上げ分の影響を生産物では感じられないため、景気は横ばいである。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・天候に左右され変動するが、これから数か月は寒くなり来店数も増えていく。客は、必要最低限のみの購入で、大型商品購入時に消費税上げが痛手だと節約をしている状況である。
		百貨店（総務担当）	・インターネット通販との競合が更に厳しくなり、リアル店舗が深刻な状態になる。
		百貨店（企画担当）	・消費税上げ後の回復遅れや訪日外国人の落ち込みが続いていることから、今後も変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・今年も気温が下がらず、重衣料の動きが鈍くなっており、客単価アップが見込めない。
		百貨店（売場担当）	・7～9月期は全店合計で前年を上回っていたが、消費税上げ後は状況が全く異なるため、注視する必要がある。今後、気温が下がっても衣料品の動きがない場合は、前年を上回ることはなく、現状の推移が継続する可能性がある。当店で、化粧品の戻りがまだなく88%であるが、北海道物産展は、95%でますますである。このまま、96～98%で推移すれば、ほぼ横ばい状態である。
		百貨店（売場担当）	・プラス要素がない現状では、景気が良くなる実感をもてず、客の消費に対する心理的な抑制が、一定期間継続すると考えられる。
		スーパー（店長）	・しばらくは防衛消費で、現況を見極める生活を送るものと予想される。
		スーパー（経理担当）	・このまま消費減退傾向が続くと予想される。
		コンビニ（経営者）	・キャッシュレスポイント還元の効果は徐々に出ており、キャッシュレス比率は9月対比で14%上昇している。
		衣料品専門店（店長）	・2～3か月先も景気は悪いと予想している。
		衣料品専門店（店長）	・相変わらず来街者がほとんどなく、来店客があっても財布のひもが固い。
		衣料品専門店（総務担当）	・当社の現状に対する認識は、最悪と考えており、希望的観測を含めて変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	・東京オリンピックまでに景気の良い情報が流れる可能性はあるが、実際には、景気回復するような状況にはならない。企業も内部保留しており、大企業だけが昇給し、消費方法を考える状況になり、やや悪くなった状態が変わらない。
		家電量販店（店員）	・消費税上げ後、プライス表示を税別金額と税込み金額を表示しているが、10%になったことは大きいと実感している。ただ、客は徐々に慣れてきており、中でもパソコン関係の売上は、向上している。来年1月にWindows 7のサポートが終了するため、買換え需要が非常に大きく、パソコンの売上が伸びている。消費税上げの影響は、思ったほどでなくこのまま横ばいが継続する。
		家電量販店（総務担当）	・暖冬の影響により、冬物の動きが鈍く、ボーナス商戦も余り期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・集客が見込める明るい話題がない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・今後の小売価格の見通しは不透明であるが、灯油の販売量は、増加が見込める。また、年末年始を迎えカーケア商品の需要が見込める時期になり、客のボーナスが前年並みに支給される情報もあり、購入に期待している。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・日韓問題は継続すると予想される。
		高級レストラン（経営者）	・予約状況では、12月には忘年会が入ってきているが、1月も若干予約があり、2～3か月先は、悪い状況ではないが、今までの分を取り戻せるほど良い状況にもならない。ただ、今年の忘年会は、11～12月に分散しており、12月の売上は、若干落ちる可能性がある。
		高級レストラン（経営者）	・消費税引上げがあり、給料も上がらないために、消費を少なくしている。12月に客が増加する好材料もないため、足踏み状態である。
		一般レストラン（経営者）	・現在予約状況や問合せも前年に比べ減少しており、注文単価も若干ではあるが、下がっている。年末年始に向け、売上及び集客増加に期待している。
		観光型ホテル（総務）	・中心市街地に大型商業施設がオープンして初めての年明けになり、人出や購買意欲の向上が期待される。一方、ラグビーワールドカップや女子ハンドボール世界選手権という大型イベントが閉幕したことによる反動が不安視される。
		観光型ホテル（専務）	・来年休館して工事に入る旅館があるため、客が多くなることに期待している。地域全体の魅力が今一つのため、繁忙期が紅葉やつつじ等の魅力がある時期に偏っている。
		タクシー運転手	・今年は少し暖かい予報のため、客が動いて売上が上がると期待している。
		美容室（店長）	・今月より良くなる要因がないため、2～3か月先の景気は変わらない。
		設計事務所（代表）	・良くなる要素が特にない。
		住宅販売会社（従業員）	・輸出は順調で景気は良いが、一般的な景気浮揚のための工事が進まない状況である。景気浮揚策での回復を期待したい。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・年末が近づいているが、例年の売上が確保できるか非常に不安である。年明けは、売上が落ちるため、早い段階の回復に期待したい。
		百貨店（営業担当）	・消費税引上げ対策のキャッシュレスについても、現金がキャッシュレスになっただけで、対策にはなっていない。米国は景気が良さそうであるが、何かしら景気を刺激する効果的な対策が必要ではないかと考えている。お歳暮は非常に厳しく、単価や件数の減少でマイナスになっている。クリスマス商戦に期待をしたい。
		百貨店（業務担当）	・消費税引上げはもとより、客がかなり心配していることは、老後資金2000万円問題の話題である。貯金をするために、買物ができないという非常に慎重な客もいる。
		スーパー（店長）	・軽減税率の影響がしばらく続く状況で、購買意欲の減退が懸念される。12月もこの流れが継続され、客数増加対策を考えている。ギフト関係の早期特典で、ギフトの動向は良いが、この後が毎年伸び悩むため、12月も厳しくなる。
		スーパー（統括者）	・個人消費に陰りがみられ、外国人観光客の減少や最低賃金アップという収益悪化要因は継続している。年末年始には、企業収益が悪化やボーナスや給与へも影響が出る可能性があることから、今後個人消費が冷え込む可能性が高い。
		コンビニ（経営者）	・追加の財政措置が行われる見込みであるが、どれほどの効果があるか疑問である。我々のビジネスは、生活必需品を販売しており、引き上げられた2%の影響は、比較的少ない方であるが、消費マインドに影響を与え、景気が落ち込むことに危惧している。
		コンビニ（経営者）	・消費税引上げの影響が、更に出ると懸念している。軽減税率効果もあるが、客の収入等があるわけではなく、財布のひもは固くなっている。令和2年も厳しい幕開けになる。

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
		コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税引上げも落ち着き、客数が元に戻ると予想していたが、客数並びに買上点数、単価が前年を上回ることができず、売上が伸び悩んでいる。今後、年末にかけての商戦でも、予約は順調ではなく、買い控えがしばらく継続する。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる好材料がない。
		住関連専門店（経営者）	・置き家具の需要は、年々減少しており、年末年始の商戦も期待できない。夏の災害で、近郊の米の収穫高が著しく悪く、このことが景気の回復に影響を及ぼしている。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・冬に寒くならないと物販テナントの商品化計画に誤差が生じ、消費者の購買意欲も低下し、今年の冬は苦戦すると予想している。特にアパレルテナントは、電子商取引の台頭と暖冬による不振の二重苦になるため、倒産事案増加に危惧している。
		一般レストラン（スタッフ）	・一時的なラグビー効果はあったが、一過性のため全体が良くなる見込みはない。キャッシュレス推進の影響でキャッシュフローが悪く、景気回復を懸念している。
		都市型ホテル（販売担当）	・12～1月の稼働が落ちるために悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルの供給過多状況はこれからも厳しくなるため、販売量は減少していくと予想する。
		旅行代理店（従業員）	・消費税引上げの影響により、1月以降も販売量が増加しない。日韓関係修復の兆しで、予約数アップに期待したい。
		タクシー運転手	・客の消費動向では、かなり景気が下がっている。時期的にも11～12月は繁忙期にならなければいけないが、前年と比較するとかなり落ちている。
		観光名所（従業員）	・冬の時期は、交通の便が非常に悪くなり、客足が極端に減少する。
		美容室（経営者）	・3か月後は、イベントもなく、世の中全体が落ち込んでおり、懸念している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・韓国からの旅行客が減少している。
		設計事務所（所長）	・今後の世界政治や経済情勢が不透明なことで、不安定さを増しており、日本への影響は未知であるが、現状では良くなることは考えられない。
		住宅販売会社（従業員）	・全体的に住宅検討の客も減少傾向で、他社との競合も今よりも厳しくなっており、受注数の減少傾向も続く。
	×	スーパー（店長）	・消費者の節約志向はかなり高く、価格に非常に敏感である。その中で、競合他社との競争が更に激しくなり、売上確保は非常に厳しいものと予想される。
	×	スナック（経営者）	・10～11月は、売上が前年を下回っている。同業者からも同じ声を聞くことが多い。特に書き入れ時の週末の売上不振が大きく、企業グループ利用の低下が目立っている。
企業 動向 関連 (九州)		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・補正予算消化の動きがあるため、若干良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・見積量や注文数の量が若干であるが増加しつつあり、今後に期待がもてそうである。しかし、発注が延期になっている案件については、まだ少し時間が掛かる状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要な取引先からの受注が、増加する見込みである。
		電気機械器具製造業（取締役）	・今期の受注傾向に加え、来年4月以降の引き合いも順次出ている。
		輸送業（総務担当）	・物量自体は増えており、消費意欲が増していると推量される。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・12～1月は、年末年始に当たるため、11月よりかなり良くなると予想している。前年より景気が上昇することに期待している。
		農林水産業（経営者）	・12月は、年末年始の特別需要があり、売上も例年と比較して上回る。ただし、1～2月は反動で厳しくなり、売上は落ちると予想している。年末も寒くならないと、鍋需要が伸びず、現状の暖かさであれば、若干心配である。年明けから3月まで加工メーカーも生産増加に期待できないため、納品側は危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家具製造業（従業員）	・伸びる要素や具体性がなく、落ち込む状況もないため、このまま横ばいが続くと予想される。
		化学工業（総務担当）	・当面は、在庫販売が継続する。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・地場産業で、現在の状況は、相対的にみると余り良くないが、特に年末のネット商品では、ふるさと納税に期待できる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量減少の要因は、客の体制問題か、あるいは、輸出量減少による受注残が少なくなっていることが考えられるが、明確な回答がなく、ギリギリまで状況確認をしている状態が続く。本来は、繁忙期であるが、動きが悪く懸念している。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・輸出車両向けオプション部品装着の増減もなく、低い水準で推移しており、2～3か月先も横ばい傾向である。
		建設業（従業員）	・見積案件はあるが、技術員の不足により大型物件に応札できないため、景気は以前と変わらない。
		建設業（社員）	・例年年度末前には、手持ち工事が少なくなるが、景気状況が悪くならないためにも、このまま発注が継続することに期待したい。
		輸送業（従業員）	・10月は消費税引上げ後の影響で、受注量が落ち込み11月もそれほど回復はしていない。今後、回復する要因が特に見当たらない。
		通信業（職員）	・ここ1～2か月で案件が増加しているが、人手不足の状況である。この状況が数か月続くと予想される。
		通信業（経理担当）	・景気動向では、状況が良くなる要因が見当たらない。
		金融業（従業員）	・公共工事が高水準で推移しているほか、自動車販売が持ち直している。消費税引上げの影響は、前回引上げ時に比べ小幅にとどまっているが、海外経済を巡る不確実性の高まりや人手不足による経営面での制約を懸念する企業が増加している。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。2019年12月にはECB理事会、FOMC、日本銀行金融政策決定会合、そして英国ではEU離脱を争点とした総選挙等、市場の注目を集める重要な経済イベントを控えており、注視しておく必要がある。そのほか、中国経済の減速や、米国長期金利低下に伴う長短金利逆転の影響から米国の景気後退や円高が進む可能性も考慮しておく必要がある。
		金融業（営業担当）	・消費税引上げの影響や消費者に漂う停滞した雰囲気は、資金が動く年末になっても変化しない。取引先の中小企業でも、現状大きな設備投資計画はほとんど見当たらず、若干悪い状況がこのまま継続する。
		金融業（営業）	・受注の減少も一服した感があり、このまま景気が悪化するとは思わない。上向き要因もなく、しばらくは現状維持と考える。
		金融業（調査担当）	・消費税引上げ後、初の年末年始商戦を迎えるが、消費税引上げの影響を懸念する声を聞く。
		不動産業（従業員）	・宿泊施設の稼働率は、高水準で横ばいに推移している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・ホームページのアクセス数や問合せ件数に変化が見られない。
		経営コンサルタント（社員）	・年末年始を迎え、新しい取組は期待できないと悲観的である。
		経営コンサルタント（社員）	・急に販売力がアップすることはできないため、2～3か月は景気回復は望めない。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・3月決算企業は、収益がおおよそ見え出した頃である。節税ニーズも高いため、設備投資を前倒しし、償却をする企業に期待している。
		農林水産業（従業者）	・需要の拡大が必要とされる。
		金属製品製造業（事業統括）	・輸出関連部門では、米中貿易摩擦、中国自体の景気の後退、韓国との関係悪化の影響は大きく、改善の兆しが見えない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・前月同様生産が低迷し、今後も見込み計画が芳しくない。受注生産工場としては、痛手である。
		広告代理店（役員）	・年始、年度末時期での客からのプロモーション依頼が、今年はやや落ちている。

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
	×	繊維工業（営業担当）	・賃金上がり過ぎ、福利厚生ができず、ボーナスがある企業に転職するため、人手不足を解消できない。
	×	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・中国はG N Pの事しか考えず、ゴーストタウンを大量生産し成長限界である。中国頼みの韓国もまた急速に悪化状態である。この状況では、日本国内だけの需要では、とても景気が良くなるとは考えられない。
雇用 関連		-	-
		*	*
(九州)		人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて、人の入替えが多くなるが、新規増員の求人の注文は減少している。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の施行時期も近づいているため、その対応がメインになりがちな状況にあり、業界自体が景気に左右するようなプラスの要因が少ないことから、先行き不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年から来年にかけて、大手企業の早期退職が比較的目標立つ。退職金は失業給付もあり、すぐに影響はないが、心理的な不安が徐々に出た場合は、景気に悪い影響があると懸念している。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は高止まりであるが、前年比で求人の動きをみると、前年度末から減少傾向が鮮明になっている。求職者も減少し、ここ数か月は小康状態と判断している。
		人材派遣会社（社員）	・大手企業を中心に増員の求人が減少している。年末年始の求人数も例年より減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末、年始、異動時期、新学期等人的動きや消費が活発化する時期ではあるが、新たなトピックは余りなく、消費税引上げの影響もあり、全体的な景気は下がる傾向にある。中心市街地への人出をみても、休日は多いが平日は少なくなっている。
		職業安定所（職員）	・熊本地震の復興需要も一段落し、公共事業も頭打ち状態であることから、特に中小建設業者は資金繰りに苦しんでいる。資金不足から事業を継続できない業者が増加していくと懸念される。
		職業安定所（職員）	・大量解雇が発生しているが、受入先が決まっており、大きな影響はない。一方、小規模な事業廃止や店舗閉鎖、縮小が発生しつつある。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・新卒採用枠は前年並み、又は、既卒も含め人数調整を検討するとした企業も出ている。新卒採用に向けたインターンシップは活況となる。
	×	人材派遣会社（社員）	・部門集約のため組織改編があり、3月の契約更新で終了が多数出ることが予想される。
	×	人材派遣会社（社員）	・2020年4月施行改正労働者派遣法に伴い、派遣契約終了が発生するため、景気は悪くなる。
	×	求人情報誌製作会社（編集者）	・韓国からの旅行者が目に見えて減少しているため、小売業や飲食業への影響は大きい。
	×	新聞社〔求人広告〕（社員）	・新聞広告の出稿量の減少に加え、消費税引上げの悪影響が見込まれる。

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）	・新規商品の投入があり、集客につながると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・例年、年始は客数が伸び、客単価も上がるので売上が期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・年末から年明けにかけては、一般の観光客が多くなるので良くなるとみられる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・年末年始の繁忙期を迎える。消費税増税の影響は今のところさほどないように見える。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測される今後2～3か月先の客室稼働率は、前年実績並みに回復される見込みである。ただし大幅に改善されるわけではなく、まだまだ厳しい状況は依然変わらない。年末年始の需要も例年どおりで大きく増えているわけではない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅展示場への来場組数が2か月連続で増加し、2世帯住宅計画の来場者も6か月連続で増えている。
		百貨店（店舗企画）	・2014年の消費税増税後よりも回復が遅く、免税売上の苦戦も重なり、しばらく低迷が続くとみている。
		スーパー（販売企画）	・消費税増税の影響は落ち着いている感があることや、5%ポイント還元の効果も感じるので景気は若干良い状況で変わらないと考えられる。
		コンビニ（代表者）	・増税後の一時的な買い控えから多少持ち直してきたと感じられる。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は天候的にも暑い日が続き、客の購買意欲は感じられない。消費税増税の影響もあるとみられる。景気は良くない状態が続いており、今後はまだ分からない。
		旅行代理店（マネージャー）	・年末年始の手配も動いてはいるが、沖縄の客は手配発生が他県の感覚よりも相当遅く金額も高いので、個人でLCC航空券を選択することが多い。全体的にはほぼ例年並みで推移している。
		通信会社（営業担当）	・春の商戦期までは現在の落ち込みを回復させる施策もなく、今の状態が続くのではないかと予想している。
		住宅販売会社（代表取締役）	・下請会社の人手不足があり、これ以上の完工高の増加は見込めず現状のままで推移するとみられる。
		通信会社（サービス担当）	・消費税増税前の駆け込み需要などの購入で、その後の消費者の購買意欲が低下し、携帯電話の販売の変化があって動きは少ない。
		観光名所（職員）	・予約状況がやや悪い。
		その他サービス[レンタカー]（営業）	・先行きの予約状況が他社を含め芳しくなく、また消費税増税の影響もあり景気の回復は見込みにくい。
		x	商店街（代表者）
	x	その他飲食[居酒屋]（経営者）	・飲食パターンに地域分散化、少人数化、中食という変化があり、コンビニエートイン等のライバルも増加している。極度の求人難、増税、働き方改革による時短や時給の上昇による経営圧迫等、解決すべき難問題が多々ある。
	x	観光型ホテル（代表取締役）	・例年韓国人観光客が増える冬の時期に、今のような状況が続くと悪くなることが予想される。宿泊施設の過剰増加もあり、値下げ競争となることが予想される。年明けは厳しくなる。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		建設業（経営者）	・やっと具体的な新築相談の客が来社するようになった。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・需要は横ばい状況が続く見通しである。
		輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島はホテルや量販店等の民需や、港湾、公共建築等の官需が共に増勢で、更に宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事も順調で生コンの出荷は増大している。ただしアスファルトは依然として低迷している。
		輸送業（経営企画室）	・消費税増税の影響は大きくないようにみられる。沖縄では新規出展業態の店舗展開が続いているため一過性ではあるが消費は多少増加するのではないかと予想され、好調な景気を維持するのではないかと考えられる。
		広告代理店（営業担当）	・県内の消費市場は観光消費にも支えられ順調に推移するものとみられるが、県内企業を取り巻く競争環境は相変わらず厳しいことから、販売促進にかかる投資については現状維持を確保できればよし、と感じている。
		食料品製造業（総務）	・値上げした商品の動きが鈍く販売量が落ち込んでいる。
		会計事務所（所長）	・消費税増税の影響や、海外観光客数の動向から判断している。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		求人情報誌製作会社（編集室）	・1月は新年度のスタートということもあり、どの業種においても忙しくなり、求人広告の出稿が望める。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・毎年年末に向けて求人数も求職者数も増加傾向にある。
		学校[大学]（就職支援担当）	・2021年卒の求人の動きも始まり、就職市場が活発になる。

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
		人材派遣会社（総務担当）	・求職者の問合せが少ない。
		職業安定所（職員）	・2～3か月の短期間に景気悪化となることはないと考えますが、自動車製造業界の期間工の採用をストップし始めているメーカーが出てきており、リーマンショックの前も同様の状況が、雇用悪化のスタートになった経験があるため、今後中長期的に景気悪化を懸念している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・例年どおり、来年度向けの採用活動で企業の動きが活発になってきた。採用人数が気になるところである。
		-	-
	x	-	-